

2016

Liseberg

VERKSAMHETSPRESENTATION

Massor av glädje ...

VÄLKOMMEN!

LISEBERG AB DRIVER nöjesparken Liseberg, mitt i centrala Göteborg. Nöjesparken invigdes i samband med Göteborgs Jubileumsutställning 1923 och har varit i stadens ägo sedan den invigdes. Idag har nöjesparken 40 åk- och upplevelseattraktioner, spel, lyckohjul, musikscener, dansbana, inomhusarenor och ett stort antal restauranger och serveringar – allt i en grönskande parkmiljö.

I nära anslutning till nöjesparken finns boende i form av hotell, stugby, camping och bed & breakfast. Boendeanläggningarna är öppna året om, precis som showkrogen Rondo.

NÖJESPARKEN HAR TRE säsonger: sommarsäsongen som pågår från slutet av april till mitten av oktober, Halloween-säsongen då parken håller öppet runt höstlovsveckan och Jul på Liseberg, som inleds i mitten av november och pågår fram till nyår. Liseberg är dessutom öppet för konferenser och företagsevenemang året om.

Liseberg lägger stor stolthet i att det ska finnas något för alla att uppleva

i nöjesparken. För de små barnen finns Kaninlandet, fullt av härligt pirriga attraktioner, och för ungdomar och modiga vuxna erbjuder Liseberg utmanande åkattraktioner i absolut världsklass som Helix, Balder, AtmosFear och Mechanica.

LISEBERG ÄR OCKSÅ en stor konsertarrangör och under sommaren bjuds det dagligen på alltifrån creddiga Göteborgsband på Taubescenen till internationella stjärnor på Stora Scenen – och allt ingår i entrépriset. På dansbanan Polketten bjuds det dessutom upp till dans eller dansskola nästan alla dagar i veckan.

Den nordiska lustgårdstraditionen som Liseberg är sprungen ur har varsamt bevarats i lustgårdar och planteringar med prunkande rabatter och grönytor, som gjorda för picknick. Tillsammans med det breda utbudet av underhållning, mysiga caféer och högklassiga restauranger skapas en miljö som gör att även de gäster som väljer bort fartfyllda åkturer njuter av Liseberg.

INNEHÅLL

2	DETTA ÄR LISEBERG	20	PÅ JAKT EFTER OLIKHETER
6	VD HAR ORDET	22	SERVICE I PRAKTIKEN: MIKAEL, TILDA OCH DAVID BERÄTTAR
8	SERVICE GENOM TIDERN	30	SÅ SKA LISEBERG BLI EN AV SVERIGES BÄSTA ARBETSPLATSER
10	MEDARBETARNA I CENTRUM I SERVICE PROFIT CHAIN	32	NYHETER SOM GER MERVÄRDE
14	REKRYTERING – ATT HITTA GULDKORNEN	34	OMTANKE I VARJE DEL AV PARKEN
18	SERVICEUTBILDNINGEN SKAPAR VI-KÄNSLA	36	LISEBERGS SJÄL OCH HJÄRTA
		38	LISEBERG I SIFFROR





... och skräck- blandad spänning

—
VI SES
SNART!
—

**HALLOWEEN
– SATSNINGEN
SOM GICK HEM**

Med stormpinad park, tre skräckhus och skumma aktörer som strök omkring i parkens mörkaste delar bjöd Halloween på en upplevelse som inte liknar något annat.

DET VAR 15 ÅR sedan Liseberg senast öppnade en ny säsong. Då adderades Jul på Liseberg som blev en klassiker redan från start.

Hösten 2015 var det dags igen. Halloween på Liseberg skulle göra Göteborg lite mer spännande under höstlovsveckan – och visst blev det spännande!

NÄR LISEBERG ÖPPNADE för Halloween hade en höststorm dragit fram över parken och lämnat ett omkullvält och tilltufsats Liseberg efter sig. På dagen fylldes parken av snälla häxor och godis men när mörkret föll spred vålnader och ljusskygga karaktärer skräck bland besökarna.



VÄLKOMMEN TILL LISEBERG

En siffra säger ibland mer än tusen ord.
Inte minst om Liseberg.

Gästnöjdhet



93 procent av Lisebergs gäster är nöjda eller mycket nöjda med sitt besök. Det visar Lisebergs gästenkäter, där de gett upplevelsen betyg 4 eller 5.

Gästnätter



230 000 gästnätter hade Lisebergs boendanläggningar under 2015.

Sockervadd



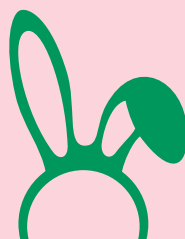
En nöjespark utan spunnet socker är ingen riktig nöjespark. 2015 åt Lisebergs gäster 131 480 sockervadd.

Besökare



Lisebergs nöjespark besöks varje år av cirka 3 miljoner gäster. 2014 och 2015 var dragningskraften lite extra hög och 3,1 miljoner gäster lät sig roas.

Kaninöron



33 000

Så många par kaninöron såldes under 2015.

Antal anställda på Liseberg



På Liseberg arbetar:

380

HELÅRSANSTÄLLDA MEDARBETARE

Och närmare:

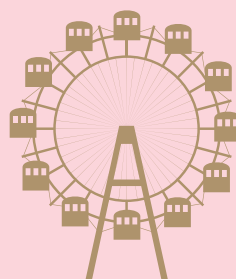
2 400

SÄSONGSANSTÄLLDA

Attraktioner

40

Det sammanlagda antalet attraktioner som Liseberg har att erbjuda sina besökare.



Liseberg siktar högt



146

METER ÖVER HAVET

Liseberg högsta punkt är fritt fall-attraktionen AtmosFear. Utsikten är ett riktigt ögon-godis, om man vågar hålla dem öppna.

Lisebergs värdeord

SÄKERHET
omtanke
KVALITET
glädje
KREATIVITET





SANNINGENS ÖGONBLICK

»You can design and create, and build the most wonderful place in the world. But it takes people to make the dream a reality.«

Meningen ovan är ett klassiskt Walt Disney-citat. Liseberg är inte Disneyworld och jag är sannoligen inte Walt Disney, men uttrycket är ändå både sant och relevant för oss.

Vi kan bygga de bästa attraktionerna på Liseberg. Anlägga de vackraste rabatterna. Boka superstjärnor till Stora Scenen och köpa all reklamplats i världen. Men om inte våra möten med gästen fungerar till 100 procent, ja då är allt det andra meningslöst. Varenda gästmöte är ett sannings ögonblick.

Det här är inget unikt för Liseberg – så är det för alla företag som verkar i servicebranschen. Och precis som i alla serviceverksamheter, så är det medarbetarna som är nyckeln till verksamhetens långsiktiga framgång. Medarbetarnas kunskap, engagemang, lojalitet och vilja att överträffa gästens förväntningar, varje dag, i varje möte, är det som avgör Lisebergs öde, inte expansionsplaner, artistbokningar och nya attraktioner.

IDAG VET VI att nyckeln till kunniga, engagerade och lojala medarbetare, som vill överträffa gästens förväntningar, ligger i hur väl samma medarbetare trivs på jobbet. Inte så konstigt att Liseberg därför har bestämt sig för att bli Sveriges bästa arbetsplats.

Det finns så mycket att vara stolt över i mitt jobb. Jag är stolt över den kulturskatt vi fått

privilegiet att förvalta. Jag är stolt över våra besöksiffror, vår stabila ekonomi och vår position som marknadsledande. Jag är stolt över våra framtidsplaner. Men allra mest stolt är jag över de förändringar i de interna leden som vi, jag och mina kollegor, tillsammans har åstadkommit. Den kulturella resa vi har gjort.

Idag vet vi att Liseberg visserligen säljer åkturer, glass och spunnet socker, men att det som våra gäster köper är något helt annat. De köper upplevelser, tid tillsammans och minnen för livet. Och det är i mötet mellan medarbetare och gäst som de där oförglömliga upplevelserna skapas.

2016-ÅRS VERKSAMHETSPRESENTATION ägnar vi helt åt ämnet service. Vi möter medarbetare, arbetsledare, serviceutbildare och experter. Vi får ta del av deras erfarenheter, fördjupa oss i teorierna bakom och lära oss deras bästa serviceknep. Och det härliga med servicebranschen är, att den verkliga expertisen oftast återfinns hos dem, som jobbar närmast gästen.

Så, välkommen att möta Anahita, Mikael, Tilda, Isabella och David – några av de personer som har Lisebergs långsiktiga framgång i sina händer.

Trevlig läsning!

Andreas Andersen, vd



Nutid möter dåtid på Liseberg

Halloween, Barnens Paradis och vackra trädgårdsmiljöer är nutida nyheter på Liseberg. Men nog har parken bjudit sina besökare på såväl skräck som lekplatser och promenadvänliga oaser även tidigare. Följ med på några nedslag i Lisebergs servicehistoria.

TILLBAKABlickar

TILL VÄNSTER: Galoschgungan var en av huvudattraktionerna i den första versionen av Barnens Paradis 1924.

ÖVERST TILL HÖGER: Suget efter en smula skräck är inget nytt hos Lisebergsbesökarna. Blå tåget, som under perioder döptes om till Spöktåget, erbjöd under många år en lagom skräckfylld tur. Bilden är tagen 1949.

NEDERST TILL HÖGER: På Liseberg har det alltid varit viktigt att kunna erbjuda lugna oaser. På bilden syns Lusthuset, som 1960 byggdes om till postkontor där gästerna kunde skicka hälsningar från Liseberg.



ETT MINNESVÄRT BESÖK

Service har alltid varit viktigt på Liseberg. Genom åren har massor av sätt prövats för att göra gästerna extra nöjda.

Årets anställd



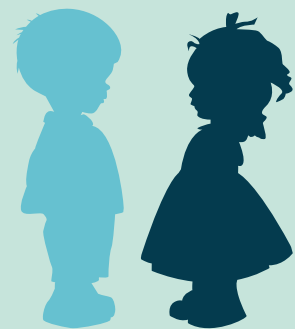
1985 utses Årets anställd för första gången. Från Liseberg AB utses Ulf »Pelle« Jönsson till Årets lisebergare, Britt Kling på Lisebergs Restaurant AB utses till Årets Gaffel medan Elisabeth Gröndahl-Schröder på Hotell Liseberg Heden AB blir Årets Hedening.

Barnens parad



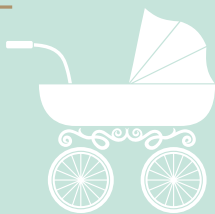
Barnens parad har dykt upp i lite olika tappningar genom åren. Här en bild från lekplatsen 1960.

Specialpris



1934 fick barn som kom långväga ifrån specialpris på Liseberg. 10 öre kostade besöket.

Barnvagnar



1965 började Liseberg hyra ut barnvagnar till gästande barnfamiljer för första gången.

Skoputsning

Herrarna Stig Ekström och Per Olof Eklund får tillstånd att bedriva skoputsning i parken. Under hela säsongen kunde folk uppsöka de två skoputsningskioskerna för att få skorna uppsnyggade.



Fler soffor i parken



1924

»En oändlighet av vita soffor har ställts ut i parken«, skriver Göteborgs-Posten. Det blev alltså fritt fram för besökarna att vila benen när de ville.

Bokutlåning



1977 rullar en specialbyggd bokvagn in i parken. Där kan de gäster som längtar efter lugn stund låna en gratis bok och ta en paus.

Boendeanläggningar

37

husbilsplatser

En ny boendeanläggning, Lisebergs Ställplats Skatås, öppnar i juli 2010. Den har plats för 37 husbilar.



»SERVICE ÄR EN KULTUR – INTE EN AVDELNING«

Alla vet vad god service är, men att verkligen leverera den är svårt. Serviceexperten Mike Hohnen förklarar hur företag kan ta sig an utmaningarna – och hur mycket som finns att vinna med att göra rätt.

Att driva en nöjespark handlar inte om sälja åkturer eller spunnet socker till sina gäster. Det handlar om att ge dem upplevelser – och för att lyckas måste man ge bra service. Liseberg jobbar med att bli ännu bättre på service, bland annat genom att ständigt utveckla sina ledare. Från och med i sommar drivs arbetet av Mike Hohnen, som har lång erfarenhet såväl av att driva serviceföretag som att coacha, konsulta och föreläsa.

Vilken är största skillnaden mellan servicebranschen och andra branscher?

– När man pratar om service är det extra tydligt att kundens behov står i centrum. Vi kan ta hotellbranschen som exempel. Vad är det gästen betalar för? En säng? Nej, det är vad hotellet säljer. Som gäst vill jag ha en god natts sömn. Så om luftkonditioneringen är så högljudd att jag inte kan sova ordentligt faller allting. Då spelar det ingen roll hur snyggt rummet är inrett eller hur god mat det serveras i restaurangen.

När man pratar om att tillgodose behov blir det extra viktigt att vara lyhörd?

– Precis. Alla gäster har inte samma behov, så utmaningen är att se behoven och anpassa servicen. Vilket resultat vill han eller hon ha? Ska du gå på restaurang före ett biobesök är det

viktigt att det går snabbt. Har du däremot bokat bord för att fira din frus födelsedag finns det kanske all tid i världen. Om kyparen alltid ger samma service blir det fel i någon av situationerna, så det gäller att prata med gästen och anpassa servicen. Då får gästen en bra upplevelse som inte är knuten till hur bra maten är. I Lisebergs fall kan det handla om att ta reda på vad gästen är ute efter, rekommendera en viss attraktion och kanske avråda från en annan.

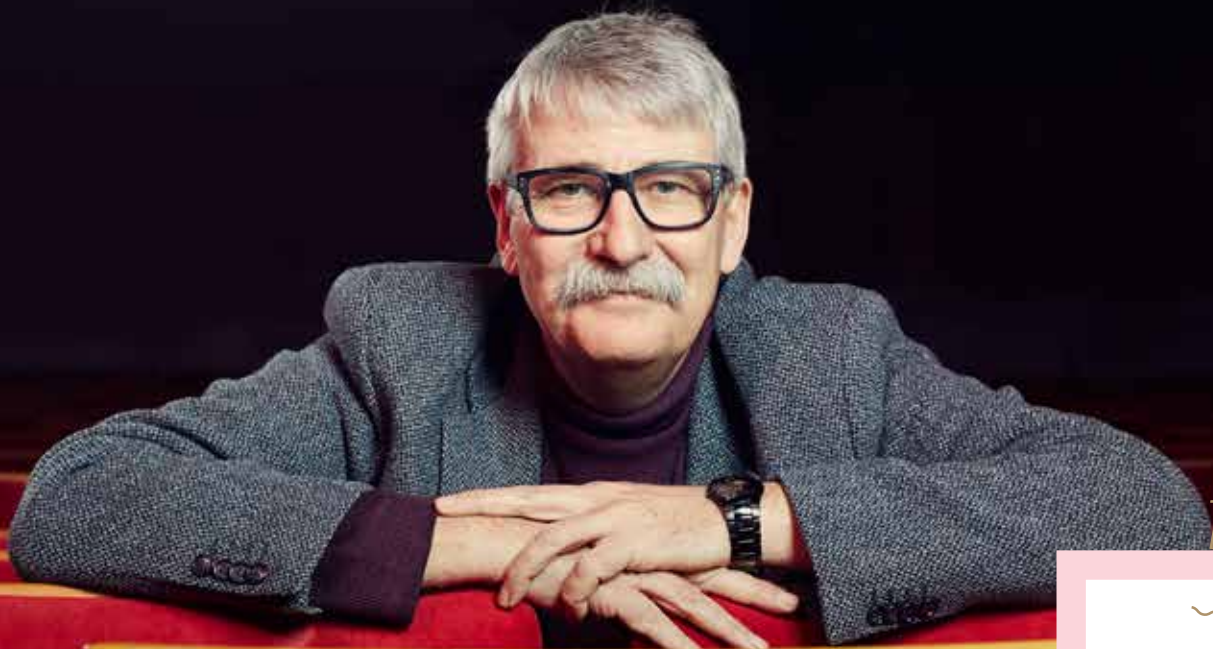
Hur ser man till att medarbetarna ger bra service?

– Genom att skapa en miljö där de kan och vill erbjuda bra service. Det svåra är inte att bena ut vad bra service är. I en av övningarna jag använder när jag coachar får deltagarna definiera vad de anser vara bra service – och alla vet precis vad som är viktigt. Så varför är det inte vanligare med bra service? Jo, för att medarbetare ofta inte är tillräckligt motiverade för att anstränga sig lite extra. Början på lösningen är alltså att ledningen skapar god arbetsmiljö som i sin tur föder engagemang hos medarbetarna.

Hur skapar man det engagemanget?

– Genom att skapa »the dream team cycle«. Det handlar bland annat om att hitta rätt medarbetare, utveckla dem och ge dem ansvar, ställa tydliga krav och på olika sätt belöna väl utfört





KORT
OM

**MIKE
HOHNEN**

Ålder: 61 år.

Gör: Specialist på service management. Han har över tjugo års erfarenhet av att vara chef i serviceföretag, bland annat restauranger. Numera jobbar han med chefsutveckling, baserad på teorin The Service Profit Chain. Han har författat boken »Best! No need to be cheap if you are...« och skriver i flera magasin.

GÄSTERNA
KOMMENTERARVAD VAR DET BÄSTA
MED DITT LISEBERGS-
BESÖK?

»Det bästa med besöket var personalens

bemötande mot barnen i Kaninlandet. Särskilt vid Radiobilarna där min tre-åring fick ett mycket gott mottagande och hade superkul och vid Kanin-

resan, där min dotter stod och pratade med kvinnan i spärren länge och väl.«

Förälder till 3-åring som besökte Kaninlandet september 2015.

»Att samla barn och barnbarn för en dag på nöjesparken, med något för alla.«

Mormor efter ett besök på Liseberg i september 2015.

The Service Profit Chain

ENLIGT MIKE HOHNEN

1.
INTERN
SERVICE-
KVALITET

2.
MEDARBETAR-
NÖJDHET

→ arbete. Lyckas man med detta blir man en mer attraktiv arbetsgivare och så är man inne i en positiv spiral. Begreppet dream team cycle är en del av management-teorin The Service Profit Chain, som några amerikanska forskare lanserade på nittio-talet. Teorin går ut på att nöjda medarbetare ger lojala kunder vilket i sin tur leder till ökad tillväxt och vinst. De här sambanden har visat sig vara väldigt tydliga. Om du behandlar dina medarbetare bra och låter dem bidra kommer de att ge värde för kunderna – och de kunderna kommer inte bara att komma tillbaka utan även bli dina ambassadörer, så du får ännu fler kunder. Att skapa rätt miljö för medarbetarna är inte så lätt som det låter, men om man lyckas blir det en snöbollseffekt. Om man inte lyckas? Då kommer duktiga medarbetare antingen sluta på företaget eller tappa motivationen och sänka sin standard.

Vilken är det största utmaningen för företag som vill hamna i en positiv spiral?

– Att få cheferna att lägga sina egna åsikter på sidan. Alla medarbetare ska kunna göra sitt jobb utan att de står i vägen. Den sämsta sortens chef är fanjunkartypen som hela tiden måste visa att han är chef och hur bra han är. Medarbetarnas engagemang kommer när de känner sig delaktiga, så chefen måste lyssna, låta dem ha åsikter och vara med och bidra. I så fall kommer de att bli engagerade, men handlar det om att chefen ska

bli framgångsrik och få högre lön ... nej, då är de inte intresserade. Samtidigt vill jag påpeka att chefen inte bara ska vara »snäll« utan även måste ställa krav. Och om man som chef verkligen bryr sig om sina medarbetare går det att höja ribban och vara mer krävande.

Hur lägger man grunden för ett framgångsrikt serviceteam?

– När jag jobbar med chefer är personlig reflektion en viktig pusselbit. De får reflektera över sin chefsroll parallellt med undervisning och coaching. Väldigt många får faktiskt ahaupplevelser. De brukar kontakta mig och säga något i stil med »det var inte personalen det var fel på – nu förstår jag att resultatet hade blivit annorlunda om jag hade agerat annorlunda«. De inser att det är viktigt att de sätter tonen genom sitt sätt att vara.

Där har väl även medarbetarna ett ansvar?

– Absolut! Alla har ett ansvar att bidra och bygga kulturen. Man är beroende av varandra i jobbet, så det är viktigt att ha positiv attityd. Då känns jobbet mer meningsfullt. I förlängningen skapas en servicekultur där företaget genomsyras av en »så här tänker och gör vi«-känsla. Då finns service överallt och inte bara i formen av kundtjänstavdelning. Att bygga upp en bra kultur är som sagt inte det lättaste men verkligen något att sträva efter. Den är inte lika lätt att kopiera som en produkt och kan ge enorma resultat.

Fotnot: Illustrationen ovan är Mike Hohnens bearbetning av den ursprungliga The Service Profit Chain, en management-teori som skapades av James L Heskett, Thomas Jones, Gary Loveman, W Earl Sasser och Leonard Schlesinger.

»Det bästa för oss var att parken alltid bjuder på så trevlig, lyhörd och serviceminded personal! En del gånger kan man som barnfamilj känna sig

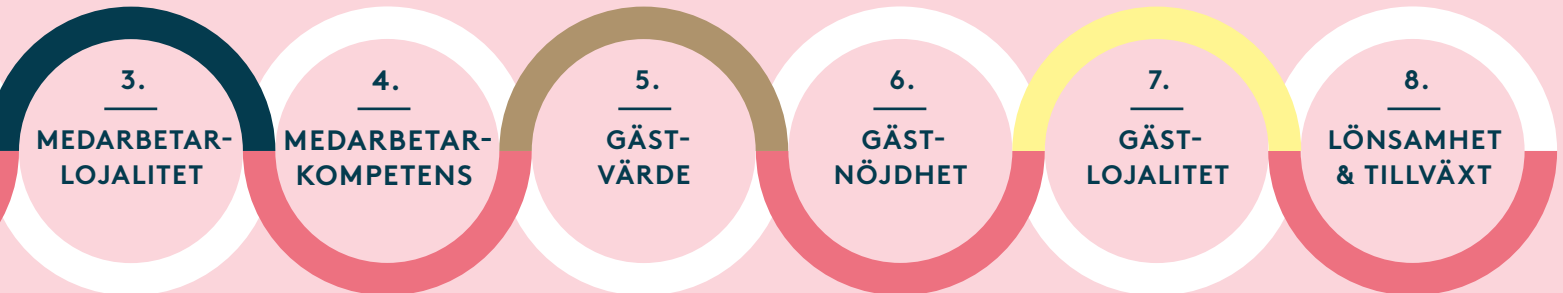
besvärlig. Det tar längre tid för oss att samla ihop oss, barnen kanske trilskas eller ställer 1000 frågor, kladdar och spiller – men på Liseberg bemöts man

alltid positivt med ett leende. Er personal är också väldigt fokuserad på sitt arbete – trots sin oftast unga ålder. De vänder sig ofta och gärna direkt till

barnen och samtalar med dem på deras nivå. Andra av oss uppskattade upplevelser var era »familjerum« på Hotell Liseberg Heden och den utökade

tillgången till både regnponchos och spunnet socker! «

Barnfamilj som besökte parken och Hotell Liseberg Heden i maj 2015.



1. INTERN SERVICE-KVALITET

Service handlar inte bara om det medarbetaren gör för gästen. Service handlar om kultur. De medarbetare som inte har direkt gästkontakt servar medarbetare som har det, så att de kan göra sitt jobb på bästa sätt.

2. MEDARBETAR-NÖJDHET

Grunden till nöjda medarbetare är att deras grundläggande behov – till exempel arbetsmiljö, löner, arbetsverktyg och ändamålsenliga lokaler – är tillgodosedda. För att nöjda medarbetare ska bli lojala medarbetare krävs att man adderar andra värden.

3. MEDARBETAR-LOJALITET

För att skapa lojala medarbetare räcker det inte längre att bara uppfylla medarbetarens grundläggande behov. För att skapa lojala medarbetare krävs även immateriella värden som meningsfulla arbetsuppgifter, stolthet över arbetet, god kamratskap och identifikation med sin arbetsgivare.

4. MEDARBETAR-KOMPETENS

Medarbetarnas kompetens är en kombination av deras kunskaper och färdigheter samt bra attityd. För att kunna leverera värde till gästen krävs att medarbetarna har båda delar. Medarbetarkompetens hänger tätt ihop med erfarenhet. Arbetsgivarens förmåga att behålla sina medarbetare blir därmed viktig.

5. GÄST-VÄRDE

För att få nöjda gäster krävs att den tjänst som företaget säljer har ett verkligt värde för gästen.

6. GÄST-NÖJDHET

En gäst som får exakt det som den förväntar sig blir nöjd. För att kunna leverera det som gästen förväntar sig krävs att medarbetaren kan identifiera gästens behov samt möta behovet snabbt och smidigt.

7. GÄST-LOJALITET

För att få en nöjd gäst att bli en lojal gäst krävs att medarbetaren, förutom att identifiera och lösa gästens behov, gör något extra. Detta »extra« överträffar gästens förväntningar och i det läget övergår nöjdhet till lojalitet. Loyal

gäster fungerar som ambassadörer för ett serviceföretag och är nyckeln till att lyckas i servicebranschen.

8. LÖNSAMHET OCH TILLVÄXT

Det finns ett tydligt samband mellan god service och lönsamhet och tillväxt. För företag som vill vara långsiktigt framgångsrika i servicebranschen är det viktigt att fokus aldrig flyttas från det värdeskapande. Lönsamhet och tillväxt är inga självändamål utan resultat av att man lyckats skapa värde för gästen.



Liseberg

KORT
OM

**REKRYTERINGSGRUPPEN
2016**

Anahita Sohrabpour, Cato Hellenen, Hanna Andersson, Isak Strövik, Linda Ahlung, Hesho Karim, Caroline Eriksson och Lisa Lysell. Saknas på bilden gör Louise Davidson, Isabella Wallin och Emma Odmyr.

KONSTEN ATT PASSERA NÅLSÖGAT

2016 sökte strax över 6 000 personer säsongsjobb på Liseberg. Bara 600 av dem kan räkna med anställning.

Anahita Sohrabpour är en av rekryterarna som ska se till att rätt person hamnar på rätt plats – och att Liseberg inte missar något guldorn i drivorna av ansökningshandlingar.

När året börjar rasar ansökningarna in. Långa och korta brev, välformulerade och knapphändiga, kreativa eller formella. Alla skrivna av hoppfulla människor, som vill ta ett nytt steg i arbetslivet och som postat det där brevet med en enda önskan i huvudet: att Anahita Sohrabpour ska fastna för just deras presentation.

Hon är en av nio rekryterare på Lisebergs HR-funktion. Hon vet att hon och hennes kollegor med sina beslut kan förverkliga drömmar. Och hon tycker själv att ett säsongsjobb på Liseberg är en perfekt start på jobbkarriären.

– Det som är roligt med att rekrytera till Liseberg är att de som söker inte behöver ha tidigare erfarenhet. Här kan du få jobb utan att ha tidigare kontakter. Vi kan rekrytera på personlighet och motivation, och det gör mitt jobb väldigt stimulerande, säger Anahita.

REKRYTERINGSJOBDET ÄR INTENSIVT. Ansökningstiden brukar gå ut i slutet av januari, och i början av mars ska gallringsprocessen vara klar. Med tanke på att över 6 000 brukar söka Lisebergs säsongsjobb skulle man kunna tro att rek-

ryteringsgruppen inte ville ha fler ansökningar – men inför säsongen 2016 tänkte man annor Anahita Sohrabpour förklarar:

– Vi har annonserat på nya platser. Vi har marknadsfört oss i Göteborgs förorter och gjort besök på gymnasieskolor i Angered och på andra platser. Om kontakterna bara går via nuvarande »lisebergare«, då får vi bara människor som liknar dem som redan jobbar här. Men vi vill vara en park för hela Göteborg och vill ha in personal med olika bakgrund och personligheter.

DEN AMBITIONEN HAR resulterat i ännu fler ansökningar att gå igenom, men resultatet kommer att bli bra. Tricket är att inte låta ett dåligt första intryck av en halvdant skriven ansökan stå i vägen för personligheten som finns bakom orden.

– Alla kan inte få hjälp av sina föräldrar för att få till en bra ansökan, säger Anahita. Jag har själv föräldrar från Iran, som inte kunde hjälpa mig med sådant. Det var snarare jag som fick hjälpa dem när de skulle kommunicera med myndigheter.

– Det viktiga är att vi hittar personer som



GÄSTERNA
KOMMENTERAR

TACK!

»Tack för att vårt lilla barnbarn Bill, 17 mån, fick tillbaka sin biljett när han började gråta. Jättesnäll

personal som sa att det var en del av Lisebergs policy. Det var väldigt fint gjort!«

Glad mormor på besök i parken.

»Tack för att ni gav mig och min familj en underbar dag. Ni har fantastiskt härlig personal som har hjälpt oss hela dagen. Speciellt personalen vid

småbarnskarusellerna. Jag kommer att rekommendera er varmt för alla jag känner. Återigen tack!«
Nöjd gäst som besökte Liseberg i juli 2015.

ANAHITA
SOHRABPOUR

Ålder: 24 år.

Gör: Rekryterare på HR-funktionen. Studerar till personalvetare.

Började på Liseberg: 2013

Lisebergskarriär:

Började på shoppingavdelningen, som butiksbiträde.

Favoritplats

i parken: Våffelstället, Systrarna Olsson. Det är väl helt underbart? Jag tycker att våfflor är fantastiska och dofterna underbara.

vill jobba på just Liseberg, personer som har positiv inställning och attityd. Vi vill ha människor som vill ge det lilla extra, det är den egenskapen som skapar atmosfären på Liseberg.

Under februari gallrar rekryteringsgruppen bort merparten av ansökningsbrev till de har omkring 1500 kvar. Dessa personer kallas sedan till intervjuer, som genomförs i grupper av tio–tolv sökande åtgången, innan det blir enskilda intervjuer och diverse övningar.

REKRYTERINGSGRUPPEN PÅ NIO personer skickar sedan vidare jobbsökarna till den av Lisebergs 29 tjänstetyper de tror skulle passa personen bäst. Där sker sedan en sista intervju.

– De flesta vill jobba vid en attraktion

eller vid ett lyckohjul. Men vi har så många fler platser som en vanlig besökare kanske inte tänker på: ekonomiassistenter, serveringspersonal, diskare, scenarbetare, lagerarbetare... Självt är jag rädd för karuseller, jag skulle aldrig kunna jobba där, jag vill ha ett lugnare jobb.

Bland dem som säsongarbetar finns också en stor del återvändare. Den som redan har jobbat en säsong har förstås stor chans att få jobb en sommar till. Efter sex månader har du återanställningsrätt.

– Man tvingas ju säga nej till många, men intervjuerna är ändå väldigt roliga för oss som arbetar med rekryteringen. Man får massor av energi, så om man vill jobba med rekrytering, vilket jag vill, så tycker jag att jag redan har mitt drömjobb.



ATT VASKA FRAM GULDKORNE

Så här går det till att hitta nya lisebergare till sommarsäsongen.

Ansökningar



Under 2015 hanterade Lisebergs HR-funktion totalt 42 083 ansökningar. Under 2016 kom det bara under januari och februari månad in cirka 6 000 ansökningar till sommarens säsongstjänster.

Rekryterare

9

REKRYTERARE PLUS

2

FRÅN HR-AVDELNINGEN

Inför 2016 års sommarsäsong arbetar sammanlagt 11 personer med rekryteringen av säsongsanställda.

Serviceutbildningen



Inför varje säsong genomgår cirka 550 personer den obligatoriska serviceutbildningen.

Rekryteringsprocessen

ANSÖKNINGARNA GÅS IGENOM

I början av januari läser rekryteringsgruppen på nio personer igenom uppemot 6 000 ansökningar. Högen bantas ner till ungefär en femtedel.

Anahita kommenterar: jobba på Liseberg, och »Det gäller att hitta inte ser det som vilket dem som verkligen vill sommarjobb som helst.«

FÖRSTA INTERVJURUNDAN

Från januari till början av mars intervjuar rekryterarna cirka 1500 personer. Intervjuerna sker först gruppvis med tio-tolv sökande samtidigt, sedan i enskilda samtal och vissa tester.

Anahita kommenterar: Det är unga människor »Det brukar vara ganska mycket pyssel med att få alla att komma. som har annat i kalendern, sportlovsresor och sådant.«

AVDELNINGSINTERVJUER

Liseberg har 29 kategorier av tjänster. Ungefär hälften av de intervjuade skickas under februari och mars vidare till den avdelning där rekryterarna tror att vederbörande passar bäst. Här genomför respektive ansvarig en sista intervju.

ANSTÄLLNINGEN ÄR KLAR

I slutet av mars har Liseberg fått 500-600 nya, entusiastiska medarbetare.

Anahita kommenterar: Och för alla, skulle jag »Många av dem kommer säga, blir det ett minne för livet.«

Intervjuer

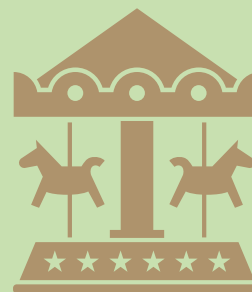


152

GENOMFÖRDA GRUPPINTERVJUER

Inför tillsättandet av säsongstjänsterna 2016 genomfördes 152 gruppintervjuer, med 10-12 personer per gång. Kockar är den yrkeskategori som är svårast att rekrytera.

Arbetsplatsutbildning



För att bli attraktionsförare krävs i genomsnitt hela 40 timmars utbildning.



KORT
OM

**ISABELLA
WALLIN**

Ålder: 31 år.

Gör: HR-administratör och serviceutbildare.

Lisebergskarriär: Började som aktör på Gasten 2007, stannade i sex säsonger, varav de två sista som inspicient/operatör. På HR-funktionen sedan 2013.

Favoritplats på Liseberg: Flumerride! Jag älskar att du åker upp och får en överblick av parken och att det sedan avslutas med två nedförbackar som alltid får det att kittla i magen.

SERVICEUTBILDNINGEN FORMAR NYA LISEBERGARE

Lisebergs serviceutbildning är nyckeln till en lyckad gästupplevelse. Det vet Isabella Wallin, som utbildat närmare 400 personer i service. In i hennes utbildningslokal går nyanställda med olika personligheter, förkunskaper och erfarenhet – ut kommer färdiga lisebergare.

Varje år genomgår omkring 500 nya lisebergare serviceutbildningen. Under fem intensiva timmar ska de nyanställda lära sig vad var och en av dem betyder för gästens Lisebergsupplevelse.

– Det absolut viktigaste vi vill skicka med dem är att alla är en del av servicekedjan, oavsett om de jobbar på lager eller säljer glass, säger Isabella Wallin, HR-administratör och en av Lisebergs av egna serviceutbildare.

Serviceutbildningen är uppbyggd av flera olika ämnesblock och innehållet består bland annat av service och bemötande, gäster, varumärke, kroppsspråk och säkerhet. Utbildarna fungerar som samtalsledare och inspiratörer. Det handlar sällan om rätt och fel och ingen elev blir bedömd för sin insats. Ofta är det istället de nya lisebergarnas syn på de situationer och exempel som tas upp och som ger utbildarna nya perspektiv.

– Vi brukar säga att den här utbildningen är till för att vi tillsammans ska överträffa våra gästers förväntningar och för att nå det målet tror vi att vi behöver diskutera hur vi ska göra det – tillsammans, säger Isabella Wallin.

EN VIKTIG LÄRDOM för deltagarna på serviceutbildningen är att det inte alltid är de stora insatserna som gör skillnad.

– Vi brukar lyfta ett exempel där en vakt i parken får syn på en liten kille i poliströja som inte kan ta ögonen från vaktens uniform. Vakten ser det och hälsar på killen med ett ›Hallå kollega«. Flera dagar senare kom pojakens pappa tillbaka till Liseberg. Han letade upp vakten och berättade att den lilla kommentaren hade varit det bästa med hela Lisebergsbesöket för hans son. Det krävs så lite för att göra någons dag. I det här fallet bara två små ord.

Men serviceutbildningen är inte bara ett utbildningstillfälle, utan också en möjlighet för Liseberg att skapa positiv stämning inför den kommande säsongen. Utbildningens grupparbeten och diskussioner är viktiga pusselbitar för att bygga en vi-känsla som lisebergare.

– Vi har alltid blandade grupper med deltagare från flera olika avdelningar. Om de håller ihop efter att utbildningen är slut, trots att de inte jobbar på samma plats, då har vi verkligen lyckats, säger Isabella Wallin.

ATT SERVICEKÄNSLA SKULLE vara något man föds med håller hon inte med om.

– Jag tror absolut att alla kan lära sig service om man bara får rätt pedagog. Men det man måste ha är en vilja att ge service och en vilja att vara här. Har man inte det, då fungerar det inte, säger Isabella Wallin.



MÅL FÖR SERVICE- UTBILDNINGEN

- Skapa förståelse för vad arbetet innebär.
- Förmedla vilka krav som ställs på en lisebergare.
- Ge kunskap om Liseberg och service och på så sätt skapa en trygghet i arbetet.
- Verka för samarbete och helhetssyn – ETT LISEBERG.
- Förmedla hur viktig varje enskild insats är för gästens Lisebergsupplevelse. Vi är en del av upplevelsen. Allt vi gör, det gör vi för gästens skull!
- Förmedla glädjen med att arbeta på Liseberg.
- Skapa stolthet och vi-känsla.
- Ge energi, inspiration och mod att vilja överträffa våra gästers förväntningar.

GÄSTERNA
KOMMENTERAR

HÄLSNINGAR
TILL PERSONALEN

» Jag skulle vilja ge en extra eloge till portvakten Linda som gav oss väldigt

god service och ett vänligt bemötande.«

Gäst i huvudentrén.

» Vi vill hälsa till Järnvägsrestaurangens servitör

Mats som var fantastisk. Hans bemötande och glassen med strössel till barnet – vilken lycka!«

Mätt och nöjd barnfamilj efter ett Lisebergsbesök.

» Vi ger en extra stjärna till vår servitris Annika på Stjärnornas krog. Vi älskar Liseberg!«

Lisebergsvänner på besök i augusti 2015.

Så blir Liseberg en spegel av sin stad

Liseberg vill vara en spegel av det mångkulturella Göteborg. Ändå är det ungdomar i samma ålder, från samma områden och med liknande förutsättningar som söker säsongsjobben. För att skapa en större mångfald fokuserar Liseberg på tre områden i rekryteringen.

Ålder

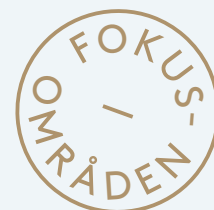
Majoriteten av de som söker säsongs tjänster på Liseberg är mellan 18 och 21 år gamla. Men det är inget krav att vara ung för att få jobb. Liseberg tror att en mix av yngre och äldre medarbetare skapar trygghet och öppenhet bland gästerna. Inför öppningen av barnområdet Kaninlandet 2013 letade till exempel Liseberg aktivt efter äldre lisebergare, så kallade 60-plussare.

Ursprung

Glädje är universell och Lisebergs gäster firar allt ifrån midsommar till slutet på ramadan i nöjesparken. Att få en lika blandad medarbetargrupp är en större utmaning. Genom samarbetspartners som Angeredsutmaningen, ÖPPET HUS, Adonia Omsorg och Arbetsförmedlingen hoppas man skapa nya kontakter. Målet är att få ungdomar med olika ursprung att söka sig till Liseberg.

Funktionsnedsättning

Att vara ung med funktionsnedsättning är inget hinder för att få arbete på Liseberg. Tack vare JobbSwinget, ett samarbete mellan Liseberg och Arbetsförmedlingen, kommer ett 20-tal unga med funktionsnedsättning i arbete varje sommar. För några av dem övergår den särskilda anställningsformen via JobbSwinget till en helt vanlig säsongsanställning året efter.







KORT
OM

**MIKAEL
HJERTQUIST**

Ålder: 24 år.
Gör: Säsongsarbete som attraktionsförare i Kaninlandet samt praktik på Fryshuset.
Började på Liseberg: 2015
Lisebergskarriär: Attraktionsförare i Kaninlandet.
Favoritplats i parken: Balder! Precis innan det går nedåt och man får den där fantastiska utsikten över Göteborg samtidigt som man vet att det kommer killa i magen när man åker genom kurvan.

»VÅGA INLEDA EN DIALOG MED GÄSTEN«

24-åriga Mikael Hjertquist arbetar som attraktionsförare i Kaninlandet. Förutom det uppenbara, att få karusellerna att snurra säkert, så består Mikaelns arbete av möten med tusentals barn och deras föräldrar. Att gilla människor är en förutsättning för att trivas på jobbet i Mikaelns roll.

»**JAG HAR ALLTID** haft lätt för att möta olika sorters människor. Jag brukar få höra att jag är öppen och social och har nära till skratt. Det är nog viktiga egenskaper när man jobbar med service. Jag försöker att alltid se välkomnande ut och bästa sättet att göra det är att ha ett leende på läpparna. I mitt jobb lär man sig att läsa av människor; deras minspel, hur de rör sig, om de är stressade eller lugna. Utifrån det kan jag anpassa mitt bemötande. Man märker ganska snabbt hur gästen är och vad de behöver.

Jag är den första attraktionsföraren som använder mig av rullstol och på jobbet kör jag en minicross som väcker en hel del nyfikenhet, framför allt hos barn. Jag får svara på många frågor om hur fort den går. Att våga inleda en dialog med gästerna, även om det bara blir några meningar man utbyter, är mitt bästa servicetips. Det räcker oftast med att fråga barnen om vad som har varit det roligaste att åka idag, så känner de sig sedda. Jag är bra på att lyssna också, det är också en viktig egenskap när man jobbar med människor.

MEN ALLT ÄR inte guld och gröna skogar när man jobbar med service. Det finns självklart

dagar då man bara vill gå hem. Förut hade jag lätt att ta åt mig om det var någon gäst som var irriterad eller sa något dumt. Men det har blivit bättre, jag tar det inte så personligt längre. Jag känner ju inte människorna och de känner inte mig. Jag brukar tänka att innan mötet med mig kan de ha varit i en negativ spiral, där de fått dåligt bemötande eller haft någon annan tråkig upplevelse. Och så kommer jag och talar om någon trist regel för dem, det är inte så konstigt att de blir irriterade. När man har dåliga dagar betyder kollegorna jättemycket. Att kunna prata med dem och att fokusera på rätt saker är otroligt viktigt för att orka med jobbet.

I FRAMTIDEN VILL jag fortsätta jobba med människor och gärna inom Liseberg. Det skulle vara roligt att så småningom få prova på andra områden, kanske marknadsföring. Det intresserar mig också.

Jobbet på Liseberg har gett mig mycket. Jag har fått bidra till att göra så många människor glada, men det finns en annan sida också. Här känner jag att jag verkligen får ge något tillbaka och göra nytta. Det är väldigt, väldigt viktigt för mig.«



KORT
OM

**TILDA
KJELLSSON**

Ålder: 28 år.

Gör: Vikarierande receptionist på Lisebergsbyn, utbildad guldsmed.

Lisebergskarriär:

lisebergare sedan 2009. Har jobbat som campingvärd, frukost- och konferensvärdinna och receptionist.

Favoritplats på

Liseberg: Bakom kassan på Lisebergsbyn – det är där det händer.

»GÄSTEN SKA LÄMNA MED EN BRA KÄNSLA«

I Lisebergsbyns reception möts gästerna av en utbildad guldsmed. Tilda Kjellsson står med en fot i varje yrke och tycker att likheterna är många. »Mitt jobb är att läsa människor, oavsett om det är ett ögonblicksmöte när de checkar in eller om de sitter ner i ett timplågt möte för att beställa ett smycke.«

»**JAG HAR ALLTID** haft väldigt lätt för att få kontakt med nya människor. När jag var åtta år flyttade vi från Alingsås till USA och där bytte man klass varje år. Det blev många nya möten under de sju år vi bodde där men det var aldrig något problem – jag gillar att prata med olika sorters människor och har bra minne för namn och platser. Den förmågan hjälper mig i jobbet som receptionist också.

För mig är service en grundsten i samhället, det är A och O. Det handlar om att kunna läsa folk – vad behöver de just i den här stunden? Är man lyhörd så kan man också vara steget före. Även om jag inte kan lösa gästens problem så kan de gå därifrån med en bra känsla, om mitt bemötande varit bra. Att säga »jag vet inte till en gäst finns inte – det finns bara »jag tar reda på det«. Och när du tagit reda på det så är du ju ett svar rikare när du möter nästa gäst.

På Lisebergsbyn har vi en sådan enorm mix av gäster. Det händer alltid något nytt och jag blir aldrig uttråkad. I mitt jobb har vi en hel del tuffa gästmöten. Det kan vara personer som är arga, som missköter sitt boende hos oss eller

som stör sina grannar. I sådana svåra situationer blir reglerna vi har för anläggningen en stor trygghet. Det är samma regler för alla, och oavsett vem i personalen som framför det, så säger vi samma sak. Jag försöker att vara supertydlig men ändå hålla humöret uppe, men vissa händelser skakar om mig och då är det skönt att ha sina kollegor att ventileras med.

DET JAG GILLAR mest med mitt jobb är att det är så socialt. Jag får träffa så mycket människor och även om det är korta möten hinner man med mycket. Jag brukar använda den lilla stunden medan vi väntar på datorn till att fråga gästen om de ska hitta på något kul i Göteborg. På en sådan enkel fråga kan jag få mycket information som kan hjälpa mig att ge riktigt bra service. Jag ser mig inte som en säljare, men samtidigt gillar jag verkligen att sälja om det är något jag står för och tror att gästen skulle ha nytta av. Det är viktigt för mig att kunna vara ärlig i mina rekommendationer, och vi säljer egentligen inte produkter – vi säljer upplevelser.«



KORT
OM

**DAVID
JOHANSSON**

Ålder: 35 år.

Gör: Tf områdes-
chef på Entré & Biljett,
annars arbetsledare
på samma avdelning.

**Började på
Liseberg:** 1999

Lisebergskarriär:
Började på parkvård,
har jobbat på tvätt-
gruppen, trädgård
och som värd.

**Favoritplats
i parken:** Det finns
en plats i Huvud-
entrén, en liten bit
upp i backen mot
Lisebergsteatern där
man kan stå och få
väldigt bra överblick
över medarbetare,
gäster och flöden in
och ut i parken. Där
trivs jag.

» MITT JOBB ÄR ATT FÅ MEDARBETARNA ATT TRIVAS«

Det tillfälliga sommarjobbet blev en lyckoträff för David Johansson. 17 år senare är han fortfarande kvar på Liseberg, nu som tillförordnad områdeschef på Entré & Biljett.

Dauids uppdrag är lika enkelt att formulera som svårt att genomföra – att varje dag få 150 kassörer att överträffa gästernas förväntningar. Men serviceproffset David ser egentligen inga hinder, utan bara större eller mindre utmaningar.

Vad var det som lockade dig till servicebranschen?

– Att jag hamnade på just Liseberg var lite av en slump. En klasskamrat till mig skulle söka och tyckte att jag också skulle hänga på. Men jag har alltid gillat att jobba med människor, så det var kanske inte så konstigt att det blev servicebranschen, det ligger nog nära min personlighet. Man ger en bit av sig själv och får så mycket glädje tillbaka.

Vad gör du på jobbet?

– Som arbetsledare på Entré & Biljett handlar mitt jobb om att informera, entusiasmera, stötta och bekräfta mina medarbetare. Jag hanterar frågor, löser konflikter och ger feedback. Jag försöker kort sagt att vara närvarande och trygg ledare som ser varje individ.

Vad skulle du säga krävs av en chef i servicebranschen?

– Du behöver ha ett öppet sinne och du behöver gilla olikheter – både när det gäller medarbetare och gäster. Det handlar om att se alla. Nu har vi många 90-talister som jobbar hos oss och om man ska generalisera så har de ett stort behov av att bli sedda och bekräftade.

Vilket personlighetsdrag skulle du säga är din främsta tillgång i jobbet?

– Mitt tålamod och min förmåga att se olikheter utan att lägga någon värdering i det. Jag är duktig på att inte låta fördomar och förutfattade meningar påverka min bild av personerna jag möter.

Hur gör man för att bygga upp en servicekultur i en arbetsgrupp som består av unga på sitt första jobb?

– God service börjar högst upp i ledningsgruppen. Det handlar om att skapa en kultur som kan genomsyra allt. Medarbetarna måste också känna sig trygga i allt det praktiska. När de gör det vågar de ta ut svängarna när det gäller service. I entrékassorna är vi det första intrycket



GÄSTERNA
KOMMENTERARHÄLSNINGAR
TILL PERSONALEN

»Vi njöt av att besöka Wärdshuset och Liseberg. Vädret var ruggigt! Att

då kliva in på Wärdshuset var som en varm famn. Smidig personal som behandlade oss som hedersgäster, god mat i perfekt takt och en tilltalande

lokal bidrog till en för oss underbar kväll. Vår värdinna, Lovisa, var en starkt bidragande faktor. Hon och övrig personal hade ett hjärtligt och behag-

ligt sätt. Samspelet dem emellan var så helgjutet. Tack för en minnesvärd kväll!«

Gäster som besökte Wärdshuset i februari 2015.



en gäst får av Liseberg och om vi gör ett gott intryck kan det prägla hela Lisebergsbesöket.

När känner du att du har varit en bra ledare?

– När jag har hela gänget med mig. Om jag fått dem att trivas och göra ett bra jobb så att de kan gå hem nöjda efter sin arbetsdag, då är jag nöjd med min insats.

Vad är det mest krävande inslagen i ditt jobb?

– Jag tror inte att jag ser det på det sättet. Jag ser nog bara större och mindre utmaningar. Att vända en medarbetare som har en dålig dag eller kanske till och med en dålig period, det kan vara utmanande.

Finns det stunder när du känner dig otillräcklig på jobbet?

– De dagar jag inte hunnit runt och prata med alla och varit riktigt närvarande, då kan jag känna mig otillräcklig.

Var söker du stöd och inspiration? Var hämtar du kraft?

– I mötet med mina medarbetare, chefer, kollegor och gäster. Jag är så lättpåverkad, den respons jag får i mötet med andra människor ger mig en enorm energiboost. Samtidigt är en

dag på Liseberg emotionellt utmattande, jag kan liksom inte ge lite av mig själv utan jag ger allt. Men jag tycker att jag på senare år har hittat en bättre balans så att jag inte är helt dränerad när jag går från jobbet.

Finns det likheter mellan Liseberg och andra serviceyrken du haft?

– Absolut. Det handlar om att ge gästen eller kunden en upplevelse som överträffar deras förväntningar, oavsett om det handlar om en flygresa eller ett Lisebergsbesök.

Serviceupplevelse du minns?

– Det är svårt att välja en sak. Man blir ju väldigt drillad i det här med service när man själv jobbar med det, så jag ser ju bra eller dålig service överallt. Är det dålig service går jag inte tillbaka till butiken eller restaurangen, men möter jag någon som vågar göra det lilla extra lägger jag märke till det direkt.

Vad ser du fram emot under 2016?

– Jag ser fram emot en sommar med mycket skrätt och glädje där vi lyckas behålla den goda stämningen som vi har byggt upp. Och så ser jag fram emot att få träffa ett nytt gäng nya lisebergare och möta deras förväntan.

SÅ SKAPAR VI MOTIVERADE MEDARBETARE

- Var en närvarande ledare.
- Se alla medarbetare.
- Bekräfta positivt beteende »Vad bra du agerade i den situationen«, istället för att peka ut fel.
- Läs av individen och vad som motiverar just hen.
- Var självkritisk innan du blir irriterad på någon annan när det inte går som planerat. »Kunde jag sagt det här på något annat sätt?«
- Var social, ut och möt medarbetarna i deras arbets-situation.
- Lyssna.
- Fånga upp dem som inte riktigt förstår och ge dem en chans att komma ikapp.
- Låt medarbetarna lära av varandra – lyft deras goda exempel.
- Ha roligt.





SERVICEPROFFS

Lisebergs medarbetare får mycket beröm, men så är de också serviceproffs ända ut i fingerspetsarna.

»Så får vi gästerna att trivas«



TIPS 1.

SÄTT DIG PÅ HUK NÄR DU PRATAR MED BARN.

TIPS 2.

GRATULERA DEN SOM VINNER.

TIPS 3.

ERBJUD DIG ATT TA FOTOT SÅ ATT HELA FAMILJEN KAN VARA MED PÅ BILDEN.

TIPS 4.

HA PLÅSTER I FICKAN ATT GE TILL BARN SOM RAMLAT.

TIPS 5.

ERBJUD DIG ATT FÖLJA MED OCH VISA NÄR NÅGON FRÅGAR OM VÄGEN.

TIPS 6.

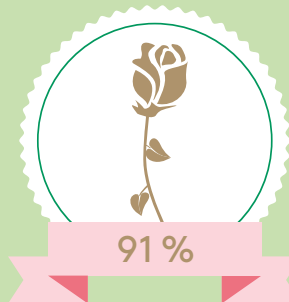
LÅNA BRA FRASER AV DUKTIGA KOLLEGOR OCH ÅTERANVÄND DEM OM INSPIRATIONEN SINAR.

Personalen sätter guldkant på besöket

1281

GÄSTER GER PERSONALEN HÖGSTA BETYG

Av 2158 tillfrågade gäster ger 1281, eller 61 procent, personalen betyg 5 av 5.



91% av gästerna säger att de tycker att personalen på Liseberg hade ett trevligt och glatt bemötande. De ger medarbetarna betyg 4 eller 5 på en femgradig skala.

Känner sig sedda



76% av gästerna uppgav att Lisebergspersonalen uppmärksammade dem och fick dem att känna sig viktiga som gäster.

»Personalen«



Ordet "personalen" representerar 17% av alla använda ord i de positiva gästsynpunkterna.

Kunniga



91% av gästerna uppger att personalen på Liseberg kan svara på gästens frågor.

Kaninlandet i topp



92%

NÖJDA KANINLANDS-BESÖKARE

Allra bäst betyg i gästundersökningarna får Kaninlandets personal. 92% av gästerna uppger att personalen i Kaninlandet var trevlig och serviceinriktad.

Så ska Liseberg bli en av Sveriges bästa arbetsplatser

Lisebergs mål är att vara en av Sveriges bästa arbetsplatser. När 300 medarbetare samlades på Medarbetarforum i februari 2016 var uppgiften att tillsammans komma fram till »hur«. Resultatet blev fyra nycklar som beskriver hur alla medarbetare tillsammans kan skapa en ännu bättre arbetsmiljö.



Respektera varandra och visa förståelse

Det finns närmare 100 olika yrkeskategorier på Liseberg. Alla uppgifter som utförs är lika viktiga och vi är alla en del av servicekedjan. Men trots det har vi svårt att visa förståelse för varandras förutsättningar och olikheter. Försök att sätta dig in i kollegornas arbets-situation innan du blir irriterad över att arbetet inte utförts på »rätt« sätt.

Visa uppskattning och fira framgång

När premiären närmar sig eller vi befinner oss mitt i högsäsongen och arbetsuppgifterna hopar sig är det lätt att glömma bort att stanna upp och vara nöjd med det jobb som utförts. Vi måste hjälpas åt att berömma varandra för det vi gör bra och ta oss tid att fira våra framgångar. Det är inte enbart ett chefsansvar – alla kan bidra till att ge kollegor positiv feedback.

Sök information och informera själv

Man kan aldrig ha för mycket information ... Eller? Vissa medarbetare mår bra av att veta allt som händer på företaget, andra medarbetare tycker att för mycket information blir en belastning som tar kraft och energi från arbetsuppgifterna. Men oavsett läger, så har vi alla ett ansvar att se till att den information som andra behöver för att kunna göra sitt jobb sprids och att den medarbetare som behöver en viss information aktivt söker den.

Var med på tåget – eller hoppa av

Ingen är tvingad att jobba på Liseberg. Vill man inte vara en del av företaget eller inte trivs med den kultur som råder så är det bättre att byta jobb än att gå runt och vara missnöjd. En missnöjd kollega kan förstöra för en hel arbetsgrupp. Trivs du inte på jobbet – gör något åt det!



LISEBERG 11:A PÅ 2015-ÅRS LISTA

Den 16 mars 2016 gick Great Place to Work's stora gala Sveriges bästa arbetsplatser 2015 av stapeln. Liseberg, som var med i mätningen för första gången, mottog ett hedrande elftepris i kategorin stora företag. Att bara ta sig in på topp 15 första året räknas som en stor bedrift. Nu fortsätter klättringen mot toppen ...

Parknyheter som ger mervärde för gästen

Liseberg är känt för att presentera storslagna attraktionsnyheter. 2016 är inget undantag. Men i år är nyheterna mer än fart och snurr. Allt för att ge gästen mervärde under sitt Lisebergsbesök.

HÖGST UPPE PÅ den södra delen av Liseberget, har ett nytt parkområde växt fram under den tidiga våren. Platsen där klassiska Lisebergsattraktioner som Pariserhjulet, Höjdskräcken och Uppskjutet tidigare stått har, trots sina spännande åkupplevelser varit något av ett bortglömt hörn i parken – oexplorerat och en aning otillgängligt med branta trappor och tät grönska.

2016 MÖTS LISEBERGSGÄSTERNA av något helt annat. Det nya parkområdet, som går under samlingsnamnet Lisebergs trädgårdar, är en viktoriansk trädgårdsos där framför allt barnfamiljerna kommer att finna såväl lugn som aktiviteter. I området finns, förutom trädgård, picknickplats, amningsrum och café en gigantisk lekplats som har fått det nygamla namnet Barnens Paradis. Rutschkanor, hängbroar, klättertorn, lianer och stora fågelburar väcker de unga äventyrarnas

upptäckarlust och alldeles intill har en tvåvånings gratiskarusell placerats.

– Det bästa med 2016-års Lisebergsnyheter är att vi gör något för alla, från de allra minsta till deras mor- och farföräldrar, säger Lisebergs vd Andreas Andersen.

I DET NYA OMRÅDET finns också årets stora attraktionsnyhet AeroSpin, som bjuder på en interaktiv flygtur högt över parken. AeroSpin är faktiskt den enda av nyheterna till vilken gästerna måste lösa biljett.

– Att erbjuda mervärde till gästen i form av upplevelser som inte kostar något är vårt sätt att ge tillbaka till våra gäster – att bjuda dem på det lilla extra, säger Andreas Andersen.

Den totala investeringen i området är på hela 100 miljoner kronor och i summan ingår bland annat en ny serpentinstig så att det ska bli enklare för fler att ta sig upp.



NYTT FÖR ÅR 2016

- **AEROSPIN**
Interaktiv flygupplevelse 70 meter över havet.
- **BARNENS PARADIS**
Fantasifull lekplats med rutschkanor, hängbroar och klättertorn.
- **BLOMSTER-KARUSELLEN**
Tvåvåningskarusell där små äventyrare kan åka så många varv de orkar – utan att lösa biljett.
- **EMILYS TRÄDGÅRD**
Hyllningsträdgård till Lisebergs mest kända inneboende, Emily Nonnen.
- **DEN FÖRBJUDNA TRÄDGÅRDEN**
Exotiska växter från hela världen.



GÄSTERNA
KOMMENTERARHÄLSNINGAR
TILL PERSONALEN

» Jag vill bara tacka er. Min dotter var på Liseberg igår 23/8-15. Hon var med sin

cancersjuka kompis. Och ni gav dessa tjejer en fantastisk dag, vilken personal ni har! Helt suveräna – så tillmötesgående vänliga och snälla. Min dotter sa

att dom var så måna om oss att vi skulle ha de bra! Tummen upp för Liseberg, ni har gett glädje till många, även för oss som inte var med, att se dessa

tjejer när dom kom hem var oslagbart! Tack än en gång.»

Mamma till dotter som besökte parken i augusti 2015.

Omtanke i varje del av parken

Service sker oftast i mötet mellan medarbetare och gäst. Men det finns situationer där det inte är bemötandet utan funktionen som gästen behöver allra mest. Här är några av Lisebergs mest uppskattade servicepunkter i nöjesparken.

1. AMNINGSRUM

Parken har två amningsrum. Här finns sköna fåtöljer, mikrovågsugn, privata smårum, skötbord, våtservetter och blöjor.

2. SOPSORTERING

På flera platser runt om i parken finns möjlighet för gästerna att sortera sitt avfall. Fraktionerna är anpassade efter det skräp som uppstår under ett Lisebergsbesök.

3. MOBILLADDNINGSTATION

Inne på Gästservice finns möjlighet att ladda mobilen. En välladdad mobil ger extra trygghet för barn och föräldrar som lätt kommer ifrån varandra under besöket.

4. TOALETTER

Ett stort antal toaletter, utspridda över hela parkens yta och utmärkta med såväl skyltar som på kartor gör att närmsta toalett aldrig är långt bort eller svår att hitta.

5. PICKNICKPLATSER

Runt om i parken finns bord och bänkar avsedda för de gäster som önskar äta medhavd mat – ett populärt sätt att hålla kostnaderna för Lisebergsbesöket nere.

6. SCENUNDERHÅLLNING

All underhållning på Liseberg ingår i entrépriset. Spontana konsertupplevelser, teaterbesök eller danskvällar ger Lisebergsbesöket mervärde.

7. GÄSTSERVICE

Mitt i parken ligger Gästservice. Här kan man som gäst få hjälp med alltifrån plåster till återköp av biljetter. Här finns också mastermätstickan som avgör vad små Lisebergsbesökare är långa nog att åka.

8. GRATIS-ATTRAKTIONER

Blomsterkarusellen i nya parkområdet Barnens Paradis är inte bara vacker att se på med sina två våningar och vackra utsmyckning, den är dessutom helt gratis att åka.

9. LEKPLATSER

Barn har spring i benen och efter att ha suttit still en stund kan det vara skönt att bara få springa, klättra, hoppa och härja fritt. Liseberg har tre lekplatser, två i nöjesparken och en på Lisebergsbyn Kärralund.

10. SJÄLVSCANNINGSKASSOR

Som frekvent Lisebergsbesökare med årskort ska inte man inte behöva köa i entrén. Via självscanningskassorna mellan tornen i Huvudentrén kan gästerna komma direkt in i parken.

TACK!

» Ni är helt fantastiska! Min dotter har epilepsi och är i behov av ledsagare på Liseberg. Er personal gjorde vårt

besök på Liseberg till bästa dagen någonsin för vårt barn. Tack för att ni sätter barnen i fokus! Vår dotter pratar fortfarande om alla kaniner och karuseller.

»Nappometern« och personalen där är fenomenal!«
Mamma till dotter med epilepsi, juli 2015.

» Jag skulle gå på Liseberg

i somras och blev då tyvärr akut sjuk. Personalen var oerhört hjälpsam. Jag och min fru fick ett nytt inträde och åkpass. Nästa gång vi var i Göteborg gjorde vi slag

i saken och gick till er. Helt suverän dag! Tusen tack Liseberg!«

Patrik, en gäst som fick avbryta sitt första besök i juli 2015.

**11. EXPRESS-PASS**

För den som bokar sitt Lisebergsbesök på nätet finns chans att gratis välja till ExpressPass som ger möjlighet att gå före kön på tre av Lisebergs mest populära attraktioner.

12. SJUKRUM

På Gästservice mitt i parken finns ett sjukrum där gästerna kan få hjälp med omklästring eller bara få chans att lägga sig ner och vila en stund om hälsotillståndet sviktar.

13. NAPPOMETERN

Att sluta med napp är inte lätt när man är liten. Men det kan vara lite lättare om man vet att napparna är i säkert förvar hos kaninerna i Kaninlandet. I Nappometern kan alla barn som är redo att säga farväl till nappen få ett fint avslut.

GÄSTERNA
KOMMENTERARVAD VAR DET BÄSTA
MED DITT LISEBERGS-
BESÖK?»Attraktionspersonalens
tålamod att trots final-helg bemöta varje åk
med glädje.«**Gäst i Kaninlandet
under finalhelgen 2015.**

»Det bästa med vårt Lise-

bergsbesök var det bemöt-
ande vi och vår 4-åring
fick när vi lämnade nap-
par i Kaninlandet. Vårt
barn var klart avvaktande
och det sätt på vilketkillen som stod vid ›Nappo-
metern‹ tog sig an barnet
var rörande omtänksamt
och helt fantastiskt.«**Nöjda Kaninlandsgäster
i juli 2015.**

Det här är Lisebergs själ

MISSION

Liseberg är Göteborgs hjärta

Vårt arv och ursprung finns i den svenska folkparkstraditionen och i den europeiska lustgårdskulturen. Liksom övriga stadsparker i Norden är Liseberg en spegelbild av sin stad. I snart hundra år har Liseberg varit göteborgarnas stolthet och stadens mötesplats. Hit går man för att fira den alltför korta sommaren, men också för att finna ljuset i den alltför mörka vintern. Vi är en del av Göteborgs historia, dess kultur och dess människor. Tillsammans bildar detta den göteborgska själen och Göteborgs hjärta är Liseberg. Hos oss träffas människor på riktigt för att ha roligt tillsammans. I ständigt nya generationer.

VISION

Göteborgs mest älskade mötesplats

Liseberg ska vara den mest älskade mötesplatsen i Göteborg och det mest efterlängttade resmålet i Sverige. Göteborg ska vara Sveriges trevligaste stad att bo, verka och umgås i. Och Liseberg ska vara den roligaste platsen i Göteborg. Gång på gång ska vi ge alla som besöker oss upplevelser och bestående minnen som vilar på en känslomässig grund av längtan, kärlek och glädje. Tillsammans ska Liseberg och Göteborg alltid vara det mest attraktiva resmålet i Sverige – som alla längtar till.

AFFÄRSIDÉ

Liseberg skapar upplevelser värda att längta till

Liseberg skapar upplevelser värda att längta till. Liseberg är Göteborgs nöjespark och Sveriges mest attraktiva resmål med underhållning, attraktioner, restauranger och boende. Här skapar vi upplevelser som ständigt förnyas med kreativitet och originalitet. Liseberg är till för alla – inkluderande och tryggt. Med entusiastiska och engagerade medarbetare skapar vi varaktiga relationer med våra gäster, som leder till en solid verksamhet. Lisebergs lönsamhet balanseras alltid mot vårt historiska arv, vår kulturella roll och betydelsen av Göteborg som resmål. Vi agerar aldrig kortsiktigt eftersom vi vet att vi har Liseberg till låns av kommande generationer.



LISEBERGS MÅL FÖR VERKSAMHETEN UTGÅR FRÅN FEM PERSPEKTIV



GÄSTER

Målet är att vara Göteborgs mest älskade mötesplats, generation efter generation.

MEDARBETARE

Målet är att vara en av Sveriges bästa arbetsplatser.

VARUMÄRKE

Målet är att vara stadens stolthet som stärker Göteborg.

HÅLLBARHET

Målet är att förvalta Liseberg med långsiktighet, eftersom vi har Liseberg till låns av kommande generationer.

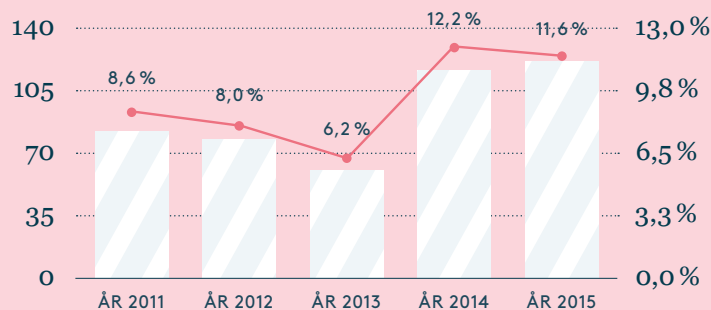
EKONOMI

Målet är att vara ett starkt företag som växer och förnyas.

Liseberg i siffror

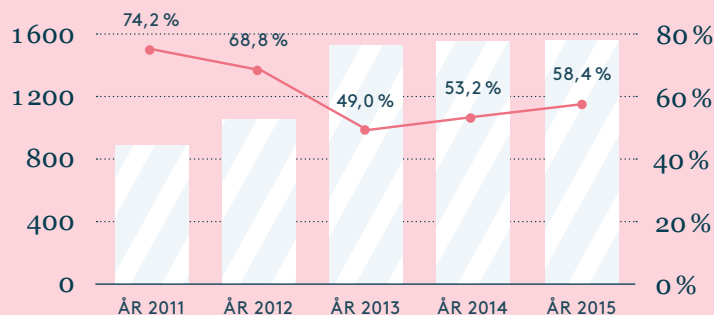
RÖRELSE-RESULTAT

- Rörelseresultat (efter finansiella poster), mnkr
- Rörelsemarginal



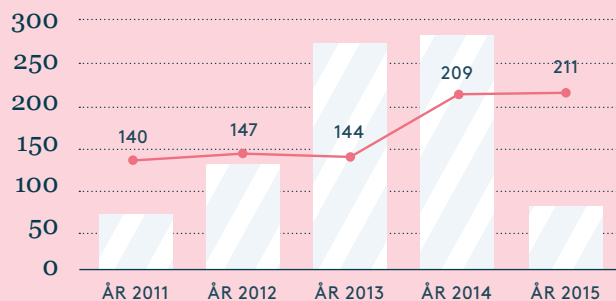
SOLIDITET

- Balansomslutning, mnkr
- Soliditet, %



INVESTERINGAR OCH KASSAFLÖDE

- Investeringar (exkl. Skår 40:17), mnkr
- Kassaflöde, mnkr



LISEBERG 2015

- GÄSTER LISEBERGS-KONCERNEN:** 3 471 000 (3 462 000)
- OMSÄTTNING:** 1 139 mnkr (1 085 mnkr)
- RESULTAT:** 122 mnkr – all time high! (119 mnkr)
- KASSAFLÖDE:** 211 mnkr (209 mnkr)



LISEBERG AB
Box 5053
402 22 Göteborg

Tel: 031-400 100
Org. nr: 556023-6811

Text: Liseberg & Rubrik
Grafisk form & produktion: Rubrik
Foto: Anna-Lena Lundqvist & Liseberg.
Tryck: Göteborgstryckeriet

