

Styrelsehandling nr 07

Datum 2024-10-02

Diarienummer GLO-2024-00140

Handläggare Robert Hörnquist

Telefon: 031-335 01 00

E-post: robert.hornquist@goteborgslokaler.se

VD-rapport

Informationsärende

Styrelsen för Förvaltnings AB GöteborgsLokaler förslår

Att anteckna VD-rapporten

Bedömning ur ekonomisk dimension

Bolaget inte har funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

Bedömning ur ekologisk dimension

Bolaget inte har funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

Bedömning ur social dimension

Bolaget inte har funnit några särskilda aspekter på frågan utifrån denna dimension.

Samverkan

Ärendet har inte bedömts vara föremål för samverkan.

VD-rapport

Engelbrektsgatan

Arbetet med lokalanpassningar fortsätter och inflyttning sker enligt plan. Vi för nu förhandling med ytterligare två intressenter och offerter är tillsända. Totalt är nu fastigheten uthyrd till 5.131 kvm av totalt 6.731 kvm (76 %).

Vakanssituationen

Den totala vakanssituationen per den 1 september var, för det totala beståndet som GöteborgsLokaler förvaltar, 4,1%. Detta är en minskning med 0,1% sedan den 1 augusti. För GöteborgsLokalers egna bestånd var vakansen 3,1 %. Denna siffra är en ökning med 0,1 % sedan den 1 augusti.

Länsmanskyrkan

Tillträdet till Länsmanskyrkan sker den 2 december. I kyrkolokalen kommer bostadssocial verksamhet att bedrivas med Bostadsbolaget och Poseidon som huvudmän. Vid besiktning av fastigheten konstaterades det att kyrksalens syll är tryckimpregnerad enligt gammal metod, vilket medför att skadliga kemikalier avges. Efter tillträdet kommer syllen att bytas ut.

Krisledningsövning

Den 11 september genomförde ledningsgruppen en krisledningsövning. Ett krisscenario spelades upp av en konsult med bistånd av personal från GöteborgsLokaler. Övningen är ett viktigt led i att säkerställa företages drift i tider av oro, och gav viktig lärdom.

Localskampanj

I sommar fortsatte vi vår Localskampanj för att marknadsföra våra lokala torg och dess handlare. I augusti, vecka 32-33 hade vi spåravagnsreklam samt även på de sociala kanalerna under vecka 33- 36. Localskampanjen har vi haft i flera år och visat sig viktig, inte minst för att stärka självkänslan hos de lokala handlarna och öka platsidentiteten.

Rapport från koncernen

Muntligt