Affärsplan
2024-2026



PARKERING GÖTEBORG

GÖTEBORGS STADS PARKERING AB

En del av Göteborgs Stad


P-HUS
LISEBERG SÖDRA
PARKERING



Innehåll

Vi kan parkering 5
Parkeringsexperter med brett uppdrag 6
Omvärld och trender 9
Styrkor och identifierade risker 11
Målområden 12
Målbilder och strategier 14
Vägen framåt 19



Vi kan parkering i Göteborg bättre än någon annan!

Göteborgs Stads Parkering är stadens experter på parkeringslösningar. Vårt varumärke Parkering Göteborg möter varje dag nära 48 000 besöksparkerande kunder, och cirka 12 000 kunder hyr parkering av oss.

De kommande åren ska antalet kunder öka mångfalt. Ökningen beror på att vi allt tydligare blir stadens parkringsaktör, den som sköter parkering åt kollegorna i staden.

Parkering är en viktig del i ett hållbart, attraktivt och tillgängligt Göteborg. För oss är kundfokus och nytänkande nyckelbegrepp, och en ökad digitalisering ger oss verktyg. Vi vill ha genomtänkta erbjudanden som minimerar krångel. Dessutom ska vi skapa säkra, hållbara och välkomnande miljöer som är lätta att hitta, och dit man gärna återvänder.

Just nu växer Göteborg i rasande takt, och det påverkar förstås både oss och våra kunder. Fler ska samsas om ytorna och det offentliga rummet ska bli mer tillgängligt för människor. Det innebär att bilar ska parkera i parkeringsanläggningar istället för på gatan. P-hus kan bli noder där kunden ställer sin bil för att byta till cykel, buss eller spårvagn på väg mot målpunkten.

Vi bygger och förvaltar parkeringsanläggningar samt samordnar och bedriver parkering i syfte att främja ett hållbart resande. En del i det är, enkelt uttryckt, att hjälpa människor att resa hållbart – även om det innebär att de lämnar bilen hemma.

Men vi gör det inte ensamma utan samarbetar tätt med andra aktörer. Tillsammans kan vi möta kundernas och stadens behov.

Parkeringsexperter med ett brett uppdrag

Hos oss arbetar cirka 100 medarbetare med en mängd olika kompetenser och arbetsuppgifter. Vi finns till för boende, besökare och verksamma i Göteborg och vill göra det lätt att göra rätt – lätt att hitta parkering, använda våra tjänster, ladda elbilen och betala.

Vi hanterar idag drygt 70 000 parkeringsplatser. Det gör vi under varumärket Parkering Göteborg, som vi skapat tillsammans med andra aktörer i staden. Parkering Göteborg är ansiktet utåt mot kund. Vi tror inte att det är relevant för kunden vem som äger marken där bilen står parkerad – det viktiga är att allt flyter smidigt. Därför samordnar vi, genom Parkering Göteborg, parkeringserbjudanden för staden.

För våra kollegor i Göteborgs Stad innebär detta en möjlighet att fokusera på kärnuppdraget och låta oss – som stadens parkeringsexperter – hantera parkering. Därför står vi idag i början av en resa där vi tar över hantering av allt fler parkeringar. De 70 000 parkeringsplatserna beräknas bli cirka 100 000 de närmaste åren. Vi har idag 12 000 kunder som hyr parkering; en siffra som väntas öka till 60 000.

Våra erbjudanden omfattar tjänster, anläggningar och digitala gränssnitt. Vi erbjuder också en fantastisk och tillgänglig kundtjänst med lokalkännedom. Idag är detta något unikt; att kunna lyfta luren och få hjälp av en person som befinner sig i samma stad som du, som vet vilket område du talar om.

En allt större del av vårt erbjudande kretsar kring elladdning, där vi främst fokuserar på de kunder som inte har tillgång till laddning vid sin bostad. Vi har idag cirka 1600 laddpunkter och följer behovet noga för att kunna bygga ut där, och när, det behövs.

I vårt uppdrag ligger också att bygga, utveckla och förvalta parkeringsanläggningar. Idag äger vi 27 fastigheter, och investeringar i nya anläggningar är en allt viktigare del i vår verksamhet. Flera byggprojekt är redan på gång. Under den närmaste tioårsperioden planerar bolaget att investera cirka tre miljarder i nya anläggningar. Anläggningarna ska fylla stadens behov att vara trygga och av god kvalitet. Vi möter även nya frågor, kring hur anläggningarna kan integreras med andra tjänster och funktioner. Inte minst gäller detta vid nybyggnation.

Varje år startas cirka 17,5 miljoner besöksparkeringar hos Parkering Göteborg varav drygt 90 procent i appen.

Våra kunder blir allt mer digitala, och vi också. Den digitala utvecklingen är en förutsättning både för att optimera vår affär och stötta nya sätt att resa. Som ett led i digitaliseringen har vi under 2023 öppnat upp för betalning i andra appar på våra ytor. Genom att göra detta konkurrensutsätter vi vår egen app, vilket ger oss viktig input i vårt framtida arbete.

Vi ska också bidra till ett långsiktigt hållbart samhälle. Det gör vi genom att bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete, och varje person på vårt bolag bidrar utifrån sin roll och funktion. Vi har identifierat sex områden inom social och miljömässig hållbarhet som vi ser som väsentliga för oss och vår verksamhet (se rutan på sidan 7). Våra hållbarhetsmålsättningar är också integrerade i arbetet med denna affärsplan och i kommande verksamhetsplaner.

Som arbetsgivare arbetar vi systematiskt med frågor inom arbetsmiljö och likabehandling. Diskrimineringslagen ställer krav på att arbetsförhållandena passar alla anställda. Vi vet att mångfald berikar och har tydliga mål kring arbetsmiljö och hälsa, likabehandling och jämställdhet. Vi vill också vara en attraktiv arbetsplats som plockar fram det bästa ur alla. Inga idéer är för tokiga och inga misstag ska sopas under mattan. Istället vill vi lära oss av erfarenheter och bygga ett klimat där alla bidrar till förbättringar genom nyfikenhet och kreativitet.

Vi tror dessutom att en tydlig väg framåt ger fokus, arbetsglädje och engagemang. Det är delvis därför vi nu tagit fram denna affärsplan. Den skapar en tydlig bild av bolagets uppdrag, prioriteringar och mål. Varje medarbetare bidrar sedan till lösningar på våra utmaningar.

En del av Göteborgs Stad

Vi är ett bolag som ägs av Göteborg Stad. Det innebär att vi arbetar utifrån styrande dokument som beslutats av kommunfullmäktige. Bolagets uppdrag beskrivs i ägardirektivet.

Vår verksamhet finansieras helt av parkeringsintäkter, inte av skatter, och överskottet är ett medel för att vi ska kunna fortsätta erbjuda bekväma, smarta och trygga parkeringstjänster. Detta överskott bidrar också till finansiering av annan verksamhet i Göteborgs Stad.



Vision, värdeord och förhållningssätt

Vision: Vi erbjuder smarta parkeringslösningar för en attraktiv stad.

Värdeord: Engagemang, kundfokus, enkelt och smart.

Göteborgs Stads förhållningssätt:

- Vi bryr oss.
- Vi vet vårt uppdrag och vem vi är till för.
- Vi arbetar tillsammans.
- Vi tänker nytt.

Våra väsentliga hållbarhetsfrågor

- Tillgänglig attraktiv stad
- Tryggt och säkert
- Hållbara transporter
- Hållbart byggande och förvaltning
- Hållbar leverantörskedja
- Attraktiv arbetsgivare



Omvärld och trender

Parkering i en stad som utvecklas

Göteborg förtätas och utvecklas kraftigt. Parkeringsytor ska frigöras för att göra plats för bostäder och verksamheter, men också för gång- och cykeltrafikanter i takt med att staden blir allt mer hållbar. Gatuparkeringar försvinner och bilar ska istället parkeras i anläggningar. Samnyttjande – både av platser och elladdningsinfrastruktur – är en nyckel, där ny teknologi möjliggör nya sätt att maximera nyttan. Lokalisering av parkering, till exempel nära kollektivtrafik, är en annan viktig faktor.

Vi ser att parkeringsanläggningar omvandlas från att vara ”bara” p-hus till att bli mångsidiga, smarta och flexibla inslag i ett modernt stadsliv. Två av våra egna exempel är P-hus Heden – med verksamheter, läktare och löparbana – och Masthugget Väst som rymmer parkering, idrottshall, kontor och restauang. Postboxar, batteribytesstationer och andra funktioner kan bli vardag i anläggningarna. På sikt kan de även komma att ha flexibla användningsområden; ytan kan nyttjas till annat när den inte används för parkering. Denna utveckling ger våra anläggningar en nyckelroll i stadsutvecklingen.

Med hållbarhet på agendan

Vi står också inför en nödvändig hållbarhetsomställning. De globala målen i FN:s Agenda 2030 anger riktningen, och Göteborgs Stad har högt ställda krav och ambitioner vilket påverkar alla bolag och förvaltningar. Göteborg ska vara en ekologiskt hållbar stad 2030. För att det ska vara möjligt måste klimatpåverkan från transporter och inköp minska kraftigt.

Utvecklingen påverkar kunderna på flera sätt. Idag ska de hitta till nya, kanske tillfälliga, parkeringar när gamla försvinner. I morgon behöver de upptäcka nya hållbara sätt att resa och här kan parkeringsaktörer hjälpa till att sänka trösklarna.

Det talas allt mer om den kombinerade resan, där du parkerar bilen en bit från målpunkten och fortsätter med annat färdsätt. För att det ska bli attraktivt att göra en kombinerad resa måste det naturligtvis vara lätt att byta färdmedel. På många ställen blir p-hus noder där bilpooler, lånecyklar och elsparkcyklar samt kollektivtrafik uppmuntrar till delad mobilitet och minskat fokus på ägande av egen bil. Detta kräver att olika aktörer arbetar tillsammans för att utveckla anläggningar och tjänster, till exempel för att få fram kombinationsbiljetter eller nya erbjudanden. Omvärlden kommer att ställa ökande krav på att tjänster och anläggningar är tillgängliga, användarvänliga och flexibelt anpassade efter olika kunders behov.

Ett annat sätt att minska klimatpåverkan är att minska söktrafik. Tillgänglig parkering och smarta system som guidar till ledig plats minskar utsläpp samtidigt som kunden sparar tid och pengar.

Kraven ökar också på hållbarhet i byggprocessen, där återbruk och hållbara val är i fokus. Inslag som exempelvis sedumtak och grönytor med växtlighet för ökad biologisk mångfald blir också allt vanligare i stadsmiljön.

Elektrifiering i fokus

Elladdning, och att underlätta bytet till elbil, blir allt viktigare frågor. Idag är cirka 10 procent av bilflottan elektrifierad, en andel som växer stadigt och beräknas nå 50 procent år 2030. Göteborg ligger just nu väl till när det gäller antal laddpunkter per elfordon. De närmaste åren kommer tillgång till elladdning – och också tillgång på elkraft – vara högt på agendan. Teknologier för ökad hållbarhet, som solpaneler och batterilagring, blir viktiga faktorer.

Ett allt mer digitaliserat samhälle

Att teknikutvecklingen går oerhört fort undgår ingen. Kunderna kommer att ställa allt högre krav på smarta lösningar. Vi ser idag att betalautomater glesas ut i takt med att kunderna blir mer digitala. Genom säkra och användarvänliga gränssnitt kan mängden kundärenden som beror på handhavandefel minskas. Digitala verktyg ska också kunna nyttjas av många och främja en hållbar resa genom att underlätta för kunden att göra hållbara val.

En stark trend just nu är automatisering och effektivisering av parkeringsbesöket. Ny teknik förenklar för kunden, som hittar rätt och betalar för det som används – helst utan manuella moment. Intelligenta kameror erbjuder guidning till ledig plats, automatisk debitering, information om felparkeringar och realtidsdata för analys. Systemet skickar också information till övervakningsbolag som kan göra insatser på rätt plats.

Våra konkurrenter

Som kommunalt bolag har vi andra förutsättningar än våra kollegor i branschen att erbjuda parkeringslösningar. Tillgång till ytor, kundunderlag och affärsmodell skiljer sig åt. I vissa perspektiv är konkurrensen för liten för att jämförelser ska bli intressanta, men det finns undantag. Ett sådant undantag är digitala tjänster, där andra aktörer genom lösningar och erbjudanden ständigt får oss att utvärdera hur vi kan utvecklas.

Alla aktörer arbetar kontinuerligt med olika lösningar för betalning och sätt att samla flera tjänster i ett och samma gränssnitt, företrädelsevis en app. Det skapar snabbt nya förväntningar och vanor hos kunderna som direkt påverkar andra i branschen.

Aktörer som Easypark och Aimo Park är internationella och finns i över 20 respektive 7 länder. Det stora kundunderlaget ger dem värdefulla insikter i utvecklingen. Andra i branschen som också är etablerade i Göteborg är Parkster, Apcoa, Mobill, Flowbird och E-park.

...och längre fram?

Ett är säkert - teknikutvecklingen lär inte avstanna. På längre sikt kan vi förvänta oss självkörande fordon, som kommunicerar sitt behov och sin identitet och behöver information om tillgängliga platser. Debitering sker automatiskt, utan användarens inblandning. Självkörande fordon kan omvandla parkering i grunden, eftersom utvecklingen påverkar behovet av parkeringsplatser och också anläggningarnas utformning. Om föraren exempelvis kliver ur innan bilen parkerar behöver inte dörrar kunna öppnas. Det innebär att parkeringsplatser kan bli mycket smalare.

Den tekniska utvecklingen gör att nya aktörer växer fram för att ta delar av marknaden. Vi ser behov av att behålla affären digitalt genom att äga och utveckla vår digitala plattform för att fortsatt kunna styra att kunden ges en bra upplevelse. Vi behöver också själva vara med och förstå, och driva, automatiseringen åt det håll vi vill.



Styrkor och identifierade risker

Som del av Göteborg Stad har vi ett tydligt uppdrag med en särställning gentemot våra konkurrenter men också med ramar inom vilka vi ska verka. Vi är ett bolag med stabil ekonomi och starkt kundfokus, engagemang och hög kompetensen hos våra medarbetare. Allt detta är tydliga styrkor för oss.

Vårt varumärke Parkering Göteborg innebär en tydlighet i erbjudandet till kund, samtidigt som det ger oss muskler som stadens parkeringsaktör och ökade möjligheter att främja ett hållbart resande. Våra kunskaper kring parkeringslösningar, och hur dessa kan bidra till den hållbara omställningen, kommer bara att bli viktigare. Det gör det möjligt för oss att genom Parkering Göteborg ytterligare växla upp vårt uppdrag, exempelvis genom att erbjuda elladdning för fler av stadens aktörer. När vi kliver fram och erbjuder vår expertis kan vi bidra till synergieffekter och effektivisering i staden.

Vi ser möjligheter bland annat i den snabba digitala utvecklingen, och vi har redan idag en styrka i vår driftsäkra och uppskattade digitala plattform. Ny teknik och kunddata kommer framöver att möjliggöra nya typer av erbjudanden.

Några av de risker vi identifierat rör höga byggkostnader, brist på elkraft, risk för ökade kostnader till följd av skärpta miljökrav, äldre it-system och lågkonjunktur i samhället. Vi ser också att vår snabba expansion skulle kunna innebära brister i kvalitet eller kompetens, eller att våra konkurrenter springer förbi oss när det gäller att utveckla nya tjänster. Här behöver vi följa utvecklingen, göra analysen och vara beredda att agera.

Identifierade risker finns noggrannare beskrivna i vår internkontrollplan.



Våra målområden

Visionen: ett avstamp mot våra mål

Under 2022 arbetade vi fram en ny vision:

Vi erbjuder smarta parkeringslösningar för en attraktiv stad.

I arbetet med affärsplanen har vi borrat djupare i orden.

Erbjuder – i ordet erbjudande ligger fokus på kunden. Man kan välja att anta ett erbjudande, eller låta bli. Därför blir det viktigt att utveckla tjänster och lösningar som är attraktiva och relevanta för alla våra kundsegment, inklusive våra kollegor i staden.

Smarta – en smart lösning brukar ofta ses som synonym med digital, men kan vara så mycket mer än så. En smart lösning gör det möjligt för våra kunder att göra bra val i vardagen och vi vill hitta tjänster som förenklar. Dessutom vill vi också jobba smart internt, tillsammans.

Parkeringslösningar – ordet lösningar signalerar att vi inte bara arbetar med parkeringsplatser utan också med förvaltning, nybyggnation, digitala tjänster, flexibla erbjudanden… med mera! Våra lösningar ska fungera för både privatpersoner och företag, för den som besöker staden enstaka gånger eller ofta, för boende i stadskärnan, ytterområden eller kranskommun. Vi ska också främja ett hållbart resval, till exempel genom att göra det enkelt att ladda.

Attraktiv stad – en attraktiv stad är välkomnande och tillgänglig, samtidigt som den är trygg och hållbar. Det ställer krav på oss som arbetar i staden, inte minst på samverkan mellan aktörer så att vi tillsammans kan skapa bästa möjliga version av Göteborg. Vi är möjliggörare för att stärka Göteborg som evenemangsstad, som en plats för näringsliv att etablera sig, som resmål för besökare och inte minst som en stad där man vill bo.

Ägardirektivet ger ramen

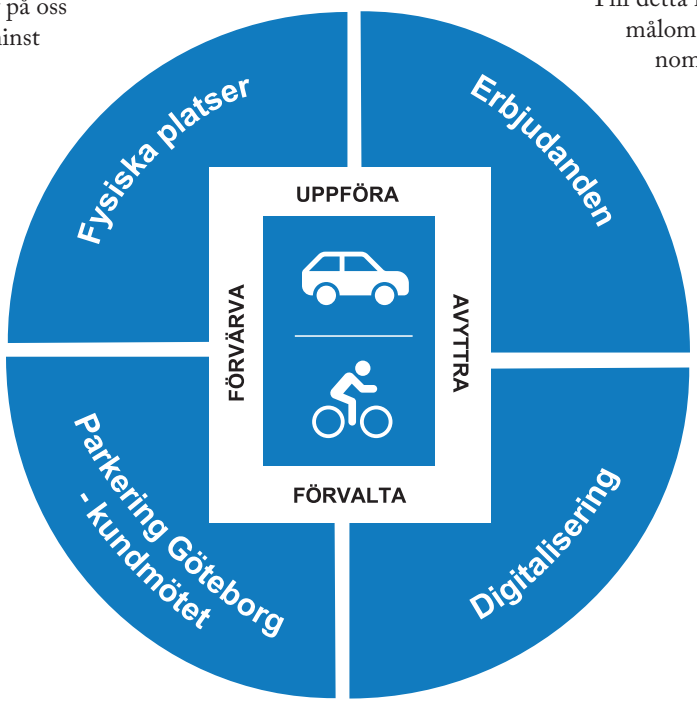
Som kommunalt bolag har vi ett ägardirektiv som styr vår verksamhet och utgör själva ramen. Där står:

”Det kommunala ändamålet med Göteborgs Stads Parkerings verksamhet är att förvärva, uppföra, avyttra och förvalta parkeringsanläggningar samt samordna och bedriva parkering inom Göteborgs Stad med syfte att främja ett hållbart resande.”

Utifrån detta skapades för några år sedan en bild som beskriver vår verksamhet. Innerst finns orden förvärva, uppföra, avyttra och förvalta hämtade från ägardirektivet. I ringen utanför syns det vi behöver fokusera på för att genomföra vårt uppdrag: fysiska platser, erbjudanden, digitalisering och kundmötet.

I arbetet med denna affärsplan har vi valt att utgå från denna bild, men också se på fysiska platser i två delar; dels våra befintliga anläggningar – som vi nedan kallar för just fysiska platser – dels nybyggnation och utveckling. Därmed har vi skapat fem målområden.

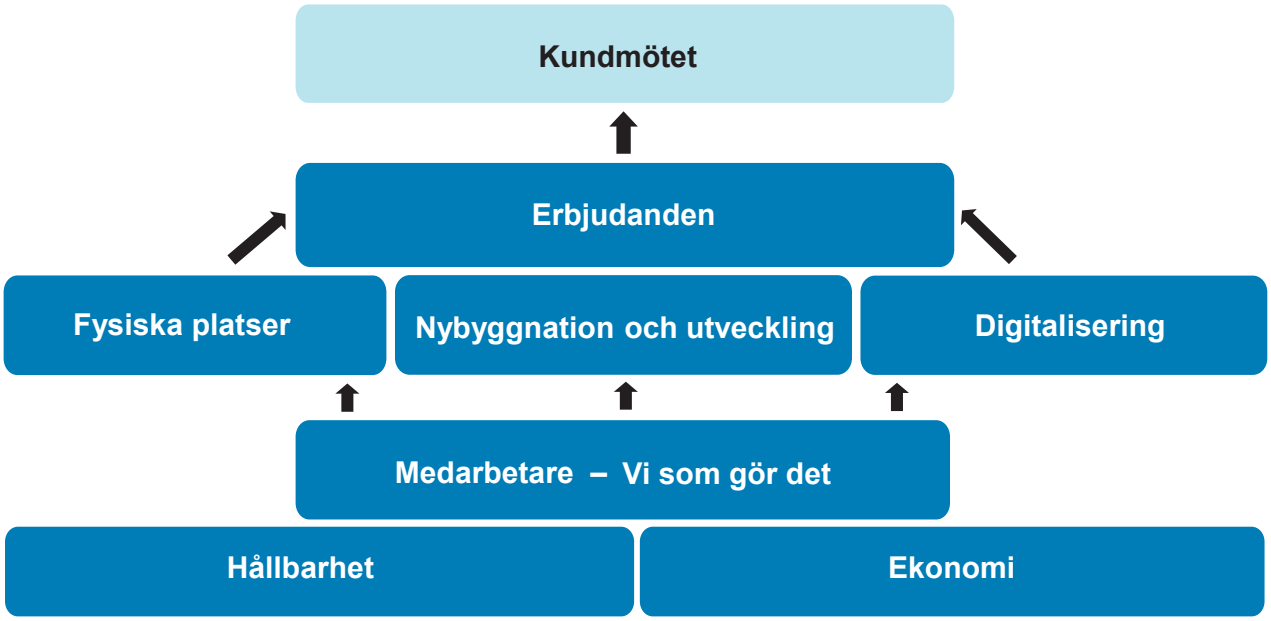
Till detta har vi lagt ytterligare tre målområden: Våra medarbetare, ekonomi och hållbarhet.



Vår ekonomi och vi som arbetar på bolaget är förutsättningar för att vi ska kunna utföra vårt uppdrag. Hållbarhetsperspektivet genomsyrar allt vi gör.

Målområdena ska på inget sätt ses som skilda från varandra. Olika aspekter av vår verksamhet och vårt uppdrag integreras, och synliggörs, i flera områden. Ett bra exempel är elladdning, som är ett erbjudande, en digital lösning, självklar del i planering för nybyggnation och i våra befintliga anläggningar. Vi ser också att kundmötet är själva kärnan i uppdraget, dit allt annat strävar.

På de nästföljande sidorna beskriver vi våra målbilder för respektive målområde, och strategierna vi behöver fokusera på för att nå dit.





Kundmötet

Målbild: Vi har de nöjdaste parkeringskunderna i Göteborg.

Genom varumärket Parkering Göteborg möter vi mängder av kunder i digitala gränssnitt, i anläggningar och genom olika tjänster. De ska uppfatta Parkering Göteborg som smart, enkelt och tryggt. Vi ska ha ett starkt varumärke och upplevas som ansvarsfulla och transparenta. Det ska vara lätt att göra rätt, och blir det ändå fel så finns vi här för att hjälpa till.

Vi ska erbjuda kunderna bästa möjliga parkeringsservice. Allt ska flyta smidigt, och upplevelsen av att använda våra tjänster och att parkera hos oss ska vara positiv. Med kundens fokus i fokus strävar vi efter högre kundnöjdhet imorgon än idag.

Strategier:
Vi ska säkerställa relevant kompetens, kreativitet och uthållighet för att även fortsatt leverera på topp och sätta kunden i centrum.

Vi vill skapa och behålla en hög kännedom om vårt varumärke. Det gör vi genom att börja internt – varje medarbetare är ambassadör för Parkering Göteborg. Även våra samarbetspartners behöver veta vad vi kan bidra med. Detta gäller inte minst våra kollegor inom Göteborgs Stad; vi behöver kroka arm för att möta stadens behov. Därför kliver vi fram och erbjuder vår expertis i relevanta sammanhang.

Fler kunder ska ha tillgång till våra tjänster, och tjänsterna måste ha hög driftsäkerhet. I större utsträckning ska kunderna också kunna lösa sina ärenden online.

Våra erbjudanden

Målbild: Vi har alltid relevanta och attraktiva erbjudanden för kunden.

Vi ska även fortsatt tillgängliggöra staden samtidigt som vi främjar ett hållbart resande. Vi gör det enkelt att ladda bilen, och har särskilt fokus på de som inte har ladduttag i anslutning till hemmet. Vi ska också arbeta för att ta fram kombinationserbjudanden – exempelvis för att underlätta en kombinerad resa och därmed stötta stadens omställning – och hitta den flexibilitet som krävs för att möta kundernas behov.

Om våra erbjudanden inte är relevanta, tappar de snabbt i värde. Att omvärldsbevaka och kontinuerligt föra dialog med kunderna är därför helt nödvändigt. Erbjudanden måste vara moderna och utformade för att förenkla vardagen.

Strategier:
Vår tjänsteutveckling ska utgå från faktabaserade analyser som grundar sig i kundbehovet. Vi ska också ha en gemensam prioritering för att få fokus i vårt arbete.

Vi arbetar för att ersätta fysiska lösningar med digitala och utveckla vår position som mobilitetsaktör. Ett och samma erbjudande passar inte alla kunder. Därför arbetar vi med erbjudanden som är anpassade efter kundsegmentens olika behov. Våra tjänster ska stödja olika beteenden, kombinerad mobilitet och samnyttjande.

Med ny teknologi gör vi det enklare för kunden att utnyttja våra erbjudanden samtidigt som vi minskar söktrafik och handhavandefel. Parallellt utvecklar vi våra anläggningar för att erbjuda fler tjänster och funktioner som underlättar i vardagen och främjar hållbara resval.

Fysiska platser

Målbild: Vi har de bästa parkeringsanläggningarna i Göteborg.

Upplevelsen av våra parkeringshus och markparkeringar är bärande för att vi ska uppfylla vår roll i staden. Anläggningarna ska vara tillgängliga, trygga, säkra och välskötta. Förvaltningen av dem ska bidra till en hållbar stadsmiljö, såväl ur ett ekologiskt som socialt perspektiv.

Vi är stadens självklara aktör för elladdning för parkerande kunder. Därför höjer vi nu kraven på driftsäkerhet för elladdning.

När staden växer behöver fler dela på ytorna, och våra anläggningar ska ha ett högt samnyttjande. Samnyttjande av parkeringsplatser och laddinfrastruktur är effektiva sätt att nå stadens mål om minskad biltrafik, förtätad stadskärna och en förflyttning från gatuparkering till parkering i anläggningar. Genom att integreras med andra tjänster och funktioner, kan parkeringsanläggningar också fylla fler funktioner och stödja stadens utveckling.

Strategier:
Vi ska optimera användningen av befintliga anläggningar och säkerställa att våra kunder upplever dem som trygga och tillgängliga. Våra p-hus ska inte bara vara ändamålsenligt utformade utan också passa in i stadsmiljön och stötta ett hållbart resande. Vi ska ligga steget före och analysera behovet av laddinfrastruktur och smart teknologi, men också möjligheterna att integrera fler funktioner i våra anläggningar. För att se till att våra höga krav efterlevs följer vi noga våra rutiner för underhåll och drift.

Våra anläggningar ska anpassas till stadens hållbara omställning. Det innebär att vi ökar andelen egenproducerad el, inför grönyteskötsel för biologisk mångfald och omvärldsbevakar för att hitta nya sätt att bli mer hållbara.

Nybyggnation och utveckling

Målbild: Vi bygger och utvecklar stadens strategiska parkeringsanläggningar.

Som stadens experter på parkering är vi en naturlig samarbetspartner i stadens stadsutvecklingsprojekt. Vi ska bygga och utveckla anläggningar som är strategiskt viktiga, i områden som prioriterats av staden och med det utbud som efterfrågas. Samtidigt ska våra projekt vara effektiva och genomföras inom beslutade tids- och kostnadsramar.

Morgondagens anläggningar ska kombineras med smarta mobilitetslösningar likväl som nya kompletterande tjänster. Fler ska samsas om befintliga ytor vilket innebär att våra anläggningar behöver optimeras. Det kräver flexibilitet, både i den fysiska utformningen och i vårt sätt att arbeta, planera och utveckla parkeringsanläggningarna.

Strategier:
Det är viktigt att vi tydliggör vår expertis och hur vi kan bidra i stadens utveckling. Det innebär att proaktivt kliva fram och bistå övriga aktörer i staden i frågor kring parkering, mobilitet och hållbart resande.

När vi bygger och utvecklar ska val av koncept och övrig planering ske tidigt och i nära samarbete med andra. Cirkulära lösningar ska vara förstahandsvalet där det är möjligt, och anläggningar planeras från början för att hantera samnyttjande, elladdning och integrering av olika funktioner och tjänster.

Byggprojekten ska alltid kravställas enligt beslutade miljö- och hållbarhetskrav och vara klimatsmarta. Våra projekt ska vara effektiva och drivas på ett sätt som skapar resultat och trovärdighet.

Digitalisering

Målbild: Vi ligger i digital framkant.

En hög digitaliseringsgrad är en förutsättning för att utföra vårt uppdrag och stötta stadens hållbara omställning. Våra digitala verktyg ska hantera en kraftigt växande kundbas, som delvis reser på nya sätt. De ska vara enkla att använda, kunna nyttjas av många, underlätta för kunden och främja en hållbar resa. Digitaliseringen innebär också att vi får tillgång till kunddata som, korrekt använd, kan användas för att mäta, utvärdera och utveckla erbjudanden.

Att ha en tillgänglig it-miljö blir alltmer kritiskt när majoriteten av intäkterna kommer in via vår digitala plattform. Vi tar också ett allt större ansvar för elbilsägarnas laddningsmöjligheter, vilket ställer ytterligare krav på hög tillgänglighet i våra it-miljöer.

En modern intern it-miljö är nödvändig för att effektivt hantera erbjudanden och interna processer. Det är därför viktigt att ständigt modernisera systemen – inte bara för att säkra viktig information utan också för att underlätta och optimera våra arbetssätt, vilket även bidrar till att bolaget fortsätter vara en attraktiv arbetsgivare.

Strategier:
Vår digitala plattform är avgörande för Parkering Götborg och något vi långsiktigt ska äga och vidareutveckla. Alla utvecklingsinsatser ska föregås av en prioritering i förhållande till andra initiativ, så att vi kan säkerställa kostnadseffektivitet och en sund balans mellan extern och internt nytta. Vi behöver också samarbeta med leverantörer och kollegor i branschen för att hitta de bästa lösningarna.

Våra medarbetare

Målbild: Vi är kunniga och trivs på jobbet.

Vi som jobbar här är bolagets viktigaste tillgång. Vi vill att alla ska känna engagemang, lust att gå till jobbet och vilja sprida en positiv bild av bolaget. Därför ska vi utvecklas och värdesättas, och få rätt förutsättningar för att göra ett bra jobb. Tydlighet i uppdraget är viktigt, liksom trygghet och en kultur som främjar nya idéer och samarbeten.

Vi ska ha ett aktivt medarbetarskap och ledarskap med en gemensam bild av bolagets riktning. Självklart har vi också en god, trygg och trivsam arbetsmiljö och goda arbetsvillkor. Vi är en del av Göteborgs Stad och det är vi stolta över.

Olika perspektiv ger högre höjd i diskussionerna. Därför välkomnar vi olikheter och kreativitet. Vi är en specialistorganisation med bredd i kompetenserna, där rekrytering kan vara en utmaning. Det gör det ännu viktigare att erbjuda en arbetsmiljö, utvecklingsmöjligheter och stimulerande arbetsuppgifter som gör att man vill jobba hos oss.

Strategier:
Vi använder visionen och våra värdeord i ett aktivt arbete med att vara en attraktiv arbetsgivare och skapa förutsättningar för att alla medarbetare ska trivas och utvecklas. Våra ledare ska vara tillgängliga och föregå med gott exempel. Vi ska fortsatt utveckla våra kanaler och forum för dialog för att ge möjlighet till påverkan och samverkan och för att skapa tydlighet.

Vi ska göra löpande kompetensinventeringar för att säkerställa kompetensförsörjning på alla funktioner och nivåer. För att alla ska trivas på jobbet arbetar vi ständigt med att utveckla och förbättra vår arbetsmiljö. Det gör vi exempelvis genom att anpassa lokalerna efter behov och optimera våra it-verktyg.

Hållbarhet

Målbild: Vi bidrar tydligt till stadens hållbara omställning.

Vårt bolag är ett viktigt verktyg för Göteborgs hållbara omställning – socialt, ekologiskt och ekonomiskt. Vi bidrar till att möta stadens mål genom att se över hur vi bygger, förvaltar och utvecklar våra parkeringsanläggningar, samtidigt som vi utvecklar våra erbjudanden.

Vi ska arbeta dagligen och tillsammans med att minska klimatpåverkan och med att bidra till stadens mål inom social hållbarhet. Vårt långsiktiga hållbarhetsarbete har siktet inställt på klimatneutrala p-hus och en tydlig inriktning och ambition för social hållbarhet. I vårt hållbarhetsarbete behöver varje avdelning arbeta mot tydliga mål som ger oss en samlad bild av vårt gemensamma bidrag. Vi ska också skapa förutsättningar för ett framgångsrikt hållbarhetsarbete, och jobba för att varje medarbetare ser och förstår sitt eget och andras bidrag.

Strategier:
Vår hållbarhetsstyrning ska vara aktiv och integrerad, med systematisk uppföljning av mätbara mål. Hållbarhetsarbetet ska bli en naturlig del av alla avdelningars och funktioners dagliga arbete.

Vi ska ha en modell som ger oss en samlad och tydlig bild av vårt bidrag till stadens mål, baserad på mål för minskad klimatpåverkan från transporter, nyproduktion och förvaltning samt mål för social hållbarhet.

Ekonomi

Målbild: Vår ekonomiska utveckling möjliggör ett långsiktigt agerande för stadens bästa.

En ekonomiskt hållbar utveckling, och en tillfredsställande soliditet, skapar utrymme för långsiktigt agerande. Vår verksamhet genererar varje år ett överskott. Detta överskott bidrar till finansiering av annan verksamhet i Göteborgs Stad. Med helhetssyn för stadens bästa ska vi skapa ekonomisk hållbarhet, både i bolaget och indirekt hos andra samhällsaktörer.

Vi säkerställer lönsamheten i våra affärer och projekt. Då skapas ett ekonomiskt utrymme för de investeringar som krävs för att möta behoven i stadens utveckling, för ett förändrat kundbeteende och för hållbart resande.

Strategier:
Vi följer bolagets resultatutveckling, och utvecklingen per affärsområde, för att kunna analysera alla väsentliga avsteg i förhållande till prognos. Business cases ska tas fram för alla nya affärer, initiativ och projekt. Vi följer löpande upp pågående projekt för att säkerställa leverans inom budget.

Våra befintliga anläggningar ska optimeras och samnyttjas i hög utsträckning. Därför jobbar vi kontinuerligt med affären i anläggningarna för att säkerställa god ekonomi.





Vägen framåt

Hur omsätter vi vår affärsplan till verksamhet?

Denna plan gäller för tre år framåt och ska uppdateras varje år. Till affärsplanen kopplas en årlig verksamhetsplan för att visa vad som är viktigast att sätta fokus på nästkommande år. I verksamhetsplanen blir vi konkreta. Här talar vi också om hur vi mäter utvecklingen; vi sätter mål som hjälper oss på vägen mot våra målbilder.

Affärsplan och verksamhetsplan används som stöd när avdelningarna tar fram sina aktiviteter. Mål och aktiviteter följs upp regelbundet så att vi ser att vi är på rätt väg.

Affärsplan, verksamhetsplan och budget beslutas av styrelsen i november.

Fördjupning

Ägardirektiv för Göteborgs Stads Parkering

Anvisning för väsentliga hållbarhetsfrågor