ÅRSBERÄTTELSE 2017

Parks and Resorts
SCANDINAVIA



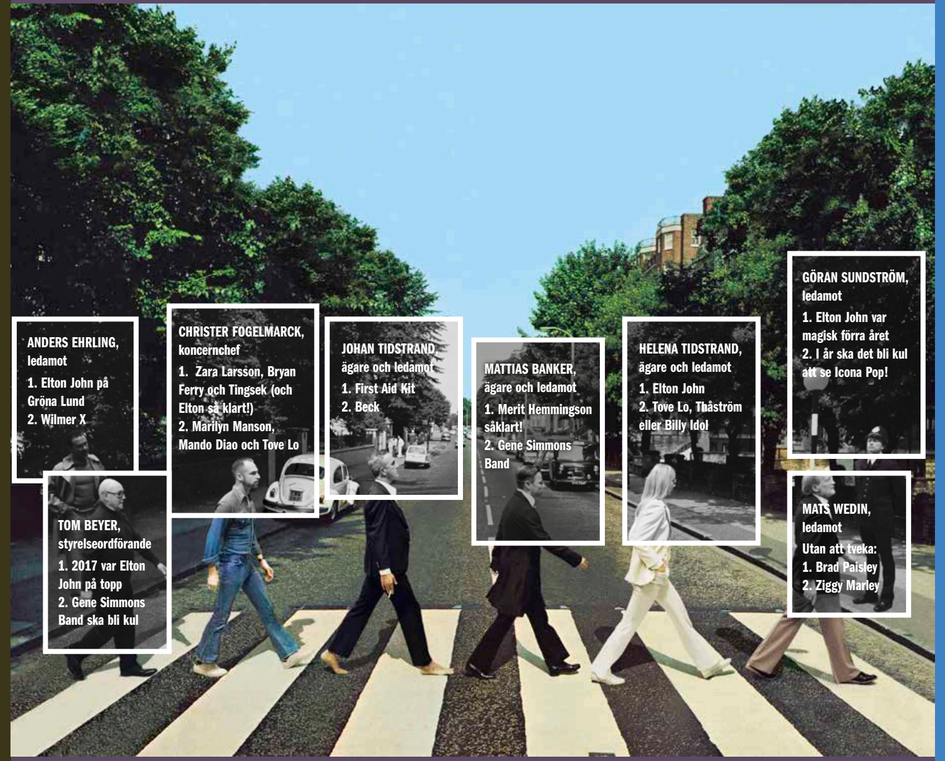


Årets omslagsbild, inspirerad av Beatles ikoniska skivomslag till Abbey Road från 1969, är en hommage till vår musikhistoria och den betydelse musiken har för oss. Grunden till vår existens är att sprida glädje, och vi har spridit glädje genom musik ända sedan början av 1900-talet. Det började smått och trevande, med orkestrar som spelade för dansande par, men utvecklades i rask takt till att världsstjärnor uppträdde för en hänförd publik. I Furuvik slog Jussi Björling publikrekord 1957 och parken kan även stoltsera med storheter som Sammy Davis Jr och Louis Armstrong. Gröna Lund har gjort sina avtryck i musikhistorien med Hollywoodstjärnor som Jayne Mansfield, Bob Marleys legendariska konsert som »alla« var på eller dåvarande programchefen Ove Hahns abrupta avbrytande av Jimi Hendrix konsert genom att helt sonika dra ut sladden. När Kiss uppträdde 1976 uppmanades föräldrar att låsa in sina barn. Den cirkeln sluts 2018 när basisten Gene Simmons återvänder. Kuriosa är också att The Beatles en gång uppträdde på Gröna Lundsteatern – som förband till Lill-Babs.

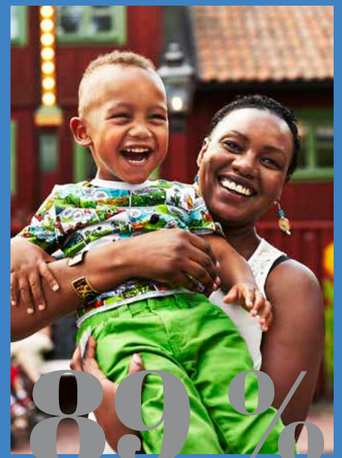
Idag är musikverksamheten inte ett tillägg, utan en självklar och växande del av vår verksamhet. Antalet konserter har ökat och i modern tid har internationella världsstjärnor som Lady Gaga, Alice Cooper och Elton John uppträtt. När Skara Sommarland under 2017 återupptog sin konsertverksamhet efter nästan 20 år i dvala togs ännu ett kliv i musiksatsningen. Tillsammans med världsartister och stora svenska favoriter kan vi nu roa ännu fler.

Parks and Resorts styrelse 2017

1. Vilken var din bästa konsertupplevelse 2017?
2. Vilken konsert ser du mest fram emot 2018?



Några av årets höjdpunkter



89 %

Så många gäster gav sitt besök en fyra eller femma i betyg.



116 325

Antal sockervadd av ekologiskt socker som våra gäster njöt av.



Utställningen »Fantastic frogs« på Aquaria lockade många besökare som bland annat fick beskåda denna rödögda lövgroda.

15 000 000

Antal åk i våra attraktioner under 2017



3 309

Så många jobbade i våra parker under 2017



Indah

Betydelsefulla bebisar
Sumatraorangutangen Indah som föddes i Furuvik, takinkalven Nanook samt watusikalven Majken som föddes på Kolmården var betydelsefulla bidrag till bevarandet av sina hotade arter.

3 149 126

Antal besökare i Parks and Resorts parker under 2017. Besöksrekord för andra året i rad.

Fotografer: Jesper Anhede, Josefin Berntsson, Mårten Bergkvist, Justin Garvanovic, Lubbe Garell, Magnus Glans, Lena Hådal, Jörgen Hildebrandt, Frans Hällquist, Jamback Media, Magnus Jönsson, Marie-Therese Karlberg, Gabriel Liljevall, Robert Lövgren, Rickard Monéus, Joachim Nywall, Alexander Wahlfridsson, PJ Wedell, Marko T Wramén, Joel Wåreus, Sara Ångfors.

VD -ord



Christer Fogelmarck, vd Parks and Resorts

FRÅN FANTASTISKT TILL ÄNNU BÄTTRE

När vi gick in i 2017 hade vi det bästa året någonsin med oss. Trots att 2016 hade varit tufft på många sätt, med bland annat rättegången efter vargolyckan på Kolmården 2012, kände vi oss starka. Vi hade planerat för att utöka konsertverksamheten på Gröna Lund och Furuvik samt starta upp den på Skara Sommarland. Vi hade en riktig *signature ride* i Furuviks Fireball och en nyhet på Gröna Lund, Ikaros, som var den första i sitt slag i Europa och en riktig adrenalinspark – för att citera parkens vd Magnus Widell.

Och vilket kvitto vi fick! Gästerna gillade satsningarna och belönade oss med ytterligare ett besöksrekord. Även antalet årskort sprängde alla vallar. Frid och fröjd i verkstaden alltså. Det låter som om vi belåtet kan luta oss tillbaka. Eller?

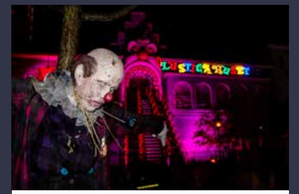
Läs mer om parkernas år på sid 10–19



DET FINNS ALLTID EN MOTKRAFT ...

Vi är en organisation i ständig rörelse och då finns det alltid en motkraft. Vår höga investeringstakt har gjort oss mer sårbara för utdragna bygglovs- och detaljplaneprocesser, något som vi numera tar ordentlig höjd för. Fler och mer välbesökta säsonger gör det svårare att rekrytera. Vi är idag nästan 4 000 medarbetare när vi är som flest. Motkraften finns men det handlar om hur vi parerar den. Ett av våra värderingsbudskap lyder »Sitt aldrig still i båten«, och det är något vi verkligen lever efter på alla nivåer i företaget. Vi slappnar aldrig av. I stället försöker vi vara lyhörda för vad vi ser fungerar och fortsätter investera i personal, attraktioner och event.





... MEN OCKSÅ EN VÄXTKRAFT

Kan vi fortsätta att växa? Absolut! Vi måste fortsätta att förenkla för gästerna genom förbättrade bokningsflöden. Vi måste hålla så hög kvalitet att gästerna gör sitt årliga besök och rekommenderar oss till andra. En annan strategi är att skapa så mycket utbud att man inte kan göra en park på en dag. Bakom den tanken ligger till exempel Kolmårdens många shower och djurvisningar liksom det ständigt växande konsertutbudet. Visst utbud finns också bara vissa dagar vilket skapar besöksanledningar. Slutligen måste vi hitta fler sätt att locka nya gäster. Där har vi framgångsrika exempel med Halloween på Gröna Lund, Mamma Mia! The Party, Sagojul på Kolmården och Sommarland Live.

Inget av det här kommer dock ske om vi inte samtidigt fortsätter att utveckla vår kultur. Det är och förblir medarbetarna som är skillnaden mellan ett bra och ett fantastiskt besök.

VÅRT SVÅRASTE BESLUT

Efter många års diskussioner kring utvecklingen av Aquaria tvingades vi till slut fatta beslutet att lägga ner verksamheten. Personligen är det bland det svåraste jag gjort som vd, men tyvärr ger framgång ingen immunitet mot tuffa beslut. Bakgrunden är att byggnaden är i så dåligt skick att den måste rivas, och då ser vi inte att förutsättningarna finns för att driva verksamheten vidare. En långsiktig detaljplan för området ligger minst tio år bort, och den tiden har vi helt enkelt inte. Aquaria är en underbar verksamhet med en otroligt engagerad personal. Nu gör vi allt vi kan för att ge medarbetarna förutsättningar att fortsätta sitt viktiga arbete för bevarandet av marina miljöer på annat håll.





2018 OCH FRAMÅT

Den som läst hela den här texten bör knappast vara förvånad: Vi fortsätter att satsa! Dagarna innan jul vann bygglovet för vårt största projekt någonsin, Blue Harvest på Gröna Lund, laga kraft. Vi planerar för Bamse 2.0. Efter en lång process är nu utbyggnadsplanerna för Gröna Lund ute på samråd. Vi satsar på nya och bättre boendelösningar med Furuvik Havshotell som invigs 2018 och upprustningen av Vildmarkshotellet. På djursidan stärker vi bevarandearbetet med bland annat utvecklingen av Kolmården Foundation, moderna djurhägn och starkare fokus på avel.

Läs mer om framtiden på sid 4–7

Låt oss ta med dig på vår resa. Dra ner hygeln så åker vi!

Det enda som är heligt är att vi aldrig får stå still

Redan för två år sedan sprängde Parks and Resorts miljardgränsen i omsättning och under 2017 fortsatte tillväxten. Flera parker slog besöksrekord och sifforna för omsättning, vinst och gästnöjdhet pekar fortsatt uppåt. Tid för återhämtning? Knappast – nu väntar en omvälvning av historiska mått.

NÄR JOHAN TIDSTRAND och Mattias Banker kom in i bilden hade Gröna Lund knappt en miljon besökare om året. Deras djärva vision var en femtioprocentig ökning, men det ansågs omöjligt om parken inte fick expandera och byggas ut på den intilliggande parkeringen.

Idag är parkeringen fortfarande en parkering, men antalet besökare har ökat till 1,7 miljoner. Det som ansågs omöjligt var i själva verket en tankenöt och ett exempel på hur en av koncernens värderingar – »Omöjligt bor inte här« – är sprunget ur den egna historien.

Investeringstakten under 2017 har varit fortsatt hög men ledningen väljer ändå att trampa på gaspedalen. Inte för att få snabbare ekonomisk utväxling på investerat kapital, utan för att det är kul och för att det finns så mycket kvar att göra.

»Vi befinner oss på mark som är mer värdefull än saffran så varje kvadratcentimeter av parken måste vara väl genomtänkt.«

Under de närmaste åren sker stora förändringar på Gröna Lund. En tredjedel av parken grävs upp och byggs om, bland annat med en berg- och dalbana som ska konkurrera med de bästa i världen. Projektet har tagit flera vändningar och det har funnits utmaningar med allt från finansiering och bygglov till tajming. Men i höst drar bygget igång på allvar.

– Det finns något härligt med att ta itu med heliga kor. Jag älskar allt det gamla på Gröna Lund som visar vår historia och det finns saker vi aldrig kommer att ta bort. Men vi måste vända på alla stenar och det enda som är heligt är att vi aldrig får stå still! Vi befinner oss på mark som är mer värdefull än saffran så varje kvadratcentimeter av parken måste vara väl genomtänkt, säger Mattias Banker.



Parks and Resorts ägare Johan Tidstrand och Mattias Banker



FRAMTIDENS UTMANINGAR

NÖJESPARKER KONKURRERAR I första hand om gästernas tid. Varför ska de välja en nöjespark istället för att shoppa, resa, gå på bio eller museum? För Parks and Resorts är utmaningen att hitta breda erbjudanden för alla i familjen.

– Vi måste vara ett med vår tid. Vi ligger i framkant när det gäller teknik och attraktioner men det måste vara saker man gör här och nu. Våra parker är fysiska upplevelser och det vi erbjuder måste vara unikt för platsen, inte något som går lika bra att göra hemma. Vi ska stå för det man kan göra tillsammans i verkliga livet – som att träffas, åka attraktioner och umgås, säger Mattias och fortsätter:

– Digitalt är vi närvarande på de plattformar där våra gäster finns idag. Vi har en av de bästa marknadsavdelningarna i upplevelsebranschen och de utmanar oss ständigt med nya digitaliseringsprojekt. Blickar vi framåt kommer Gröna Lund alltid att vara en nöjespark, men den kommer att stå i ständig förändring. De senaste åren har parken etablerats som en av Sveriges bästa utomhusscener för konserter. Utvecklingen av Kolmården med både djur och attraktioner som bärande tema fortsätter i oförminskad takt. En annan viktig fråga just nu är boendet för gäster som vill ha en helhetsupplevelse. Där tittar vi på olika lösningar och har en hel del spännande idéer.





KOLMÅRDEN OCH BAMSES VÄRLD

NÄR BAMSES VÄRLD öppnade 2015 blev det en publiksuccé och Parks and Resorts insåg tidigt att området borde ha varit dubbelt så stort redan från början. Gästerna älskade det vilket ledde till att de stannade kvar längre i parken.

Nu pågår ett intensivt utvecklingsarbete för Bamses Värld, och även om allting ännu inte är spikat än står det klart att gästerna inom ett par år kommer att ha nya miljöer och attraktioner att njuta av när de besöker Bamse på Kolmården.



DJURPARKERNA

ATT DRIVA DJURPARK är ett mångfalt större åtagande än att bara bjuda gästerna på en fantastisk upplevelse. Alla seriösa djurparker är anslutna till den europeiska djurparksföreningen, EAZA. Det innebär att man deltar i organisationens bevarandearbete för hotade djur. Parkerna bedriver även forskning och utbildning. Kolmården har också en insamlingsfond för att ekonomiskt stödja projekt som arbetar för att bevara hotade arter över hela världen.

– Djurparkerna är en del av vårt DNA och det är jag jättestolt över. Men vi ska vara medvetna om att det kräver mycket resurser att driva dem på det sättet vi vill. Därför är det nödvändigt att korsbefrukta parkerna med bland annat en attraktionsdel för att affären ska gå ihop, men i den ekvationen går djurens välbefinnande alltid först. Innan vi byggde Wildfire fick djurvårdarna diktera villkoren utifrån ett djurperspektiv. Berg- och dalbanan konstruerades sedan med hänsyn till de gränsvärden och ljudnivåer som djurvårdarna tagit fram. Och det är så vi jobbar. Det brukar börja med en dröm. Sedan tar vi reda på vilka fyra väggar vi har att hålla oss inom och slipar på drömmen för att den ska få plats därinne.





»Sedan tar vi reda på vilka fyra väggar vi har att hålla oss inom och slipar på drömmen för att den ska få plats därinne.«

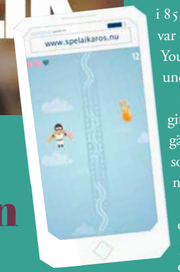
VARUMÄRKET PARKS AND RESORTS

NÄR DET GÄLLER varumärkesarbete generellt finns många fördelar och synergier med ett koncernövergripande varumärke på samma sätt som till exempel Disney och Universal Studios kommunicerar globalt. Idag arbetar Parks and Resorts med en strategi som gör att koncernen medvetet har låg kännedom bland gästerna, medan varje park marknadsförs separat och har byggt upp egna starka varumärken.

– Parkerna ska även i framtiden ha sin egen unika prägel, men de ska också vara en del av koncernen. På lång sikt vill vi att gästerna ska veta att en park som ingår i Parks and Resorts håller hög kvalitet när det gäller upplevelser, mat och service. Men de kommer inte att döpas om till Parks and Resorts Norrköping, Parks and Resorts Stockholm och så vidare. Vi ska finnas i bakgrunden och uppfattas som en kvalitetsstämpel, berättar Mattias.







Digital satsning förstärker upplevelsen

Parks and Resorts parker tillhör Sveriges starkaste varumärken i upplevelsebranschen. Men koncernens IT- och Marknadsavdelningar sitter aldrig still. Nu görs en digital gir för att lyfta varumärkena ytterligare ett steg.

FÖRETAG RÅR ÖVER pris, kvalitet och servicenivå, men när det gäller varumärket ägs upplevelsen helt och hållet av kunderna.

För att stärka greppet om varumärket har Parks and Resorts byggt upp en egen inhousebyrå som ansvarar för den varumärkesbyggande kommunikationen – en satsning som både bidragit till flera besöksrekord och ökad kännedom.

– Vi valde bort samarbetet med en extern reklambyrå för att vi behövde bli mer närvarande och snabbfotade i kommunikationen. Nu har vi byggt upp en stark IT-avdelning, inhousebyrå och marknadsfunktion. Allt går snabbare från idé till produktion och på senare tid har vi gradvis styrt om och blivit mer digitala i allt vi gör.

En fördel är att vi kan anpassa budskap till målgrupp på ett helt annat sätt än vad som är möjligt med till exempel tv-reklam eller tidningsannonser, säger Joanna Hammar som är marknadschef för Parks and Resorts.



Sedan inhousebyrån tog över har kvaliteten på parkernas kommunikation blivit jämnare och högre. De egenproducerade kampanjerna för Ikaros och Halloween på Gröna Lund fick stor uppmärksamhet i både media och av gästerna.

Halloweenkampanjen resulterade i 85 000 besökare och Ikaros var en av de svenska filmer på YouTube som presterade bäst under hela året.

Målet med koncernens digitala satsning är att förbättra gästupplevelsen. En uppgift som IT- och marknadsavdelningen driver tillsammans.

– IT ska bli mer kundnära och affärsdrivande. Gästerna påbörjar ofta sitt besök via någon av parkernas webbplatser eller appar innan de kommer till parken. Nu skapar vi en ny teknisk plattform som erbjuder gästerna såväl inspiration och information, som möjlighet att beställa, boka eller köpa produkter från alla koncernens parker. Fram till nu har vi haft en spretig blandning av system som gjort det svårt för gästerna att enkelt hitta det de önskar. Det handlar om att förbättra gästupplevelsen både innan, under och efter besöket i parken, säger Jan Eriksson som är CIO.



Exempel på projekt som nyligen avslutats är bytet av hotellsystem för Vildmarkshotellet i Kolmården. En systemlösning som ger en bättre kundupplevelse och högre intern effektivitet genom hela hotellvistelsen. Med Gröna Lunds nya app kan gästen passera in genom parkens grindar med sitt digitala årskort, hitta kötider till attraktionerna och annan matnyttig information om parken.

»Det finns många vägar att öka gästnöjdheten med digitala hjälpmedel, till exempel virtuella köer, tävla i en digital 5-kamp och förbeställa mat via mobiltelefonen.«

Det finns många sätt att öka gästnöjdheten med digitala hjälpmedel, till exempel virtuella köer, tävla i en digital 5-kamp och förbeställa mat via mobiltelefonen. Samtliga går att använda i mer än en park och kan potentiellt generera merförsäljning. Men det innebär också nya, okända utmaningar som måste identifieras och testas för att kunna gå vidare, samt balansgången att de gemensamma lösningarna ska ge tillräcklig frihet för respektive park att vidareutveckla sina egna verksamheter.

Men det är ingen tvekan om att det digitala är framtiden.

– Det är de digitala kanalerna som gör jobbet idag. Det är där vi ser ROI komma, säger Joanna Hammar.

Musiken en del av vårt DNA

Att musik är självklar del av Parks and Resorts har både affärsmässiga och personliga skäl. Johan Tidstrand, huvudägare och programansvarig, förklarar varför.



FÖR FÖRSTA GÅNGEN på flera månader kan Johan Tidstrand pusta ut. Han har precis lagt sista handen vid det komplexa pussel som ska bli Parks and Resorts bästa konsertsommar någonsin. Fler än 100 konserter med allt från Icona Pop till Marilyn Manson väntar besökarna till de parker som idag erbjuder konserter: Gröna Lund, Skara Sommarland och Furuvik. Konserterna lockar mängder av gäster, men för Johan Tidstrand är musiken inte bara affärsmässigt viktigt. Den är även personlig.

– Ett av mina starkaste minnen från när jag var liten var när Kiss skulle spela på Gröna Lund 1976. Det var och är mitt absoluta favoritband. Redan då var jag otroligt intresserad av musik och drömde om att bli rockstjärna. Tyvärr var jag för liten för att gå på konserten, men jag tror att det minnet i kombination med att Gröna Lund är Stockholms bästa utomhusscen gör att musik alltid kommer vara en del av vårt DNA.

När rockstjärnedrömmen långt senare mötte parkernas anrika konserthistoria uppstod ljuv musik, och en ambitiös satsning tog sin början.

– Ända sedan vi köpte Parks and Resorts har det varit en uttalad strategi att satsa på musik, show och dans i så många parker som möjligt.





»Musik är bland det roligaste som finns och på Parks and Resorts jobbar vi bara med saker vi tycker är roliga.«

Förklaringen är enkel:

– Musik är bland det roligaste som finns och här på Parks and Resorts jobbar vi bara med saker vi tycker är roliga och som våra gäster vill ha. Vår affärsidé är att uppfylla drömmar och göra folk glada.

Efter att först ha lett Gröna Lunds återtåg till de riktigt stora konsertscenerna och därefter gjutit nytt liv i Furuviks konsertutbud, väckte Parks and Resorts 2017 Skara Sommarland ur sin musikslummer – en satsning som gav mersmak och därför fortsätter under 2018. Därmed har Johan Tidstrand tre parker och fyra olika scener att fylla med attraktiva akter. Det är en grannlaga uppgift som styrs av vilka artister som är tillgängliga, vad gästerna efterfrågar och ambitionen att programmet ska passa varje parks publik. Ett absolut krav är att utbudet ska vara brett och blandat.

– Vår önskan är att ha en blandad och aktuell underhållning på våra scener så att alla gäster ska kunna hitta något som de gillar. Nyckeln till framgång är att erbjuda aktuella, oväntade, smala, breda och traditionella akter i en unik miljö.

Nyckelordet här är »alla«. På konserterna finns ingen åldersgräns och inga sittplatser. Vill man ha en bra plats framför scenen får man komma tidigt, men musiken kan också vara ett komplement för den som bara vill stanna till och digga en stund mellan karusellåken.

– Precis som våra scener ska vara en plats för alla skall även våra parker vara tillgängliga för alla. Då är det fantastiskt att man på Gröna Lund kan erbjuda drygt 70 konserter, dansband, barnunderhållning, salsa- och tangokurs alla öppetdagar för 270 kronor vilket är vad ett säsongskort kostar.

Och det finns ingenting som tyder på att konsertsatsningen har nått sin kulmen.

– Drivkraften med allt vi gör både inom konserter och allt annat är viljan att göra det lite bättre och lite mer än året innan.

NÄR JOHAN TIDSTRAND lyckades boka Kiss-basisten Gene Simmons och hans band till Gröna Lunds Stora Scen 2018 slöt han cirkeln från 1976 och uppfyllde en pojkdröm – samtidigt som han kan vara trygg i att det är bra för verksamheten.

– Våra gästundersökningar och försäljningen av våra säsongskort säger samma sak: Gästerna älskar våra konserter!



Något för alla fans

SÄSONGEN 2018 KOMMER Parks and Resorts att kunna bjuda sin besökare på alltifrån Marilyn Manson och WASP till Lars Winnerbäck och Sven-Bertil Taube. Och allt däremellan. Oavsett musikstil ska man hitta något i konsertprogrammet, där vi blandar rock, reggae, hiphop, pop, punk och vissångare hej vilt. För skillnaden mellan en vanlig konsertarena och Parks and Resorts scener är att alla är lika välkomna – alltid. Och det gäller även publiken. Alla ska kunna gå på en konsert hos oss, oavsett musiksmak, ålder eller storlek på plånboken. På våra konserter kan man inte köpa sig till den bästa platsen. Alla betalar lika lite för sin biljett (endast entré till parken faktiskt). Och har man väntat hela dagen utanför entrén på sin favoritartist, ja, då kommer man också vara den som står längst fram vid staketet. Närmast sin idol. För grunden till vår själva existens är enkel. Det är att sprida glädje.

Smått och gott om musiksommaren 2017 och 2018

Antal sålda Gröna Kort 2017 (säsongskort Gröna Lund):
168 671

Största publikdragare i Furuvik: Takida med 11 490 besökare

Genombrottet: Hov1 som mellan att de bokades och uppträdde den 5 maj hade slagit igenom stort och nästan stängde Gröna Lund. De trodde själva knappt sina ögon.

Höjdpunkter att se fram emot: Macklemore, Gene Simmons Band och Marilyn Manson på Gröna Lund. WASP, Lars Winnerbäck och Billy Idol i Furuvik. Petter, Jill Johnson och Takida på Skara Sommarland.

Gröna Lund

SKRÄCK, MUSIK OCH G-KRAFTER TOG GRÖNA LUND TILL NYA HÖJDER

Med en lyckad Halloweensatsning, fler än 60 välbesökta konserter och premiär för en av de läskigaste attraktionerna i Gröna Lunds historia rök tidigare rekord all världens väg. Hela 1,7 miljoner gäster besökte parken under 2017.

MED FÖRRA ÅRETS rekordsäsong var självförtroendet gott och parken satsade på flera stora nyheter under 2017. Förväntningarna på världsnyheten Ikaros var höga och infriades med råge. Från 95 meters höjd och med ansiktet rakt ner mot marken faller gästerna fritt i 90 km/h med en accelerationskraft på 3,5 G! Attraktionen blev en enorm publiksuccé och något som bidrog till att lyfta hela miljön och stämningen i parken.

Årets största eventhändelse, både publikt och i media, var när Gröna Lund under tio dagar förvandlades till en Halloweenpark. Besökarna fick uppleva både skräck och fantastiska miljöer med spöken, zombies, häxor och clowner. Parken investerade 23 miljoner i evenemanget och det lockade totalt 85 000 besökare, vilket var långt över förväntningarna. Halloween återkommer i utökad form under 2018.

Konserterna har blivit en allt viktigare del av verksamheten och under året intog några av musikvärldens absolut största legendarer scenen. Elton John, Bryan Ferry, Patti Smith och ytterligare ett 60-tal artister fick ta emot jublet från fler än 400 000 fans under säsongen.

– Vi brukar säga att vi har Sveriges längsta musikfestival och har satsat mycket på att sälja säsongskort som gör att vi håller nere priset på konsertbesök. Vi har medvetet jobbat på att bredda konsertverksamheten så att det ska finnas något för alla. Vi fick också bra hjälp av svala kvällar och att det inte regnade så mycket under sommaren. Det var för kallt att hänga på stranden men varmt nog för att vara utomhus och gå på konsert, säger Magnus Widell som är vd för Gröna Lund.

RESTAURANGSATSNINGEN FORTSATTE UNDER året, bland annat med nytillskottet Terrassen, och varje restaurang bär nu sitt eget koncept. Utmaningen idag är att hitta erfaren personal som kan lyfta matupplevelsen till nästa nivå. Målet är att parkernas restauranger ska vara en upplevelse och att maten ska bli en besöksanledning i sig.

Sammantaget ledde detta till ett nytt besöksrekord. 1,7 miljoner gäster passerade under året genom grindarna, vilket var drygt 120 000 fler än 2016. Trots höga besökssiffror visar undersökningar att 86 procent av gästerna är nöjda – ett kvitto på att medarbetarna gjort ett utomordentligt bra jobb i gästmötet.

Resultatmässigt har det också varit en positiv utveckling. Jämfört med förra året ökar resultatet med åtta miljoner kronor. 2018 blir ett år för återhämtning och kraftsamling.

– Då lägger vi kraft på det vi har. De senaste tio åren har det lagts ner enorma summor och personella resurser på att höja hela Gröna Lund. Allt från markbeläggning till fasader, attraktioner, fastigheter och konserter. Nästa år blir det inga nya attraktioner men fortsatt satsning på konserter och att höja standarden på alla delar av parken. En stor utmaning blir att hålla energin uppe när vi sätter spaden i marken för det största projektet i parkens historia, där en tredjedel av Gröna Lund ska byggas om. Det innebära att vissa verksamheter i slutet på säsongen 2018 kommer att behöva stängas, säger Magnus Widell.



MAGNUS WIDELL, VD

»När man får ett år då inget nytt byggs ska man ägna de mjuka värdena extra mycket tid. Vad är det som känslomässigt driver oss framåt? Vad gör oss till en bra arbetsgivare? Vad gör oss till en bra nöjespark?«

Årets upplevelse 2017

Elton John var här första gången 1971. Vi satte honom på Stora Scen igen 46 år senare. Att en sådan person kommer tillbaka säger så mycket – att vi är duktiga som arrangörer och klarar av att ta hand om både artister och publik. Han levererade en fantastisk konsert!





2016 2017

96 % 96 % nöjda gäster

416,1 404,8 Mkr i omsättning

727 113 704 250 gäster

Ny toppsäsong för Nordens största djurpark

Under 2017 kunde Kolmården återigen räkna in flera toppnoteringar. Med 96 procent nöjda gäster och drygt 704 000 besökare ligger nu fokus på att rusta Vildmarkshotellet för att ytterligare vässa parkens erbjudande.

EFTER DE STORA investeringsåren 2015–16 då mer än 200 miljoner kronor satsades på nya attraktioner blev 2017 lugnare på den punkten. Någon stiltje var det dock inte frågan om. Utvecklingen av Bamses Värld fortsatte med tillskottet av Bamses Flygande Matta – som blev mycket uppskattad av parkens yngre besökare.

– Det är roligt att se att intresset för våra satsningar är stort. Även de investeringar som gjordes 2015–16 fortsätter att leverera, vilket inte minst det höga besöksantalet är ett fint kvitto på, säger Christer Fogelmarck som är tillförordnad vd.

Till glädjeämnena räknas även satsningarna på Halloween och Sagojul. I år fick Halloweenbesökarna möta parken i delvis annan skepnad med nya aktiviteter, teman och ett nytt skräckhus. Även Sagojul fick nya shower, och båda evenemangen belönades med höga besökstal.



I djurparken var det främst födslarna som väckte uppmärksamhet, framför allt giraffkalven Mozart, den chokladfärgade watussikalven Majken och takinkalven Nanook. Men glädjen blandades med sorg när elefanthonan Bua efter 22 månaders dräktighet fick en dödfödd kalv i oktober.

Kolmården satsade också stort på gästnöjdheten. I en intern kampanj som gick under namnet »Puts och studs« fräschades parken upp i stort och smått. Allt från trasiga lampor till slitna fasader och smutsiga ytor åtgärdades. Detta tillsammans med serviceutbildning av säsongsarbetarna bidrog till koncernens högsta gästnöjdhet på 96 procent. Detta trots att parken för tredje gången någonsin lockade fler än 700 000 gäster.

VILDMARKSHOTELLET HAR LIKSOM tidigare haft hög beläggning, men är nu i behov av renovering för att kunna möta konkurrensen från bland annat närområdet. 2019 möter ett uppfräschat hotell gästerna med utbyggda faciliteter och ny design, och redan under 2018 står ett gym och ett nytt lekrum klara. I spetsen för uppdraget att rusta hotellet för framtiden och vässa verksamheten mot både privat- och företagskunder går Jenny Dingertz som under året rekryterades till tjänsten som hoteldirektör.

Berg- och dalbanan Wildfire var under 2017 fortfarande föremål för en rättsprocess då detaljplanen har överklagats. Tack vare ett tillfälligt tillstånd av kommunen har attraktionen ändå kunnat köras – till gästernas förtjusning.

Ekonomiskt har parken levererat det tredje bästa resultatet någonsin och möter 2018 väl rustad.





CHRISTER FOGELMARCK, TF VD

»För oss är det viktigt att ligga på den här nivån. Det ger oss möjlighet att fortsätta utveckla parken så att vi kan inspirera fler till ett livslångt engagemang för djur och natur. «

Bäst 2017

Att vi lyckades få till logistiken med bra flöden så att vi kunde leverera en bra gästupplevelse även under dagar med högt tryck. Jag är stolt över personalen som klarade detta.

Roligast 2018

Den nya Bamseshowen, »Bamse och den hemliga kistan«, som är en riktig höjdare, att äntligen får sätta tänderna i Vildmarkshotellet, att vi ska utveckla insamlingsstiftelsen med målet att fördubbla summan som varje år går till angelägna bevarandeprojekt. Det är så mycket som är roligt. Jag kan inte välja.

Furuvik

På morgonen mister vi Utara, på kvällen slår vi besöksrekord

Den framgångsrika konsertsatsningen och nya berg- och dalbanan Fireball förde Furuvik till ännu ett rekordår. Med fler än 300 000 besökare blev 2017 parkens bästa säsong i modern tid, men det blev också ett år fyllt av känslor.

PÅ FURUVIKS SCEN har världsartister som Louis Armstrong och Sammy Davis spelat inför mer än 40 000 besökare. De publiksiffrorna ser vi inte idag, men under sommaren lockade artister som Takida och countrystjärnan Brad Paisley över 11 000 besökare. Bakom framgången finns en målmedveten satsning, men också fingertoppskänsla i valet av artister. Resultat: Furuvik fortsätter att växa som konsertarena och årets 19 konserter lockade en delvis ny publik.

BERG- OCH DALBANAN Fireball kostade 32 miljoner och är den största enskilda satsning som gjorts i parkens historia. Attraktionen ändrade hela det visuella intrycket av tivolit. Alla detaljer – från staket och blommor till belysning och spelbodar – är noga genomtänkta och har bidragit till att skapa en ny mental målbild för hela verksamheten.

– Fireball är en publiksuccé, men har också satt en standard för vår verksamhet. När vi pratar kvalitet idag säger vi att allt ska hålla »Fireball-klass«, säger vd Nina Tano.





PÅ DJURSIDAN BLEV det ett dramatiskt år. Orangutanghonan Utara, som var dräktig, skadade benet under hösten och bara några veckor senare gick hon bort. Det var oväntat och en stor sorg för alla som jobbar i parken. Sumatraorangutangen är klassad som akut hotad så när parkens andra hona, Dunja, bara några månader senare födde den första orangutangunge som överlevt i Sverige var glädjen extra stor. Ungen har fått namnet Indah, som betyder vacker på indonesiska, och kommer att bli årets stora djurnyhet när parken öppnar igen.

FURUVIK PÅBÖRJADE UNDER året bygget av Havshotellet som kommer att stå klart till säsongen 2018. Tidigare har parken haft flera enklare boendealternativ, men satsar nu på kvalitetsboende med premiumstugor och uppställningsplatser för husvagn och husbil. Efterfrågan är fortsatt hög och under högsäsongen var beläggningen på campingen 96 procent. I anslutning till hotellet skapas Furuvik Havskrog som kommer att drivas av den prisbelönta kocken Jonas Dahlbom.



NINA TANO, VD

»När vi pratar kvalitet idag säger vi att allt ska hålla Fireball-klass.«

Vad blir viktigast 2018?
Vi ska bli ännu bättre och på nytt slå både besöks- och omsättningsrekord. Med Spökjakten, som är en interaktiv dark ride där man åker i en vagn och skjuter mot spöken i huset, gör vi ytterligare en stor investering i en helt ny typ av attraktion för Sverige. Furuvik Havshotell och Furuvik Havskrog är andra stora satsningar.

Livets berg- och dalbana
Sista helgen med Magnus Uggla blev en fantastisk konsertupplevelse, men samma morgon hade vi fått besked om att orangutangen Utara hade gått bort. När vi på kvällen förstod att vi skulle passera den magiska gränsen på 300 000 besökare var glädjen stor, men vi bar också på en tung sorg. Så kan livet vara ibland.

Furuvik

2016 2017

92 % 88 % nöjda gäster

95,2 111,1 Mkr i omsättning

261 192 304 130 gäster





VARMARE PÅ ARKTIS ÄN I SKARABORG – DÅ KOM GÄSTERNA

Skaraborg fick uppleva den kallaste sommaren på 150 år, men trots bistra väderförhållanden strömmade gästerna till Skara Sommarland – som bjöd på ett härligt sommaräventyr: Nio av tio gäster gav parkupplevelsen betyget fyra eller fem!

UNDER NÅGRA DAGAR i juli var det varmare på Arktis än i Skaraborg, men besökarna hittade ändå till parken. Kanske var det så att de kom just på grund av det kyliga vädret? För när det blev för kallt att bada vid kusten och i Vänern ringlade köerna långa för att få komma in till parkens tempererade pooler.

Årets stora nyhet var Sommarland Live, en konsertsatsning där parken vid tre tillfällen bjöd in några av Sveriges främsta artister – något besökarna inte fått uppleva sedan Sommarlands begynnelse på 80-talet.

– Vi hade tre lyckade konserter som vi är nöjda med arrangörsmässigt och vädermässigt. Besöksmässigt blev det dock lite sämre. Jag tror vi behöver mer tid för att vinna förtroende och mark hos skaraborgarna, och därför kommer satsningen att fortsätta även under 2018, säger vd Janne Nilsson.

ANTALET BESÖKARE ÖKADE med nästan 13 procent under året och slutade på drygt 285 000. På campingen byggdes ett helt nytt servicehus med toaletter och duschar och beläggningen ökade med fyra procent.



Skara Sommarland har också en viktig roll som arbetsgivare för bygdens ungdomar, eftersom det för många är första kontakten med yrkeslivet.

– Vi vill vara en arbetsplats där man lär sig mycket och har roligt på jobbet. Vi letar inte cv:n utan vi skapar cv:n för våra ungdomar. Vi försöker på riktigt ta hand om människor och anstränger oss för att vara i framkant som en bra arbetsgivare både på insidan och utsidan, säger Janne Nilsson.

Skara Sommarland gick något bättre omsättningsmässigt än året innan, men resultatet blev något sämre. Främst för att konsertsatsningen inte svarade upp mot de uppsatta målen.



JANNE NILSSON, VD

»Vi letar inte cv:n utan vi skapar cv:n för våra ungdomar.«

Största utmaning
Att hinna med att leverera de dagar vi har väldigt mycket folk i parken. När det kommer 6–8 000 besökare under en dag blir det tufft. Här måste vi bli effektivare.

Bästa händelse
Sättet vi arrangerade de tre konserterna på var glimrande. Inte minst artisterna var väldigt nöjda med ljud och ljus och så beställde vi bra väder dessa kvällar också.

Vad blir viktigast 2018?
Att slå ett slag för hur bra vi är som arbetsgivare åt ungdomar som bor här. Vi behöver synas och höras mer!

Aquaria

Beslut om nedläggning – men grodorna lyfte Aquaria!

Efter flera år av diskussioner om Aquarias framtid blev det under 2017 klart att verksamheten läggs ner 2018. Det tunga beskedet uppvägdes till viss del av att grodutställningen Fantastic Frogs fick ett fantastiskt mottagande av gästerna.

AQUARIAS LOKAL ÄR i stort behov av upprustning. En detaljplan för platsen, som ägs av Stockholms stad, kommer att dröja i många år, och därför gjordes bedömningen att det inte finns förutsättningar att driva verksamheten vidare. För Aquarias medarbetare blev beskedet om nedläggning mycket känslosamt. Många har arbetat på akvariet sedan 90-talet och varit med att bygga upp verksamheten till det den är idag.

– DEN ABSOLUT STÖRSTA utmaningen under året var att fatta beslut om att stänga och att lämna beskedet till våra medarbetare. Ändå lyckades vi hitta energi och motivation att driva den dagliga verksamheten vidare så att besökarna skulle få det bemötande de förtjänar. Vi klarade det väldigt bra tillsammans, och har haft givande samtal som hjälpt oss driva verksamheten framåt, säger Sandra Wilke som är platschef på Aquaria.



I MAJ ÖPPNADE utställningen Fantastic Frogs där utrotningshotade groddjur, framför allt tropiska grodor, visades upp för en entusiastisk publik. Hälften av jordens alla grodarter är idag utrotningshotade och på bara 40 år har fler än 200 arter helt dött ut. Besökarna fick se allt från pilgiftsgrodor och agapadda till världens giftigaste groda – Phyllobates terribilis.

EN ANNAN STOR händelse på djursidan var flytten av Inez, India och Inca – tre svartfenade revhajar – till Universeum i Göteborg. Att flytta känsliga djur som hajar innebär alltid en risk, men med noggranna förberedelser, Universeums personals stora kompetens och den bästa utrustningen för flytten, flöt allt på som planerat. India, Inca och Inez mår bra och trivs utmärkt i sitt nya hem. Flytten var planerad sedan länge då Aquaria inte har plats för fullvuxna revhajar. Kvar på Djurgården finns dock bambuhajhonan Lilla My och hennes ungar.



UNDER ÅRET HAR Aquaria arbetat med att hitta nya, bra hem för djuren när verksamheten stänger. Arbetet är i det närmaste klart och fortlöper under 2018.

TROTS ATT ANTALET besökare har minskat de senaste åren lyckades Aquaria överträffa budgeterat resultat. Butiken och kaféet har haft en bra utveckling och gästerna stannar lite längre, vilket har gett ökad försäljning per gäst.



SANDRA WILKE, PLATSCHEF

» Många gäster berättar att de var här första gången som barn och nu kommer tillbaka med sina egna barn. «

Årets bästa upplevelse 2017
Arbetet med Fantastic Frogs var väldigt roligt. Både att våra besökare fick se något nytt men också att medarbetarna kunde vara stolta över en fantastisk utställning. Sista kvällen innan vi öppnade utställningen var speciell: När de sista skyltarna sätts upp och vi städar i ordning rummet – då inser vi att vi har lyckats!

Aquaria VATTENMUSEUM

2016 2017

18,4 18,7 Mkr i omsättning

181 017 163 730 gäster

En värld av magiska upplevelser











































DIRIGENTERNA

Fem parker med fem olika upplevelser som komponerar en gemensam symfoni – det är grundackordet för Parks and Resorts. Här får du möta några av dem som håller i taktpinnen när det gäller att bevara parkernas särart samtidigt som vi jobbar smart, delar goda arbetssätt och håller samma höga kvalitet.

1. Berätta om ditt uppdrag

2. Vilka är fördelarna med att jobba koncernövergripande i din roll?

3. Vilka är utmaningarna?

Joanna Hammar

marknadschef

1. Jag ska se till att våra parkers varumärken fortsätter att vara starka, både enskilt och i grupp. När och hur vi pratar till våra målgrupper, samarbeten med andra varumärken och hur vi jobbar med gästmötet i parkerna. Utöver det älskar vi att hitta nya produkter och paketeringar som gör besöket lättare och roligare för våra gäster.

2. Tillsammans är vi starkare och har ett helt annat förhandlingsläge när vi köper exempelvis media och produktion. Vi kan också se till att medieplaceringarna lyfter våra parker och inte skapar konkurrens mellan oss.

3. Avståndet till parkerna! I den bästa av världar hade man kunnat vara delaktig i varje enskild verksamhet på ett helt annat sätt, men avstånden gör att det svårt.

Marcus Karlsson

CFO

1. Mitt uppdrag är att ansvara för att vi som koncern efterlever bokförings- och skattemässiga regler och har verktyg och rapporter för en effektiv verksamhetsstyrning. Att vi har enhetliga och fungerande interna kontroller och rutiner. På koncernnivå sköter vi även finansieringsfrågor och följer upp investeringar. Detta arbete gör jag tillsammans med Jessica Sjödin, vår redovisningsspecialist, samt John Rosberg, vår koncerncontroller.

2. Att vi kan hitta arbetssätt och fungerande rutiner från ett bolag och överföra till övriga. När de enskilda bolagen kan dra nytta av varandras utveckling lyfter vi helheten.

3. Ibland är bolagen och personerna på motsvarande positioner i olika faser. Vissa har jobbat länge i vår koncern, medan andra är nya. Att då hitta enhetliga verktyg och rutiner som är enkla att ta till sig, och skapa löpande kompetensutveckling som säkerställer den verksamhetsstyrning vi vill uppnå kan vara en utmaning.

Peter Osbeck

attraktionschef

Har varit med och byggt 83 attraktioner, varav sex vattenattraktioner. Den första var Vikingen på Gröna Lund år 1979.

1. Mitt uppdrag är att som medlem i Strategisk Utveckling ta fram nya koncept, attraktioner och miljöer/tematiseringar och sedan vara med och genomföra dessa så att de blir som vår vision. Det kan gälla allt ifrån rena tematiseringar som huvudgatan på Skara Sommarland, som 2018 får karibiskt tema, till hela områden som Bamses Värld och kommande Blue Harvest.

2. Att ha insikt i koncernens verksamhet och vår totala investeringsbudget. Jag känner till våra långsiktiga mål och hur och i vilken takt ägarna vill att parkerna ska utvecklas.

3. Utmaningarna är att hitta rätt attraktioner för respektive parks målgrupp och att få dem på plats. På Gröna Lund är till exempel bristen på yta en stor utmaning, vilket kräver extra stor kreativitet och att tänka utanför ramarna. Omöjligt bor inte här.

Carin Broryd

inköps- och hållbarhetschef

1. Som inköpschef ska jag se till att våra bolag handlar klokt och kostnadseffektivt med våra värderingar som grund. Via gemensamma avtal kan alla bolag ta del av förmåner och utnyttja synergier. Jag ansvarar också för att våra leverantörer följer uppförandekoden.

Som hållbarhetschef systematiserar jag vårt hållbarhetsarbete så att vi arbetar smart och effektivt. Jag vill också sprida goda exempel och nya idéer mellan parkerna så att vi kan etablera »best pracitice«. Området är ganska nytt, så det finns inga gamla rutiner att gå på.

2. Det ger mig möjlighet att plocka upp allt bra vi gör och sedan ta det vidare till de andra bolagen så att vi kan utnyttja synergier på bästa sätt. Tillsammans gör vi skillnad!

3. Alla bolag har olika förutsättningar och det kan ibland vara en utmaning att vi alltid måste anpassa lösningar och avtal vid gemensamma beslut.









1. Berätta om ditt uppdrag

2. Vilka är fördelarna med att jobba koncernövergripande i din roll?

3. Vilka är utmaningarna?

Anja Ringdahl

utbildningschef



1. Jag jobbar med våra service- och ledarskapsutbildningar och med vår värdegrund. Min uppgift är att hålla dialogen levande och göra saker lätta, roliga och motiverande. Vi ska ha en och samma företagskultur även om vi är fem parker!

2. Jag kan koordinera att det sker en kompetensöverföring mellan bolagen, men ser också en styrka i att vi har samma vision om vad gästerna ska uppleva. Det finns en stor kraft i att vi gör arbetet tillsammans och på samma sätt. Då kan vi säkerställa en hög lägstanivå.

3. Vår växande verksamhet innebär att fler medarbetare ska utbildas på kort tid. För att skapa ett mer flexibelt utbildningsflöde jobbar vi nu bland annat med att göra vissa utbildningar till e-learning.

Caroline Lidholm

rekryteringschef

1. Jag jobbar med att rekrytera nya stjärnor till alla våra tjänster. Mitt uppdrag är att hitta de personer som vill vara en del av vår gemenskap och som vill vara med och skapa magiska minnen till våra gäster. Det är inte bara vi som ska välja våra nya artister, de ska också välja oss som arbetsgivare.

2. Genom att ha en gemensam och kvalitetssäkrad rekryteringsprocess säkerställer vi att alla nya stjärnor uppfyller samma krav, är engagerade och vill vara med och leverera service i världsklass.

3. Vi växer och rekryterar varje år fler och fler. En utmaning är att under en så kort och intensiv period hitta alla dessa stjärnor. Då vi är en säsongsbetonad verksamhet är det också en utmaning att rekrytera till vissa tjänster, exempelvis till teknik och restaurang.

Började i sin karriär med att snurra sockervadd på Gröna Lund.

Pia Söderhorn

vice vd

1. Mitt uppdrag och fokus är att hitta bra och effektiva lösningar på koncerngemensamma driftsfrågor inom HR, marknad, inköp, hållbarhet, sälj och IT. Genom att dela med oss av bra arbetssätt blir vi effektivare och kan sätta en Parks-standard.

2. Det är själva basen för uppdraget eftersom det är just koncernövergripande frågor jag jobbar med. En stor fördel för mig är att jag jobbat som CFO för Parks and Resorts tidigare. Det gav mig kunskap om verksamheten och många kontakter – vilket är en förutsättning för detta uppdrag.

3. Utmaningarna ligger i det som också är roligt – att vi är fem helt olika parker och att det ändå går att hitta gemensamma sätt att arbeta som gör oss bättre. I vissa fall kan en gemensam central lösning vara det bästa – då kan utmaningen vara att få samsyn runt det.

Jan Eriksson

IT-chef

1. Mitt uppdrag är att flytta ut tekniken i gästupplevelsen. Tanken är att IT ska gå från att vara en intern serviceorganisation till en mer affärsdrivande enhet med högre gästfokus, enkelt beskrivet som »IT i gästens hand«.

2. Parker och avdelningar har liknande behov. I slutändan är ofta önskemålet att en lösning ska kunna fungera tätt tillsammans med andra lösningar och då får det inte bli för spretigt.

3. Vi är en liten avdelning och IT finns numera i allas vardag och i alla våra processer. Det är en stor utmaning att prioritera våra insatser rätt. Nästan alla idéer är bra, men det är inte alltid så lätt att jämföra fördelarna med varandra. Genererar de intäkter, förbättrar de gästupplevelsen, trimmar de våra arbetssätt och så vidare? Det är också en stor utmaning att förflytta en befintlig, hyggligt fungerande lösning till en bättre utan att skapa störningar längs vägen.

Eva Rundfelt

kvalitetschef

Började jobba i koncernen som 22-åring.

1. Mitt uppdrag är att säkerställa att vi levererar den kvalitet – i gästmötet och parkmiljö – som ytterst ägarna vill att vi ska ha i våra parker.

2. Att vi skapar samsyn om vilken kvalitetsnivå vi ska ha och säkerställer att den hålls. Våra gäster ska få samma fina gästmöte och kunna njuta av lika fina miljöer i alla våra parker under alla våra öppetdagar.

3. Utmaningen är att hinna vara ute i parkerna så mycket som möjligt.

På väg mot hållbara upplevelser

Parks and Resorts hållbarhetsarbete utgår från tre ställningstaganden: Vi vill göra stort intryck men litet avtryck, vi ska vara en park för alla – även framtida generationer – och vi gör hellre rätt än lätt. Med detta som kompass arbetar vi fokuserat för att skapa upplevelser som är alltmer hållbara. Här är några av de framsteg vi är särskilt stolta över.



Alla våra matenheter erbjuder vegetariska rätter och många serverar även veganska rätter.

Laddstolpar för elbilar finns nu i alla parker



Under 2017 laddades 6 525 mil i våra stolpar, vilket motsvarar omkring ungefär ett och ett halvt varv runt jorden. Det är en besparing på 9 516 kg Co_2 jämfört med om samma sträcka hade körts med en dieselbil.



Så mycket har Kolmårdens insamling av pant ökat på tre år. Alla intäkter från panten skänks till Kolmården Foundation.



Vi använder 100 procent grön el. Det innebär att all vår el kommer från sol, vind, vatten och biobränsle.



Gröna Lund minskade sitt brännbara avfall med 151 ton som ett resultat av bättre källsortering.



100 % ekologisk pannkaka

2017 kom ekopannkakan. 2018 är hela tallriken ekologisk. Finns även som glutenfritt och laktosfritt.



Så mycket minskade Skara Sommarland sitt matsvinn under säsongen, bland annat genom att väga matavfallet. Nu följer fler parker efter.

»Jag kan inte värja mig, man bara måste göra något, nu.«

Parks and Resorts delägare Mattias Banker om sitt engagemang »Barn är inte till salu« som var årets tema i Musikhjälpen. Gröna Lund auktionerade dels ut två timmars exklusiv tid i parken och budade dels hem en spelning med The Hives.

Vill du veta mer om hur vi skapar hållbara upplevelser? Läs vår hållbarhetsrapport som du hittar på www.parksandresorts.com.



Stärkt stiftelse hjälper hotade arter över hela världen

Kolmårdens insamlingsstiftelse (KIS) hjälper utvalda organisationer runt om i världen med finansiella medel för att bevara hotade arter, utbilda lokalbefolkningar och främja balansen mellan människa, djur och natur. Nu gör stiftelsen en utvidgad satsning och passar samtidigt på att byta namn till Kolmården Foundation.

Sedan stiftelsen startades 2001 av Kolmårdens dåvarande vd Anders Eslander har den delat ut ungefär sju miljoner kronor till ett 30-tal projekt. Gemensamt för projekten är att de arbetar med naturvårdande insatser för utrotningshotade djur över hela världen. Nu kraftsamlar stiftelsen med nytt namn, ökad aktivitet och högre ambitioner.

– Stiftelsen har en viktig uppgift och vi har beslutat att göra en ökad satsning för att kunna stödja ännu fler projekt i framtiden. Vi har haft en insamlingskapacitet på ungefär 500 000 kronor om året men kommer att göra fler aktiviteter på insamlingsområdet i framtiden. I samband med det byter vi namn till Kolmården Foundation. Främst för att göra namnet begripligt då vi stödjer många internationella projekt, säger Anders Eslander som idag är vice ordförande i stiftelsen.

Kolmården Foundation är liksom andra stiftelser helt fristående och har ingen ägare, men den står ändå som symbol för djurparkens arbete för utrotningshotade djur. Själva insamlingen sker via många olika kanaler. Dels på plats i Kolmården där besökarna ges möjlighet att donera, men också via 90-konto som kontrolleras av Svensk Insamlingskontroll. Andra källor är arvsdonationer och insamling från företag. Maximalt tio procent av insamlade medel får gå till administration, avgifter och andra omkostnader och allt arbete sker på ideell basis.

Ett exempel på projekt där stiftelsen gjort skillnad är noshörningsprojektet Ngulia i Kenya som bland annat resulterat i en avancerad teknik som gör att parkvakterna kan kommunicera på ett säkert sätt och enklare kan komma åt tjuvskyttarna. Här har Kolmårdens djurpark fungerat som testarena för att utveckla tekniken.

Stiftelsen stödjer också projekt i samarbete med den europeiska djurparksorganisationen EAZA, till exempel ett projekt för att bevara den röda pandan som hotas av skogsavverkning och bambuskövling. Många av projekten handlar om att stoppa tjuvjakten i nationalparker, till exempel jakten på cross river-gorillan i Nigeria och Amurtigrar i Ryssland, som det bara finns cirka 500 kvar av i det vilda. I det projektet har stiftelsen skjutit till mer än 1,2 miljon kronor vilket bland annat bidragit till att antalet arresterade tjuvjägare och antalet beslagtagna vapen har fördubblats.



NÅGRA AV KOLMÅRDEN FOUNDATIONS PROJEKT

- Tiger – stöd till Phoenix Fund som arbetar för att bevara Amurtigern som det bara finns 500 kvar av i det vilda.
- Noshörning – utrustning till parkvakter i kampen mot tjuvskytte i reservatet Ngulia i Kenya.
- Snöleopard – Endast ett tusental individer finns kvar i det vilda. Stiftelsen stöttar Snow Leopard's Trust i Mongoliet.
- Zebra – stiftelsen stödjer Marwell Wildlife i kampen för att bevara den akut hotade grevyzebran.
- Asiatisk elefant – stöd till Udawalawe Elephant Transit Home (ETH) som tar hand om föräldralösa elefantkalvar på Sri Lanka.
- Gorilla – stöd till parkvakter som skyddar den utrotningshotade cross river-gorillan i Nigeria.
- Röd panda – stöd till Red Panda Network som på bred front arbetar för att rädda röda pandan och skogen där den lever.
- Afrikansk vildhund – stöd till Painted Dog Conservation (PDC) i Zimbabwe som bland annat arbetar för att rehabilitera skadade vildhundar som fastnat i jaktfällor.

VILL DU BIDRA TILL EN VILDARE VÄRLD?

Donera valfritt belopp via Swish: 1232 697 597

Engångsgåva via SMS:
För 50 kr, sms:a »KIS50« till 72909
För 100 kr, sms:a »KIS100« till 72909

FÖRVALTNINGS-BERÄTTELSE

Koncernstruktur och verksamhet

PARKS & RESORTS Scandinavia AB är moderbolag i en koncern innefattande Gröna Lunds Tivoli, Kolmårdens Djurpark AB, Aquaria Vattenmuseum AB, AB Furuviksparken och Skara Sommarlands AB. Bolaget ägs till 100 % av JHT Intressenter AB, org nr 556698-3267, som i sin tur ägs till 89 % av Tidstrand Holding AB, org nr 556695-8491, till 10 % av Tidstrand Fastigheter AB, org nr 556695-8483, samt till 1 % av Mattias Banker. Bolaget har sitt säte i Stockholm.

Parks and Resorts är en av Nordens ledande aktörer inom upplevelseparksbranschen. Koncernen driver Gröna Lund, Kolmården och Vildmarkshotellet, Aquaria, Furuvik och Skara Sommarland.

Under 2017 besöktes koncernens anläggningar av sånär 3,2 miljoner gäster, vilket är nytt besöksrekord. Det är en ökning med 5 % jämfört med föregående år. Koncernen hade en rekordomsättning och ökade omsättningen med 6 % jämfört med föregående år.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER RÄKENSKAPSÅRET

GRÖNA LUND

Gröna Lund hade en mycket bra säsong, innehållande både ett besöks- och omsättningsrekord. Antalet gäster under året uppgick till 1 691 427 (1 570 092) vilket är 8 % fler än föregående år. Omsättningen uppgick till 667,0 (604,8) mkr vilket är en ökning med 10 % mot föregående år, till följd av fler gäster och goda snittintäkter. Rörelseresultatet uppgick till 87,1 (80,2) mkr motsvarade en rörelsemarginal på 13 % (13 %).

Gröna Lund utökade sin satsning på konsertverksamheten med bland annat stora akter såsom Elton John, Brad Paisley, Zara Larsson och The Cardigans. På Tyrol spelade Mamma Mia the Party hela året inför fullt hus. Till säsong 2017 så gjorde Gröna Lund stora investeringar i den nya höghöjdsattraktionen Ikaros och området runt Katapulten, inkluderat den nya restaurangen Terrassen. På höstlovet så invigde Gröna Lund sin storsatsning på Halloween, vilket blev en succé.

KOLMÅRDEN OCH VILDMARKSHOTELLET

Kolmården hade återigen mycket fina besökstal med 704 250 (727 113) gäster, vilket dock är en minskning med 4 % mot föregående år. Hotellet nådde inte upp till förra årets rekordnivåer och sålde 36 446 (42 499) hotellrum under året. Under 2018/19 så kommer hotellet att genomgå en omfattande renovering. Omsättningen uppgick till 404,8 (416,1) mkr vilket är en minskning med 3 %. Rörelseresultatet uppgick till 28,9 (33,9) mkr motsvarande en rörelsemarginal på 7 % (8 %).

Kolmården investerade i fortsatt utbyggnad av Bamses Värld, med den nya attraktionen Bamses flygande matta, liksom i annat fastighetsrelaterat underhåll. Kolmården fortsatte också satsningen på Halloween och Sagojul med stor framgång.

Under hösten tillträdde Niclas Palmqvist som ny vd. Niclas var tidigare teknikchef på Kolmården.

SKARA SOMMARLAND

Skara Sommarland ökade besökstalen med 13 % där antalet gäster uppgick till 285 589 (253 538), trots en vädermässigt utmanande inledning på sommaren. Omsättningen uppgick till 103,5 (95,7) mkr vilket är en ökning med 8 %. Rörelseresultatet uppgick till 7,6 (7,6) mkr, motsvarande en rörelsemarginal på 7 % (8 %).

Skara Sommarland investerade i campingen och i ett helt nytt servicehus. Man lanserade även Sommarland Live, en konsertsatsning vid tre tillfällen under sommaren.

FURUVIK

Furuvik gjorde återigen en fantastisk säsong och slog nytt besöksrekord. Antalet gäster uppgick till 304 130 (261 192). Omsättningen uppgick till 111,1 (95,2) mkr, vilket är en ökning med 17 %. Rörelseresultatet uppgick till 14,2 (16,5) mkr, motsvarande en rörelsemarginal på 13 % (17 %). Resultatet belastas med extraordinära kostnader om 5,5 mkr till följd av en överenskommelse om uppsägning av den tidigare restauratören på Furuviks Brygga. Konsertverksamheten fick fortsatt stort utrymme i parken med flera större spelningar. Till säsongen så gjordes betydande investeringar i tivoliområdet, med bl.a. en ny berg- och dalbana, Fireball.

AQUARIA

Antalet gäster uppgick till 163 730 (181 017), vilket var 10 % färre än föregående år. Omsättningen uppgick till 18,7 (18,4) mkr, där högre snittintäkter kompenserar för de lägre besökstalen. Rörelseresultatet uppgick till 1,5 (1,2) mkr vilket motsvarar en rörelsemarginal på 8 % (6 %).

Under året beslutades att avveckla verksamheten och stänga Aquaria under 2018. Detta till följd av rådande hyresavtal och det stora underhållsbehov som återfinns i fastigheten. Avvecklingen av verksamheten kommer inte att innebära några väsentliga kostnader för bolaget, och avskrivningstiden för kvarstående tillgångar har anpassats till avvecklingstiden.

FÖRVALTNINGS-BERÄTTELSE

FLERÅRSJÄMFÖRELSE

Bolagets ekonomiska utveckling i sammandrag.

KONCERNEN		2017	2016	2015	2014
Totala intäkter	tkr	1 306 382	1 243 980	1 156 437	975 399
Resultat efter finansiella poster	tkr	87 283	80 010	134 818	42 418
Balansomslutning	tkr	1 571 947	1 553 828	1 456 694	1 364 614
Antal anställda	st	1 017	973	846	836
Soliditet	%	60	61	61	57
Avkastning på eget kapital	%	7,1	7,4	12,3	5,8
Avkastning på totalt kapital	%	6,1	5,7	9,8	4,3

MODERBOLAGET		2017	2016	2015	2014
Totala intäkter	tkr	26 555	31 825	30 673	19 962
Resultat efter finansiella poster	tkr	-42 246	-75 091	-35 106	-37 183
Balansomslutning	tkr	1 472 742	1 429 089	1 333 153	1 188 555
Antal anställda	st	11	12	12	12
Soliditet	%	56	59	61	63
Avkastning på eget kapital	%	4,6	0,8	7,5	neg
Avkastning på totalt kapital	%	neg	neg	neg	neg

Soliditet: Justerat eget kapital / Balansomslutning. Med justerat eget kapital avses eget kapital + obeskattade reserver med avdrag föruppskjuten skatteskuld.
Avkastning på eget kapital: Årets resultat / Utgående justerat Eget kapital
Avkastning på totalt kapital: (Resultat efter finansiella intäkter och kostnader + räntekostnader) / Utgående balansomslutning

FÖRVALTNINGS-BERÄTTELSE

MODERBOLAGET

Moderbolagets verksamhet har under året bestått av koncerngemensamma funktioner.

Omsättning under verksamhetsåret uppgick till 26,6 (31,8) mkr varav 49 % (40 %) avsåg försäljning till dotterbolagen.

Rörelseresultatet uppgick till -40,3 (-48,9) mkr.

Moderbolagets utnyttjade koncernkontokredit uppgick per bokslutsdagen till 0 (0) mkr.

Det egna kapitalet uppgick per bokslutsdagen till 788 (817) mkr, vilket innebär en soliditet om 56 % (59 %).

KONCERNEN

Parks and Resorts ägare har ett långsiktigt engagemang. Merparten av koncernens kassaflöde återinvesteras för att säkra en hög hållbar kvalitet och attraktionskraft för koncernens parker. Härigenom skapas förutsättningar för att långsiktigt nå och bibehålla en god lönsamhet och en stark finansiell ställning.

Koncernens rörelseresultat uppgick till 95,4 (86,1) mkr.

Det egna kapitalet uppgick till 944 (944) mkr vilket innebär en soliditet om 60 % (61 %).

De räntebärande lånen, inklusive utnyttjad checkräkningskredit, uppgick till totalt 270 (246) mkr och där merparten har löptid inom tre år till fast ränta.

Årets kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 186 (195) mkr.

Per 2017-12-31 uppgick de likvida medlen till 47,6 (89,9) mkr. Av tillgänglig checkkredit om 260 mkr var hela krediten om 260 (160) mkr outnyttjad per 31 dec 2017.

TVISTER

Enligt en tidigare tvist om bygglov och detaljplan avseende Wildfire på Kolmården, så beslutade Mark- och miljö överdomstolen att en detaljplan krävs för Wildfire. Detaljplansprocessen är igång och fortlöper enligt plan.

INVESTERINGAR

De totala bruttoinvesteringarna i materiella anläggningstillgångaruppgic k till 153 (160) mkr.

Årets investeringar fokuserade på attraktionsnyheter - ochi synnerhet höghöjdsattraktionen Ikaros på Gröna Lund. Därtill fick Kolmården en ny attraktion i Bamses Värld liksom en stor satsning på Furuvik med berg- och dalbanan Fireball. Vidare fortsatte Gröna Lund sin projektering av den kommande investeringen man planerar att genomföra med ombyggnation av en tredjedel av Gröna Lunds yta, som även innehåller en helt världsunik berg- och dalbana från leverantören Bolliger & Mabillard med premiär 2021. På Furuvik påbörjades även investeringar i Spökjakten, en interaktiv dark ride, liksom i Furuvik Havshotell och Furuvik Havskrog som färdigställs inför säsongen 2018.

Därtill investerades i koncernens campingar samt i arbetsmiljö- och säkerhetsfrågor liksom i underhåll av det stora fastighetsbeståndet.

MEDARBETARE

Medelantal anställda uppgick under året till 1 017 (973) personer. Ökningen är framförallt en effekt av utökad verksamhet i flera av koncernens anläggningar.

INFORMATION OM RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Efterfrågan på dotterbolagens tjänster påverkas av både konjunktur- och säsongsvariationer. Konjunkturläget påverkas av förändringar i den disponibla inkomsten som styrs av bl a räntenivåer, sysselsättningsgrad och skatter. Den faktor som påverkar koncernens utfall mest, och som är minst påverkbar, är vädret. Vädrets variationer har påverkan under perioder, men över tid har det inte någon långsiktig påverkan. Kortsiktigt påverkar dock vädret våra gästers beteenden direkt, vilket ofta är avgörande för om de skall besöka våra parker eller inte. Då koncernens verksamhet är säsongsbetonad och främst sker under sommarhalvåret, så kan dåligt väder under ett fåtal månader få relativt stora resultateffekter för ett specifikt år. Detta i sin tur medför lägre kassaflöde och således lägre investeringsutrymme.

Andra risker är bygglovsprocesserna för koncernens satsningar, där överklaganden kan medföra osäkerheter och förseningar.

Koncernens finansiella risker är begränsade, men består av en ränte- och valutarisk. Om räntan skulle gå upp kraftigt så påverkar detta således koncernens räntekostnader. Valutarisken består framförallt i att nya större attraktionsinköp sker i utländsk valuta. Om kronan försvagas, så innebär det att framtida investeringar blir dyrare. Vid beslut om investering, så säkras framtida betalningar i utländsk valuta genom valutaterminer i enlighet med koncernens finanspolicy.

Hög säkerhet är grundläggande för verksamheten, och ett viktigt inslag i vårt utbildningspaket för våra anställda. Säkerhetsarbetet är inriktat på att förebygga skador och risker. I koncernen är den största risken, ur ett ekonomiskt perspektiv, om en allvarlig olycka skulle inträffa och konsekvenserna därav.

FINANSPOLICY

Parks and Resorts hantering av finansiella risker regleras i en finanspolicy som fastställs av styrelsen. Policyn anger hur ansvaret för finansverksamheten ska fördelas inom koncernen, vilka finansiella risker koncernen är beredd att ta samt riktlinjer för hur riskerna ska begränsas. Strategin är att minimera och kontrollera finansiella risker samt eliminera finansiell spekulation.

HÅLLBARHETSUPPLYSNINGAR

Parks and Resorts upprättar en separat hållbarhetsrapport som finns publicerad på bolagets hemsida, www.parksandresorts.com.

Koncernens hållbarhetsarbete kan sammanfattas kortfattat i tre riktlinjer som vi kallar för Vår Kompass.

Vi ska vara en park för alla:

Gäster, medarbetare, djur, det omgivande samhället och framtida generationer - vi tar ansvar där vår verksamhet berör och strävar efter att vår påverkan ska vara positiv.

Vi vill göra stort intryck men litet avtryck:

Att leverera magiska helhetsupplevelser är det vi gör bäst och det ska vi göra på ett så hållbart sätt som möjligt.

Vi gör hellre rätt än lätt:

Hållbarhet är aldrig svart eller vitt och med forskning och utveckling förändras bilden ständigt. Vi väjer dock inte för det komplexa eller det som är svårt att kommunicera. Våra beslut ska alltid vara grundade på kunskap och fakta, inte på känsla. För att klara det tar vi hjälp av dem som kan mer.

Nedan följer några exempel på genomförda hållbarhetsåtgärder:

- Alla parker deltar i Global Light Challenge. Ett initiativ med bas i FNs Globala Mål som syftar till att minska energianvändningen som har en direkt koppling till minskat klimatavtryck. Gröna Lund har hittills ställt om mer än 70 % av sina ljuskällor till mer miljövänliga LED.
- Kolmårdens Djurpark har under 2017 helt ersatt behovet av eldningsolja med det miljövänliga bränslet RME, som också kallas rapsolja.
- Parkerna fortsätter med aktivt arbeta med energikartläggning. Till exempel har Skara sommarland utfört ett flertal åtgärder, vilka har minskat energianvändningen med 150 MWh under vintermånaderna.
- Vi har också ökat andelen inköp av miljömärkta matråvaror från 5 procent 2015 till 17 procent 2017 från grossist, långt över genomsnittet i branschen.
- Alla parker har under året arbetat med att sänka sjukskrivningstalen, där Gröna Lund och Skara Sommarland lyckats bäst med 2%

TILLSTÅNDS- ELLER ANMÄLNINGSPLIKTIG VERKSAMHET ENLIGT MILJÖBALKEN

Koncernen bedriver djurverksamhet på sina anläggningar i Kolmårdens Djurpark, Furuvik och Aquaria. Dessa verksamheter har tillstånd enligt miljöbalken, enligt följande:

Tillstånd enligt 40§ artskyddsförordningen att offentligt förevisa djur av vilda arter samt godkännande för offentlig förevisning av djur enligt 37§ djurskyddsförordningen. Vidare har Kolmårdens Djurpark och Furuvik tillstånd att hålla vilt i hägn, vård & rehabilitering av vilt samt är godkända anläggningar enligt 2§ SJVFS 1996:24 för införsel av djur mm.

FÖRÄNDRING AV EGET KAPITAL

KONCERNEN	Aktiekapital	Annat eget kapital och årets resultat	Totalt eget kapital
Eget kapital 2016-12-31	10 000	933 905	943 905
Utdelning enligt beslut av årsstämman		-67 000	-67 000
Årets resultat	-	66 969	66 969
Eget kapital 2017-12-31	**10 000**	**933 874**	**943 874**

MODERBOLAGET	Aktiekapital	Övrigt fritt eget kapital	Summa eget kapital
Eget kapital 2016-12-31	10 000	807 243	817 243
Utdelning enligt beslut av årsstämman	-	-67 000	-67 000
Årets resultat	-	38 058	38 058
Eget kapital 2017-12-31	**10 000**	**778 301**	**788 301**

Förslag till vinstdisposition

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel:

Erhållna koncernbidrag (netto)	78 258 539
Erhållna aktieägartillskott	775 100 000
Balanserat resultat	-113 115 603
Årets vinst	38 058 124
	kronor **778 301 060**
Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras så att till aktieägarna utdelas 5 kr per aktie, totalt	5 000 000
I ny räkning överförs	773 301 060
	kronor **778 301 060**

Vad beträffar företagets resultat och ställning i övrigt, hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkning.

För den formella årsredovisningen 2017 se: http://parksandresorts.com/om-parks/rapporter/

Styrelsens yttrande över den föreslagna vinstutdelningen

Den föreslagna utdelningen reducerar bolagets soliditet till 56 procent och koncernens soliditet till 60 procent. Soliditeten är mot bakgrund av att bolagets- och koncernens verksamhet fortsatt bedrivs med lönsamhet betryggande. Likviditeten i bolaget och koncernen bedöms kunna upprätthållas på en likaledes betryggande nivå.

Styrelsens uppfattning är att den föreslagna utdelningen ej hindrar bolaget från att fullgöra sina förpliktelser på kort och lång sikt, ej heller att fullgöra erforderliga investeringar. Den föreslagna utdelningen kan därmed försvaras med hänsyn till vad som anförs i ABL 17 kap 3 § 2-3 st. (försiktighetsregeln).

Utdelningen kommer att betalas den 29 augusti 2018.

RESULTATRÄKNING KONCERNEN

Belopp i Tkr	2017	2016
Nettoomsättning	1 260 642	1 195 699
Övriga rörelseintäkter	45 740	48 281
Summa omsättning	**1 306 382**	**1 243 980**
Rörelsens kostnader		
Råvaror och förnödenheter	-117 922	-113 034
Handelsvaror	-42 477	-41 309
Övriga externa kostnader	-441 954	-428 784
Personalkostnader	-509 459	-482 115
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriellaanläggningstillgångar	-99 161	-92 625
Summa rörelsens kostnader	**-1 210 973**	**-1 157 867**
Rörelseresultat	**95 409**	**86 113**
Resultat från finansiella poster		
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	309	3 133
Räntekostnader och liknande resultatposter	-8 435	-9 236
Summa resultat från finansiella poster	**-8 126**	**-6 103**
Resultat efter finansiella poster	**87 283**	**80 010**
Skatt på årets resultat	-20 314	-19 890
ÅRETS VINST	**66 969**	**60 120**

BALANSRÄKNING KONCERNEN

Belopp i Tkr	2017-12-31	2016-12-31
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
Immateriella anläggningstillgångar		
Varumärken	264 468	267 399
	264 468	**267 399**
Materiella anläggningstillgångar		
Byggnader och mark	448 196	452 490
Nedlagda utgifter på annans fastighet	3 859	4 375
Park- och tivolianläggning	604 224	538 820
Maskiner och andra tekniska anläggningar	23 469	26 669
Inventarier, verktyg och installationer	44 633	45 394
Djur	67	203
Pågående nyanläggningar och förskott avseende materiella anläggningstillgångar	53 319	53 654
	1 177 767	**1 121 605**
Finansiella anläggningstillgångar		
Andra finansiella anläggningstillgångar	3 962	1 276
Uppskjuten skattefordran	7 287	5 804
	11 249	**7 080**
Summa anläggningstillgångar	**1 453 484**	**1 396 084**
Omsättningstillgångar		
Varulager m m		
Råvaror och förnödenheter	4 501	4 519
Färdiga varor och handelsvaror	12 061	12 351
Förskott till leverantörer	-	83
	16 562	**16 953**
Kortfristiga fordringar		
Kundfordringar	12 204	10 910
Övriga kortfristiga fordringar	25 754	24 639
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	16 294	15 336
	54 252	**50 885**
Kassa och bank	**47 649**	**89 906**
Summa omsättningstillgångar	**118 463**	**157 744**
SUMMA TILLGÅNGAR	**1 571 947**	**1 553 828**

BALANSRÄKNING KONCERNEN

Belopp i Tkr	2017-12-31	2016-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Aktiekapital	10 000	10 000
Annat eget kapital inklusive årets resultat	933 874	933 905
	943 874	**943 905**
Summa eget kapital	**943 874**	**943 905**
Avsättningar		
Uppskjuten skatteskuld	183 176	173 297
Summa avsättningar	**183 176**	**173 297**
Långfristiga skulder		
Skulder till kreditinstitut	265 140	243 295
Övriga skulder	451	1 266
Summa långfristiga skulder	**265 591**	**244 561**
Kortfristiga skulder		
Skulder till kreditinstitut	4 502	2 890
Leverantörsskulder	70 902	58 792
Skulder till moderföretaget	310	28 310
Aktuella skatteskulder	4 602	11 631
Övriga skulder	33 047	20 443
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	65 943	69 999
Summa kortfristiga skulder	**179 306**	**192 065**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	**1 571 947**	**1 553 828**

KASSAFLÖDESANALYS KONCERNEN

Belopp i Tkr	2017	2016
Den löpande verksamheten		
Rörelseresultat före finansiella poster	95 409	86 113
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet:		
Av- och nedskrivning av tillgångar	99 161	92 625
Utrangeringar och kostnadsförda poster som aktiverats tidigare år	494	7 173
Orealiserade valutakursvinster/förluster	721	2 717
Erhållen ränta	134	80
Erlagd ränta	-7 612	-7 300
Betald inkomstskatt	-13 148	-14 776
	175 159	**166 632**
Ökning/minskning varulager	391	-2 747
Ökning/minskning kundfordringar	-1 294	-654
Ökning/minskning övriga kortfristiga fordringar	-2 073	-21
Ökning/minskning leverantörsskulder	12 110	8 930
Ökning/minskning övriga kortfristiga rörelseskulder	1 519	22 650
Kassaflöde från den löpande verksamheten	**185 812**	**194 790**
Investeringsverksamheten		
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-152 667	-160 484
Placeringar i övriga finansiella anläggningstillgångar	-3 858	-
Avyttring av övriga finansiella anläggningstillgångar	-	1 467
Kassaflöde från investeringsverksamheten	**-156 525**	**-159 017**
Finansieringsverksamheten		
Upptagna lån	42 100	-
Amortering av skuld till moderföretag	-28 000	-5 000
Amortering av skuld till kreditinstitut	-18 644	-2 668
Utbetald utdelning	-67 000	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	**-71 544**	**-7 668**
Årets kassaflöde	**-42 257**	**28 105**
Likvida medel vid årets början	**89 906**	**61 801**
Likvida medel vid årets slut	**47 649**	**89 906**





Välkommen till Parks and Resorts!

En värld full av magiska upplevelser

1. KOM TILLSAMMANS
2. SOCKERVADD
3. MAXA SOMMARHALVÅRET
4. OH! DELFINER
5. BLÄCKFISKEN ÄGER
6. JAG FICK ÅKA (HON ÄR FÖR KORT)
7. HÄR KOMMER SOMMARLAND
8. BAMBUHAJ
9. DU GER MIG ALDRIG DIN MJUKGLASS
10. SPÖKJAKT
11. MED ELLER UTAN SENAP
12. PROPHETS OF RAGE
13. HON KOM TILL BILJETTCENTER
14. GULDKORTSSOMMAR
15. VÄRLDENS STARKASTE BJÖRN
16. 5-KAMP
17. HEJ MATTIAS

Parks and Resorts
SCANDINAVIA
www.parksandresorts.com