

Årsrapport 2014 Bolag

Liseberg AB

Innehållsförteckning

1 Sammanfattning	3
1.1 Styrkort	3
2 Verksamhetsanalys	4
2.1 Väsentliga händelser och bolagets utveckling	4
2.1.1 Affärsområden/dotterbolag eller motsvarande.....	5
2.1.2 Viktiga framtidsfrågor.....	6
2.2 Fördjupad analys beträffande ekonomi.....	6
2.2.1 Analys av årets utfall.....	6
2.2.2 Investeringar.....	7
2.2.3 Övrig uppföljning inom ekonomiområdet.....	7
2.3 Utveckling inom personalområdet.....	7
2.3.1 Övrig utveckling inom personalområdet	8
2.4 Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag.....	8
2.4.1 Intern kontroll.....	8
2.4.2 Sponsring.....	8
2.4.3 Göteborgs Stads kommunikationsstrategi	8
2.4.4 Övriga beslut och/eller uppdrag.....	9
2.5 Kommunala ändamålet och befogenheterna.....	9
3 Uppföljning av kommunfullmäktiges budget	12
3.1 Sammanfattande resultat av uppföljningen av kommunfullmäktiges prioriterade mål	12
3.2 Kompletterande uppföljning av vissa av kommunfullmäktiges prioriterade mål	16
3.2.1 Upphandling av tjänster med sociala hänsyn ska öka.....	16
3.3 Sammanfattande uppföljning av kommunfullmäktiges uppdrag	16
3.4 Kompletterande uppföljning av vissa av kommunfullmäktiges uppdrag	17
3.4.1 Av den arbetade tiden i Göteborgs stad ska max fem procent utföras av timanställd personal. Gäller för mandatperioden.....	17
4 Nyckeltalsredovisning	18
5 Bokslut	19
5.1 Sammanfattande analys	19

Bilagor

Bilaga 1: Lisebergskoncernens Affärsplan 2014

1 Sammanfattning

Liseberg har fullgjort sitt uppdrag enligt ägardirektiv och bifogad affärsplan.

1.1 Styrkort

De vi är till för	Utfall 2014	Mål 2014	Utfall2013	Medarbetare	Utfall 2014	Mål 2014	Utfall2013
Antal miljoner gäster i parken	3,1	3,1	2,8	HME	79 %	>76%	78 %
Nöjhetsgrad	94 %	96 %	94 %	Total sjukfrånvaro	3,8 %	<3,5%	4,02 %
Ekonomi				Verksamhet			
Kassaflöde kkr	212 000	>170 000	143 000	Förändring oms cap	4,8 %	0 %	4 %
Soliditet %	53 %	51 %	49 %	Antal milj.åk	16,4	16,7	14,8

2 Verksamhetsanalys

2.1 Väsentliga händelser och bolagets utveckling

Totalt besöktes Liseberg sommaren 2014 av 2,36 miljoner gäster vilket är en ökning med 11 procent jämfört med 2013. Totalt sett över hela året besöktes Lisebergsparken av 3,1 miljoner gäster vilket är 9 procent fler besökare än 2013.

Parallellt med gästökningen präglades 2014 av en hög konsumtion per gäst. Detta är ganska ovanligt, då en markant ökad gästtillströmning vanligtvis resulterar i en lägre per capita-förbrukning. Men speciellt attraktions- samt mat- och dryckomsättningen ökade mer än förväntat, trots relativt låga prisuttag.

Jul på Liseberg 2014 blev ännu en resultat- och publikmässig framgång jämfört med föregående år. 542 000 gäster besökte parken från den 13 november till den 30 december 2014. Medan Jul på Liseberg under åren 2010 – 2012 ur ett lönsamhetsperspektiv var en utmaning, så har Julen 2013 och 2014 stabiliserat sig på en tillfredsställande nivå. Det beror framför allt på ett starkt investerings- och underhållningsprogram samt justerade öppettider, med bland annat mellandagsöppet.

Resultatet efter finansiella poster slutade för Lisebergskoncernen på 118,9 miljoner kronor. Lisebergsparken redovisar en omsättning på 817 Mkr för helåret. Det är en ökning med 17 procent jämfört med 2013, och är all-time-high för nöjesparken.

Trots fler gäster så behåller Liseberg också en hög gästnöjdhet. Attraktionerna – inte minst årets nyhet Helix – var starkt bidragande orsaker till, att gästnöjdheten fortsatt ligger på en tillfredsställande hög nivå. Nöjdheten med Lisebergs priser fortsätter att öka. Sedan 2011 har Liseberg bara höjt sina priser marginellt, något som gästerna uppskattar men som samtidigt sätter Lisebergs lönsamhet under press. I bolagets 10-årsprognoser kalkyleras bara med prisökningar motsvarande den allmänna inflationen, trots löpande kvalitetsförbättringar och en generellt sett, hög investeringsnivå.

Lisebergs varumärke fortsätter att vara starkt. Under 2013 inleddes en löpande mätning av varumärket, som kommer att följas upp de kommande åren. Enkelt uttryckt är Lisebergs varumärke i Sverige starkare än destinationen Göteborgs. Ett långsiktigt arbete pågår just nu för att justera vissa byggstenar i varumärkets positionering.

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. Liseberg fick även i uppdrag att återkomma med förslag till kommunfullmäktige för ställningstagande och därvid också belysa konsekvenserna av en eventuellt förändrad framtida inriktning av verksamheten inom Lisebergsparken. Denna planeringsprocess har nu kommit så långt, att Liseberg kommer att presentera sitt Jubileumsprojekt – den största expansionen i parkens historia – under våren 2015.

Den 2 februari 2015 fusionerades Lisebergs Restaurant AB med Liseberg AB och vid årsskiftet 2014/2015 skedde en verksamhetsövergång från Hotell Liseberg Heden AB och Lisebergs Gäst AB till Liseberg AB. Hotellfastigheten, som ägs av Hotell Liseberg Heden AB, kommer att ligga kvar i bolaget. Samma sak gäller för Lisebergs Gäst AB, där tomträttsavtal ligger kvar i bolaget.

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 under den närmaste framtiden planera försiktigt ur ett ekonomiskt och driftsmässigt perspektiv för att rusta sig för eventuella konjunkturnedgångar. Detta kommer att kräva en mindre, mer rörlig organisation, vilket också har varit en av målbilderna för dels en ny organisationsstruktur som implementerades 1 januari 2014, dels en vertikal fusion och verksamhetsövergång med koncernens dotterbolag, som genomfördes 1 januari 2015. Ambitionen med denna nya struktur är att realisera betydliga kostnadsbesparingar de kommande åren.

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. Båda investeringarna har under 2014 fått den önskade effekten, med såväl högre gästsiffror som förbättrad lönsamhet och resultat.

Under 2014 påbörjade Liseberg den konkreta planeringsprocessen av en expansion av nöjesparken söderut. Processen omfattar detaljplanering, marknadsstudier och konceptutveckling. Resultatet av planeringsprocessen presenteras för kommunfullmäktige i Göteborg Stads sommaren 2015.

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 som kommer att vara omfattande. Liseberg kommer därför att jobba hårt i samarbete med Trafikverket och Göteborgs Stad för att minimera de ekonomiska, logistiska och estetiska konsekvenser av Västlänksprojektet på Liseberg..

2.1.1 Affärsområden/dotterbolag eller motsvarande

Lisebergs Restaurant AB.

För Lisebergs Restaurant AB blev året det resultatmässigt bästa genom alla tider, med ett resultat efter finansiella poster på 44,5 miljoner kronor. Det kan jämföras med 19,5 miljoner kronor, år 2013. Det är flera faktorer som bidragit till det positiva resultatet. Dels har nya enheter öppnats, dels har arbetet med konceptualisering av enheterna fortsatt. Försäljningen per gäst har ökat stadigt under året samtidigt som personalkostnaderna har varit stabila och reinvesteringarna begränsade. Även en stark avslutning på showkrogen Rondo har bidragit till det fantastiska resultatet.

Hotell Liseberg Heden AB

Året började svagt för hotellet för att sedan återhämta sig något under årets sista månader. Den ökade konkurrensen i form av nya hotellsatsningar i Göteborg gjorde sig påmind både inom privatresesegmentet och inom affärssegmentet för Hotell Liseberg Heden.

Implementeringen av en ny egen bokningsmotor för att styra bokningstrafik till hotellets egen bokningsmotor på liseberg.se gav positiva effekter.

Lisebergsgästerna som övernattade under helger och högsäsong uppskattade det nya initiativet Helix Prio, som gav boendegästerna möjlighet att få direktaccess till Helix för att åka attraktionen innan öppning.

Lisebergs Gäst AB

Året började något svagt men återhämtade sig successivt. Beläggningen för camping och stugor har ökat från föregående år. Lisebergsgästerna som övernattade under helger och högsäsong uppskattade det nya initiativet Helix Prio. Mervärdessatsningen gav boendegästerna möjlighet att få direktaccess till Helix för att åka den innan öppning.

Campingen i Delsjön har i år omformats till en enklare drop-in-camping. De gäster som besökte campingen var generellt mycket nöjda. Renoveringen av ett av servicehusen på Askim som påbörjades 2013 har fortsatt under hösten 2014.

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 komplicerad och dyr 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.

Produktutveckling. På den marknad, som Liseberg är verksam på, är en hög reinvesteringarnivå en förutsättning för att behålla gästvolym och lönsamhet. Medan Liseberg har lyckats vända en nedåtgående trend genom en framtung 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 i bagaget 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 Fördjupad analys beträffande ekonomi

2.2.1 Analys av årets utfall

Resultaträkning

	Bokslut 2014	Budget 2014	Avvikelse	Bokslut 2013
Intäkter	1 096 267	1 048 325	47 942	976 959
Kostnader	-962 588	-960 539	-2 049	-915 986
Rörelseresultat	133 679	87 786	45 893	60 973
Finansiella intäkter	1 487	1 575	-88	1 675
Finansiella kostnader	-16 267	-18 768	2 501	-9 988
Resultat efter finansiella poster	118 899	70 590	48 306	52 660

Rörelseresultat per affärsområde/dotterbolag eller motsvarande, alternativt resultat efter finansnetto

	Bokslut 2014	Budget 2014	Avvikelse	Bokslut 2013
Liseberg AB	77 822	42 670	35 152	25 506
Lisebergs Restaurang AB	44 485	26 495	17 990	19 516
Hotell Liseberg Heden AB	5 195	9 378	-4 183	5 978
Lisebergs Gäst AB	2 766	4 250	-1 484	3 703
AB Liseberg Skår	-11 369	-12 200	831	-9 146

2.2.2 Investeringar

Investeringar i materiella anläggningstillgångar

Nettoutgifter i mkr	Utfall 2014	Budget 2014	Utfall 2013	Budget/Plan 2015
Nyinvesteringar	265 724	250 000	359 218	73 000
Reinvesteringar	12 000	14 200	22 500	17 000
SUMMA INVESTERINGAR	277 724	264 200	381 718	90 000

Investeringar i finansiella anläggningstillgångar

Aktier och andelar, mkr	Utfall 2014
Summa investeringar	

Projektredovisning investeringsobjekt

Benämning pågående projekt enl. inv. plan, i mkr	Budget per projekt	Ack utfall tom perioden	Aktuell prognos för hela projektet	Beräknas färdigt år, kvartal
Mechanica	30 500	13 850	30 500	2 015 Kv 2
Kommande projekt enl. inv.plan mkr	Plan 2015	Plan 2016	Plan 2017	Beräknas färdigt år
	90 000	130 000	110 000	

2.2.3 Övrig uppföljning inom ekonomiområdet

2.3 Utveckling inom personalområdet

Lönekostnads- och personalvolymsutveckling

	2014	2013	2012
Kostnader för konsultarvode			
Lönekostnad (exkl arvoden och soc avg)	300 715	304 461	289 768
Årsarbetare - Arbetad tid (personalvolym)	979	939	936

Lönekostnad per årsarbetare	300	324	310
-----------------------------	-----	-----	-----

Sammanfattning av resultat

2.3.1 Övrig utveckling inom personalområdet

2.4 Uppföljning av särskilda beslut och uppdrag

2.4.1 Intern kontroll

Lisebergs arbete med intern kontroll tar avstamp ur COSOs ramverk, som är en standard för intern styrning och kontroll. Lisebergs olika affärsområden och funktioner identifierar verksamhetsrisker som presenteras i riskanalyser för varje område. Utifrån verksamhetsriskerna skapas en övergripande riskanalys för Liseberg. Från den riskanalysen sammanställs en internkontrollplan som beskriver riskerna och vilken typ av kontroll som skall utföras. Målet med uppföljningen är att kontrollera att det interna kontrollsystemet fungerar tillfredställande inom verksamheten. Detta sker genom att utvärdera effektiviteten i de kontroller som omfattas av internkontrollplanen. Tillvägagångssättet kan exempelvis vara ett lämpligt antal stickprov i kombination med intervjuer med ansvarig chef. Testplanen som används visar tydligt på vem som står som ansvarig för rutinen och hur en avvikelse skall hanteras. VD och Funktionschef Ekonomi utser ansvariga för att genomföra utvärderingen av utvalda kontroller. Resultatet av den antagna internkontrollplanens uppföljning genomgås årligen vid styrelsemöte i december. Styrelsen fastställer vid samma tidpunkt internkontrollplanen för nästkommande år.

Utifrån internkontrollplanen och de tester som utförts finns inga avvikelser. Liseberg har en god internkontroll. Internkontrollplanen 2014 har haft tyngdpunkten på diverse säkerhetsaspekter. För Liseberg är säkerheten för gäster och medarbetar mycket viktig. På det området har det utförts en rad tester och testresultaten har visat att det finns ett mycket gott säkerhetsarbete och tänk inom Liseberg.

2.4.2 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 10 februari och vi ser därför ingen möjlighet att besvara frågan eller bifoga förteckning över Lisebergs sponsringsåtaganden förrän efter den 10 februari.

2.4.3 Göteborgs Stads kommunikationsstrategi

Liseberg arbetar centraliserat med kommunikation. Ansvaret för att ta fram en kommunikationsplan vilar aldrig på den enskilda chefen utan i de fall där det bedöms nödvändigt med en speciell plan får hen hjälp av företagets informationsavdelning. Liseberg är inte större än att informationsavdelningen kan gå in och stötta upp i samtliga dessa projekt och processer, oavsett om det handlar om intern eller extern kommunikation.

Under året har det, med koppling till den större omorganisation som genomfördes vid årsskiftet 2013-2014 genomförts utbildning i förändringskommunikation för alla chefer på Liseberg med syfte att förbättra chefernas dialog med egen personal i förändringstider.

2.4.4 Övriga beslut och/eller uppdrag

Den 5 juni 2014 fattade KF beslut kring tillämning av LOU och kring avveckling av Hotell Liseberg Heden. Liseberg har arbetat vidare frågorna enligt följande:

Avveckling Hotell Liseberg Heden: En scenarioanalys presenteras för styrelsen i december 2014 för vidare behandling i Stadshus AB och kommunfullmäktige.

Tillämpning av LOU: Liseberg håller just nu på att genomför nödvändiga konsekvensanalyser. Resultatet av dessa kommer att presenteras för styrelsen i februari 2015. Liseberg räknar med att börja tillämningen av LOU under 2015 och ha full implementering i slutet av 2016.

2.5 Kommunala ändamålet och befogenheterna

Av Lisebergskoncernens 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 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”.

Det ska förtydligas att Liseberg inte längre bedriver gästhamnsverksamhet då bolaget i ett led att konsolidera verksamheten avvecklat gästhamnen vid Lilla Bommen.

Under 2013 och 2014 investeras totalt nästan en halv miljard kronor i ett nytt Kaninland, samt en ny berg- och dalbana, Helix. Med dessa har Liseberg investerat i sin kärnaffär – nöjesparken – för att stärka sin position i barn- och ungdomssegmenten. Denna position är under stort press, vilket har resulterat i vikande besökssiffror under sommarsäsongen de senaste tio åren. Ambitionen är att vända trenden och stabilisera gästsiffrorna på en högre nivå med denna relativt framtunga investeringsplan. Helix, som introducerades under 2014 är en viktig del i Lisebergs ständiga strävan efter att

förnyas och hålla hög kvalitet, och har bidragit till att förstärka antalet besökare i ungdomssegmentet och ökat antalet tillresande ungdomar med familjer till Göteborg. Helix, parkens största attraktionssatsning någonsin, har fått toppbetyg av våra gäster och har bidragit till att Liseberg på fortsätter att vara en av de ledande nöjesparkerna i Europa.

Under 2014 har Liseberg genomgått en omorganisation som syftat till att effektivisera och konsolidera verksamhetens organisation. Den nya organisationen förväntas medföra att Lisebergs arbete med kvalitet, säkerhet, service, variation och förnyelse fortsättningsvis kan bedrivas med mer övertygande resultat.

Samtidigt arbetar Liseberg med att utveckla planer för den betydande investering som gjorts i en fastighet söder om parken, AB Liseberg Skår 40:17. Denna investering har ett långt perspektiv, då den nya fastighet innebär att Liseberg kan fortsätta växa under många år framöver, med alla positiva effekter det innebär för Göteborg och göteborgarna.

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 2014 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 stödinsatser 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 samtidig Lisebergs lönsamhet och kostnader under press.

Den kommunala kompetensen avseende drift av turistanläggningar regleras i 2 kap 1 och 7 §§ Kommunallagen (KL) 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 2014 varit en av Göteborgs främsta mötesplatser, där såväl göteborgare som turister möts över generationsgränserna för att fylla sin fritid med roande aktiviteter. Totalt har Liseberg anläggningar tagit emot cirka 3 miljoner gäster under 2014. Liseberg har varit en mötesplats, där familjer eller vänner umgåtts och minnen skapats. Liseberg är ett av Sveriges mest besökta turistmål, vilket medför att Liseberg bidrar till att öka omsättningen inom handel, resor och boende i göteborgsområdet med cirka 3 miljarder kronor.

Tillresande turister kommer således kommuninnevärdarna 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 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 allt svag trend/om mätetal finns - *ingen ökning allt minskning.*

Blå = Svårbedömt

Sammanfattning prioriterade mål

Mål	Sammanfattande resultatredovisning	Bedömning av måluppfyllelse
Öka förutsättningarna till goda livschanser för alla göteborgare och därmed utjämna dagens skillnader	Målet i sig går inte att tillämpa på Liseberg verksamhet. Liseberg bidrar dock, genom sina stödinsatser, till att barn och unga i familjer som lever på långvarigt försörjningsstöd ska få chans att uppleva Lisebergsbesök.	■ Viss
Tidigt förebyggande och rehabiliterande insatser ska öka när det gäller barn och unga samt vuxna med missbruksproblem	Målet ej tillämpligt på Lisebergs verksamhet.	■ Svårbedömt
Antalet hushåll i långvarigt beroende av försörjningsstöd ska minska	Målet ej tillämpligt på Lisebergs verksamhet.	
Integrationen mätt utifrån integrationsstyrkortets strategiska områden ska öka	Lisebergs verksamhet riktar sig till alla, och i vårt uppdrag ingår att vara tillgängliga för alla, både som mötesplats och som arbetsgivare. Vi kartlägger dock inte var våra gäster eller medarbetare är födda, vilket gör att vi inte har några faktiska siffror att rapportera.	■ Viss
Jämställdheten i stadens verksamheter ska öka	Jämställdhetsarbetet är en integrerad del av Lisebergs arbete inom alla områden. Bolagets uppdrag är att vara för alla, vilket medför att såväl artistutbud som produkten i övrigt ska tilltala så många som möjligt. Jämställdhetsarbetet under 2014 har bedrivits främst på HR-sidan i form av lönekartläggning och ny ledningsstruktur. I Lisebergs nya ledningsstruktur är fördelningen mellan kvinnor/män 46,7 / 53,3 procent, att jämföra med 23 / 77 procent i den gamla ledningsstrukturen.	■ God
Skillnaderna i hälsa mellan olika socioekonomiska grupper och delar av Göteborg ska minska	Liseberg bidrar till bättre folkhälsa genom att vara en tillgänglig och generationsöverskridande mötesplats. Bokningen av artisten Snoop Dogg till	■ God

	Stora Scenen lockade 20 000 gäster till konserten där majoriteten var ungdomar från de nordöstrastadsdelarna.	
Barns fysiska miljö ska bli bättre	Målet ej tillämpligt på Lisebergs verksamhet.	■ Svårbedömd
Skolan ska öka barns och elevers möjligheter att inhämta och utveckla kunskaper, förmågor och värden	Målet ej tillämpligt på Lisebergs verksamhet.	■ Svårbedömd
Skolan ska i ökad omfattning kompensera för elevers olika förutsättningar på såväl elevnivå som mellan olika skolor	Målet ej tillämpligt på Lisebergs verksamhet.	■ Svårbedömd
Unga göteborgares möjligheter till en rik och meningsfull fritid ska öka	Liseberg har genom sina stödinsatser och i samarbete med Socialtjänsten i Göteborg delat ut ca 13 500 entré- och Åkpasspaket till barnfamiljer som lever på långvarigt försörjningsstöd. Syftet är att ge barn som växer upp i familjer med starkt begränsade ekonomiska möjligheter chans att uppleva Liseberg och ge dem positiva minnen av sommaren.	■ God
Unga göteborgare ska ges ökade möjligheter att påverka	Liseberg har flera vägar in för att lämna synpunkter på verksamheten och dess utveckling. Varje år samlas 4000-5000 gästenkäter in, av gäster i alla åldrar. Dessa ligger till grund för Lisebergs fortsatta utveckling. På Facebook, med 250 000 följare, där de allra flesta tillhör en yngre målgrupp, pågår en ständig dialog kring verksamheten. Liseberg tar ofta chansen att fråga följarna på Facebook om olika saker som påverkar nöjesparkens utveckling, t ex vilken artist de vill se på scenerna, vilken typ av attraktion de saknar i parken eller vad en nykarusell ska få för namn. Responsen på dessa inlägg brukar vara mycket hög. Liseberg har under 2014 öppnat upp ett Instagram-konto för att kommunicera med gäster och andra intresserade. Instagram är en social kanal som främst används av barn och ungdomar. Under våren 2014 arrangerades Helix School Challenge, en tävling för skolklasser där klasserna fick chans att påverka utformningen av Helix köområde och underhållningen i detsamma.	■ God
Äldres inflytande över sin vardag ska öka	Liseberg bidrar till äldre göteborgares välmående genom att vara en trygg och tillgänglig arena för såväl underhållning som social samvaro. Under 2014 har flera akter med underhållning riktad till den äldre publiken spelat, och varje onsdag har den mycket populära 11-dansen för pensionärer arrangerats på Polketten. I början av september samlade Liseberg sina veteraner	■ God

	(pensionerade Lisebergare) för en workshop kring äldres tankar om Liseberg och parkens utveckling. Syftet var att fånga upp vad det är som lockar den äldre generationen till Liseberg idag och vad som skulle göra att de tillbringade ännu mer tid i nöjesparken.	
Göteborg ska minska sin klimatpåverkan för att bli en klimatneutral stad	<p>Hela Liseberg drivs av så kallad grön el sedan ett antal år tillbaka. Uppvärmning med hjälp av fossila bränslen har fasats ut under en längre period och ersatts av fjärrvärme och fjärrkyla. En enda anläggning, växthuset Kålleröd, värms upp med olja men en konvertering till förnybar energi utreds och ligger i investeringsbudgeten.</p> <p>På campinganläggningarna värms tappvatten med hjälp av solenergi och i nöjesparken fortsätter arbetet med att fasa ut glöd- och halogenlampor och ersätta dem med LED.</p> <p>I nöjesparken används endast el-och gasfordon samt cyklar för transporter och vid tjänsteresor förordas tåg. Liseberg har byggt flercykelparkeringar till anställda och har också försett alla avdelningar och affärsområden med Västtrafikkort vilket främjar användandet av kollektivtrafiken vid tjänsteärenden.</p>	■ God
Staden ska bättre möta göteborgarnas bostadsbehov	Målet ej tillämpligt på Lisebergs verksamhet.	■ Svårbedömd
Resurshushållningen ska öka	På alla Lisebergs restauranger är det numera möjligt att sortera ut matavfall. Liseberg har också en ny miljöstation med utökade möjligheter till enklare sortering för återvinning. Genom att bara ha tre hämtställen för Renova har antalet transporter i parken minskat.	■ God
Det hållbara resandet ska öka	<p>Liseberg försöker genom information på bl a hemsida att uppmuntra gäster till att använda andra transportmedel än bil för att ta sig till parken.</p> <p>Anställda på Liseberg erbjuds attköpa årskort på Västtrafik och få kostnaden uppdelad och dragen från lönen månadsvis.</p> <p>Samtliga funktioner och affärsområden tillhandahåller Västtrafikkort som anställda ska använda för resor i tjänsten.</p>	■ God
Den biologiska mångfalden ska främjas	<p>Liseberg arbetar för att främja den biologiska mångfalden genom att främja artrikedomen vid nyplantering av träd och växter i parken, framför allt när det kommer till lövträd och buskar. Vi tar också hänsyn till bärande växter och växter som är rika på nektar.</p> <p>Liseberg har också skapat konstgjorda boplatser för olika insekter och det sätts upp fågelholkar i parken.</p>	■ God

	<p>Möldalsån som rinner igenom parken, är med sin unika biotop ett inslag vi värnar om.</p> <p>Liseberg begränsar förekomsten av svårnedbrytbara ämnen och utfasningsämnen och främjar användningen av miljömärktaprodukter genom ett systematiskt arbete med att registrera och riskbedöma alla kemikalier i kemikaliehanteringssystemet iChemistry.</p>	
Göteborgs näringslivsklimat ska förbättras	Liseberg bidrar, genom att skapa upplevelser som ständigt förnyas med kreativitet och originalitet och genom att samverka med övriga aktörer i turistnäringen, till att Göteborg fortsätter utvecklas som turiststad och destination. Under året har Liseberg genomfört en möjlighetsstudie för framtida användning av området söder om parken.	■ God
Arbetsmarknadsinsatser för grupper långt ifrån arbetsmarknaden ska öka	<p>Liseberg är en mycket stor ungdomsarbetsgivare som varje år anställer 2300 personer, de allra flesta mellan 18 och 22 år, till säsongstjänster.</p> <p>De senaste två åren har Liseberg i samarbete med Arbetsförmedlingen inom ramarna för projektet Jobbswinget också erbjudit ungdomar med funktionshinder arbete. 2013 fick 7 ungdomar arbete genom Jobbswinget och 2014 är antalet 13.</p>	■ God
Tillgängligheten till kultur ska öka	På Liseberg har kultur en naturlig plats i verksamheten. Utbudet av scenkonst är mycket brett och alla konserter och all underhållning på Liseberg ingår i entréavgiften och vid köp av Lisebergs årskort (225 kronor) ingår alla konserter och all underhållning under hela året.	■ God
Osakliga löneskillnader mellan män och kvinnor ska minska	<p>Under 2014 har vi arbetat med att ta fram befattningsbeskrivningar för samtliga befattningar samt sett över chefsstrukturen och tydliggjort denna. Syftet har varit att få en mer objektiv bild och därmed lättare kunna upptäcka osakliga löneskillnader som baseras på kön.</p> <p>Under hösten 2014 arbetar vi med en lönekartläggning som omfattar samtliga medarbetare. I samband med att Lisebergs fyra bolag ska fusioneras till ett bolag görs en genomlysning av nuvarande kollektivavtal där en del av detta arbete är att se över lönestrukturen.</p>	■ God
Upphandling av tjänster med social hänsyn ska öka	Liseberg har till dags dato i sina upphandlingar inte ställt explicita krav på social hänsyn som har som mål att främja sysselsättningsmöjligheter för personer som står långt ifrån arbetsmarknaden. Att analysera måluppfyllelse låter sig därför ej göras.	■ Viss

	<p>De krav gällande social hänsyn som Liseberg har ställt i samband med upphandling av tjänster omfattar krav på anständiga arbetsvillkor, lika möjligheter, sociala rättigheter, arbetstagarens rättigheter, antidiskriminering och etisk handel. Dessa innefattas av Liseberg AB:s allmänna inköpsvillkor samt uppförandekod. Liseberg säkerställer på så vis att social hänsyn är del av kravbilderna på en leverantör.</p> <p>Liseberg har påbörjat en kartläggning av dagens inköpsverksamhet. Resultatet kommer att analyseras och utmynna i en målbild med tillhörande åtgärdsplan för att förändra befintlig kultur, struktur och kompetens och därmed lägga grunden till en modern effektiv inköpsverksamhet.</p> <p>Krav på social hänsyn i samband med tjänsteupphandling kommer att integreras i detta arbete genom framtagning av nya och/eller anpassning av befintliga instruktioner, checklistor, mallar och metoder för uppföljning.</p>	
--	---	--

3.2 Kompletterande uppföljning av vissa av kommunfullmäktiges prioriterade mål

3.2.1 Upphandling av tjänster med sociala hänsyn ska öka

Upphandlingar samt avrop genom förnyad konkurrensutsättning (FKU) av tjänster och entreprenader

Mått	Helår 2014	Helår 2013
Antal upphandlingar/FKU av tjänster och entreprenader som har påbörjats/annonserats	-	-
- därav med social hänsyn	-	-

Liseberg har ej kartläggning på plats som visar fördelning av FKU respektive avrop av tjänster och entreprenader där krav ställts på social hänsyn under perioden 1 sept 2013 till o m 31 aug 2014 varför svar om andel eller antal ej kan ges.

3.3 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 en likabehandlingsplan i förhållande till alla diskrimineringsgrunder. Arbetet ska ske på enhetsnivå och gälla ur såväl personal- som invånarperspektiv.	Ja	Liseberg har likabehandlingsplan för medbetare, inte för gäster.
En kartläggning av resursfördelning utifrån kön ska tas fram i varje nämnd och bolag	Ja	
Förvaltningar och bolag ska erbjuda alla	Nej	Av Lisebergs ca 380 tillsvidareanställda

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
tillsvidareanställda heltidstjänster		har ca 5 % en grundanställning på deltid. Liseberg kartlägger dock inte huruvida dessa tillsvidareanställda önskar en heltidstjänst. Vårt mål är att skapa en samlad bild av dessa personers önskemål till ökad sysselsättningsgrad.
Andelen födda utanför Norden samt andelen kvinnor ska öka på chefsnivå	Oklart	
- avseende födda utanför Norden på chefsnivå	Oklart	Liseberg kartlägger inte var bolagets chefer är födda och har därför inte underlag att kunna besvara frågan.
- avseende kvinnor på chefsnivå	Ja	

3.4 Kompletterande uppföljning av vissa av kommunfullmäktiges uppdrag

3.4.1 *Av den arbetade tiden i Göteborgs stad ska max fem procent utföras av timanställd personal. Gäller för mandatperioden.*

Lisebergs verksamhet med två tydliga säsonger bygger på möjligheten att ta in ett stort antal säsongsanställda (cirka 2400, jämfört med 380 årsanställda). Vi anser inte att uppdraget är möjligt att fullgöra med den verksamhet Liseberg bedriver idag.

4 Nyckeltalsredovisning

	Utfall 2014	Budget/målvärde 2014	Utfall 2013	Utfall 2012	Utfall 2011
De vi är till för					
Verksamhet/ Processer					
Medarbetare/ Personal					
Ekonomi/ägare					
Rörelseresultat	133 679	87 786	60 973	78 052	83 050
Resultat efter finansiella poster	118 899	70 590	52 660	73 600	78 099
Soliditet	53 %	51 %	49 %	69 %	74 %
Eget kapital	828 276	805 000	749 891	714 865	657 775

5 Bokslut

5.1 Sammanfattande analys

Lisebergsparken redovisar en omsättning på 817 Mkr för helåret. Det är en ökning med 17 % jämfört med 2013. Totalt besöktes Liseberg sommaren 2014 av 2,36 miljoner gäster vilket är en ökning med hela 11 % jämfört med 2013. Gästökningen har fördelats relativt jämt över säsongen med en stark maj, en normal juni, en bra juli och en mycket stark augusti och september. Den största delen av ökningen står göteborgarna för. Konsumtion per gäst ökade med 5 % jämfört med 2013, trots relativt marginella prisökningar.

Liseberg har i år lyckats attraherat en stor mängd ungdomar mycket tack vare den lyckosamma satsningen på bergbanan Helix. Attraktionen har fått toppbetyg av Lisebergs gäster och nått upp till det högt satta målet att skapa en åkupplevelse i absolut världsklass.

Jul på Liseberg 2014 blev en resultat- och publikmässig framgång där framförallt restaurangerna bidrog till en ökad lönsamhet. När portarna stängdes tisdagen den 30 december hade 542 000 gäster besökt julparken vilket är en ökning med 2 procent jämfört med 2013. Jul på Liseberg förbättrade sitt resultat med 2,4 Mkr mot år 2013.

Totalt sett över hela året besöktes Lisebergsparken av 3,1 miljoner gäster vilket är en stark förbättring mot fjolårets 2,8 miljoner.

Den 2 februari 2015 fusionerades Lisebergs Restaurant AB in i Liseberg AB och när det gäller Hotell Liseberg Heden AB och Lisebergs Gäst AB genomfördes en verksamhetsövergång till Liseberg AB per den 1/1 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.

Liseberg förvärvade samtliga aktier i AB Platser Skår 40:17 år 2013 som ett led i att säkerställa en markreserv för långsiktig utveckling av verksamheten. Resultatmässigt påverkar köpet koncernen negativt med 11,4 Mkr. 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 12 % och landade på 1096 Mkr vilket är 119 Mkr över fjolårets omsättning. Resultatet efter finansiella poster slutade på 118,9 Mkr vilket är 66 Mkr högre än föregående år och 48 Mkr högre än budgeterat resultat. Rörelsemarginalen når i år 12,2 % vilket är en fördubbling mot föregående år, och all-time-high. Lisebergs kassaflöde når i år för första gången över 200 Mkr.

Nöjesparken kräver nyheter och reinvesteringar i befintlig park. Typisk reinvesteringarnivå i branschen ligger på 12-16% av omsättningen – eller ca 90 % av kassaflödet för att bibehålla sin gästvolym. Ett långsiktigt högt kassaflöde är därför en förutsättning för att säkerställa en konkurrensduglig produkt. Sett över en tioårsperiod ligger Liseberg på en självfinansieringsgrad på 92 procent och då ingår investeringarna i Kaninlandet och Helix med en halv miljard fördelat på år 2013 och 2014.

Koncernens balansräkning överstiger 1,5 miljarder där det egna kapitalet uppgår till 830 Mkr. Soliditeten har ökat från 49 % till 53 % till följd av årets starka resultat. Under 2015–2016 kommer nettoinvesteringarna understiga det budgeterade kassaflödet och Liseberg kommer att succesivt förbättra soliditeten.