

# **Verksamhetsplan 2021**

## **Göteborgs Stads Parkering AB**

---

# Innehållsförteckning

<b>1 Göteborgs Stads Parkering .....</b>	<b>3</b>
1.1 Bolagets roll och värde för staden .....	3
1.2 Ägardirektiv .....	3
1.3 Vision och affärsidé .....	3
1.4 Verksamheten .....	3
<b>2 Strategiska framgångsfaktorer .....</b>	<b>5</b>
2.1 Utvecklingsfrågor och omvärld.....	5
2.1.1 <i>Det ”nya normala”</i> .....	5
2.1.2 <i>Från parkering till mobilitet</i> .....	5
2.1.3 <i>Elektrifiering</i> .....	6
2.1.4 <i>Smarta fordon och nya kundgränssnitt</i> .....	6
2.2 Styrkor .....	7
2.2.1 <i>Goda förutsättningar</i> .....	7
2.2.2 <i>Kompetens och engagemang</i> .....	7
2.2.3 <i>Samarbetspart</i> .....	7
2.3 Fokusområden 2021 .....	8
2.3.1 <i>Organisation och kultur</i> .....	8
2.3.2 <i>Parkering idag och framåt</i> .....	8
2.3.3 <i>Proaktiv samarbetspart</i> .....	8
<b>3 Mål och uppdrag 2021 .....</b>	<b>10</b>
3.1 Organisation och kultur.....	10
3.2 Parkering idag och framåt .....	10
3.3 Proaktiv samarbetspart.....	10
3.4 Ekonomi.....	11
<b>4. Risker förknippade med måluppfyllelse .....</b>	<b>12</b>

# 1 Göteborgs Stads Parkering

Bolagets inriktning är fastställd av Göteborgs Stads kommunfullmäktige i ägardirektiv. Bolaget ska följa av kommunfullmäktige beslutad budget, av kommunfullmäktige och kommunstyrelsen beslutade strategier, policys, riktlinjer och regler.

## 1.1 Bolagets roll och värde för staden

Syftet med stadens ägande av bolag är att dessa, tillsammans med stadens övriga verksamheter, ska skapa nytta för staden, dess boende, besökare och verksamheter samt medverka i utvecklingen av ett hållbart göteborgssamhälle.

Hela staden-nytta och helhetssyn ska genomsyra bolagets verksamhet. Till detta hör att aktivt följa och agera på förändring och utveckling kopplat till uppdraget, i syfte att förbättra verksamhet och arbetsformer. Bolaget ska även, i nära samverkan med stadens bolag och förvaltningar, sträva efter intern effektivitet, där samordning och resursdelning är naturliga insatser för att uppnå synergier och effektivitet.

Det kommunala ändamålet med Göteborgs Stads Parkering ABs verksamhet är att samordna och stärka stadsutvecklingen inom parkeringsverksamhet. Verksamheten i bolaget ska bedrivas i enlighet med stadens parkeringspolicy.

## 1.2 Ägardirektiv

Verksamhetsplanen för 2021 tar utgångspunkt i ägardirektivet där kommunfullmäktige anger ändamålet och den långsiktiga viljeriktningen för bolagets verksamhet samt krav och förväntan på bolaget.

Den 15 oktober 2020 tog kommunfullmäktige beslut om nytt ägardirektiv för bolaget. Det som tillförts ägardirektivet, förutom generella och likalydande formuleringar som adderats samtliga ägardirektiv, är tydliggöranden kring ekonomiska mål och bolagets roll inom elektrifiering i staden.

## 1.3 Vision och affärsidé

Bolagets vision är att vara ”En motor för hållbar mobilitet”, för att därigenom driva utvecklingen mot ett hållbart samhälle. Vår affärsidé är att bidra aktivt till Göteborgs utveckling genom att skapa trygga, säkra och attraktiva parkeringslösningar och moderna erbjudanden för både bilar och cyklar.

Vårt hållbarhetsarbete baseras på ett helhetstänk där social hållbarhet är målet, ekonomin är medlet och ekologin sätter gränserna. Detta förhållningssätt kräver samverkan för en fungerande vardag.

## 1.4 Verksamheten

Bolagets huvudsakliga affär utgörs av parkeringsverksamhet för boende, besökande och verksamma. Varumärket Parkering Göteborg, som vi skapat tillsammans med trafikkontoret, är bolagets gränssnitt mot kunderna. Här sker kundmötet i form av den dagliga leveransen. Det handlar om teknik, miljö och service i form av betalautomater, digitala tjänster, personliga möten med kundservice eller parkeringsvärdar och inte minst upplevelsen av själva parkeringsanläggningen.

De parkeringsplatser som bolaget samordnar under varumärket Parkering Göteborg är följande:

- 9 000 parkeringsplatser i egna parkeringshus
- 12 000 parkeringsplatser på arrenderad kommunal mark

- 50 000 parkeringsplatser där bolaget inte själva äger men har i uppdrag att hantera parkeringsverksamheten åt affärspartner, där merparten består av andra kommunala bolag och förvaltningar. 12 000 av dessa platser är trafikkontorets parkeringsplatser på gatumark.

Våra tjänster innefattar avgiftsparkering, tillståndsparkering, fast förhyrda platser och cykelparkering samt elbilsladdning. Genom analys av behov och beteende optimerar bolaget befintliga parkeringar för att skapa en effektiv användning och god tillgänglighet för fler.

I samverkan med övriga staden och andra aktörer, t ex Västtrafik, arbetar bolaget aktivt med nya parkeringsanläggningars lokalisering, utformning och innehåll för att bidra till god tillgänglighet, ett effektivt markutnyttjande och samtidigt främja ett hållbart resande.

Genom att bibehålla och utveckla affärsmässigheten i verksamheten säkerställs en stabil ekonomisk utveckling över tid. De egna parkeringshusen och markparkeringarna på kommunal mark är de ytor som bidrar starkast till det ekonomiska resultatet. I takt med att parkeringar tas i anspråk för stadsutveckling minskar både antalet fysiska parkeringsplatser samt lönsamma parkeringsområden succesivt. Samtidigt utökas samarbetet med affärspartners och därmed växer ett affärssegment i portföljen där marginalen är lägre. Kombinationen av egna anläggningar, arrenderade markparkeringar och samarbeten med affärspartners är alla viktiga beståndsdelar för att minimera den ekonomiska risken i verksamheten samt över tid bidra till att Göteborg är en tillgänglig, hållbar och attraktiv stad.

## 2 Strategiska framgångsfaktorer

### 2.1 Utvecklingsfrågor och omvärld

Behov och efterfrågan på parkering och mobilitetslösningar förändras ständigt i en stad som växer och utvecklas. Bolaget har en omvärldsbevakning för att fånga upp frågor och tekniska innovationer som påverkar behovet av parkering, det framtida resandet och människors val och beteenden.

Nedan följer omvärldstrender som antas kunna påverka bolagets inriktning och verksamhet framöver.

#### 2.1.1 *Det ”nya normala”*

I många sammanhang diskuteras vilken verklighet vi kommer att möta när coronapandemin är över. Under pandemin har människors resvanor förändrats genom ökat hemarbete och uppmaningar från samhället om att undvika kollektivtrafiken. Även människors shoppingvanor har förändrats liksom konsumtionen av externa nöjen såsom teater, bio och konserter.

Det är svårt att avgöra om de förändrade vanorna kommer bestå över tid. Förändrade beteenden kan komma att påverka såväl behovet av parkeringsplatser som bolagets intäkter under en lång tid framöver. En beteendeförändring kan också komma att påverka trafiksituationen i staden och andelen hållbara resor. I vilken mån och på vilket sätt är svårt att bedöma idag. Bolaget behöver följa utvecklingen, identifiera trender, vara lyhörda för kundernas behov och anpassa tjänster, parkeringserbjudanden och samarbeten efter nya förutsättningar.

#### 2.1.2 *Från parkering till mobilitet*

Till följd av fokus på ökat hållbart resande och en snabb teknikutveckling etableras nya aktörer, transportslag och delningstjänster. Insikterna om parkeringens betydelse för möjligheterna till god tillgänglighet och ett hållbart resande ökar och diskussionen om parkeringars lokalisering och innehåll blir allt mer intensiv.

Modellen med att mobilitetsavtal tecknas mellan staden och aktuella byggherrar innebär ett åtagande för byggherren att tillhandahålla ett antal mobilitetstjänster för boende i kommande exploatering. Detta i sin tur innebär behov av såväl ett utvecklat tjänsteutbud som ytor för placering av dessa tjänster. Lokaliseringen av parkerings- och mobilitetsytor får stor betydelse för attraktiviteten hos de nya tjänsterna som ska ersätta behovet av egen bil.

Affärsmodellerna och lönsamheten för dessa olika mobilitetstjänster är dock fortfarande utmanande. Extern finansiering i form av bidrag eller riskkapital är ofta en förutsättning, men behovet av detta kan tänkas minska i takt med ökad nyttjandegrad av tjänsterna.

I flera kommuner pågår en diskussion om de kommunala parkeringsbolagens roll och möjlighet att vara ett verktyg för att åstadkomma en hållbar utveckling. Flera kommunala parkeringsbolag har fått i uppdrag att underlätta och skapa förutsättningar för etablering av mobilitetstjänster av olika slag. Såväl nya som befintliga parkeringshus utvecklas till mobilitetshus eller mobilitetshubbar med plats för olika transportslag och mobilitetstjänster. I många fall erbjuds låncykelsystem, lådcykelpooler och abonnemangstjänster av bolagen. Som alternativ till parkeringsköp erbjuds i vissa fall så kallade mobilitetsköp. Även möjligheterna till mobilitetsfonder prövas för att skapa långsiktiga förutsättningar för en god tillgänglighet på annat sätt än med bil.

Inriktningen för stadsutvecklingen innebär att parkeringslösningar i allt högre utsträckning kommer att vara integrerade i samma byggnad som andra funktioner. Detta ställer nya krav kring fastighetsbildningsfrågor och affärsupplägg.

Göteborgs styrning mot låga p-tal i nya stadsutvecklingsområden gör att det finns risk att utbudet av parkeringsplatser understiger efterfrågan. Risken är tydligast innan boende och verksamma i området tagit till sig nya sätt att resa. Detta leder till behov av dedikerade parkeringsplatser för specifika behov i högre utsträckning vilket ställer högre krav på bolagets köhantering och parkeringserbjudanden på platsen.

Sammantaget leder trenden till behov av tydlighet kring hur bolaget kan utgöra verktyg för att möta framtidens krav på parkering och mobilitet. Till det kommer behov av utvecklad kompetens inom mobilitet, kundbeteenden, samverkan och affärsmodeller liksom till behov av öppna digitala gränssnitt.

### **2.1.3 Elektrifiering**

Satsningarna på att underlätta omställningen till en fossilfri fordonsflotta och en ökad elektrifiering fortsätter. Prognos från elkraftbranschens intresseorganisation, Power Circle visar på att Sverige kommer ha 2,5 miljoner elbilar 2030. Idag finns ca 150 000 elbilar vilket motsvarar ca 3 procent av fordonsflottan. Tidigare var det de särskilt intresserade som attraherades av elbilar men nu ökar intresset bland fler kundgrupper, vilket innebär att förväntningarna på enhetlighet och enkelhet ökar när det gäller laddning. Tidigare fokus på antal stolpar övergår allt mer till fokus på kundbehov och lönsamhet för investeringarna.

### **2.1.4 Smarta fordon och nya kundgränssnitt**

Teknikutvecklingen ger allt fler ”smarta” fordon och därmed behov av bland annat andra kundgränssnitt för våra parkerande kunder. Exempelvis så kan en parkering idag startas och stoppas automatiskt av bilen. Även andra betallosningar har sett dagens ljus och flytande bilpooler har etablerats i Göteborg.

Samarbete kring nya digitala lösningar är en förutsättning för att möta dessa nya kundbehov. Gränssnitt behöver vara öppna under kontrollerade former och utveckling av tjänster ske i samskapande. Detta innebär behov av nya strategier för bolaget när det gäller förhållningssätt till andra kundgränssnitt, delade data och nya affärsmodeller. Trycker från omvärlden leder också till nya arbetsuppgifter kopplade till avtal, affär och teknik.

## **2.2 Styrkor**

Bolaget har identifierat de styrkor som vi ser som viktiga att bygga vidare på för att möta upp mot de behov som omvärlden har och de krav som finns från staden. Övergripande så finns en stor tillförsikt till organisationens förmåga att ta sig an kommande utmaningar.

### **2.2.1 Goda förutsättningar**

Bolaget har under ett antal år byggt upp en god ekonomisk förmåga vilket skapat en soliditet och uthållighet för bolagets långsiktiga verksamhet.

Bolaget utvecklas med sin omvärld och vår digitala plattform och mycket uppskattade app är en styrka för att kunna tillgängliggöra våra tjänster på ett effektivt sätt.

Varumärket Parkering Göteborg är en framgång i att skapa en enkelhet och tydlighet mot kunderna. Det förtroende som skapats kan användas när vi adderar nya tjänster så som elbilsladdning.

Under 2019 utvecklades bolagets kontorslokaler för att skapa möjligheter till ökat samarbete mellan avdelningar. Våra kontorslokaler, som idag är moderna och attraktiva, är en viktig resurs för att skapa goda förutsättningar för våra medarbetare att trivas och utvecklas.

Ny vd tillträdde i augusti 2020 och därmed har en långsiktighet skapats i ledarskapet.

### **2.2.2 Kompetens och engagemang**

Trots den osäkerhet och turbulens som under det senaste året funnits både inom och utanför bolaget så har medarbetarna visat på ett starkt engagemang, intresse och stolthet för det arbete som bolaget utför. Det finns en entreprenörsanda i bolaget och en hög ambition att möta kraven från både ägare och kunder.

Bolaget har arbetat aktivt för att säkerställa en god kompetensförsörjning och har idag en hög kompetens och ett starkt strukturellt kapital i bolaget. Detta är en förutsättning för att kunna upprätthålla kundfokus, vara Göteborgs Stads parkeringsoperatör och som bolag kunna bidra till en hållbar stadsutveckling.

Bolaget har genom en modernisering av verksamheten och ett fokus på att utvecklas i takt med omvärlden skapat en attraktivitet som arbetsgivare, vilket bland annat återspeglats i ett stort tryck på ansökningar vid rekryteringar samt återrekryteringar av tidigare anställda.

### **2.2.3 Samarbetspart**

Bolaget är idag en uppskattad samarbetspart både inom staden och externt. Vi bidrar med vår kompetens och är öppna för samarbeten som leder till en bättre måluppfyllelse för både bolaget och staden. Utgångspunkten till goda samarbeten är att vi som bolag vet vad vi är bra på och att vår kärnkompetens och vårt grunduppdrag är att vara stadens parkeringsaktör som bidrar till ett hållbart resande samt samordna och stärka stadsutvecklingen inom parkeringsverksamheten.

## **2.3 Fokusområden 2021**

Under det senaste året har en rad händelser skapat en osäkerhet kring bolaget. Detta har påverkat den externa bilden men även det interna livet i bolaget. Den pågående pandemin har också tvingat fram nya arbetsformer och även fått en tydlig påverkan på bolagets intäkter.

Samtidigt så har verksamheten i stort löpt på bra och det finns en god kvalitet och kompetens i det arbete som utförs. För att göra ett avstamp för framtiden så har fokusområdena i verksamhetsplanen 2021 tagit sikte på att återfå en intern trygghet samt ett gemensamt fokus på bolagets uppdrag och vägen framåt.

### **2.3.1 Organisation och kultur**

Grundläggande för att lyckas långsiktigt är att vi har en gemensam bild av vägen framåt och en positiv kultur inom bolaget. Inom dessa områden behöver vi fokusera under 2021.

Arbete har inletts under 2020 med att skapa en tydlighet i policys och rutiner. Efter att bolaget utvecklats kraftigt under ett antal år finns ett behov av att klargöra ansvarsområden och arbetsflöden inom bolaget. Vi ska säkerställa att vi har en ändamålsenlig organisation som är rustad utifrån dagens förutsättningar.

### **2.3.2 Parkering idag och framåt**

Våra anläggningar och upplevelsen av dem och av vårt digitala gränssnitt är kritiska faktorer för hur framgångsrika vi är i vårt uppdrag.

Enligt ägardirektivet ska vår fastighetsförvaltning hålla god kvalitet och vi ska vårda och utveckla de anläggningar som bolaget förvaltar. Arbetsätt och arbetsformer kring vårt fastighetsägaransvar kan med fördel utvecklas ytterligare. Likaså är det viktigt att underhålla och utveckla vår digitala plattform så att den över tid motsvarar ägarens och kundernas krav.

Som en del i att bibehålla kundfokus behöver vi kontinuerligt utveckla vårt bemötande gentemot kunderna och de kanaler som vi erbjuder för kommunikation och kontakt med bolaget.

Ett viktigt område med framtidsfokus är elektrifiering. I takt med att antalet elektrifierade fordon ökar behöver bolaget anpassa anläggningar och parkeringserbjudanden för att möta behovet av el-laddning. Den ökade efterfrågan på el-laddning innebär behov av en utveckling av bolagets erbjudanden samt ett uppskalningsbart, stödjande digitalt system.

En ökad el-laddning innebär även ett behov av att analysera hållbarhetsaspekterna av den energi som används. I detta arbete ser vi över möjligheterna till egen energiproduktion enligt fastställd utbyggnadsplan. Vi har redan installerat solcellsanläggningar på två av våra fastigheter och utvärderar nu planen framåt.

Synen på parkering och ett parkeringsbolags roll inom stadsutveckling är under förändring. Vi behöver som bolag tydliggöra vår roll i att stödja önskad stadsutveckling och mål om hållbart resande. Våra förutsättningar för verksamheten kommer att förändras i takt med att staden växer och kunders behov och förväntningar förändras. För att säkra bolagets förmåga och uthållighet över tid behöver vi arbeta aktivt med lösningar idag samtidigt som vi förbereder oss för att möta framtidens behov.

### **2.3.3 Proaktiv samarbetspart**

En attraktiv och tillgänglig stad bygger på att aktörerna, både privata och offentliga, har en bra dialog kring möjligheter och utmaningar. Det är viktigt att vi förstår varandra och kan samarbeta. Vi ska vara trygga i vår kompetens inom parkering och digitalisering, skilja på kundbeteende och behov och utifrån den positionen etablera oss som en uppskattad samarbetspart. Vi ska veta vilka vi



är till för och inte vara rädda för att släppa ifrån oss uppgifter som andra kan bättre, men heller inte rädda för att kliva fram om vi tror att vi är rätt verktyg för staden och människorna som bor och verkar här.

Det betyder att vi aktivt ska pröva samverkan istället för egna lösningar i syfte att uppnå effektivitet, dock inte på bekostnad av kundupplevelsen och vårt varumärke.

Vårt beslut om att samverka med Higab när det gäller nybyggnadsverksamheten innebär att nya samarbetsformer behöver utvecklas under året. Det ställer krav på vår förmåga att utveckla en tydlig och skarp beställarroll med kunskap om behov rörande lokalisering, utformning och innehåll.

God samverkanskompetens blir särskilt viktigt då vi står inför flera nybyggnadsprojekt. Arbetet med anläggningen Masthugget Väst är i full gång och syftar till att möta del av parkeringsbehovet för utvecklingen av Masthuggskajen, ett arbete som leds av Älvstranden Utveckling AB. I samverkan med Liseberg och Volvo-bolagen kommer Lisebergs parkeringshus med bolaget som tagare att börja växa fram. Vid Renströmsparken samarbetar vi med Akademiska Hus kring det nygamla parkeringshuset, Gösta Rahm.

Under 2021 påbörjas byggnation av den planerade tillfälliga parkeringsanläggningen vid Heden och beroende på kommande politiska beslut kan även arbetet med kajgaraget vid Skeppsbron komma att återupptas.

Under 2021 kommer vi även ska sätta fokus på ökad samverkan och tydliggörande av roller mellan oss och trafikkontoret i syfte att utveckla synergier och ökad måluppfyllelse.

## 3 Mål och uppdrag 2021

### 3.1 Organisation och kultur

**Mål: Göteborgs Stads Parkerings medarbetare och chefer är så nöjda att bolagets värde attraherar vår omvärld**

Bolagets viktigaste resurs är medarbetarna. För att kunna leverera värde för staden behöver bolaget vara en attraktiv arbetsgivare och skapa goda förutsättningar för alla medarbetare att trivas och utvecklas i sitt arbete. Detta börjar med det ansvar som chefer har att föregå med goda exempel och tydliggöra vikten av ett bra samarbete och en gemensam tydlig värdegrund.

En effektiv och tydlig styrning är avgörande för att skapa en trygghet i arbetet och en verksamhet där det är lätt att göra rätt.

### 3.2 Parkering idag och framåt

**Mål: Parkering Göteborgs kunder är så nöjda att bolagets värde sprids på ett positivt sätt i staden**

Tiotusentals göteborgare och besökare möter Parkering Göteborg i sin vardag. Det är i dessa möten som vi varje dag har möjlighet att bevisa vårt värde för staden. Enkla lösningar för att hitta och betala parkering samt attraktiva, trygga och säkra parkeringar är grunden för vår verksamhet.

Vi behöver säkerställa att våra kunder upplever vårt erbjudande som relevant och i det arbetet är det viktigt att kontinuerligt utvecklas för att möta kundernas krav och även kunna bidra till den nödvändiga förändringen av resandemönster som behövs för att skapa en hållbar mobilitet.

**Mål: Vi påverkar bilister till ett mer hållbart resande och bidrar till en attraktiv stad**

Utifrån en naturlig närhet till bilisterna är vi ett verktyg för att nå stadens mål om ett ökat hållbart resande. Vi kan både ge trygghet för våra kunder att våga byta till en elbil men även skapa förutsättningar att bli mindre beroende av den egna bilen för sina resor.

Bolagets allt högre kunskap om kundbeteenden och bolagets digitala förmåga ska kunna komma fler till del och stimulera utveckling i staden.

### 3.3 Proaktiv samarbetspart

**Mål: En efterfrågad och trovärdig samarbetspart inom parkering och mobilitet**

Vi finns i ett system bestående av många olika aktörer inom stadsutveckling, parkering och mobilitet. Det är viktigt att varje aktör vet sitt uppdrag och sin roll. Utifrån vår roll ska vi aktivt söka samarbete för att både effektivisera vårt eget arbete men även skapa största möjliga värde för våra kunder och vår ägare.

Ett område där vi vill ta särskilda kliv framåt är samarbeten som drar nytta av vår digitala plattform och som bidrar till god kundupplevelse, god tillgänglighet och/eller ett mer hållbart resande. Även vår närvaro med parkeringsanläggningar och parkeringsytor i staden är strategisk i samverkan för att uppnå god tillgänglighet och skapa förutsättningar för ett mer hållbart resande.

### **3.4 Ekonomi**

**Mål: Den ekonomiska styrningen inriktas mot en justerad soliditet lika med eller överstigande 50 procent och en rörelsemarginal större än 20 procent.**

Bolaget ska säkerställa en stabil ekonomisk utveckling och tillfredsställande soliditet, för att skapa ett ekonomiskt utrymme som möjliggör ett långsiktigt agerande. Bolaget ska även, i nära samverkan med stadens bolag och förvaltningar, sträva efter intern effektivitet, där samordning och resursdelning är naturliga insatser för att uppnå synergier och effektivitet.

## **4. Risker förknippade med måluppfyllelse**

För risker förknippade med måluppfyllelse, se bilaga – Samlad riskbild 2021