

# För svenskarnas och göteborgarnas bästa

**Stora evenemang är viktiga för Sverige och Göteborg. Sedan början av 1990-talet har Göteborg arbetat aktivt med en långsiktig och professionell strategi för utvecklingen av rese- och besöksnäringen. Detta som en viktig del i den övergripande, generella utvecklingen av Göteborg och Västra Götalandsregionen.**

Evenemangsstaden Göteborg har varit en av de bärande delarna i detta arbete. Satsningar på kultur-, nöjes- och idrottsevenemang kan spela en avgörande roll för att skapa ökad tillväxt och göra Sverige och Göteborg ännu mer attraktivt samt bidra till att stärka Sveriges och Göteborgs varumärken.

## Evenemang och turism – en spjutspets inom tjänstesektorn

Ytterst handlar det om att öka livskvaliteten bland mäniskor som lever och verkar i Sverige och Göteborg. Turismen bidrar här på fler olika sätt. Den medverkar till att bygga broar mellan mäniskor med olika etnisk bakgrund. Den skapar bredare utbud av kultur, nöjen och idrott, restauranger, utflyktsmål, affärer etc. Turismen ger inkomster för många företag och skapar nya arbetstillfällen. Den ger samhället stora skatteinkomster och bidrar på så sätt till att utveckla en större och mer attraktiv infrastruktur.

I den tid av globalisering vi lever i är konkurrensen större än någonsin och den bara fortsätter att öka. Alltfler storstäder och regioner i vår omvärld har upptäckt evenemangens betydelse för tillväxt och sysselsättning. Turismen och evenemangen ses av många bedömare, och då inte bara inom turismen och besöksnäringen, som en spjutspets inom tjänstesektorn och som ett strategiskt område som leder utvecklingen av hela regioner.

## Investeringar skapar tillväxt

Det är investeringar som skapar tillväxt. Den globala kapitalmarknaden har aldrig

investerat så mycket som idag. Att attrahera investeringar är dock svårt. "Nya" regioner i främst Asien växer snabbt medan västvärldens "gamla" regioner får allt svårare att attrahera kapital. Länge har västvärlden försökt möta hotet från "Lågkostnadsekonomierna" med att skapa sk "Kunskapsekonomier". De "nya" regionerna har dock snabbt blivit starka även avseende kunskapsområdet, vilket gör det svårare för de "gamla" att fortsätta använda kunskap som ett vinnande argument i kampan om kapital och investeringar.

## Storstäderna stärker sina varumärken

För att skapa inflöde av kapital och investeringar som säkerställer framtid tillväxt, och i förlängningen god ekonomi och livskvalitet för mäniskor, väljer nu västvärldens starka storstadsregioner att tydligt profilera sina varumärken. Genom kraftfull internationell marknadsföring som tydliggör unikhet och kulturella värderingar, försöker de skapa en tydlig positionering. På så vis blir storstadsregionernas varumärken, och deras innehåll, huvudnyckeln till framtid tillväxt. Investerare väljer ofta att investera i en region vars varumärke/kultur delar de värden som reflekterar det egna företagets. Att finna en unik positionering och bygga ett starkt varumärke och kraftfullt kommunicera detta till omvärlden synes vara en framgångsformel. Ett område som tydligt lyfts fram globalt i denna process är satsningarna på stora internationella evenemang som kommunikationsplattformar. Även de allra största städerna och nationerna i världen satsar på evenemang t ex:

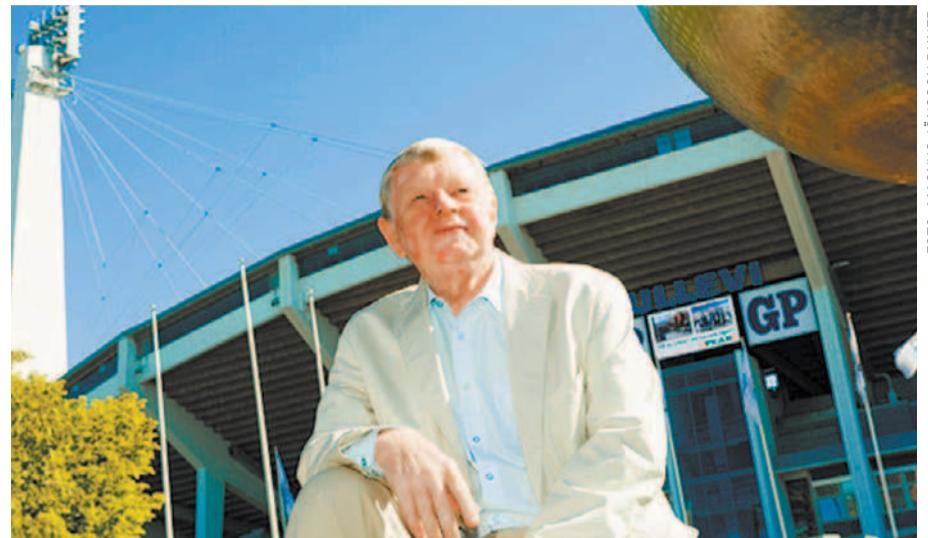


FOTO: MAGNUS JÖNSSON-DUNER

London/Storbritannien (OS 2012), Paris/Frankrike (OS-ansökan 2012), Milano/Italien (Världsutställning 2015), Peking/Kina (OS 2008), Shanghai/Kina (Världsutställning 2010), Sydney/Australien (OS 2000), Moskva/Ryssland (Friidrotts VM 2013), Berlin/Tyskland (Fotbolls VM 2006, Friidrotts VM 2009), Johannesburg/Syd-Afrika (Fotbolls VM 2010), Barcelona/Spanien (Friidrotts-EM 2010), Vancouver/Kanada (Vinter OS 2010), mfl.

Listan kan göras lång. Det finns ett tydligt samband mellan tillväxt, investeringar, varumärke och stora evenemang.

## Framgångsrik tradition

Sverige och Göteborg är i detta globala sammanhang en liten aktör. Vi har andra förutsättningar än de allra största nationerna/storstadsregionerna. Kanske har vi ändå en relativt sett god möjlighet att lyckas tack vare vår framgångsrika tradition inom evenemangsområdet och vår starka idrottsrörelse i kombination med det väl utvecklade samarbetet med svenska näringsslivet. Evenemangsstaden Göteborg är inom detta område en aktör i världsklass. Göteborgs närvetskoncept med arenorna och hotellen

placerade på gångavstånd mitt i centrum, kombinerat med ett väl utvecklat samarbete mellan det privata näringsslivet och den offentliga sektorn är ett mycket starkt konkurrensmedel.

Att Göteborg och Sverige fått förtroendet att arrangera evenemang som EM i fotboll 1992, VM i handboll 1993, VM i friidrott 1995, VM i bordtennis 1997, World Gymnaestrada 1998, EU toppmöte 2001, Volvo Ocean Race 2002 och 2006, VM i ishockey 2002, EM i handboll 2003, EM i friidrott 2006 och VM i konståkning 2008 talar sitt tydliga språk.

Att värna och utveckla denna position och fullt ut dra nytta av evenemang som en bärande del i arbetet med Sveriges och Göteborgs utveckling är en unik möjlighet för oss att bli vinnare i den globala kampan om investeringar och kapital och i dess förlängning skapa en bättre livskvalitet för svenskarna och göteborgarna.

GÖRAN JOHANSSON  
Kommunstyrelsens ordförande,  
Göteborgs Stad.  
Ordförande, Göteborg & Co

## Sport & Affärer

Medföljer som tematidning i *Dagens Industri*.  
Utgivning 1 oktober 2008. Materialdag 10 september.

### Innehåll:

- Sveriges främsta idrottskommuner • Sportresor • Arenan med arenanytt
- Sporthandeln • Mode • Stockholm Open 40 år • Trav, Galopp och Ridsport
- Bilen i sport & sponsring • Stort Hockeytema • Expertpanelen
- Uno Grönkvist summerar intrycken från OS i Peking

Boka din annonsplats nu! Tel: 0176-22 83 50

Mail: id.media@swipnet.se

[www.sportaffarer.se](http://www.sportaffarer.se)



## 5 nivåer i Göteborgs evenemangspyramiden

### Nivå 1 – Lokala evenemang:

Ur bredden växer professionella utövare fram. Det lokala kulturlivet och idrotten utgör med sin bredd basen för evenemangen i städerna som Göteborg

### Nivå 2 – Större lokala evenemang:

Idrottslag, spelare/utövare, sångare, skådespelare ger upplevelser till göteborgarna och blir till förebilder för de unga som stimuleras till att själva bli aktiva.

### Nivå 3 – Nationella och internationella evenemang:

På denna nivå handlar idrotten om landskamper, SM, större cuper. Inom kultur återfinns festivaler, gästspel konserter/shower och musikaler. Ett stort antal mässor och konferenser återfinns även på denna nivå.

### Nivå 4 – Större nationella och internationella evenemang:

Här återfinns EM och VM inom flera idrotter, vissa andra stora idrottsevenemang och de allra största årligen återkommande kultur och idrottsevenemangen. Här återfinns även stora kongresser, utställningar, uppsättningar och konserter.

### Nivå 5 – Megavenemangen

I toppen av pyramidén återfinns de internationellt allra största idrottsevenemangen. Här återfinns också världsutställningar och unika internationella projekt. Dessa events är viktiga för att visa på stadens och landets unika möjligheter, stärka stadens, regionens och landets varumärken. Målet är att ge staden/nationen en kvalitetsstämpel som stimulerar tillväxt, turistekonomiska flöden och nya arbetstillfällen samt gynna livskvalitet och inspiration åt invånare och ungdomar att själva aktivt delta i kultur och idrottsaktiviteter.