

Verksamhetsplan 2022

Göteborgs Stads Parkering AB

Innehållsförteckning

1 Göteborgs Stads Parkering	3
1.1 Bolagets roll och värde för staden	3
1.2 Ägardirektiv	3
1.3 Vision och affärsidé	3
1.4 Verksamheten	3
2 Strategiska framgångsfaktorer	5
2.1 Utvecklingsfrågor och omvärld.....	5
2.1.1 <i>Det ”nya normala” – en osäkerhetsfaktor</i>	5
2.1.2 <i>Från parkering till mobilitet</i>	5
2.1.3 <i>Elektrifiering</i>	5
2.1.4 <i>Smarta fordon och nya kundgränssnitt</i>	6
2.2 Styrkor och förbättringsområden	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 2022.....	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>	9
3 Mål och uppdrag 2022.....	11
3.1 Organisation och kultur.....	11
3.2 Parkering idag och framåt	11
3.3 Proaktiv samarbetspart.....	12
3.4 Ekonomi.....	12
3.5 Hållbarhet.....	12
4. Risker förknippade med måluppfyllelse	14

1 Göteborgs Stads Parkering

Bolagets inriktning är fastställd av Göteborgs Stads kommunfullmäktige i ägardirektiv. Bolaget ska följa av kommunfullmäktige beslutad budget, och 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.

1.2 Ägardirektiv

Verksamhetsplanen för 2022 tar sin utgångspunkt i ägardirektivet där kommunfullmäktige anger ändamålet och den långsiktiga viljeriktningen för bolagets verksamhet, samt krav och förväntan på bolaget.

Den 13 oktober 2021 tog kommunstyrelsen beslut om ett reviderat ägardirektiv för bolaget. Ändringarna innebär att bolagets uppdrag tydliggörs. Förutsatt att kommunfullmäktige väljer att besluta i linje med kommunstyrelsens förslag, anges att det kommunala ändamålet med Göteborgs Stads Parkering AB:s verksamhet är att förvärva, uppföra, avyttra och förvalta parkeringsanläggningar samt samordna och bedriva parkering inom Göteborgs Stad med syfte att främja ett hållbart resande. Bolagets verksamhet ska bedrivas i enlighet med stadens strategiska inriktningar för parkeringsverksamhet.

Ägardirektivet anger även att bolaget ska bistå trafiknämnden i stadens strategiska utvecklings- och planarbete med kunnande och erfarenhet i parkeringsfrågor.

1.3 Vision och affärsidé

Bolagets affärsidé är att aktivt bidra till Göteborgs utveckling genom att skapa trygga, säkra och attraktiva parkeringslösningar och moderna erbjudanden. Under 2021 har arbete påbörjats för att ta fram ett förslag till ny vision för bolaget. Den nya visionen ska linjera med det omformulerade ägardirektivet för att tydligare beskriva riktningen för verksamheten.

Bolagets 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. Hållbarhetsaspekter ska tas i beaktande i verksamhetens olika delar.

1.4 Verksamheten

Bolagets huvudsakliga affär utgörs av parkeringsverksamhet för boende, besökande och verksamma. Bolaget äger 26 fastigheter och 1 fartyg (P-arken), till ett totalt värde av nära 2,5 miljarder kronor.

Varumärket Parkering Göteborg, som bolaget skapat tillsammans med trafikkontoret, är gränssnittet mot kunderna. Här sker kundmötet i form av den dagliga leveransen: i teknik, miljö och service i form av betalautomater, elladdning och digitala tjänster. Kundmötet sker också i personliga interaktioner med kundservice eller parkeringsvärdar, informationsflöden via

exempelvis direktutskick, webb och sociala medier, samt inte minst i upplevelsen av själva parkeringsanläggningen.

De parkeringsplatser som bolaget samordnar under varumärket Parkering Göteborg är:

- 8 600 parkeringsplatser i egna parkeringshus
- 10 500 parkeringsplatser på arrenderad kommunal mark
- 52 000 parkeringsplatser där bolaget inte själva äger men har i uppdrag att hantera parkeringsverksamheten åt affärspartner, där merparten består av andra kommunala bolag och förvaltningar. Cirka 12 000 av dessa platser är trafikkontorets parkeringsplatser på gatumark.

Bolagets tjänster innefattar avgiftsparkering, tillståndsparkering, fast förhyrda platser, tilläggstjänster för företag, cykelparkering samt elbilsladdning. Genom analys av behov och beteende optimerar bolaget befintliga parkeringar. Därmed skapas en effektiv användning och god tillgänglighet på parkeringsanläggningar som möter kundernas behov.

I samverkan med övriga staden arbetar bolaget aktivt med nya parkeringsanläggningars utformning och innehåll för att bidra till god tillgänglighet, ett effektivt markutnyttjande och för att främja möjligheter till 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 idag bidrar starkast till det ekonomiska resultatet. I takt med att parkeringar tas i anspråk för stadsutveckling minskar både antalet fysiska parkeringsplatser och lönsamma parkeringsområden successivt. Samtidigt utökas samarbetet med affärspartners. 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 över tid bidra till att Göteborg är en tillgänglig, hållbar och attraktiv stad samt för att minimera den ekonomiska risken i verksamheten.

2 Strategiska framgångsfaktorer

2.1 Utvecklingsfrågor och omvärld

Behov och efterfrågan på parkering 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.

2.1.1 *Det ”nya normala” – en osäkerhetsfaktor*

Samhället har åter öppnat upp, och bolaget ser en återhämtning när det gäller intäkter från parkerande kunder. Under pandemin har dock människors resvanor förändrats. Det är idag svårt att avgöra vilka av de förändrade vanorna som kommer att bestå över tid. En rapport från Svensk Kollektivtrafik visade under våren 2021 att 73 procent av befolkningen tror att de kommer att resa i kollektivtrafiken precis som före pandemin, men bilister och sällanresenärer är de som är mest negativa och mer troligt kommer att fortsätta att välja bilen.

Även shoppingvanor har förändrats. E-handel var redan innan pandemin i en starkt uppåtgående trend, och mycket tyder nu på att den ökade näthandeln till stor del kommer att bestå.

Bolaget behöver fortsatt följa utvecklingen, och identifiera trender, vara lyhörda för kundernas behov och möjligheten att främja hållbara resebeteenden, samt anpassa tjänster, parkeringserbjudanden och samarbeten efter nya förutsättningar.

2.1.2 *Från parkering till mobilitet*

Stadens inriktning är att bilens andel av människors transportbehov ska minska. Lokaliseringen av parkeringsytor får stor betydelse för attraktiviteten hos nya tjänster som ska ersätta behovet av egen bil. Affärsmodellerna och lönsamheten för dessa olika tjänster är dock fortfarande utmanande.

Till följd av fokus på ökat hållbart resande och en snabb teknikutveckling etableras också 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 viktig.

Göteborgs styrning mot låga p-tal i nya stadsutvecklingsområden gör att det finns risk att utbudet av parkeringsplatser understiger efterfrågan innan kollektivtrafik byggts ut och boende och verksamma i området tagit till sig nya sätt att resa. Detta leder till behov av dedikerade parkeringsplatser för specifika målgrupper 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. Till det kommer behov av utvecklad kompetens inom kundbeteenden, samverkan och affärsmodeller liksom till behov av öppna digitala gränssnitt.

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

2.1.3 *Elektrifiering*

Satsningarna på att underlätta omställningen till en fossilfri fordonsflotta och en ökad elektrifiering fortsätter. I september 2021 var över hälften av samtliga nyregistrerade personbilar laddbara, och de fullelektriska bilarna stod för nästan 60 procent av dessa, enligt siffror från elkraftbranschens

intresseorganisation Power Circle. Prognoseerna pekar mot att hälften av bilarna kommer att vara laddbara 2030.

Idag finns cirka 260 000 elbilar vilket motsvarar cirka fem procent av fordonsflottan. Intresset för att skaffa elbil ökar bland flera kundgrupper, vilket innebär att även förväntningarna på enkelhet och enkelhet när det gäller laddning ökar. Tidigare fokus på antal stolpar övergår allt mer till fokus på kundbehov och lönsamhet för investeringarna.

Hur kundbehovet och kundbeteenden kommer att se ut i framtiden är fortsatt oklart. Det är därför viktigt att bolaget är fortsatt aktivt i såväl sin utbyggnad som i sin omvärldsanalys.

2.1.4 Smarta fordon och nya kundgränssnitt

Teknikutvecklingen ger allt fler ”smarta” fordon och därmed behov av bland annat andra kundgränssnitt för de parkerande kunderna. Exempelvis kan en parkering idag startas och stoppas automatiskt av bilen. Flytande bilpooler har etablerats i Göteborg, och nya betallosningar har utvecklats.

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. Trycket från omvärlden leder också till nya arbetsuppgifter kopplade till avtal, affär och teknik.

2.2 Styrkor och förbättringsområden

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

2.2.1 Goda förutsättningar

Bolaget har en stabil ekonomi med goda kassaflöden och god lönsamhet från befintlig verksamhet. Bolaget har inga lån och många års samlade vinster vilket bidragit till en hög soliditet och en långsiktig ekonomisk uthållighet, i syfte att möta investeringsbehov som identifierats i den tioåriga investeringsprognosen. Prognostiserade investeringar uppgår till cirka 3,5 miljarder kronor.

Bolaget utvecklas med sin omvärld. Den digitala plattformen och bolagets uppskattade app är en styrka för att kunna tillgängliggöra tjänster på ett effektivt sätt. Framöver finns dock också ett behov av att fortsätta digitaliseringen för att underlätta för kunderna.

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

Bolagets aktivitetsbaserade lokaler skapar förutsättningar för medarbetarna att arbeta flexibelt, samarbeta, trivas och utvecklas. Med start 1 oktober 2021 har medarbetarna åter välkomnats tillbaka till kontoret efter att samhällets och stadens restriktioner lättats upp.

2.2.2 Kompetens och engagemang

Det finns entreprenörsanda och starkt kundfokus i bolaget, och en hög ambition att möta krav från ägare och kunder. Medarbetarna visar på ett starkt engagemang, intresse och stolthet för det arbete som bolaget utför. Pandemin har dock påverkat, sett utifrån arbetsmiljö men också utifrån ett fokus på kostnadsbesparingar och att flera insatser skjutits fram – något som kommer att påverka arbetsbelastningen under kommande år. Samtidigt växer kundbasen, omvärlden förändras och flera förändringsinitiativ behöver därför genomföras.

Medarbetarna signalerar om ett behov av att tydliggöra bolagets väg framåt, och också om behov av förtydligande när det gäller samarbeten, inte minst mellan avdelningarna. Även på denna punkt har pandemin sannolikt påverkat. Bolaget har ett arbete att göra 2022 för att få medarbetarna att känna fortsatt engagemang.

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 också, genom en modernisering av verksamheten och ett fokus på att utvecklas i takt med omvärlden, skapat en attraktivitet som en ansvarsfull arbetsgivare.

2.2.3 Samarbetspart

Bolaget är en av många uppskattad samarbetspart, både inom staden och externt, som bidrar med kompetens och är öppet för samarbeten som leder till en bättre måluppfyllelse för både bolaget och staden. Utgångspunkten för goda samarbeten är att bolaget känner sin styrka, sin kärnkompetens, samt sitt grunduppdrag som stadens parkeringsaktör som bidrar till att främja ett hållbart resande.

2.3 Fokusområden 2022

Det finns en god kvalitet och kompetens i bolagets arbete. Detta trots att pandemin har skapat nya arbetsformer, påverkat kommunikation mellan medarbetare, ställt höga krav på ledarskapet och fått en tydlig påverkan på bolagets intäkter genom förändrade resvanor.

Förslaget till ett reviderat ägardirektiv skapar nya och tydligare förutsättningar för bolaget att fokusera och rusta sig. Till detta kommer den av kommunfullmäktige beslutade budgeten, som anger inriktning och mål.

För att fortsätta det arbete som inleddes 2021 tar verksamhetsplanen 2022 avstamp i att bygga vidare på en intern trygghet samt ett gemensamt fokus på bolagets uppdrag och fortsatta väg framåt.

2.3.1 Organisation och kultur

Grundläggande för att lyckas långsiktigt är att såväl ledning som medarbetare har en gemensam bild av bolagets riktning, och att bolaget har en positiv kultur som främjar samarbeten och nya idéer. Dessa områden behöver vara i fortsatt fokus under 2022.

Stort fokus har lagts på att skapa en tydlighet i policys och rutiner, och säkerställa ordning och reda i bolaget. Fortsatt finns dock ett behov av att klargöra ansvarsområden och arbetsflöden inom bolaget. Medarbetarna lyfter också behov av att utveckla samarbeten, inte minst mellan avdelningar, samt behov av internkommunikation och tydlighet. Detta ställer krav på ett aktivt ledarskap, där bolagets chefer kommunicerar, initierar dialog och tillsammans bygger en kommunikativ organisation. Under 2022 planerar bolaget även att inleda arbetet med att se över den gemensamma värdegrunden.

2.3.2 Parkering idag och framåt

Bolagets anläggningar och upplevelsen av dem, erbjudande och kommunikation till kunder och affärspartners samt de digitala gränssnitten är kritiska faktorer för hur framgångsrikt bolaget är i sitt uppdrag. Enligt ägardirektivet ska bolagets fastighetsförvaltning hålla god kvalitet, och anläggningarna som bolaget förvaltar ska vårdas och utvecklas. Arbetsätt och arbetsformer kring bolagets fastighetsägaransvar kan med fördel utvecklas ytterligare.

Likaså är det viktigt att underhålla och utveckla den digitala plattformen så att den över tid motsvarar ägarens och kundernas krav. Som en del i att bibehålla kundfokus behöver bolaget också kontinuerligt utveckla kundbemötandet och de kanaler för kommunikation och kontakt med bolaget som erbjuds.

Bolagets uppdrag att bedriva och samordna parkering och skapa värde för staden förstärks ytterligare genom avtalen med Framtidenkoncernen om att hantera deras parkeringstillstånd. På sikt kommer detta att leda till att ytterligare cirka 35 000 parkeringsplatser hanteras i bolagets regi.

Ett viktigt område med framtidsfokus är också elektrifiering. I takt med att antalet laddbara fordon ökar är det viktigt att bolaget anpassar anläggningar och parkeringserbjudanden för att möta behovet av laddning, samt säkerställer att bolaget är rustat för att kontinuerligt utveckla sitt ladderbjudande. Bolaget har ensamt och tillsammans med Göteborg Energi arbetat intensivt för att möta kundernas behov och har idag placerat ut cirka 1 500 laddplatser. Utmaningarna framåt är dels att fortsätta investera klokt, dels att skapa ett enkelt kunderbjudande.

Utifrån bolagets uppdrag tillhandahålls laddning för bolagets parkerande kunder. Därtill kommer ett särskilt uppdrag att samordna arbete med laddinfrastruktur för stadens fordon. Samnyttjande av laddinfrastruktur och fokus på behov är viktiga komponenter för att undvika investeringar som inte används. Det handlar delvis om att få olika kundgrupper att samnyttja, men också om att styra

behoven till befintlig infrastruktur. Erfarenheterna och feedbacken från kunderna kring det erbjudande som finns för stadens boendekortskunder visar att det är möjligt att styra behoven till redan befintlig laddinfrastruktur.

Åtgärder kring energieffektivisering och möjligheterna till att bidra i energifrågan kring förnyelsebar energi analyseras. Sedan tidigare har solcellsanläggningar installerats på tre av bolagets fastigheter. Arbetet behöver utvärderas och en dialog med Göteborg Energi har startats för att tillsammans utröna möjligheterna framåt.

Ur en hållbarhetsaspekt ser bolaget löpande över energin som används i anläggningar, exempelvis genom att styra belysningen via rörelsedetektorer, byta ut äldre belysning mot energisnålare ledarmaturer och se över, och justera, differenser i energiförbrukning. Laddinfrastrukturen är också lastbalanserad, vilket innebär en anpassad effekt för det enskilda fordonet så att fler får möjlighet att ladda samtidigt.

Synen på parkering och ett parkeringsbolags roll inom hållbart resande är under förändring. Förutsättningarna 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 behövs ett aktivt arbete med lösningar idag, samtidigt som bolaget förbereder sig för att möta framtidens behov.

Bolaget har idag flera aktuella nybyggnadsprojekt. Arbetet med anläggningen Masthugget Väst är i full gång och syftar till att möta del av parkeringsbehovet för utvecklingen av Masthuggskajen. Lisebergs parkeringshus med bolaget som tagare börjar växa fram. Under 2022 fortsätter byggnationen av den tillfälliga anläggningen på Heden som väntas stå klar under hösten. Bolagets byggnadsprojekt skapar förutsättningar för bolaget att bidra till tillgänglighet och främja ett hållbart resande.

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 förstå varandra och kunna samarbeta. Bolaget ska vara tryggt i sin kompetens inom parkering och digitalisering, skilja på kundbeteende och behov och utifrån detta etablera sig som en uppskattad samarbetspart.

Bolaget uppfattas som lyhört och bra på att ta fram parkeringslösningar. Samtidigt kan flexibla affärsmodeller behöva utvecklas för att kunna möta partners med mer komplexa parkerings- eller mobilitetslösningar.

Som bolag ska vi 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 bedömer oss vara rätt verktyg för staden och dess invånare. Det innebär att bolaget aktivt ska pröva samverkan istället för egna lösningar i syfte att uppnå effektivitet, dock inte på bekostnad av kundupplevelsen och varumärket.

Samverkan med Higab när det gäller nybyggnad av parkeringsanläggningar har nu pågått i ett år, och bolagen samarbetar för närvarande (november 2021) i sex olika projekt i olika faser, från förstudie till produktion. Utgångspunkten är att under 2022 fördjupa samarbetet mellan organisationerna i byggprojekt.

God samverkanskompetens blir särskilt viktigt i bolagets byggprojekt. Som exempel kan nämnas Masthugget Väst, som byggs i samverkan med Higab och Idrotts- och föreningsnämnden och där arbetet med genomförandet av området som helhet leds av Älvstranden Utveckling AB. Lisebergs parkeringshus växer fram i samverkan mellan bolaget, Liseberg och Volvo-bolagen. Vid Renströmsparken samarbetar bolaget med Akademiska Hus kring det nygamla parkeringshuset, Gösta Rahm. I arbetet med detaljplanen Söder om Wieselgrensplatsen krävs samverkan med

Västfastigheter kring Lundby nya sjukhus samt med Idrotts- och föreningsnämnden som ska utveckla de idrottsliga funktionerna i området. Alla nyproduktionsprojekt förutsätter även god samverkan med byggnadsnämnden, fastighetsnämnden och trafiknämnden i detaljplan och genomförande.

Bolaget har ett väl fungerande samarbete med trafikkontoret i många frågor, bland annat genom varumärket Parkering Göteborg. Det finns dock ett behov av att tydliggöra rollerna för trafikkontoret och parkeringsbolaget i frågor som rör stadens strategiska planerings- och utvecklingsarbete kring parkeringslösningar.

3 Mål och uppdrag 2022

3.1 Organisation och kultur

Mål: Göteborgs Stads Parkerings medarbetare 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. Detta börjar med det ansvar som chefer har att föregå med goda exempel och tydliggöra vikten av ett gott samarbete och en gemensam inriktning. Ett aktivt ledarskap innebär också att skapa möjligheter till dialog och främja ett kommunikativt klimat.

Då medarbetarna lyft samarbete som ett förbättringsområde behöver fokus sättas på att förbättra samarbete över avdelningsgränser genom att se över processer och gränssnitt, tydliggöra mandat samt skapa forum för samarbeten. Bolaget behöver även utveckla internkommunikationen, bland annat genom att tillhandahålla verktyg för chefer.

Det finns även i nuläget en förväntan hos medarbetarna på att få veta hur arbetssätten kommer att formas i tiden efter pandemin. Bolaget behöver därför arbeta fram en plan för framtidens arbetsplats och de spelregler som ska gälla för denna.

Genom detta mål möter bolaget kommunfullmäktiges mål: *Göteborgs Stad är en attraktiv arbetsgivare med goda arbetsvillkor.*

3.2 Parkering idag och framåt

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

Hundratusentals göteborgare och besökare möter Parkering Göteborg i sin vardag. Det är i dessa möten som bolaget varje dag visar sitt värde för staden. Bolaget vill vara känt för enhetliga och enkla lösningar som gör det lätt att göra rätt. Det ska vara lätt att hitta en ledig parkering och det ska också vara lätt att betala. Detta ställer krav om enhetlighet och enkelhet i kundgränssnitten.

Omvärlden gör att kunderna idag förväntar sig att kunna lösa ärenden on-line samt få svar på frågor när som helst under dygnet. Att kunna lösa sina ärenden själv i appen eller på webben leder därför sannolikt till ökad kundnöjdhet. Analys av inkommande frågor är ett löpande arbete som ligger till grund för utvecklingsarbetet av bolagets tjänster. Arbetet med att minska inkommande ärenden i telefon och mail är främst en fråga om att öka kundnöjdheten, men genom att successivt utveckla arbetet mot kunderna effektiviseras också kundtjänsts arbete.

Bolagets parkeringar ska vara attraktiva, trygga och säkra, och utgör grunden för verksamheten. Bolagets vakter och deras värdskap är en viktig del i kundmötet då de på plats kan guida kunderna rätt samt svara på frågor.

Överlag är det viktigt att fortsatt säkerställa att kunderna upplever bolagets erbjudanden som relevanta. Det är också viktigt att kontinuerligt utvecklas för att möta kundernas krav. En del i det arbetet sker genom kommunikation och information i olika kanaler, och inte minst genom att möta de parkerande kunder ute på stan och där inhämta synpunkter. Att få kundernas återkoppling är grundläggande för att utvecklas. Det är också viktigt att bolaget är öppet och lyhört för kundernas synpunkter, och flexibelt nog att ändra sig utifrån inkommande återkoppling.

Genom detta mål möter bolaget kommunfullmäktiges övergripande verksamhetsmål riktat till klustret: *Göteborg är en trygg och välskött stad* samt *Göteborg har ett attraktivt och innovativt näringsliv i internationell toppklass*. Bolaget möter här även kommunfullmäktiges mål *Staden har långsiktig och kostnadseffektiv förvaltning av special- och strategiska fastigheter*.

Mål: Vi främjar ett hållbart resande och bidrar till en attraktiv stad

Utifrån en naturlig närhet till bilisterna är bolaget ett verktyg för att nå stadens mål om ett ökat hållbart resande. Arbetet med att bygga ut infrastruktur för elladdning, analysera kundbeteenden och möta behov är viktiga delar i bolagets arbete för att främja ett hållbart resande.

Tillsammans med trafikkontoret och Västtrafik kan bolaget utveckla lösningar som påverkar bilister till att välja andra res sätt när de kan, och förkortar bilresor de dagar då bilen behövs. Detta kan ske bland annat genom ett ökat användande av pendelparkering där kollektivtrafik väljs sista biten, eller genom att bilen parkeras utanför city och cykel används för den sista sträckan. Lösningar som dessa minskar trängsel, söktrafik och därmed utsläpp.

Genom detta mål möter bolaget två av kommunfullmäktiges övergripande verksamhetsmål riktade till klustret: *Göteborg är en trygg och välskött stad* samt *Göteborg byggs attraktivt, tätt och varierat*.

3.3 Proaktiv samarbetspart

Mål: Vi är en efterfrågad och trovärdig samarbetspart inom parkering

Bolaget finns i ett ekosystem bestående av många olika aktörer inom stadsutveckling, parkering och mobilitet. Det är viktigt att varje aktör vet sitt uppdrag och sin roll. Utifrån sin roll ska bolaget aktivt söka samarbeten för att effektivisera det egna arbetet, men också för att skapa största möjliga värde för kunder och ägare.

Ett område där bolaget särskilt vill ta kliv framåt är samarbeten som drar nytta av den digitala plattformen, och som bidrar till god kundupplevelse, god tillgänglighet och/eller främjar ett mer hållbart resande. Även bolagets närvaro med parkeringsanläggningar och parkeringsytor i staden sker i samverkan för att uppnå god tillgänglighet och skapa förutsättningar för att främja ett mer hållbart resande.

Under 2022 blir det också extra viktigt att stärka samarbeten kring kundernas behov av elladdning, samt att utveckla samarbetena med Higab och trafikkontoret.

Genom detta mål möter bolaget kommunfullmäktiges övergripande verksamhetsmål riktat till klustret: *Göteborg präglas av en god samverkan mellan stad, akademi, civilsamhälle och näringsliv*.

3.4 Ekonomi

Mål: Vi har en justerad soliditet lika med eller överstigande 50 procent och en rörelsemarginal större än 20 procent.

Parkeringsbolaget har idag en stabil ekonomi med goda kassaflöden och god lönsamhet från befintlig verksamhet. Bolaget har inga lån och många års samlade vinster vilket har bidragit till en hög soliditet och en långsiktig ekonomisk uthållighet. Den tioåriga investeringsprognosen indikerar på ett investeringsbehov som uppgår till cirka 3,5 miljarder kronor. Prognosen tar sin utgångspunkt i stadens kommande och pågående stadsutveckling. Investeringarna kommer till stor del att finansieras med egna medel men även med lån.

I takt med att investeringarna ökar och ett lånebehov uppstår minskar soliditeten men bedömningen är att målet med en justerad soliditet större än 50 procent även på sikt kommer att kunna uppnås. 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.

3.5 Hållbarhet

Mål: Vi tänker hållbarhet i allt vi gör.

I bolagets uppdrag ingår att bidra till ett långsiktigt hållbart samhälle genom att i verksamheten bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete – ekologiskt, socialt och ekonomiskt. Bolaget har sex väsentliga hållbarhetsfrågor: Tillgänglig attraktiv stad, Tryggt och säkert, Klimatutsläpp, Cirkulär ekonomi, Hållbar leverantörskedja och Attraktiv arbetsgivare. Genom att integrera hållbarhetsfrågorna i verksamhetsplanens nedbrutna detaljerade mål och aktiviteter säkerställer bolaget att hållbarhetsaspekterna löper som en röd tråd genom verksamheten.

Göteborgs Stad har ett miljö- och klimatprogram baserat på FN:s globala hållbarhetsmål. Bolagets hållbarhetsmål ”Vi tänker hållbarhet i allt vi gör” ska inom den ekologiska delen brytas ner i detaljerade mål, som bidrar till målen i Göteborgs Stads miljö- och klimatprogram. Utifrån detta programs klimatmål, som anger att stadens klimatavtryck ska vara nära noll år 2030, ska bolaget ta fram verksamhetsspecifika klimatmål. De detaljerade målen inom den ekologiska delen ska också tas fram utifrån bolagets betydande miljöaspekter, vilka anger de miljömässiga och ekologiskt hållbara aspekterna av verksamheten.

4. Risker förknippade med måluppfyllelse

Bolaget har identifierat risker förknippade med måluppfyllelse.

Bolaget står inför stora nybyggnadsprojekt, med därtill hörande utmaningar. Bolaget behöver, i nära samverkan med Higab, säkerställa och bibehålla en god kompetens inom projektutveckling, kravställning och beställning samt god kostnadskontroll i investeringsprojekten. På så sätt minimeras risker för brister i bolagets kravställning och beställning, samt styrning och uppföljning i samband med nybyggnadsprojekt.

Det finns också en risk för fortsatt lägre intäkter från de parkerande kunderna, som en följd av pandemin och de nya beteenden som den fört med sig. Förändrade beteenden kan komma att påverka såväl behovet av parkeringsplatser som bolagets intäkter under en lång tid framöver. Beteendeförändringar kan även kommat att påverka trafiksituationen i staden och andelen resor via kollektivtrafik. I vilken mån och på vilket sätt är idag svårt att bedöma. Bolaget behöver fortsatt följa utvecklingen.

I takt med att antalet elektrifierade fordon ökar behöver bolaget anpassa anläggningar och parkeringserbjudanden för att möta behovet av elladdning. Risker finns för att bristande tillgång till tillräcklig eleffekt kan påverka utbyggnaden av elladdning, samt att bolagets anläggningar och parkeringserbjudande inte anpassas tillräckligt snabbt för att tillgodose behoven.

En gemensam bild av vägen framåt och en positiv kultur inom bolaget är grundläggande för att lyckas framgent. Bolaget behöver, för att upprätthålla bolagets effektivitet och trovärdighet såväl som för att undvika kompetenstapp, fortsätta ett kontinuerligt arbete gällande organisation, ledarskap, kommunikation och kultur.

Bolaget har idag IT-system som är uppbyggda med gammal teknik. Det finns en betydande risk för störningar, begränsningar och merarbeten vilket kan få konsekvenser i form av förlorade intäkter och ökade kostnader. Bolaget behöver investera i att utveckla och modernisera systemen till ny teknik.

Det finns en underhållsskuld i bolagets fastighetsbestånd, vilket även framkommit i den granskning av fastighetsunderhållet som Ernst & Young gjort på uppdrag av lekmannarevisorerna. Omfattningen är svår att helt följa upp. Detta beror i stor utsträckning på att det saknas ett uppdaterat digitalt systemstöd för långsiktig underhållsplanering. Det finns därför ett stort behov av att investera i ett nytt digitalt fastighetssystem samt att underhållsskulden nu börjar åtgärdas, så att den successivt minskar. Risk finns att akuta underhållsåtgärder, och därmed merkostnader, uppstår i avsaknad av en mer långsiktig och proaktiv underhållsplanering.

För mer detaljerade information, se Bolagets samlade riskbild 2022. Riskbilden beslutas i december 2021 av styrelsen.