



Årsrapport 2015 Bolag

Liseberg AB

1 Sammanfattning

Liseberg har under 2015 fullgjort sitt uppdrag enligt ägardirektiv och affärsplan. Styrelsen för Liseberg har fattat beslut om att inte avge någon politisk analys.

1.1 Styrkort

De vi är till för	Utfall 2015	Mål 2015	Utfall 2014	Medarbetare	Utfall 2015	Mål 2015	Utfall 2014
Antal miljoner gäster i parken	3,1	2,9	3,1	HME	75 %	*	79 %
Nöjhetsgrad	95 %	96 %	94 %	Total sjukfrånvaro	4,6 %	3,5 %	3,8 %
Ekonomi				Verksamhet			
Kassaflöde kkr	211 000	>175 000	209 000	Förändring oms cap	2,5 %	2,0 %	4,8 %
Soliditet %	58 %	55 %	53 %	Antal milj.åk	16,9	16,0	16,4

* 2015 ny mätmedtod avseende HME, Great Place to Work.

2 Verksamhetsanalys

2.1 Väsentliga händelser och bolagets utveckling

Den 2 januari 2015 fusionerades Lisebergs Restaurant AB med Liseberg AB och vid årsskiftet 2014–2015 skedde verksamhetsövergångar från Hotell Liseberg Heden AB och Lisebergs Gäst AB till Liseberg AB. Hotellfastigheten, som ägs av Hotell Liseberg Heden AB, kom att ligga kvar i bolaget. Samma sak gäller för Lisebergs Gäst AB, där tomträttsavtalet ligger kvar i bolaget.

Lisebergs sommarsäsong 2015 utvecklades starkare än vad Liseberg vågade hoppas på och hade budgeterat för, inför 2015. Antalet betalande gäster i parken (capita) uppgick till 2 284 000, vilket är 109 000 fler än budgeterat. Jämfört med rekordåret 2014 fattas 36 000 gäster, men omsättningen blev ändå hela 12 Mkr över fjolåret. Snittkonsumtionen per gäst har varit god och hamnar 3,7 procent över säsongen 2014.

Liseberg har också lyckats behålla en stor andel av de ungdomar som förra årets stora nyhet, berg- och dalbanan Helix, lockade till parken. 2015 års nyhet Mechanica har fått bra betyg av gästerna och levde upp till de högt ställda kraven på att skapa ännu en stark åkupplevelse för ungdomssegmentet.

De genomförda kvalitetsmätningarna visar att gästerna fortsätter att ge Liseberg högt betyg. Ett område där gästnöjdheten ökade under 2015 är kötiden, men ökningarna syns även inom andra områden till exempel prissvärdhet och personalens bemötande. Även boendet visar höga siffror när det gäller gästnöjdhet.

Årets andra stora nyhet, Halloween på Liseberg, lockade 200 000 gäster, vilket är dubbelt så mycket mot vad som förväntades. Med den gästanstormning som blev, var Halloweenparken klart underdimensionerad i allt ifrån skräckattraktioner till serveringar. Första året var ett test som organisationen har lärt sig mycket av och erfarenheterna omhändertags nu i den fortsatta utvecklingen av Halloween på Liseberg. 2016 kommer Halloweenparken att vara större i areal och kapacitet, ha längre öppettider och innehålla fler skräckattraktioner.

Lisebergsåret avslutades som vanligt med Jul på Liseberg. Julsäsongen som helhet lockade 425 000 gäster, vilket är en ordentlig minskning jämfört med 2014-års gästsiffra på 542 000. Regn och kraftig blåst avskräckte många gäster, men omsättning per gäst ökade samtidigt med 11 procent, vilket återspeglas i resultatet, som trots allt var gott. Totalt omsatte Jul på Liseberg 89 Mkr (98 Mkr).

Den ökade konkurrensen i form av nya hotellsatsningar i Göteborg gjorde sig fortsatt påmind för Hotell Liseberg Heden inom såväl privatresesegmentet som affärssegmentet, fram för allt i början av året. Under sommarperioden, men också under hösten, skedde en upphämtning vilket resulterade i att beläggning och intäkter når över budget på logisidan. Lisebergs satsning på Halloween genererade boendegäster under en annars stillsam period. En stor förändring i hotellrestaurangens inriktning, utbud och öppettider har genomförts i syfte att effektivisera verksamheten och 44 rum renoverades under årets första kvartal.

Året började svagt för Lisebergs Stugor & Camping, men utvecklingen förbättrades successivt. Beläggningen för stugor och rum har ökat jämfört med föregående år medan camping har minskat, vilket beror på en relativt kall och blöt sommar. Intäkterna för såväl boende som konferens har ökat jämfört med föregående år och Stugor & Camping visar ett samlat resultat över budget. Årets satsning på en stor tematiserad lekplats ”Lisebusbyn” på Lisebergsbyn blev lyckad och är mycket uppskattad av gästerna.

Under 2013 förvärvades fastigheten Skår 40:17 och här pågår nu ett arbete med att hyra

ut delar av byggnaderna och lägga en strategisk plan för hur det framtida nyttjandet internt och externt skall se ut.

Totalt sett över hela året besöktes Lisebergskoncernen av 3,5 miljoner gäster vilket är i nivå med antalet gäster 2014. Resultatet efter finansiella poster slutade för Lisebergskoncernen på 121,9 miljoner kronor.

Lisebergs varumärke fortsätter att vara starkt. Under 2013 inleddes en löpande mätning av varumärket och en uppföljande mätning genomfördes under 2015. Enkelt uttryckt är Lisebergs varumärke i Sverige fortsatt starkare än destinationen Göteborgs. Ett långsiktigt arbete pågår just nu för att justera vissa byggstenar i varumärkets positionering.

Parallellt med Lisebergs löpande verksamhet pågår ett arbete med att förbereda nödvändigt analytiskt underlag för Lisebergs södra expansion. Lisebergs styrelse har här fattat ett beslut om en inriktning som omfattar hotell och vattenpark. Under 2015 har arbetet med planeringen haft två spår: dels en juridisk analys omfattande den kommunala kompetensen och konkurrenslagstiftningen, dels en ekonomisk riskanalys som bland annat kräver ett detaljerat programarbete.

Kommunfullmäktige i Göteborgs Stad fattade den 5 juni 2014 beslut om att ge Liseberg i uppdrag att planera för en avyttring av fastigheten Hotell Liseberg Heden. Denna planering avvaktar dock dels detaljplanarbetet för Heden, dels ett politiskt beslut om Lisebergs expansionsplaner.

Verksamhetens risker och möjligheter

Lisebergs lönsamhet påverkas i mycket hög grad av externa faktorer: den makroekonomiska utvecklingen på kort och lång sikt, valutakurser, in- och utgående turism samt rörelser i den privata konsumtionen.

Med en, i internationell jämförelse, relativt låg rörelsemarginal är det av största vikt, att Liseberg på mellanlång och lång sikt sänker verksamhetens break even-nivå. Liseberg kommer fortsatt att planera försiktigt ur ett ekonomiskt och driftsmässigt perspektiv för att rusta sig för eventuella konjunkturedgångar. Detta kommer att kräva en mer effektiv organisation, vilket också har varit en av målbilderna för dels en ny organisationsstruktur som implementerades 1 januari 2014, dels den vertikala fusion och verksamhetsövergång med koncernens dotterbolag, som genomfördes 1 januari 2015.

År 2013 och 2014 investerades sammanlagt nästan en halv miljard kronor i ett nytt Kaninland och en ny berg- och dalbana, Helix. Med dessa har Liseberg investerat i sin kärnaffär – nöjesparken – för att stärka sin position i barn- och ungdomssegmenten. Trots en mycket lägre investeringsnivå 2015, 82 Mkr, har Liseberg lyckats bibehålla nivån på gästsiffrorna, och den långsiktiga investeringsstrategin har haft önskad effekt när det gäller lönsamhet och resultat.

Under 2014 påbörjade Liseberg den konkreta planeringsprocessen av en expansion av nöjesparken söderut. Processen, som omfattar detaljplanering, marknadsstudier och konceptutveckling, kommer att fortsätta under de kommande åren.

Parallellt med detta arbete pågår den nödvändiga planeringen inför Västlänksprojektet, som inleds under 2017–2019 i den norra delen av parken. Utgångspunkten är, att den påverkan som genomförandet av Projekt Västlänken kommer att ha på Lisebergs verksamhet, liksom de ekonomiska konsekvenserna, kommer att vara omfattande. Liseberg fortsätter därför att jobba hårt i samarbete med Trafikverket och Göteborgs Stad för att minimera de ekonomiska, logistiska och estetiska konsekvenserna av

Västlänksprojektet på Liseberg.

2.1.1 Affärsområden/dotterbolag eller motsvarande

2.1.2 Viktiga framtidsfrågor

Liseberg har genom de senaste åren genomgått en omfattande omställningsprocess. Denna har varit nödvändig för att såväl kunna möta nya krav från ägare och marknad som att vända en vikande besökstrend och skapa de ekonomiska förutsättningar för nödvändiga investeringar som säkerställer Lisebergs långsiktiga överlevnad.

Omställningsprocessen har haft tre huvudspår:

Medarbetare. Genom en enklare och mer enhetlig bolags-, organisations- och beslutsstruktur, ledarutveckling och ett fokuserat HR-arbete skall Liseberg jobba mot att bli ETT Liseberg – en modern och effektiv organisation och fram för allt en av Sveriges bästa arbetsplatser. Medarbetare som trivs är den absolut viktigaste förutsättningen för en serviceleverans på hög nivå. Samtidigt står Liseberg inför en komplex och kostsam kompetensväxling de kommande åren.

Varumärke. Liseberg har ett starkt varumärke, men också ett varumärke som är mycket sårbart. Varumärkets byggstenar är inte bara kommunikation, utan i allra högsta grad också kvaliteten av vår produkt och serviceleverans, och därmed den emotionella och långsiktiga relation vi skapar med våra gäster. Att stärka, och förflytta, varumärket mot en varmare och mer hållbar position, kräver inte bara en konsekvent och verksamhetsövergripande styrning av kommunikationsinsatsen, på en hög kreativ nivå, utan också ett helhetstänkt i alla delar av serviceleveransen, inte minst i den digitala dimensionen.

Produktutveckling. På den marknad, som Liseberg är verksam på, är en hög reinvesteringnivå en förutsättning för att behålla gästvolym och lönsamhet. Medan Liseberg har lyckats vända en nedåtgående trend genom en offensiv investeringsplan, så kommer de kommande åren bjuda på en lite lägre investeringsvolym och en konsolidering av verksamheten. Samtidigt förbereds för Lisebergs största satsning hittills – en expansion av parken söderut, som planeras genomföras successivt under perioden 2017–2021, koordinerat med Västlänksprojektets intrång i parkens norra delar.

Med 2014 och 2015 i bagaget, en stark ekonomi, höjd soliditet och de tre utvecklings- och omställningsprocesserna är Liseberg väl rustat för framtiden. Samtidigt kommer de kommande åren att ställa stora krav på såväl ägare som organisation, om Lisebergs långsiktiga framgång skall tryggas.

2.2 Analys av årets utfall

Resultaträkning

	Bokslut 2015	Budget 2015	Avvikelse	Bokslut 2014
Intäkter	1 139 027	1 085 404	53 623	1 096 267
Kostnader	-1 006 464	-995 704	-10 760	-962 588
Rörelseresultat	132 563	89 700	42 863	133 679
Finansiella intäkter	399	750	-351	1 487
Finansiella kostnader	-11 081	-15 280	4 199	-16 267
Resultat efter finansiella poster	121 881	75 170	46 711	118 899

2.2.1 Resultat per affärsområde/dotterbolag eller motsvarande, alternativt resultat efter finansnetto

	Bokslut 2015	Budget 2015	Avvikelse	Bokslut 2014
Liseberg AB	126 564	81 625	44 939	77 822
Lisebergs Restaurang AB	-	-	-	44 485
Hotell Liseberg Heden AB	4 432	3 925	507	5 195
Lisebergs Gäst AB	552	-80	632	2 766
AB Liseberg Skår	-9 667	-10 300	633	-11 369

2.3 Investeringar

Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar

Nettoutgifter i mkr	Utfall 2015	Budget 2015	Utfall 2014	Budget/Plan 2016
Nyinvesteringar		55 000	265 724	43 300
Reinvesteringar	81 850	90 000	12 000	126 700
SUMMA INVESTERINGAR	81 850	90 000	277 724	170 000

Investeringar i finansiella anläggningstillgångar

Aktier och andelar, mkr	Utfall 2015
0	0
Summa investeringar	0

2.3.1 Projektredovisning

Benämning pågående projekt enl. inv. plan, i mkr	Budget per projekt	Ack utfall tom perioden	Aktuell prognos för hela projektet	Beräknas färdigt år, kvartal
Aerospinn	41 400	7 685	41 400	Kv 02
Lustgården	43 300	8 896	43 300	Kv 02
Kommande projekt enl. inv.plan mkr	Plan 2016	Plan 2017	Plan 2018	Beräknas färdigt år
	170 000	110 000	180 000	

2.4 Övrig uppföljning inom ekonomiområdet

2.5 Utveckling inom personalområdet

2.5.1 Personalvolym och lönekostnad

	2015	2014	2013
Kostnader för konsultarvode			
Lönekostnad (exkl arvoden och soc avg)	321 677	300 715	304 461
Årsarbetare - Arbetad tid (personalvolym)	1 050	1 042	1 010

Lönekostnad per årsarbetare	306	286	301
--------------------------------	-----	-----	-----

2.5.2 Övrig utveckling inom personalområdet

2.6 Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag

2.6.1 Intern kontroll

Intern kontroll

Lisebergs arbete med intern kontroll utgår – som övriga förvaltningar och bolag inom Göteborg Stad - ifrån COSOs ramverk, som är en internationell standard för intern styrning och kontroll. Målet är att kontrollera att det interna kontrollsystemet fungerar tillfredsställande inom verksamheten. Det sker genom att utvärdera effektiviteten i de kontroller som omfattas i vår interkontrollplan. Verksamhetens risker identifieras i respektive verksamhetsplan och aggregeras sedan till affärsplanen som är grunden i den internkontrollplan som sätts. Kontrollåtgärderna utförs genom stickprov, intervjuer och insamling av dokumentation. Utöver internkontrollen upprättas även beskrivningar av finansiella nyckelprocesser med tillhörande testplaner. Resultatet av den antagna internkontrollplanens uppföljning genomgås årligen vid styrelsemöte i december. Styrelsen fastställer vid samma tidpunkt internkontrollplanen för nästkommande år.

Kontrollerna i Internkontrollplanen för 2015 har utvärderats och testats löpande under året och inga väsentliga felaktigheter har påträffats. Det sammanlagda resultatet av de tester som utförts enligt Internkontrollplanen visar att Liseberg har en god intern kontroll.

Beträffande kontroll av inköpsprocessen har Liseberg aktivt valt att senarelägga delar av uppföljningen på grund av fusionen som genomfördes i början av 2015, för att få en så relevant leverantörsuppföljning som möjligt med de nya gällande avtalen.

2.6.2 Sponsring

Enligt stadens policy för sponsring ska sponsringsåtaganden behandlas i styrelsen innan de rapporteras in till staden. Lisebergs styrelse kommer att behandla frågan på styrelsemöte den 16 februari och vi ser därför ingen möjlighet att besvara frågan eller bifoga förteckning över Lisebergs sponsringsåtaganden förrän efter den 16 februari.

2.6.3 Ekonomisk uppföljning m a a flyktingsituationen

Målgrupp/insats	Kostnad 2015	Beräknat statsbidrag 2015	Övriga intäkter 2015

Liseberg har inte haft några kostnader (eller spårbara intäkter) till följd av flyktningsmottagandet.

Under hösten har Liseberg, som en del av sitt arbete inom social hållbarhet, samarbetat med Göteborgs Stads organisationer för ensamkommande flyktingbarn och bjudit barnen på Lisebergsbesök.

2.6.4 Göteborgs Stads kommunikationsstrategi

1. Lisebergs kommunikationsarbete sker i enlighet med Lisebergs informationsdirektiv, som är en spegling av de regler och det förhållningssätt som är formulerat i Göteborgs stads informationspolicy.

2. Kommunikationsstrategin beaktas i de sammanhang Liseberg kommunicerar tillsammans med andra bolag inom Göteborgs Stad. I övrigt har Liseberg, till följd av sitt eget starka varumärke, egna budskap, egen grafisk identitet och profil. Den gemensamma kommunikationsstrategins metodik med ett djupgående kommunikationsplansförfarande tillämpas vid planerade insatser i de fall det är möjligt.

2.6.5 Övriga beslut och/eller uppdrag

2.7 Kommunala ändamålet och befogenheterna

Av Lisebergs bolagsordning framgår att ”bolaget skall ha till föremål för sin verksamhet att bedriva nöjesverksamhet, underhållning och andra programaktiviteter, försäljning, restaurang-, hotell-, camping- och gästhamnsverksamhet, fastighetsförvaltning samt konsultverksamhet och idéutveckling inom turism och nöjesbranschen”.

Av Lisebergs bolagsspecifika ägardirektiv framgår att ”Lisebergsparken skall vara en av de ledande nöjesparkerna i Europa och ha en inriktning mot att bli en ledande turistattraktion året om. Nöjesparken bör ha en prispolitik som medger att alla kan besöka parken och ta del av dess utbud. Koncernen ska, i aktiv samverkan med andra aktörer inom turism och evenemangsnäringarna, medverka till att Göteborg blir en så attraktiv stad, att resandet till och vistelsen i Göteborgsområdet ökar.

Lisebergs olika verksamheter skall utgå från den skandinaviska kulturtraditionen men också fånga upp traditioner från andra kulturer i syfte att verksamheterna ska tilltala och vara tillgänglig för alla göteborgare oberoende av nationellt ursprung och ålder.

Lisebergs verksamheter med underhållning, attraktioner, restauranger och boende skall vara av hög klass. Verksamheterna skall präglas av kvalitet, säkerhet, service, variation och förnyelse.

Liseberg bidrar med sin verksamhet till en god marknadsföring av Göteborgsregionen och stärker namnet Göteborg så att staden kan konkurrera nationellt och internationellt om attraktiva evenemang. Inom turismsektorn och nöjesparksmarknaden pågår förändringar och omstruktureringar såväl nationellt som internationellt.

För att säkerställa koncernens uppdrag kan olika former av samarbete sökas med andra, exempelvis att ingå samarbetsavtal eller bilda delägda dotterbolag. Sådant samarbete skall vara av ett allmänintresse för kommunen och bidra till en positiv utveckling av koncernen och till marknadsföringen av Göteborg.

Koncernens utveckling skall ske med långsiktighet och uthållighet. Tillfredsställande lönsamhet ska uppnås för att säkerställa självfinansiering”.

Under 2014 genomgick Liseberg en omorganisation som syftat till att effektivisera och konsolidera verksamhetens organisation. Omorganisationen innebär att dotterbolaget Liseberg Restaurang AB fusionerades med moderbolaget och att all verksamhet som tidigare bedrevs i dotterbolagen Liseberg Gäst AB och Hotell Liseberg Heden AB numera bedrivs i Liseberg. Vi börjar nu se resultat av omorganisationen, men än återstår en del arbete innan vi kan se den fulla effekten av Lisebergs arbete med kvalitet, säkerhet, service, variation och förnyelse som vi hoppas även fortsättningsvis kan bedrivas med än mer övertygande resultat.

Under 2015 har Liseberg investerat i en ny åkattraktion, Mechanica. Denna åkattraktion riktar sig, liksom berg- och dalbanan Helix, till ungdomssegmentet. Under de senaste 10 åren har Liseberg sett vikande besöksiffror under sommarsäsongen i just ungdomssegmentet. Investeringarna under 2014 och 2015 har haft ambitionen att vända trenden och stabilisera gästsiffrorna på en högre nivå. Detta är en viktig del i Lisebergs

ständiga strävan efter att förnyas och hålla hög kvalitet, och investeringarna har bidragit till att förstärka antalet besökare i ungdomssegmentet och ökat antalet tillresande ungdomar med familjer till Göteborg.

Samtidigt arbetar Liseberg med att utveckla planer för den betydande investering som gjordes 2013 i fastigheten söder om parken, AB Liseberg Skår 40:17. Allt sedan förvärvet av fastigheten har bolaget och styrelsen för Liseberg arbetat intensivt med att planera för markanvändningen och analysera konsekvenserna av den planerade utvecklingen. Detta arbete kommer att fortsätta även under kommande år.

Det kommunala ändamålet med Liseberg är att bolaget ska medverka till att Göteborg blir en attraktiv stad, att resandet till och vistelsen i Göteborgsområdet ökar. De investeringar som gjorts under 2015, inte minst satsningen på den tredje säsongen Halloween på Liseberg, har syftat till att göra Liseberg till ett attraktivare resmål som ökar resandet till Göteborgsområdet. Lisebergs artistutbud är av internationell klass, och lockar besökare från stora delar av Sverige, såväl som närområdet. Inte minst är Lisebergs konserter och evenemang mycket attraktivt prissatt, så att många kan ta del av Lisebergs utbud.

Liseberg har en produkt och prisstrategi som ska tilltala gammal som ung och göra det möjligt för så många som möjligt att besöka parken. För dem som är mest utsatta genomförs stödsatser såsom till exempelvis samarbetet med socialförvaltningen i Göteborgs Stad och Räddningsmissionen. Liseberg har endast marginellt öka sina priser på entré och åk sedan 2012. Detta har varit uppskattat av våra gäster, men sätter samtidigt Lisebergs lönsamhet och kostnader under press.

Den kommunala kompetensen avseende drift av turistanläggningar regleras i 2 kap 1 och 7 §§ Kommunallagen samt i 4 kap 1 § Lagen om vissa kommunala befogenheter. Sammanfattningsvis kan sägas att drift av turistanläggningen Liseberg får bedrivas om anläggningen är av allmänt intresse, går ut på att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster och att turistanläggningen behövs för att främja turistväsendet inom kommunen. Lagen om vissa kommunala befogenheter ger alltså kommunen en utvidgad kompetens, vid sidan om den allmänna kompetensen, att bedriva turistanläggningar. Denna kompetens ger även kommunen befogenhet att tillhandahålla och driva turistanläggningar utan tillämpning av den så kallade lokaliseringsprincipen. Det vill säga det behöver inte vara en direkt anknytning till kommunens område eller dess medlemmar.

Liseberg har under 2015 varit en av Göteborgs främsta mötesplatser och ett av Sveriges mest besökta resmål, där såväl göteborgare som tillresande turister möts över generationsgränserna för att fylla sin fritid med roande aktiviteter. Totalt har Liseberg anläggningar tagit emot cirka 3, miljoner gäster under 2015. Liseberg har varit en mötesplats, där familjer eller vänner umgåtts och minnen skapats. Liseberg bidrar till att öka omsättningen inom handel, resor och boende i göteborgsområdet med cirka 3 miljarder kronor.

Tillresande turister kommer således kommuninnevanorna i Göteborg till nytta genom den ökade omsättningen detta medför. Det torde därför inte råda några tvivel om att Lisebergs verksamhet har varit av allmänt intresse och gått ut på att tillhandahålla allmännyttiga anläggningar eller tjänster åt bland annat göteborgarna och behövs för att främja turistväsendet inom kommunen. Driften av Liseberg anses alltså falla inom ramen för den kommunala kompetensen.

Det ska tilläggas att driften av våra boendeanläggningar och våra restauranger är en integrerad del av Liseberg, och kan därför inte bedömas var för sig, både utifrån ett produkt- och ekonomiskt perspektiv. Eftersom verksamheterna är nödvändiga för att

Liseberg även i fortsättningen skall främja turistväsendet och tillgodose det ovan angivna allmänna intresset ska även dessa anses falla inom ramen för den kommunala kompetensen. I nöjesparksbranschen är möjligheten att erbjuda ett integrerat boende, med tydlig koppling till besöksmålet, en mycket viktig del av verksamheten och affärsmodellen. Denna koppling är en tydlig över hela Europa, men även globalt, med båda nya och starkt integrerade nöjesparksdestinationer, som under de senaste åren har blivit en viktig del av Lisebergs konkurrensbild. Boendeverksamhet är alltså en essentiell del av de tjänster Liseberg tillhandahåller och Liseberg arbetar med att knyta boendeanläggningarna ännu närmare parken.

3 Uppföljning av kommunfullmäktiges budget

3.1 Sammanfattande resultat av uppföljningen av kommunfullmäktiges prioriterade mål

Bedömning av förväntad måluppfyllelse

Grön = God

Utveckling åt rätt håll/Stark trend/om mätetal finns - *tydlig ökning*

Gul = Viss

Utveckling åt rätt håll/Svag trend/om mätetal finns - *ökning*

Röd = Ingen

Utveckling åt fel håll/Ingen alltså svag trend/om mätetal finns - *ingen ökning alltså minskning*.

Blå = Svårbedömt

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
Göteborgarnas möjligheter till delaktighet och inflytande ska öka	■ Svårbedömd	Liseberg har ett väl utvecklat kvalitetsledningssystem och många kommunikationskanaler in i verksamheten.
Öka förutsättningarna till goda livschanser och därmed utjämna dagens skillnader	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Antalet hushåll i långvarigt beroende av försörjningsstöd ska minska	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Segregationen ska brytas och samhörigheten i staden stärkas	■ Viss	Liseberg arbetar för att hitta sätt som ökar mångfalden vid rekryteringar. Under hösten 2015 har Liseberg erbjudit alla till Göteborg ensamkommande flyktingbarn på Lisebergsbesök. Liseberg fortsätter också sitt samarbete med socialförvaltningarna för att erbjuda familjer som lever på långvarigt försörjningsstöd på Lisebergsbesök.
Skillnader mellan mäns och kvinnors livsvillkor ska minska	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Stadens verksamheter ska vara jämställda	■ God	Liseberg har ett väl utvecklat jämställdhetsarbete med Plan för
Göteborgarnas hälsa ska förbättras och skillnaderna mellan olika socioekonomiska grupper ska minska	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Barns fysiska miljö ska bli bättre	■ Viss	På senare år har Liseberg gjort stora investeringar i attraktioner, miljöer och säsonger för barn, vilket har resulterat i att denna besöksgrupp har stärkts.
Skolan ska i ökad omfattning kompensera för elevers olika förutsättningar på såväl elevnivå som mellan olika skolor	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
Skolan ska öka barns och elevers möjligheter att inhämta och utveckla kunskaper, förmågor och värden	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Unga göteborgares möjligheter till en rik och meningsfull fritid ska öka	■ God	Liseberg har under de två senaste åren lanserat attraktioner speciellt riktade till ungdomssegmentet. Under 2015 har Liseberg också arrangerat ungdomsevenemang (t ex Skate på Liseberg) och konserter som via lågt prissatta årskort görs tillgängliga den stora massan. Hösten 2015 arrangerades för första gången Halloween på Liseberg, en ny säsong som ligger under höstlovsveckan - en period där det inte händer så mycket annat i staden.
Äldres inflytande ska öka	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Göteborg ska minska sin klimatpåverkan för att bli en hållbar stad med globalt och lokalt rättvisa utsläpp	■ Viss	Liseberg ska under hösten 2016 göra en energikartläggning och en klimatutredning som är de första stegen i att kunna sätta tydliga mål kring att minska klimatpåverkan.
2 020 ska utsläppen av koldioxid i Göteborg ha minskat med minst 40 procent jämfört med 1990. 2035 ska de konsumtionsbaserade utsläppen av växthusgaser vara maximalt 3,5 ton koldioxidekvivalenter per invånare	■ Viss	Se ovan
Använda bostadsbyggandet till att ställa om Göteborg till en socialt och ekologiskt hållbar föregångsstad	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Bostadsbristen ska byggas bort och bostadsbehoven tillgodoses bättre	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Allmännyttan ska behålla sin andel av produktionen av hyresrätter	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Resurshushållningen ska öka	■ God	Liseberg har stort fokus på källsortering och återvinning. Liseberg omhändertar stora mängder avfall varje år. Dels från den egna verksamheten, dels från våra gäster. Parken har idag 13 miljörum och två miljöstationer där avfall sorteras och omhändertas i som mest ett sextiotal olika fraktioner. Våra boendeanläggningar har egna miljöstationer.
Trafiksystemets negativa påverkan på miljön, klimatet och hälsan ska minska	■ Viss	Liseberg informerar, på hemsida och i app, sina gäster om kollektiva transportmedel till och från nöjesparken.
Den biologiska mångfalden ska främjas	■ God	Liseberg har flera åtgärder som bidrar till att främja biologisk mångfald, exempelvis ett 20-tal gröna tak och olika sorters ängsmattor som finns i parken.

Mål	Bedömning av måluppfyllelse	Eventuell kommentar
		Insektshotell och fjärilshyllor finns bland annat i Kaninlandet.
Göteborgs företagsklimat ska förbättras och ett hållbart näringsliv ska främjas	■ Svårbedömd	Målet är inte tillämpligt på Lisebergs verksamhet.
Sysselsättningen för grupper långt ifrån arbetsmarknaden ska öka	■ God	Liseberg ökar sitt samarbete med Jobbswinget varje år och sysselsatte under 2015 fler ungdomar med funktionshinder än någonsin tidigare. Fler av de ungdomar som tidigare år kommit in på Liseberg via Jobbswinget har följande år kunnat övergå till en vanlig säsongsanställning.
Tillgängligheten till kultur ska öka	■ God	Liseberg har ett brett utbud av kultur för alla smaker och ålderssegment till ett mycket lågt pris.
Osakliga löneskillnader mellan män och kvinnor ska upphöra	■ God	Liseberg har ett väl utvecklat jämställdhetsarbete med direktiv, planer och rutiner som bland annat syftar till för att motverka osakliga löneskillnader mellan män och kvinnor.
Upphandling av tjänster med sociala hänsyn ska öka	■ Svårbedömd	Liseberg har inga system på plats som visar fördelningen av FKU respektive avrop av tjänster och entreprenader där krav ställts på social hänsyn.

3.2 Sammanfattande uppföljning av kommunfullmäktiges uppdrag

Uppdrag	Har uppdraget utförts? Ja/Nej	Om uppdraget inte har utförts; kort kommentar om orsaken till det och ev till vilken del uppdraget har genomförts
Alla nämnder och bolag ska ta fram likabehandlingsplaner i förhållande till alla diskrimineringsgrunder. Arbetet ska gälla ur såväl personal- som invånarperspektiv.	Ja	Likabehandlingsplan finns inom personalområdet.
Alla verksamheter ska ha könsuppdelad statistik och göra en kartläggning av resursfördelning utifrån kön.	Nej	Idag saknas systemstöd för att lösa uppdraget. Vår bedömning är att vi under 2016 kommer att kunna börja implementera.
Av den arbetade tiden i Göteborgs Stad ska max fem procent utföras av timavlönad personal	Nej	Lisebergs verksamhet är säsongsbetonad och bygger på att vi har ett stort antal säsongsmedarbetare.
Andelen födda utanför Norden samt andelen kvinnor ska öka på chefsnivå		
- avseende födda utanför Norden på chefsnivå	Ja	
- avseende kvinnor på chefsnivå	Ja	
Förvaltningar och bolag ska erbjuda alla tillsvidareanställda heltidstjänster liksom möjligheten till deltid	Nej	Deltidstillsviareanställningar på 75 % inom restaurang finns, där arbetstiden förläggs efter säsongen, när vår verksamhet är öppen.

Uppdrag	Har uppdraget utförts? Ja/Nej	Om uppdraget inte har utförts; kort kommentar om orsaken till det och ev till vilken del uppdraget har genomförts
Under 2015 ska minst 50 procent av stadens tjänsteupphandlingar göras med sociala hänsyn	Nej	Liseberg har ej system på plats som visar fördelning av FKU respektive avrop av tjänster och entreprenader där krav ställts på social hänsyn.

3.3 Kompletterande uppföljning av vissa av kommunfullmäktiges uppdrag

3.3.1 *Alla enkelt avhjälpbara hinder ska vara undanröjda i kommunens publika lokaler och på allmän platsmark under mandatperioden.*

Liseberg jobbar fortlöpande med att avhjälpa de hinder i parkmiljön som finns enligt HIN (Boverkets föreskrift om avhjälpande av hinder för bättre tillgänglighet).

Liseberg har också avslutat arbetet med att inventera nöjesparken och boendeanläggningarna i Västra Götalandsregionens system Tillgänglighetsdatabasen. Informationen som lagts in där kommer inom kort att kopplas till Lisebergs hemsida. Inventeringen ger också Liseberg ett redskap i det fortsatta arbetet med att förbättra parkmiljön och åtgärda de brister som kvarstår. Under 2016 kommer fokus ligga på följande områden:

- Tillgänglighet till övre parken: Ny gångväg, med rätt lutning och egenskaper, anläggs.
- Översyn av skyltar främst avseende taktila skyltar
- Räcken till trappor

Under 2015 har Liseberg också inlett ett värdefullt informationssamarbete med DHR, som kommit med många kloka synpunkter.

4 Nyckeltalsredovisning

	Utfall 2015	Budget/målvärde 2015	Utfall 2014	Utfall 2013	Utfall 2012
De vi är till för					
Verksamhet/ Processer					
Medarbetare/ Personal					
Ekonomi/ägare					
Rörelseresultat	132 563	89 700	133 679	60 973	78 052
Resultat efter finansiella poster	121 881	75 170	118 899	52 660	73 600
Soliditet	58	55 %	53 %	49 %	69 %
Eget kapital	913 989	178 000	828 276	749 891	714 865

5 Bokslut

5.1 Sammanfattande analys

Lisebergs sommarsäsong utvecklades starkare än vad Liseberg vågat hoppas på, och därmed budgeterat för, inför 2015. Antalet betalande gäster i parken (capita) uppgår till 2 284 000, vilket är 109 000 fler än budgeterat (+5 procent). Jämfört med rekordåret 2014 fattas 36 000 capita men omsättningen blev ändå hela 12 Mkr över fjolåret. Snittkonsumtionen per gäst var god och hamnar 3,7 procent över säsongen 2014.

Liseberg lyckades också behålla en stor del av de ungdomar som förra årets stora nyhet, berg- och dalbanan Helix, lockade till parken säsongen 2014. Årets nyhet Mechanica fick bra betyg av gästerna och motsvarade Lisebergs högt ställda krav på att skapa ännu en stark åkupplevelse för ungdomssegmentet.

Årets andra stora nyhet, Halloween på Liseberg, lockade 200 000 gäster, vilket var dubbelt så mycket mot vad som förväntades. De nio Halloweendagarna bidrog med ett resultat som blev 13 Mkr bättre än budget. Med den gästans stormning som blev, var Halloweenparken helt klart underdimensionerad i allt ifrån skräckattraktioner till serveringar. Första året var ett test som organisationen har lärt sig mycket av och lärdomarna tar man nu med sig i det fortsatta utvecklingsarbetet. Till 2016 kommer Halloween att vara större, ha längre öppettider och innehålla fler skräckattraktioner.

Lisebergsåret avslutades som vanligt med Jul på Liseberg. Julsäsongen som helhet lockade 425 000 gäster, vilket är en ordentlig minskning jämfört med 2014-års gästsiffra på 542 000. Regn och kraftig blåst avskräckte många gäster, men omsättningen per gäst ökade samtidigt med 11 procent, vilket återspeglas i resultatet, som trots allt var gott. Totalt omsatte Jul på Liseberg 89 Mkr (98 Mkr) och lämnade ett täckningsbidrag på 5 Mkr.

Totalt sett över hela året besöktes Lisebergsparken av 3,12 miljoner gäster vilket är i nivå med det mycket starka 2014 (3,10 miljoner).

Den 2 februari 2015 fusionerades Lisebergs Restaurant AB in i Liseberg AB och från Hotell Liseberg Heden AB och Lisebergs Gäst AB genomfördes en verksamhetsövergång till Liseberg AB den 1 januari 2015. Hotellfastigheten, som ägs av Hotell Liseberg Heden AB, kommer att ligga kvar i bolaget, och samma sak gäller för Lisebergs Gäst AB, där tomträttsavtalet ligger kvar i bolaget.

Som ett led i att säkerställa en markreserv för långsiktig utveckling av verksamheten förvärvade Liseberg 2013 samtliga aktier i AB Platzer Skår 40:17. Resultatmässigt påverkar verksamheten Lisebergskoncernen negativt med 9,7 Mkr 2015. Det pågår ett arbete med att hyra ut delar av byggnaderna och lägga en strategisk plan för hur det framtida nyttjandet internt och externt skall se ut.

Den totala omsättningen för koncernen ökade med 4 procent och landade på 1139 Mkr, vilket är 43 Mkr över fjolårets omsättning. Resultatet efter finansiella poster slutade på 121,9 Mkr, vilket är 3 Mkr högre än föregående år och 47 Mkr högre än budgeterat resultat. Rörelsemarginalen når i år cirka 12 procent, vilket är i paritet med rekordåret 2014. Liseberg redovisar för 2015 ett kassaflöde som ligger över 200 Mkr.

Nöjesparken kräver nyheter och reinvesteringar i befintlig park. Typisk reinvesteringsnivå i branschen ligger på 12–16 procent av omsättningen, eller cirka 90 procent av kassaflödet, vilket krävs för att behålla gästvolymen. Ett långsiktigt högt kassaflöde är därför en förutsättning för att säkerställa en konkurrensduglig produkt. Sett över en tioårsperiod ligger Liseberg på en självfinansieringsgrad på nära 100 procent, undantaget det strategiskt långsiktiga markförvärvet i Skår 40:17.

Koncernens balansomslutning uppgår till 1,56 miljarder där det egna kapitalet utgör till 914 Mkr. Soliditeten har ökat från 53 procent till 58,4 procent till följd av årets starka resultat och amortering av lån. Under 2016–2017 kommer nettoinvesteringarna understiga det budgeterade kassaflödet och Liseberg kommer därmed att succesivt förbättra soliditeten för att möta framtida större investeringsbehov.