



100% IDEER

För att behålla de unga i Göteborg

Innehåll

FÖRORD..... sid 3

100 IDÉER:

BOSTÄDER.....sid 6

Bostadsutbud och byggprocess – idé 1–8

Bostäder för studenter och unga yrkesverksamma – idé 9–18

Bostäder för barnfamiljer – idé 19–23

Kommentar: Alexandra Hagen, arkitekt och vd på White arkitekter

STADSUTVECKLING.....sid 9

Attraktiv stadsmiljö – idé 24–28

Integration – idé 29–32

Trygghet – idé 33–35

Kommunikationer – idé 36–45

Kommentar: Gunilla Grahn-Hinnfors, stadsutvecklingsfrågor på Västsvenska handelskammaren

OFFENTLIG SEKTORsid 12

– idé 46–50

Kommentar: Csaba Bene Perlenberg, debattansvarig och fristående kolumnist på ledarsidorna i GT och Kvällsposten

NÄRINGS LIVsid 13

Startups – idé 51–56

Arbetsmarknad och karriärmöjligheter – idé 57–68

Utbildning, praktik och jobbmatchning – idé 69–78

Kommentar: Dejan Djurkovski, näringslivsutvecklare på Yes Box, Business Region Göteborg

KULTUR OCH NÖJE sid 16

– idé 79–84

Kommentar: Christina Björklund, vd på GöteborgsOperan

MARKNADSFÖRINGsid 17

Marknadsföra Göteborg – idé 85–92

Marknadsföra näringslivet i Göteborg – idé 93–100

Kommentar: Fredrik Toreskog, Commercial Director för hotell- och destinationsaktören ESS Group.

ANALYS sid 19



Vi ska göra Göteborg till Europas bästa stad att arbeta i

100 idéer för att göra Göteborg till Europas bästa stad att arbeta i.

Vi på Platzer har en vision om att göra Göteborg till Europas bästa stad att arbeta i. Vi har medvetet valt att lägga ribban högt. För oss är Göteborg viktigt. Då måste vi sikta högt.

Eftersom vi helt koncentrerat oss till Göteborgs-området är vi både måna om och beroende av att det går bra för Göteborg. Här har vi, våra hyresgäster och våra hyresgästers kunder ett gemensamt intresse.

Under senare år har vi också tagit ett allt större ansvar för utvecklingen av de delar av Göteborg där vi har fastigheter. Vi har bidragit till att göra norra Gårda till ett spännande område med både kontor och bostäder. Vi är ledande aktör i omvandlingen av Gamlestaden till en levande stadsdel där människor bor, arbetar och möts. Vi ligger i startblocken för skapandet av Södra Änggården och vi är med både när södra Gårda och Gullbergsvass ska stöpas om.

Genom vår vision sätter vi också fingret på en av de avgörande frågorna för att Göteborg ska fortsätta utvecklas – att det är en bra stad att arbeta i. Ingen fråga är så viktig för Göteborgs fortsatta framgång som att staden är attraktiv för människor som vill arbeta. Det innebär att vi både måste attrahera och behålla talanger. Här har vi som fastighetsägare och utvecklare av arbetsplatser ett särskilt ansvar.

Denna insikt var bärande när vi i Almedalen samlade ett antal kloka människor från näringsliv, akademi, kulturliv, media, offentlig förvaltning och politik för att diskutera hur vi får fler unga att stanna i Göteborg när de studerat klart. Utöver paneldiskussion och rundabordssamtal bad vi invånare och publik att komma in med sina bästa idéer för hur vi säkerställer att Göteborg som stad och region blir så attraktivt att fler vill stanna här efter studietid och under familjebildningsåren.

Resultatet av vår dialog har vi sammanställt i de 100 idéer du hittar i denna skrift. Vi har låtit några av sommarens deltagare och andra insiktsfulla personer ta del av resultatet och ge sina kommentarer.

Vi har medvetet valt att inte själva rangordna eller recensera idéerna. En del håller vi med om, annat är vi kanske mer tveksamma till. En del är nytt och spännande; annat är redan på gång. Det viktiga är att lyfta fram det engagemang vi mött och den vilja till utveckling som finns.

Nu lämnar vi över dessa 100 idéer till kommunstyrelsen. Vi har stor förståelse för de prioriteringar och överväganden politikerna måste göra. Och vi är övertygade om att de, oavsett partifärg, är lika måna om Göteborgs bästa som vi. Detta är ett sätt för oss att bidra till samtalet om Göteborgs utveckling. När politiken senare har gått igenom de olika förslagen är vi beredda att bidra till att de förverkligas. Tillsammans kan vi göra Göteborg till Europas bästa stad att både bo och arbeta i.



P-G Persson,
VD på Platzer

Tack till

PANELSAMTAL ALMEDALEN

Amanda Lindenmeyer,
Arbetsmarknadsenhetens ordförande,
Chalmers Studentkår

Helene Odenjung, kommunalråd
på Göteborgs Stad

Johan Trouvé, vd på Västsvenska
Handelskammaren

Lena Apler, grundare och
styrelseordförande på Collector

Markus Åberg, People Plan Specialist
på Academic Work

RUNDABORDSAMTAL ALMEDALEN

Maria Källsson, Tillväxt Lidköping

Anna-Lena Johansson,
Business Region Göteborg

Csaba Bene Perlenberg, GT

Dennis Bucht, Fastighetsägarna

Per Nilsson, Semcon

Gunilla Grahn Hinnfors,
Västsvenska handelskammaren

Sarah Scheller, Raoul Wallenberg Academy

Sara Larsson, Stadsmissionen

Alexandra Hagen, White arkitekter

Vi vill bidra till Göteborgs utveckling

Göteborg går bra. Exportindustrin skördar framgångar. Vi är en av världens mest innovativa städer. Arbetslösheten i Göteborgsregionen är rekordlåg. Ändå finns det orosmoln på himlen. Alltför många nyexaminerade studenter lämnar Göteborg och Göteborgsregionen direkt efter examen. En stor del av de som är kvar flyttar senare när de bildar familj. I första fasen förlorar hela regionen kompetens. I nästa steg förlorar Göteborgs stad skatteintäkter. Vi på Platzer vill vara med och skapa ett Göteborg där unga vill leva och arbeta. Ett Göteborg där drömmar förverkligas. Det var anledningen till att vi startade konceptet *100 idéer för att behålla de unga i Göteborg*.

För att samla in etthundra idéer skapade vi en digital idégenerator där göteborgare uppmuntrades att skicka sina bästa idéer för att få fler unga att stanna i Göteborg efter studietiden. De inkomna idéerna låg sedan till grund för de frågor som diskuterades under Platzers seminarium och rundabords-samtal under Almedalsveckan.

I den här rapporten har vi, utan inbördes ordning, sammanställt de 100 idéer som kommit in i vår idégenerator. Även om vi på Platzer varken tar ställning för eller emot idéerna i rapporten, så hoppas vi att dessa kan inspirera, beröra och starta diskussioner om hur vi tillsammans kan skapa ett Göteborg än bättre för unga.

Vi vill tacka alla er som bidragit med idéer och analyser till rapporten och önskar er en trevlig läsning!

Bostäder

BOSTADSUTBUD OCH BYGGPROCESS

- 1 Bygg bostäder med gemensamma ytor där man kan träffas men ändå ha en privat sfär. Tänk nytt.
- 2 Man borde bygga högre byggnader på många ställen centralt i stan, 30 våningshus, så vi får många små lägenheter. Gärna på norra älvstranden. Inte bara ett 16 våningshus i varje stadsdel. Utan flera höga hus.
- 3 Nya bostadsformer i Göteborg som är anpassade efter hur människor bor idag. Exempelvis ha fler personer som står på ett hyreskontrakt. Likt London och andra storstäder. Större flexibilitet i bostaden. Kollektivt.
- 4 Korta ned handläggningstiderna för byggande.
- 5 Bygg snygga energieffektiva modulbostäder som går att flytta till tomma platser.
- 6 Billigare boende och större variation i bostadsutbudet så att det blir möjligt att göra en förändringsresa i sitt boende matchande livsbehovet.
- 7 Förkorta ledtider när det ska byggas nytt så att vi har möjlighet att bygga i rätt takt. Bygg billiga bostäder som de unga har råd att bo i.
- 8 Bygg flytande boende vid Drömmarnas kaj!



BOSTÄDER FÖR STUDENTER OCH UNGA YRKESVERKSAMMA

- 9 Vi behöver bygga bostäder som studenter kan bo i efter examen till rimlig hyra! Bygg inte bara dyra bostadsrätter.
- 10 Det är superviktigt att vi fortsätter bygga bostäder så att unga kan bo kvar i stan även efter avslutade studier och när studentboendet upphör. Satsa på tillfälliga modulhus tills bostadskrisen är över!
- 11 Få upp farten i byggandet i bostäder till unga genom snabbspår.
- 12 Det behövs byggas fler bostäder som unga har råd att bo i. Hitta en effektiv form för att göra detta möjligt.
- 13 Fler bostäder. Nyutexaminerade och välutbildade unga behöver kunna bosätta sig i Göteborg till en rimlig kostnad. Idag är det ett stort hinder för många att det saknas bostäder.
- 14 Bygg bostäder så unga har någonstans att bo när de tvingas flytta från studentrummen.
- 15 Separat boplatsskö för unga under 25 år med jobb.
- 16 En ny satsning på prisvärda hyresrätter till unga mellan 18–28.
- 17 Bygg studentbostäder som räcker till alla studenter och bostäder att flytta till efter examen.
- 18 Erbjud möjlighet till andrahandskontrakt efter möjligheten till studentboenden tagit slut.

BOSTÄDER FÖR BARNFAMILJER

- 19 Bygg även större lägenheter så att de som är kvar och bildar familj inte måste flytta till kranskommunerna när de bildar familj.
- 20 Bygg mer attraktiva bostäder och bostadsmiljöer för småbarnsfamiljer. Tex stadsradhus, lägenheter med attraktiva innergårdar.
- 21 Stadsmässiga villaområden. Egna hem etc. I dagsläget flyttar väldigt många småbarnsfamiljer från Göteborg på grund av bristande utbud av småhus och boende med trädgård.

Bostäder forts.

22

I nuläget är det väldigt svårt att få en lägenhet via Boplats utan att ha 6–10 års kötid. Det gör att det är svårt för unga i Göteborg att flytta hemifrån eftersom det inte går att ställa sig i kön förrän man är 17. Tidigare fanns en satsning vid namn Ungahem som var bra. Nu är det många unga vuxna som lever på andrahandskontrakt eller kontakter efter möjligheten till studentboendet gått ut.

23

Skapa attraktiva möjligheter för unga barnfamiljer att bo kvar i staden. Tex med tättbebyggda egnahemsområden. Enklare radhus i mellan staden m.m.

KOMMENTAR

Alexandra Hagen, arkitekt och vd på White arkitekter

Förslagen pekar som helhet på vikten av variation i bostadsbyggandet. Vi behöver bostäder för unga, för familjer, hyresrätter, småhus, större lägenheter så alla får plats, små lägenheter för singelhushåll, nya typer av delat boende, och sist men inte minst bostäder som vi har råd med. Klok rådgivning från idémakarna helt klart. Genom att variera och blanda upplåtelseformer i bostadsbyggandet åstadkommer vi mångfald och motverkar segregation. Studier visar på att en blandad stad som är välkomnande för en mångfald av människor också upplevs som mer attraktiv, här finns många internationella exempel som Göteborg kan inspireras av. Attraktivitet leder till ökad tillväxt genom att staden lockar nya kommuninvånare. Några favoritidéer i mängden som bidrar till ett hållbart och attraktivt bostadsbyggande:

Idé nr 1. Genom att bygga bostäder som samutnyttjar ytor kan vi få ner boendekostnaden, det leder också till ett ökat socialt utbyte. För att lyckas med detta behöver vi tänka nytt i formgivningen och lösa hur vi hyr/äger denna typ av bostad. Vi måste också fundera på hur vi förvaltar gemensamma ytor på ett fungerande sätt.

Idé nr 3. Möjliggör att flera personer står på hyreskontrakt för samma bostad. Det skulle uppmuntra till att fler delar bostad och samtidigt ge en ökad trygghet för fler boende. För att komma vidare med denna idé måste vi lösa hur detta fungerar juridiskt.

Idé nr 5 och 10. Satsning på energieffektiva flyttbara bostäder. Jag tror också att vi kan bli betydligt bättre på att nyttja byggnader som står tomma för temporära bostäder. För att detta skall fungera behöver vi ha en fungerande och enkel process för tillståndsgivning för temporära bostäder.



Stadsutveckling

ATTRAKTIV STADSMILJÖ

- 24 En tätare stad. Linnéplatsen är ett exempel på att den typen av stad är attraktiv för en yngre målgrupp. Bevisar tesen.
- 25 Bygga synliga symboler, likt Turning Turso och Malmö. Inte underskatta betydelsen av symboliska byggnader och platser.
- 26 Inte bara bygga fler bostäder, utan bygga en stad och allt vad det innebär med att göra det.
- 27 Bygga ihop staden. Idag är Göteborg glest, men den unga "urbana" målgruppen tycker det är attraktivare med en tätare stad.
- 28 En stadsdel med höga hus vid Eriksberg och med goda möjligheter att gå ut, cykla och ta älvtrafiken.

INTEGRATION

- 29 Motverka segregation. En inkluderande stad är bra för alla.
- 30 Skapa fler sociala mötesplatser som leder till en öppnare stad.
- 31 Motverka segregationen bättre. Det är jätteviktigt att bygga mer attraktiva boenden i förorterna, då kommer även fler höginkomsttagare bosätta sig där vilket skapar en bättre blandstad och höjer statusen på att bo i dessa områden.
- 32 Skapa förutsättningar att drömma i Göteborg. Framförallt för barn som bor i utanförskap. Hur bygger vi ihop Göteborg tillsammans. Skapa samarbete mellan ideell, näringsliv och offentlig sektor.

TRYGGHET

- 33 Skapa trygghet.
- 34 Mer övervakningskameror.
- 35 Större närvaro av poliser och väktare.

Stadsutveckling forts.

KOMMUNIKATIONER

36

Bygg västlänken nu, linbana och fortsatt utveckla staden!

37

Goda kommunikationer med bil kring staden.

38

Bilberoendet: Jag vill klara mig utan bil och har gjort det i fem år i Uppsala. I Göteborg är avstånden mellan bostad, service och arbete för stort. Jag vill ha gång och cykelavstånd till de flesta målpunkter i mitt liv, något Göteborg inte erbjuder.

39

Minska bilberoendet. Bättre utbyggd kommunaltrafik. (Tunnelbana är så extremt mycket mer effektivt än spårvagn.) Fler bussfiler behövs.

40

Gratis Styr&Ställ för alla nyantagna studenter.

41

Effektivare kollektivtrafik för att underlätta pendling.

42

Bra internationella förbindelser. Unga reser mer idag än för 40 år sedan. Landvetters direktflygs destinationer är asviktiga.

43

Gott om parkeringsplatser.

44

Utvidga området där Styr och Ställ finns att använda. Nu finns det bara i centrala delarna av stan, men många som även bor i ytterområdena skulle också vilja använda detta.

45

Bilfri innerstad. En av fördelarna Göteborg har jämfört med exempelvis Stockholm är att staden är trevligare för fotgängare, med stora gångstråk, parker och torg. Unga värnar om miljö och använder i högre utsträckning kollektivtrafik än vuxna och med hänsyn till detta, för att inte tala om den ökade handeln i innerstaden som skulle bli följden (se exempel som Ljubljana i Slovenien) skulle Göteborg bli mer attraktivt.



KOMMENTAR

Gunilla Grahn-Hinnfors, stads-
utvecklingsfrågor på Västsvenska
handelskammaren

Det känns kul och lite hoppfullt att så många just ser Staden och byggandet som svar på de stora utmaningarna vi har; integration, klimat, trygghet och miljö. Jag gillade särskilt idé 27 om att bygga ihop staden. Idag är Göteborg alldeles för glesbyggt. Jag tror att en tätare stad blir tryggare, mer klimatsmart och lite roligare. För att nå dit krävs mod både hos politiker och tjänstepersoner i stan, bättre samarbete med näringslivet och generellt en mer välkomnande attityd till nya idéer. När man väl bygger samman staden tror jag det är viktigt att man kompletterar det som redan finns, snarare än att bara riva och bygga nytt. Den blandningen tror jag är viktig för att få till en levande miljö med olika hyresnivåer för olika typer av verksamheter.

Sen så gillar jag idé 32 om att skapa förutsättningar för att drömma i Göteborg. Den idéen är både viktig och fint formulerad. Att drömma och bygga tillsammans – de är viktiga bitar i det stora pusslet. För att alla ska ha en möjlighet i stan, även de som behöver en andra chans, då tror jag det är så oerhört grundläggande att alla får en riktig chans att gå ut med godkända betyg. Där har även kultur- och föreningsliv nyckelroller för att skapa rätt förutsättningar.

De städer som jag tror man kan hämta inspiration ifrån är städer som Köpenhamn, Manchester, Rotterdam och Malmö. Det är städer som är jämförbara med Göteborg och som jag vet har jobbat väldigt intensivt med att utveckla staden.



Offentlig sektor

- 46 Vård som inte alla bollar en mellan olika instanser utan att guida rätt med en gång
- 47 Myndigheter och politiken borde anställa fler folk från näringslivet för att motverka trögheten som existerar. Nya perspektiv.
- 48 Proaktivt arbete för att förebygga psykisk ohälsa bland unga vuxna.
- 49 Erbjuder god service så att unga väljer att stanna kvar även när de bildar familj. Exempelvis en bra förskola där man inte behöver stå i kö under en lång tid samt en bra grundskola för barnen.
- 50 En superbra barnomsorg med små barngrupper, så kommer fler vilja stanna i Göteborg.

KOMMENTAR

Csaba Bene Perlenberg, debattansvarig och fristående kolumnist på ledarsidorna i GT och Kvällsposten

Arbetstiderna har kanske ändrats. Arbetsplatserna likaså, precis som anställningsformerna. Att giga runt i den nya anywhere och anytime-ekonomin, där unga människor hoppar mellan fria men osäkra, korta anställningsvillkor som påverkar människors förmåga att ta lån och skaffa bostad, ändrar dock inte att arbetstagare och frilansare även framöver vill ha samma sak som deras föräldrar hade: En trygg välfärd.

I grunden kan förslagen sammanfattas med: Vi vill ha det som förr, fast bättre. Rop på förskolor utan köer, förebyggande arbete för ungdomars psykiska välmående och en vård som erbjuder ett helhetsgrepp är knappast nya önskemål.

Den offentliga servicen går mot stora utmaningar framöver. Sveriges befolkning är likt Japan en åldrande befolkning. Lägg därtill ökade särkrav på äldreomsorg med personal som inte bara pratar svenska. Dessutom går vi mot en oundviklig lågkonjunktur, även om det finns tecken som tyder på att nästa lågkonjunktur icke desto mindre fortsatt kommer vara relativt högproduktiv. Den stora gröna omställningen kommer göra att nästa lågkonjunktur, med nyproducerade bilar och annan grön teknik gör att den offentliga servicen både skattemässigt men även innovationsmässigt har stora möjligheter att anpassa sig till och erbjuda medborgarna mer effektiva, hållbara lösningar.

Den offentliga servicen måste även våga titta framåt. Avyttringar av kommunala bolag och kortvariga kommunala skattehöjningar kan var ett sätt att få in engångssummor som gör att investeringstakten kommer ikapp de största behoven.



STARTUPS

- 51 Underlätta för studenter och nyutexaminerade att starta nya bolag. Tex göra det lättare att kunna få tillgängliga kontorsmöjligheter.
- 52 Se till att finns spännande jobb! Satsa på att skapa bättre förutsättningar för tillväxtbolag och startups som lockar ung talang.
- 53 Skapa en attraktionskraft för nyetablering av häftiga företag vilket behåller nyexaminerade.
- 54 Stimulera företagandet så att unga ser en utvecklingspotential i Göteborg!
- 55 Skapa förutsättningar för startups och startup miljöer. Skapa en känsla att allt är möjligt i Göteborg. Tvätta bort den gamla industrikänslan lite. Ett mål kan exempelvis vara att alla studenter ska få en entreprenöriell förmåga när de går ut universitetet.
- 56 Ökat fokus på små- och startupbolag. Var femte person är idag anställd av ett litet bolag nationellt sett och startup-scenen är otroligt attraktiv för många unga, både som anställd och grundare. Därför bör fokus läggas på att främja sådan verksamhet samt synliggöra möjligheterna till den.

ARBETSMARKNAD OCH KARRIÄRMÖJLIGHETER

- 57 Samarbete mellan offentlig sektor, företag och utbildning för att kompetensutveckla erfarna anställda till nya roller, rustade för framtiden.
- 58 Det är svårt för unga med en samhällsvetenskaplig bakgrund att hitta relevanta jobb i göteborgsområdet. Det hade varit positivt om stad och näringsliv tillsammans kan förmå regeringen att lokalisera fler stora myndigheter i Göteborg.
- 59 Fler myndigheter till Göteborg. Det finns ett intresse att jobba inom offentlig sektor. Speciellt om man är statsvetare eller liknande.
- 60 Erbjuder goda möjligheter för personlig utveckling på jobbet.
- 61 Fler möjligheter att göra karriär inom fler områden.
- 62 Tillgång till huvudkontor. Brukar leda till en bred arbetsmarknad.
- 63 Etablerade storföretag som har stor verksamhet i staden med centrala och attraktiva kontor, där unga vill jobba.
- 64 Skapa en fokuserad hub inom ett område som inte är i industri, jämför Borås och textil, för att få fler huvudkontor till Göteborg.
- 65 Offentlig sektor behöver bli bättre på att kommunicera vad det innebär att göra ett verkligt meningsfullt arbete.

Näringsliv forts.

66

Matcha de ungas krav när det kommer till ledarskap, värderingar och visioner. Idag är arbetstagarna mer kräsna.

67

Ta hand om och behålla de internationella studenterna.

68

Se till att det finns goda möjligheter till personlig utveckling på arbetsplatsen. Att det finns bra mentorer.

UTBILDNING, PRAKTIK OCH JOBBMATCHNING

69

Skapa ett västsvenskt traineeprogram för att synliggöra vilka arbetsgivare som finns i staden och vad man kan jobba med?

70

Närmare dialog med studenterna. Erbjud case-jobb och praktikplats i större utsträckning.

71

Tillgången på praktikplatser. Detta gäller både på privata och statliga bolag. Det handlar till stor del om marknadsföring och hur praktikplatserna visas på diverse hemsidor och andra kanaler.

72

Göteborg behöver flera fysiska mötesplatser där unga kan träffas. Inte bara fritidsgårdar utan platser där vi kan få hjälp med att söka jobb, kunna sitta ner och studera, få hjälp med företagskontakter och sommarjobb. Jag tror att jobb är det som krävs och då menar jag alla typer av jobb. Alla kan inte jobba på Volvo.

73

Snabbutbilda spetskompetenser så att personer som inte har utbildning idag, men intresse kan jobba inom de området som de vill. Till exempel programmering till personer som är mycket intresserade av datorer och gaming men inte har en IT-utbildning.

74

Jag tror att Göteborg behöver släppa in fler studenter i arbetslivet, inom respektive yrkesområde, under studierna. Exempelvis i form av fler sommarjobb och trainee-platser. Då är chansen större att studenterna själva skapar de kontakter som kan leda till första jobbet.

75

Bättre koppling mellan näringsliv och akademi. Ibland känns steget mellan universitet och arbetsplats långt, jag hade gärna sett en tydligare samverkan som hade kunna hjälpa studenter med kontakter samt bättre rusta dem för det riktiga yrkeslivet. Samtidigt kanske universitetet behöver bli bättre på att tala om vilka utbildningar som faktiskt leder till jobb.

76

Ta kontakt med studenter och prata med dem vilket Göteborg de vill ha. Skapa möten mellan unga och näringslivet.

77

Vara ute tidigt i skolorna och prata med elever på högstadiet och gymnasiet. Alla som läser natur kan inte bli läkare.

78

Hjälpa akademin att skapa nya program som ger blandade kompetenser. Anpassa programmen efter de nya jobb som kommer att uppstå.



KOMMENTAR

Dejan Djurkovski, näringslivs-
utvecklare på Yes Box, Business
Region Göteborg

Mitt intryck är att det finns många bra idéer i det här kapitlet. Samtidigt upplever jag att mycket av det som efterfrågas redan finns och att utmaningen istället är att synliggöra de strukturerna. Exempelvis så fastnade jag för idé 72 om att det behövs fler fysiska mötesplatser för unga att komma i kontakt med företag. Mötesplatserna finns redan men dessa behöver synliggöras och trösklarna behöver sänkas. Jag tror att man även behöver vara mer tillåtande och inkluderande när man bjuder in till sådana möten. För behovet att mötas går åt bägge hållen; företagen slåss ju idag om de bästa unga talangerna.

Utöver fler synliga och inbjudande mötesplatser så tror jag att vi i Staden behöver bli bättre på att skryta om det vi har. För en stad i den storleken som Göteborg är, så står vi oss väldigt starkt med vårt näringsliv och industrier. Det pågår ju till exempel en väldigt spännande utveckling kopplat till IT inom fordonsklustret. Där finns det häftiga karriärmöjligheter vi skulle kunna prata mer om.

Jag tror Göteborg kan lära av hur man arbetar med de här frågorna i Stockholm. Där upplever jag att de tänker globalt redan från början medan vi har en tendens att tänka lokalt i starten. De syns och hörs mer. Det betyder inte att de är bättre eller har mycket mer än oss, men de är bättre på att tala om "det här är vi och det här gör vi".



Kultur och nöje

- 79 Det ska vara kul att vara i Göteborg. Boosta aktiviteter och släpp fram ej så tillrättalagda dags- och kvällsnöjen.
- 80 Kulturellt utbud – allt från idrott, konserter, utställningar till kyrkor och caféer. Något att göra helt enkelt. Samt attraktiva stadsmiljöer – som förstärker känslan och tillgängligheten av ovanstående.
- 81 Större utbud inom kulturliv, fritidsaktiviteter, mer människor och förtätning.
- 82 Bygga stolthet över Göteborg, genom kulturliv, subkulturer, startup och natur.
- 83 Fler samverkansplatser och nätverk. Bli en stad som inte sover.
- 84 Unga vill känna en egennytta och en mening med tillvaron. Kan ta sig i uttryck på väldigt många olika sätt. CSR är en sak. Personliga engagemang en annan. Stadens engagemang en tredje. Men det finns säkert fler.

KOMMENTAR

Christina Björklund,
vd på GöteborgsOperan

Ett bra kultur- och nöjesutbud är bärande för att skapa attraktiva stadsmiljöer, det drar till sig människor och sammanhang, som i sin tur lockar ännu fler. Hus i all ära, men det är människorna och verksamheterna i och kring husen som skapar en levande stad.

Konst och kultur, i alla dess slag, är därför ett viktigt fundament i en hållbar stadsutveckling då människor söker sig till människor – man vill helt enkelt vara där det händer saker. Det gäller såväl unga som äldre och kanske inte minst gäller det för näringslivet. Ett rikt kultur-, fritids och nöjesliv kan vara avgörande för att locka och bevara kompetenta medarbetare såväl regionalt och nationellt som internationellt.

För att Göteborg ska locka, leva och utvecklas måste det alltså finnas ett kulturutbud värt namnet.

Vi som bedriver kulturverksamheter i Göteborg förenas av en nyfikenhet och stark ansvarskänsla. Vi vill att kulturen ska leva och utvecklas så att den kan berika och locka, stärka samhörigheten och överraska i vardagen.

Jag håller med om att kultur och nöje ska finnas för att göra livet lite roligare – oavsett om den är vild eller tillrättalagd. Men den kan, och ska, också kunna förfära och beröra. Kulturen har en förmåga att skapa mening, oavsett om man vill förstå verkligheten lite bättre eller bara vila en stund från den.

Den hjälper oss förstå världen. Att kunna se sig själv med andras ögon, och betrakta sina medmänniskor på nya sätt, är viktigt. Kanske viktigare än någonsin i dag, när allt snurrar fort och eftertanke är någonting som ofta får stryka på foten.



Marknadsföring

MARKNADSFÖRA GÖTEBORG

- 85 Jag tycker inte att vi bara ska fokusera på att behålla de som pluggar i Göteborg, utan även göra insatser på andra utbildningsorter och locka tillbaka utflugna göteborgare eller attrahera nya. Göteborg måste bli bättre på att marknadsföra sig även utanför regionen.
- 86 Sluta tävla med Stockholm, och istället vidga perspektivet. Vi bör jämföra oss mer med städer som Oslo och Köpenhamn som ligger närmare geografiskt. Göra benchmark mot städer utanför Sverige för att få inspiration, exempelvis London, San Fransisco och liknande. Vi behöver hitta ett nytt sätt att paketera Göteborg utifrån de nya insikterna och inspirationen.
- 87 En stor del av de studerande i Göteborg pluggar på Chalmers, bor på Chalmers och festar på Chalmers. De pluggar främst för att få en examen och flyttar sedan någon annanstans till jobb. Alltså upplever de aldrig riktigt vad Göteborg är utanför Chalmers, och att bo kvar här när studierna är slut är antagligen inte heller med i kalkylen från början. Att locka studenterna ur Chalmersbubblan kan vara ett sätt att få dem att fästa sig vid Göteborg, att se att det är en stad det går att bo kvar i efter examen. En stad med många möjligheter som har mer att erbjuda.
- 88 Marknadsföra stadsutvecklingen i Göteborg och att de unga kan vara med på den resan. Att de får vara en del av förändringen. Det är attraktivt för en målgrupp som tycker om att påverka. Påtala möjligheterna kring detta.
- 89 Kommunicera bättre – om vad som görs och vad som ska göras. Visualisera i bilder och kommunicera brett.
- 90 Synliggöra internationaliseringen av Göteborg. Det finns mycket arbetskraft som flyttar till de internationella företagen som finns vilket gör Göteborg till en kosmopolitisk stad.
- 91 Att vara den stad man säger att man är. Annars skapas ingen trovärdighet hos målgruppen.
- 92 Sluta marknadsföra sig som den lilla storstaden, hellre den stora småstaden.

MARKNADSFÖRA NÄRINGSLIVET I GÖTEBORG

- 93 Göteborg som varumärke. Idén om att Göteborg endast är en industristad präglad av hamnindustrin lever kvar, vilket inte passar vad alla studerar till. Att arbeta på varumärket och framhäva andra sektorer i regionen vore gynnsamt!
- 94 Tala om, marknadsför, att man vill bidra till att utveckla Sveriges viktigaste exportföretag ska jobba i Göteborg (de både Volvobolagen).
- 95 Häftiga bolag i Göteborg, så som Platzner och Collector, måste bli bättre på att marknadsföra sig mot universitetet och högskolor.
- 96 Tydliggöra alla möjligheter som finns i Göteborg hos två av världens mest framgångsrika fordonsföretag.

Marknadsföring forts.

97

Företag behöver bli bättre på att marknadsföra sig till sina målgrupper. Många unga känner inte ens till vilka arbetsgivare som de kan vända sig till idag.

98

Se vilka möjligheter som finns inom näringslivet. Idag finns en begränsad bild av vilka möjligheter som finns. Göteborg behöver bli bättre på att synliggöra möjligheterna.

99

Vad erbjuder företagen? Man behöver bli bättre på att jobba med hållbarhetsfrågor och liknande, men även kommunicera ut de arbetet.

100

Skapa en ny syn vad industrin är för något – prata mer om digitalisering och elektrifiering. Lyfta vad vi är bra på och att vi är världsledare inom dessa områden.

KOMMENTAR

Fredrik Toreskog, Commercial Director för hotell- och destinationsaktören ESS Group.

Bra marknadsföring handlar i grunden om att definiera tydliga mål, förstå sina målgrupper och sen berätta saker som engagerar. Förenklat pratar vi på ESS Group om att vi ska berätta saker som människor vill berätta om. Att göra bra marknadsföring för Göteborg som stad grundar sig med andra ord om att först veta vad vi är och för vem, vad vi erbjuder, hur vi känns och vad vi också vill lova våra olika målgrupper.

Ett av förslagen (91) pekar på vikten av trovärdighet vilket jag tror är avgörande. Att Göteborg är på riktigt. Bra marknadsföring av städer eller länder måste vara mer än vackra ord eller fina bilder.

Förslag nummer 86 föreslår att titta på exempel från hur andra städer gjort. Absolut, det kan vara intressant men jag skulle istället titta på och inspireras av varumärken från helt andra världar som lyckats med stort engagemang, dialog och gillanden. Att blicka längre än det som görs idag när det kommer till destinationsmarknadsföring. Göteborgs alla målgrupper (vilka de nu är) tror jag har en sak gemensamt. Alla gillar att vara en del av en positiv rörelse och en resa framåt och uppåt. Att man hos oss, i vår stad, får vara en del av innovation, starka idéer, passion, driv, entreprenörskap och utveckling. Allt detta behöver göras tillsammans med människorna, skolorna, universiteten och företagen.

Kolla förslagen 93–100, alla pratar om närhet till näringslivet och här är nyckeln och samtidigt också den stora utmaningen. Företagen såväl som staden behöver ett enormt nära, tydligt och prestigelöst samarbete där målet i sikte är Göteborg som destination och där man behöver dela tron på engagerande, trovärdig och innovativ marknadsföring. Marknadsföring som är som staden är.



Analys

Vi människor vill vara med och påverka den stad vi lever och arbetar i. När vi bad om idéer om hur vi ska få fler unga att stanna i Göteborg fick vi många förslag. Tillsammans utgör de en idébank som räcker länge för alla som vill hitta uppslag för hur vi tillsammans kan utveckla Göteborg.

Många av idéerna handlar naturligtvis om bostäder. Det ligger oss alla närmast och det är en fråga där det finns stora behov. Det handlar både om att det behövs fler bostäder, men också om hur dessa bostäder ska se ut och för vem de ska byggas.

Det är spännande att idéerna sticker ut åt olika håll. Det gäller även de idéer som berör stadsutveckling. En stad måste kunna möta många olika behov och den får inte bli för likriktad. Samtidigt måste staden hålla ihop både fysiskt och socialt. Många idéer handlar om att minska bilberoendet, vilket ställer krav på alternativen som kollektivtrafik samt gång- och cykelvägar.

Det område som kanske är tunnast, men som är nog så viktigt, är offentlig service. De flesta förslagen handlar om förbättringar av dagens lösningar. Men hur vill vi ha det sedan? Jag tror att Staden, näringslivet respektive oss som fastighetsutvecklare skulle kunna hitta många nya och spännande lösningar om vi satte oss ner och tänkte tillsammans.

Den allra mest avgörande faktorn för att locka och behålla kompetens är att det finns intressanta jobb. Många idéer handlar om nyföretagande och startups, andra om fler myndigheter och spännande huvudkontor. Dessutom efterfrågas mer kontakt mellan skola, studenter och arbetsgivare. Även här finns möjligheter att nå resultat genom samverkan. Låt oss tillsammans se vad vi kan göra för att skapa mötesplatser och för att göra Göteborg till Europas bästa stad att arbeta i.

En bra stad består dock inte bara av hus, offentlig service och arbete. Utbudet av kultur och nöje är centralt för att Göteborg ska attrahera och behålla unga människor. Det måste vara kul att bo här. Låt oss släppa fram idéerna och inte vara rädda för att det blir lite vildvuxet.

Avslutningsvis finns det ett stort antal idéer som handlar om hur vi bättre marknadsför Göteborg. Det gäller både staden som sådan och det spännande näringsliv som finns här. Det är här det händer! Alla lockas av att vara del av en positiv utveckling. Här tror jag att det finns väldigt mycket att göra.

Göteborg behöver inte hitta på saker för att bli intressant. Det händer redan så mycket – både när det gäller stadsutveckling och inom näringslivet. Vi måste bara bli bättre att se och tala väl om varandra. Då tror jag att vi också kommer närmare en av mina favoritidéer: Skapa förutsättningar att drömma i Göteborg. Vi på Platzer ser också fram emot att bidra till ett vidgat perspektiv på vår stad med hjälp av inspiration från andra platser och varumärken för att stärka bilden av Göteborg.

Kristina Arelis, Kommunikations- och marknadschef på Platzer



