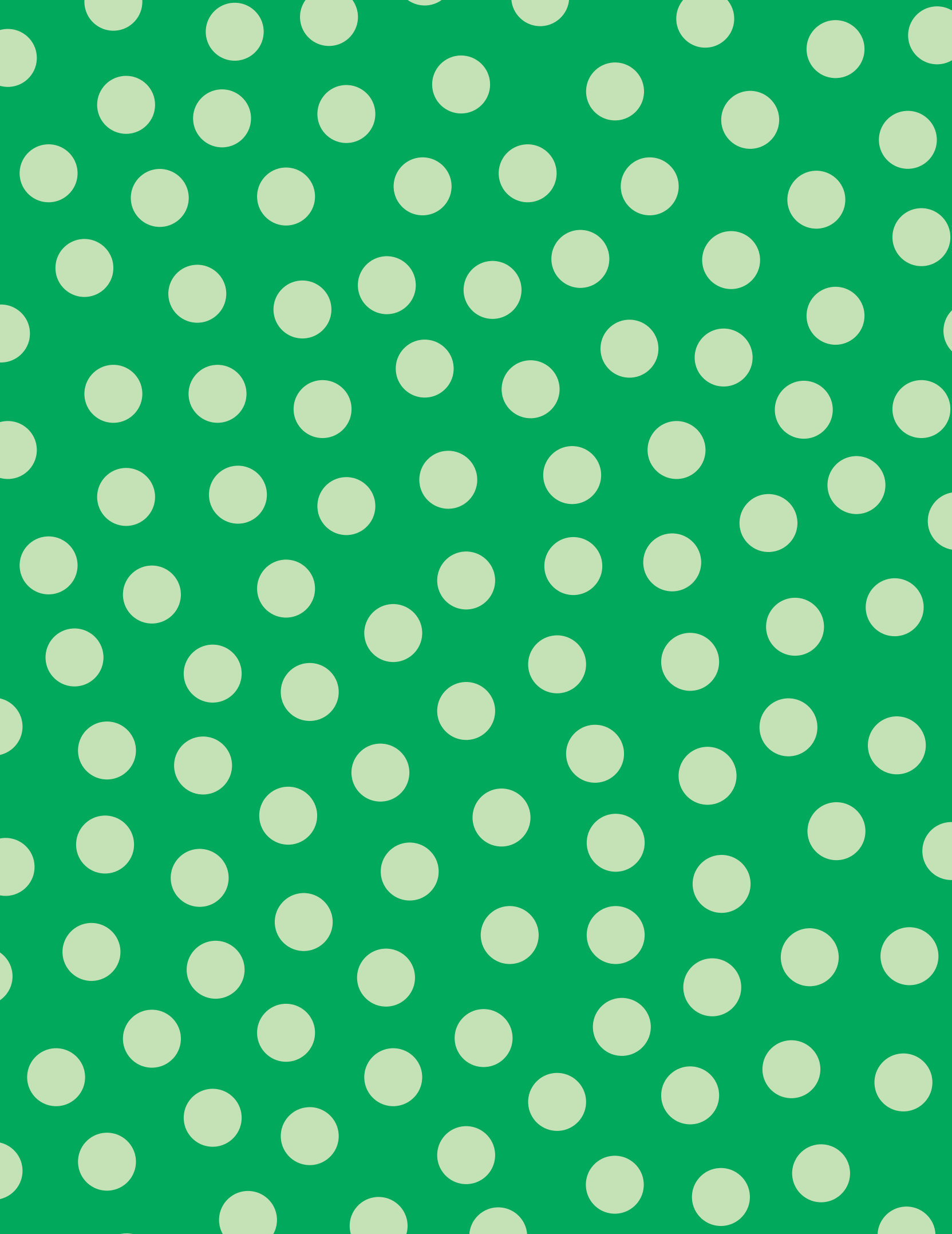
Verksamhetspresentation 2015

Liseberg



Innehåll

OM LISEBERG

Välkommen till vår föränderliga värld! 4
Detta är Liseberg 6

VERKSAMHETEN

Det strategiska ramverket 8
Liseberg har glatt generationer..... 10
Gästerna kommenterar 12
”Liseberg tillför så mycket till staden”..... 14
Ett hållbart Liseberg nu och i framtiden ... 16

FRAMTID

Sju trender 19
Digitalisering 20
Hållbarhet..... 22
Destinationsutveckling 24
Internationalisering 26
Tematisering..... 28
Resortifiering 30
Delaktighet 32

Glada barndrinkar på
Hotell Liseberg Heden.

Välkommen till vår föränderliga värld!

DEN 26 APRIL förra året stod jag vid utgångsgrinden till vår nya berg- och dalbana Helix. Liseberg hade just öppnat för säsongen och nu satt de första riktiga gästerna i attraktionen. Inte tillverkare. Inte press. Inte styrelse. Riktiga gäster – de vars betyg verkligen spelar någon roll.

Så nervös jag var under de knappa två minuter som tåget var ute i banan. Så många tankar som hann flyga genom huvudet. Tänk om Helix inte är så bra som vi tycker? Tänk om de inte gillar den? Så rullade första tåget in på stationen igen. Byglarna gick upp och förbi mig i utgångsgrinden väller glada gäster. Eller euforiska är nog ett mer passande ord. De applåderar. Skrattar. Springer. Vill åka igen.

Där och då visste jag att vi hade lyckats.

HELIX VAR EN investering på 250 miljoner kronor. Ett jättebygge där den senaste tekniken möter natur och industriell tematisering i en helhetsupplevelse som överträffar det mesta. Och visst är jag stolt över Helix. Vansinnigt stolt.

Men faktum är att det finns en annan sak än själva berg- och dalbanan som jag är ännu mer stolt över, och det är att vi vågade satsa. För det är inte självklart, ens för en ekonomiskt solid verksamhet som Lisebergs, att ha mod att investera en kvarts miljard.

Det finns också andra saker som jag är glad över att vi vågat. Saker som våra gäster inte ser. Att vi vågat städa upp och skapa ordning och reda i de interna leden till exempel, så att vi i dag är på väg mot en organisation anpassad till vår samtid.

NÄR JAG SKRIVER det här är det mars 2015 och Liseberg har precis levererat sitt bästa bokslut någonsin. Men i sinnet är vi redan på 2016. Och 2017. Och 2021.

Det är den här verksamhetens baksida – vi kan aldrig riktigt luta oss tillbaka. För vår omvärld förändras. Ständigt och snabbt. Nya trender föds och öppnar ständiga möjligheter likväl som det ställer nya krav.

Årets verksamhetspresentation ägnar vi åt just trender. På sidan 19–33 presenterar vi sju trender och hur dessa trender kan ta sig uttryck.

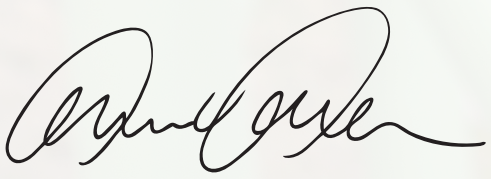
ATT FÖRÄNDRAS KRÄVER mod. Det kräver att man vågar kliva utanför det som är bekvämt och vågar tänka nytt. Det gör vi på Liseberg.

Och det är väl det som gör mig allra mest stolt, att Lisebergs medarbetare visat sig vara förändringsbenägna och att de tar ansvar, inte bara för affären här och nu utan också för den affär som vi lämnar över till våra efterträdare.

Jag tycker att det är precis vad Göteborg behöver just nu. Människor och verksamheter som vågar möta framtiden, som vågar satsa och som vågar tänka långsiktigt.

Välkommen till vår föränderliga värld!

ANDREAS ANDERSEN
vd Liseberg



Detta är Liseberg

LISEBERG AB DRIVER nöjesparken Liseberg, mitt i centrala Göteborg. Nöjesparken invigdes i samband med Göteborgs Jubileumsutställning 1923 och har varit i stadens ägo sedan dess. I dag har nöjesparken 41 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 FRÅN 2015 tre säsonger: sommarsäsongen som pågår från slutet av april till mitten av oktober, halloweensäsongen då parken håller öppet under 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 känner stolthet över att det finns 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 såsom *Helix*, *Balder*, *AtmosFear* och *Mechanica*.

LISEBERG ÄR OCKSÅ en stor konsertarrangör, och under sommaren bjuds det dagligen på alltifrån smal jazz 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 trädgårdar, som gjorda för picknick. Tillsammans med det breda utbudet av underhållning, mysiga kaféer och högklassiga restauranger skapas en miljö som gör att även de gäster som väljer bort fartfyllda åkturer njuter av Liseberg.

NÄR LISEBERG I ÅR öppnar för halloween är allt det gröna och vackra som bortblåst. En höststorm har dragit fram över parken och lämnar ett omkullvält och tilltufsat Liseberg efter sig. På dagen fylls den höstruskiga parken av snälla häxor och godis, men när mörkret faller sprider vålnader och ljusskygga karaktärer fasa bland besökarna.

Inför Jul på Liseberg byter parken skepnad igen och förvandlas till en magisk vintervärld där miljontals juleljus tänds i träden och marknadsbodarna slår upp sina luckor.

Liseberg säljer visserligen åkturer, spel och spunnet socker. Men det gästerna köper är något helt annat. De köper upplevelser, minnen och tid tillsammans med sina nära och kära.

Lyseberg

Det strategiska ramverket

Mission

Liseberg är Göteborgs hjärta.

Vårt arv och ursprung finns i den svenska folkparks-traditionen 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

Liseberg ska vara den mest älskade mötesplatsen i Göteborg och det mest efterlängtade 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.

– här finns Lisebergs själ

Affärsidé

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.

Mål

Liseberg målsätter verksamheten utifrån fem perspektiv: gäster, medarbetare, varumärke, hållbarhet och ekonomi. Lisebergs mål är att ...

...vara Göteborgs mest älskade mötesplats, generation efter generation

...vara en av Sveriges bästa arbetsplatser

...vara stadens stolthet som stärker Göteborg

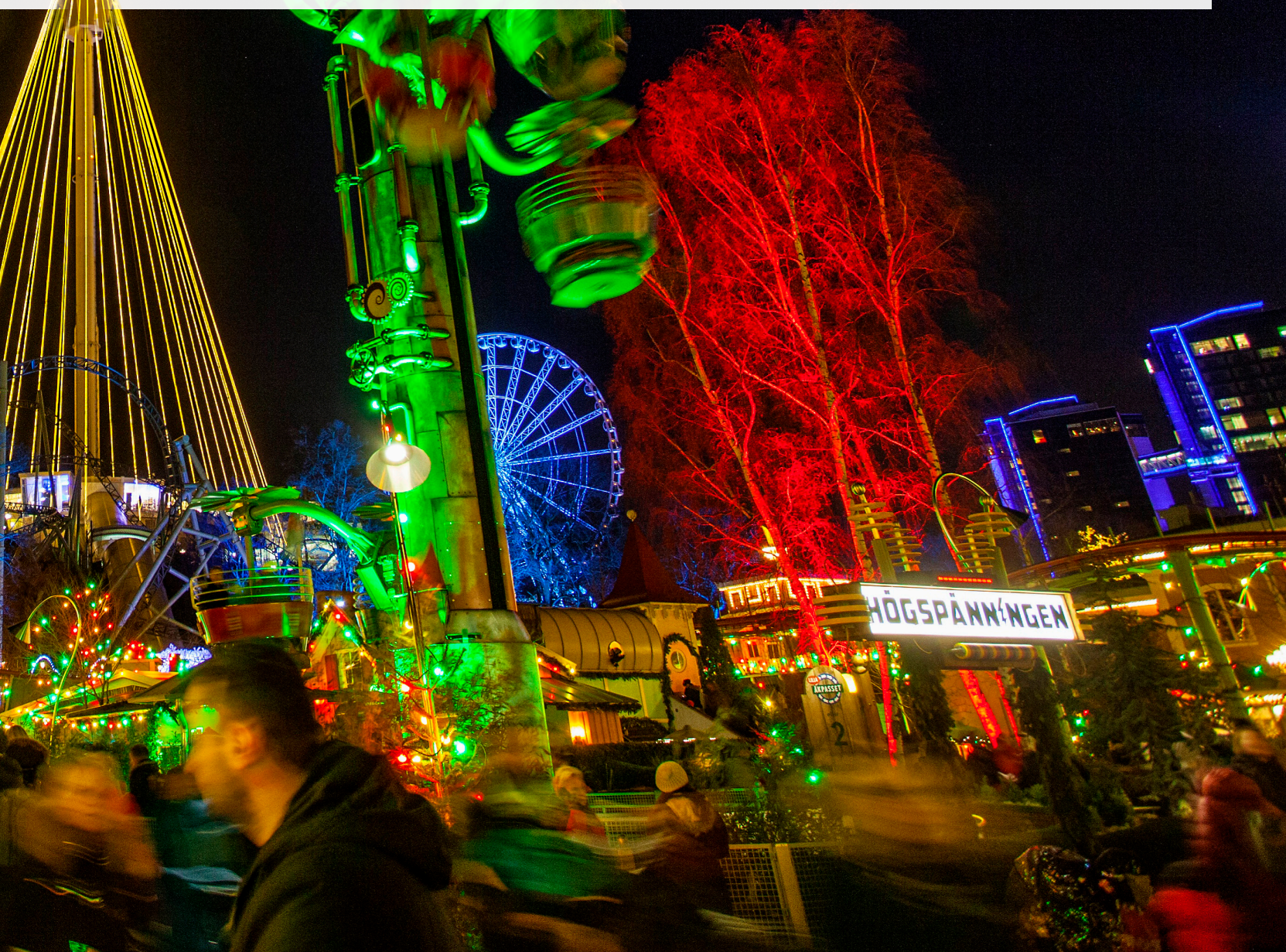
...förvalta Liseberg med långsiktighet, eftersom vi har Liseberg till låns av kommande generationer

...vara ett starkt företag som växer och förnyas

Värdeord

Lisebergs värdeord beskriver vad som ska forma verksamhetens kultur. Samma kultur som är bärande i relationen till kollegor och medarbetare ska bygga relationen till gästerna. Lisebergs fem värdeord är:

Säkerhet
Omtanke
Kvalitet
Glädje
Kreativitet



Liseberg har glatt generationer

1923 Den 11 juli 1923 gästas Liseberg av den första av många storstjärnor. Det är fysikern Albert Einstein som besöker Göteborg för att föreläsa om relativitetsteorin. Föredraget heter ”Über Grundlagen und Probleme der Relativitäts-theorie” och är en del av det skandinaviska naturforskarmötet. Längst fram i kongresshallen sitter Sveriges kung Gustav V.

1936 Lisebergs-badet in-vigs den 13 augusti 1936. Badet är hypermodernt – bland finesserna märks undervattensbelysning och konstgjorda vågor. Hopptornet har avsatser för både fem och tio meter.

1951 Inför säsongen får södra entrén ett rejält ansiktslyft. Tidigare bestod den av en anspråkslös port i planket och fungerade mest som utgång. Nu blir den mycket mer dekorativ och utrustad med vändkors. Entrébyggnaden ritas av arkitekten Axel Jonson, som ligger bakom många klassiska Lisebergsbyggnader.

1940 Fasaden mot Örgryte-vägen byggs om. Mest utmärkande är den nya entrébyggnaden, som till skillnad från sin föregång-are har två torn i stället för ett. Längs fasaden, som sträcker sig från Huvud-entrén till den nyöppnade Rotundan (som heter Rondo i dag) finns Lisebergs för-sta pariserhjul. I mitten på bilden syns Lisebergsfyren som står på berget.

1965 Flygande elefanter, eller Jumbo som den egentligen heter, har premiär. Den köps från världsutställningen i Tokyo. Till skillnad från dagens Flygande elefanter har 60-talsvarianten plats för betydligt fler passagerare. Här får en hel familj plats i en och samma elefant.

1977 På avslutningsdagen fylls hela FlumeRide-banan med lödder. Det är nollning på Chalmers och ett antal studenter får för sig att hälla schampo och tvättmedel i vattnet. Doseringen är på tok för stor och hela attraktionen skummar över.
– Rena turen att ingen blev skadad, säger polisen.

1986 Bengtas Café, som funnits på Liseberg sedan 1924, stängs för gott den 8 augusti. Under september rivs byggnaden för att ge plats åt Lisebergbanans stationsbyggnad och Järnvägsrestaurangen som har premiär 1987.

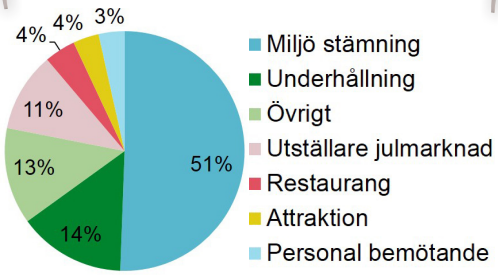
1997 På våren 1997 har HangOver äntligen premiär. På grund av tekniska problem stod attraktionen still under sitt första år, men efter en total ombyggnad under vintern 1996/1997 kör den sin första tur på pressvisningen 1997. Mottagandet blir överväldigande med överbetyg i alla tidningar, bland annat sex getingar i Expressen.

2002 Årets musikaliska höjdpunkt på Polketten är tveklöst framträdandet av Benny Anderssons orkester tillsammans med Helen Sjöholm, Kalle Moraeus och Tommy Körberg. Omkring 4 500 personer trängs, trivs och dras med i stämningen som musikanterna skapar.

2011
För första gången någonsin håller Liseberg stängt på grund av oväder. I samråd med Räddningstjänsten tas beslut om att stänga parken söndagen den 27 november, på grund av klass 2-varningen över Göteborg.

Gästerna kommenterar

Vi frågar gästerna: Vad var bäst med ditt besök?



STATISTIK: 95 procent. Så stor andel av gästerna ger Liseberg en fyra eller femma i betyg på en femgradig skala. Under samma period förra året var andelen 93 procent.

VI KAN BLI ÄNNU BÄTTRE!

"Efter att ha köat för Helix (som har en fantastiskt designad kö) framstod köerna för Balder och Kanonen som rätt tråkiga. Ni borde lägga lite pengar på att fräscha upp dom lite och ge dom en design."

"Tillgängligheten för rullstolsburna upp till attraktionerna på höjden måste förbättras. Jag är stark och orkar putta upp en rullstol men frugan hade avlidit på halva vägen."

"Jag tycker det vore bra om det fanns fler lyckohjul för barn där man kan vinna annat än choklad och godis."

"Skulle vara bra om banden började spela klockan 17.00 eller 18.00 på Polketten istället för 19.00. Tror det är många i min ålder som uppskattar att komma ut och dansa tidigt."

"Gör något åt köerna! Vi började att köa in på Liseberg redan vid klockan elva och sedan var allt en enda kö. Vi snittade en attraktion per timme. Då är åkband inte värt att köpa tyvärr!"

Från Twitter:

Markus Nyberg
@arkusM 26 sep
Stort grattis @Liseberg - Helix bästa nya åkattraktionen i Europa! http://m.gp.se/nyheter/goteborg/1.2500943-helix-bast-i-europa …

Johan Spånbo
@JohanSpanbo 22 jul
Tillbaka på den bästa #Rollercoaster jag någonsin åkt. #Helix på #Liseberg

Hasse Brontén
@hassebronten 18 jul
Helix på Liseberg tog mig med storm! Lätt bästa berg- ochdalbanan jag åkt! Skön adrenalinkick. Vill gärna få tillbaka lite inför kvällens gig

Peggy Johansson
Snödrottningen var kanonbra! Stort Tack!
/ / / / / /
Mia Gustafsson Tycker det är kanon för alla de unga som inte har möjlighet att få gå på större konserter att de kan få njuta av sin musik och sina idoler på Sitt Liseberg!!
/ / / / / /
Andreas Lindholm En av dom bästa konserterna på Liseberg jag varit med om. All creed till Liseberg som fixade detta, och så klart till Snoop som var lika grym som vanligt!

Lotta på Liseberg är helt klart det bästa på hela sommaren. Ett helt underbart program.

Karlen Larsson

GT

HELIX

VAD: Lisebergs största attraktionssatsning någonsin – Helix hade smygpremiär under onsdagen. En bergochdalbana som bland annat lockat 110 entusiaster från hela världen – bara för den jungfrufärden.
VARNING: Gillar du att stå på säker mark – och med fötterna ner och huvudet upp – är detta inget för dig. Och om du uppskattar hastighetsbegränsningar bör du kanske också ägna dig åt en annan karusell.

Låna ljudböcker i mobilen
mer bloggar >>

Nyheter | Sport | Kultur & Nöje | Ekonomi | Konsument | Bostad

GÖTEBORG | VÄSTSVERIGE | SVERIGE | VÄRLDEN | LEDARE | DEBATT

Göteborg | Göteborg nu och då

2014 rekordår för Liseberg

GT

Start | Nöje | Sport | TV

Grattis Liseberg, kolla in nya miljardrekordet

Grattis Liseberg! Klockan 15.20 på onsdagen slog nöjesparken omsättningsrekord.
Hittills i år har det sockervaddsdoftande karusellkomplexet haft en

GP

Drömmer du om en ny bostad?
Direkt till vår Bostads-sajt

Nyheter | Sport | Kultur & Nöje | Ekonomi | Konsument | Bostad

GÖTEBORG | VÄSTSVERIGE | SVERIGE | VÄRLDEN | LEDARE | DEBATT

Göteborg nu och då

Helix | Liseberg

Berg- och dalbana

Publicerad 23 april 2014 | Uppdaterad 24 april 2014

HELIX

Helix
Liseberg
Bäst: FARTEN och FLOWET
Sämst: För lite air-time

om Helix: Det var ett skön flow i hela banan,
sköna, bra att det bara var en grej att dra
sig fastspänd

Hej Liseberg!
På vår förskola jobbar vi med "vår stad" som projekt. Vi tycker det är spännande med Liseberg och Helix så vi har byggt det i olika material.

Vi har byggt olika saker som redan finns på Liseberg men också saker som vi tycker borde finnas där.

De idéer som vi har byggt och som ni kanske kan bygga är glitterstenar, stockar som kan flyta så att det känns som att man är under vatten, ett stort träd, en flagga, en katapultgunga, en rutschkana, ett bad, gungbräda och bollar som studsar runt.

Hälsningar "gula gruppen" (4-5-åringar) på Kompassens förskola i Mölndal

Tack mitt hjärtas mysställe!
Och tack för att ni alla arbetar TILLSAMMANS för vår skull och gör Liseberg så FRUKTANSVÄRT VACKERT!
Jag bara går och njuter hos er!

En speciell tanke till alla ungdomar som möter arbetslivet för första gången på Liseberg – det är inte alltid lätt – jag håller alla mina tummar för er inför 2015 KRAM!

SVERIGE

(Personalen på)
Liseberg
Box 5053
402 22 Göteborg

Gästerna kommenterar 2014 års nyheter
(Hämtat ur Lisebergs kvalitetsledningssystem)

Helix-kommentarer:

"Helix var det bästa! Man tröttnar aldrig på den, utan man är lika spänd även fast man åkt den flera gånger. Känslan när man kommer in i själva kön till Helix är så himla cool. Man känner att man befinner sig i filmen "The Hunger games". Helix – världens roligaste karusell."

"Helix var bäst utan tvekan! En riktigt rolig attraktion med otrolig spänning under hela åkturen. Det bästa var att den var så lång, snabb, svängig och hade alla dessa loopar."

"Tack för Helix, Liseberg, den är det häftigaste jag någonsin varit med om!!!"

The Green Room-kommentarer:

"Besöket på The Green Room. Fantastiskt initiativ att öppna en helt vegetarisk restaurang som dessutom inte har tråkig och enformig mat, utan god, fräsch mat som känns nytänkande. Underbart!"

"Jag och min sambo är varken veganer, vegetarianer eller allergiska mot något, men vi tyckte att det var kul och förmodligen nyttigt att testa er vegetariska buffé.
Vi tog båda två rågade tallrikar med färgglad och aptitlig mat. Det var jättegott och vi blev ordentligt mätta. Snyggt med färgrik mat på färgglada tallrikar!
Ingen av oss saknade fisk, kött eller ost och båda tyckte att maten var jättegod och snyggt uppdukad."

"Besöket på Green Room gjorde att entréavgiften till själva parken kändes som en lyckad investering." Kul!

"Fantastiskt kul att det nu finns ett vegetariskt alternativ på Liseberg. Maten och personalen var dessutom av toppklass. Kunniga och trevliga. Utöver ovanstående är detta en viktig imagefråga för Liseberg där ni visar ansvar för miljön och att alla gäster är välkomna!"

”Liseberg tillför så mycket till staden”

Långsiktig ägare en nyckel till framgång

I snart 100 år har Göteborgs Stad ägt Liseberg. Kommunala nöjesparker växer inte på träd, och Liseberg är en udda fågel bland förvaltningar, stadsdelsnämnder och allmännyttiga bolag i det kommunala Göteborg. Ändå får frågan om en försäljning av Liseberg aldrig riktigt fäste.

I LISEBERGS STYRELSE finns representanter för båda de politiska blocken. Men några större motsättningar om hur Liseberg ska drivas ger sig inte till känna, när Lisebergs tidigare ordförande Pär-Ola Mannefred (M) och nya ordföranden Gunilla Carlsson (S) slår sig ner för ett samtal om fördelar och nackdelar med ett kommunalägt Liseberg.

Så, varför äger egentligen staden en nöjespark? Pär-Ola Mannefred menar att historien spelar stor roll:

– Att staden äger Liseberg är i allra högsta grad historiskt betingat. Parken byggdes av staden inför världsutställningen 1923 och blev sedan kvar i kommunal ägo, vilket i sig är anmärkningsvärt.

Gunilla Carlsson lyfter fram ett annat perspektiv:

– En stad vill bygga för att vara attraktiv. Attraktiv för turister som kommer på besök, attraktiv så att människor flyttar dit och attraktiv så att de som bor i staden stannar kvar. Där spelar Liseberg en viktig roll, säger hon.

ÅR 2015 HAR Göteborgs Stad drivit Liseberg i 92 år. Inte en enda gång har bolaget visat röda siffror. Tvärtom har Liseberg alltid finansierat sina egna investeringar med hjälp av det egna kassaflödet. Genom det årliga koncernbidraget har delar av bolagets vinst gått tillbaka till staden.

– Liseberg kostar inte göteborgarna en krona men har en stor betydelse för vad invånarna tycker om sin stad, säger Pär-Ola Mannefred.

Om Liseberg tillför mycket till Göteborg så råder också det omvända förhållandet. I kommunen har Liseberg något som är få andra nöjesparker förunnat – en ägare med långt perspektiv.

Där andra parker riskerar att dräneras på kapital för att ägarna har ett mer kortsiktig syn på sitt ägande har Liseberg i långsam takt kunnat bygga upp en solid verksamhet.

DET LÅNGSIKTIGA PERSPEKTIVET är något som både Gunilla Carlsson och Pär-Ola Mannefred återkommer till under samtalets gång.

– En långsiktig ägare gör att man orkar ta de tunga investeringarna i stället för att jaga vinst. Det handlar också om göteborgarnas förväntningar; de förväntar sig att Liseberg ska finnas där, generation efter generation. Långsiktigheten har blivit en del av varumärket, säger Gunilla Carlsson.

Men visst har det funnits en politisk diskussion och enskilda personer som drivit frågan om att sälja Liseberg. Men något större stöd har man aldrig lyckats samla och i dag råder närmast total enighet kring ägarfrågan.

– Liseberg tillför så mycket till staden: arbetstillfällen för ungdomar, mervärde för invånarna och inte minst turistekonomiska effekter för handel och boende. En annan ägare skulle kunna prioritera på ett annat sätt, och effekterna för staden skulle kanske inte bli desamma, säger Gunilla Carlsson.

Och det finns stora utmaningar med den nuvarande ägarformen. De ligger framför allt i jämförelsen med andra.

Eller snarare i vilka dessa andra ska vara. Ska Liseberg jämföras med andra kommunala verksamheter? Eller med andra nöjesparker?

– Lisebergs branschspecifika frågor går ibland emot hur en kommun normalt agerar. Ägarna måste ta ställning till om det är viktigast att utveckla verksamheten i bolaget eller om det är viktigast att det är rättvist mellan de olika kommunala delarna, säger Pär-Ola Mannefred.

DE SENASTE ÅREN har Göteborgs Stad tagit ett betydligt fastare grepp om sina kommunala bolag. Mutskandalerna och de oegentligheter som uppdagades några år tillbaka i tiden har satt sina spår.

En ny bolagsstruktur, omarbetning

Gunilla Carlsson (S)

Gör: Riksdagsledamot, vice ordförande i kulturutskottet. Tog över ordförandeklubban i Lisebergs styrelse i mars 2015.
Favoritplats på Liseberg: Mitt i publiken framför Stora Scenen. Eller i Balder.

Pär-Ola Mannefred (M)

Gör: Vd på fastighetsbolag, lämnade ordförandeskapet i Lisebergs styrelse i mars 2015.
Favoritplats på Liseberg: Wärdshuset – fin miljö, trevlig personal och god mat.

av styrdokument och ökad intern kontroll är några av initiativen som tagits för att skapa mer ordning och reda. Att det är ordning och reda välkomnas av Lisebergs ordförandeduo. Men det finns också en liten farhåga om att den kommunala styrningen ska bli för hård.

– Det man kan sakna ibland är glädjen och stoltheten över att äga Liseberg. Istället finns en ängslan över om man gör rätt. Lisebergs verksamhet sticker ut, den kommer alltid att göra det, och det skaver lite, säger Pär-Ola Mannefred och fortsätter:

– Lisebergs mångåriga ordförande Göran Johansson sa ofta: ”Förstör inte Liseberg med allt det där kommunala”.

”Liseberg kostar inte göteborgarna en krona men har en stor betydelse för vad invånarna tycker om sin stad”

Och det ligger något i det. Så länge bolaget är ordentligt skött och det följer sitt ägardirektiv så tycker jag att det måste finnas ett visst mått av frihet.

PÅ FRÅGAN OM kommunen fortfarande äger Liseberg om tio år svävar både Gunilla Carlsson och Pär-Ola Mannefred lite på målet.

– Spontant är det ingen kommunal uppgift att driva nöjespark. Nu när Liseberg står inför stora investeringar bör ägaren fundera över vilket ansvar och vilken risk man är beredd att ta. Kanske behöver man diskutera alternativa former för hur Liseberg ska utvecklas, säger Pär-Ola Mannefred.

– Jag tror ju att Liseberg är i stadens ägo även om tio år. Det kanske är önsketänkande, men jag tror att kommunen, genom att ha ett mer mångfacetterat ägande, kan fortsätta driva Liseberg, säger Gunilla Carlsson.

Med 3 miljoner gäster, 2500 medarbetare och över en miljard kronor i omsättning varje år ställs höga krav på hur Liseberg bedriver sin verksamhet.

Det handlar om att ta ansvar. För världen vi lever i i dag och för världen som våra barn och barnbarn ska leva i.

Därför balanseras Lisebergs lönsamhet mot vår historia, vårt kulturella arv och vår påverkan på miljön omkring oss. Här presenteras ett axplock av de insatser bolaget just nu är engagerade i.

Ett hållbart Liseberg nu och i framtiden

Jobbswinget: Liseberg är en arbetsplats för alla

Liseberg strävar efter att vara en av Sveriges bästa arbetsplatser. Och inte bara det, företaget vill vara en arbetsplats för alla.

Tack vare projektet Jobbswinget når man nu ut till en helt ny grupp arbetssökande – unga med funktionshinder.

Arbetsförmedlingen

Jobbswinget på Liseberg lyfte Cim

Projektet Jobbswinget, ett unikt samarbete mellan Liseberg och Arbetsförmedlingen, inleddes 2013. Syftet är att få fler unga med funktionsnedsättning i arbete.

Initiativet till Jobbswinget togs av SIUS-konsulenten Maja Eek på Arbetsförmedlingen Centrum och hennes kollegor som arbetar med Unga-F, alltså unga funktionsnedsatta.

2014 deltog tolv ungdomar i projektet. Inför 2015 siktar Liseberg på att dubbla antalet. En av dem som deltog i projektet 2014 var Cim Sigbro, som varit sjukskriven i åtta år. Nu kollar hon biljetter och kör attraktioner som JukeBox, Hissningen och Radiobilarna. Och inför säsongen 2015 är hon en av tre Jobbswingare som erbjudits en vanlig säsongsanställning.

– När jag fick beskedet att jag fått jobbet studsade jag runt i min lägenhet och skrek. Sedan ringde jag min bästa vän och syster. Efter det ringde jag mina föräldrar och bad dem att sitta ned, berättar Cim Sigbro i en intervju på Arbetsförmedlingens webbsida.

Underhållning görs tillgänglig för fler

Varje säsong syn- och teckenspråkstolkas ett antal musik- och teaterföreställningar på Liseberg.
Under sommaren 2014 syntolkades Lotta på Liseberg, Carl-Einar Häckners Varieté och familjeföreställningen Knaprigt värre på Kvarnteatern. Teckenpråkstolkning gavs på Knaprigt värre och Kramsnö på Kvarnteatern.

Stor utbildningsinsats under 2015

Under februari 2015 gick samtliga årsanställda inom Liseberg AB en utbildning inom hållbarhet. Dessutom genomfördes en workshop på temat ”Ett hållbart Liseberg 2023”, där många goda idéer om Lisebergs fortsatta hållbarhetsarbete kom fram.

Gästservice öppnar nytt servicerum

Inför Lisebergspremiären 2015 öppnar det nya servicerummet på Gästservice mitt i nöjesparken.

Här finns ett handikappanpassat toalettrum utrustat med brits för blöjbyten och lift för att underlätta förflyttning. Allt för att göra Liseberg tillgängligt för fler.

*Nyfiken på vad Liseberg gör inom området hållbarhet? På **liseberg.se/vartansvar** kan du läsa mer.*

Visste du att karusellerna drivs av vinden?

I februari 2009 köpte Liseberg ett av vindkraftverken i Ventosumparken utanför Falkenberg. Sedan den dagen drivs hela Liseberg av enbart el från förnyelsebara energikällor. Lisebergs egna vindkraftverk producerar cirka 1 100 megawatt-timmar om året, vilket motsvarar cirka fem procent av Lisebergs totala energibehov. Resterande 95 procent köps in.

Grön världsnyhet gör gott

Lisebergs nya restaurang The Green Room är nöjesparksvärldens första som är helvegetarisk. Majs- och paprikaplättar, filodegsrullar med sojafärs och, under Jul på Liseberg, ett helvegetariskt julbord stod på menyn under 2014.

Miljö

Bevara den gröna parken

För att säkra det gröna Liseberg även i framtiden när parken växer och förtätas har Liseberg en princip: För varje träd som tas ner i parken ska två nya planteras. Kanske inte på exakt samma ställe, men någonstans i parken planteras två träd, till minne av det som tagits ner.

Miljöcertifierat

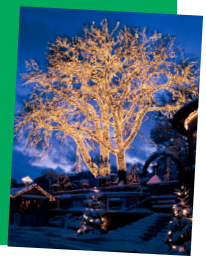
Hela Liseberg är miljöcertifierat enligt Svensk Miljödatabas.

Hållbart fiske i hamnen

På Skeppsmagasinet i Lisebergs hamnområde är fish and chips en storsäljare. Och restauranggästerna kan äta med gott samvete. All fisk på menyn är MSC-märkt – vilket är en garant för välskött och uthålligt fiske.

Energibesparande insatser

Liseberg byter successivt ut glödlampor mot LED-ljus i hela parken. Med den nya, modernare typen av LED-lampor drar till exempel ett stort ljusklätt träd som är tänt under Jul på Liseberg inte mer el per timme än en vanlig vattenkokare.



Vårt hjärta klappar för Göteborgs unga

Liseberg har valt att rikta sina stödinsatser mot stadens barn och unga, som utan Lisebergs bidrag inte skulle ha möjlighet att besöka nöjesparken. Skälen till varför är många.

Kanske är det sjukdom som gör det svårt att orka, kanske är det föräldrarnas ekonomi som säger stopp.

Lisebergskaninerna hälsar på barn och vuxna på Drottnings Silvias barn- och ungdomssjukhus flera gånger om året.

För att nå dessa barn och unga samarbetar Liseberg med ett antal lokalt förankrade organisationer.

Ett unikt samarbete är det som genomförs tillsammans med socialnämnderna i Göteborgs Stad. Barnfamiljer, där föräldrarna lever på långvarigt försörjningsstöd, får via sin socialsekreterare ett Lisebergspaket med entrébiljetter och åkpass för hela familjen. Syftet? Att ge familjen möjlighet att göra något tillsammans under barnens sommarlov.

Karin Sandström är socionom inom Göteborgs Stad och en av dem som har fått överraska familjerna med paket.

– Ofta reagerar familjerna med förvåning. Vem vill ge oss? Vem vill satsa på oss? är en vanlig reaktion, säger hon.

Lisebergs samarbetsorganisationer 2015
- Socialnämnderna inom Göteborgs Stad
- Särskolorna i Göteborgsregionen
- Insamlingsstiftelsen för Drottning Silvias barn- och ungdomssjukhus
- Bris Väst
- Göteborgs Räddningsmission
- Förskolornas och skolornas vårstädning
- Världsnaturfonden
- Medborgarskapsceremonin
- Gunnilse IS

2013 delades 11 500 paket ut. Under 2014 utökades antalet till 13 000. Att ge barnen chans att göra något på sommarlovet är en viktig aspekt som Karin Sandström lyfter fram.

– Gåvan kan vara skillnaden för om ett barn ska ha någonting att berätta i skolan när sommarlovet är slut.

En annan är integrationsaspekten.

– Det handlar om en socialt utsatt grupp som inte har tillgång till staden på samma sätt som andra göteborgare. Vid ett Lisebergsbesök får de vara med på en arena och känna att de är en del av något. Att satsa på de socialt utsatta är också ett sätt att motverka segregation. Det kan öppna dörrar för barnen i framtiden, säger Karin Sandström.

Göteborgs Räddningsmission ny samarbetspartner för Liseberg

Göteborgs Räddningsmission jobbar mot förhållanden som leder till utsatthet och utanförskap. Liseberg stödjer organisationen genom att skänka entrébiljetter och åkpass som Göteborgs Räddningsmission sin tur delar ut till barn och ungdomar som de möter i sitt arbete.

Under Jul på Liseberg var Räddningsmissionen engagerade i parken dels genom utformningen av en modern version av julkrubban, dels genom butik och soppkök på Polketten där Liseberg skänkte fem kronor per portion soppa till verksamheten. Lisebergs anställda kan på arbetstid volontärarbeta på Räddningsmissionens frukostkafé, som riktar sig till personer som lider av missbruksproblem, psykisk ohälsa eller socialt utanförskap.

Egen dag för särskolorna ger fler möjlighet till Lisebergsbesök

En eftermiddag om året, vanligen en fredag i september, bjuder Liseberg in särskolorna i Göteborgsområdet till Särskolans dag. Eleverna får under några timmar ha parken för sig själva. 2014 deltog 1 314 barn och ledsagare i evenemanget.

Men även under ordinarie öppettid arbetar Liseberg för att underlätta för funktionsnedsatta att besöka parken.

Om funktionshindret gör att gästen inte kan tillgodogöra sig en väsentlig del av utbudet bjuder Liseberg på entrén. Och om funktionshindret gör att gästen måste ha ledsagare med sig bjuds ledsagaren på fri entré och ett så kallat ledsagaråkpass. Under 2014 delades 26 700 entréer och 16 000 ledsagaråkpass ut.

Sju trender

– och hur de tar sig uttryck

Hur kommer framtidens nöjesparker att se ut? Vad vill gästerna ha och vad kommer att krävas för att locka dem tillbaka? Att verka i en bransch som befinner sig i konstant förändring kräver inte bara en organisation som snabbt kan ställa om. Det kräver också att organisationen ständigt har ett finger i luften för att känna åt vilket håll förändringens vindar blåser.

Det här avsnittet handlar om sju av dagens tydligaste branschtrender och om hur dessa trender hittills har tagit sig uttryck på Liseberg.

Digitalisering
Hållbarhet
Destinationsutveckling
Internationalisering
Temätisering
Resortifiering
Delaktighet

Trend 1 DIGITALISERING

Helixappen har gjort kötiden till en upplevelse

Liseberg är i första hand en analog upplevelse. Som gäst kommer man hit för att åka berg- och dalbana, känna kittlingarna i magen, smaka på iskall glass, lyssna på levande musik och känna doften av en prunkande trädgård. Men i en alltmer digitaliserad värld ställs nya krav på upplevelsen, och att gästen accepterar att köa i en timme för 150 sekunders ohämmad glädje är inte längre självklart. Med Helixappen som lanserades 2014 tog Liseberg klivet till den globala framkanten när det gäller att skapa digitala upplevelser för gästen. Och det var bara början på en lång och spännande resa.

Robert Arvidsson är marknadschefen som tillsammans med kollegorna på marknadsavdelningen klurar på nya digitala lösningar.

”MED EN TUNG investering som Helix ville Liseberg ta ett tydligt grepp i ungdomssegmentet, som i vår värld betyder 13–24-åringarna.

Men när man sätter upp en så stor maskin som Helix på berget vet man samtidigt att det kommer att skapa köer.

Ungdomar är också väldigt svårflörtade. De har helt andra digitala referensramar, där spelkulturen är drivande. Med Helixappen slog vi ihop två världar, där vi försökte göra köupplevelsen till en spelupplevelse. Det påverkar så klart inte de faktiska köerna, men upplevelsen av köandet blir bättre.

Det ser vi i gästundersökningar, där gästnöjdheten inte har påverkats negativt trots att köerna blivit längre. Och appen blev en succé. Det är faktiskt så att antalet spelomgångar på Helixappen är fler än antalet åk i Helix.

HELIXAPPEN ÄR ETT lysande exempel på att en digitalisering kan förbättra upplevelsen. Både konceptet och lösningen har fått väldigt mycket uppmärksamhet, inte bara i vår egen bransch.

Att vinna priser och utmärkelser är aldrig ett mål i sig, men det är en bekräftelse på att vi går i rätt riktning och tänker rätt.

Nu gäller det att ta utvecklingen ett steg till. Just nu tittar vi på vad vi kan göra för att underlätta både före, under och efter gästens besök. Vi talar om en gästresa, helt enkelt. När vi ser att det finns detaljer där vi med hjälp av det digitala kan förstärka, förhöja eller förlänga upplevelsen för gästen – så ska vi göra det. Den digitala utvecklingen måste bli en naturlig del av allt vi gör.

Å ANDRA SIDAN måste vi ha en balans mellan digital innovation och det vi ska leverera varje dag: upplevelser och möten mellan människor. Vi vill inte ha tiotusen personer som står med ansiktet ner i sina smartphones under hela besöket på Liseberg. Det gäller också att vara ödmjuk, att studera beteenden och lyssna på gästens önskemål.

Vi har ett kulturarv att förvalta och det har vi gjort bra i 92 år. Men att förvalta ett kulturarv betyder inte att vi måste vara konservativa. Framtiden är redan här och Liseberg måste följa med i tiden.”

2 miljoner spel genomfördes i Helixappen

7,15 minuter var den genomsnittliga speltiden.

10 spel kommer Helix Game att bestå av 2015 när två nya spel läggs till de tidigare åtta.

Detta är Helixappen:

I Helixappen, som i App Store och Google Play heter Helix Game, tävlar man simultant mot de andra som står i Helixkön. Varje spelomgång består av fem minispel; totalt tar en omgång cirka en minut. Varje kvart vinner den som ligger högst på topplistan en ExpressPassbiljett.

I år finns det totalt tio olika minispel som varvas, så varje spelomgång kan se lite olika ut. Alla minispelen har koppling till olika element i Helix: Loading, Launch, Pretzel Loop, Zero-G-Roll, Air Time, S-turn, Heartline Roll och Brake.

Prisregn över Helix Game

Sedan lanseringen sommaren 2014 har Helix Game laddats ner 250 000 gånger och vunnit en rad nationella och internationella priser:

- Guld i Epica
- Vinst i Brass Ring Awards (Integrated Campaign)
- Brons i Eurobest
- Tre gånger Månadens utmärkelse i Resumé (digitalt, mobilt respektive direktmarknadsföring)
- Vinnare av tre priser, däribland diamantnyckeln, på Guldnyckelgalan 2015.
- Nominerad till Guldmobilen.

Robert Arvidsson

Gör: Marknadschef

Lisebergskarriär: Började som marknadschef på Liseberg våren 2014. Tidigare marknadschef på Team Sportia.

Bäst med mitt jobb: Sköna kollegor, glada gäster och professionella utmaningar!

8,6 miljoner besök har Lisebergs digitala plattformar under ett år.

Trend 2 HÅLLBARHET

Färre tunga transporter när elbil ersatte sopbil

För tio år sedan pratade få nöjesparker om hållbarhet. Men gästerna ställde krav, och i dag är hållbar utveckling en viktig konkurrensfördel för parkerna. På Liseberg är det medarbetarna som kommer med de flesta utvecklingsidéerna inom området.

Avfallshanteringen på Liseberg är ett sådant exempel. Under högsäsong gick tunga sopbilar i skytteltrafik genom parken för att tömma containrar och kärl, innan nästa dags gäster hängde på låset. Men det visade sig att det gick att hantera avfallet på ett smartare sätt. Andreas Bernmar är arbetsledare på Städ och Renhållning. Tack vare honom har de tunga transporterna i parken i dag nästan försvunnit.

”ALLTING BÖRJADE MED ett krav från Göteborgs Stad att vi skulle sortera ut mer matavfall. Vi började bakom kulisserna i våra restaurangkök. Men att sortera sopor är en sak, att ta hand om de olika fraktionerna är en annan. När vi började sortera insåg vi att det krävdes fler specialtransporter i parken för att ta hand om det vi sorterat ut.

Liseberg hanterade sitt avfall på ungefär samma sätt som ett hushåll gör. Skillnaden var bara att när det lilla hushållet tar sin källsortering och går till miljöstationen hade Liseberg en lastbil för varje avfallssort som körde in i parken och tömde. Varje dag rullade minst tre tunga sopbilar från Renova in genom grindarna, och ju mer vi sorterade desto sämre blev det rent transportmässigt.

DET VAR DÅ vi kom på lösningen att köra med egna elbilar. I dag sköter elbilarna nästan all sophämtning inne i parken. Avfallet transporteras till en stor miljöstation med komprimerande containrar. Där beställer vi tömning från Renova när det verkligen behövs. Vi äger vårt eget avfall!

I år satsar vi på att minska transporterna ännu mer genom att hitta ett bättre system för tömning av den stora miljöstationen – vi ska aldrig tömma halvfulla containrar. Vi utbildar också tolv säsongsanställda till specialister på avfall och sortering. De ska göra studiebesök på Renova. Tanken är att de ska bli riktiga ambassadörer bland våra andra anställda – och brinna för sopsortering.

MITT MÅL PÅ lång sikt är att det vi arbetar med på Städ & Renhållning ska påverka inköpsprocessen. För vad är vårt avfallsberg byggt av? Jo, av saker som vi köper in. Om man tänker på avfallet redan när man handlar är chansen större att man ställer krav på till exempel förpackningens storlek.

Häromdagen fick jag ett samtal från lagret. De hade tre pallar gamla skumtomtar och undrade var de skulle slängas. Att de frågar gör mig glad. Det visar att det finns ett intresse för att hantera avfall rätt.”

8 personer arbetar varje dag med avfallshantering när nöjesparken är öppen.

400 papperskorgar finns enbart inne i nöjesparken.

10 procent av Lisebergs totala avfallsvolym utgörs av matavfall.

Avfall i 50 fraktioner

Liseberg sorterar i dag ut avfall i mer än 50 fraktioner på miljöstationerna runt om i bolaget.

Exempel på sådant som sorteras ut är brännbart avfall – glas, metall, kontorspapper, batterier och färg. Fyra fordon, tre elbilar och en gasbil sköter hämtning och transport till den stora miljöstationen.

Pantar till förmån för Bris

I nöjesparken finns fem pantstationer som tar emot petflaskor och returglas. Pengarna från panten går oavkortat till Bris.

Lisebergs hållbarhetsarbete på webben

På liseberg.se/vartansvar presenterar Liseberg vad som händer på bolaget inom hållbarhetsområdet.

Här finns alla stödinsatser som görs under året presenterade och här kan besökarna få tips om hur ett hållbart besök i nöjesparken kan se ut.

Andreas Bernmar

Gör: Arbetsledare på Städ & Renhållning.

Lisebergskarriär: Började som säsongsanställd på parkvård. ”Jag är lite som en öststat. Jag har tillhört olika avdelningar men har egentligen gjort samma sak sedan jag började för 14 år sedan.”

Bäst med mitt jobb: Att det finns så mycket att utveckla. Och att jobbet ger en möjlighet att hjälpa andra.

160 gasbilar kan drivas av de 180 ton matavfall som Liseberg sorterar ut varje år.

Trend 3 DESTINATIONSUTVECKLING

Paketlösningar och exklusivitet ska locka fler turister

Med Helix Prio erbjöds alla gäster på Lisebergs boendeanläggningar förtur till den nya stora attraktionssatsningen Helix. En timme innan parken öppnade för andra gäster fick de komma in och åka Helix – en eftertraktad möjlighet eftersom kön under ordinarie öppettid sällan var kortare än 45 minuter. Nu tar Liseberg nästa steg. Tillsammans med 17 Göteborgshotell ger man under 2015 tillresande gäster tillgång till nöjesparken en och en halv timme innan övriga gäster. Syftet? Att öka antalet hotellövernattningar och ytterligare stärka Göteborgs ställning som turistdestination.

Ann-Catrine Boldyn är ansvarig för att sy ihop paketet som ger gästerna exklusiv tillgång till nöjesparken.

”LISEBERG PRIO FÖDDES ur vår satsning Helix Prio, som var en stor succé. Flera hotell hörde av sig och ville kunna erbjuda sina gäster samma erbjudande, så då insåg vi att här fanns en stor möjlighet.

Resultatet är Liseberg Prio. Paketet gör att flera hotell i Göteborg nu kan erbjuda sina gäster en möjlighet att komma in i parken en och en halv timme innan ordinarie öppning.

Vi ser flera fördelar med det här sättet att arbeta. Vi får in ett par tusen gäster i parken redan tidigt på morgonen, vilket gör att vi får ett bättre flöde i parken och att köerna kring den ordinarie öppningen minskar. Dessutomhar det visat sig att gäster som kommer tidigt stannar längre i parken, vilket givetvis är bra för försäljningen.

FÖR HOTELLEN INNEBÄR det att man får i väg sina gäster lite tidigare, vilket är bra både för frukostpersonal och städpersonal. Dessutom är förhoppningen att hotellen marknadsför detta så bra att vi lockar fler turister till Göteborg, att man väljer Göteborg framför andra destinationer. Det blir en vinn-vinn-situation helt enkelt. Liseberg, gästen, hotellen, staden – alla vinner på Liseberg Prio.

DET HÄR ÄR än så länge ett ganska osvenskt sätt att arbeta; mig veterligen finns det ingen annan aktör i branschen som erbjuder liknande produkter. Vi har snarare sneglat mot andra europeiska parker när vi utvecklat konceptet, men jag är säker på att arbetssättet kommer att utvecklas enormt framöver.

Det kommer att bli väldigt viktigt för Göteborg som destination att i framtiden ha helhetslösningar som lockar turister, och där har Liseberg ett jättestort ansvar. Därför kommer vi att jobba ännu mer med de här frågorna. Smidiga paketlösningar blir alltmer efterfrågat och jag tror att detta kan bli riktigt, riktigt bra.”

16 hotell i Göteborg med omnejd har valt att satsa på Liseberg Prio 2015.

27 872 åk har gjorts i Helix med Helix Prio 2014.

18 attraktioner kommer att hålla öppet för Priogäster.

Detta är Liseberg Prio

Liseberg Prio gäller under Lisebergs högsäsong, det vill säga vecka 26–33. Då slår parken upp portarna 09:30 för Priogäster. Helix får i år sällskap av ytterligare 17 öppna attraktioner, bland annat AtmosFear, Uppswinget och hela Kaninlandet. Dessutom kommer utvalda matställen, kiosker och lyckohjul att vara öppna.

ExpressPass förhöjer åkupplevelsen

Som ytterligare ett led i Lisebergs arbete med att förbättra åkupplevelserna i parken erbjuds ett så kallat ExpressPass via liseberg.se. Den som förköper ett Allt-i-Ett-paket (entré + åkpass) via webben får ett ExpressPass på köpet. Gästen kan då använda expressingången vid tre av Lisebergs största attraktioner:

Passet gäller en åktur per vald attraktion och gästen kan välja mellan AtmosFear, Balder, FlumeRide, Helix, Kanonen, Kållerado, Lisebergbanan och Mechanica.

Liseberg är motorn i Göteborgs turistnäring

Begreppet destinationsutveckling är inte nytt, men har tidigare i större utsträckning varit en fråga för varje enskild turistattraktion, som till exempel Liseberg.

Handelns utredningsinstitut förespråkar dock ett helhetsperspektiv i allt arbete med destinationsutveckling. Med andra ord: Mår staden bra, mår Liseberg bra – och tvärtom.

Ann-Catrine Boldyn

Gör: Chef företagsförsäljning

Lisebergskarriär: Började 2009 som försäljningschef. Har lett projektet med att göra Lisebergskortet personligt och har också varit med och utvecklat det nya e-handelssystemet. Är sedan 2014 chef för företagsförsäljning.

Bäst med mitt jobb: Variationen på arbetsuppgifterna. Och glädjen i gästernas ögon.

1,5 timme före övriga gäster släpps Liseberg Prio-gästerna in i parken.

Trend 4 INTERNATIONALISERING

Dags att ta steget mot en internationell marknad

Tidigare var nöjesparker i Stockholm, Skara och möjligen Köpenhamn Lisebergs största konkurrenter. I dag vänds blickarna i lika hög grad mot Disneyland i Paris och Universal Studios i Orlando. I en allt mindre värld räcker det inte längre att vara kung på sin egen gård. Vi måste ut och ta striden på de stora arenorna och locka folk från hela världen.

2015 blir året då hela nöjesparksvärldens blickar kommer att riktas mot Göteborg och Liseberg när mässan European Attraction Show kommer till Sverige för första gången. Karen Staley är vice vd för IAAPA Europa och mässansvarig.

”VÅR BRANSCH BEFINNER sig i ständig förändring och alla aktörer sneglar mer och mer på varandra. Det alla rör sig mot i dag är att kunna erbjuda en totalupplevelse. Du ser det över hela världen. Man bygger inte bara en nöjespark utan man kompletterar med hotell, flera parker och shopping.

Men jag känner ändå att Europa fortfarande har en del att lära. Här tänker människor fortfarande inte tillräckligt internationellt. Titta på Efteling, som har 4 miljoner gäster. Runt 70 procent av dem kommer från Nederländerna. För att ta nästa steg måste verksamheten bli internationell och erbjuda något till dem som kommer från utlandet. Det är nödvändigt i dag, om man vill växa och utvecklas.

MED DET SAGT så tycker jag att Liseberg gör mycket rätt. De senaste fem åren har det skett en snabb förflyttning mot att bli en internationell angelägenhet. Men det är fortfarande en lång väg att vandra och känslan av lokal park är fortfarande stark. Om Göteborg och Liseberg vill bli en internationell destination måste man investera stort, och det känns som att det är på gång.

Första steget blir European Attraction Show i höst. Över tiotusen besökare från över hundra länder kommer till Göteborg; många av dem lär besöka staden och Liseberg för första gången och kommer förhoppningsvis tillbaka som turister.

Att mässan hamnade just här är för att man ansett att Göteborg och Liseberg är den perfekta platsen – det säger ändå något om Lisebergs ställning i världen i dag.

LISEBERG HAR DESSUTOM en enorm fördel tack vare sitt centrala läge. Det är bara 15 minuter till flygplatsen, ett par minuter till tågstationen och du kan promenera från nästan alla hotell i staden. Inte många parker i världen kan konkurrera med det.

Att ta de här stora stegen och kliva in på en större, internationell marknad är en process och den är utmanande.

Det finns så klart en romantik kring att det ska vara som det alltid har varit. Men det är som med vilken kärleksrelation som helst. Ibland måste man förnya och förändra och väcka nya lustar till liv.”

10 000 besökare väntas till Göteborg under European Attraction Show (EAS).

307 nöjesparker finns i Europa.

Europas största branschmässa till Göteborg

Den 6–8 oktober 2015 kommer European Attraction Show (EAS) till Sverige och Göteborg. Mässan är Europas största branschmässa för nöjesparker och attraktioner. Svenska Mässan tillsammans med Liseberg utgör det väl sammanhållna mässcentrat och bland utställarna finns stora och små tillverkare av åkattraktioner, spel och allt annat som hör en nöjespark till.

Många av tillverkarna har tidigare levererat till Liseberg, vilket ger dem en unik möjlighet att visa upp sina produkter på riktigt.

Så ser Europas nöjesparksindustri ut

Nöjesparksindustrin brukar delas in i fem olika kategorier: nöjesparker, vattenland, djurparker, vetenskapsmuseer och Family Entertainment Centers (FEC).

Totalt i Europa finns i dag över 2 100 anläggningar som tillsammans lockar sammanlagt 460 miljoner gäster varje år.

Karen Staley

Gör: Vice vd för IAAPA Europa (International Association of Amusement Parks and Attractions).

Bästa med mitt jobb: Att få åka runt och träffa alla medlemmar.

14 nöjesparker har Sverige (2012).

6 miljarder kronor investeras i Europas nöjesparker varje år.

Mechanica.

NÖJESPARKEN RYMMER FLER HISTORIER – HÄR ÄR NÅGRA:

Äventyrligt på Skeppsmagasinet

Restaurang Skeppsmagasinet i Lisebergs hamnområde bjuder gästerna på en enkelbiljett till New York och en portion äventyrslusta. Berättelsen handlar om Olof Axelsson, restaurangens fiktiva grundare.

Som äldsta son i en jordbruksfamilj förväntades han ta över familjegården. Men 16 år gammal vinner han en enkel biljett med Wilsonlinjen till New York. Olofs upplevelser och äventyr på andra sidan Atlanten präglar såväl meny som inredning på restaurangen.

Dinera med stjärnorna på Stjärnornas Krog

När Lisebergs mest anrika restaurang, gamla Huvudrestauranten från 1923, skulle få ny kostym var det en stjärnbeströdd sådan den ikläddes.

Restaurangen fick namnet Stjärnornas Krog och närheten till Stora Scenen satte tonen. Med inspiration från alla de fantastiska artister som uppträtt på Lisebergs scener kan man här avnjuta en räkmacka vid Håkan Hellström-bordet eller hugga in på en heavy metal-grillad hamburgare vid In Flames-bordet.

Annika Saunders-Wallin

Gör: Copywriter

Lisebergskarriär: Började som säsongsanställd inom restaurang. Har jobbat på nöjesbokning, teaterkassa och inom marknad.

Bästa med mitt jobb: Den kreativa processen och att kunna påverka med ord.

6 gondoler med vardera fem säten består Mechanica av. 30 personer kan därmed åka samtidigt och attraktionen har en kapacitet på 600 personer i timmen.

Trend 5 TEMATISERING

Mechanica – lika mycket story som stål

Tiden då det gick att ställa upp karuseller på en grusplan och kalla det för nöjespark är förbi.

I dag är nöjesparkerna totaltematiserade områden vars uttryck baseras på alltifrån länder till historiska händelser och filmkaraktärer. Bakgrundshistorien är ofta känd för gästerna sedan tidigare och tematiseringen blir ett återskapande av redan kända miljöer. För en park som Liseberg med rötter i folkpark och lustgård finns inget färdigskrivet manus.

Men det går att skapa grogrund för tematisering och konceptutveckling ändå. När Lisebergs senaste attraktion Mechanica öppnar är inramningen lika viktig som karusellen i sig.

Annika Saunders-Wallin är copywritern som skrivit historien om Mechanica.

”JAG TROR ATT storytelling ger ett mervärde som bidrar till en starkare upplevelse för gästerna. Utan sin historia skulle Mechanica vara en åktur i mängden. Det finns ju flera liknande attraktioner i världen – men storyn, tematiseringen och utsmyckningen särskiljer vår attraktion från de andra. Ingen av de andra attraktionerna där ute har samma historia som vår.

I Mechanica står smeden Jacob i centrum. Med sina kunskaper inom hantverk och alkemi bygger han en otrolig maskin som ska kunna ta tillvara den kemiska reaktion som sker i människokroppen när den upplever känslor som skräckblandad förtjusning. Jacob vill använda de där krafterna som släpps fria, för att på så sätt skapa evigt liv.

NÄR JAG SKRIVER om Jacob dyker jag ner i det förflutna. Jag besöker stadens museer, jag går till Stadsbiblioteket och lånar böcker och jag lyssnar på musik. Sakta men säkert skapar jag mig en bild av hur det var att leva under 1700-talets början – och Jacob, formad av sin tid, växer fram. Efter ett tag har jag skissat fram en siluett av vem han är, hur han ser ut, vilken hållning han har och vad han har gjort tidigare i sitt liv. Resultatet är ingen historielektion, och det jag skriver är inte fakta. Det vi presenterar är mer av en teaterscen som kittlar din fantasi.

Du kan åka Mechanica utan att lägga märke till bakgrundshistorien. Men om du lägger märke till den, så kommer den att förstärka upplevelsen och ditt minne av åkturen.

PÅ LISEBERGS RESTAURANGER har vi arbetat med storytelling under flera år när vi har byggt om och skapat nya restaurangmiljöer. Men de senaste åren har vi verkligen låtit historieberättandet få ta plats. Om jag förut fick sätta ord på en redan färdig miljö eller produkt, så kommer jag i dag in i processen mycket tidigare och kan vara med och påverka slutresultatet på ett helt annat sätt.

I ett större perspektiv handlar storytelling om att profilera Liseberg och att berika parken med karaktärer och historier. Att helt enkelt stärka våra unika värden.”

90 sekunder varar åkturen i Mechanica.

30 miljoner kronor kostar attraktionen att bygga.

140 centimeter lång måste man vara för att få åka Mechanica.

Trend 6 RESORTIFIERING

Nu ska gästerna äta, sova och andas Liseberg

Ett hotellrum kan vara just vad det låter som: Ett rum på ett hotell. Men det kan också vara så mycket mer – en upplevelse, ett äventyr, en del av något större. När allt fler parker och turistdestinationer i världen satsar på ett allt-i-ett-tänk, där boende, mat och nöjen paketeras och levereras som en helhetsupplevelse, skiftar konkurrensbilden. Gästernas referensramar ändras och förväntningarna och kraven på något mer än bara boende ökar.

Tina Resch är ansvarig för att gästerna på Lisebergsbyn och Hotell Liseberg Heden äter, sover och andas Liseberg under hela vistelsen.

”FÖRR VAR EN boendeanläggning bara fyra väggar och en säng. Det räcker inte längre. I dag kan man resa på internet och med det ökar medvetenheten och kraven hos våra gäster. Man söker en helhetsupplevelse helt enkelt. Och jag förstår det. Vi vill också ge våra gäster en upplevelse från början till slut, från incheckning till utcheckning.

I DAG KÄNNS DET som att våra gäster i första hand har ont om tid, inte pengar. Man jobbar hårt och när man väl är på semester vill man att allt ska gå så smidigt och friktionsfritt som möjligt.

Du checkar in på anläggningen och sedan förväntar du dig att Liseberg tar hand om dig till dess du checkar ut. Det gäller både det visuella i rummen och sådant som smidiga transporter till och från Liseberg.

TRENDEN MED RESORTIFIERING är stor i hela världen. Här i Sverige är vi ganska långt efter, men det räcker med att åka till Danmark eller Tyskland så ser det annorlunda ut. Där måste vi försöka jobba i kapp, annars finns risken att människor väljer andra resmål än Göteborg och Liseberg.

På Lisebergsbyn har vi jobbat hårt med de här frågorna de senaste åren. För det första har vi tematiserat mycket på vårt bed & breakfast. Du ska känna av Lisebergsatmosfären redan när du vaknar i sängen på morgonen. I år slår vi dessutom upp portarna till vår nya lekplats Lisebusbyn. Det är en minivariant av nöjesparkens Bushållplatsen och gör också att upplevelsen förlängs och förstärks. Lekplatsen blir en tydlig koppling till Liseberg och ett stort lyft för Lisebergsbyn.

I GRUND OCH botten handlar det om pengar. Vi skulle kunna gå hela vägen redan i morgon, men det fungerar inte så. Vi får ta det i etapper. Och just nu befinner vi oss i ett läge där vi fantiserar om och planerar för en expansion söder om Lisebergsparken.

Drömmen är givetvis att bygga ett nytt hotell där och ta resortifieringen hela vägen. Det är då vi kan gå från bra till bäst.”

390 bäddar erbjuds på Lisebergsbyn. Dessutom finns 159 husvagns- och husbilsplatser och 40 tältplatser.

44 rum renoverades under våren 2015 på Hotell Liseberg Heden. Samtidigt passade man på att tematisera interiören.

Lisebergsbyns bed & breakfast andas nöjespark

Lisebergsbyns Bed & Breakfast har 13 rum och är renoverade och tematiserade enligt olika Lisebergs-teman. Lisebergs många dansbanor är ett tema, Jubileumsutställningen i Göteborg från 1923 är ett annat. Givetvis finns också teman som berg- och dalbanor och Lisebergs unika parkmiljö.

Expansionsplaner öppnar nya möjligheter

Liseberg förfogar över runt 3,5 hektar mark söder om nöjesparken, mark som köptes loss 2013. En eventuell expansion av Liseberg söderut har diskuterats länge, och bland visionerna finns tankar om både hotell och nya upplevelser. Önskemålet är att locka varje gäst att stanna längre i Lisebergs fantastiska värld, och på så sätt bidra ännu mer till turismen i Göteborg i stort.

Resort-parker toppar besökslistan

På listan över Europas tio populäraste nöjesparker återfinns Liseberg på en hedrande sjunde plats (siffror från 2013), men är den enda på listan som inte har ett komplett destinationskoncept med eget integrerat boende. Toppar listan gör Disneyland Paris som erbjuder inte mindre än sju egna hotell, de flesta i nära anslutning till parken.

Tina Resch

Gör: Affärsområdeschef boende

Lisebergskarriär: Började som säsongsanställd på fast food. Vd på tidigare bolaget Lisebergs Gäst AB fram till 2014.

Bäst med mitt jobb: Kollegorna och gästerna. Och att det alltid händer något och alltid finns något nytt att lära.

90 procent av gästerna ger betyg 4 eller 5 som helhetsomdöme av Lisebergsbyn. Motsvarande siffra för Hotell Liseberg Heden är 92 procent.

950 000 gästnätter genererar Liseberg i Göteborg under ett år.*

* enligt marknadsanalysföretaget Leisure Development Partners (LDP)

Namnfrågor och artistönskningar populärt på Facebook

För att få gästernas input arbetar Liseberg med sina sociala kanaler. Frågor till följarna – alltifrån vilken typ av attraktion de saknar i parken till vad de tycker att en ny butik ska heta – brukar ge enormt gensvar. En årligen återkommande fråga är ”Vilken artist vill du se på Lisebergs scen nästa år?”.

Tusentals personer brukar ge sin röst och resultatet sammanställs i en mest-önskade-lista. Att det blir just dessa artister som bokas är inte självklart eftersom det är mycket som spelar in för att en artistbokning ska gå i lås.

Men en eller annan artist från topplistan brukar dyka upp på scen nästkommande år.

Att vara med och döpa något i parken är också populärt.

Emma Odenberger

Gör: HR-specialist

Lisebergskarriär: Började som säsongsanställd på Lisebergsbyn och har ingått i rekryteringsgruppen. På HR-avdelningen sedan 2005.

Bästa med mitt jobb: Att det är så varierande och intressant. Det är också spännande att få möta nya lisebergare i intervjuer och serviceutbildningar.

600 konkreta förslag på aktiviteter kom in under medarbetarforumet i februari på temat hållbarhet.

Trend 7 DELAKTIGHET

Medarbetarnas idéer påverkar Lisebergs utveckling

Produktutveckling är inte längre något som sker bakom lyckta dörrar på huvudkontoret. Internet svämmar över av betyg, omdömen och förbättringsförslag, och de företag som inte vågar släppa in sina kunder i utvecklingsprocessen spelar med höga insatser. Liseberg har sedan flera år ett systematiskt kvalitetsarbete och sociala kanaler där gästernas åsikter tas omhand. Men det går att skapa delaktighet på fler sätt.

Sedan två år tillbaka samlas Lisebergs medarbetare några gånger om året för att tillsammans informera, diskutera och fånga upp goda idéer runt verksamhetens utveckling. Emma Odenberger är specialist på HR – avdelningen som syr ihop personalaktiviteterna.

”DET VAR I samband med omorganisationen 2013 det började. Redan i själva organisationsprocessen valde vi att engagera medarbetarna för att ge projektet en förankring. Vi ordnade fyra stora workshoppar där medarbetarna fick hjälpa till att formulera målbilden, men också själva identifiera problem som de hade i dag och som en ny organisationsstruktur skulle kunna bidra till att lösa.

NÄR ORGANISATIONSPROJEKTET avslutades satte vi igång med ledarforum och medarbetarforum i stället. I ledarforumet träffas verksamhetens 74 chefer och pratar om sådant som är aktuellt för dem just nu. Det är ofta mycket information men vi försöker att få in en del eget arbete också. I medarbetarforumet samlar vi all personal och låter dem arbeta med en specifik fråga.

Hittills har vi behandlat frågan om hur Liseberg ska använda marken söder om parken, vi har gjort en resa till Tivoli i Köpenhamn för att samla goda exempel till vår egen halloweensäsong och vi har diskuterat hållbarhet.

I DAG ÄR MEDARBETARNA, mycket tack vare utvecklingen med sociala medier och diskussionsforum på nätet, mer vana att få tycka till och uttrycka sin åsikt i nästan alla frågor. Det är den kraften vi tar tillvara inom ramarna för vårt medarbetarforum.

Lisebergarna har så mycket kunskap och det finns så mycket kreativitet där ute, men tidigare har den stannat inom den närmaste gruppen.

Nu försöker vi fånga upp allt det.

MÅLET ÄR SÅ klart att skapa delaktighet och att ge lisebergarna chans att var med och påverka. I början kunde det gå en aning trögt när det kom till grupparbeten, vi var ju inte direkt tränade i att paras ihop med kollegor från andra delar av verksamheten.

Det kunde bli lite tyst och dröja innan diskussionerna kom igång. Men nu är det stor skillnad. På vårt senaste medarbetarforum steg sorlet direkt när det var dags för grupparbeten, och alla är verkligen med och bidrar. Samma utveckling har skett på vårt ledarforum.

ATT MÖTAS FÖR också med sig andra positiva effekter – vi lär känna varandra på ett annat sätt och det blir lättare att ta kontakt när man är tillbaka i sin vanliga roll.”

74 chefer ingår i Lisebergs ledarforum.

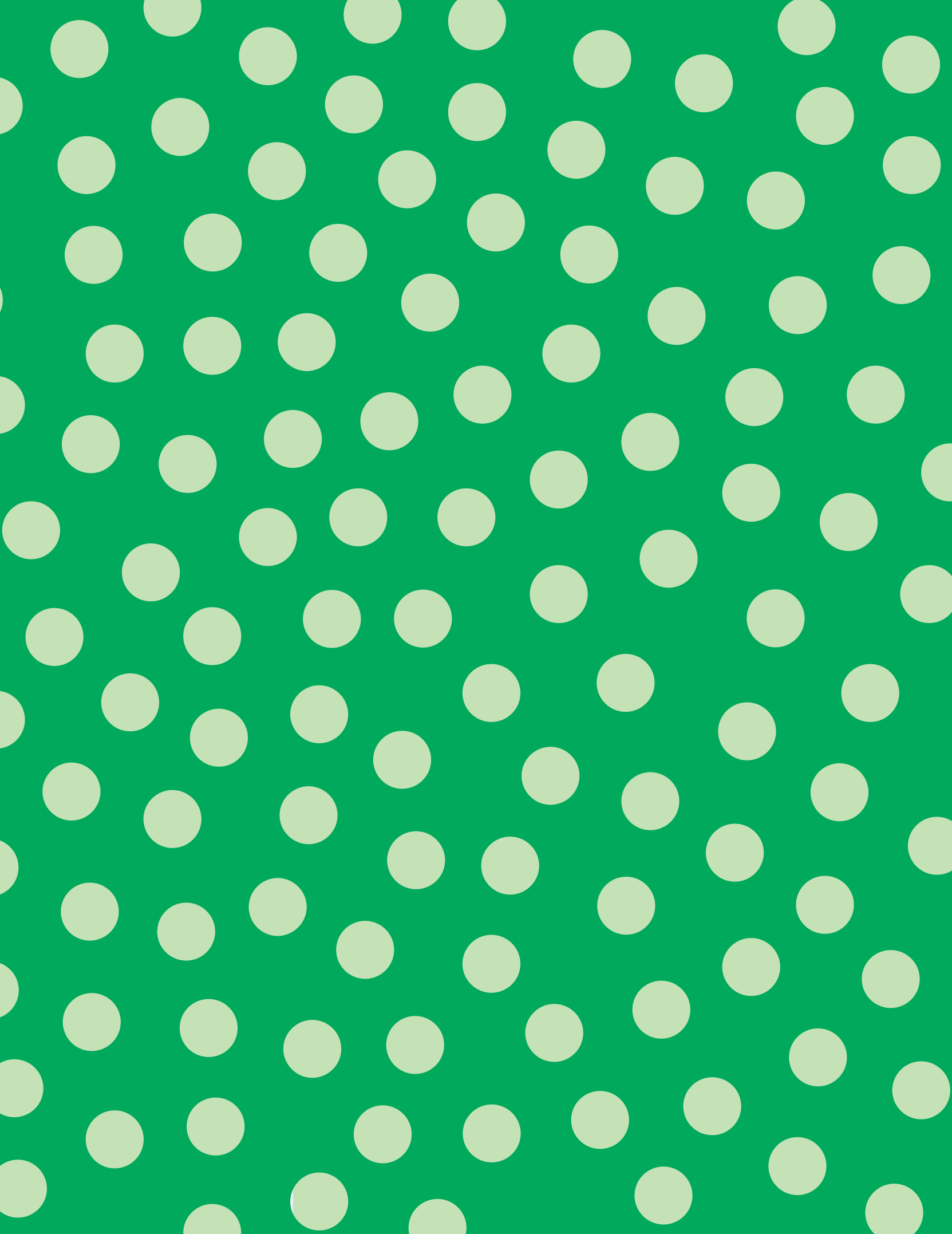
237 158 fans har Lisebergs Facebooksida. Och de tycker gärna till om parkens utveckling.

Liseberg AB
Box 5053
402 22 Göteborg
Tel: 031-400 100
E-post: kontakt@liseberg.se
Org. nr: 556023-6811

Mer Liseberg i vardagen

Webb: liseberg.se
Facebook: facebook.com/liseberg
Instagram: @lisebergab
YouTube: Liseberg Göteborg
Vd-bloggen: lisebergsblogg.se/andreas

Text och foto: Liseberg (Stefan Karlberg, Julia Vasilis, Stefan Wern, Patrik Källström) samt Jeanette Larsson (foto) och Helena Kyrk (foto).
Grafisk form och produktion: Newsroom.
Tryck: Göteborgstryckeriet.



Liseberg