Års- och hållbarhets-redovisning 2019

2019-01-01 – 2019-12-31
för Göteborg & Co AB
Org nr 556428-0369

Göteborg & Co:s uppdrag är att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Det görs genom att i bred samverkan leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring.

Göteborg & Co är moderbolag i klustret Turism, Kultur och Evenemang där Liseberg, Got Event och Göteborgs Stadsteater ingår.

Göteborg & Co är en del av Göteborgs Stad.

Styrelsen och verkställande direktören för Göteborg & Co AB avger härmed följande års- och hållbarhetsredovisning.

Bilder: Anders Wester, Pekka Lähteenmäki, Happy Visuals AB, Volvo, Peter Kvarnström, Frida Winter, Studiografen, Dear Studio/Mattias Vogel, Beatrice Törnros, Superstudio D&D, Per Pixel Petersson, Fredrik Karlsson, Tina Stafrén, Jennie Smith, Björn Olsson, Nobel Media/Anna Svanberg, Maria Kopp, Marie Ullnert, Stefan Gadd, Samuel Unéus, Filip Eklund, BonnierHoops Biskopsgården, Liseberg/ Stefan Karlberg.

Göteborgs Stad

Innehållsförteckning

4 Inledning

6 Destinationens utveckling

Hållbarhetsredovisning

8 Prioriteringar för en hållbar utveckling

16 Välkomnande och inkluderande destination

24 Växande och välmående destination

30 Klimat- och miljösmart destination

36 Schyssta villkor

Förvaltningsberättelse

40 Förvaltningsberättelse

46 Evenemang

48 Möten

50 Marknad & Kommunikation

52 Näringslivsgruppen

54 Göteborgs 400-årsjubileum 2021

56 Analys & Omvärld

58 Resultat och ställning/Turistutveckling i Göteborgsregionen

59 Förslag till vinstdisposition/Eget kapital

Finansiella rapporter

60 Resultaträkning

61 Balansräkning

63 Kassaflödesanalys

64 Noter till balans- och resultaträkning

71 Revisionsberättelse

73 Granskningsrapport

GRI-index

74 GRI-index

Det smarta Göteborg blir en internationell förebild

Att Göteborg utsågs till Europas huvudstad för smart turism 2020 är mer än ett pris. Det är en motor i utvecklingen av framtidens hållbara destination, och ett fantastiskt bevis för att vi är på rätt väg.

Besöksnäringen spelar roll för samhällen som vill utvecklas. Det insåg EU-kommissionen när de inrättade tävlingen för smart turism. Förutom jobb och gästnätter så skapar vår näring möjligheter till innovativt samarbete mellan olika sektorer och är en drivkraft i samhällsförändringen. Göteborg har fått en möjlighet att bli en förebild inom EU och driva en hållbar utveckling, tillsammans med andra städer i Europa.

Göteborgs attraktionskraft är stor och gästnätterna ökade för 28:e året i rad. Det privata resandet växer. Nu utökar vi arbetet med teman och säsonger för att öka attraktiviteten alla delar av året. Göteborg & Co fortsätter som moderbolag att leda arbetet med att utveckla klustret Turism, Evenemang och Kultur tillsammans med Liseberg, Got Event och Göteborgs Stadsteater.

Mötesstaden Göteborg är en lysande stjärna. Det märks på intresset från internationella arrangörer, i utbudet av anläggningar i världsklass och i den täta samverkan mellan akademin, det forskningsintensiva näringslivet och staden. Och i värdskapet som alltid får högt betyg.

I destinationens värdskap är turistbyrån en viktig del. Hundratusentals besökare söker sig dit varje år, majoriteten utländska. De som inte möter oss där finns kanske bland de tre miljoner som gör det digitalt på goteborg.com. I båda fallen handlar det om ett bemötande som får fler att vilja besöka Göteborg.

Evenemang inom kultur och idrott är viktiga för Göteborg. Under året har Göteborg & Co påbörjat arbetet med Göteborgs framtida evenemangsstrategi. Även här handlar det om utveckling och ett samspel med samhället i övrigt.

I vårt hållbarhetsarbete ska vi vara förebild och föregångare i det vi gör och har rådighet över. Göteborg & Co ska underlätta en hållbar konsumtion av destinationens utbud genom att uppmuntra, inspirera och visa på goda exempel. I grund och botten handlar det om att alltid ha göteborgarnas bästa för ögonen.

Göteborgarna är också utgångspunkten i vårt uppdrag att driva kraftsamlingen inför Göteborgs 400-årsjubileum 2021. På vägen till jubileet har vi skapat nya samverkansformer, fått nya insikter och kunskaper om hur vi tillsammans kan göra Göteborg till en ännu bättre stad, med hållbara lösningar för framtiden.

Utmaningar finns. Utvecklingen av mer hållbara transportslag sker främst på nationell och internationell nivå. Vår möjlighet att påverka ligger i att uppmuntra besökare till hållbara val där det är möjligt. Våra egna och våra samarbetspartners verksamheter och evenemang ska vara miljömässiga, öppna och inkluderande.

För fjärde året i rad blev Göteborg utnämnt till världsledande av Global Destination Sustainability Index. Det innebär ett ansvar att leda arbetet vidare enligt strategier som följer FN Global Compacts principer och redovisas i vår hållbarhetsredovisning.

Sammantaget har vi lyckats bra när det gäller våra gemensamma mål för 2019. Många har vi nått och några områden återstår att arbeta vidare med. Stadens program för besöksnäringens utveckling till 2030 visar riktningen.

Under hela 2020 har vi titeln som huvudstad för smart turism och vi fortsätter utveckla destinationen Göteborg tillsammans med alla intressenter. Vi ska fördjupa och hitta nya samarbeten inom destinationen men också öka vår roll i nationella och internationella sammanhang. Nästa nyårsafton inviger vi också Göteborgs 400-årsjubileum 2021.

Välkommen att vara med.

Peter Grönberg
Vd Göteborg & Co AB

I oktober utsågs Göteborg till "European Capital of Smart Tourism 2020". Göteborg & Co:s vd Peter Grönberg och kommunfullmäktiges ordförande Anneli Rhedin blev så här glada när de tog emot priset vid en ceremoni i Helsingfors. Göteborg fick också priset som bäst i kategorin hållbarhet.

> Gothenburg should be a role model in smart tourism for other cities in the EU during the year, when it implements its attractive program. Show off its own strengths, good solutions implemented but also facilitate cooperation with other European cities and learn from others.

EU-kommissionen motiverar valet av Göteborg som Europas huvudstad för smart turism.

Destinationens utveckling 2019

Göteborg har utvecklat en stark och framgångsrik besöksnäring och det finns potential att ytterligare utveckla staden och regionen som resmål. Göteborg & Co har med nästan 30 års erfarenhet av destinationsutveckling, möten, evenemang och marknadsföring byggt en stark och väletablerad plattform i nära samverkan med besöksnäringen, staden, akademin och delar av det övriga näringslivet.

Den starka globala tillväxten och digitaliseringen har förändrat beteendemönster hos resenären. Traditionell marknadsföring har i många fall ersatts av kreativ destinationsutveckling och ständig närvaro i digitala kanaler. Detta ställer krav på ständig förnyelse och innovativa arbetssätt. Men det grundläggande syftet med Göteborg & Co är fortfarande detsamma; att bidra till utvecklingen av en attraktiv stad både för besökare och göteborgare.

Fler besökare än någonsin

Turismen fortsätter växa och fler besökte Göteborg under 2019 än något tidigare år. Övernattningarna på hotell och vandrarhem i Göteborgsregionen ökade för 28:e året i rad och beräknades passera fem miljoner gästnätter i slutet av december. Sedan 1991 är det en ökning på 340 %, eller cirka 4,5 % tillväxt i genomsnitt per år under nästan tre decennier. Detta gör besöksnäringen till en av de främsta tillväxtbranscherna i regionen.

Bland storstäder i Europa är balanserad turism, eller balanserad tillväxt, ett vanligt diskussionsämne och hållbarhet är en av de stora trenderna inom mötesindustrin. Göteborg har i under flera år arbetat med detta och har ett gott renommé internationellt inom hållbarhetsfrågor. Göteborg & Co arbetar för göteborgarnas bästa, vilket speglas i bolagets uppdragsbeskrivning som att ”alla ska gynnas av en växande besöksnäring”.

Besöksnäringen levererar arbetstillfällen i högre grad än nästan alla andra branscher och 2019 uppgick sysselsättningen till cirka 19 000 årsarbeten i Göteborgsregionen. I praktiken är det fler än 25 000 personer som arbetar inom turismen då den till stor del är säsongsbetonad. Besöksnäringen bidrar också stort till ett ökat utbud av restauranger, evenemang, hotell, nöjen, kultur, möten och mycket mer. Alltså en mer levande stad för både göteborgare och besökare.

Rumsbeläggningen på hotell och vandrarhem i Göteborg var mycket god och högre än motsvarande i Stockholm och Malmö. Det var i praktiken fullbelagt under delar av året och de investeringar i ny boendekapacitet som planeras de kommande åren är mycket välkomna. Att leda arbetet med att utveckla destinationens attraktivitet i takt med det ökade utbudet av nya hotell är en viktig uppgift för bolaget. Göteborg & Co har ett övergripande ansvar som moderbolag i klustret Turism, Evenemang och Kultur där också Liseberg, Got Event och Göteborgs Stadsteater ingår.

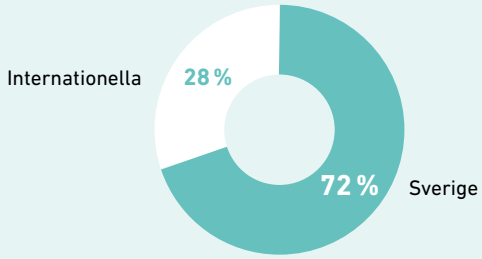
DESTINATIONEN GÖTEBORG 2019

GÄSTNÄTTER PÅ HOTELL OCH VANDRARHEM

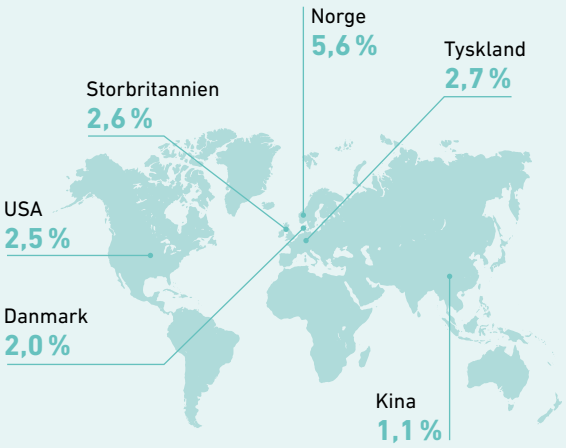
5 060 000

(prognos)

FÖRDELNING GÄSTNÄTTER



DE SEX STÖRSTA UTLANDSMARKNADERNA



% av totala antalet gästnätter.

ÅRSARBETEN I BESÖKSNÄRINGEN

18 900

TURISMOMSÄTTNING

33,9 MILJARDER KR

ANDEL CERTIFIERADE HOTELL OCH MÖTESANLÄGGNINGAR

95 % Hotell

100 % Mötesanläggningar

Turismutveckling i göteborgsregionen se tabell sidan 58.

ElectriCity är ett samarbete där industri, forskning och samhälle utvecklar och testar lösningar för morgondagens elektrifierade transporter. Inom några år ska alla bussar som trafikerar staden successivt bytas ut och helt gå över till eldrift.

Prioriteringar för en hållbar utveckling

Göteborg & Co arbetar för att göra Göteborg till en hållbar stad genom att ta ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt ansvar samt genom att alltid utmana hållbarhetsbegreppet. Via samverkan med andra aktörer inom besöksnäringen bidrar Göteborg & Co till ett levande Göteborg med hållbara, attraktiva och unika upplevelser.

Hållbarhet för Göteborg & Co

Göteborg & Co:s arbete ska leda till hållbar tillväxt och bidra till att stärka Göteborg som hållbar destination, så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring. Destinationens målbild är att till 2030 ha fördubblat turismen genom att vara en internationell förebild och alltid utmana hållbarhetsbegreppen.

Göteborg & Co ska vara en internationellt ledande plattform för samverkan när det gäller hållbar destinationsutveckling och innovativ och hållbar utveckling av turism-, mötes- och evenemangsindustrin.

Hållbarhetsarbetet grundar sig på FN Global Compacts tio principer, FN World Tourism Organisations definition på hållbar turism och de Globala målen för hållbar utveckling.

Göteborg har 2016, 2017, 2018 och 2019 utnämnts till världsledande i hållbarhet enligt Global Destination Sustainability Index

Världens mest hållbara destination

För fjärde året i rad placerar sig Göteborg på första plats i Global Destination Sustainability Index. Strax bakom Göteborg kommer Köpenhamn och därefter Zürich.

Indexet jämför hur väl destinationer uppfyller en lång rad krav på hållbarhet. Ett sextiotal destinationer deltar i mätningen och bedöms utifrån ett antal kriterier indelat i fyra områden: stadens miljöarbete, stadens sociala arbete, leverantörers hållbarhetsarbete samt destinationsorganisationens ledning, styrning och stöd till besöksnäringen. Göteborg får höga poäng inom samtliga områden, men har förbättringspotential inom området miljö och i att tydliggöra sitt bidrag till de Globala målen för hållbar utveckling.

Att Göteborg även detta år utnämnts till världens mest hållbara destination är ett erkännande av stadens och destinationens långsiktiga hållbarhetsarbete. Det betyder mycket för staden i marknadsföringen och särskilt i värvningsprocesser för stora möten, evenemang och vid investeringar. Mer om Global Destination Sustainability Index: www.gds-index.com.

Göteborg är huvudstad för smart turism 2020

Utmärkelsen European Capital of Smart Tourism är lanserad av EU-kommissionen för att belöna, uppmärksamma och marknadsföra europeiska städer för föredömligt arbete och metoder för "smart turism".

Turistsektorn är EU:s tredje största socioekonomiska verksamhet och därför uppmuntras innovativa och inkluderande lösningar. Utmärkelsen tar hänsyn till fyra kategorier: digitalisering, kulturarv och kreativtet, hållbarhet och tillgänglighet.

Vid sidan av utnämnandet som European Capital of Smart Tourism 2020 fick Göteborg också hedersomnämnandet i kategorin Hållbarhet.

Göteborgs hängivenhet till hållbarhet är en stor förklaring till att staden fått utmärkelsen. 95 % av alla hotell och 100 % av mötesanläggningar är miljöcertifierade, kollektivtrafiken är så gott som fossilfri.

För Göteborgs del kommer året som huvudstad för smart turism betyda ännu mer internationell uppmärksamhet. Under 2020 kommer lokala partner och destinationer bjudas in till samarbete för utbyte av kunskap över nationsgränser.

Löpande intressentdialog

Göteborg & Co:s verksamhet som samverkansplattform bygger på löpande dialog med intressenterna, och deras åsikter är viktiga för bolagets och destinationens fortsatta utveckling. Göteborg & Co:s styrelse är politiskt tillsatt, men består även av adjungerade representanter från besöksnäringen. Varje affärsområde i bolaget har i sin tur styrgrupper med viktiga intressenter som träffas regelbundet.

Bolagets arbete med att ta fram utvecklad kunskap om besökarna har under året fortsatt för att under 2020 utvecklas ytterligare bland annat genom workshops med besöksnäringens representanter.

Under 2017 genomförde Göteborg & Co en fördjupad intressentdialog med särskilt fokus på bolagets påverkan på och bidrag till hållbar utveckling. Ett tiotal representanter för verksamhetens viktigaste intressenter, såsom ägaren, evenemangsarrangörer, hotell, turistorganisationer med flera, intervjuades för att få deras syn på bolagets viktigaste ansvar.

En uppföljning har genomförts under 2019.

Göteborg & Co:s primära intressenter

Intressent	Dialogformer	Viktiga frågor för intressentgruppen
Ägare Göteborgs Stad.	Bolagsstämma, styrelsemöten, ägardialog, års- och delårsrapporter, koncernråd	Bidrag hållbar tillväxt, hållbar stad, attraktiv stad, budget i balans
Medarbetare	Medarbetarsamtal, avdelnings-/ gruppmöten, internkonferenser, medarbetarundersökning m.m	Arbetsmiljö, hållbara tjänster (evenemang, möten osv)
Samarbetspartners Besöksnäringens företag. Lokala arrangörer.	Besöksnäringens Forum, styrgrupper, samverkansgrupper, nätverksgrupper, medlemsmöten och nyhetsbrev	Varierat utbud i staden, samarbeten, attraktiv stad, kompetensförsörjning
Besökare	Sociala medier, besöksservice, intervju- och enkätundersökningar	Brett utbud, tillgänglighet
Göteborgare	SOM-undersökning, digitala kanaler, besöksservice, via ägaren	Utbud till för göteborgarna, hållbar stad, tillgänglighet, jämlikhet, jobbskapande
Förvaltningar och myndigheter	Samverkansgrupper och råd	Bidrag till hållbar tillväxt, arbeta i enlighet med stadens planer och program
Klusterbolag Liseberg, Got Event, Göteborgs Stadsteater.	Vd-råd och tematiska klusterråd	Samarbeten, attraktiv stad, tillgänglighet

Göteborg & Co:s viktigaste hållbarhetsfrågor

I Göteborg & Co:s uppdrag genomsyrar hållbarhet allt arbete. Bolaget inspirerar, stöttar och möjliggör andra aktörers hållbarhetsarbete, och tar samtidigt ansvar för att den egna verksamheten är hållbar.

Göteborg & Co har identifierat fyra prioriterade hållbarhetsområden. Inom respektive område ryms tre viktiga hållbarhetsfrågor som verksamheten fokuserar på. Områdena och frågorna har identifierats och prioriterats utifrån intressenternas förväntningar samt verksamhetens faktiska påverkan. Under 2019 har arbetet med hållbarhetsområdena och frågorna utvecklats.

Välkomnande och inkluderande destination

- Brett utbud
- Tillgänglig och inkluderande
- Trygg och säker

Klimat- och miljösmart destination

- Klimatsmarta resor
- Resurseffektivitet
- Hållbar konsumtion

Växande och välmående destination

- Ekonomisk tillväxt genom besöksnäringen
- Jobbskapande och kompetensförsörjning
- Genom upplevelsen belysa viktiga samhällsfrågor

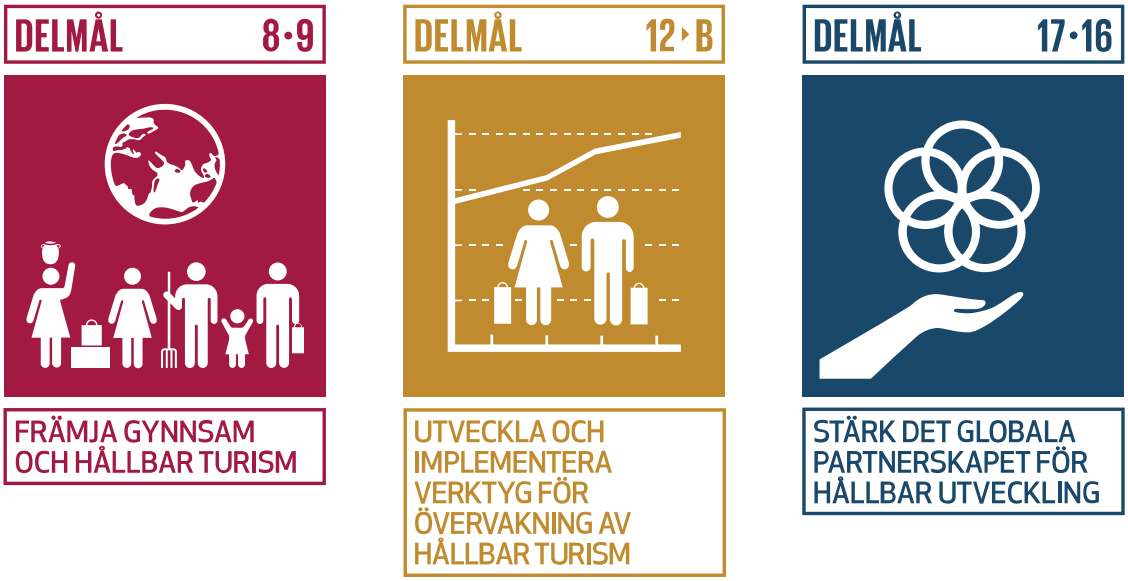
Schyssta villkor

- God arbetsmiljö
- Affärsetik
- Hållbara upphandlingar och inköp

Bidrag till de Globala målen för hållbar utveckling

Globala målen för hållbar utveckling är en agenda antagen av FN och som riktar sig till alla stater, företag och individer, med syfte att till år 2030 avskaffa extrem fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor i världen, främja fred och rättvisa samt lösa klimatkrisen.

Genom Globala målen kan alla bidra till att agendan uppnås till år 2030. Göteborg & Co jobbar aktivt för att maximera de positiva effekterna och minimera de negativa effekterna av sitt uppdrag, och därigenom bidra till en hållbar utveckling och de Globala målen. Bolagets uppdrag återfinns tydligt i tre av de Globala målens delmål:



Utifrån de viktigaste hållbarhetsfrågorna för bolaget har ledningen identifierat att man har särskilt stor påverkan på och möjlighet att bidra till ovan Globala mål.

Styrdokument och ansvar

Bolaget styrs på övergripande nivå av ägardirektiv, kommunfullmäktiges budget, destinationens och bolagets treåriga affärsplan och styrelsens mål och inriktningsdokument samt Göteborgs Stads program, policys och riktlinjer. I styrdokumenten är hållbarhetsperspektivet integrerat. Verksamheten miljödiplomerades första gången år 2008 och har sen dess ett systematiskt miljöarbete i ständig utveckling. Under 2019 har bolaget utfärdat ett ställningstagande om hållbar utveckling för Göteborg & Co, och inlett arbetet med att utveckla hållbarhetsmålen för verksamheten, något som kommer färdigställas under 2020.

Göteborg & Co:s hållbarhetsstrateg driver och utvecklar hållbarhetsarbetet i samarbete med bolagets olika avdelningar. Ytterst ansvarig för hållbarhetsarbetet är vd.

Hållbarhetsstrategier

Göteborg & Co:s hållbarhetsarbete utgår från tre bolagsövergripande strategier som växelverkar och stärker varandra:

1. Vi ska vara förebild och föregångare och visa vägen i det vi gör och har rådighet över.
2. Vi ska uppmuntra och utmana destinationens aktörer och samarbetspartners att utvecklas i hållbar riktning.
3. Vi ska inspirera och hjälpa till hållbar konsumtion av destinationens utbud.

Göteborg & Co:s kärnvärden ska genomsyra det vi gör och hur vi bemöter varandra

- Mänsklig
- Pluralistisk
- Inspirerande

Hönö

Götaplatsen

Välkomnande och inkluderande destination

Alla som besöker eller lever i Göteborg ska känna att de är en del av staden och att utbudet är till för dem. Göteborg & Co arbetar för att alla ska kunna ta del av utbudet i Göteborg, oberoende av kön, tro, etnisk bakgrund, sexuell läggning, funktionsvariation, ålder och språk. Bolaget ska också bidra till trygga och säkra upplevelser.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- **Brett utbud**
- **Tillgängligt och inkluderande**
- **Trygghet och säkerhet**

Inom området Välkomnande destination har bolaget identifierat att de bidrar särskilt till de Globala målen 5 Jämställdhet, 10 Minskad ojämlikhet, mål 16 Fredliga och inkluderande samhällen samt mål 17 Genomförande och partnerskap.

Brett utbud

Besöksnäringen bygger broar mellan människor och gör staden mer attraktiv genom nöjen restauranger, kaféer, kultur, utflyktsmål och handel. Genom att marknadsföra staden och ett brett utbud av evenemang och upplevelser bidrar Göteborg & Co till att skapa en levande stad med någonting för alla, där varken fysiska eller språkliga begräsningar ska hindra deltagande.

Marknadsföringsstrategin ”Always on” syftar till att vara närvarande och innehållskapande kontinuerligt under året snarare än att vid punktinsatser lyfta enskilda kampanjer. Den ständiga närvaron kompletteras med särskilda satsningar under exempelvis Höststaden och Julstaden, där destinationsinnehåll samlas, paketeras och kommuniceras under perioder som traditionellt anses som lågsäsong.

Internationell mötesstad

Göteborg är en internationell stad och Göteborg & Co har i uppdrag att värva stora kongresser och företagsmöten. Bolaget fokuserar främst på kongresser och möten som för samman akademi och näringsliv i regionen med forskning och utveckling på hög nationell och internationell nivå. Under 2019 har 35 möten genomförts där bolaget varit delaktiga i processen. Dessutom har ytterligare 31 möten värvats, vilka kommer att genomföras kommande år.

Göteborg & Co ska vara en förebild och föregångare i hållbarhetsfrågor för de aktörer som arrangerar möten och kongresser i staden. Bolaget uppmuntrar och utmanar mötesbranschen genom att driva utveckling och påverka både lokalt, nationellt och internationellt genom att förmedla hur bolaget och destinationen jobbar med hållbarhet.

Hållbar evenemangsstad

Göteborg & Co ska driva och stärka Göteborg som evenemangsstad genom att strategiskt utveckla, möjliggöra och genomföra hållbara evenemang inom kultur och idrott. Bolaget ska verka för att bredda utbudet för människor i alla åldrar, av olika kön och med olika bakgrund. Målbilden är att Göteborg år 2030 ska vara norra Europas ledande hållbara evenemangsstad.

Under året har Göteborg & Co arrangerat tre kulturevenemang. Dessa är Internationella Vetenskapsfestivalen, Gothenburg Culture Festival och Student Göteborg. Göteborg & Co arrangerade även European Choir Games 2019 i samarbete med Interkultur och Körcentrum Väst/ Kultur i Väst med stöd av Västra Götalandsregionen.
2019 har bolaget på olika sätt varit involverade i 105 evenemang varav 40 kulturevenemang och 64 idrottsevenemang.

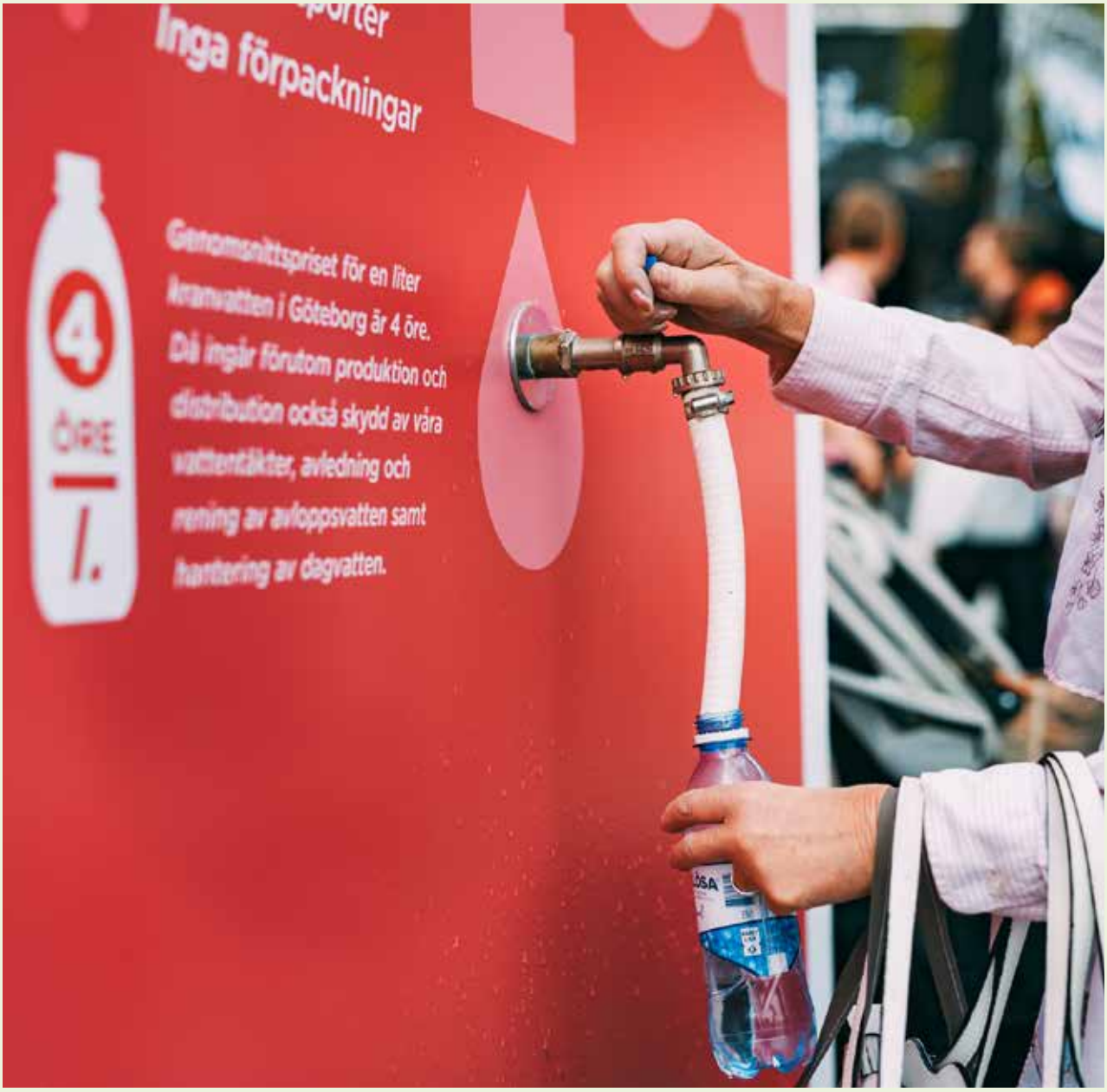
Bland dessa har bolaget haft fördjupade samarbeten med P3 Guld, Göteborg Film Filmfestival, Gothenburg Horse Show och golftävlingen Scandinavian Invitation.

Under 2020 kommer flera svenska och internationella sportevenemang äga rum i Göteborg. I januari står Göteborg värd för delar av Handbolls-EM 2020, och senare under året arrangeras EM i Trampolin och SM i mountainbike. Under året har fem större nationella och internationella evenemang värvats/ beslutats till Göteborg för genomförande 2020 och framåt: O-ringen 2024, JVM i Ishockey 2022, EM i karate 2021, UEFA Women’s Champion League final 2021 samt SM i Mountainbike 2020.

Konst i hela staden
Som en del av att inkludera hela staden i Göteborgs 400-årsfirande genomförs årligen Hela stadens galleri med 100 stora bildytor på utomhusskärmar. Innehållet är skapat av invånare i olika åldrar från stadens alla delar. 2019 var två konstutställningar aktuella; Ung Konst och Årsrika/Livet med Tiden.

Dialog och delaktighet i 400-årsjubileets kommunikation
En huvudprincip för 400-årsjubileets kommunikationsarbete är öppen dialog och delaktighet. Under 2019 har bland annat kampanjen 400 saker satts igång, där alla uppmuntras att delta med sina egna initiativ. Tio filmer om Göteborgs historia utifrån göteborgarnas frågor tagits fram i samarbete med Göteborgs Stadsmuseum. En musiktävling om Göteborgs jubileumslåt har utlysts tillsammans med The Brewhouse Awards vilket skapat stort engagemang och nationell uppmärksamhet.

Alla kan segla i Jubileumsparken
Seglarskolan Alla kan segla öppnade i Jubileumsparken 2014 och har blivit en stor succé. Seglingen är gratis där jollarna fungerar oavsett förkunskaper eller funktionsförmåga. Göteborgs 400-årsjubileum har prioriterat satsningen sedan start och under 2019 har Passalen fått fortsatt stöd för att driva verksamheten och tillgängliggöra vattnet för alla. Passalen är en ideell förening som verkar för att skapa inkludering i samhället för barn och unga vuxna med funktionsvariation.



Gothenburg Culture Festival är en hållbar förebild

Gothenburg Culture Festival är en av Nordens största kulturfestivaler och arrangeras av Göteborg & Co i egen regi.

Under sex dagar förvandlas stadens gator och torg till 52 festivalplatser med olika kulturupplevelser. I år kunde besökare ta del av 747 programstarter, samtliga gratis. Bland de 750 000 besökarna var 57 % kvinnor, 42 % män och 1 % annan könstillhörighet.

Gothenburg Culture Festival har ett aktivt och strategiskt hållbarhetsarbete. I festivalens hållbarhetspolicy för 2019 anges bland annat att evenemanget ska bidra till utvecklingen av Göteborg som en hållbar och nyskapande destination och evenemangsstad. Dessutom ska festivalen minimera sin miljöbelastning, göra miljömedvetna val, bidra till minskad segregation och ökad tillgänglighet, och alla festivalens avtalsparter ska arbeta hållbart. Festivalen ska bidra till en positiv utveckling av den lokala ekonomin och intresset för regionen.

Genom Gothenburg Culture Festival vill Göteborg & Co vara en förebild inom hållbara evenemang, och festivalen är en del i arbetet för att uppnå målbilden om att vara norra Europas mest hållbara evenemangsstad till 2030.

Gothenburg Culture Festival kommer från och med 2020 att heta Göteborgs Kulturkalas i kommunikation på svenska.

Tillgängligt och inkluderande

Segregation och ökande klyftor är stora utmaningar. I Göteborgs Stads arbete för en jämlik stad är syftet att minska skillnader i livsvillkor och hälsa. Göteborg & Co arbetar för ett brett utbud, tillgängligt oberoende av kön, tro, etnisk bakgrund, sexuell läggning, funktionsvariation, ålder eller språk. Bolaget verkar också för att delar av utbudet ska vara gratis i staden. Göteborg & Co ska stå för en medveten och inkluderande kommunikation i vilken språket ska vara enkelt och tillgängligt för alla. Innehållet lyfter fram ett brett utbud och bildspråket ger exempel på mångfald och inkludering.

Besöksservice

Besöksservice stärker destinationens värdskap genom chatt, mail, telefon, broschyrställ, turistbyråer samt infopoints och kompetensutveckling i destinationskunskap. Cirka 400 000 besökare nyttjade kompetensen på bolagets båda turistbyråer (i Nordstan och på Kungsportsplatsen) under 2019.

Destinationens officiella besöksguide goteborg.com uppdateras ständigt med tips, guider och information om staden utbud, utflyktsmål, kollektivtrafik och aktuella händelser. Sajten hade under året 3 100 000 besökare.

Digitala verktyg och mänskliga möten utgör tillsammans ett gott värdskap, som gör det möjligt för alla dessa besökare att bli goda ambassadörer för Göteborg.

Bäst i Europa på värdskap

Christina Bonnevier från Göteborgs Turistbyrå tilldelades under året utmärkelsen som Europas bästa turistinformatör, EMC TIC Hostmanship Award 2019.

Tävlingen fokuserar på de mjuka och mänskliga värdena i mötet med besökare. Utmärkelsen är ett kvitto på Göteborg & Co:s satsning på det personliga mötet via Turistbyrån.

TIC Hostmanship Award delas ut av organisationen European Cities Marketing som består av medlemmar från europeiska turistorganisationer.

Christina Bonnevier

Jämlik stad genom möten, evenemang och upplevelser

Göteborg & Co omfattas av Göteborgs stads program för jämlik stad. Bland målområdena i stadens program bidrar bolaget främst till att skapa förutsättningar för arbete och förutsättningar för delaktighet, inflytande och tillit.

Genom att verka för öppna evenemang i stadsrummet möjliggörs förutsättningar för mötesplatser som i sin tur kan bidra till ökad delaktighet. De evenemang som Göteborg & Co arrangerar präglas av en hög medvetenhet och systematiskt arbete gällande att skapa jämställda program och scener. Ett arbete som kompletteras av inkluderande innehåll och marknadsföring.

Arbetet med Göteborgs 400-årsjubileum har matchats med programmet för Jämlik stad för att åstadkomma en mer socialt hållbar stad. Detta genom öppen dialog, samverkan över gränser samt att skapa möten mellan människor.

GBG Talks

I december intog Gbg Talks Göteborgs Centralstation och gav förbipasserande chansen att lära känna någon de aldrig träffat tidigare.

För att bryta isen och bädda för ett spännande samtal fick alla specialskrivna frågor att ställa till varandra. Syftet med samtalet var att sätta fokus på det mänskliga mötet, och de frågor som deltagarna fick var särskilt utformade för att skapa förståelse mellan människor.

Gbg Talks arrangerades under två dagar och totalt i åtta timmar. Totalt möttes 100 personer, i 50 samtal. Göteborg & Co stod som arrangörer och ville genom eventet lyfta organisationer som jobbar med frågorna – till exempel Göteborgs Stadsmission, Språkvän Göteborg, Kompis Sverige och Kulturkompis.

Trygghet och säkerhet

De senaste åren har den upplevda otryggheten och oron ökat i hela Sverige (källa BRÅ:s Nationella trygghetsundersökning 2019). Vid evenemang samlas många människor på samma plats, och därför är trygghet och säkerhet för alla besökare och arrangörer viktigt.

Sexuella trakasserier är ett samhällsproblem och något som förekommit vid större evenemang i allmänhet och vid musikevenemang i synnerhet. Göteborg & Co har jobbat aktivt med frågan och har under 2019 inte fått några ökade antal anmälningar.

Bolaget arbetar proaktivt, bland annat med riskanalyser och risk- och krisövningar inför egna evenemang, och har en tät samverkan med stadens myndigheter (polis, räddningstjänst, sjukvård, trafikkontoret med mera) för att trygga säkerheten.

När det gäller evenemang där Göteborg & Co stöttar arrangören blir rollen rådgivande och kravställande för att säkerställa att evenemanget uppfyller relevanta säkerhetskriterier. Dessa kriterier varierar utifrån behoven kopplat till respektive evenemang och sammanhang.

BonnierHoops – succé även i år

Även detta år genomfördes sommarlovsprojektet BonnierHoops utanför Sjumilaskolan i Biskopsgården. Barn och ungdomar deltog under hela sommaren, måndag till lördag, i olika aktiviteter som streetbasket, läsa böcker, tävla i spoken word och mycket mer. Projektet avslutades under bokmässan med en stor poesitävling, där unga i åldern 14–21 år tävlade i slam poetry.

Evenemanget anges som en av anledningarna till att brottsligheten under sommaren minskade med nära 50 % jämfört med tidigare år i Biskopsgården. Projektet har även bidragit till att ungdomar ökat sina färdigheter i att läsa och skriva, samt ökad trygghet och tillhörighet i olika föreningar.

BonnierHoops har arrangerats sedan 2018 och är ett samarbete mellan Bonnierförlagen, Svenska Basketbollförbundet, Göteborgs Stad, Polisen, Näringslivsgruppen Göteborg & Co, Bokmässan, Bostadsbolaget, Poseidon, Bo Bra och Västra Hisingen Basket. 2020 driver Biskopsgården projektet själv i sin stadsdel och Näringslivsgruppen finns med som strategisk partner. Under 2020 kommer BonnierHoops att startas upp och genomföras i Angered.

BonnierHoops utanför Sjumilaskolan i Biskopsgården

Röda Sten

Haga

Växande och välmående destination

Göteborg & Co verkar för att Göteborg ska vara en attraktiv och hållbar storstadsregion där idéer, verksamheter och människor växer tillsammans. Besöksnäringen skapar arbete och ekonomisk tillväxt i staden, och möjliggör att viktiga samhällsfrågor kan lyftas fram.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- **Ekonomisk tillväxt genom besöksnäringen**
- **Jobbskapande och kompetensförsörjning**
- **Genom upplevelsen belysa viktiga samhällsfrågor**

Inom området Välkomnande destination har det identifierats att bolaget bidrar särskilt till de Globala målen 5 Jämställdhet, 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, 10 Minskad ojämlikhet, 11 Hållbara städer och samhällen, 12 Hållbar konsumtion och produktion samt mål 16 Fredliga och inkluderande samhällen.

Ekonomisk tillväxt genom besöksnäringen

Besöksnäringen skapar arbetstillfällen för många människor. Ett ökat utbud av evenemang, restauranger, hotell, möten och upplevelser bidrar till att göra Göteborg till en ännu bättre stad att leva och verka i. Genom att Göteborg & Co fungerar som samverkansplattform och motor i att skapa hållbar tillväxt inom besöksnäringen, ges ett väsentligt bidrag till samhällsutvecklingen.

Göteborgsregionens turism och besöksnäring fortsätter utvecklas positivt såväl avseende gästnätter som sysselsättning och turismomsättning. Målet är att till år 2030 ha fördubblat turismen. Dock får inte fördubblingen av besöksnäringen ske på bekostnad av göteborgarna eller göra staden mindre attraktiv. Därför mäts även göteborgarnas attityd gentemot Göteborg genom SOM-undersökningen, vars resultat för 2019 visade att 86 % av göteborgarna har en positiv syn på sin stad.

Fram till år 2035 ska staden ge plats för 150 000 nya göteborgare, 80 000 nya bostäder och arbetsplatser. Detta skapar utmaningar – men också stora möjligheter. Strategisk och kontinuerlig marknadsföring med fokus på bredd och utbud, inte minst under delar av året som traditionellt ses som lågsäsong, kan verka för att fylla tillgänglig kapacitet och för utjämning av säsonger. Under året har en förstudie på temat lågsäsong initierats där intressenter engagerats för att gemensamt hitta lösningar.

Möten som attraktionskraft

Göteborg ska attrahera möten som identifierats som strategiskt viktiga för näringslivet, akademin och staden. Mötesbranschen är en del av besöksnäringen, vilken är en väsentlig del för Göteborgsregionens målsättning för fortsatt hållbar tillväxt och attraktivitet.

Göteborg & Co har särskilt fokus på att värva möten och kongresser inom ramen för Göteborgs Stads näringslivsstrategiska program. I detta program prioriteras sex områden: kompetensförsörjning, attraktionskraft, infrastruktur och tillgänglighet, markberedskap och fysisk planering, företagsklimat samt innovationskraft.

Mötesbranschen skapar tillväxt och profilerar stadens forskning, innovationer och företag. Allt detta stärker Göteborg som en attraktiv plats att studera, verka och investera i.

Jobbskapande och kompetensförsörjning

Besöksnäringen är en stor jobbskapare som attraherar människor med olika erfarenhet, bakgrund och utbildning. En ökad turism betyder ännu fler arbetstillfällen, men också en större efterfrågan på utbildning och kompetens. Restaurangbranschen är ett exempel där det nu börjar bli en utmaning att hitta rätt kompetens. Samtidigt finns det här stora möjligheter för unga och nya göteborgare att få arbete. Arbete med kompetensförsörjningsinsatser görs kontinuerligt och i samverkan med bland annat BRG, GR och Turistrådet Västsverige.

Näringslivsgruppen som möjliggörare

Näringslivsgruppen ska vara en plattform för samverkan mellan näringsliv, organisationer, kommuner och akademi i arbetet med att stärka och utveckla Göteborgs konkurrens- och attraktionskraft. Näringslivsgruppen stödjer och möjliggör projekt och satsningar inom kunskap, näringsliv, evenemang och kultur. Projekt som främjar långsiktig kompetensförsörjning och inkludering för en attraktiv, levande och hållbar storstadsregion.

Skarpt läge skapar jobb

Under jobbmässan Skarpt Läge i februari träffade 1 831 unga människor potentiella arbetsgivare, vilket var nytt besöksrekord.

Resultatet blev 184 nya arbetstillfällen, varav 94 heltidstjänster. Alla arbetsgivare som deltog i mässan kunde erbjuda antingen jobb, studier eller praktik. Majoriteten av arbetsgivarna som representerades på mässan fanns inom lager och logistik samt hotell och restaurang.

Skarpt Läge har arrangerats varje år sedan 2014 för att skapa mötesplatser och möjligheter för arbete, praktik och studier för unga vuxna mellan 18–30 år. Jobbmässan bygger på ett samarbete mellan Näringslivsgruppen Göteborg & Co, Gothia Towers/ Svenska mässan, Arbetsförmedlingen, Visita och Arbetsmarknad och Vuxenutbildning.

Förhoppningen är att Skarpt Läge inte bara ska vara Göteborgs bästa jobbmässa för unga, den ska bli Sveriges bästa plattform för ungdomar att komma in på arbetsmarknaden

Genom upplevelsen belysa viktiga samhällsfrågor

Göteborg & Co arbetar för att belysa viktiga samhällsfrågor så som jämställdhet, mångfald, hälsa, miljöhänsyn och integration genom besöksnäringen. I bolagets egna satsningar är detta ett genomgående tema, bland annat genom egna evenemang och aktiviteter, men också i samband med internationella kongresser och möten.

Som exempel genomfördes under året Gbg Talks på Göteborgs Centralstation, med fokus på det mänskliga mötet. Gothenburg Culture Festival har i många år jobbat aktivt med samhällsfrågor och hållbarhet. Bland annat satsar evenemanget aktivt på att ha jämställda scener och artister från olika delar av världen. Evenemanget har också under många år jobbat medvetet med miljöfrågor. Evenemangets hållbarhetsarbete är något som uppmärksammats mycket, och är en förebild för många arrangörer.

Staden där vi läser för våra barn

Göteborgs Stad mobiliserar för att bli Staden där vi läser för våra barn. Satsningen är en del av stadens jämlikhetsarbete. I en stad där vi läser för våra barn blir fler behöriga till gymnasiet, kan vidareutbilda sig och har lättare att få jobb. Göteborgs 400-årsjubileum har under året bidragit till satsningen så att alla förskoleklassbarn i Göteborg har fått en utvald bok.

Ungas inflytande i stadens utveckling

Göteborgs 400-årsjubileum har en ung referensgrupp som bildades 2014 inför fokusåret Av och med unga. Gruppen, som heter Power to the Youth, består av 16 personer mellan 16-26 år från alla stadsdelar. Medlemmarna i gruppen är anställda på timmar och syftet är att bidra med ett ungt perspektiv. Fler unga ska få inflytande och vara delaktiga i Göteborgs utveckling och stadens jubileumssatsningar. Under året har Power to the Youth exempelvis jobbat tillsammans med flera av stadens jubileumssatsningar.

Jubileumspaviljongen Göteborg 400 år
Under Gothenburg Culture Festival och European Choir Games 2019 bjöds besökarna in till en Jubileumspaviljong i Bältespännarparken. Detta görs varje år inför 400-årsjubileet. Syftet är att möta och involvera göteborgare och besökare och föra dialog om stadens utveckling i samband med 2021. I år fanns bland annat ett ”interaktivt plank” i paviljongen där besökare kunde komma med sina förslag på hur de helst vill fira Göteborgs jubileumsår, vilka kommunikationskanaler som borde användas med mera. Vidare fanns Konsument- och medborgarservice på plats med Göteborgsförslaget, stadens digitala förslagslåda för vuxna och barn till hur staden kan bli bättre. Representanter från jubileumssatsningarna fanns på plats för dialog och samtal och i programmet fanns inslag där vd och direktörer för olika jubileumssatsningar diskuterade utvecklingen av Göteborg.

Vetenskapsfestivalen gör vetenskapen mer tillgänglig
För 23:e året i rad arrangerades Internationella Vetenskapsfestivalen i Göteborg. 2019 var temat Den svindlande tanken. Under tolv fullmatade dagar i början av april besöktes festivalen 52 475 gånger. Vetenskapsfestivalen i Göteborg är Sveriges största kunskapsfest och ett av Europas ledande populärvetenskapliga evenemang. Här får forskare och experter under lustfyllda former möjlighet att presentera sin forskning för skolungdomar och allmänhet. Syftet är att skapa en positiv attityd till forskning och vetenskap och att uppmuntra till högre studier. Vetenskapsfestivalen vill vara tillgänglig, tvärvetenskaplig, kreativ …och inkluderade, och består av tre olika program:

Skolprogrammet som riktar till elever i för- och grundskolan, samt en lärarkonferens. Här finns särskilt utformade skolaktiviteter som visar upp vetenskap på ett lustfyllt sätt. Lärarkonferensen diskuterade det högaktuella ämnet nätvett och källkritik på internet. 19 155 elever och lärare deltog.

Öppna programmet är till för allmänheten och är en viktig demokratisk mötesplats där forskning förmedlas till medborgarna. Aktiviteter och föreläsningar arrangeras även i miljöer som normalt inte förknippas med forskning och forskningskommunikation. 32 890 besökare deltog.
Branschprogrammet är en samverkansplattform och mötesplats för fackpublik såsom forskare, media, pedagoger, politiker och näringsliv.

Påverkan: Fint, fult eller farligt?

Forum för Forskningskommunikation arrangerades, för sjätte året i rad, i samband med Vetenskapsfestivalen.

Konferensen, som räknas till Nordens största inom sitt område, bjöd på ett brett program med fokus på nya vägar att nå ut med forskning till allmänheten.

Programmet innehöll bland annat en föreläsning om beteendedesign och nudging, en paneldiskussion om varför samhället ska involveras i forskningen, flera presentationer av lyckade exempel inom forskningskommunikation samt ett samtal om folkbildning genom TV. Årets konferens lockade 430 personer, ett nytt rekord.

Forum för Forskningskommunikation arrangerades av Göteborg & Co i samarbete med Vinnova, Vetenskapsrådet, Forte, Ragnar Söderbergs Stiftelse, Mistra, Vetenskap & Allmänhet, KK-Stiftelsen, Stiftelsen för strategisk forskning och Riksbankens Jubileumsfond.

Jubileumssatsningarna belyser samhällsfrågor
År 2021 fyller Göteborg 400 år, och det har fått saker att hända. Tusentals idéer har samlats in i öppen dialog med göteborgarna. Från detta arbete har jubileumssatsningarna arbetats fram och drivs av bolag och förvaltningar. Satsningarna har olika karaktär med mångfald och bredd, och tillför värden till staden genom unika lösningar och händelser som är långsiktigt hållbara. Många av stadens jubileumssatsningar har under 2019 genomfört inkluderande, öppna och publika aktiviteter som satt fokus på stadens utveckling och viktiga samhällsfrågor.
Jubileumsarbetet genomsyras av samverkan och den öppna dialogen för att skapa delaktighet och möten mellan människor.

Några exempel är Jubileumspaviljongen i Bältespännarparken på Gothenburg Culture Festival, där jubileumssatsningarna har sin självklara plats, lekplatsen Näsan i Blöt i Jubileumsparken som byggdes tillsammans med 100 göteborgare och invigdes under våren, Ö-festen på Ringön i augusti och Göteborgs Stadstriennals mellanakt i september.

Den öppna jubileumsprocessen, där staden lägger grunden och bjuder in brett, har dessutom genererat hundratals initiativ som drivs av olika aktörer inom näringsliv, stad, region, akademi, stiftelser, organisationer och föreningar. Allt för att göra Göteborg till en ännu bättre stad.

Själva jubileumsfirandet 2021 blir ett år av upplevelser för både göteborgare och besökare som invigs på nyårsafton 2020. Jubileet har sin egen hemsida: goteborg2021.com.

Team Göteborg skapar möjligheter
Team Göteborg är ett projekt där ungdomar och unga vuxna bjuds in att arbeta som evenemangsvärdar på volontärbasis. Inom projektet talas över 40 språk och samtliga stadsdelar finns representerade. Projektet syftar till att engagera framför allt unga göteborgare och öka anställningsbarheten genom ökad självkänsla, erfarenhet, kunskap och kontaktnät. Team Göteborg har idag totalt 290 medlemmar.

Framtidsambassadörer

Projektet Framtidsambassadörer startades 2019 av Universeum, Göteborgs grundskoleförvaltning, Näringslivsgruppen Göteborg & Co och Göteborgs 400-årsjubileum.

Det är ett projekt där Göteborgs skolor tillsammans med Universeum och dess lärmiljö skapar förutsättningar för elever att utvecklas på ett smart, hållbart och inkluderande sätt. Innehållet utgår från läroplanen men också i att möta de Globala målen för hållbar utveckling. Genom Framtidsambassadörerna är tanken att eleverna skall vara med och bidra till att göra världen och Göteborg till en bättre och mer inkluderande plats.

Besöksnäringens negativa effekter
Besöksnäringen har stora positiva effekter på Göteborg. Men, näringen kan även ha negativ påverkan och detta måste också beaktas och hanteras av bolaget tillsammans med destinationens aktörer, stadens myndigheter och förvaltningar.

Överturism och kritik från invånare blir allt vanligare i städer med många turister, som exempelvis Barcelona. I dagsläget ser vi inte dessa tendenser i Göteborg men med en växande turism i samverkan med en kraftigt växande stad är det en potentiell utveckling och därmed utmaning som måste bevakas. För detta syfte genomförs regelbundet en undersökning om göteborgarnas syn på sin egen stad.

En av turismens största utmaningar är transporterna. Flyget och bilismen har negativ påverkan på klimatet, samtidigt som resandet är nödvändigt för besöksnäringen. Detta är inte bara en utmaning för Göteborg som destination utan en stor utmaning för näringen globalt.

Internationell forskning pekar på att ökande besöksnäring leder till högre risk för svarta jobb, människohandel samt efterfrågan på sexuella tjänster och därmed även prostitution. Genom att använda besöksnäringens och Göteborg & Co:s befintliga samverkansplattformer kan strukturella förutsättningar skapas som främjar social hållbarhet till exempel i arbete mot trafficking och prostitution inom besöksnäringen. Bolaget har ett fortsatt samarbete med Social Resursförvaltning och Länsstyrelsen i arbetet mot människohandel kopplat till besöksnäringen.

Vetenskapsfestivalen

"The Edible Country" är en gör-det-själv restaurant där besökaren själv plockar och tillreder maten efter instruktioner.

Klimat- och miljösmart destination

Göteborg är en grön stad, med parker, skog och vatten alldeles runt hörnet. Det är en liten storstad där det mesta ligger på gångavstånd. Turismens och Göteborg & Co:s verksamhet gör avtryck på klimatet och miljön. Bolaget ska genom sin verksamhet, beslut och handlingar minska påverkan från den egna verksamheten, och genom samarbete och kommunikation bidra till en hållbar destination.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- **Klimatsmarta resor**
- **Resurseffektivitet**
- **Hållbar konsumtion**

Inom området Klimat- och miljösmart destination har det identifierats att bolaget bidrar särskilt till de Globala målen 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, 11 Hållbara städer och samhällen, 12 Hållbar konsumtion, 13 Bekämpa klimatförändringen, 14 Hav och marina resurser och 15 Ekosystem och biologisk mångfald.

Klimatsmarta resor

Transporterna är en av besöksnäringens största utmaningar. Destinationens målbild är att fördubbla turismen till 2030. En ökad turism bidrar positivt till samhällsekonomin men innebär också belastningar på miljön. Till Göteborg reser både turister och affärsresande, mestadels från Sverige, men även de internationella besöken växer.

Klimatdebatten ger tydliga effekter på resmönstren och val av transportslag. I SJ:s rapport om klimatsmart resande, ökade antalet tågresor inom Sverige med 1,5 miljon resor under 2018. För 2019 är prognosen att tågresandet ökar ännu mer inom Sverige. 75 % av Göteborgs besökare kommer från andra delar av Sverige och för dem är bilen än så länge det vanligaste färdmedlet, även om bilismen har minskat till förmån för tåget de senaste åren enligt SJ:s rapport. Det internationella resandet domineras av flyget.

I syfte att informera om resandets klimatpåverkan har Göteborg & Co varit med och tagit fram en klimatkalkylator som visar på koldioxidavtrycket i samband med en resa, och hur val av tåget framför flyget samt boende som är miljömärkt, kan minska resans utsläpp. Kalkylatorn finns på www.klimatsmartsemester.se.

I bolagets kommunikation kring transportalternativ för resan till Göteborg informeras besökare om hur de kan ta sig till staden på mest klimatsmarta vis, vilket presenteras först i listningen.

Alla resor som bolagets egna medarbetare genomför ska följa resepolicyn och klimatkompenseras enligt Göteborgs Stads policy för klimatkompensation. Resepolicyn innebär bland annat att det minst klimatpåverkande färdmedlet ska väljas och resan genomföras på ett kostnadsmedvetet sätt. Under 2018 gjordes totalt 328 flygresor varav 7 under 50 mil. Året dessförinnan gjorde 447 flygresor varav 17 var under 50 mil. För 2018 var utsläppen för bolagets flyg- och bilresor 77,1 ton CO2e (1,35 ton/årsarbete) (2017: 192,8 ton CO2e respektive 1,48 ton/årsarbete).

Hållbara resor inom staden

Göteborg är en stad där mycket finns inom gångavstånd. I bolagets kommunikation uppmanas besökare att gå, cykla eller åka kollektivt inom staden. För mötes- och evenemangsverksamheten är destinationens möjligheter med ”allt inom gångavstånd” och konceptet ”allt under ett tak”, som arenorna Scandinavium och Svenska Mässan tillsammans erbjuder, en viktig konkurrensfördel i värvningsprocesser. Detta minskar i sin tur arrangörens transportbehov. För att kunna erbjuda kollektivtrafik för mötesdelegater och evenemangsbesökare förs sedan länge dialog med Västtrafik om att hitta konkurrensmässiga och fungerande affärsmodeller. I dagsläget erbjuds evenemang- och mötesarrangörer kollektivtrafik till reducerade priser.

Det finns också en trend mot ökat intresse för att klimatkompensera för de koldioxidutsläpp som mötesdeltagarnas resor till destinationen ger upphov till, en möjlighet Göteborg & Co lyfter för arrangören.

Omräkningsfaktorer: Bil (egen bil i tjänsten) – 149 g/km; Drivmedel – Bensin: 2,42 Diesel: 2,67 Fordonsgas: 0,35. Uppgifterna om flygresor och klimatpåverkan kommer från resebyrån Egencia.) Siffror för 2019 års resor är tillgängliga först efter denna redovisning färdigställts.

Resurseffektivitet

Göteborg & Co miljödiplomerades första gången 2008 och bolaget följer Göteborgs Stads miljöprogram med målet att staden ska vara en föregångare i miljö- och stadsutveckling och en av världens mest progressiva städer i att åtgärda klimat- och miljöproblem.

Ett systematiskt arbete finns på plats med syfte att minska verksamhetens miljö- och klimatpåverkan, bland annat genom att göra hållbara inköp och ställa krav på leverantörer, samt genom utbildning av bolagets medarbetare. Bolagets identifierade miljöaspekter är resor och transporter, resurshantering, inköp och upphandling, avfall, mat och livsmedel, energi, kemikalier och vatten.

Hållbara möten och evenemang

Göteborg & Co för en aktiv dialog med alla samverkarande arrangörer i att utveckla sitt miljö- och hållbarhetsarbete. Bolaget erbjuder rådgivning och stöd i hållbarhetsfrågor för att hjälpa arrangörerna att bli mer hållbara. Målet är att allt som arrangeras i egen regi ska miljödiplomeras, och under året har Gothenburg Culture Festival, Vetenskapsfestivalen, European Choir Games samt Association World Congress varit diplomerade.

Att miljödiplomera sin verksamhet innebär att införa ett miljöledningssystem enligt kraven i Svensk Miljöbas. Det bidrar med mer miljösmarta val av produkter och tjänster och krav på leverantörer att vara med och bidra i en positiv riktning.

Under 2020 kommer Göteborg & Co att ta fram en guide för genomförande av hållbara evenemang kopplat till stadens mål, utmaningar och möjligheter, som ska användas för alla egna evenemang, men också som stöd och riktlinje för evenemang som genomförs av andra.

En av världens mest hållbara hotellstäder

I Göteborg finns det fler än 12 600 hotellrum, där 95 % av alla hotell i Göteborg är miljöcertifierade och innehar tredjepartsmärkning som Svanen, Green Key, Svensk Miljöbas Miljödiplomering, ISO 20121 eller ISO 140001.

Kraven för de olika märkningarna skiljer sig åt men gemensamt för alla är att de ställer höga krav på verksamhetens miljö- och hållbarhetsarbete. Märkningarna ställer exempelvis krav på användningen av fossila energikällor, energieffektivitet, avfallshantering, materialval och miljömärkt mat. Dessutom kräver märkningarna utbildning av medarbetare, mål och uppföljning. Att miljömärkning är en viktig konkurrensfördel fungerar som en ytterligare garanti för att hotellen tar sitt hållbarhetsarbete på största allvar.

Hållbar konsumtion

Göteborg & Co ska bidra till hållbar konsumtion såväl av besöksnäringens utbud som inom besöksnäringen själv. Detta kan handla om att genom kommunikation lyfta fram hållbara alternativ i staden, och uppmuntra besökarna till att agera hållbart under sin vistelse i staden genom att exempelvis välja kollektiva färdmedel, miljömärkta hotell och restauranger med hållbar mat på menyn.
På goteborg.com finns bland annat information om hur besökare kan bo hållbart på hotell, klimat- och miljösmarta restauranger och tips på butiker med hållbarhetsfokus.

I den egna verksamheten finns rutiner avseende resurshantering och avfallsminimering. En av bolagets stora påverkansmöjligheter när det gäller resurshantering är genom evenemangsverksamheten och de evenemang som bolaget har rådighet över.

Gothenburg Culture Festival – återbruk, närproducerat och engångsfritt

Under årets evenemang bar alla funktionärer second hand-kläder från Björkå Frihet. Satsningen på engångsfritt var ännu större än tidigare och även frågan om matsvinn var i fokus.

Tallrikar, glas och bestick som användes under festivalen var återbrukade och precis som tidigare år hade besökarna chans att med medhavd matlåda köpa mat till reducerat pris. För de som inte hade egen matlåda med sig fanns möjlighet att få en matlåda genom ett pantsystem, genom vilket matlådan sedan kunde återbrukas. På festivalområdet fanns även engångsfria zoner för mat och dryck.

För att minska engångsartiklarna under festivalen ställdes krav på matförsäljarna på att engångsartiklar inte fick användas. Matförsäljarna skulle även erbjuda halvportioner för att minska matsvinn under festivalen.

Arbetet resulterade i att 12 153 engångstallrikar och bestick kunde undvikas och 82 % av evenemangets avfall sorterades.

Gothenburg Culture Festival har som mål att till 2021 vara ett engångsfritt evenemang. Satsningen påbörjades 2018 och skalades upp under 2019. Arbetet för ett engångsfritt evenemang har fått mycket uppmärksamhet och syftar även till att inspirera andra att också bli engångsfria.

När finalen i Årets Kock 2019 avgjordes så stod två göteborgare överst på prispallen. Martin Moses från SK Mat & Människor knep första plats och hans arbetskamrat Ola Wallin (som numera är på Upper House Dining) tog silverplatsen.

Matstaden Göteborg

I Göteborg finns stjärnkrogar, trendiga barer, food trucks och ett stort utbud av restauranger av hög kvalitet. Men maten är mer än en reseanledning, det är också en viktig del av destinationens hållbarhetsprofil. Det gäller användningen av lokala råvaror på restauranger men även offentliga kök för skolor och omsorg. Det speglas även i en ökad kommunikation kring utbudet av lokala råvaror, vegetariska och veganska restauranger och ekologisk mat.

Under året har Göteborg & Co inlett arbetet med att ta fram en matstrategi för destinationen. En vägledning för hur bolaget i framtiden ska leda utvecklingen av och marknadsföra Göteborg som matstad. Stora möten och evenemang är viktiga plattformar som kan driva beteendeförändring i en mer hållbar riktning. Genom miljödiplomering av möten och evenemang ställs krav på restauranger och leverantörer att leverera ekologiska livsmedel, vegetariska alternativ och fisk från hållbara bestånd.

Under Gothenburg Culture Festival lanserades konceptet ”Eat local. Drink local.” där besökarna kunde njuta av hållbar mat och dryck från lokala matproducenter och mikrobryggerier. All mat som serverades höll dessutom WWF:s rekommendation för hållbar köttkonsumtion.

För att sätta fokus på matsvinn fanns även i år satsningen Green Corner i Bältespännarparken, där en läcker trerättersmiddag lagades enbart av matsvinn. Det fanns även möjlighet att köpa stadsodlade grönsaker från små producenter. All servering var på riktiga tallrikar och bestick som del i satsningen ”Engångsfritt evenemang”.

Göteborg & Co är medlem i Délice – city network on food and gastronomy. Délice samlar 31 medlemsstäder från hela världen i syfte att utbyta erfarenheter och främja ekonomisk utveckling genom gastronomi och restaurangnäring. Göteborg deltog och bidrog med kunskap och erfarenhet vid Delice årsmöte 2019 i Stavanger där temat var ”Food and Gastronomy in a SMART city” med särskilt fokus på att förbättra kvalitet och hållbarhet på mat vid stora möten och evenemang.

Hållbarhet som tema på Associations World Congress & Expo

Association World Congress & Expo är en årlig internationell kongress där upp emot 500 ledare från mötesorganisationer, som representerar cirka 9 000 möten runt om i världen samlas.

2019 hölls kongressens för första gången i Norden, på Svenska Mässan i Göteborg. Bakom kongressen stod organisationen Association of Association Executives.

I vanliga fall stöttar Göteborg & Co med det som behövs för att få en kongress till Göteborg. Det kan handla om strategier, ansökningsdokument, marknadsföringsmaterial, värdefulla kontakter inom staden, råd och information. Men Association World Congress & Expo var en strategisk satsning med möjlighet att knyta ihop olika aktörer, samt visa upp Göteborg som attraktiv stad och mötesdestination, vilket innebar att Göteborg & Co tog ett större aktivt värdskap.

Kongressen miljödiplomerades enligt Svensk Miljöbas vilket bland annat ledde till att det endast serverades vegetariska rätter en av kongressdagarna, och att maten generellt bestod av en hög andel ekologiska och närproducerade varor. Deltagarna uppmanades även att dricka kranvatten. Dessutom fördes ett aktivt arbete för att minimera matsvinnet under kongressen.

Under kongressen gjordes insatser för ett mer hållbart resande. De särskilt inbjuda gästernas resor klimatkompenserades och de erbjöds att resa med flygbussar och lokaltrafiken. Vid busscharter för alla kongressens deltagare hyrdes lokala transporter med miljöklassade fordon och miljöklassat drivmedel. I den mån programmet tillät uppmuntrades deltagare att testa konceptet ”allt inom gångavstånd”.

Magasinsgatan

Schyssta villkor

För Göteborg & Co är det självklart att arbete för hållbar utveckling även genomsyrar den egna verksamheten. Därför pågår en ständig utveckling och förbättring av det interna hållbarhetsarbetet. Som offentligt ägd verksamhet är det också viktigt med en transparent upphandling och en hög affärsetik.

Viktiga hållbarhetsfrågor:

- **God arbetsmiljö**
- **Affärsetik**
- **Hållbara upphandlingar och inköp**

Inom området Schyssta villkor har det identifierats att bolaget bidrar särskilt till de Globala målen 3 God hälsa och välbefinnande, 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, 10 Minskad ojämlikhet, 12 Hållbar konsumtion och produktion och 16 Fredliga och inkluderande samhällen.

God arbetsmiljö

Medarbetarna är en av Göteborg & Co:s viktigaste tillgångar och en god arbetsmiljö är centralt för verksamheten. Bolaget har i perioder hög arbetsbelastning och höga krav på flexibilitet, vilket kan leda till stress, något som bolaget ständigt jobbar med för att förbättra. Risken för hög arbetsbelastning är särskilt stor på vissa avdelningar där arbetet består av högintensiva perioder under delar av året. Detta jobbar bolaget med genom utökad tid för återhämtning.

Det kontinuerliga arbetsmiljöarbetet innefattar arbetsmiljörond och medarbetarsamtal, och i den återkommande medarbetarundersökningen kartläggs bland annat den psykosociala arbetsmiljön.

Under året har särskilda satsningar gjorts på arbetsmiljön, bland annat genom utbildningar samt etablering av ett forum för enhetschefer att avhandla bland annat arbetsmiljöfrågor. Dessutom har bolaget under året fokuserat på att utbilda alla chefer, arbetsledare, fackliga parter samt arbetsmiljökommittén i arbetsmiljö. Under 2020 kommer alla medarbetare få utbildning i arbetsmiljö.

Sjukfrånvaron är historiskt sett låg, men visade en svag ökning under perioden 2016–2018. Under 2019 har frånvaron åter minskat.

Resultat av medarbetarenkäten 2018

Resultatet från 2018 års medarbetarundersökning redovisades i februari 2019 och visade att bolagets värden ligger över eller i nivå med index för stadens bolag på de flesta områdena. Värdena har ökat något jämfört med föregående år (2017)

I tidigare medarbetarundersökning har resultatet sammanställts i Nöjd medarbetarindex samt Hållbart medarbetarengagemang. 2019 har inte någon medarbetarundersökning genomförts och under 2020 planerar bolaget att ta fram en ny form för medarbetarundersökning.

Fokus på diskrimineringsgrunderna

Göteborgs Stad har som inriktningsmål att staden ska vara fri från diskriminering och där mänskliga rättigheter är självklara.

Göteborg & Co antar årligen en jämställdhets- och mångfaldsplan. Planen grundar sig på Göteborgs Stads likabehandlingsarbete och mål för likabehandling. Under 2019 har Göteborg & Co jobbat aktivt med mångfaldsplanen. Under slutet av 2019 påbörjades en föreläsningsserie som behandlar de sju diskrimineringsgrunderna. Under december hölls den första föreläsningen på temat Tillgänglighet.

Affärsetik

Göteborg & Co omfattas av Göteborgs Stads policy och riktlinje mot mutor, upprättad i linje med Institutet Mot Mutors Kod mot mutor.

Under 2019 beslutades om en ny Anvisning mot mutor och jäv inom bolaget som alla medarbetare får utbildning i under 2019 och 2020. I den nya anvisningen beskrivs stadens ståndpunkt i frågor om mutor och jäv, men också ställningstaganden i olika situationer som är anpassade till bolagets verksamhet. Förutom riskminimering syftar arbetet till att underlätta för medarbetarna att göra rätt i olika situationer.

Korruption är en risk framför allt inom områdena inköp och representation. Genom internrevision görs årligen stickprover på hur verksamheten följer policys och riktlinjer.

Hållbara upphandlingar och inköp

Göteborg & Co är ett kommunalägt bolag och omfattas därför av lagen om offentlig upphandling. Bolaget omfattas även av Göteborgs Stads policy och riktlinje för upphandling och inköp, vilken ställer upp krav för att bidra till en hållbar stad. Hänsyn ska enligt denna tas till klimat- och miljöpåverkan, mänskliga rättigheter i arbetslivet samt FN:s Barnkonvention.

Under 2019 har bolaget totalt haft 810 kontrakterade leverantörer och upphandlat till ett belopp av 80,8 mkr.

Göteborg & Co använder alltid Göteborgs Stads ramavtal när det är tillämpbart vid upphandlingar. I stadens ramavtal definieras vilka miljö- och sociala krav som ska ställas på leverantörer.

På grund av verksamhetens inriktning och uppdrag täcker stadens ramavtal inte alltid bolagets behov av upphandlingar. Därför görs även egna upphandlingar, och i möjligaste mån sker detta genom att Göteborg & Co tecknar egna ramavtal. Beroende på inköpsvärdet görs antingen en annonserad upphandling eller en direktupphandling. Exempel på sådant som upphandlas i den egna verksamheten är ljud, ljus, scen, tält, catering och annat som behövs till genomförandet av evenemang. Oavsett om det görs en annonserad upphandling eller en direktupphandling ska Göteborgs Stads policy följas och direktupphandlingar över 50 000 kr dokumenteras alltid.

Medarbetare i siffror

	2019	2018	2017	2016
Sjukfrånvaro %	3,58	4,99	3,45	3,4
Arbetsskador, antal rapporterade*	4	2	3	3

**För 2019 är siffran prognos och ej fastställd. Siffrorna avser när skadan uppstod, ej när den anmäldes. I arbetsskadeanmälningar ingår arbetssjukdom, arbetsolycka och färdolycksfall.*

	2019	2018	2017	2016
Nöjd medarbetarindex*	-	*60*	57	67
Hållbart medarbetarengagemang*	-	*76*	76	80

*Under 2019 har ingen medarbetarenkät genomförts då man ser över formen för detta och kommer ta fram en ny form för enkäten under 2020..

	Kvinnor	Män	Under 30 år	30-49 år	Över 50 år
Styrelse*	*5*	*2*	2	2	3
Ledningsgrupp	*5*	*4*	0	3	6
Alla anställda**	*74*	*25*	2	68	29

**Exkl suppleanter. **Siffrorna avser tillsvidareanställda i december 2019.*

Övrig personaldata redovisas på sid 66.

Vasaplatsen

Förvaltningsberättelse

Koncern- och ägarförhållanden

Göteborg & Co AB är helägt av Göteborgs Stadshus AB (org.nr 556537–0888) till 100 % med säte i Göteborg som i sin tur är helägt av Göteborgs Stad. Göteborg & Co AB äger 100 % av aktierna i Got Event AB (org.nr 556015–9823), Liseberg AB (org.nr 556023–6811) och Göteborgs Stadsteater AB (org.nr 556016–7875). Moderbolaget Göteborgs Stadshus AB upprättar koncernredovisning.

Information om verksamheten

Göteborg & Co:s uppdrag är att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Det görs genom att i bred samverkan leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring. Sedan 1991 har det varit stadens bolag för att samordna och strukturera arbetet med att utveckla besöksnäringen i Göteborgsregionen i nära samverkan med staden, näringslivet och akademin.

Bolaget värvar och utvecklar större möten och evenemang, marknadsför destinationen samt stimulerar till att skapa reseanledningar. Bolaget skapar affärsmässig samhällsnytta genom att fungera som samverkansplattform och motor för destinationsutveckling, bidra till hållbar tillväxt inom besöksnäringen samt bidra till en attraktiv destination och levande stad för både besökare och göteborgare.

Kommunfullmäktiges budget är det övergripande och överordnande styrdokumentet som anger fullmäktiges mål och inriktningar för mandatperioden och budgetåret. Göteborg & Co:s uppdrag och långsiktiga inriktning styrs av bolagsordning och ägardirektiv samt Göteborgs Stads olika strategiska program där programmet för besöksnäringens utveckling är av särskilt betydelse. Utöver det styrs bolagets verksamhet av Destinationen Göteborg och bolagets treåriga affärsplan, som utarbetats i samverkan med besöksnäringen, akademin och andra offentliga aktörer.

Bolagets omsättning fluktuerar mellan åren beroende på mängden uppdrag och evenemang.

Bolaget visar ett rörelseresultat på 0,1 mkr. Föregående års rörelseresultat var -13,1 mkr. Vilket var planerat på grund av ändrade finansieringsformer för Volvo Ocean Race. Underskottet täcktes av koncernbidrag.

Styrelsen och verkställande direktören bedömer att verksamheten är i linje med kommunens ändamål med sitt ägande av bolaget och att bolaget har följt de principer som framgår av 3 § i bolagsordningen.

Väsentliga händelser och utveckling under räkenskapsåret

Besöksnäringen visar fortsatt tillväxt i Göteborgsregionen. Under 2019 prognosticeras att cirka 5 miljoner gästnätter har gjorts på hotell och vandrarhem vilket är en ökning med cirka 4 % jämfört med året innan. Statistiken omfattar inte alternativa boendeformer som Airbnb och liknande. En förändring är att det skett en förskjutning till en större andel svenska gäster. En trolig förklaring till detta är att SCB/Tillväxtverket i statistiken tidigare år haft en relativt stor andel gäster med ej angiven nationstillhörighet som räknats som internationella gäster. Denna grupp har nu minskats kraftigt och bestod sannolikt av en större andel svenskar än vad man tidigare insett. Det påverkar inte det totala antalet gästnätter, utan bara fördelningen mellan svenska/utländska. Förhoppningsvis innebär detta att det i framtiden blir ett bättre och mer tillförlitligt underlag på gästernas ursprung.

Både de nationella och stadens målsättningar bygger på beräkningar utifrån en utveckling av internationella gästnätter som nu kan ifrågasättas. En konsekvens blir att mer rättvisande nationell statistik innebär utmaningar mot uppsatta mål både nationellt och för Göteborg.

Beläggningen på hotell och vandrarhem är generellt hög, nästan 70 % i genomsnitt fram till oktober

Kungstorget

och hela 85 % i juli vilket är högst av de svenska storstadsregionerna. I praktiken har Göteborg kapacitetsbrist och den planerade utbyggnaden med närmare 4 000 rum under perioden 2022 – 2026 är efterlängtad.

Göteborg utnämndes i oktober till European Capital of Smart Tourism 2020. Genom tävlingen vill EU-kommissionen belöna städer som utmärker sig för smarta, innovativa och inkluderande lösningar inom turism. För Göteborg blir detta en motor att driva ett utvecklingsarbete under nästa år på europeisk nivå. Göteborg blev också för fjärde året i rad utnämnd till världens mest hållbara destination av Global Destination Sustainability Index.

Storstadssamarbetet med Stockholm och Malmö fördjupades under året för att säkerställa storstadsperspektiv i det arbete med framtida strategier för besöksnäringen inom näringsdepartementet, Tillväxtverket och inom Svensk Turism.

Samarbetet med Göteborgsregionen har utvecklats till två nätverk, där det ena är ett marknadsnätverk som fokuserar på marknadsföring och kommunikation och det andra riktar sig till näringslivsansvariga. Syftet med det senare är att arbeta med besöksnäringsfrågor på en strategisk nivå. Besöksnäringsfrågor är alltid en del av nätverkets möte där Göteborg & Co har ansvar för frågan.

Sommarens stora evenemang Gothenburg Culture Festival (GCF) och European Choir Games (ECG) genomfördes framgångsrikt i augusti. År 2020 kommer namnet Göteborgs Kulturkalas användas på svenska och Gothenburg Culture Festival på engelska samt att genomföras under vecka 33.

Under året har Göteborg & Co:s affärsområden fortsatt implementering av affärsplanens strategier i sina verksamheter. Arbetet med många av de verksamhetsspecifika strategierna börjar visa konkreta resultat i bl.a. utvecklade möteskoncept, nyetableringar av evenemang och utveckling av säsonger och tematiska koncept.

Kommunfullmäktiges mål och uppdrag

Bolaget har under året levererat på de uppdrag som tilldelats i kommunfullmäktiges budget samt svarat mot tilldelade uppdrag från 2018 års ägardialog med Göteborgs Stadshus AB.

En positiv tendens är även ökningen av bolagsövergripande samarbeten mellan affärsområdena i syfte att skapa synergier och mervärden. Detta märks inte minst inom Jubileumsprojektet där upptakten till jubileumsåret 2021 börjar synas på allvar inom flera affärsområden. Jubileumsorganisationen har växt och involverar många i hela bolaget på olika funktioner inför genomförandet.

Under året har politiska beslut tagits om inriktning och budget för Jubileumsårets utformning och arbetet är inne i en genomförandefas med planering av de olika höjdpunkter under 2021 som utgör firandet.

Regional och nationell samverkan

Destinationen Göteborg omfattar ett större geografiskt område än staden och en besökare bryr sig inte om kommungränser. I regel anses Göteborgsregionens 13 kommuner ingå i destinationen. Genom samverkansavtal med Göteborgsregionen har bolaget uppdraget att arbeta med hela destinationen. För att växa och öka antalet internationella besökare finns också ett flerårigt avtal med Turistrådet Västsverige och Visit Sweden i syfte att samordna resurserna på prioriterade utländska marknader för att få största möjliga effekt i marknadsföringen.

Framtidsutsikter

Det globala resandet ökade med 4 % under det första halvåret 2019 enligt FN:s turistorgan UNWTO som prognosticerar att tillväxten håller sig på samma nivå hela året. Det är alltså en fortsatt stark tillväxt i besöksnäringen internationellt. Tillgången på boendekapacitet i Göteborgsregionen är begränsad under stora delar av året vilket bromsar tillväxten i gästnätter. De nya investeringar i boende som planeras kommer ge effekt först om några år, varför utrymmet för ökning är litet under högsäsongerna.

I december hölls Nobel Week Dialogue i Svenska Mässan med gratis inträde inför fulla läktare. På scen fanns en rad nobelpristagare och världsledande forskare som diskuterade på temat "Into the unknown".

Årets Göteborgare blev Joel Lundqvist, lagkapten och stor idrottsprofil i Frölunda Hockey. Sedan 1993 har Göteborg & Co tillsammans med GT och Sveriges Radio P4 utnämnt en person som betytt något för många göteborgare. Joel blev den 28:e utnämningen.

I planerna för destinationen och bolaget ligger därför att öka aktiviteterna för att attrahera fler besökare under lågsäsong. Samt att bredda utbudet av upplevelser för att nå nya målgrupper.

Att tillväxten måste vara hållbar och balanserad är en förutsättning för att den alltid ska gynna göteborgarna. Kompetensförsörjning är en av de stora frågorna för besöksnäringen. De stora satsningarna som Göteborg har framför sig kommer öka rekryteringsbehovet framför allt inom hotell och restaurang.

Risk och säkerhet

Årligen genomförs en riskanalys relaterat till bolagets övergripande och operativa mål. Där listas olika händelser som direkt eller indirekt kan påverka verksamheten negativt. Bland dessa kan särskilt nämnas följande:

- Förvaltningsrätten avvisade Göteborgs Stads överklagan av beslutet från Konkurrensverket 2017 avseende Göteborgs Stads finansiering av bolaget. Målet är av stor principiell betydelse och påverkar formerna för bolagets finansiering och förutsättningarna för motsvarande verksamheter inom EU. Rättens beslut har överklagats i högre instans.

- Göteborgs möjlighet att konkurrera om stora internationella evenemang försvagas på grund av tillgång till attraktiva arenor, ekonomiska villkor eller dålig tillgänglighet.

- Externa risker som beror på händelser i omvärlden såsom ekonomisk oro, lågkonjunktur eller terrorhandlingar kan ha stor påverkan på bolagets möjligheter att nå sina mål. Dessa är utanför bolagets kontroll men påverkar turismen och resandet i stort. Otrygghet på gator och torg är också en risk som kan hanteras genom proaktiv kommunikation och ett kontinuerligt trygghets- och säkerhetsarbete med myndigheter och Göteborgs Stad.

- I Göteborg pågår flera stora infrastrukturprojekt som innebär att framkomligheten är begränsad på vissa ställen. Detta kan sprida bilden av en otillgänglig stad vilket kan innebära att arrangörer och besökare väljer bort Göteborg.

Hållbarhet

Bolaget ska genom ett långsiktigt och integrerat hållbarhetsarbete sträva efter att förebygga och minimera negativ påverkan från verksamheten och som samverkansplattform bidra positivt till utvecklingen i stad och region. Bolaget stödjer FN Global Compacts principer för företag.

Göteborg & Co miljödiplomerades första gången 2008. Bolagets verksamhet är inte tillstånds- eller anmälningspliktig enligt miljöbalken. Miljöarbetet bedrivs systematiskt utifrån Svensk Miljöbas nationella miljöledningsstandard och ska präglas av ständiga förbättringar.

Resor och transporter är en förutsättning för bolagets uppdrag men är också en betydande miljöaspekt. Omfattningen av påverkan från resor fluktuerar mellan åren beroende på mängden värvningsprocesser, evenemang och andra uppdrag. Tjänsteresorna klimatkompenseras genom Göteborgs Stads interna klimatkompensation.

Göteborg & Co omfattas ej av lagkravet att upprätta en hållbarhetsredovisning. Bolaget har ändå valt att upprätta en hållbarhetsredovisning i enlighet med Global Reporting Initiatives standarder för hållbarhetsredovisning (2016) på tillämpningsnivå ”Core”. Hållbarhetsredovisningen återfinns på sidorna 8–39.

Personal

Göteborg & Co ska vara en attraktiv arbetsplats där jämställdhet och mångfald är en självklarhet. Bolaget vill uppfattas som en nyskapande, kreativ och professionella organisation som arbetar aktivt och målfokuserat med tydlig värdegrund. Under våren rekryterades en ny vd till bolaget och i juni tillträdde Peter Grönberg posten.

I oktober påbörjades en genomlysning och anpassning av organisationen på bolaget. Detta för att driva verksamheten mot ett mer strategiskt arbetssätt och på så vis möta affärsplanens utarbetade strategier och åtgärder samt destinationens långsiktiga målbild. Fokus låg på breddning av arbetsuppgifter, omprioritering av befintliga tjänster samt generell

kompetensväxling. De förändringar som genomfördes under hösten ledde till enstaka personalförändringar.

Resultatet från 2018 års medarbetarundersökning redovisades i februari 2019 och visar att bolagets värden ligger över eller i nivå med index för Göteborgs Stads bolag på de flesta områden. Under 2019 har ingen undersökning gjorts. Formerna för denna kommer att ses över för att återkomma under 2020.

Under året har särskilda satsningar gjorts på arbetsmiljön. En utbildning har genomförts för chefer, arbetsledare, arbetsmiljöombud och fackliga representanter. Det har etablerats ett forum för enhetschefer där bland annat arbetsmiljöfrågor avhandlas. Ett inkluderande arbete med företagskulturen har inletts sedan tillträdet av ny vd.

Sjukfrånvaron är historiskt sett låg, men visade en svagt ökande trend under 2016 – 2018. Under 2019 har sjukstatistiken åter börjat minska. Personalomsättningen är på ungefär samma nivå som tidigare år.

Valand

European Choir Games 2019

Evenemang

2019 stod Göteborg som värd för tre världsevenemang under en och samma vecka. Gothenburg Culture Festival, European Choir Games och Way Out West pågick alla mellan den 3–8 augusti, med folkfest i och runt om Göteborg som resultat. Under året värvades också flera stora internationella evenemang till Göteborg, bland annat UEFA Women's Champion League final 2021, EM i karate 2021 och JVM i ishockey 2022.

Affärsområdets uppdrag

Evenemangsavdelningen ska driva och stärka Göteborg som hållbar evenemangsstad genom att strategiskt utveckla, möjliggöra och genomföra hållbara evenemang inom kultur och idrott.

Summering av verksamhetsåret

Flera stora evenemang har värvats under 2019, bland dem damernas UEFA Champions League Final 2021, EM i Karate 2021, JVM i ishockey 2022 och O-ringen 2024. Arbetet med arrangörer, platser och arenor i staden har bidragit till nya etableringar med långsiktigt fokus, till exempel Gothenburg Design Festival och Way Out West Youth Programme.

Event Support har under 2019 kartlagt och därefter utvecklat samarbetet med externa arrangörer genom workshops och individuella möten. Volontärspoolen Team Göteborg, som syftar till att öka ungdomars attraktivitet på arbetsmarknaden, har under året samarbetat med bland annat P3 Guld, Göteborgsgirot och European Choir Games.

För att sammanfalla med European Choir Games var Gothenburg Culture Festival i år förlagt till 6–11 augusti. Evenemanget var välbesökt med över 750 000 besökare under festivalens fem dagar. Årets huvudscen fanns på Kungstorget och det var där festivalens största stjärna, egyptisk-libanesiska sångerskan Haifa Webe, underhöll tusentals glada och dansande åskådare.

Evenemanget, som utsågs till ”Årets hållbara event 2018” byggde vidare på satsningen engångsfri festival bland annat genom att introducera pantstationer för matlådor, och introducerade även ett nytt restaurangområde med lokala matproducenter och bryggerier.

Under 2020 kommer evenemanget att återta namnet Göteborgs Kulturkalas i all kommunikation på svenska, och behålla Gothenburg Culture Festival för kommunikation på engelska.

European Choir Games samlade över 6 000 körsångare från hela världen. Invigningskonserten med Eurovision Choir hölls inför ett utsålt Partille Arena och livesändes i 11 länder. Evenemanget illustrerade på bästa sätt hur staden kan fungera som arena, med 93 väl genomförda programpunkter runt hela Göteborg.

Veckan efter körsuccén bjöds det på golf i världsklass när Scandinavian Invitation kom till Hills i Mölndal 11–14 augusti. Det blev en rafflande tävling som avgjordes inför storpublik, och efteråt lovordade arrangörerna såväl samarbetet som evenemanget.

Utredningen av framtidens Julstaden har resulterat i att evenemanget från och med 2019 blir en säsong med evenemangsinslag och att den organisatoriska hemvisten flyttas till avdelningen Marknad & Kommunikation.

Under 2020 har Evenemang ett antal operativa uppdrag, främst Handbolls-EM 10–14 januari och EM i Trampolin 7–10 maj. Detta arbete sker i nära samarbete med Got Event.

Evenemangs affärsstrategier

1

Göra nytt och göra nytta

Evenemangsbranschen är i ständig utveckling och en uppgift är att utveckla nya koncept som kan ligga till grund för framtida succéer för Göteborg som evenemangsstad. Arbetet med att utveckla framtidens Kulturkalas startades under hösten och kommer fortgå under 2020.

2

Öka destinationsfokus i värvnings- och utvecklingsarbetet

Strategin att välja ut ett antal återkommande externa evenemang och tillsammans med dem göra en långsiktig utvecklingsplan inleddes under 2019. Göteborg Film Festival är det första projekt som genomförts med denna metodik och satsningen kommer utvärderas för att se hur arbetssättet kan nyttjas till andra evenemang.

3

Leda arbetet med hållbara evenemang

Göteborg & Co har under åren utvecklat arbetet med att integrera hållbarhetsperspektiven inom ramen för framförallt Kulturkalaset/Gothenburg Culture Festival. Effekterna av arbetet kommer att utnyttjas i syfte att bli en ledande plattform för samverkan när det gäller hållbara evenemang.

3

Leda, driva och stärka samverkan

En åtgärd för att utveckla samverkan och arbetssätt med evenemangsfrågor är det pågående framtagandet av gemensam projektmodell och projektverktyg för styrning och ledning av komplexa evenemang. Implementeringsarbetet pågår i samarbete med Got Event och modellen testas i ett antal pilotprojekt, bland annat European Choir Games, JVM i ishockey och jubileumsevenemangen.

Göteborgs hållbara monter på mötemässan IBTM World byggdes att likna en västsvensk sjöbod. Allt material var återvunnet eller gick att återanvända. Intresset för hållbarhetsfrågor ökar snabbt bland mötesarrangörer och destinationer.

Möten

Världens ledande hållbara destination heter Göteborg. För fjärde året i rad plockade Göteborg hem den prestigefyllda titeln i GDS-Index. Fokus på hållbarhet har under 2019 kombinerats med att öka antalet ansökningsprocesser. (Vilket också resulterat i vunna möten.)

Under året arrangerades flera lyckade möten och kongresser i Göteborg, inte minst den strategiska satsningen på världskongressen Association World Congress & Expo (AWC). Göteborg fanns också för första gången representerade som destination på branschmässan IMEX America.

Affärsområdets uppdrag

Mötesavdelningen ska aktivt värva stora kongresser och företagsmöten som för samman akademi och näringsliv i regionen med forskning och utveckling på hög internationell nivå.

Summering av verksamhetsåret

För fjärde året i rad blev Göteborg utnämnt till världens ledande hållbara destination enligt GDS-Index. Indexet mäter destinationers hållbarhetsarbete i tre dimensioner: ekologisk, social och ekonomisk. Att vinna fyra år i rad är sannerligen ett kvitto på att Göteborg ligger långt framme och ett bevis på det starka samarbete som finns mellan näringen och staden i hållbarhetsfrågor.

Under året genomfördes flera strategiska värvningsprocesser och aktiviteter. Antalet pågående ansökningsprocesser där bud har skickats motsvarar 220 000 delegatdygn. Under året har 31 framtida möten med cirka 110 000 delegatdygn värvats.

Efter år av förberedelser genomfördes den strategiska satsningen Associations World Congress & Expo på Svenska Mässan i april. AWC projektleddes av Göteborg & Co Möten tillsammans med Association of Association Executives i samarbete med Svenska Mässan och kongressarrangörsföretaget MCI. AWC samlade nära 500 personer, en stor andel med ledande befattningar inom internationella medicinska, vetenskapliga eller branschorganisationer och med egna kongresser som är intressanta för Göteborg. Bland deltagarna fanns drygt 20 speciellt inbjudna nyckelpersoner, var och en med kongresser som Göteborg är i fas att ansöka om.

Värdskapet gav möjlighet att visa upp hur en kongress kan genomföras hållbart och bidra till att inspirera den internationella mötesnäringen. Mötet hållbarhetscertifierades efter Svensk Miljöbas kriterier och hållbarhet gick som en röd tråd genom hela arrangemanget. AWC blev en succé hos både arrangör och deltagare som ansåg AWC 2019 i Göteborg vara den bästa kongressen hittills. Det var första gången kongressen hölls i Norden och innebar ett unikt tillfälle att visa upp Göteborg och stärka positionen som hållbar mötesstad.

European Human Genetics Conference. ESHG, arrangerades på Svenska Mässan i juni med drygt 3 000 delegater. ESHG var här senast 2010, vilket visar att det är en nöjd kund som valt att komma tillbaka till Göteborg. Årets (2019) delegatundersökning visar att hela 98 % har ett positivt helhetsintryck av Göteborg som destination.

I september deltog ca 2 000 personer på International Continence Society, ICS. Kongressen genomfördes på Svenska Mässan med hjälp av tongivande kongressarrangören Kenes

Göteborg deltog för första gången som destination på branschmässan IMEX America i september. Intresset från kunderna var stort och kalendern fylldes med intressanta kundmöten.

Under IBTM-mässan i Barcelona deltog Göteborg tillsammans med samarbetspartner i en egen monter, med placering i den skandinaviska delen, då Sverige som nation uteblev som utställare. Deltagandet blev mycket lyckat med mer än 150 förbokade individuella möten. Göteborg stack även ut genom att vara den dokumenterat mest hållbara destinationen.

Mötens affärsstrategier

1 Värva möten med både volym och spets

För att öka värvningen av större möten (möten med över 2 000 delegater) har flera långsiktiga strategiska satsningar och ansökningsprocesser genomförts under året. Antalet ansökningar gällande större möten har ökat.

2 Intensifiera samverkan med regionens näringsliv

På uppdrag av kommunfullmäktige framställde affärsområdet under 2018 en strategisk plan för möten. Under 2019 har arbete inletts med att realisera den planen. Det har hittills resulterat i att specifika möten och ämnesområden har identifierats. Det lokala näringslivet visar stort engagemang i samband med ansökningsprocesserna både avseende stödbrev och medverkan vid site visits. Under AWC visades samarbetet med det lokala näringslivet upp i form av tal, föredrag och presentationer från bland annat Volvo Cars, Cellink och Astra Zeneca.

3 Nyttja Göteborg som arena för att utveckla nya möteskoncept

Genom att stimulera till publika arrangemang i samband med kongresser, bidrar möten till en öppen och tillgänglig stad då en bredare målgrupp får möjlighet att ta del av den senaste forskningen.

Värdskapet för AWC nyttjades fullt ut för att stärka varumärket Göteborg som mötesdestination, bland annat genom hållbara nya koncept. Det fanns också stark koppling till Göteborgs 400-årsjubileum och dess fokusår 2019 "Kunskap & Upplysning". För att uppmärksamma Göteborgs värdskap av European Choir Games i augusti gick körsång som en röd tråd genom kongressen från välkomstmottagningen till kongressmiddagen.

Under den stora gerontologi- och geriatrikkongressen, IAGG-ER, som genomfördes i maj arrangerades bland annat Årsrika, en fotoutställning om åldrande, som visades på Stadsbiblioteket och Bältespännarparken

Slänggungan Liseberg

Marknad & Kommunikation

Kommunikation och goda relationer stärker destinationen och ökar värdet av varumärket Göteborg samt lyfter fram bolagets roll som samverkansplattform.

Affärsområdets uppdrag

Marknad & kommunikation har i uppdrag att utveckla teman, säsonger och reseanledningar samt ett värdskap i toppklass i samverkan med aktörer både lokalt, regionalt, nationellt och internationellt. Vi ansvarar för destinationskommunikation, Göteborg & Co:s bolagskommunikation och bolagets interna kommunikation.

Summering av verksamhetsåret

Destinationssajten goteborg.com fortsätter att öka, och med drygt 3 miljoner unika besökare under 2019 slogs förra årets rekordsiffror. I sociala medier syns destinationen varje vecka året runt och följarantalet ökar stadigt. Årets imageundersökning visar att Göteborg uppfattas som ett vänligt familjeresmål av såväl boende som besökare. Tillsammans med vänlighet lyfter vi fram innovation, kreativitet och hållbarhet allt mer i vår kommunikation.

Under året har avdelningen bland annat levererat en varumärkesplattform för destinationen, en ny plan för bolagskommunikation och en ny plan för kriskommunikation. I samband med detta har vi genomfört en särskild mätning av bolagets interna kommunikation samt genomfört en utbildningsdag i kommunikativt ledarskap.

Ett gott samarbete med våra partner är avgörande för att destinationen ska nå uppsatta mål. Inom ramen för samarbetet med GoCONNECT och Visit Sweden har vi under året i samverkan med Qatar Airways genomfört en utökad marknadsbearbetning av såväl Kina som Indien. Kampanjen Next to Gothenburg, ett samarbete med Västtrafik och Turistrådet Västsverige som sjösattes under våren har visat sig vara framgångsrikt med sex mycket nöjda resmål från Alingsås till Styrsö-Vrångö.

Intresset för destinationen Göteborg från internationella journalister och influencers är fortsatt högt. Vid sidan av sju prioriterade internationella marknader har vi också infört Sverige som en ny marknad, vilket har gett positivt resultat för PR-insatser med bland annat en 24-sidig bilaga om Göteborg i Aftonbladet och en bilaga i GT/Expressen på samma tema. Under Gothenburg Design Festival genomfördes en välbesökt pressresa på temat design och hållbarhet.

Ett bra värdskap genom Besöksservice och turistbyråerna samt infopoints stärker destinationens attraktions- och konkurrenskraft. I år har vi genomfört destinationsutbildningar för både frontpersonal och hotellchefer.

Marknadsföring och kommunikation påverkar destinationens rykte. När fler kommunicerar varumärket Göteborg ökar trovärdigheten och att partners och branschkollegor i egna kanaler lyfter Göteborg gör att allt fler reseanledningar exponeras. Marknad & kommunikations verktygslåda med bilder, film och texter håller igång samtalet om Göteborg. Också evenemang och möten är viktiga plattformar för marknadsföring.

Marknad & Kommunikations affärsstrategier

1 Utveckla säsonger och tematiska koncept som skapar intresse för Göteborg som resmål

Arbete med teman mat, natur och design fortgår. Arbetet med säsongen Alla hjärtans vecka utvecklades vidare under 2019. Under året har Marknad & Kommunikation tagit över kommunikationen av Julstaden. Det medför att ordinarie destinationskampanj inför julen kompletteras med lokal och regional målgrupp. Ett arbete för att lyfta lågsäsong har påbörjats.

2 Marknadsföra Göteborg genom att kommunicera på ett nytt och innovativt sätt och i nya kanaler/plattformar

Redaktionen på goteborg.com har utökat sitt samarbete med stora evenemang och kongresser i staden, för att på så vis skapa innehåll som lockar evenemangsbesökare att upptäcka mer av Göteborg när de är på plats. Dessa guider och artiklar sprids även i partners/evenemangens nyhetsbrev och sociala kanaler.

Destinationens kommunikationsmaterial utvecklas i samverkan med styrgruppen för Marknad & Kommunikation samt marknadsnätverket för Göteborgsregionen. Med bilder, filmer och texter sprids material för vidare marknadsföring av destinationen.

3 Finnas digitalt där besökarna är

Genom vår samverkan med Visit Sweden och Turistrådet Västsverige exponeras Göteborg/Gothenburg på stora plattformar som visitsweden.com och westsweden.com. I löpande marknadskommunikation, "always on", och kampanjer används primärt digitala/sociala kanaler. Digitalt nyttjas en stor del användargenererat innehåll och det pågår en löpande dialog i sociala medier med följare och besökare.

4 Lyfta Göteborgs värdskap till nya nivåer

I april bjöd Besöksservice in chefer för Göteborgshotell till "Expresskunskap om destinationen Göteborg" på turistbyrån på Kungsportsplatsen. Syftet var att ge smakprov på Besöksservice kostnadsfria destinationsutbildningar för frontpersonal. Genom att öka kunskapen om destinationen stödjer vi det övergripande bolagsmålet – att gå från genomförare till möjliggörare.

I samarbete med Göteborg Hamn har vi under året välkomnat 65 kryssningsfartyg och totalt ca 115 000 kryssningsresenärer till Göteborg.

2019 delades Companipriset ut till 2018 års vinnare i-Tech som fick ta emot priset från kommunstyrelsens ordförande Axel Josefson.

Näringslivsgruppen

Näringslivsgruppen ska verka för att kunskap och innovationer omvandlas till nytta för regionens framtida konkurrensförmåga och hållbara välfärd. Under 2019 har flera strategiska samarbeten fördjupats, och projektinsatser för ökad inkludering och långsiktig kompetensförsörjning har varit i fokus.

Affärsområdets uppdrag

Näringslivsgruppen ska vara en plattform för samverkan mellan näringsliv, organisationer, kommuner och akademi i arbetet med att stärka och utveckla Göteborgs konkurrens- och attraktionskraft.

Summering av verksamhetsåret

Under 2019 har verksamheten tydligare riktats mot att stödja destinationens övergripande strategier, och gått från att vara bidragsgivare till att vara en resurs genom kunskap och ekonomiska insatser. Projekten Student Göteborg och Go Science har slagits ihop till Unimeet Gothenburg och fokuserar nu tydligare på internationella studenter och forskare.

För andra året i rad arrangerades aktivitetssatsningen BonnierHoops i Biskopsgården. Där samlades ungdomar under hela sommaren och utmanade blåljuspersonal på streetbasketplanen, hängde i bokloungen, skrev poesi, pysslade och mycket mer. Utöver många lyckade aktiviteter tros projektet också ha bidragit till en minskning av antal anmälda brott i området.

Internationella Vetenskapsfestivalen är med sina ca 52 000 besök ett av Europas ledande populärvetenskapliga evenemang. Genomlysningen av dess juridiska hemvist är nu avslutad, nya treåriga avtal är tecknade med en uppräknad summa och ytterligare huvudman – Göteborg Stad. Det har också gjorts en kraftfull och lyckad satsning på ökad partnerfinansiering.

Under Rymdveckan i september firades 50-årsjubileet av den första månlandningen. Med stöd av Näringslivsgruppen och som en del av fokusåret Kunskap och Upplysning arrangerades cirka 150 aktiviteter kring rymdtemat för att lyfta fram Västsverige som en stark rymdregion.

Som en del av West Prides kompetenshöjande arbete fick fokusskolor en kostnadsfri utbildning för all personal på skolan, samt stöd och löpande konsultation i likabehandlingsarbetet under hela året. I gengäld åtog sig skolan att arbeta aktivt med att få in HBTQ-frågor året om i sin utbildningsplan.

Under 2019 har startskottet gått för projektet Framtidsambassadörer. Syftet är att utforska kraften i digitalisering för att hitta lösningar för en hållbar värld och samtidigt skapa ökad kunskap inom natur och teknik för alla grundskoleelever.

2020 fortsätter Näringslivsgruppen att processleda fokusåret inför Göteborgs 400-årsjubileum. Temat för kommande år är Hållbart växande.

Näringslivsgruppens affärsstrategier

1

Utveckla samarbetsformer

Samverkansformerna för de långsiktiga projekt och engagemang Näringslivsgruppen arbetar med har utvecklats och ytterligare strukturerats under 2019. Det gäller bland annat: Student Göteborg, Ung Företagsamhet, arabisk stjärnartist på Kulturkalaset och Framtidsambassadörer.

2

Initiera och möjliggöra nya projekt

Under året har en rad satsningar på fokusområdena inkludering och kompetensförsörjning påbörjats och genomförts. Ett lyckat exempel är designfestivalen Gothenburg Design Festival. Dessutom har Näringslivsgruppen stöttat CapitalOnBoard, den nya innovativa mötesplatsen där startupföretag möter investerare på en båt som går tur och retur till Fredrikshamn. Alfons Åbergs Kulturhus har med hjälp av Näringslivsgruppen kunnat arbeta ännu mer med inkludering och tillgänglighet. Näringslivsgruppen har under 2019 fortsatt jobba i nära samverkan med Business Region Göteborg i det näringslivspolitiska programmet inom området kompetensförsörjning.

3

Synliggöra och öka kunskapen om Göteborg

De projekt som Näringslivsgruppen varit engagerade i 2019 bidrar till att öka kunskapen om Göteborg, regionen och dess attraktionskraft. Arbetet med PR och nyhetspublicering är etablerat i varje projekt. Löpande intern och extern kommunikation har skett i flera olika kanaler på både lokal, nationell och internationell nivå. Magasin Göteborg producerades i samarbete med Business Region Göteborg. Med 210 000 läsare var magasinet även i år Dagens Industris mest lästa bilaga.

Från inspelningen av "Hur hamnade vi här? - tio filmer om Göteborgs historia – utifrån göteborgarnas frågor" i samarbete med Göteborgs Stadsmuseum.

Göteborgs 400-årsjubileum 2021

Sedan 2009 har Göteborg & Co drivit stadens kraftsamling inför 400-årsjubileet 2021. Tusentals göteborgare är delaktiga i processen och har bidragit med idéer och förslag kring stadens utveckling. Stadens förvaltningar och bolag förverkligar många av dessa idéer och dessutom är ytterligare hundratals aktörer engagerade med satsningar inför 400-årsjubileet. Allt för att göra Göteborg till en ännu bättre stad.

En lång rad aktiviteter har genomförts inom jubileets ramar under 2019 och här är några exempel: Tio historiefilmer har tagits fram tillsammans med Göteborgs Stadsmuseum med utgångspunkt i allmänhetens frågor om Göteborg. Filmerna gjorde succé i sociala medier och fick snabbt stor spridning. Ett regnkonstverk av designern Bea Szenfeld invigdes vid Esperantoplatsen och utelekrummet Näsan i Blöt byggdes av och med 100 göteborgare i Jubileumsparken, som dessutom slog besöksrekord med 100 000 besök under säsongen. Jubileumslägret Side by Side by El Sistema genomfördes med deltagare från 16 olika länder, en Jubileumshörna på Turistbyrån etablerades och en tävling om att skapa Jubileumslåten utlystes tillsammans med the Brewhouse Award.

Vision:

År 2021 är Göteborg internationellt känd som en modig förebild för hållbar tillväxt. Vi är en innovativ, öppen och inkluderande stad där alla invånare känner mening och delaktighet.

Kunskap och upplysning i fokus 2019

Varje år fram till 400-årsjubileet har ett särskilt fokus. Under 2019 har forskning och kompetensförsörjning stått i centrum och ambitionen har varit att fortsätta arbetet med att engagera hela staden. Det har bland annat gjorts genom projekt som Framtidsambassadörerna, där elever diplomeras och Hela stadens galleri där både äldres perspektiv i utställningen Årsrika, och fotokonst av barn från stadens kulturskolor ställts ut. Andra viktiga plattformar har varit Internationella Vetenskapsfestivalen och Rymdveckan.

Jubileumsåret 2021

Nu börjar det bli dags att bjuda in göteborgare och besökare till själva jubileumsåret som blir ett helt år av upplevelser för att hylla och fira Göteborg. Under 2019 har jubileumsårets höjdpunkter som Göteborg & Co arrangerar tagit form.

Året inleds den 31 december 2020 med en invigning som sätter ljus på Göteborg under den mörka vinterperioden.

Den 4–6 juni 2021 firas Jubileumshelgen. Det sker bland annat i de historiska kvarteren och med en stor festparad genom staden. Den 5 juni sätts älven i fokus då vi tar fasta på göteborgarnas önskan om att komma nära vattnet. Den 6 juni möts vi i det gröna och firar nationaldagen tillsammans.

I december 2021 skapas en hyllning till Göteborg och göteborgarna, med fokus på hållbar tillväxt, mänskliga rättigheter, demokrati och jämlikhet. Det blir en internationell samlingspunkt för det allra senaste inom kunskap, forskning och innovationer som sätter Göteborg på världskartan.

Nya samverkansformer skapar nytta för framtiden

Jubileumsorganisationens roll är att leda, samordna, kommunicera och följa upp. Organisationen har under året stärkts och alltmer inriktats på att planera och genomföra jubileumsårets utformning. Fem styrgrupper har bildats i enlighet med bolagets projektmodell och dessa engagerar ytterligare personal från Göteborg & Co.

På vägen till jubileet har vi skapat nya samverkansformer med intressenter från samhällets alla delar med göteborgare, näringsliv, akademi, stad, region, organisationer, stiftelser och föreningar. Den tioåriga kraftsamlingen har gett nya insikter och kunskaper om hur vi tillsammans kan göra Göteborg till en ännu bättre stad, med hållbara lösningar för framtiden. Inför 2020 går jubileumsprocessen från utveckling och planering till etablering, inbjudan och genomförande av själva jubileumsåret.

År 2022 följer noggrann summering och återkoppling för att förvalta stadens investering och nyttja erfarenheterna från process och firande för den fortsatta utvecklingen av stad och region.

Läs mer om Göteborgs 400-årsjubileum på goteborg2021.com

Fem mål

1. Göra ett internationellt avtryck genom att arbeta för att Göteborg blir en stad där invånarna trivs, känner delaktighet, stolthet och framtidstro.
2. Bli en modig förebild för hållbar tillväxt genom att uppfylla och överträffa redan beslutade mål.
3. Vidareutveckla Göteborg och den omgivande regionen genom bred samverkan med stadens nämnder och bolag samt lokala, regionala, nationella och internationella aktörer.
4. Engagera hela staden i firandet genom att bjuda in till fortsatt öppen dialog där alla kan delta.
5. Stärka bilden av Göteborg genom effektiv kommunikation och marknadsföring.

Teman

Nära vatten
att komma nära vattnet genom havet, skärgården, hamnen och älven.

Bygga broar
att bygga broar mellan människor och minska avstånd.

Öppna rum
att utveckla en öppen och tillåtande stad genom mångfald och kreativa mötesplatser.

Utsikt från Skansen Kronan mot Oscar Fredrikskyrkan och Masthuggkyrkan

Analys & Omvärld

Analys & Omvärld samlar in, bearbetar, paketerar och kommunicerar information, underlag och kunskap på ett målgruppsanpassat sätt.
Avdelningen har under 2019 verkat som en intern stödfunktion till bolagets övriga affärsområden, exempelvis genom att vara delaktig i projektgruppen som tog fram dataunderlag för Global Destination Sustainability Index och European Capital of Smart Tourism.

Avdelningens arbete omfattade även en översikt av bolagets interna processer och arbetssätt kring data och informationsbehov. Denna process kommer att fortsätta under 2020 och kommer att fokusera på att skapa förutsättningar rörande teknik, kompetens och kapacitet för att möta dessa behov.

Göteborg & Co:s ambition är att bli ett kunskapsnav som skapar värde för sina partner. Det är ett komplext förändringsarbete och en process där avdelningen Analys & Omvärld kommer att vara drivande.

Affärsområdets uppdrag

Analys & Omvärlds uppdrag är att genom analyser, omvärldsbevakning och strategiska samarbeten säkerställa väl underbyggda beslutsunderlag för att stödja destinationens utvecklingsarbete.

Summering av verksamhetsåret

Ett systematiskt arbete kring insamling och strukturering av relevant data och mätetal har inletts. Det är ett grundläggande arbete som är nödvändigt för att kunna mäta utveckling och långsiktiga trender på destinationsnivå.

Under året påbörjades ett samtal med besöksnäringens aktörer och intresseorganisationer kring tillgängliga data relevant utifrån ett destinationsperspektiv. Årsstatistik kopplad till transport, handel och attraktioner samlades in och bearbetades. Även statistik från marknader och hotellnyckeltal från Statistiska Centralbyrån strukturerades och aggregerades för att bolaget ska kunna följa långsiktiga trender, använda siffrorna i analysarbete och kombinera dem med andra datakällor.

Arbetet med att tillgängliggöra interaktiva självserviceapporter på hemsidan till externa målgrupper påbörjades under året. Avdelningen har även identifierat flera databaser, tjänster samt externa rapporter och analyser som ger insikter om marknader, besökare och dess drivkrafter.

Analys & Omvärld strategier för 2019

1 Starta upp en ny enhet - Analys & Omvärld

Arbetet med att successivt bygga upp en stark analys- och omvärldsenhet har pågått under året och utformningen av en fungerande organisatorisk modell kommer att vara klar i början av 2020.

2 Bygga systematiserad kunskap om besökaren

Delstrategi:
Arbete med statistik och mätningar
Avdelningen arbetar med att söka, sammanställa och presentera löpande statistik, samt samordna mätningar som stöd till verksamheten och partner.

Delstrategi:
Formalisera samverkan kring Gäst-DNA
Arbetet med att genomföra strategin kommer att fortsätta nästa år. Såväl bolagets ledning som dess partner är eniga kring att traditionella nyckeltal som gästnätter behöver kompletteras med nya, som tydligare speglar gästernas profiler, beteendemönster och bidrag till destinationen.

Delstrategi:
Löpande mätningar av evenemang och aktiviteter som beställts av ledningen och bolagets affärsområden
Under 2019 har Analys & Omvärld samordnat ett tiotal undersökningar som beställdes av bolagets övriga affärsområden.

3 Skapa processer och struktur för att förmedla besöksnärings relaterad kunskap såväl internt som till partners

Delstrategi:
Paketering och kommunikation av data, information och kunskap
Genomförande av strategin kommer att förtydligas under det kommande verksamhetsåret.

4 Utveckla samarbeten och kunskapsutbytet med akademin

Delstrategi:
Knyta kompetens till Analys & Omvärld
Genom att etablera formella samarbetsrelationer med kompetens inom besöksnäringens olika områden ska tillgång säkras till kunskap om utveckling och trender som påverkar destinationens utveckling. Den här processen har drivits genom ett antal strategiska möten med viktiga aktörer och intressenter. Avdelningen medverkade även i sju olika värdeskapande nätverk både delregionalt, nationellt och internationellt.

Resultat och ställning

Bolagets utveckling vad gäller några centrala resultatmått och nyckeltal framgår av följande uppställning (belopp i tkr):

	2019	2018	2017	2016	2015
Rörelseintäkter	180 985	203 447	196 252	241 755	249 874
Resultat efter finansiella poster	-2 162	10 009	1 370	1 122	-1 166
Balansomslutning**	1 162 122	1 118 488	1 115 346	90 022	69 224
Soliditet*	93,7%	95,9 %	95,5 %	21,2 %	26,7 %
Medelantal anställda	103	106	105	112	113
Omsättning per anställd	1 757	1 919	1 869	2 159	2 211

* Eget kapital + 78 % av obeskattade reserver/balansomslutning.
** Under 2017 gjordes en omvänd fusion med Göteborg & Co Kommunintressent AB. Bolaget blev då ägare till tre dotterbolag, vilket påverkade balansomslutningen.

Turistutveckling i Göteborgsregionen

	2019	2018	2017	2016	2015
Total turistomsättning Mkr	33 900	32 100	30 200	27 700	25 600
Marknadsandel av kommersiella gästnätter på hotell och vandrarhem	10,9%	10,8%	11,1 %	11,3 %	11,0 %
Antal gästnätter, 1 000-tal	5 060	4 844	4 777	4 696	4 488
Antal sysselsatta inom rese- och turistnäringen	18 900	18 700	18 600	17 600	17 100

För år 2019 redovisas prognosvärden, för övriga år redovisas utfall.

Förslag till vinstdisposition

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel:

Balanserad vinst	1 086 714 964
Årets resultat	-3 685 011
Kronor	**1 083 029 953**

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

utdelning till aktieägare	1 586 256
i ny räkning överförs	1 081 443 697
Kronor	**1 083 029 953**

I övrigt framgår bolagets resultat av verksamheten under året, samt ställningen vid årets slut av efterföljande resultat- och balansräkning.

Koncernbidrag har lämnats till	kkr
Göteborgs Stadshus AB	69 811
Göteborgs Stadsteater AB	2 018

Aktieägartillskott har lämnats till	kkr
Liseberg AB	31 509
Göteborgs Stadsteater AB	10 500

Koncernbidrag har erhållits från	kkr
Got Event AB	27 810
Göteborgs Stadshus AB	2 018
Liseberg AB	40 088

Aktieägartillskott har erhållits från	kkr
Göteborgs Stadshus AB	43 513

Eget Kapital

	Aktiekapital	Reservfond	Balanserade vinstmedel	Årets resultat
Ingående balans	3 000 000	1 208 540	1 043 196 259	23 089 802
Vinstdisposition			23 089 802	-23 089 802
Utdelning till aktieägarna			-23 084 100	
Årets vinst				-3 685 011
Aktieägartillskott			43 513 003	
Utgående balans	**3 000 000**	**1 208 540**	**1 086 714 964**	**-3 685 011**

Resultaträkning

	Not	2019	2018
Rörelseintäkter	**1**	180 984 752	203 447 296
Kostnad för sålda tjänster		-4 524 978	-7 613 753
Övriga externa kostnader	**2, 3**	-89 096 015	-124 865 585
Personalkostnader	**4, 5**	-86 090 559	-82 839 876
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	**6**	-1 149 831	-1 182 700
Summa rörelsekostnader		**-180 861 383**	**-216 501 914**
Rörelseresultat		**123 369**	**-13 054 618**
Resultat från andelar i koncernföretag	**7**	-2 241 744	23 084 100
Resultat från övriga värdepapper o fordringar	**8**	-123 297	0
Ränteintäkter och liknande resultatposter		84 195	23 545
Räntekostnader och liknande resultatposter		-4 587	-43 872
Resultat efter finansiella poster		**-2 162 064**	**10 009 155**
Bokslutsdispositioner	**9**	-1 505 198	13 630 000
Skatt på årets resultat	**10**	-16 752	-549 353
Skatt föregående år		-997	0
Årets resultat		**-3 685 011**	**23 089 802**

Balansräkning

	Not	2019-12-31	2018-12-31
Tillgångar			
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	**6**	3 255 874	4 100 117
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	**11**	1 070 332 505	1 032 151 120
Andra långfristiga värdepapper	**12**	22 703	146 000
Summa anläggningstillgångar		**1 073 611 082**	**1 036 397 237**
Omsättningstillgångar			
Varulager, handelsvaror		**873 362**	**820 785**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		12 960 777	18 812 214
Fordringar bolag inom Gbg Stadshus AB		37 326 657	29 811 933
Skattefordran		1 699 504	2 819 866
Övriga fordringar		29 937 789	25 125 663
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	**13**	5 597 610	4 557 214
Summa kortfristiga fordringar		**87 522 337**	**81 126 890**
Kassa och bank	**14**	**115 349**	**143 025**
Summa omsättningstillgångar		**88 511 048**	**82 090 699**
Summa tillgångar		**1 162 122 130**	**1 118 487 937**

Balansräkning forts

	Not	2019-12-31	2018-12-31
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital (30 000 aktier, kvotvärde 100 kr/st)		3 000 000	3 000 000
Reservfond		1 208 540	1 208 540
		4 208 540	**4 208 540**
Fritt eget kapital			
Balanserade vinstmedel		1 086 714 964	1 043 196 259
Årets resultat	**15**	-3 685 011	23 089 802
		1 083 029 953	**1 066 286 061**
Summa eget kapital		**1 087 238 493**	**1 070 494 601**
Obeskattade reserver	**16**	**2 846 359**	**3 254 161**
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		14 817 623	15 170 132
Skulder till bolag inom Gbg Stadshus AB		35 305 653	5 954 723
Övriga kortfristiga skulder		2 683 149	3 049 080
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	**17**	19 230 853	20 565 240
Summa kortfristiga skulder		**72 037 278**	**44 739 175**
Summa eget kapital och skulder		**1 162 122 130**	**1 118 487 937**

Kassaflödesanalys

	Not	2019	2018
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		-2 162 064	10 009 155
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet		4 691 745	1 182 700
Betald skatt		1 102 613	-701 969
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		**3 632 294**	**10 489 886**
Förändringar av rörelsekapital			
Varulager		-52 577	-233 765
Kortfristiga fordringar		-2 736 066	4 623 857
Kortfristiga skulder		27 298 103	-5 218 267
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**28 141 754**	**9 661 711**
Investeringsverksamheten			
Investering i inventarier		-305 587	-151 643
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-305 587**	**-151 643**
Finansieringsverksamheten			
Erhållna koncernbidrag		0	13 500 000
Utbetald utdelning		-23 084 100	-14 600 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**-23 084 100**	**-1 100 000**
Årets kassaflöde		**4 752 067**	**8 410 068**
Likvida medel vid årets början, inkl. koncernkontot		**25 092 069**	**16 682 001**
Likvida medel vid årets slut, inkl. koncernkontot	**18**	**29 844 136**	**25 092 069**

Noter till balans- och resultaträkning

Allmän information
Koncernredovisning upprättas inte med hänvisning till undantaget till i Årsredovisningslagen 7 kap. 2 §.

Redovisningsprinciper
Göteborg & Co AB tillämpar Årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 *Årsredovisning och koncernredovisning* ("K3").

Koncernbidrag
Erhållna och lämnade koncernbidrag redovisas som bokslutsdisposition i resultaträkningen. Erhållna aktieägartillskott redovisas direkt mot fritt eget kapital.

Andelar i koncernföretag
Andelar i dotterföretag redovisas till anskaffningsvärde. Utdelning från dotterföretag redovisas som intäkt när rätten till utdelning bedöms som säker och kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Nedskrivning av andelar i dotterföretag görs vid bestående värdenedgång.

Avskrivningar
Avskrivningar enligt plan grundas på anläggningarnas ursprungliga anskaffningsvärde och fördelas över den beräknade ekonomiska livslängden. Inventarier skrivs av med 20 % per år då deras ekonomiska livslängd bedöms vara 5 år.

Skillnaden mellan avskrivningar enligt plan och bokförda avskrivningar redovisas som bokslutsdisposition.

Varulager
Varulagret har värderats enligt lägsta värdets princip, d.v.s. till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. Vid bestämmande av anskaffningsvärde har först-in-först-ut-principen tillämpats. Verkligt värde utgörs av beräknat försäljningsvärde med avdrag för beräknad försäljningskostnad.

Fordringar
Fordringarna är upptagna till de belopp varmed de beräknas inflyta. Övriga tillgångar och skulder är upptagna till nominella belopp om icke annat framgår av nedanstående notanteckningar.

Intäkter
Uppdragsersättning från Göteborgs Stad intäktsförs det år kostnader uppstår som ersättningen skall kompensera.

Bolaget vinstavräknar utförda tjänsteuppdrag med fast pris när arbetet avslutas. Detta innebär att pågående tjänsteuppdrag värderas i balansräkningen till direkt nedlagda utgifter samt med avdrag för fakturerade dellikvider. I samband med bokslut görs en bedömning av uppdragets slutresultat. Om en förlust befaras och bedöms föreligga bokförs denna i sin helhet.

Övriga intäkter redovisas när inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt och när huvudsakligen alla risker och rättigheter som är förknippade med ägandet övergått till köparen, vilket normalt inträffar i samband med leve-rans av varor eller tillhandahållande av tjänster.

Skatter
Periodens skattekostnad eller skatteintäkt består av aktuell och uppskjuten skatt. Aktuell skatt är den skatt som beräknas på det skattepliktiga resultatet för en period. Uppskjuten skatt beräknas utifrån den s.k. balansansatsen, vilket innebär att en jämförelse görs mellan redovisade och skattemässiga värden på bolagets tillgångar respektive skulder. Skillnaden mellan dessa värden multipliceras med aktuell skattesats, vilket ger beloppet för den uppskjutna skattefordringen/-skulden. Uppskjutna skattefordringar redovisas i balansräkningen i den omfattning det är sannolikt att beloppen kan utnyttjas mot framtida skattepliktiga resultat. Riksdagen beslutade i juni 2018 om en sänkning av bolagsskattesatsen i två steg. Uppskjutna skatteskulder/skattefordringar som förväntas realiseras under åren 2019–2020 värderas således till 21,4 %, samtidigt som övriga poster värderas till 20,6 %.

Leasing
Samtliga leasingavtal redovisas som operationella leasingavtal, vilket innebär att leasingavgiften fördelas linjärt över leasingperioden.

Kassaflödesanalys
Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- eller utbetalningar. Med likvida medel avses kassa och bank. Tillgodohavande på koncernkonto redovisas som likvida medel.

Moderbolag
Göteborg & Co AB ägs till 100 % av Göteborgs Stadshus AB (556537-0888).

Intäkterna kommer till 5 % (2018: 9 %) från andra Göteborgs Stadshus-bolag och 4 % (2018: 4 %) av kostnaderna för posterna "kostnader för sålda tjänster" samt "övriga externa kostnader" går till andra Göteborgs Stadshusbolag.

Väsentliga händelser efter balansdagen
Inga väsentliga händelser har inträffat efter balansdagen.

Not 1 Rörelseintäkter

	2019	2018
Uppdragsersättning från Göteborgs Stad	119 037 000	118 970 000
Intäkter från tjänsteförsäljning	13 691 049	16 581 045
Marknadsföringsersättning, projektmedel och övriga intäkter från ägare och intressenter	48 256 703	67 896 251
	180 984 752	**203 447 296**

Not 2 Arvode och kostnadsersättningar

	2019	2018
Revisionsuppdrag Ernst & Young AB	153 991	151 643
Revisionsuppdrag Stadsrevisionen	167 400	191 101
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdrag Ernst & Young AB	0	149 354

Med revisionsuppdrag avses lagstadgad granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning. Med begreppet revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget avses sådan granskning av förvaltning eller ekonomisk information som följer av författning, bolagsordning, stadgar eller avtal och som utmynnar i en rapport eller någon annan handling utöver revisionsberättelsen samt rådgivning eller annat biträde som föranleds av iakttagelser vid ett granskningsuppdrag. Övriga tjänster är sådana tjänster som inte hänförs till vare sig revisionsuppdrag, revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget eller skatterådgivning.

Not 3 Leasing

De väsentliga leasingavtalen avser hyresavtal för bolagets lokaler på Mässans Gata och Kungsportsplatsen. I dessa avtal finns en indexuppräkning enligt KPI. Avtalet avseende Mässans Gata löper till och med 2022 och förlängs 36 månader om det ej sägs upp. Avtalet avseende Kungsportsplatsen löper till och med 2024 och förlängs med 36 månader om det ej sägs upp. Övriga leasingavtal avser till exempel kopieringsmaskiner.

	2019	2018
Räkenskapsårets betalda leasing	7 306 037	7 122 659
Avtalade framtida leasingavgifter:		
Inom ett år	7 382 010	7 192 651
Två till fem år	19 621 780	23 558 797
Senare än fem år	2 546 940	2 287 200

Not 4 Personal

	2019	2018
Män	29	29
Kvinnor	74	77
	103	**106**

Medelantalet anställda enligt ovan har beräknats i relation till företagets normala årsarbetstid.

För att ge en mer fullständig bild av sysselsättningen i företaget framgår nedan antalet personer som under året varit tillsvidareanställda respektive haft en tidsbegränsad anställning t.ex. projektanställning, säsongsanställning, vikariat eller uppdragstagare.

	Antal årsarbeten 2019	Antal personer 2019
Tillsvidareanställd personal	76	106
Visstidsanställd personal / Uppdragstagare	27	319
	103	**425**

Not 5 Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2019	2018
Styrelse, vd och vd		
Löner och andra ersättningar	1 758 194	1 881 781
Sociala kostnader	1 029 472	1 208 031
Varav pensionskostnader	(383 911)	(496 359)
Övrig personal		
Löner och andra ersättningar	56 370 148	53 317 220
Sociala kostnader	24 414 442	23 198 101
Varav pensionskostnader	(5 550 693)	(5 241 682)
Totalt		
Löner och andra ersättningar	58 128 342	55 199 001
Sociala kostnader	25 443 914	24 406 132
Varav pensionskostnader	(5 934 604)	(5 738 041)

Bolaget hade under perioden januari till juni en tillförordnad vd. Vd tillträdde sin tjänst i juni. Vd:s anställning kan sägas upp med en ömsesidig uppsägningstid av 3 månader under de första 12 månaderna. Därefter gäller att vd:s uppsägningstid är 6 månader. Om styrelsen säger upp avtalet under de första 12 månaderna är vd berättigad till ett avgångsvederlag på 6 månader. Om styrelsen säger upp avtalet efter 12 månader är avgångsvederlaget 12 månader. Avgångsvederlag utgår inte om anställningen sägs upp av sådan anledning som utgör grund för omedelbart avbrytande av anställningen. Vd har en premiebestämd tjänstepension och är inte utlovad någon slutlig pensionsnivå.

Könsfördelning bland ledande befattningshavare

	2019		2018	
	Antal	Varav män	Antal	Varav män
Styrelseledamöter	7	29 %	7	29 %
Ledningsgrupp	9	56 %	10	50 %

Not 6 Inventarier

	2019-12-31	2018-12-31
Ingående anskaffningsvärden	14 791 884	15 291 697
Inköp	305 587	151 643
Försäljning/utrangering	-1 239 164	-651 456
Utgående anskaffningsvärden	**13 858 307**	**14 791 884**
Ingående planenliga avskrivningar	10 691 767	10 160 523
Årets planenliga avskrivningar	1 149 831	1 182 700
Försäljning/utrangering	-1 239 165	-651 456
Utgående planenliga avskrivningar	**10 602 433**	**10 691 767**
Utgående planenligt restvärde	**3 255 874**	**4 100 117**

Not 7 Resultat från andelar i koncernföretag

	2019	2018
Anteciperad utdelning	1 586 256	23 084 100
Nedskrivning av andelar i koncernföretag	-3 828 000	0
	-2 241 744	**23 084 100**

Not 8 Resultat från övriga värdepapper och fordringar

	2019	2018
Nedskrivning av andelar i andra företag	-123 297	0
	-123 297	0

Not 9 Bokslutsdispositioner

	2019	2018
Förändring av periodiseringsfond	0	-720 000
Förändring överavskrivningar	407 802	850 000
Erhållet koncernbidrag	69 916 414	58 795 000
Lämnat koncernbidrag	-71 829 414	-45 295 000
	-1 505 198	**13 630 000**

Not 10 Skatt på årets resultat

	2019	2018
Aktuell skatt	-16 752	-549 353
Uppskjuten skatt	0	0
Skatt på årets resultat	**-16 752**	**-549 353**
Avstämning årets skattekostnad		
Redovisat resultat före skatt	-3 667 262	23 639 155
Skatt beräknas med skattesats 21,4 % 2019 (22 % 2018)	784 794	-5 200 614
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-318 706	-425 557
Skatteeffekt av nedskrivningar	-819 192	
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter	339 459	5 078 502
Schablonintäkt på periodiseringsfonder	-3 107	-1 684
Summa	**-16 752**	**-549 353**

Not 11 Andelar i koncernföretag

	2019	2018
Ingående anskaffningsvärde	1 032 151 120	1 032 151 120
Lämnat aktieägartillskott	42 009 385	0
Nedskrivning av andelar	-3 828 000	0
Utgående anskaffningsvärde	**1 070 332 505**	**1 032 151 120**

			2019-12-31	2018-12-31
	Antal andelar	Kapital andel %	Bokfört värde	Bokfört värde
Liseberg AB				
556023-6811, Göteborg	419 998	100,0 %	1 006 697 385	975 188 000
Got Event AB				
556015-9823, Göteborg	15 000	100,0 %	30 771 000	30 771 000
Göteborgs Stadsteater AB				
556016-7875, Göteborg	79 941	100,0 %	32 864 120	26 192 120
			1 070 332 505	**1 032 151 120**

Not 12 Andra långfristiga värdepapper

	2019-12-31	2018-12-31
Svensk Turism AB, 556452-7157, Stockholm	22 703	146 000
Kvotvärde för ovanstående aktier är 15,55 kr/st och EK uppgick till 1 160 000 kr 2019		

Not 13 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	2019-12-31	2018-12-31
Personalrelaterade	39 970	44 456
Hyreskostnader	1 963 629	1 907 294
Projektrelaterade	2 593 407	1 486 361
Övrigt	1 000 604	1 119 103
	5 597 610	**4 557 214**

Not 14 Ställda säkerheter

	2019-12-31	2018-12-31
Resegaranti (Bankgaranti)	0	50 000

Not 15 Vinstdisposition

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel:

Balanserad vinst		1 086 714 964
Årets resultat		-3 685 011
	Kronor	**1 083 029 953**

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att:

utdelning till aktieägare		1 586 256
i ny räkning överförs		1 081 443 697
	Kronor	**1 083 029 953**

Not 16 Obeskattade reserver

	2019-12-31	2018-12-31
Ackumulerade överavskrivningar	0	407 802
Periodiseringsfond 2014	358 000	358 000
Periodiseringsfond 2015	285 459	285 459
Periodiseringsfond 2016	724 900	724 900
Periodiseringsfond 2017	758 000	758 000
Periodiseringsfond 2018	720 000	720 000
	2 846 359	**3 254 161**

Not 17 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	2019-12-31	2018-12-31
Personalrelaterade	8 885 531	7 732 168
Projektrelaterade	5 076 161	4 822 010
Övrigt	5 269 161	8 011 062
	19 230 853	**20 565 240**

Not 18 Likvida medel

	2019-12-31	2018-12-31
Av posten utgör tillgodohavande på koncernkontot	29 728 787	24 949 044

Göteborg den 6 februari 2020

Jonas Ransgård
Ordförande

Kurt Eliasson

Eva Flyborg

Anna Karin Hammarstrand

Madeleine Jonsson

Alice Vernersson

Linnea Wikström

Peter Grönberg
Vd Göteborg & Co AB

Vår revisionsberättelse har lämnats den 6 februari 2020
Ernst & Young AB

Hans Gavin
Auktoriserad revisor

Vår granskningsrapport har angivits den 6 februari 2020

Birgitta Adler
av kommunfullmäktige
utsedd lekmannarevisor

Lars-Gunnar Landin
av kommunfullmäktige
utsedd lekmannarevisor

Revisionsberättelse

Revisionsberättelse

Granskningsrapport

Gri-index

Detta är Göteborg & Co:s tredje hållbarhetsredovisning. För 2019 har års- och hållbarhetsredovisningen upprättats som en samlad redovisning. Den generella verksamhetsinformationen återfinns på sidorna 40–57 och redovisning avseende de väsentliga hållbarhetsfrågorna återfinns på sidorna 8–39.

Redovisningen har upprättats i enlighet med Global Reporting Initiatives Standarder för hållbarhetsredovisning (2016) på tillämpningsnivå ”Core” och beskriver Göteborg & Co:s arbete med viktigaste hållbarhetsfrågor. Göteborg & Co upprättar hållbarhetsredovisning årligen.

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
GRI 101 (2016) Grundläggande redovisningsprinciper **GRI 102 (2016) Generella upplysningar** ORGANISATIONSPROFIL					
102-1	Organisationens namn	Göteborg & Co AB			
102-2	Affärsmodell, viktigaste varumärkena, produkterna och/eller tjänsterna		40–57		
102-3	Organisationens huvudkontor	Göteborg			
102-4	Organisationens verksamhetsort	Göteborg			
102-5	Ägarstruktur och företagsform		40		
102-6	Marknader som organisationen är verksam på	Sverige och internationellt genom marknadsföring och samarbeten.			
102-7	Den redovisande organisationens storlek		38, 58		
102-8	Information om personalstyrka och annan arbetskraft, uppdelad på anställningsform, anställningsvillkor, region och kön	Bolaget bedriver all sin verksamhet i Göteborg. Heltidsanställda (december): 97 personer Deltidsarbetande (timanställda under året): 319 personer Genomsnittligt antal anställda under året: 103 personer		Princip 6	Mål 8
102-9	Beskrivning av organisationens leverantörskedja	Under 2019 har bolaget haft totalt 810 leverantörer.	38		Mål 12
102-10	Väsentliga förändringar för organisationen och dess leverantörskedja under redovisningsperioden	Inga väsentliga förändingar			
102-11	Beskrivning av om och hur organisationen följer försiktighetsprincipen	Göteborg & Co bedriver ett aktivt arbete för att minska påverkan på miljön i både sin egen verksamhet och verksamhet där bolaget är samarbetspart.		Princip 7 Princip 8 Princip 9	Mål 13 & 15

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
102-12	Externt utvecklade ekonomiska, miljömässiga och sociala deklarationer, principer eller andra initiativ som organisationen anslutit sig till eller stödjer	FN Global Compact, UNWTO:s definition av hållbar turism samt de Globala målen för hållbar utveckling. GDSI-Global Destination Sustainability Index	8		Mål 17
102-13	Betydande medlemskap i organisationer och/eller nationella/ internationella lobbyorganisationer	Visita, ECM -European Cities Marketing, IAEH – International Association of Event Hosts, ICCA – International Congress and Convention Association, SNDMO – Swedish Network Of Destination Management Organisations, SNCVB – Swedish Network of Convention Bureaus, Nätverket Hållbar Besöksnäring Sverige			Mål 17
STRATEGI					
102-14	Uttalande från vd		4		
ETIK OCH INTEGRITET					
102-16	Beskrivning av organisationens värdegrund, etiska principer och regler för uppförande		13–14, 37–38		
STYRNING					
102-18	Redogörelse för organisationens bolagsstyrning		13–14, 40–57		
KOMMUNIKATION OCH INTRESSENTER					
102-40	Intressentgrupper som organisationen har kontakt med		11		Mål 17
102-41	Andel av personalstyrkan som omfattas av kollektivavtal	Alla utom vd omfattas av kollektivavtal.		Princip 3	Mål 8
102-42	Beskrivning av identifiering och urval av intressenter		11		Mål 17
102-43	Tillvägagångssätt vid kommunikation med intressenter		11		Mål 17
102-44	Viktiga områden och frågor som har lyfts i intressentdialogen		11–12		Mål 17
TILLVÄGAGÅNGSSÄTT FÖR REDOVISNING					
102-45	Enheter som inkluderas i organisationens finansiella rapporter	Göteborg & Co AB. Dotterbolag upprättar egna årsredovisningar. Koncernredovisning upprättas av Göteborg Stadshus AB.			
102-46	Process för att definiera redovisningens innehåll och avgränsningar		11–12		
102-47	Redogörelse för samtliga väsentliga ämnesområden som identifierats		12		

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
102-48	Förklaring till effekten av förändringar av information som lämnats i tidigare redovisningar och skälen för sådana förändringar	Inga väsentliga förändringar			
102-49	Väsentliga förändringar som gjorts i redovisningen sedan föregående redovisningsperiod	Inga väsentliga förändringar			
102-50	Redovisningsperiod	2019-01-01 – 2019-12-31			
102-51	Datum för publicering av den senaste redovisningen	Mars			
102-52	Redovisningscykel	Kalenderår, följer räkenskapsåret.			
102-53	Kontaktpunkt för frågor angående redovisningen och dess innehåll	Katarina Thorstensson, Hållbarhetsansvarig katarina.thorstensson@goteborg.com			
102-54	Redogörelse för rapportering i enlighet med GRI Standards redovisningsnivåer		72		
102-55	GRI-index		72–75		
102-56	Redogörelse för externt bestyrkande	Redovisningen är externt granskad			
Ämnesspecifika upplysningar					
200	**EKONOMI**				
103-1, 2, 3	Styrning		7, 24–29, 40–53		
203 (2016)	**INDIREKT EKONOMISK PÅVERKAN**				
203-2	Betydande indirekt ekonomisk påverkan		7, 24–29		Mål 4, 5, 8, 12 & 16
205 (2016)	**ANTIKORRUPTION**				
103-1, 2, 3	Styrning		38		
205-2	Kommunikation och utbildning kring anti-korruptionspolicys och rutiner		38	Princip 10	Mål 16
300	**MILJÖ**				
308 (2016)	**MILJÖBEDÖMNING AV LEVERANTÖRER**				
103-1, 2, 3	Styrning		30–35, 38		

GRI Standards (Core)		Kommentar	Hänvisning	Global Compact	Globala målen
308-1	Nya leverantörer som utvärderats utifrån miljökriterier	247 nya leverantörer 2019, 5 av dessa Göteborgs Stads ramavtal, resten direktupphandlade. Alla bedömda i enlighet med Göteborgs Stads policy.		Princip 7 Princip 8 Princip 9	Mål 12
400	**SOCIAL PÅVERKAN**				
403 (2016)	**HÄLSA OCH SÄKERHET**				
103-1, 2, 3	Styrning		36–39		
403-2	Arbetsskador och sjukfrånvaro		38		Mål 8
405 (2016)	**JÄMSTÄLLDHET OCH MÅNGFALD**				
103-1, 2, 3	Styrning		36–39		
405-1	Köns- och åldersfördelning i styrelse, ledning och bland övriga medarbetarkategorier.		38	Princip 6	Mål 10
406 (2016)	**ICKE-DISKRIMINERING**				
103-1, 2, 3	Styrning		37		
406-1	Fall av diskriminering och vidtagna åtgärder.	Inga rapporterade		Princip 6	Mål 10
413 (2016)	**LOKALSAMHÄLLET**				
103-1, 2, 3	Styrning		4–57		
413-1	Verksamhetsgrenar med lokalt samhällsengagemang		46–55	Princip 1	Mål 3, 4, 5, 8, 10, 11, 12 & 16
414 (2016)	**SOCIAL BEDÖMNING AV LEVERANTÖRER**				
103-1, 2, 3	Styrning		38		
414-1	Nya leverantörer som utvärderats utifrån sociala kriterier	247 nya leverantörer 2019, 5 av dessa Göteborgs Stads ramavtal, resten direktupphandlade. Alla bedömda i enlighet med Göteborgs Stads policy.		Princip 2 Princip 3 Princip 4 Princip 5	Mål 8 & 12

go:teborg&co

En del av Göteborgs Stad