



# 2025 ÅRSBERÄTTELSEN

Parks and Resorts  
SCANDINAVIA

NEW VOLUME **OUT NOW**  
JOIN US ON THIS **NEW ADVENTURE**

# 2025 STYRELSEN



**JOHAN TIDSTRAND**  
Ägare och ledamot



**HELENA TIDSTRAND**  
Ägare och ledamot



**MATTIAS BANKER**  
Ägare och styrelseordförande



**CHRISTER FOGELMARCK**  
Koncernchef och vd



**PIA SÖDERHORN**  
Ledamot



**MATS WEDIN**  
Ledamot



**GÖRAN SUNDSTRÖM**  
Ledamot



**ANDERS OSCARSSON**  
Ledamot

## Årets inspirationsbild

Parks and Resorts är ett lika ansvarsfullt som lekfullt bolag. Därför har vi gjort det till en tradition att låta våra styrelsemedlemmar gestalta ett kulturellt fenomen på omslaget till vår Årsberättelse.

I år gestaltar styrelsen en av vår tids mest uppskattade och omtalade TV-serier, Stranger Things. Under 9 år har vi fått bekanta

oss med den brokiga skaran vänner och invånare i den monstertäta staden Hawkins, som trots att de stundtals befann sig i "the upside down" alltid landade på fötterna. På nyårsafton 2025 sändes det efterlängta sista avsnittet. Men som med alla bra historier innebär ett slut också början på något nytt. När en era avslutas, tar en ny vid. Inte helt olik utvecklingen av en nöjespark.

# OM OSS

I Parks and Resorts ingår några av landets främsta upplevelseparker – Gröna Lund, Kolmården, Furuvik och Skara Sommarland – som har roat och engagerat människor i över 140 år. Tillsammans välkomnar vi ca 2,6 miljoner gäster årligen och sysselsätter 6 077 personer, varav 441 på årsbasis. Parks and Resorts omsatte ca 1,6 miljarder kronor under 2025.

Vi strävar efter att erbjuda världens bästa parkupplevelser. För att uppnå det investerar vi nästintill allt överskott i utveckling av utbud och kvalitet. Sedan 2006 har det blivit 2,7 miljarder kronor till nya miljöer, attraktioner, djurhållning och restauranger. En viktig del av verksamheten, utöver att leverera skratt och upplevelser, är forskningen och bevarandearbetet som bedrivs inom ramen för våra djurparker. Allt vi gör är tydligt förankrat i våra fyra värdeord: säkerhet, omtanke, upplevelse och effektivitet.

Vi är ett familjeföretag som vill fortsätta att roa i generationer framöver. Med ett perspektiv som är så långsiktigt krävs det att vi tar ansvar för den påverkan vår verksamhet har på omvärlden. Även

om vår produkt, upplevelser, är det mest hållbara du kan konsumera, har vi ett ansvar att hantera vår påverkan på miljö och klimat. Att göra stort intryck med litet avtryck är hela tiden vårt fokus.

Vi är också en del av den växande svenska besöksnäringen där turismkonsumtionen i Sverige uppgår till mer än 300 miljarder kronor årligen och sysselsätter i genomsnitt 125 000 personer varje år. Att vara en stor aktör inom besöksnäringen innebär också ett stort ansvar och inom Parks and Resorts har vi en uttalad ambition att bidra till att branschen utvecklas på ett hållbart sätt.

Parks and Resorts huvudkontor är lokaliserat på **Lilla Allmänna Gränd 9** i Stockholm.

**Parks and Resorts**  
SCANDINAVIA

## Om den här rapporten

Detta är Parks and Resorts årsberättelse och hållbarhetsrapport. Rapporten beskriver våra verksamheter och vårt hållbarhetsarbete under 2025 om inget annat anges. Rapporten gäller samtliga dotterbolag och följer kriterierna för årsredovisningslagen, i enlighet med den äldre lydelsen som gällde före den 1 juli 2024. Hållbarhetsrapporten är uppdelad i sex delar: medarbetare, djur, gäster, klimat, resurser och samhälle. Hållbarhetsrapporten omfattar sidorna: 3, 5, 31–55 och 67.

# INNEHÅLL

**5** VÅRT KRETSLOPP

**6** VD-ORD

**26** ÅRET PÅ SKARA SOMMARLAND

**8** ÄGARINTERVJU

**30** IT-KRÖNIKA

**44** KLIMAT

**14** ÅRET PÅ GRÖNA LUND

**31** FOKUS HÅLLBARHET

**46** RESURSER

**18** ÅRET PÅ KOLMÅRDEN

**32** MEDARBETARE

**50** SAMHÄLLE

**22** ÅRET PÅ FURUVIK

**36** DJUR

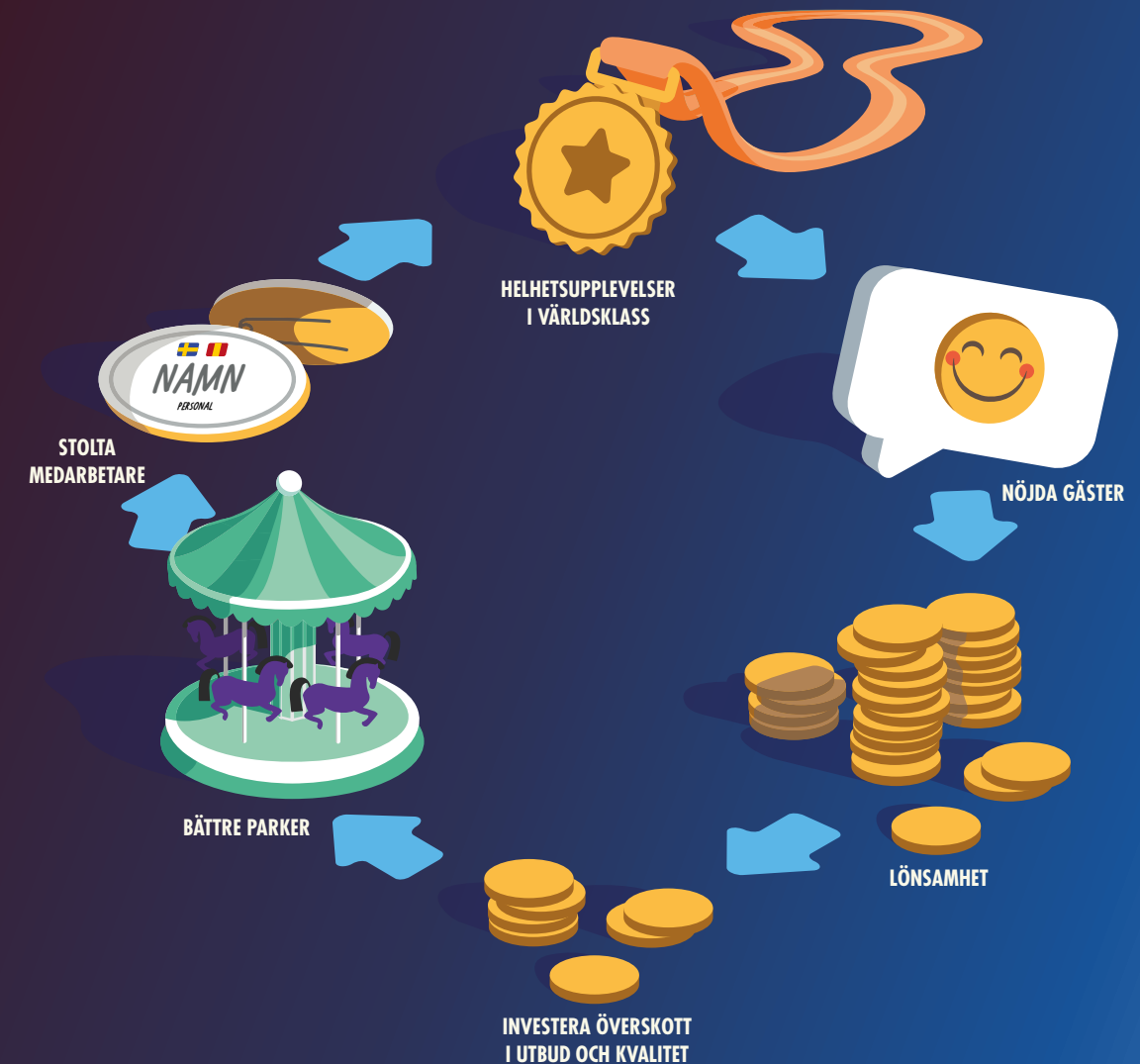
**54** NYCKELTAL

**40** GÄSTER

**56** PRESENTATION KONCERNLEDNINGEN

**58** FÖRVALTNINGS-BERÄTTELSE

# VÅRT EGET KRETSLOPP



Vår affärsmodell är ett kretslopp som börjar och slutar i upplevelsen

Vårt mål är att erbjuda varje gäst en helhetsupplevelse i världsklass varje gång de besöker någon av våra parker. Lyckas vi med det får vi nöjda gäster som vill komma tillbaka. Gäster som kommer tillbaka skapar förutsättningar för en lönsam verksamhet. Överskottet

använder vi för att utveckla vårt utbud och höja kvaliteten. Det gör våra parker ännu bättre. Bättre parker ger stolta medarbetare som med ett större hjärta för verksamheten blir mer motiverade att skapa helhetsupplevelser i världsklass. Och kretsloppet kan snurra vidare.

VD-ORD

# CHRISTER FOGELMARCK

**Det väntade uppsvinget i den allmänna konjunkturen 2025 uteblev men för Parks and Resorts rörde sig i princip alla viktiga parametrar åt rätt håll. Besöksrekord på Kolmården, Gröna Lunds lönsamhet ökade trots samma antal gäster som året innan och det blev all time high för våra Halloweenfiranden. Vi kan summera ett år med ett koncernresultat som förbättras med 80 procent (EBITDA) och vi är nu tillbaka på förpandemiska nivåer.**

Det är med enorm tillfredsställelse jag skriver att Parks and Resorts är tillbaka. Efter ett antal turbulenta år påverkade av pandemin, utmanande makroekonomiska förutsättningar samt allvarliga olyckor har koncernen utvecklats och stabiliserats. Vi är väl rustade för fortsatt tillväxt.

Under de här åren har vi gjort vad som krävts men kanske inte alltid vad vi velat. Prövningar, osäkerheter och snabba skiften i vår omvärld har tvingat oss att stanna upp, utvärdera och finna nya lösningar, inom alltifrån ekonomi till organisation och produktutveckling. I grunden är det företagskulturen som gör det möjligt. Parks and Resorts präglas av en unik uthållighet, stabil värdegrund och ett oerhört starkt personligt engagemang hos alla medarbetare och ägare.

Olyckan i berg- och dalbanan Jetline i juni 2023 fick i slutet av förra året sitt juridiska efterspel. Det var en fruktansvärd olycka och oavsett den juridiska prövningen känner vi ett stort ansvar för det som hände och vad de drabbade har gått igenom. Det har varit viktigt för oss att händelsen har utretts noggrant och vi har gjort flera förändringar för att något liknande aldrig ska kunna hända igen. Säkerheten är och kommer alltid att vara vår högsta prioritet.

Under året har planerna för det kommande fem årens investeringar också konkretiserats. Det väntar stora satsningar. Bygget för 2027 års stora nyhet på Gröna Lund är redan i full gång. Men det är bara början. Våra gäster kommer att möta många nyheter och många nya sätt att uppleva våra parker redan 2026.

Själv kommer jag att få uppleva dessa nyheter som gäst. Till sommaren lämnar jag bolaget för en tjänst som vd för vår bransch- och arbetsgivarorganisation Visita.

I 15 år har jag fått vara med och leda det här fina familjeföretaget och jag vill särskilt tacka Johan och Mattias för det förtroendet. Det har varit en spännande och utvecklande tid med stort ansvar och mycket glädje. Jag känner också en enormt stor tacksamhet för den här tiden tillsammans med de bästa och finaste kollegorna man kan ha.

Sökandet efter min efterträdare är i full gång och under tiden är det ett mycket kapabelt gäng som håller ställningarna över säsongen. **Framtiden tillhör Parks!**

*Christer*

KONCERNCHEF OCH VD



# KRISTOFFER TRIUMF TAR PULSEN PÅ ÄGARNA JOHAN & MATTIAS

Nu har det gått 20 år sedan Parks and Resorts nuvarande ägare tog över parkerna. Kristoffer Triumf, en av Sveriges bästa intervjuare och grundare av den populära podden Värvet, satte sig ner med två av ägarna, Johan Tidstrand och Mattias Banker, för att reda ut vad som hänt under de två decennierna och vart man vill framöver.

TEXT: KRISTOFFER TRIUMF



**Johan, det är 20 år sedan ni köpte Parks and Resorts, hur har de här åren varit?**

Johan: Intensiva, roliga, men det har gått jävligt fort. Det är ganska svårt att tänka sig att det är 20 år.

Mattias: Men även om tiden har gått fort har det också hänt oerhört mycket. Vi har till exempel drygt 2,6 miljoner gäster per år i alla våra parker nu. Det är 1 miljon fler besökare jämfört med 2016 och omsättningen har tredubblats. Vad folk kanske inte vet är att vi återinvesterar i princip allt tillbaka in i verksamheten, så på 20 år har det blivit nästan 2,7 miljarder kronor till nya upplevelser i parkerna.

**På vilket sätt ser man det i parkerna? Vad är det för skillnad?**

Johan: Det är jättestor skillnad. Det är många nya attraktioner som har kommit under den tiden. Och framför allt så har ju tematiseringen ökat jättemycket. Allt ifrån markbeläggningar till staket och skyltar – allting. Parkerna och miljöerna är mycket finare nu.

**Ägde ni alla parkerna från början?**

Johan: Gröna Lund, Kolmården och Skara Sommarland var med från början. Furuvik köpte vi 2010.

**Om Göteborgs kommun hörde av sig och frågade om ni ville köpa Liseberg, vad skulle ni säga då?**

Mattias: Mycket av det vi gör, och det tycker inte jag har ändrats någonting på 20 år, det handlar om personligt engagemang. Det finns ju bolag som har 40 parker, men det är inte där vi vill vara. Vi vill kunna ta oss tid att åka runt till parkerna, verkligen ta in och se allt och engagera oss i parkernas utveckling.

Johan: Vi blev erbjudna att köpa en park i Finland för 15 år sedan, som vi tänkte på i en vecka innan vi insåg att det här vill vi inte göra. Har man för många parker tror jag inte man kan få samma personliga engagemang. Vi har ju köpt de här parkerna för att de ska kunna gå i arv till kommande generationer och när vi väl lämnar över stafettpippen vill vi känna en stolthet i att vi har lagt ner all vår tid och kärlek på att skapa några av världens bästa parker.

Mattias: Sedan älskar vi Liseberg. Vi har en nära relation till deras ledning och ser oss mer som kollegor än konkurrenter. Det är en otroligt fin park men där kan vi njuta av att vara besökare istället.

**Kommer besökarna att märka att det är ett jubileumsår för Parks and Resorts på något sätt?**

Johan: Nej, vi firar om någon park fyller år, vi firar inte att vi har ägt i 20 år. Det är inte riktigt så vi funkar.

Mattias: Nej, och det struntar nog också våra gäster i, men däremot tror jag att det kan vara viktigt för våra medarbetare. Jag tror att det visar att vi är långsiktiga ägare och det har vi sagt från dag ett. Det kanske är lätt att säga, men vi har visat det också. När det är riktigt jobbigt, och vi har alla haft det tufft på olika sätt, då skulle det vara mycket lättare att välja att göra något annat. Men vi har visat, inte minst Johan, att vi är långsiktiga.



Johan Tidstrand

**Men Johan, om jag skulle tvinga dig att definiera rent visionsmässigt hur ni funkar?**

**Mattias:** Ja gör det, det här vill jag också höra!

**Johan:** Hur vi funkar?

**Ja, vem drömmer om vad?**

**Johan:** Mattias är mycket mer intresserad av organisationsfrågor, drift och affärsutveckling. Jag är mer intresserad av attraktioner, tematisering, restauranger och konserter.

**Var börjar och slutar ditt engagemang? Hur långt ner i syltburkarna är du med tassarna?**

**Johan:** Jättelångt. Det var ännu mer från början, då var jag med i allt. Från att jag tyckte till kring marknadsföring, till att jag

bokade alla konserter själv. Och inte minst arbetet med nya attraktioner. Då var det i princip bara vår attraktionschef, jag och Mattias som tog fram allt. Nu har vi en större organisation på plats när det kommer till de frågorna.

**Mattias:** Man orkar inte heller göra allt själv. Och bara för att man var helt okej vass på det för 20 år sedan, betyder inte att man är det nu.

**Vad betyder det att vara vass på det? Att förstå vad folk vill ha?**

**Johan:** Vi är ju inte utbildade kring något som har med nöjesparker att göra, men däremot har vi ett brinnande intresse och har besökt en mängd olika nöjesparker genom åren. Vi hade en ganska klar bild av vad vi ville ta tag i först.

**Mattias:** Det kanske är lätt att vara efterklok nu, men det var några idéer som framför allt Johan hade i början som var genidrag, som Kvasten på Gröna Lund eller när vi gjorde om Marine World på Kolmården. Normalt kanske man behöver mer efterforskning innan man genomför liknande projekt, men där var vi vakna och träffade rätt kring vad målgruppen ville ha.

Vi ställer också högre krav på oss och på våra parker idag än vad vi gjorde i början. Med den digitala utvecklingsvägen behöver vi hela tiden ligga i framkant och tänka nytt. Nu konkurrerar vi inte bara med andra nöjesparker, utan med alla typer av upplevelser och våra gästers fritid. Och då är det viktigt att vi har rätt personer som får driva det, vilket vi har idag. Mina idéer tar oss inte så långt.

**Johan:** Och definitivt inte mina. Jag är intresserad av att allting ska funka, men digitala lösningar och AI är inte mina styrkor. Är man medveten om sina begränsningar är det vettigaste för oss att inte kasta in handduken kring vårt eget engagemang, men däremot lämna över delar av det utvecklingsansvaret till andra personer.

**Mattias:** Det här låter ju som självklarheter men det är också svårt att ge upp vissa saker när man har ett sånt intresse som vi har. Men det är absolut nödvändigt för att fortsätta framåt på rätt sätt. Du frågade Johan om vad som är annorlunda nu från för 20 år sen. Jag tycker att det här är en av de stora skillnaderna. Vi vill hela tiden utveckla parkerna och då måste vi se till att vi har en organisation med rätt kompetens för att göra det. De senaste åren har vi lyckats attrahera många nya medarbetare som ligger i framkant inom sina respektive områden,

**”Det kommer mer folk om man har öppet än om man har stängt.”**

**”Nu konkurrerar vi inte bara med andra nöjesparker, utan med alla typer av upplevelser och våra gästers fritid.”**

bland annat inom IT och kreativ utveckling. Det säger något om hur man ser på Parks and Resorts som arbetsgivare och det gör mig oerhört stolt.

**Just det här med att utveckla parkerna. Måste man göra det hela tiden?**

**Johan:** Ja, det måste man, både om man vill öka gästernas besöksanledning, men även för att behålla den. Man blir irrelevant om det inte händer något nytt. Vi skulle säkert kunna leva i fem år på att inte göra något nytt, men sen skulle vi tappa besökare.

**Mattias:** Det finns också forskning som visar att utveckling är nyckeln och som använt både Gröna Lund och Kolmården som exempel. Kolmården har exempelvis inte alltid gått jättebra, men det går bra nu eftersom vi har investerat, satsat på tematisering och nya upplevelser.

Johan, du brukar ju också säga att ”det är roligare att göra saker än att inte göra saker”. Det kan låta som en sån där citattavla man hänger upp på väggen, men det ligger mycket i det. Att ha roligt är något som driver oss, våra medarbetare och våra gäster.

**Johan:** Jag har ju en annan briljant sägning också. ”Det kommer mer folk om man har öppet än om man har stängt”.

**Mattias:** Den är inte så dum! Rent realistiskt har vi ju också underhållsbehov och behöver lägga pengar på en massa andra saker som kanske inte alltid drar nya gäster. Vi har ju ett evighetslångt perspektiv på vårt ägande och då kommer frågor som hållbarhet alltid att finnas på agendan. Vi har parker som funnits i över 100 år och vi vill att de ska leva vidare i över 100 år till.

**Johan:** Sedan är vi väldigt stolta över våra djurparker bevarandearbete också, där vi har djur på både Kolmården och Furuvik som faktiskt bidrar till arternas långsiktiga överlevnad. Det är helt fantastiskt när man tänker på det.

**Mattias:** Det är något som har förändrats under de här 20 åren. I början var vi inte lika duktiga på det, men idag skapar vi ekonomiska case för allt som vi bygger. Man ska komma ihåg att det inte bara är våra pengar. Vi har ju AMF pension med som ägare också och dessutom en bank som tittar på allt vad vi gör.

**Johan:** Vi har nog en lite längre avskrivningstid på våra attraktioner eftersom vi alltid passar på att addera flera lager av tematisering. Det är minst lika viktigt att upplevelsen och miljön runt omkring blir bra. Och eftersom vi är långsiktiga ägare kan vi även grunda med fundament och andra saker som är till för ett annat projekt intill platsen, men som inte kommer förrän flera år framåt i tiden.

**Men nu bygger ni en ny attraktion på Gröna Lund, Spindeln. Vad kostade den?**

**Johan:** Det är en superfin familjeattraktion och kostar runt 25 miljoner kronor med all tematisering och miljö runtomkring.

**När har en sådan attraktion betalat sig?**

**Mattias:** Du tänker på den klassiska ROI:n?

**Ja, precis. Har ni något break-even på den?**



Mattias Banker

**Mattias:** Men generellt kan man säga att om man har tjänat in en attraktion av den här typen på tre till fem år så är det en bra investering.

### Tillbaka på 20-årsjubileet. Vilka är era highlights och low points?

**Johan:** Attraktionsmässigt är mina highlights Monster på Grönan, Wildfire på Kolmården och även hela Bamses Värld. Utöver det har vi även gjort jättemycket andra bra saker också så klart. Den största low pointen är för känslomässig för mig att prata om, men jag tror ni förstår.

**Mattias:** Det finns ett tydligt före och efter olyckan på Gröna Lund 2023, både för oss personligen men också för hela företaget. Det är något som vi alltid kommer att bära med oss. Det var otroligt viktigt att händelsen utreddes noggrant och något liknande ska aldrig få hända igen.

När det kommer till highlights vill jag säga Halloween, att vi har lyckats lägga till ytterligare en säsong för tre av fyra parker. Det var ett ganska stort risktagande när vi först

## ”Att få allting i en park att funka handlar om våra medarbetare.”

sjösatte det och många var skeptiska, men det var en risk som verkligen lönade sig både ekonomiskt och som också gästerna verkligen älskar. Nu har Halloween blivit en lika självklar säsong som sommaren och är en stor och viktig del av vår affär. Att man sedan kan få Mamma Mia! The Party att gå i 10 år, det är helt otroligt!

**Johan:** Ja, verkligen! Den föreställningen har vi så klart inte gjort själva.

**Mattias:** Nej, men vi hade möjligheten att tacka nej till den, vilket vi gjorde tre gånger för att vi inte förstod vad det var. Men det är tur att vi ändrade oss. Och det är nog en del av våra styrkor. Att vi faktiskt vågar att kasta oss ut och testa nya saker.

### Och när vi ändå pratar om höjdpunkter, vilka är era bästa konsertminnen i parkerna hittills?

**Johan:** För mig personligen är jag ju så glad att jag fått hit Pixies, The Smashing Pumpkins och Weezer som är mina favorit-

band. Annars är den största fjädern i hatten, som också är en av de bästa för mig, Elton John.

**Mattias:** Johan kan ju konserterna bäst och vi har lite olika musiksmak. Men en ambition som framför allt Johan hade redan från början, var att ta tillbaka de stora konserterna och att göra våra konsertscener episka igen, både på Gröna Lund och Furuvik.

**Johan:** När vi kom in som ägare 2006 kunde vi ju inte förändra den konsertsommaren någonting, allt var redan bokat. Men redan till 2007 bokade vi Beastie Boys, för att visa att nu ska vi ta tillbaka Grönanscenen igen.

**Mattias:** Något som jag aldrig kommer glömma var 2008 när Johan och jag gick ut i parken för att titta på Sommarkrysets genrep, ett TV-program som spelades in från Stora Scen. Då såg vi en tjej som uppträdde i stora glasögon. Jag tyckte inte det var något märkvärdigt med henne, men innan jag visste ordet av hade Johan skakat hand med hennes manager och bokat hen-

ne till sommaren 2009. Det visade sig vara Lady Gaga.

**Johan:** Hon slog igenom precis i början av 2009 och när det var dags för henne att spela på Grönan hade hon blivit en världsstjärna och drog så mycket folk att vi fick stänga entrén.

**Mattias:** Jag tycker det är lite häftigt att Johan där och då kunde se runt ett hörn om man får kalla det så och fatta rätt beslut. Och att hon stod på vår scen visade även för andra stora artister att det är okej att spela på en nöjespark.

### Apropå att fatta rätt beslut. Var det självklart att ni skulle köpa Parks and Resorts? Vem köper liksom en massa nöjesparker?

**Mattias:** Det här tycker jag är rätt intressant. Några månader innan själva köpet hade gått igenom fick jag en anteckningsbok av Johan från Ordning & Reda, en bok som

jag fortfarande har kvar. Där skrev vi ner en massa saker som vi pratade om tidigt och som vi ville göra i början.

**Johan:** Mycket av det som står där har vi gjort och mycket är kvar. Men det står ingenting om folk. Människor.

### Ni tänkte inte på gästerna?

**Johan:** Jo gästerna tänkte vi på, men framför allt stod det ingenting om medarbetarna.

**Mattias:** Det här låter nästan hemskt nu, men vi tänkte ”Medarbetarna är ju här och har lön. Hur svårt kan det vara?”. Det här med att motivera människor kunde vi ingenting om och tänkte heller inte riktigt på.

**Johan:** Nu efteråt har man ju förstått att det inte är skitsvårt att köpa en berg- och dalbana egentligen. Det handlar bara om pengar. Men att få allting i en park att funka handlar om våra medarbetare.

### Men ni verkar ju ha en väldigt härlig företagskultur?

**Mattias:** Jo, och mycket av det där har vi också lärt oss med tiden. Det har varit ytterligare en highlight genom åren, allt vi får göra för våra medarbetare. Vi ska vara en park för alla. Inte bara gäster, utan också de som jobbar här.

**Johan:** Och vi jobbar aktivt med att anställa människor med olika förutsättningar, bakgrunder, kulturer och olika åldrar.

**Mattias:** Det finns ju folk som har varit i det här landet i antingen fem minuter eller femtio år, men som inte har jobb. Ett av mina favoritprojekt var när vi startade en restaurangskola för folk som stod långt utanför arbetsmarknaden. Från den skolan fick nästan alla sedan jobb i parkerna och flera av de medarbetarna jobbar kvar än idag.

### Men när förstod ni att ni ville jobba på det sättet, det är ingen självklarhet?

**Johan:** Våra värderingar är något som vi aldrig kommer rucka på, det är vilka vi är och ligger till grund för allt vi gör idag. Men vår företagskultur kan vi inte ta åt oss hela äran för, utan den byggs ju av alla medarbetare som vi har omgivit oss med genom åren. Sedan gjorde vi ett aktivt val och samlade allt det bästa som redan fanns i väggarna.

**Mattias:** Ja, ett par år in som ägare blev vi nyfikna på vad det var som gjorde att ett projekt i en park blev lyckat trots tidsbrist och en väldigt knapp budget, medan ett annat projekt i en annan park misslyckades trots att det fått mycket bättre förutsättningar. Vi kunde se att det handlade om vilka attityder och egenskaper som fanns inom de olika arbetsgrupperna. Utifrån de insikterna började vi sätta ord på vår gemensamma företagskultur, något som idag illustreras av fem ballonger.

**Johan:** Jag ska se om jag kommer ihåg alla utantill: Omöjligt bor inte här, Är det kul gör vi det bra, Vi hjälper varandra att göra ett bättre jobb, Sitt aldrig still i båten och min favorit Detaljerna gör skillnaden.

## ”Våra värderingar är något som vi aldrig kommer rucka på, det är vilka vi är och ligger till grund för allt vi gör idag.”

**Mattias:** Och det här går igenom i allt vi gör, från personalaktiviteter till stora byggprojekt.

### Nu stänger vi böckerna för 2025 och vi pratade om visioner förut. Hur ser det ut framåt?

**Mattias:** Vi lärde oss mycket av pandemin, där vi tvingades att tänka nytt och se möj-

ligheter där en del kanske bara såg begränsningar. Missförstå mig rätt, det var en oerhört tuff tid, men det tänkte också en utvecklingsgnista i oss som kanske inte hade funnits annars.

**Johan:** Vi går in i en spännande fas nu när det kommer till utveckling och de kommande fem åren tittar vi på att göra verkliga satsningar i alla våra parker. Både när det gäller attraktioner men vi pratar också väldigt mycket om nytt boende.

### Boende?

**Johan:** Många gäster efterfrågar idag en helhetsupplevelse där man inte bara gör ett parkbesök, utan där även boendet och maten ska bjuda på nya upplevelser. Vi måste därför på sikt skapa fler boenden för våra gäster. Inte i Stockholm, men i några av våra andra parker.

**Mattias:** Framöver tror jag också att vi måste bli mer relevanta och bibehålla en relation till våra gäster även utanför våra parkgrindar. Vi jobbar redan idag med att utveckla våra olika IP:n, Gnutarna och Pelle Svanslös. Här finns det oändliga möjligheter när det kommer till exempelvis musik, böcker och filmer. Men vad är det som säger att man inte ska kunna köpa popcorn från Skara Sommarland i en matvarubutik? Eller kunna spela våra 5-kampspel på stan? Vi har byggt upp en organisation kring kreativ och strategisk utveckling som kommer kunna ta oss med på en riktigt spännande resa framöver.

**Johan:** Exakt. Omöjligt bor ju inte här.

Lyssna på en längre intervju där Kristoffer Triumf pratar både personligt och professionellt med Parks and Resorts ägare och styrelseledamot, Mattias Banker.



# ETT ÅR AV FÖRÄNDRING OCH FRAMTIDSTRO



TIVOLI  
Gröna Lund

**2025 blev en återgång till det mer normala, men också en resa in i något nytt. Med nya upplevelser, en konsertpublik som både återvände och förnyades och en ny organisationsstruktur, fortsatte Gröna Lund sin utveckling som Sveriges mest klassiska och samtidigt mest föränderliga nöjespark.**

**I**nför 2025 spådde många ekonomiska experter att lågkonjunkturen skulle vända och att hushållens ekonomi skulle få ett lyft. Ett lyft som lät vänta på sig.

– Vi trodde att lågkonjunkturen skulle släppa, men det gjorde den inte. Osäkerheten i omvärlden var fortsatt stor och det märktes att hushållen höll i sina plånböcker, säger Jan Eriksson, vd på Gröna Lund.

Trots att antalet besökare inte riktigt nådde upp till det högt uppsatta målet, lyckades Gröna Lund ändå överträffa sina intäktsmål. De som kom, ville verkligen vara där.

– Gästerna prioriterade sitt besök och maxade sina upplevelser i parken genom att inte bara åka attraktioner, utan även spela och äta vilket är glädjande. Det var vår första normala säsong på länge och det känns som att vi nu har hittat en stabil grund att stå på, säger Jan.

En del av den nya stabila grunden är även en ny organisationsstruktur som sjösattes inför säsongen. Målet var att skapa en tydligare organisation där fler beslut och mer affärstänk flyttades ut i verksamheten och närmare gästen.

– Vi ser redan fina resultat och det här är något vi kommer fortsätta att jobba med, justera, lära av och förbättra, säger Jan.

## EN NÖJESPARK I STÄNDIG RÖRELSE

2025 markerade ett av de mest intensiva åren någonsin när det kommer till attraktionssidan. En ny åktur invigdes, andra fick tacka för sig och ännu större förändringar påbörjades bakom kulisserna.

– Det har varit ett ovanligt händelserikt år för oss som jobbar med attraktioner och utveckling, säger Jakob Fagerström, Creative

**“Gästerna prioriterade sitt besök och maxade sina upplevelser.”**

Director på Parks and Resorts som också blev en del av Parks and Resorts koncernledning vintern 2025.

Den barnvänliga men ändå hisnande Pumpen invigdes och vann dessutom ett internationellt pris “European Star Award”. Samtidigt gick klassikerna Rock-Jet och Flygande Mattan i pension, Jetline monterades ner och arbetet påbörjades med att göra plats för årets nyhet 2026 – Spindeln.

Men varför hände allt detta nu?

– Vi gjorde ett omfattande analysarbete efter pandemin där vi granskade våra besökare, deras åkmönster och vår åkkapacitet. Därefter ställde vi oss frågan “vad fungerar och vad saknas”, säger Jakob.



**Jakob Fagerström**  
Creative Director

Svaret var tydligt. Gröna Lund behövde fler attraktioner som passar hela familjen.

– Pumpen är ett perfekt exempel. Den ser stor ut, men tack vare nya bygelsystem kan barn från 95 cm åka. Samma sak med Spindeln som kommer 2026 där barn från 100 cm kan åka. Den tekniska utvecklingen har gjort att vi nu kan erbjuda spännande upplevelser för fler, säger Jakob.

Men att utveckla nytt innebär också att fatta tuffa beslut om det gamla.

– Vi måste ständigt ta ställning till vilka attraktioner som ska vara kvar, vilka som kan renoveras och vilka som helt enkelt

behöver pensioneras, förklarar Jakob.

Att ta bort något gammalt innebär också en möjlighet att skapa nytt. Vilda Musen, en av parkens mest populära attraktioner, kommer att ta en paus under 2026. Anledningen är att attraktionen delade fundament med Jetline, fundament som nu har tagits bort och behöver byggas på nytt. Men istället för att bara montera ner och montera upp igen, passade man på att tänka om.

– Vi passar på att renovera och lägga till detaljer som kommer ge ännu mer pörr i magen när Vilda Musen återvänder 2027, säger Jakob med ett leende.

För honom handlar attraktionsutveckling om något större än bara teknik och logistik.

– En nöjespark blir aldrig färdig. Det ligger i vårt DNA att förändras. Vi har inte varit samma park i 143 år och det ska vi inte vara heller. Varje förändring är en chans att skapa något nytt för framtida generationer, säger Jakob.



## GNUTTARNAS ÅTERKOMST

En av årets mest omtalade nyheter var återkomsten av Gnutterna, fast i ny kostym. De klassiska karaktärerna gjorde entré på Gröna Lunds Lilla Område med en egen barnföreställning, temarestaurang, spel och meet and greet.

Eftersom Gnutterna skapades på 1980-talet och sedan föll i glömska när den sista serietidningen lades ner på 1990-talet, har de yngre besökarna inga tidigare minnen av figurerna. Men de har omedelbart tagit dem till sina hjärtan.

– Vi blev förvånade över hur många som mindes Gnutterna men framför allt över hur snabbt barnen föll för våra nya karaktärer. De är ju som huvudfotingar som nästan alla barn ritar när de är små – söta, runda och fulla av personlighet, säger Navid Safiyari, IP-ansvarig på Parks and Resorts.

Styrkan med Gnutterna är att de är tidlösa karaktärer som går att anpassa till samtiden med aktuella och relevanta historier.

– Det fina är att om grunden är tillräckligt stark, med en magisk värld och historier som berör, kan man också vara trygg och ta sig friheter att skapa nytt och utveckla utan att tappa kärnan, säger Navid.



**Navid Safiyari**

IP-ansvarig

Och framtiden för karaktärerna är långt ifrån skriven i sten, snarare tvärtom.

– Vår stora fördel, inte bara på Gröna Lund utan inom hela koncernen, är att vi har många plattformar där våra karaktärer kan möta publiken på riktigt, med nya spel, föreställningar, attraktioner och på restauranger. Möjligheterna är obegränsade. Det är en otrolig styrka och något vi vill fortsätta bygga vidare på, säger Navid.

### EN KONSERTSOMMAR ATT MINNAS

Med över 50 konserter blev sommaren 2025 ännu ett starkt musikår på Gröna Lund, både för nya och gamla fans.

– Konserten med Veronica Maggio stack ut, då vi fick stänga parken rekordtidigt på grund av att så många ville komma och se henne. Publiken sjöng sedan också högre än artisten själv i låten "Välkommen in", något som fångades på film och som blev viralt, berättar Leo Gullberg, programchef.

Ett annat minnesvärt ögonblick var när Electric Banana Band fyllde parken och 11 000 personer från alla olika generationer kom för att fira det nostalgiska bandet och den nyblivna 85-åringen Lasse Åberg.

Säsongen präglades också av 90-talsnostalgier med artister som Alanis Morissette, Natasha Bedingfield, Anastacia och Manic Street Preachers, en trend som fortsätter.

– Vi ser fram emot att bland annat välkomna Rick Astley, The Cardigans och Shaggy till Stora Scen 2026, säger Leo.

### HALLOWEEN – BÅDE HÖGTID OCH HÖJDPUNKT

När sommaren övergick i höst tog Halloween över stafettpinnen. Med rekordmånga förköpta biljetter slogs ett nytt publikrekord och högtiden blev en bekräftelse

på att Halloween nu är en självklar del av nöjesparken.

– Gästerna längtar efter Halloween. Det är något de planerar för och återkommer till, år efter år. Viktigast för oss är att träffa rätt med upplevelser för alla målgrupper, inte bara de skräckugna, säger Jan Eriksson.

För de yngre erbjöds i år en föreställning med Spöket Laban, spökdisco och förstas Gnutterna, medan de modigare vågade sig in i skräckhus och skräckzoner.

Tyrols Julbord levererade en stark avslutning på året, med både höga betyg i gästnöjdhet och besöksantal.

### ANSVAR OCH FRAMTIDSTRO

I november inleddes rättegången för olyckan i Jetline sommaren 2023. Rättegången avslutades i slutet av december och domen kom i januari där Gröna Lund och en leverantör fälldes för vållande till annans död och vållande till kroppsskada, en dom som inte överklagades.



**Leo Gullberg**

Programchef

– Det var en fruktansvärd olycka och det kommer alltid att finnas ett före och efter. Vi känner ett stort ansvar för vad de drabbade har gått igenom och det har varit viktigt att händelsen utretts noggrant. Sedan olyckan har vi gjort flera förändringar för att något liknande aldrig ska kunna hända igen. Det

har också varit viktigt för alla inblandade att det här nu har prövats juridiskt och även om rättegången nu är avslutad är olyckan någonting som vi alltid kommer att bära med oss. Den skulle aldrig ha fått hända och något liknande ska aldrig få hända igen, säger Jan.

Med ett år bakom sig präglad av en osäkerhet i omvärlden och en avvaktande konjunktur, avslutar Gröna Lund 2025 med stark framtidstro. Aldrig tidigare har så många säsongskort sålts inför ett nytt år.

– Vi går in i 2026 med en ny attraktion på plats, nya konserter och rekordmånga försålda säsongskort. Våra gäster ser fram emot att få komma till oss och vi har en spännande säsong att bjuda dem på, avslutar Jan.

**"Vi går in i 2026 med en ny attraktion på plats, nya konserter och rekordmånga försålda säsongskort."**

## MÖT VÅRA NYA COO: S – LINDA BJÖRKENÄS OCH SOFIA LARSSON

Två nya roller. Två nya chefer. En hel säsong bakom sig. Vi tog en pratstund med Linda Björkenäs och Sofia Larsson, Gröna Lunds nyblivna Chief Operating Officers (COO) för Arena respektive Upplevelse.

**LINDA**, du är ny COO Arena och ansvarar bland annat för teknik, attraktioner och säkerhet. Med bakgrund inom flygindustrin – hur har det varit att kliva in i nöjesparksvärlden?

– Det finns faktiskt fler likheter än man kan tro. Det handlar om avancerad teknik, hög säkerhet och att medarbetare behöver kunna samspela med både system och människor. Men den stora skillnaden är så klart själva attraktionerna, varje åktur är

unik och ibland den enda i sitt slag. Och arbetsmiljön... det är ju ett tivoli! Det doftar popcorn, skratt hörs överallt och det är ett härligt tempo. Gästerna kommer hit med förväntningar, och vårt jobb är att överträffa dem, varje dag.

**SOFIA**, du är ny COO Upplevelse och kommer från en annan nöjespark. Vad har överraskat dig mest under din första säsong på Grönan?

– Hur mycket mer av allt det är härligt! Det är en större park med fler gäster, fler kollegor och fler spetskompetenser. Det märks att det finns en lång historia och ett djupt kunnande här och det har varit jätteroligt att få lära känna verksamheten och alla engagerade människor.



### OMSÄTTNING I MKR

2025:	719,5
2024:	723,7

### ANTAL GÄSTER

2025:	1 223 945
2024:	1 220 439



**Jan Eriksson**

vd Gröna Lund

# 60 ÅR SOM DJURPARK



2025 blev ett år som på många sätt sticker ut i Kolmårdens historia med rekordhöga besökstal, stark gästnöjdhet och en tydlig tillväxt. Men året har också präglats av utveckling, långsiktiga vägval och ett nytt ledarskap. Allt detta samtidigt som Kolmården firade en viktig milstolpe: **60 år som djurpark och destination.**

Under året tog Kolmården emot 787 056 besökare, 27 000 fler än tidigare besöksrekord, samtidigt som gästnöjdheten låg på en fortsatt hög nivå. Det gör 2025 till ett av Kolmårdens starkaste år hittills.

– Det har verkligen varit ett helt otroligt år för Kolmården, både när det gäller besökstal, gästnöjdhet och inte minst utvecklingen av Vildmarkshotellet, säger Jeanette Sandberg som tillträdde som ny vd för Kolmården 1 maj 2025, efter att ha varit affärsområdeschef på Kolmården med ansvar för Vildmarkshotellet och parkens affärsdrivande enheter.

Utvecklingen har alltså inte bara varit stark i djurparken, även Vildmarkshotellet kan se tillbaka på ett mycket framgångsrikt år.

– Vildmarkshotellet har haft en fantastisk tillväxt. Vi har ökat omsättningen med 40 miljoner kronor genom nya sätt att skapa värde med fler upplevelser, men med samma kapacitet på rum, säger Jenny Erikson, Chief Operating Officer Vildmarkshotellet.



**Jenny Erikson**  
COO Hotell

Tillväxten är ett tydligt resultat av satsningar som breddat erbjudandet och lockat fler gäster under större delar av året.

– Vildmarkshotellet har mer och mer blivit en året-runt-destination, där målet är att på sikt ha öppet 365 dagar om året, säger Jenny.

## UPPLEVELSER SOM STÄRKER DESTINATIONEN

Utvecklingen av Kolmården som destination har under året fortsatt genom nya upplevelser som stärker helheten, så väl i parken som på hotellet och i mötet med gästen. Ett exempel är Bamses Magiska

Matäventyr där teknik, berättande och familjeglädje möts runt matbordet.

– Det handlar om att skapa upplevelser som människor delar tillsammans. När park, hotell och underhållning samspelar ser vi att gästerna stannar längre och kommer tillbaka oftare, säger Jonas Ståhlspets, Chief Operating Officer Mat & Dryck.



**Jonas Ståhlspets**  
COO Mat & Dryck

Ytterligare en nyhet på hotellet var lanseringen av Vildmarkskällan, ett helt nyrenoverat spa och en av årets större satsningar. Med nya miljöer och ett utbud med både matupplevelser och en tydlig helhet vill Kolmården stärka Vildmarkskällan som en destination som året runt kan locka både konferensgäster och familjer.

Under sommaren öppnade även den största expansionen av Bamses Värld hittills, Trollskogen, som blev ett nytt lekfullt tillskott för parkens yngre gäster.

– Trollskogen är ett tydligt exempel på hur vi bygger vidare på det som redan är uppskattat nämligen Bamses Värld, där vi skapar nya upplevelser för nästa generations besökare, säger Erik Ljung Thorén, Chief Operating Officer Upplevelse.

Halloween slog nya rekord och blev en av Kolmårdens starkaste säsonger, både sett till besökstal och upplevelse.

– Vi arbetar hela tiden med att utveckla nya upplevelser och skapa fler skäl för gästerna att besöka oss även under perioder som traditionellt varit svagare. Under året har satsningar som Påsk med Bamse, Halloween och Sagojul lockat fler än 200 000 gäster, säger Erik.



**Erik Ljung Thorén**  
COO Upplevelse

**”DET HANDLAR OM ATT SKAPA  
UPPLEVELSER SOM MÄNNISKOR DELAR  
TILLSAMMANS.”**

**DJUREN I CENTRUM  
– BÅDE I PARKEN OCH I DET VILDA**

Under året har två nya djurarter flyttat in på Kolmården, både den starkt hotade nordafrikanska strutsen och asiatiskt lejon, arter som ingår i internationella bevarandeprogram.

– Varje art vi arbetar med är en del av ett större sammanhang. Det handlar om att göra skillnad både i parken och ute i det vilda, för långsiktiga populationer och god djurvälstånd, säger Anna Andbjær Persson, Chief Operating Officer Djur, Forskning och Utbildning.

Parallellt fortsätter Kolmårdens insamlingsstiftelse, Kolmården Foundation, att stötta olika internationella bevarandeprojekt. Under året har två nya projekt tillkommit, ett kopplat till flyttfåglar över Medelhavet och ett forskningsprojekt kring herpesvirus hos asiatiska elefanter.

– Projekten vi stöttar gör en verklig skillnad på många olika sätt, till exempel genom utbildning, utrustning och teknik. Vårt fokus är att göra mer för fler djur, förklarar Anna.

**ARBETET MED DELFINERNAS FRAMTID FORTSÄTTER**

Under året har arbetet med att hitta nya hem åt Kolmårdens delfiner fortsatt i nära samarbete med den europeiska djurparksföreningen EAZA. Arbetet är långsiktigt och bygger på noggranna analyser där delfinernas välmående står i centrum. Än så länge har inget nytt hem hittats, men Kolmårdens arbetet fortgår med oförändrad intensitet.



**Anna Andbjær Persson**  
COO Djur & Forskning och Utbildning

**ETT NYTT KAPITEL BYGGT PÅ  
60 ÅR AV ERFARENHET**

Kolmården fyllde under året 60 år. Under sex decennier har parken utvecklats, förändrats och vuxit, samtidigt som djurparkens uppdrag har fördjupats.

Under kommande år väntar bland annat stora investeringar i ett nytt stall för parkens safaridjur så som giraff och andra stora hovdjur. Det planeras bli färdigt till 2027, ett arbete som till stor del sker bakom kulisserna men som är avgörande för parkens framtid.

– Samtidigt som vi utvecklar gästupplevelsen fortsätter vi också att investera i djurhållning, anläggningar och infrastruktur. Det syns kanske inte alltid lika tydligt som nya upplevelser, men det är minst lika viktigt, säger Jeanette Sandberg.

**EN PLATS FÖR ALLA  
– NU OCH I FRAMTIDEN**

När Jeanette beskriver vad hon vill att människor ska känna när de tänker på Kolmården är bilden tydlig.

– Att det är en plats dit man vill komma för upplevelser, gemenskap, intryck och minnen tillsammans. En plats för alla generationer där man kan upptäcka något nytt eller bara njuta av miljön.

Med starkt engagemang och en tydlig riktning fortsätter Kolmården att utvecklas, som motor i besöksnäringen, som djurpark och som en viktig del av samhället.

– Omöjligt bor inte här. Det är jag otroligt stolt över, avslutar Jeanette.

**”EN PLATS FÖR ALLA  
GENERATIONER DÄR MAN KAN  
UPPTÄCKA NÅGOT NYTT ELLER  
BARA NJUTA AV MILJÖN.”**



**Jeanette Sandberg**  
vd Kolmården

**OMSÄTTNING I MKR**

2025:	614,1
2024:	529,9

**ANTAL GÄSTER**

2025:	787 056
2024:	735 370

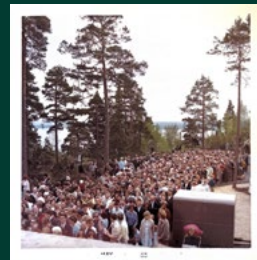


**KOLMÅRDEN 60 ÅR**



**1962  
Visionen föds**  
Ulf Svensson presenterar idén om ett fritidsområde med djurpark i Kolmården.

**1964  
Första spadtaget**  
Landshövdingen tar första spadtaget för den nya djurparken. De första djuren anländer.



**1965  
Invigning och folkfest**  
Den 27 maj öppnar Kolmården för allmänheten. 40 000 besökare kommer första dagen och över 200 djur flyttar in under året.

**1969  
Delfinariet invigs**  
Kolmården etablerar sig som en ledande djurpark i Europa.

**1972  
Safariparken öppnar**  
De första brunbjörnarna och andra arter flyttar in i det nya safariområdet.



**1974  
Kungligt besök**  
Kung Carl XVI Gustaf besöker parken.

**1973  
Aparium invigs**  
En nyskapande anläggning där apor kan visas "utomhus inomhus".



**1984  
Vildmarkshotellet byggs**  
Kolmården utvecklas från dagsutflykt till destination.

**2011  
Safaribanan invigs**  
Den världsunika linbanan invigs och ersätter biltrafiken genom safarituren, vilket blev bättre för djuren, miljön och gästupplevelsen.



**2015  
Bamses Värld öppnar**  
Till 50-årsjubileet öppnar en ny temavärld inspirerad av Bamse.

**2016  
Wildfire öppnar**  
Wildfire har utsetts till den bästa berg- och dalbanan i trä i Europa och den tredje bästa i världen!



**2025  
60 år som destination**  
Sex decennier av upplevelser, ansvar och kunskap – och ett fortsatt uppdrag att inspirera barn och vuxna till ett livslångt engagemang för djur och natur.

**2024  
Trollskogen invigs**  
Den största expansionen av Bamses Värld hittills med lek och tillgänglighet i fokus.

# ETT ÅR MED KLÖS



Från lekäventyr med Pelle Svanslös och fullsatta konsertkvällar till födseln av två gyllene takin-ungar och rekord under Halloween. 2025 blev ett år där Furuvik fortsatte att bjuda på nyheter och att använda parken på fler sätt. Något som både märktes hos gästerna och lade grunden för det som kommer härnäst.

Innanför grindarna på Furuvik bjuds besökarna på både bad, djurmöten, karuseller, spel, mat och konserter. Bredden av utbud är en av styrkorna hos den över 100 år gamla parken och årets säsong bjöd på både rekord under Halloween, starka konsertkvällar och nya upplevelser med Pelle Svanslös för hela familjen.

– Vi vågar testa. Allt faller inte alltid helt rätt direkt, men det är så vi utvecklas. För oss är det viktigt att fortsätta prova nya format och ge våra besökare nya upplevelser, säger Sandra Wilke, vd för Furuvik.

Modet att testa nytt syntes både i programutbudet och hur parken användes; från nya upplevelser med danskvällar till hur säsonger och ytor fick leva längre än bara under sommaren, exempelvis med Oktoberfest. Inför kommande år har Furuvik strukturerat om sin organisation främst för att besluten ska komma ännu närmare både verksamheten och gästerna.

– Oavsett om man jobbar med djur, mat eller säkerhet så påverkar man gästens upplevelse. Det är något vi pratar mycket om och som ska märkas i allt vi gör, fortsätter Sandra.

#### PELLE SVANSLÖS I CENTRUM

Under året tog Furuvik ett efterlängtat kliv när Pelles lekäventyr öppnade. Lekäventy-

ret var en satsning som länge varit efterfrågad och som nu ger gästerna ännu mer av Pelle Svanslös värld och äventyr i parken.

– Pelle betyder väldigt mycket för våra gäster. Med Pelles lekäventyr har vi skapat en plats där sagan verkligen kommer till liv och där barn och vuxna kan uppleva den tillsammans, säger Sandra.

**”VI VÅGAR TESTA.  
ALLT FALLER  
INTE ALLTID HELT  
RÄTT DIREKT,  
MEN DET ÄR SÅ VI  
UTVECKLAS.”**

Berättelsen om Pelle fick nytt liv, både med en ny bok och en ny scenshow som lanserades under året. Sara Sommerfeld har skrivit och regisserat årets nya Pelle Svanslös föreställning, medan Camilla Läckberg har skrivit och släppt boken Pelle Svanslös och svansjakten. En ny karaktär, Fixar Fanny, tar därmed plats både i berättelsen och i parken

genom det finurliga spelet Fixar Fannys Svanschans.

#### MUSIK, MÖRKER OCH MÜNCHEN

Musiken fortsätter att spela en viktig roll för Furuviks besökare. Med strävan efter att erbjuda något för alla oavsett musikstil, har konsert-, allsångs- och dansbandskvällar bjudit på starka publikmöten och minnesvärda sommarkvällar. Konserterna som drog allra flest gäster var KAJ, Alphaville, Electric Banana Band och Victor Leksell.

Halloween slog nya rekord och Horror Nights, kvällar där skräcknivån maxas, är ett exempel på hur Furuvik vågar ta koncepten ett steg längre.



Gyllene takin-unge

– För oss handlar det om att erbjuda upplevelser som attraherar en bred målgrupp där alla har något de vill komma till. Musik, evenemang och tematiserade säsonger är en viktig del av Furuviks identitet och en stark motor för både gästupplevelsen och affären, säger Thomas Burénius, Chief Operating Officer Upplevelse.

Under hösten tog även Oktoberfest plats i parken för första gången, en maxad upplevelse med inspiration från den klassiska höstfesten i München. Genom att öppna upp restaurang Verandan efter att parken stängt för sommarsäsongen, med 5-kampsspel och vissa attraktioner i gång, skapade man en ny upplevelse för besökarna och provade på att använda parkens ytor på fler sätt.

#### **DJUR I FOKUS – ÄVEN NÄR DET INNEBÄR FÖRÄNDRING**

Djurparken, som är en självklar del av Furuvik, fick viktiga tillskott under året. Två gyllene takiner-ungar föddes, en art som är hotad och där Furuviks individer är en viktig pusselbit i det internationella bevarandearbetet.

– Det är alltid speciellt när nya djur föds i parken. Det påminner oss om varför vårt arbete med djur och natur är så viktigt, säger Sandra.



**Thomas Burénius**

COO Upplevelse

Parallellt pågår ett arbete för att fortsatt utveckla parkens framtida inriktning, både vad gäller det breda utbudet och mixen av djurarter som passar parken.

– Vårt ansvar är att helheten fungerar varje dag. Det gäller djurvälstånd, tillgänglighet och hur parken upplevs, oavsett om vi har 1 000 eller 10 000 gäster på plats samtidigt, säger Niklas Kedbrant, Chief Operating Officer Arena.

I dialog med den europeiska djurparksförbundet EAZA fattade Furuvik beslut om att ge parkens tre schimpanser ett nytt hem i en större flock, ett beslut som grundar sig i djurvälstånd och ett långsiktigt ansvar. Flytten går till Edinburgh Zoo och planeras att ske under 2026. Därmed avslutar Furuvik schimpanshållningen.

#### **MER ÄN EN SOMMARPARK**

Furuvik är inte bara en traditionell djur- och nöjespark, det är även en plats med spännande miljöer som kan användas av både människor och djur på nya sätt. Under året stod parken bland annat värd för SM i Nosework, en hundsport där ekipage tävlar i att söka efter dofter, ett exempel på hur Furuvik kan erbjuda andra typer av upplevelser än de som traditionellt förknippas med parken.

– Furuvik är en plats med stor potential. Här kan vi skapa möten och upplevelser



**Niklas Kedbrant**

COO Arena

i många olika format, både för privatpersoner, organisationer och företag. Det är bara fantasin som sätter gränserna, säger Thomas Burénius.

Utvecklingen märks också i hur Furuvik används över tid. Parken är inte längre enbart en plats för dagsbesök under sommaren. Furuvik har även haft ett av sina starkaste år hittills vad gäller logi, vilket ytterligare breddar parkens användningsområde och upplevelse.

– När parken och hotellet samverkar öppnas nya möjligheter, inte minst under vintersäsongen och för nya typer av evenemang, utbildningar och företagsevenemang. Det gör att Furuvik kan leva på fler sätt under en större del av året, säger Thomas.

#### **BLICKEN FRAMÅT**

2024 var ett rekordår, men även 2025 landade Furuvik på fina besöksiffror med över 340 000 gäster. Efter ett år präglad av utveckling fortsätter Furuvik att blicka framåt.

– Vi är inne i en utvecklingsfas där nya idéer får ta plats, vilket känns väldigt spännande! Vi testar och bygger hela tiden vidare på det som gör parken unik, med naturen, platsen och mötet mellan djur och människor i centrum, avslutar Sandra.

#### **OMSÄTTNING I MKR**

2025:	194,4
2024:	190,4

#### **ANTAL GÄSTER**

2025:	343 417
2024:	384 531



**Sandra Wilke**

vd Furuvik

**“VÅRT ANSVAR ÄR ATT HELHETEN FUNGERAR VARJE DAG.”**



# ETT LYFT FÖR TIVOLIT

Säsongen 2025 bjöd på spännande attraktioner, färgstarka shower och nya smakupplevelser, men också på viktiga steg framåt i arbetet med säkerhet och värdskap. Trots att antalet gäster landade under förväntan präglades året av framåtanda, **kvalitetsfokus och en stark känsla av omtanke** – både för gästerna och för medarbetarna.

När två äldre attraktioner, Slänggungan och Fyren, togs ur bruk efter lång och trogen tjänst öppnades ett sällsynt fönster för förnyelse.

– Vi ville skapa något som kändes nytt och spännande för hela familjen. När vi ändå tog bort två attraktioner passade vi på att tänka nytt kring hela designen av tivoliområdet, berättar Christopher Karlsson, Chief Operating Officer Arena.

Resultatet blev en klassisk tivolikänsla med blinkningar till Coney Island och nöjesfältens guldålder. Nyckelinspirationen kom från Lilla Parisrhjulet, en nyrenoverad attraktion som hämtats från Gröna Lund.

– Den var så fin att vi lät den stå modell för tematiseringen över hela tivoliområdet. Det är en stor upplevelse för de allra yngsta och extra kul att småsyskon nu kan åka tillsammans, säger Christopher.

Två andra nyheter som snabbt blev publikfavoriter var Fritt Fall, en högre och mer hisnande efterträdare till Fyren, samt Houdini en snurrig överraskning som man fick upp ögonen för på den årliga internationella nöjesparkmässan, IAAPA. Attraktionerna beställdes från den italienska tillverkaren SBF Visa i oktober 2024 och stod färdiga redan till premiären i maj.

– Vi var på plats i fabriken under bygget och hade ett tätt samarbete genom hela processen. Våra egna tekniker monterade attraktionerna i parken under SBF Visas handledning, där både utbildning och besiktning genomfördes i god tid innan premiär. Det var ett gediget och väldigt fint samarbete, säger Christopher.

Och mottagandet från gästerna?

– Magiskt, säger Christopher med ett leende. Jag minns särskilt en mamma som åkte

Fritt Fall hela 17 gånger samma dag, vilket säger en hel del.

## BADGLÄDJE MED SÄKERHETEN I FOKUS

Efter en allvarlig drunkningsolycka sommaren 2024 inledde parken en översyn av badsäkerheten och samarbetade med Konsumentverket i deras tillsynsändamål.

– Vi har arbetat systematiskt på flera plan, säkerheten i parken och i badet kommer alltid att komma först, säger Fabian Appell, Area Manager Säkerhet & Värdskap.

Utöver att man sett över riskbedömningar har man även inlett ett fördjupat samarbete med Livräddarna Skövde, en filial till Svenska Livräddningssällskapet, som ansvarar för utbildningen av vattenparkens medarbetare.

Även kommunikationen kring regler och ansvar har setts över, både i parken och digitalt.

– Vi har bland annat förtydligat våra badregler, infört åldersgränser i våra djupare pooler, satt upp fler skyltar och översatt vår information till fler språk. Våra badvärdar får dessutom nya röda kläder nästa säsong, för att lättare kunna identifieras, berättar Fabian.

Satsningen har fått positiv respons.

– Det har blivit lättare för våra medarbetare att arbeta när vi har tydligare regler. Gästerna förstår varför vi gör detta och uppskattar att vi pratar med dem om vatten-säkerhet, säger Fabian.

Hösten 2025 avslutade Konsumentverket sitt tillsynsändamål, då de var nöjda med Skara Sommarlands arbete och åtgärder.



**Christopher Karlsson**  
COO Arena

**”VI VILLE SKAPA NÅGOT SOM KÄNDES NYTT OCH SPÄNNANDE FÖR HELA FAMILJEN.”**



**Fabian Appell**  
Area Manager Säkerhet & Värdskap

### SHOW, SMAK OCH SOLSKYDD

Satsningen på show och underhållning är ett uppskattat inslag i parken och har blivit allt viktigare för gästupplevelsen på Skara Sommarland.

– Det betyder enormt mycket för helhetsupplevelsen och vi ser tydligt i våra gästundersökningar att upplevelsen i parken stärks när vi erbjuder både shower och karaktärer som minglar och underhåller våra gäster, säger Simon Rosengren, Chief Operating Officer Upplevelse.

Nyheten Expedition X, en familjeshow med två föreställningar om dagen, lockade mellan 300–500 besökare per gång. Men underhållningen fanns även utanför scenen där gästerna möttes av olika karaktärer redan i entrén och bjöds in till dansshower i parken med limbo och vattenlekar där barnen fick delta.

En annan nyhet som blev en snackis var nya bokningsbara cabanas, små privata oaser i vattenparken.

– I början visste folk inte riktigt vad det var, men när de väl testade blev det en succé. Att man får en egen lounge med solstolar, handdukar, skåp och dessutom kan beställa mat direkt till sin cabana, det älskade våra gäster, säger Simon.

Parkens nya cabanas var i det närmaste fullbokade under högsomardagarna och flera gäster beskrev det som den bästa nyheten på länge. Förhoppningen

är därför att kunna bygga ut och utöka antalet i framtiden.

Även satsningarna på matutbudet blev ett lyft för hungriga badgäster, där den nya bufférestaurangen Hyllan (inspirerad av konceptet med samma namn på Kolmården) bjöd på rätter från hela världen. Här serverades alltifrån balväxtchili och kycklingklubbor till fiskrätter och yakiniku vid sidan av den fräscha och generösa salladsbaren. De små gästerna kunde också sätta tanderna i en dignande barnbuffé.

### ETT ÅR AV OMTANKE OCH ENGAGEMANG

Skara Sommarlands engagemang och initiativ i sociala frågor fortsatte under året. Förutom det långvariga samarbetet med Projekt 322, som ger barn med cancerdiagnoser och deras familjer en dag i parken, inleddes ett nytt samarbete med Maskrosbarn där man välkomnade barn och ledare under en heldag i parken.

– Att få ge de här barnen en dag där de bara kan få vara barn, det är något av det viktigaste vi gör. Våra medarbetare tar emot dessa gäster med sådan otrolig värme och glädje. Det är så fint att se och det känns verkligen i hjärtat, säger Christoffer Östling, vd på Skara Sommarland.

Över lag präglades sommaren 2025 av ett stort engagemang inom hela organisationen.



**Simon Rosengren**

COO Upplevelse

– Vi gick in i säsongen med en fantastisk teamkänsla, där jag tror att satsningen på tivolit gav energi till alla medarbetare oavsett vilken avdelning man jobbade på, berättar Christoffer Östling.

Medarbetarnas energi avspeglades också i gästernas nöjdhet. När gästundersökningarna summerades kunde man konstatera att det skett en rejäl ökning i hur nöjda gästerna är med personalens bemötande, vilket är ett kvitto på det goda värde som medarbetarna levererade hela sommaren. Men det tuffa ekonomiska läget satte ändå spår. Totalt besökte 205 000 gäster Skara Sommarland, vilket är cirka 50 000 färre än året innan.

– Det är färre än vi hoppades på men vi vet också att många hushåll fortfarande har en tuff ekonomisk situation. Vi är samtidigt stolta över allt vi åstadkommit under året. Driftsäkerheten har förbättrats, tre nya attraktioner har lanserats och våra medarbetare har gjort ett fantastiskt jobb. Nu ser vi ser fram emot att få välkomna alla gäster tillbaka sommaren 2026, säger Christoffer Östling.

### OMSÄTTNING I MKR

2025:	92,3
2024:	103,3

### ANTAL GÄSTER

2025:	205 844
2024:	257 831



**Christoffer Östling**

vd Skara Sommarland

**”ATT FÅ GE DE HÄR BARNEN EN DAG DÄR DE BARA KAN FÅ VARA BARN, DET ÄR NÅGOT AV DET VIKTIGASTE VI GÖR.”**



# Vår tid är

## IT-KRÖNIKAN

med John Severinsson

När vi rekryterar på Digitala avdelningen här på Parks and Resorts är jag alltid nogga med att prata om balansen mellan utveckling och drift. En sak som gör vår verksamhet så unik och spännande är den snabba feedback vi får på det vi bygger. När vi förbättrar mjukvaran till våra nya biljettautomater har vi resultatet av vårt arbete bokstavligen talat utanför dörren.

Att kliva ut i verksamheten och omedelbart se hur vår utveckling bidrar och förbättrar är en energiboost utan dess like. Vid sidan av det snabba måste man förstås även tänka långsiktigt och när jag blickar tillbaka på 2025 är det just långsiktiga investeringar jag vill berätta om.

**“Vid sidan av det snabba måste man förstås även tänka långsiktigt.”**

### ROBUST FUNDAMENT

Vi förknippar ofta utvecklingsarbete med hög fart framåt, men vår förmåga att röra oss fort bygger till lika delar på styrkan i det fundament vi byggt. Bilbyggaren Henry Ford ska ha sagt "quality means doing it right when no one is looking" och under 2025 har vi gjort viktiga investeringar i vårt fundament. Vi har bland annat totalrenoverat vårt datalager och omlanserat det på Microsoft Fabric-plattformen, vilket betyder helt nya möjligheter till datadrivet beslutsfattande i vår affärsutveckling. Vi har också byggt om vår nätverks- och IT-infrastruktur med ny utrustning som möjliggör en högre grad av automatisering, AI-styrning och säkerhetsnivå i vår nätverkstrafik och vår IT-leverans.

### FORTSATT MEDVIND I AI-SEGLET

Utanför våra grindar dundrar ju AI-utvecklingen framåt, men faktum är att den gör det även hos oss. Vi har redan ett antal chattagenter som stöttar oss i vår verksamhet och fler kommer det bli, både mer kompetenta och mer specialiserade. Vi genererar bildmaterial till såväl marknadsföring som partnerskap och i det pågående skiftet av vårt personalsystem (som är hjärtat i vår verksamhet) lägger vi stor vikt på förmågan att med maskininlärning skapa träffsäkra prediktioner på lämplig bemanning. Vi har till och med börjat experimentera med vibe-kodade interna applikationer, det vill säga mjukvara framtagen med prompter till AI-verktyg. Förändringen går fort i omvärlden, men lika snabbt hos oss. 2026 kommer att bli ett makalöst spännande år.

### DIGITAL STRATEGI 2030

Under 2025 har vi arbetat fram en digital strategi avsedd för de kommande fem åren, som går på djupet i hur vi tror våra nöjesparker och djurparker kommer påverkas när gästernas digitala förväntningar höjs och samtidigt våra egna förutsättningar förbättras. Vår digitala strategi tar upp frågor som framtidens betalningslösningar, effektiva flöden och hur det synnerligen analoga djurmötet kan berikas med digitala verktyg, för att nämna några exempel.

**“Ni vill bara förbjuda allt som är kul.”  
“Ni tror att alla älskar hållbarhet lika mycket som ni.”  
“Ni är idealister och fattar inte affären.”**

Fördomarna om oss som jobbar med hållbarhet har varit många. Och visst har hållbarhet präglats av teknikaliteter och idealism, ibland med en egen agenda helt separerat från affärsstrategier och den dagliga driften. Men den tiden är förbi.

I dag är hållbarhet inte ett särintresse eller ett projekt vid sidan av. Hållbarhetsfrågorna är en central del av svenskt näringsliv och en grundförutsättning för att bygga stabila, konkurrenskraftiga och långsiktigt lönsamma verksamheter. Vi ser fler och fler bolag där hållbarhet är det som driver hela affären, exempelvis second hand inom klädbranschen, elektrifiering av bilflottan och växtbaserade substitut för kött.

När jag började på Parks and Resorts hade jag både höga förväntningar och en del fördomar. Jag tänkte att här handlar det nog främst om skrott, attraktioner och magiska djurmöten. Inte om klimatmål eller resurseffektivitet. Tre år senare vet jag bättre.

Jag har mött ett engagemang som genomsyrar hela organisationen. Både säsongsanställda och tillsvidareanställda har visat mig att det inte finns någon motsättning mellan att ha kul och att arbeta hållbart. De tar egna initiativ för att minska klimatpåverkan och använda resurser smartare. Ofta leder detta till både lägre kostnader och högre effektivitet.

Men det är inom den sociala hållbarheten som Parks and Resorts verkligen står ut. Att vara "en park för alla" är en del av vårt DNA.

**“I dag är hållbarhet inte ett särintresse eller ett projekt vid sidan av.”**

Det handlar om mångfald och bemötande, om att se människors potential och om initiativ som gör det möjligt för fler barn och familjer oavsett förutsättningar att ta del av upplevelserna i våra parker. Gemenskap, glädje och inkluderande miljöer är inte "mjuka värden" vid sidan av utan en självklar del av vår affär.

### FRAMTIDENS HÅLLBARHETS RAPPORTERING

Under hösten beslutade EU om förändringar i CSRD, vilket innebär att färre bolag omfattas och att kraven på rapportering

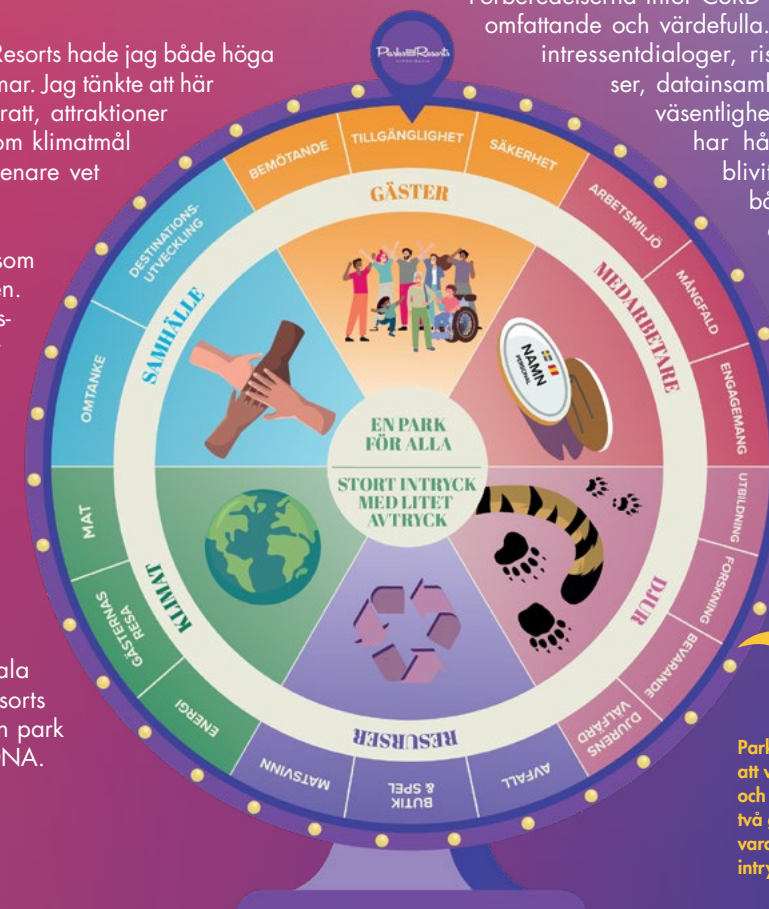
minskar. För Parks and Resorts betyder det att vi inte längre omfattas av det formella kravet. Transparens är dock en självklar del av vårt ansvarstagande och vi kommer därför att fortsätta mäta, följa upp och kommunicera vårt hållbarhetsarbete.

Förberedelserna inför CSRD har varit omfattande och värdefulla. Genom intressentdialoger, riskanalyser, datainsamling och väsentlighetsanalys har hållbarhet

blivit en tydligare strategisk fråga i både ledning och styrelse. Nu blickar vi framåt och fortsätter rapportera på en nivå som ger insyn, skapar engagemang och visar var vi behöver göra mer.

Jag vill tacka alla medarbetare för ytterligare ett starkt hållbarhetsår, mina fördomar är krossade och mina förväntningar överträffade – jag har världens roligaste jobb!

Parks and Resorts använder ett lyckohjul för att visualisera koncernens hållbarhetsstrategi och dess sex fokusområden. Allt baseras på två grundläggande ställningstaganden, att vara "En park för alla" och att göra "Stort intryck med litet avtryck".



AI-GENERERAD BILD



John Severinsson  
COO



Gabriella Granditsky  
Chef Hållbarhet och företagskommunikation

# MEDARBETARE

Genom en stark företagskultur med engagemangsdrivande aktiviteter och möjlighet till utveckling, är våra parker platser där våra medarbetare trivs och växer. Vi ska ligga i framkant när det gäller att attrahera, rekrytera och utbilda medarbetare. En fördomsfri rekryteringsprocess och satsningar på inkluderande ledarskap är vår strategi för att skapa en arbetsplats som präglas av samma mångfald som den vi möter hos våra gäster. Tusentals människor arbetar hos oss varje år och arbetsmiljö, säkerhet och friskvård har ett givet fokus för oss. Att arbeta i våra parker ska vara både meningsfullt, roligt och utvecklande – då när vi vår målsättning om att vara Sveriges roligaste arbetsplats.

## KOMPETENSUTVECKLING SOM GER MERSMAK

Genom Parks and Resorts kompetensutvecklingsstipendium vill man ge alla medarbetare möjlighet att själva ta initiativ till och driva sin egen utveckling. En som tagit tillvara på den möjligheten är Vindil Talso, restaurangchef på Gröna Lund och numera sommelierstudent.



**Vindil Talso**  
Restaurangchef Gröna Lund

– Jag ville utvecklas och ansökte om pengar från stipendiet. Under hela hösten har jag gått en sommelierutbildning och börjat inse hur mycket jag faktiskt inte kunde om vin, berättar Vindil.

olika regioner skiljer sig åt, hur det produceras och hur man kan använda språket kring vin mer träffsäkert. Sommelierutbildningen är också ett sätt att bygga vidare på Vindils Vinskola, ett initiativ han själv drog igång 2024.

– Jag startade Vindils Vinskola för att öka dryckeskunskapen i teamet. Tanken var enkel; ägna 15 minuter innan service åt att prata om en av våra drycker. När serveringspersonalen känner sig tryggare i att prata om dryck, blir det också lättare att rekommendera något som gästen faktiskt kommer

uppskatta, istället för bara "ett glas rött tack". Målet är att gästen i slutändan ska få en bättre upplevelse.

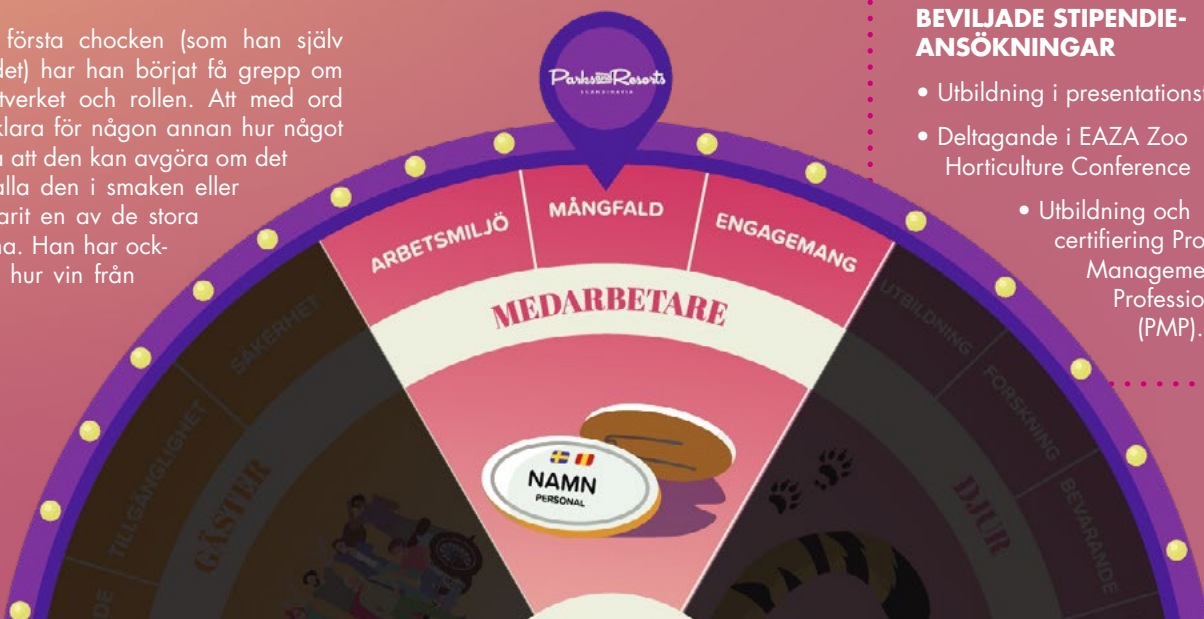
Konceptet med Vindils Vinskola har växt med tiden och Vindil ser nu fram emot att utveckla det vidare med fler korta utbildningar under säsong.

– Det ska bli kul att använda det jag lärt mig, både för att skriva bättre dryckesmenyer och för att ge teamet fler verktyg för att prata om och rekommendera dryck.

### ANDRA EXEMPEL PÅ BEVILJADE STIPENDIE-ANSÖKNINGAR

- Utbildning i presentationsteknik
- Deltagande i EAZA Zoo Horticulture Conference
- Utbildning och certifiering Project Management Professional (PMP).

Efter den första chocken (som han själv uttrycker det) har han börjat få grepp om både hantverket och rollen. Att med ord kunna förklara för någon annan hur något smakar, så att den kan avgöra om det kommer falla den i smaken eller inte har varit en av de stora vinningarna. Han har också lärt sig hur vin från



Parks and Resorts är medlemmar i Diversity Charter, världens största officiella nätverk inom mångfalds- och inkluderingsfrågor.

Baruth Morales (chef Parks and Resorts Academy) och Annika Troselius (Informationschef) deltog på Diversity Charters årliga Signatory Event.

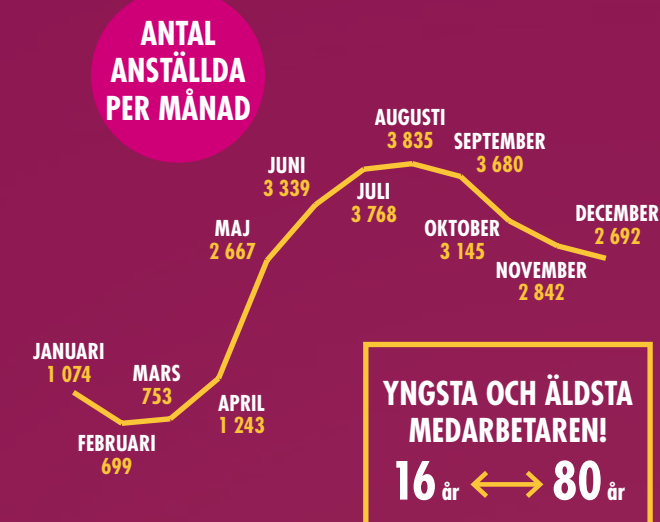
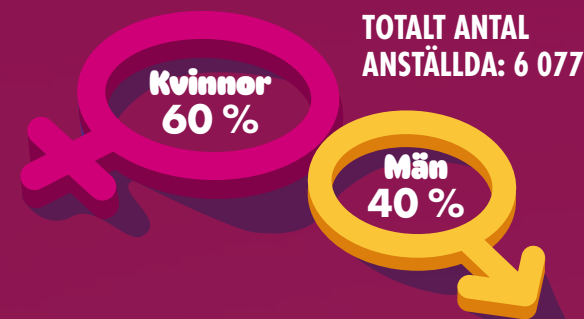
## Mot en mer TILLGÄNGLIG ARBETSMILJÖ

En arbetsplats tillgänglig för alla är ett självklart mål inom Parks and Resorts, men tyvärr inte alltid en självklar verklighet. Gamla fastigheter som funnits i parker i över 100 år kan innebära en del utmaningar. Under 2025 har alla parker genomfört detaljerade kartläggningar av sina arbetsmiljöer med fokus på tillgänglighet för rullstolsburna medarbetare. Investeringsplaner har lagts för att successivt anpassa arbetsplatserna och miljöerna. Målet är tydligt; alla parker ska kunna erbjuda en fullt tillgänglig arbetsmiljö oavsett fysiska förutsättningar.

Under året har också alla koncerngemensamma digitala introduktionsutbildningar anpassats för att bli mer tillgängliga.

– I våra digitala utbildningar vill vi ge de tusentals medarbetare som möter våra gäster varje dag en bra gemensam introduktion till bland annat gästbemötande och värdegrund. Genom att göra utbildningarna mer tillgängliga skapar vi förutsättningar för fler att ta till sig innehållet på sitt sätt, säger Amanda Wall, Parks and Resorts Academy, som varit ansvarig för åtgärden.

## MEDARBETARE i siffror



### Totalt antal anställningar per park och kön

	Kvinnor	Män
Gröna Lund:	1 459	957
Kolmården:	948	522
Furuvik:	789	517
Skara Sommarland:	472	413

### Sjukfrånvaro

	Timanställd	Tillsvidareanställd
Gröna Lund:	6,9 %	3,1 %
Kolmården:	7,5 %	4,0 %
Furuvik:	7,6 %	4,0 %
Skara Sommarland:	8,0 %	2,7 %



**PARKS AND RESORT FÖRETAGSKULTUR HAR SIN GRUND I FEM ENKLA BUDSKAP, SOM I SANN NÖJESPARKSANDA GESTALTAS AV OLIKA BALLONGER.**

## LEKFULLT LÄRANDE

Under 2025 gjordes flera nya satsningar på kompetensutveckling. Genom tre nya initiativ, Re:Ignite, Lunch and Learn och Sommarboken, har man skapat fler möjligheter för reflektion, kunskap och inspiration i vardagen.

En av årets stora nyheter är det koncerngemensamma ledarskapsprogrammet Re:Ignite, som sträcker sig över ett helt år. Med sex fysiska träffar, inspirerande föreläsningar och verklighetsnära case från verksamheten får 20 utvalda chefer möjlighet att stärka sin förmåga att leda sig själv, att leda andra och att leda verksamheten.

– Vi vill ge våra chefer en unik möjlighet att växa, både för sin egen skull och för organisationens framtid, säger Alexandra Olsson, utbildningschef på Parks and Resorts.

Programmet bygger på en kombination av interna och externa perspektiv. En central del är att deltagarna arbetar med verkliga affärsutmaningar från företagets ledningsgrupper.



**Alexandra Olsson**  
Utbildningschef

– Genom att koppla utveckling till vardagen stärker vi både deltagarna och verksamheten. Målet är att bygga ett ledarskap som är modigt, tydligt och engagerande, säger Emma Welander, HR Business Partner på Kolmården.



**Emma Welander**  
HR Business Partner

För att göra lärande mer tillgängligt i vardagen har Parks and Resorts också introducerat Lunch and Learn, digitala föreläsningar som gör det enkelt att fylla på med ny kunskap under lunchen. Ämnen som AI, tillit, utveckling och kost har hittills stått på agendan. Inför sommaren introducerades dessutom Sommarboken, ett initiativ för både befintliga och blivande ledare. Deltagarna valde en bok från en särskilt utvald boklista och bjöds efter sommaren in till en digital reflektionsträff med andra som läst samma bok.

– Med årets initiativ vill vi tillgängliggöra lärande och utveckling på ett enkelt och inspirerande sätt. Det behöver inte alltid vara stort eller tidskrävande, ibland kan det bara börja med en lunch eller med en riktigt bra bok i hängmattan, säger Alexandra.



ment i köket. Det blev en härlig blandning av skatt, träning och igenkänning, säger Fredrik.

Och satsningen har gett resultat. I medarbetarundersökningarna syns att hälsoindex ökar både vad gäller medarbetarnas motionsvanor och deras skattade hälsa i stort.

## Starkare TILLSAMMANS

Hur skapar man en arbetsmiljö där medarbetare inte bara håller, utan faktiskt blir starkare av jobbet? Den frågan har varit utgångspunkt för flera av årets hälsosatsningar inom Parks and Resorts. Koncernens fysioterapeut, Fredrik Dirichsson, har drivit flera initiativ för att ge medarbetare konkreta verktyg för att öka sin tålighet, minska skaderisker och förbättra sin återhämtning.

– Ergonomi handlar inte bara om att anpassa arbetet efter kroppen, utan också om att stärka kroppen för att bättre klara av arbetslivet och livet i stort, säger Fredrik.

Och just det, att stärka, har varit den röda tråden i allt från workshops till individuella träningsprogram. Genom att möta medarbetare i deras vardag har Fredrik kunnat anpassa insatserna efter verkliga behov och förutsättningar.

– Under året har jag bland annat träffat våra tekniker på Kolmården, frukostköket på Vildmarkshotellet och alla tillsvidareanställda på Skara Sommarland. Det bästa är att se hur engagerade alla är i att må lite bättre, både på jobbet och i livet. På Vildmarkshotellet gjorde vi till exempel enkla övningar för nacke, axlar och rygg, sånt man faktiskt hinner med mellan två mo-



## FÖRSTUDIE Nya plattformar för bemanning och HR

Under 2025 har Parks and Resorts genomfört en koncerngemensam förstudie för hur nuvarande personalsystem kan ersättas med något som stärker både affärsnyttan och HR-processerna. Syftet är att skapa bättre stöd i vardagen för både medarbetare, chefer och organisation med tydligare scheman, smidigare administration och mer träffsäkra bemanningslösningar.

Förstudien har omfattat en kartläggning av dagens arbets sätt, workshops med verksamheten för att identifiera behov och utmaningar samt en utvärdering av marknadens mest relevanta systemleverantörer.

– I arbetet med förstudien har vi haft ett tydligt fokus på att förstå behoven i verksamheten. Det här är en viktig satsning för att stärka både människorna och affären. Vi ser fram emot nya system som förenklar vardagen, frigör tid för ledarskap och ger oss bättre beslutsunderlag framåt, berättar Anja Ringdahl, Verksamhetsutvecklare på Parks and Resorts.

Tack vare det gedigna arbetet med förstudien är väntan snart över. Arbetet med att implementera de nya systemen kommer påbörjas under 2026, med målet att gå live under 2027.



**Anja Ringdahl**  
Verksamhetsutvecklare

## Ny KARRIÄRSIDA

Parks and Resorts har lanserat en helt ny karriärsida. Utöver att det blir en självklar samlingsplats för alla jobb inom koncernen, är sidan också fylld med berättelser om hur det är att jobba i de olika nöjes- och djurparkerna. Med lanseringen tar Parks and Resorts ett stort kliv framåt i arbetet med att visualisera sitt arbetsgivarvarumärke, både på koncernnivå men inte minst genom att lyfta fram varje park med dess fantastiska medarbetare.

Syftet med den nya karriärsidan har varit att stärka koncernens employer brand och skapa en tydligare, mer inspirerande och lättnavigerad upplevelse för framtida medarbetare. En stor nyhet är att varje park nu har en egen flik och ett eget uttryck, något som inte varit möjligt tidigare.

– Nu kan vi på ett helt annat sätt visa vilka vi är, hur det är att jobba hos oss och vilka möjligheter som finns. Det

stärker både kandidaternas upplevelse och vårt arbete med att attrahera rätt kompetens, säger Sanna Nordström, Rekryteringschef.

– Det här är något som varit väldigt efterlyst. Äntligen har vi en karriärsida som gör rättvisa åt både Parks and Resorts som helhet och våra olika parker, som alla har sina unika arbetsgivarvarumärken, säger Baruth Morales, Chef Parks and Resorts Academy.

Lanseringen markerar inte slutet utan starten på ett långsiktigt arbete. Framåt kommer mer innehåll för varje parksida att utvecklas. Ett viktigt nästa steg är också att tydligare integrera hållbarhetsarbetet i koncernens employer brand, då det är en avgörande faktor för att attrahera framtidens talanger.



**Baruth Morales**  
Chef Parks and Resorts Academy

## TRYGG OCH SÄKER PÅ JOBBET

För att stärka arbetsmiljöarbetet inom Parks and Resorts lanserades för två år sedan en företagsanpassad, grundläggande arbetsmiljöutbildning "Trygg och säker på jobbet". I dag har merparten av alla koncernens chefer gått utbildningen, som syftar till att skapa tryggare arbetsplatser och ett ledarskap som arbetar mer förebyggande.

Utbildningen leds av koncernens arbetsmiljöspecialist Lisa Vestberg, som också har utformat innehållet utifrån både lagkrav och organisationens egna behov.

– Målet är att ge våra chefer rätt verktyg för att kunna ta ett aktivt ansvar i det systematiska arbetsmiljöarbetet. Vi vill att arbetsmiljö ska vara en naturlig del av det dagliga ledarskapet, säger Lisa.

Utbildningen "Trygg och säker på jobbet" är uppbyggd i flera delar och behandlar både fysiska, organisatoriska och sociala arbetsmiljöfrågor.

– En viktig del av utbildningen är att skapa trygghet i vad som faktiskt förväntas av mig som chef och hur jag kan omsätta den kunskap jag har i konkret handling, säger Lisa.

Att majoriteten av koncernens chefer nu genomgått utbildningen är ett viktigt steg i arbetet för en trygg och hållbar arbetsmiljö. Nästa steg blir att införa en återkommande uppföljningsutbildning vart tredje år, för att hålla kunskapen levande och fortsätta stärka arbetsmiljöarbetet över tid.



**Lisa Vestberg**  
Arbetsmiljöspecialist



# DJUR

Den biologiska mångfalden står inför stora utmaningar och djurparkerna spelar en avgörande roll i kampen för att bevara hotade arter och deras livsmiljöer. Genom forskning, utbildning och bevarande strävar Kolmården och Furuviik efter att skapa en tryggare framtid för djuren – både i djurparkerna och i det vilda. Djurparker är inte bara platser för upplevelser, utan också för insikt, kunskap och förändring.

**“Fakta kan man alltid slå upp, men en känsla går inte att googla.”**

Den biologiska mångfalden står inför stora utmaningar. Arter försvinner i takt med att deras livsmiljöer krymper, klimatet förändras och människans påverkan på naturen ökar. I den verkligheten spelar moderna djurparker en viktig roll.

För Lovisa Larsson, zoologisk koordinator på Kolmården, handlar mycket om relationen mellan människa och djur samt förståelsen för ekosystemen.

– Om vi inte känner engagemang och närhet till naturen, varför skulle vi då vilja skydda den? Vårt jobb är att forma denna relation och ge våra gäster ny kunskap och insikter, för att skapa ett hållbart samspel mellan oss och naturen, säger Lovisa.

Många förknippar djurparkernas bevarandearbete främst med återintroduktion, att djur föds upp och släpps ut i det vilda. Det är en viktig del av arbetet, men i praktiken är vägen dit lång och är inte möjlig idag för de flesta arter. Bevarande

handlar också om att bygga friska och genetiskt hållbara populationer av djur, samla kunskap och bidra till forskning som stärker arternas framtid, både i parkerna och i deras naturliga livsmiljöer.

Kolmården och Furuviik är delaktiga i ett internationellt nätverk där djur ingår i långsiktiga

bevarandeprogram och förvaltning av populationerna. Arbetet sker i nära samverkan med andra djurparker, forskare och organisationer världen över.

– Det är viktigt att förstå att vi arbetar i ett större sammanhang. Det handlar inte bara om enskilda individer, utan om helheter där djurvälstånd, genetik och långsiktighet hänger ihop, säger Ellen Holm, zoolog på Kolmården.

Forskning är en central del av djurparkernas uppdrag. Genom studier i djurparkerna kan ny kunskap samlas in på djurens villkor, ofta genom beteendestudier, och bidra till bättre djurvälstånd både i djurparker och i det vilda.

– När vi med hjälp av ny kunskap kan se att justeringar ger djuren ännu bättre förutsättningar, mer naturliga beteenden eller fler valmöjligheter i vardagen, då vet vi att arbetet gör skillnad, säger Ellen.

En annan avgörande del för dagens djurparker är utbildning. I djurparkerna möter varje år möter hundratusentals människor djur de annars aldrig skulle kunna se. För många blir det ett första steg mot större förståelse för naturens sammanhang och för det ansvar människan har.

– Fakta kan man alltid slå upp, men en känsla går inte att googla. Det är ofta där engagemanget börjar, säger Lovisa Larsson.

I parkerna är utbildningsverksamheten både värd för turisternas skolbesök varje år och en motor i arbetet med att väcka nyfikenhet, empati och viljan att agera hos alla gäster. Det är svårt att mäta exakt hur ett enskilt besök påverkar beteenden på lång sikt, men erfarenheten visar att mötet med djur och berättelserna bakom dem, kan sätta spår som lever vidare långt efter att besöket är över.



**Elina Lundholm**  
Zoolog

För Elina Lundholm, zoolog på Furuviik, är helheten avgörande.

– Djurparker är ett komplement i bevarandearbetet. Genom forskning, utbildning och internationellt samarbete kan vi bidra till att stärka arter och ekosystem på ett sätt som faktiskt består. Det handlar inte om snabba lösningar, utan om långsiktiga insatser som gör verklig skillnad över tid.

Djurparkernas roll handlar i grunden om samexistens. Människan är en del av ekosystemen, inte något som står utanför dem. När vi synliggör hur våra val påverkar djur och livsmiljöer blir sambanden tydligare. Därför är djurparker mer än bara platser för upplevelser. De är miljöer där kunskap byggs, forskning bedrivs och engagemang väcks. Och i en tid där arters framtid är allt annat än självklar kan just det vara avgörande.

## SÅ HJÄLPER KOLMÅRDEN DJUREN UNDER SOMMARVÄRMEN

När sommarvärmerna slår till är det inte bara människor som behöver kyla ner sig, utan även djuren. Med hjälp av vatten, skugga och anpassade miljöer skapas förutsättningar för att djuren ska kunna svalka sig på sina egna villkor. Bassänger, vattenspridare, skuggade viloplats och anpassad fodring är några av de åtgärder som används under varma perioder.

“Isglassar” fyllda med frukt, pellets eller kött ger både svalka och stimulans, samtidigt som djuren

får utlopp för sina naturliga beteenden. Veterinärer och djurvårdare följer kontinuerligt hur djuren påverkas av värmen och säkerställer att alla djur har tillgång till vatten, skugga och möjlighet att gå inomhus.



Under 2025 delade Kolmården Foundation ut drygt 1,2 mkr till 19 bevarandeprojekt; 17 för Kolmården och två för Furuviik.

## KOLMÅRDEN STÖTTAR

### FLYTTFÅGLAR I MEDELHAVSOMRÅDET

Stöd till internationellt arbete mot illegal jakt på flyttfåglar över Medelhavet – genom Committee Against Bird Slaughter (CABS).

NYTT PROJEKT!

### ASIATISKA ELEFANTER I EUROPA OCH ASIEN

Stöd till forskning för att utveckla vacciner mot dödligt herpesvirus som hotar elefantkalvar – inom den europeiska djurparksföreningen EAZA.

NYTT PROJEKT!

### AMURTIGRAR I AMURDALEN

Skydd av hotade Amurtigrar – genom Wildlife Conservation Society i Kina.

### VISEENTER I EUROPA

Återintroduktion och populationsförvaltning av vilda visenter – inom den europeiska djurparksföreningen EAZA.

### VILDKAMELER I MONGOLIET

Skydd av akut hotade vildkameleer – genom Wild Camel Protection Foundation.

### KULAN I KAZAKSTAN

Återintroduktion av kulan till Kazakstans grässtäpper – via Frankfurt Zoological Society/ACBK.

### SNÖLEOPARDER I MONGOLIET

Arbete för att bevaka och skydda snöleoparder – via Snow Leopard Trust.

### SJÖBJÖRNAR I SVERIGE

Studie av sjöbjörnars andningsfysiologi för att stärka bevarandet och förbättra värden av marina däggdjur – genom forskaren Andreas Fahlman.

### GREVYZEBROR I KENYA

Kartläggning av grevzyzebror för att stärka deras skydd – via Marwell Wildlife.

### MARKNÄSHORNSFÅGLAR I SYDAFRIKA

Skydd och bevarande av marknäshornsfåglar – genom Mabula Ground Hornbill Project.

### RÖDA PANDOR I NEPAL

Skydd av röda pandor och deras habitat i Nepal – via Red Panda Network.

### CROSSRIVER-GORILLOR I NIGERIA

Bevarande av crossriver-gorillor och Nigeria-kamerun-schimpanser – med Wildlife Conservation Society.

### SOLDATAROR I MEXIKO

Kartläggning av populationer och häckningsplatser för soldataror – i samarbete med COVIDEC A.C.

### TAPIRER I BRASILIEN

Skydd av tapirer och deras habitat som hotas av skogsbränder – genom Lowland Tapir Conservation Initiative.

### DAMAGASELLER I MAROCKO

Studie och återintroduktion av damagaseller – tillsammans med CSIC.

### NORDAFRIKANSKA STRUTSAR I NIGER

Uppfödning och utplacering av nordafrikanska strutsar – genom Sahara Conservation Fund.

### SKOGSHUNDAR I ARGENTINA

Kartläggning och skydd av skogshundars habitat – i samarbete med Proyecto Zorro Pitoco.

## FURUVIK STÖTTAR

### BOMULLSHUVUDTAMARINER I COLOMBIA

Skydd av bomullshuvudtamariner och deras skogar – genom Proyecto Tití.

### LEMURER PÅ MADAGASKAR

Bevarandearbete för lemurer, fåglar och reptiler – via Impact Madagascar.

## Träning för djurens bästa

**P**å Furuvik pågår ett långsiktigt arbete med att träna den hotade arten gyllene takin, en art som är klassad som sårbar i det vilda. Träningen är en viktig del av parkens arbete med djurvälstånd och sker helt på djurens villkor.

Tre gyllene takiner flyttade till Furuvik under 2022 och 2023 och fick då ett nytt, anpassat häng med en specialbyggd träningsbox. Här arbetar djurvårdarna Joacim Pettersson och Tova Fredin med frivillig hanteringssträning, där djuren själva väljer att delta och belönas i små steg.

– Det viktigaste är att djuren känner sig trygga och har kontroll. Vi anpassar träningen efter varje individ och tar det i den takt som behövs, säger Tova.

Träningen gör det möjligt att genomföra viktiga moment som till exempel att sköta djurens klövar och ta temperatur på ett lugnt och kontrollerat sätt, utan tvång.

– Genom träningen kan vi sköta mycket av den dagliga vården stressfritt, både för djuren och för oss som arbetar med dem, säger Joacim.

En central del i arbetet är att djuren själva kan signalera när de vill avsluta ett träningspass, vilket bidrar till positiv djurvälstånd och stärker relationen mellan djur och djurvårdare.

Under året föddes två gyllene takin-kalvar och även deras introduktion till träningsboxen har påbörjats. Framåt finns planer på att utveckla träningen ytterligare bland annat med blodprovstagning och munhälsokontroller.



Joacim och Tova  
Djurvårdare

## Gyllene tillskott!

Under året fick Furuvik två välkomna tillskott när inte bara en utan två kalvar av den hotade arten gyllene takin föddes. Parken fick sina första takinonor 2022 som fick sällskap av en hane året därpå. Detta är därför första gången arten fått tillökning i parken.

Gyllene takiner lever högt upp i Qinlingbergen i Kina och är klassade som sårbara. På bara 24 år har populationen minskat med omkring 30 %, bland annat till följd av illegal jakt. Furuvik deltar i det europeiska bevarandeprogrammet som drivs av EAZA, där målet är att bevara hotade arter genom samordnad avel och kunskapspridning.

Ett av djurparkernas viktiga uppdrag är att bidra till bevarandet av hotade arter, där födseln av de två kalvarna är en viktig pusselbit.



### DELTAGARE I UTBILDNINGSPROGRAM:

**KOLMÅRDEN: 14 046 st**  
(2024: 14 286)

**FURUVIK: 1 299 st**  
(2024: 1011)

Utbildningsprogrammen riktar sig till skolor, universitet och konferensgäster som besöker våra djurparker för att lära sig mer om bland annat biologisk mångfald och artbevarande.

## Kolmården välkomnar NORDAFRIKANSKA STRUTSAR och ASIATISKA LEJON

**U**nder året har Kolmården välkomnat två nya arter till parken: den starkt hotade nordafrikanska strutsen och asiatiska lejon. Båda arterna lever i dag i mycket små populationer i det vilda och är exempel på djur där varje individ spelar en avgörande roll för artens framtid.

Den nordafrikanska strutsen är den största och mest sällsynta av alla strutsarter. I delar av norra Afrika har arten redan försvunnit helt och i Niger observerades den sista vilda individen så sent som 2004. De största hoten har varit jakt, förlust av livsmiljöer och ett allt torrare klimat. På Kolmården lever strutsen nu på savannen tillsammans med zebror, giraffer och antiloper och kan ses av gästerna under färden med Safaribanan.

– Att djuren nu finns på Kolmården gör att vi kan lyfta arten i stort och vårt internationella bevarandearbete. Det är ett viktigt steg i vårt långsiktiga arbete för att bidra till hotade arters överlevnad, säger Tomás Martins, djurvårdare på avdelningen Safari Afrika på Kolmården.

Kolmårdens engagemang sträcker sig också bortom parkens gränser. Genom Kolmården Foundation stötts bland annat Sahara Conservation Fund, som tillsammans med lokala myndigheter i Niger arbetar med uppfödning och återintroduktion av nordafrikanska struts i skyddade områden, ett arbete som syftar till att bygga upp livskraftiga populationer där arten tidigare försvunnit.

Även de asiatiska lejonerna bär på en historia av förlust och försiktig återhämtning. En gång levde lejon över stora delar av Asien, men i dag finns endast omkring 700 individer kvar, alla knutna till Gir Forest i Indien.

– De asiatiska lejonerna är starkt utrotningshotade och därför är det viktigt att det finns en reservpopulation i djurparker om de vilda lejonerna skulle försvinna. Det ger oss också möjlighet att prata med gästerna om våra fantastiska kattedjur och deras situation, säger Gunnar Brusman Ritzén, djurvårdare på avdelningen Rovdjur på Kolmården.



Gunnar och Tomás  
Djurvårdare



## Masterstudent studerade primaters foderbeteende

Under året hade Furuvik besök av masterstudenten Inês Mendes, som genomförde ett projekt i parken i samarbete med Linköpings universitet. Studien fokuserade på ringsvanslemurer och vithövdade sakiapor och undersökte hur djuren väljer foder beroende på hur bitarna är skurna.

Genom att presentera två bitar av samma foder i olika storlekar fick djuren göra aktiva val. Resultaten visar att båda arterna gör systematiska val utifrån storlek, även när skillnaderna är små. Sakiaporna uppvisade en särskilt jämn och träffsäker bedömningsförmåga. Studien är en del av Inês examensarbete inom etologi och genomfördes i nära samarbete med Elina Lundholm, zoolog på Furuvik.

Samarbetet med Linköpings universitet är långsiktigt och Furuvik tar regelbundet

emot studenter som genomför examensarbeten kopplade till djurens beteende, välfärd och biologi.

– Vi brukar ta emot minst en student varje år från Linköpings universitet. Genom de här projekten bidrar vi till forskning och en ökad förståelse för djurens beteende, vilket är en av grundpelarna i vårt uppdrag som djurpark, säger Elina.



## BAKOM KULISSERNA PÅ FURUVIK



**P**å djuravdelningen i Furuvik förändras vardagen med säsongerna. Under sommaren står mötet med gästerna i fokus, medan höst och vinter mer präglas av djurdrift, planering och handledning av elever. För djurvårdaren Pauline Wännström är variationen en självklar del av yrket.

– Under sommaren möter vi många gäster och berättar om våra djur och varför djurparker finns. Under lågsäsong är det mer fokus på djuren och på att handleda elever, som vi har hos oss året runt, säger Pauline.

Inför Halloween pågår förberedelser även bakom kulisserna. Pynt och nya inslag blir inte bara en del av gästupplevelsen, utan också ett sätt att stimulera djuren på. Alltid med säkerheten i fokus.

Samtidigt fortsätter det långsiktiga arbetet med djurhållningen. Under året har avels-

baggen Igor anlänt till Furuvik som en del av arbetet med att bevara lantrasen Gestrikefår med målet att säkra en genetisk variation och rasens framtid.

En viktig del av vardagen är också utbildning. Pauline har handledt elever i många år och ser kunskapsöverföringen som en självklar del av uppdraget.

– Många blir överraskade över hur mycket ansvar, skötsel och närhet till djuren som ingår i jobbet. Relationerna till djuren är det som gör arbetet speciellt, de blir våra närmaste kollegor, säger Pauline.

När Pauline sammanfattar arbetet på djuravdelningen återkommer tre ord: teamwork, ansvar och glädje, värden som präglar vardagen bakom kulisserna på Furuvik.

# GÄSTER

När gästerna besöker våra parker kliver de in i en annan värld och lämnar vardagen utanför grindarna. Vårt aktiva arbete med trygghet, säkerhet och tillgänglighet ska få varje gäst att njuta av en upplevelse där omtanke står i centrum. Parkerna fungerar som arenor för glädje och gemenskap där människor från olika bakgrunder möts och skapar oförglömliga minnen tillsammans. Med en mångfald bland så väl gäster, som medarbetare och upplevelser, gör vi vårt yttersta för att uppfylla vår främsta ambition – att vara en park för alla.

## EN PARK FÖR ALLA

### VIKTIGA STEG FÖR TILLGÄNGLIGHET

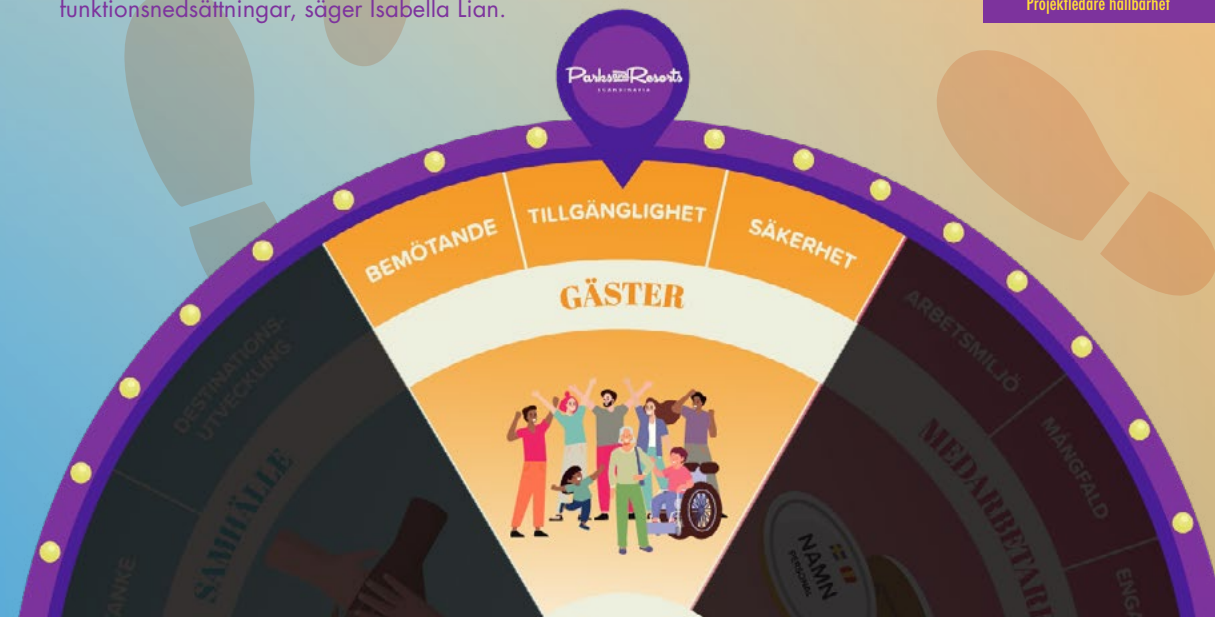
**P**arks and Resorts har som mål att göra parkerna mer tillgängliga för fler, oavsett förmåga. Under 2025 togs fler konkreta steg framåt. Isabella Lian, projektledare för hållbarhet, har lett arbetet med årets tillgänglighetsinsatser, där det både handlar om att lyssna in gästerna, utvärdera parkernas miljöer, planera insatserna och se till att konkreta förbättringar görs i varje park, ett arbete som sker på årlig basis.

– Bland annat har vi installerat höj- och sänkbara hygienbränsor på Gröna Lund och Kolmården, och gjort förbättringar av tillgängliga toaletter på Kolmården och Skara Sommarland. Det här är viktiga åtgärder för att underlätta besöken för våra gäster med vissa funktionsnedsättningar, säger Isabella Lian.

Antalet tillgängliga parkeringsplatser ökades på Skara Sommarland och Furuvik, liksom antalet automatiska dörröppnare till toaletter på Gröna Lund och Skara Sommarland. Under året utökades även antal konsertplatser för gäster i rullstol på Furuvik. Tillgänglighetsinformationen på parkernas hemsidor har uppdaterats och utvecklas löpande utifrån gästernas feedback, så att de på bästa sätt kan förbereda och planera sina besök innan de kommer till parkerna.



**Isabella Lian**  
Projektledare hållbarhet



## NY UTBILDNING – för inkluderande gästmöten

**U**nder 2025 togs en ny digital utbildning fram som når ut till alla säsongsmedarbetare. Syftet var att ge alla, oavsett arbetsområde, en gemensam grund i hur Parks and Resorts arbetar för att vara en tillgänglig park för alla. Utbildningen kombinerar förståelse för varför tillgänglighetsfrågor är viktiga med praktisk information om hur medarbetare bäst kan guida och bemöta gäster i parken.

– Att känna till hur vi jobbar med tillgänglighet är en viktig grund för att kunna leverera god service

i våra gästmöten. Vi vill exempelvis att alla medarbetare ska kunna grunderna i hur vi underlättar besöken för våra gäster i rullstol och vart gästerna kan vända sig med specifika tillgänglighetsfrågor, säger Gabriella Granditsky, chef för hållbarhet och företagskommunikation.

Från och med 2025 är utbildningen en del av den gemensamma introduktionen i alla parker, vilket säkerställer en enhetlig nivå av kunskap och ökad förståelse för tillgänglighet i hela organisationen.



## OUR NORMAL Ett tillgängligt nätverk

**F**ör att utveckla koncernens tillgänglighetsarbete har Parks and Resorts under året samlat in synpunkter från funktionsrättsorganisationer och gäster med olika funktionsnedsättningar. Under hösten deltog även Parks and Resorts i Our Normals nätverk för tillgänglighet bland familjebesöksmål, med syftet att stämma av våra arbetssätt och genom-

förda åtgärder mot branschpraxis samt utbyta erfarenheter och goda exempel med andra aktörer. Our Normal representerar familjer som har barn med funktionsnedsättningar och bidrar med deras perspektiv i utvecklingen av mer tillgängliga besöksmål.

Vi har snurrat

**92 570**

**SOCKER-  
VADD**

VISSTE DU FÖRRESTEN ATT DET BARA ÄR 2 SOCKERBITAR I EN SOCKERVADD?

**535 640**

**PANNKAKOR  
HAR STEKTS**

VI HAR SERVERAT

**79 319**

**PORTIONER  
POPCORN**

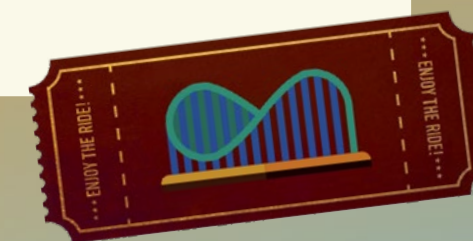
DET ÄR UNGEFÄR 1 183 BADKAR FYLDA MED POPCORN!

VÅRA BESÖKARE HAR GJORT

**14,5**

**MILJONER**

åk i alla våra attraktioner



# FUN FACTS 2025

CIRKA

**320 000**  
*personer*

HAR BESÖKT VÅRA  
KONSERTER

WOW!

**318 407**

**GLASSKULOR  
HAR SKOPATS  
UPP**

DET HAR SMASKATS PÅ

**151 658**

**GODIS-  
REMMAR**

DET ÄR CA 7,6 MIL!

Vi har lagt

**11 000**

**TIMMAR PÅ  
KONTROLLER**

**175**  
**TON**

**POMMES FRITES  
HAR ÄTITS**

SÅ MYCKET TID LÄGGER PARKERNAS TEKNIKER PER ÅR PÅ ATT NOGGRANT UNDERSÖKA ALLA ATTRAKTIONER VARJE DAG INNAN DE ÄR REDO ATT ÖPPNAS.

# KLIMAT

Att välkomna nästan tre miljoner gäster till våra parker varje år lämnar ett visst klimatavtryck. Genom att mäta, utvärdera och vidta åtgärder kan vi hitta lösningar som minskar vårt avtryck. Vi ser löpande över våra menyer för att minska matens klimatpåverkan, väljer fossilfria bilar och maskiner i största möjliga mån och arbetar för att effektivisera vår energianvändning. Samtidigt vill vi göra det enklare för våra gäster att resa kollektivt till våra parker.

## Medarbetarnas RESA till parken

Sedan cirka tio år tillbaka kartlägger Parks and Resorts sitt klimatavtryck. Nytt för 2025 är att även medarbetarnas resor till och från arbetet inkluderas i beräkningen. Medarbetarnas resor står för en relativt liten del av det totala klimatavtrycket jämfört med gästernas resor, vilket kan förklaras av att gästerna är betydligt fler och ofta reser längre sträckor.

Kartläggningen visar tydliga skillnader mellan parkerna till följd av skillnad i avstånd

och olika tillgång till kollektivtrafik. Det genomsnittliga avståndet till arbetsplatsen är längst på Kolmården och kortast på Furuvik. Cykel- och kollektivtrafikpendling är vanligast på Gröna Lund och Furuvik, medan Kolmården och Skara Sommarland har en högre andel bilpendling. Bland de som kör bil svarar nästan en tredjedel att de skulle välja ett mer klimatsmart alternativ om det vore enklare och en av tio om det vore billigare.

## BERGVÄRME på Vildmarkshotellet

Under hösten 2024 installerades bergvärme på Vildmarkshotellet och satsningen har gett tydlig effekt. Under vintermånaderna 2025 minskade energianvändningen med cirka 40 % jämfört med året innan, motsvarande omkring 1 000 MWh på ett år. Minskningen visar på potentialen med långsiktiga investeringar i energieffektiv teknik för större anläggningar.



# 19 817

MWh

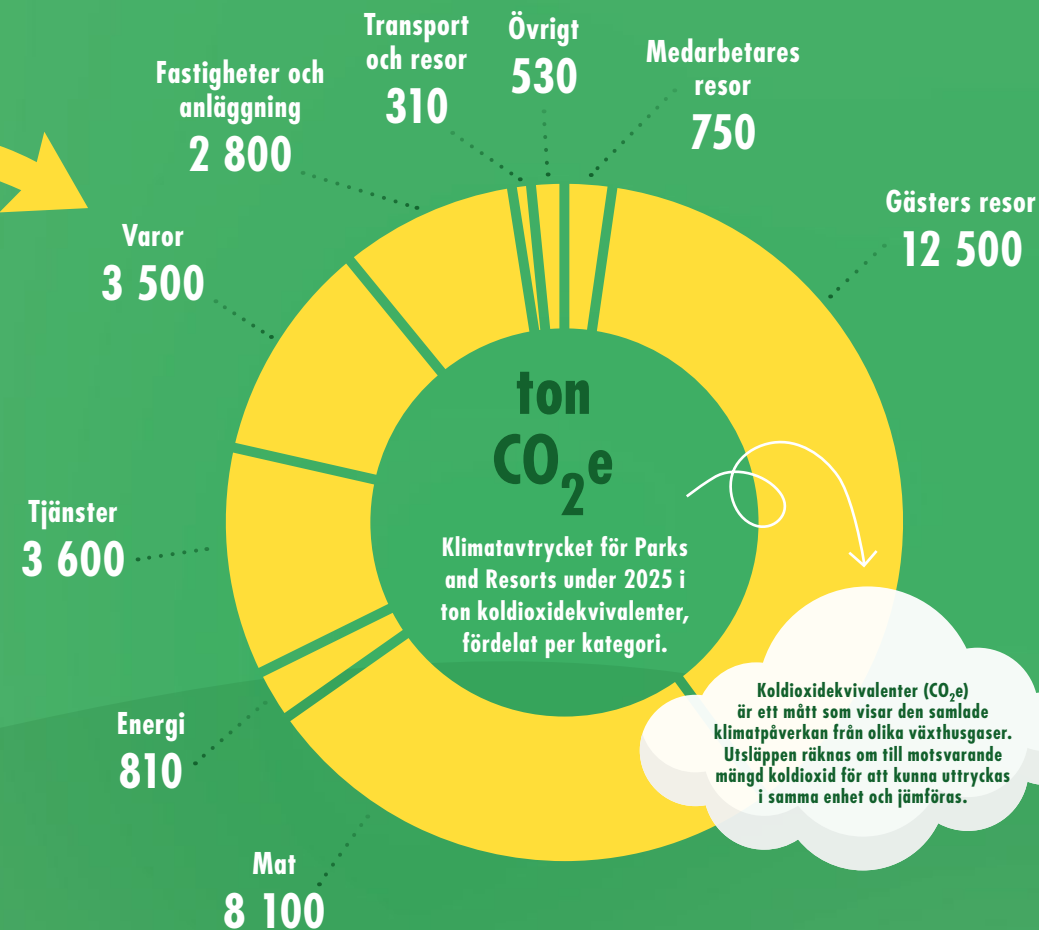
## SOLENERGI

Under 2025 producerade Parks and Resorts solcellspark i Fjällskär 19 817 MWh el. Det motsvarar 85 % av koncernens energianvändning och räcker för att driva så väl Gröna Lund som Kolmården och Skara Sommarland. Elen säkras genom koncernens långsiktiga PPA-avtal. Även Furuvik har förnybar el, men den kommer från andra källor.

## Vårt KLIMAT-AVTRYCK

Utsläppen för 2025, både totalt och per gäst, har ökat något jämfört med 2024. Detta förklaras framför allt av ökade utsläpp från varor samt från byggprojekt kopplade till nya attraktioner och utveckling i samtliga parker. Utsläppen från gästernas och medarbetarnas resor har samtidigt minskat något och trenden över tid, både totalt och per gäst, är att utsläppen minskar.

Klimatavtrycket beräknas utifrån en kombination av spendanalys (ekonomisk data) och mer detaljerad information om verksamheten. För mat och gästernas resor, som står för störst påverkan, baseras klimatavtrycket på faktiska volymer och gästernas resvanor, medan ekonomisk data används för övriga områden för att ge en heltäckande bild av klimatpåverkan.

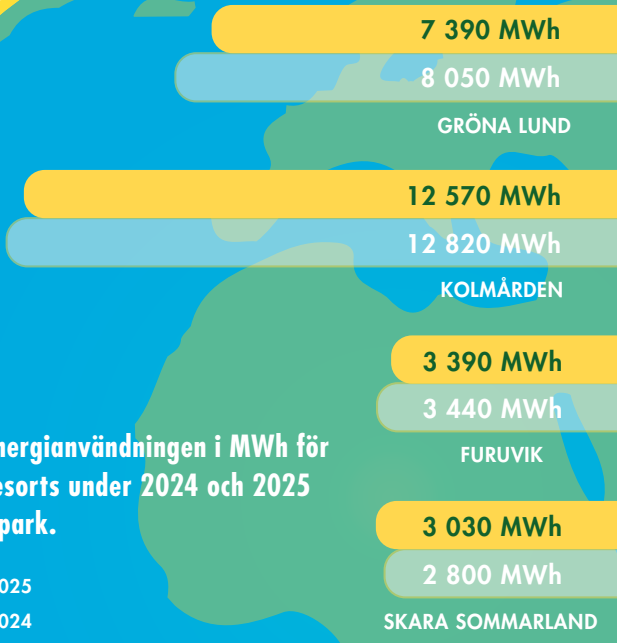


Koldioxidkvivalenter (CO<sub>2</sub>e) är ett mått som visar den samlade klimatpåverkan från olika växthusgaser. Utsläppen räknas om till motsvarande mängd koldioxid för att kunna uttryckas i samma enhet och jämföras.

## VÅR ENERGIANVÄNDNING

Den totala energianvändningen i MWh för Parks and Resorts under 2024 och 2025 fördelat per park.

2025  
2024



# RESURSER

Med många gäster som äter, dricker och upplever våra parker krävs en ansvarsfull hantering av resurser. Vi arbetar för att minska resursförbrukningen genom att effektivisera hur material används och återanvänds. Det gör vi till exempel genom att arbeta aktivt med matsvinnfrågan, omställningen till flergångsmaterial, insamling av pant och genom att öka återvinningen. Vi ställer höga krav på produkterna som säljs för att de ska hålla länge och vara tillverkade med omtanke om både människor och miljö. Vi arbetar också aktivt med återbruk i vår egen verksamhet.

## IT-återvinning

Under året har Parks and Resorts samarbetat med ett bolag som tar hand om överblivna IT-produkter. Utrustning i gott skick säljs vidare medan övrigt material återvinns. Genom samarbetet har bland annat 38 laptops och 51 mobiltelefoner kunnat återanvändas, vilket är ett konkret sätt att ta vara på resurser och minska avfall.

Enligt leverantörens beräkningsmodell motsvarar återbruket av dessa produkter cirka:

**18 TON**  
KOLDIOXID-  
EKVIVALENTER

**22 500**  
LITER VATTEN

## GENERATION WASTE

Under 2025 deltog Gröna Lund, tillsammans med andra restauranger på Djurgården, i ett pilotprojekt för att öka kunskapen om matsvinn. Med hjälp av verktyget Generation Waste kan parken väga svinn som uppstår i köket, gästsvinn (mat som lämnas på tallriken) och serveringssvinn (färdig mat som inte serveras). På Gröna Lunds restaurang Kryddhyllan drevs arbetet av köksmästare Johan Öhrn.

Johan berättar att vägningen har blivit en naturlig del av det dagliga arbetet och har bidragit till ökad förståelse för var svinnet uppstår. En enkel men effektiv förändring var att samla in gästernas matrester separat för att skapa en tydligare överblick.

– Det har varit nyttigt att se vad som kommer tillbaka från gästerna. Vi lär oss mycket genom dialogen mellan kök och matsal. Ibland handlar det om så enkla justeringar som mängden lingonsylt eller pomes på tallriken, säger Johan.

Under 2026 ska Kolmårdens restauranger ansluta sig till vägningen, med målet att sprida lärdomar och minska matsvinn i fler delar av verksamheten.



**Johan Öhrn**  
Köksmästare

# NÄR TRASIGA ARBETSKLÄDER GER NYA ARBETSMÖJLIGHETER

Bakom kulisserna på Gröna Lund pågår ett samarbete som ger kläder en andra chans och kvinnor nya arbetsmöjligheter. Under sommarsäsongen 2025 skickades över 400 plagg till den sociala verksamheten Yalla Rinkeby för lagning. Det kan låta som en enkel insats, men i praktiken har den fått stor betydelse, både miljömässigt och mänskligt.

– Det är verkligen en win-win. Gröna Lund slipper köpa nytt och vi får möjlighet att ge ännu fler kvinnor meningsfull arbetsträning, säger Ann-Kristin "Anki" Söderblad, grundare och verksamhetsledare på Yalla Rinkeby.

## SÖMNAD SOM SOCIAL SPRÅNGBRÄDA

Yalla Rinkeby är en ekonomisk förening som skapar arbetstillfällen för kvinnor som vill etablera sig på arbetsmarknaden, där många är nyanlända eller saknar tidigare erfarenhet från svensk arbetsmarknad.

Genom arbetsträning inom framför allt matlagning och sömnad får deltagarna erfarenhet och rutiner.

## DRAGKEDJOR OCH LOGGOR – TYPISKA SKADOR

På nöjesfältet slits arbetskläderna hårt. Vanliga lagningar gäller sömmar som spruckit runt ryggloggor på pikétröjor eller trasiga dragkedjor på jackor. Det är detaljer som gör skillnad, både för plaggets livslängd och parkens hållbarhet.

– Att kunna laga istället för att köpa nytt är ett konkret sätt för oss att minska vår miljöpåverkan. Och det känns extra meningsfullt när vi samtidigt stöttar en så viktig verksamhet, säger Gabriella Granditsky, hållbarhetschef på Parks and Resorts.

Yalla Rinkeby har idag kapacitet för att ta emot 45 kvinnor i arbetsträning per år. Flera av dem kommer via Arbetsförmedlingen eller Jobbtorg. Men den största utmaningen just nu är lokalen, då köket är litet och fler och fler uppdrag inom catering ramlar in.

– Vi vill satsa mer på både maten och sömnaden, men det är svårt när lokalerna begränsar oss. Annars skulle vi verkligen kunna växa, säger Anki.

Trots utmaningarna är framtidstron stark. Nästa säsong hoppas både Yalla Rinkeby och Gröna Lund på att fördjupa samarbetet, där möjligheten finns för fler parker inom koncernen att delta.

Här lagas kläder i samarbete med Yalla Rinkeby.



**"Att kunna laga istället för att köpa nytt är ett konkret sätt för oss att minska vår miljöpåverkan."**

# DEKOR SOM BESTÅR

## - BÅDE HÅLLBART OCH KREATIVT

På avdelningen för Kolmårdens tematiserade säsonger och event är tempot högt med miljöer som snabbt byggs upp och monteras ned, vilket skapar särskilda hållbarhetsutmaningar. De senaste åren har Louise Dahl, Shift Manager och hållbarhetsambassadör, tillsammans med sitt team drivit ett aktivt förändringsarbete för att minska avfall och öka återbruket. Tyg som tidigare slängdes förvaras nu i ett tygförråd mellan olika temasäsonger och återanvänds år efter år. Även rutinerna för naturmaterial som halm, pumpor och granar har utvecklats för att i större utsträckning kunna tas tillvara eller skickas vidare för återvinning. Det mesta till skräckhusen såsom kläder, möbler och rekvisita köps i dag på second hand.



per och slängde dem när de blev dåliga. Nu samlar vi in plastlådor som blivit över från butikerna och slår in dem med vaxduk. Det är lika snyggt men håller också år efter år, säger Louise Dahl.

Arbetsstättet har också haft en positiv effekt på engagemanget i teamet.

– Att arbeta hållbart motiverar oss ännu mer. Det är en utmaning, men också väldigt roligt att lösa problemen och när vi hittar en bra lösning känner vi stolthet över att vi kan vara med och bidra, berättar Louise.

Ett tydligt exempel på en förändring är Sagojuls paketdekorationer.

– Tidigare slog vi in kartonger med julklappspap-



**Louise Dahl**  
Projektkoordinator

## KOLMÅRDENS RESTER BLIR TILL RESURSER

### HALM

Halmen från Halloweendekoren används som jordförbättrare. Halmen körs ut på åkrar i närområdet eller till Kolmårdens gård och tillför näring inför året.

### GRAN

Vissa granar från Kolmårdens julfirande ges som berikning till djuren i parken, andra skickas till fiskare där granarna läggs på isen. När isen smälter mot våren sjunker de till botten och blir till lekplatser och gömställen för fiskarna. Kungsgran och snösprayade granar blir flis som i sin tur blir till värme.

### PUMPA

Pumporna från Halloween ges till Kolmårdens djur som berikning. De som inte är i skick för detta skickas till Tekniska verken i Linköping för bioåtervinning och endast en viss andel går till förbränning.

## SANT OM PANT

Att öka mängden pant som samlas in i parken har under många år varit ett prioriterat utvecklingsområde för Gröna Lund. Varje år beräknas mängden insamlad pant i relation till mängden sålda burkar och flaskor.

För att få bättre förståelse för hur man kan öka pantinsamlingen genomfördes under sommaren en så kallad "plockanalys". Genom att sortera och analysera innehållet i avfallet vid olika tillfällen blev det tydligt att en stor del av panten hamnar i vanliga sopkärl i stället för i pantkärnen, snarare än att den tas med hem av gästerna.

Inför Halloween 2025 gjordes därför en kraftanstängning som bestod av flera delar. Nya pantkärl köptes in, placeringen av kärnen optimerades och utbildningsinsatser genomfördes för att öka medarbetarnas engagemang i pantarbetet. Satsningen gav tydligt resultat och mängden insamlad pant ökade med 150 % jämfört med samma period föregående år.

### ALL PANT SKÄNKES TILL VÄLGÖRANDE ÄNDAMÅL



# ÅTERBRUK SOM STRATEGI

## - när nya arbetsplatser växer fram

När Gröna Lund under våren 2025 genomförde ett omfattande kontorsprojekt stod hållbarhet och återbruk i centrum. Med begränsade ytor, tigt budget och en verksamhet som pågick parallellt blev återbruk inte bara ett val utan en förutsättning.

En tidig inventering av samtliga möbler blev central. Allt kartlades; vad finns, vad kan återbrukas, vad kan flyttas runt och göras mer enhetligt? Projektet formades utifrån de resurser som redan fanns eller kunde tas tillvara, snarare än att utgå från nyinköp. Mycket kunde sparas, annat var i för dåligt skick och fick slängas eller skänkas bort. Samtidigt öppnade det upp för nya möjligheter. Genom auktioner och återbruk köptes möbler från olika företag och vid ett lyckosamt tillfälle även från en större konkursutförsäljning som tajmade projektet perfekt.

– Det blev en kul utmaning med frågor som "Nu finns det här, hur löser vi det?". Projektet anpassades helt enkelt efter det som gick att få tag på, i stället för tvärtom, säger arkitekten Eleonor Råim från Tillsammans Arkitekter.

Flera detaljer i inredningen har en historia. Belysning har hittats i skrubbar, undanstuvad inredning i vindsutrymmen och lösa föremål har tagits tillvara i interna flyttar. Med så få ombyggnationer som möjligt blev återbruk också ett sätt att hushålla med både material och yta.



Eleonor Råim (arkitekt), Jonas Sjöberg (projektledare/arkitekt) och Amanda Krantz (inredningsarkitekt) från Tillsammans Arkitekter.

– Ibland har det helt klart varit som en skattjakt för att lyckas. Ovanligt, men väldigt kul, säger Eleonor.

Renoveringen har genomförts parallellt med ordinarie verksamhet och visar hur återbruk

kan kombineras med funktion, kvalitet och omsorg om arbetsmiljön.

– Nästan alla kan sätta upp en vägg. Men det är trots allt detaljerna som gör skillnaden, avslutar Eleonor.

## RIKTLINJER OM HÅLLBAR DJURMAT

Under hösten 2025 tog Parks and Resorts fram riktlinjer för hållbart foderinköp till djuren i parkerna. Riktlinjerna ska bidra till minskad miljö- och klimatpåverkan, effektivare resursanvändning och hög djurvälstånd. Arbetet utgår från att prioritera svenska och lokala råvaror samt öka användningen av rest- och biprodukter från livsmedelsproduktion.

Redan i dag har djurparkerna kommit långt i arbetet. På Kolmården är grovfodret, som står för majoriteten av fodervolymer, till största delen producerat i närområdet (cirka 80 %) medan resterande del är svenskt. Dessutom utgör omkring 75 % av köttet biprodukter från livsmedelsproduktion, vilket innebär att kött som annars inte hade använts tas tillvara.

# SAMHÄLLE

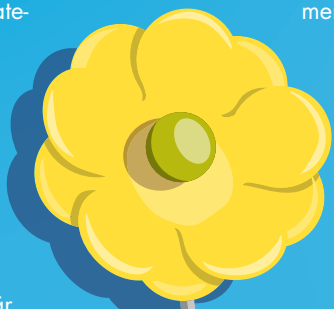
Våra parker spelar en viktig roll för den lokala och regionala utvecklingen. Som en del av besöksnäringen bidrar vi till jobb och tillväxt samtidigt som vi är viktiga språngbrädor för ungdomar och människor som har svårt att komma in på arbetsmarknaden. Genom samarbeten med kommuner, myndigheter och organisationer främjar vi lokal sysselsättning och stöttar lokala initiativ. Vi samarbetar också med organisationer som Min Stora Dag, Childhood och Majblomman för att fler barn och unga ska få chansen att uppleva våra parker och skapa minnen för livet.

## Att göra skillnad där **BEHOVEN** är som störst

Omtanke är ett av Parks and Resorts fyra värdeord och en central del i koncernens strategi att vara en park för alla. Att samarbeta med olika välgörenhetsorganisationer är en självklar del av verksamheten, där fokus ligger på att göra verklig skillnad där behoven är som störst. Därför samarbetar Parks and Resorts med organisationer vars fokus är att hjälpa barn som lever i ekonomisk utsatthet, är sjuka eller befinner sig i socialt svåra omständigheter. För dessa barn kan en dag i någon av parkerna innebära en välbehövlig paus från vardagen och en möjlighet att uppleva glädje, gemenskap och lek.

Genom att stötta etablerade aktörer som är experter inom sina områden säkerställs att

hjälpn när de barn som behöver det allra mest och att stödet både blir större och mer långsiktigt.



Samtliga parker stöttar organisationerna Majblomman och Min Stora Dag i deras viktiga arbete för barn i utsatthet och sjukdom. Utöver de gemensamma samarbetena engagerar sig även varje park lokalt och stöttar eldsjälar och organisationer i närområdet, där exempelvis Gröna Lund och Kolmården jobbar med Stadsmissionen, Furuvik med Ett Bättre Gävle och Skara Sommarland med Projekt 322.

## KOLMÅRDEN STÖTTAR UNGT LEDARSKAP GENOM TRYGGA ORTEN

Under hösten har Kolmården varit en samarbetspartner till Trygga Ortens ledarskapsakademi, ett initiativ som riktar sig till unga i socioekonomiskt utsatta områden som vill utveckla sitt ledarskap och lära sig mer om hållbarhet och projektledning.

Som en del av samarbetet bjöd Kolmården in deltagarna till en kickoff i parken och höll även en föreläsning med fokus på ledarskap och kommunikation.

– Vi är glada att kunna stötta initiativ som ger unga verktyg att växa och påverka sin framtid. Det är ett sätt för oss att bidra till ett mer inkluderande och hållbart samhälle, säger Emma Keran, HR-kordinator på Kolmården.



Emma Keran  
HR-kordinator

MIN  
STORA  
DAG

## En stor dag – för att orka fler

Parks and Resorts samarbetar med Min Stora Dag, en organisation vars uppdrag är att uppfylla önskningar och sprida livsviktig glädje till barn med allvarliga sjukdomar och diagnoser. I september 2025 firade de sitt 25-årsjubileum genom att anordna den största Stora Dagen i organisationens historia, då nästan 300 barn och deras familjer samlades på Gröna Lund för en dag fylld av skratt och glädje.

Glädje är varken något litet eller ytligt, det är stort och viktigt. Ibland till och med livsviktigt. Idag finns det barn som är mer på sjukhus än i skolan och totalt finns över 200 olika sjukdomar och diagnoser som slår extra hårt mot den som är ung. För att fortsätta orka behövs uppmuntran och att få ta en paus från sin sjukdom för att bara ha roligt kan vara nog så viktigt, till och med för läkningsprocessen.

– Medicin och kirurgi räcker bara så långt. För att komma hela vägen behöver vi fylla på med uppmuntran och stimulans för att barnen ska orka med utredningar och behandlingar. Här är Min Stora Dag en fantastisk partner, som vi inom barnsjukvården har största förtroende för genom långsiktigt samarbete, säger Svante Norgren, barnläkare och chef på Astrid Lindgrens barnsjukhus.

Därför samarbetar Parks and Resorts med Min Stora Dag, där man varje år bjuder barn med olika sjukdomar och diagnoser på besök i sina parker.

– Våra parker är till för att skänka glädje till alla våra gäster, men för vissa gäster är det extra viktigt. Målet är att kunna ge de här barnen och deras familjer en dag där de ska kunna glömma vardagen för en stund. Och vi har så många eldsjälar bland våra medarbetare i alla parker, som verkligen brinner för att ge de här barnen den bästa dagen på hela året, säger Eva Rundfelt, kvalitetschef på Parks and Resorts och ansvarig för koncernens omtankessamarbeten.

Den 7 september firade Min Stora



Prinsessan Madeleine åker Tekopparna tillsammans med ett barn från Min Stora Dag och Parks and Resorts ägare Mattias Banker.



Eva Rundfelt  
Kvalitetschef

Dag sitt 25-årsjubileum genom att anordna den största Stora Dagen i organisationens historia, då totalt 1 500 personer (nästan 300 barn med sina familjer) fick Gröna Lund helt för sig själva under två timmar. Dagen inleddes av Min Stora Dags beskyddare Prinsessan Madeleine som klippte bandet vid en öppningsceremoni tillsammans med generalsekreterare Jennifer McShane och Ella Sjöström, 16 år, från Min Stora Dags barn- och ungdomsråd. Sedan var det fritt fram för barnen att njuta av karuseller och sockervadd utan trängsel. Behövde man vila fanns ett vilorum att dra sig undan till, så att orken skulle hålla. För många av barnen var detta första gången de var på en nöjespark.

– Den glädje vi såg på plats är obeskrivlig. Vi vet att många barn i vår målgrupp har stora utmaningar och begränsningar i sina liv. Den där aktiviteten som är självklar och enkel för många unga kan på grund av en

sjukdom eller diagnos vara en nästan onöbar dröm för barnen i vår målgrupp. Vårt uppdrag är att sprida kraft och glädje och uppfylla drömmar för så många barn vi bara kan, och exakt det gjorde vi den här dagen, säger Min Stora Dags generalsekreterare Jennifer McShane.



Jennifer McShane  
Generalsekreterare Min Stora Dag

”Jag vill rikta ett varmt och innerligt tack till Parks and Resorts och alla som arbetar i deras parker. Sedan Min Stora Dag startade för 25 år sedan har de funnits vid vår och barnens sida. Alltid med ett enormt engagemang, extra välkomnande leenden och en hjälpsam hand” /Min Stora Dags generalsekreterare Jennifer McShane.

## ANTI-KORRUPTION

Lambitionen att leverera parkupplevelser i världsklass ingår att agera på ett trovärdigt, korrekt och schysst sätt i alla sammanhang. Vi arbetar ständigt med att säkerställa att vi motverkar alla former av oegentligheter, både avsiktliga och oavsiktliga. Parks and Resorts har ett brett kontaktnät av leverantörer och samarbetspartners av olika slag. Vissa har vi affärsrelationer med idag, andra vill etablera en affärsrelation med oss. För många är det värdefullt att bli leverantör till oss med vår flora av starka varumärken. Därför är en viktig affärsprincip att vi i våra roller som inköpare och medarbetare inte utnyttjar eller blir utnyttjade. Ett professionellt uppträdande är avgörande för ett trovärdigt företag.



## INKÖP OCH MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Samarbetet med våra leverantörer ska kännetecknas av full uppriktighet samt ömsesidig förståelse och respekt, där kvalitet och hållbarhet är viktiga faktorer vid val av leverantör. Från vår affärsidé är steget inte långt till mänskliga rättigheter och omtanke om människors säkerhet och hälsa. Vi stödjer och respekterar nationella och internationella regelverk om mänskliga rättigheter där fokus är att uppmuntra mångfald och motverka trakasserier och diskriminering. Här ser vi att risken för kränkningar är störst i leverantörsledet. För att motverka detta för vi dialog med våra leverantörer eftersom vi tror på att relation och samarbete är vägen till transparens. Samarbetspartners och leverantörer till Parks and Resorts skriver på en Code of Conduct (uppförandekod) som tydliggör ställningstagande avseende korruption, miljö, etik och arbetsförhållanden.

Christer Fogelmarck (koncernchef Parks and Resorts), Sandra Wilke (vd Furuviik), Anna Karin Edeborg (verksamhetsledare Styrelseakademien) och Mira Jonsson (ordförande Styrelseakademien Gävleborg)



# FURUVIK TILLDELAS Guldklubban 2025

Under året tilldelades Furuviik den regionala utmärkelsen Guldklubban 2025 i Gävleborg. Guldklubban är ett pris som delas ut av Styrelseakademien och Deloitte till styrelser som utmärker sig genom professionellt och ansvarsfullt arbete. Utmärkelsen lyfter fram Furuviks långsiktiga styrning och tydliga fokus på hållbar utveckling, kvalitet och ansvarstagande. Priset ses som ett erkännande av det styrelsearbete som bidrar till parkens fortsatta utveckling med omtanke om gäster, medarbetare, djur och samhället i stort.

# En park och en arbetsplats - för alla



Gröna Lund deltog i Stockholm Pride Parade 2025 med ett färgsprakande ekipage och över 60 engagerade medarbetare från olika avdelningar, generationer och bakgrunder, där den yngsta deltagaren bara var ett år gammal.

På en lastbil dekorerad med ballonger samlades ett DJ-bås med tre sockervaddsmaskiner som gick varma, där det snurrades ihop tusentals sockervadd som delades ut längs paradvägen till publikens stora glädje. Med såpbubblor, musik och leenden spred Gröna

Lunds medarbetare glädje, kärlek och stolthet genom hela stan.

Deltagandet är en del av Parks and Resorts mångfaldsarbete för att skapa både upplevelser och arbetsplatser där alla känner sig välkomna och där alla har rätten att vara sig själv, oavsett vem man är, var man kommer ifrån eller vem man älskar. På banderoller och på deltagarnas T-shirts spreds budskapet "En park för alla", något som inte bara är ett budskap utan en viktig värdegrund som genomsyrar hela koncernen.



## VÅRA INITIATIV

**GRÖNA LUND** stöttade Stockholms Stadsmission genom att skänka biljetter till barn och unga samt skänkte julklappar till deras julklappsinsamling. Parken donerade också godis och paket till barn på sjukhus samt skänkte mat till olika organisationer i Stockholm. Sedan tidigare har Gröna Lund också ett långtgående samarbete med Childhood, dit bland annat alla pantintäkter skänks.

**SKARA SOMMARLAND** bjöd familjer från Projekt 322 och ungdomar från Maskrosbarn på besök i parken. Man lät även polisen träna sina hundar i parken efter säsongen. Dessutom auktionerades en VIP-upplevelse på Skara Sommarland ut i Musikhjälpen som bidrog till att samla in pengar till Radiohjälpen. Parken skänkte också alla sina pantintäkter till WaterAid.

**KOLMÅRDEN** bjöd in familjer genom organisationer som arbetar med människor i utsatthet. Man lånade även ut parken för polis- och räddningstjänstutbildning. Parken skänkte även mjukdjur och leksaker till sjukhus och skänkte julklappar till Stadsmissionens julklappsinsamling.

**FURUVIK** öppnade upp för en nykter skolavslutning genom Stolt och Nykter. I samarbete med Ett Bättre Gävle fick barn och ungdomar från socioekonomiskt utsatta områden besöka parken. Inför julen donerades leksaker till Julhjälpen och stjärnvinster gavs till barnavdelningen på Gävle sjukhus. Parken skänkte även mat till Matakuten.

# NYCKELTAL FÖR hållbarhet

MEDARBETARE	GRÖNA LUND		KOLMÅRDEN		FURUVIK		SKARA SOMMARLAND	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Ledarindex (skala 1–5)	4,5	4,4	4,1	4,1	4,2	4,3	4	3,9
Sjukfrånvaro säsongsanställda	7,8 %	6,9 %	8,3 %	7,5 %	6,7 %	7,6 %	7,9 %	8,0 %
Sjukfrånvaro tillsvidareanställda	3,4 %	3,1 %	4,3 %	4,0 %	3,8 %	4,0 %	1,8 %	2,7 %
Engagemang säsongsanställda (skala 1–5)	4,0	4,0	4,1	4,2	4,1	4,2	3,9	4
Engagemang tillsvidareanställda (skala 1–5)	4,2	4,1	3,9	3,9	3,8	3,9	3,9	3,8
Andel återvändande säsongsmedarbetare	59 %	51 %	53 %	54 %	50 %	55 %	39 %	40 %
Andel kvinnor i ledande positioner	39 %	45 %	58 %	70 %	60 %	76 %	50 %	55 %
Andel säsongsanställda över 55 år	3,6 %	3,9 %	2,9 %	3,9 %	2,6 %	3,4 %	4,5 %	1,4 %

DJUR	KOLMÅRDEN		FURUVIK	
	2024	2025	2024	2025
Andel hotade arter i parken*	65 %	63 %	39 %	37 %
Avslutade forskningsprojekt som genomförs i parken	21	23	0	0
Publicerade artiklar i välrenommerade tidsskrifter	4	3	0	0
Antal deltagare i utbildningsprogram	14 286	14 046	1 011	1 299

\*Hotad definieras som alla rödlistnivåer förutom livskraftig (LC) enligt IUCN Red List.

GÄSTER	GRÖNA LUND		KOLMÅRDEN		FURUVIK		SKARA SOMMARLAND	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Gästernas nöjdhet med personal	81 %	76 %	89 %	88 %	83 %	84 %	65 %	72 %
Gästernas nöjdhet med trygghet/säkerhet	80 %	79 %	93 %	91 %	84 %	89 %	66 %	73 %
Upplevd hållbarhet	38 %	30 %	82 %	76 %	50 %	53 %	35 %	29 %
Andel som tycker det är viktigt att vi jobbar med hållbarhet	73 %	72 %	90 %	88 %	80 %	81 %	67 %	68 %

Fotnot: Andel av svarande som väljer 4 eller 5 på skalan 1 till 5. Alla svar kommer från parkernas gästundersökning

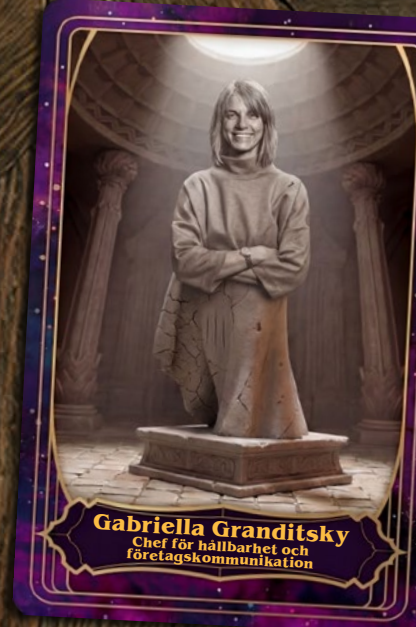
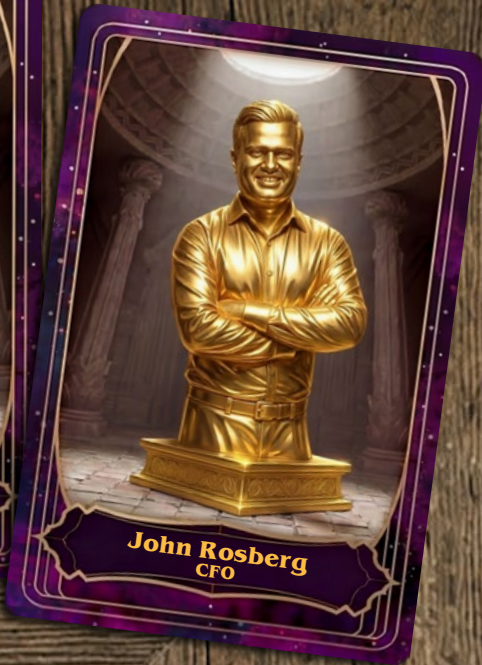
KLIMAT	GRÖNA LUND		KOLMÅRDEN		FURUVIK		SKARA SOMMARLAND	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Total energianvändning inklusive el, uppvärmning, drivmedel och gasol (MWh)	8 051	7 385	12 820	12 568	3 436	3 388	2 805	3 026
Andel gäster som reser kollektivt/går/cyklar	75 %	72 %	5 %	5 %	14 %	14 %	4 %	5 %
Elbilsaddning gäster (kWh)	22 300	22 520	178 023	218 679	29 348	31 030	18 047	19 291
Växthusgasutsläpp (ton CO <sub>2</sub> e)	8 889	9 855	11 236	11 666	5 764	5 722	5 259	5 316

RESURSER	GRÖNA LUND		KOLMÅRDEN		FURUVIK		SKARA SOMMARLAND	
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Andel materialåtervunnet avfall**	19 %	21 %	33 %	34 %	19 %	17 %	33 %	27 %
Andel insamlad pant i förhållande till försäljning	31 %	21 %	76 %	72 %	58 %	71 %	39 %	38 %
Andel matavfall**	37 %	29 %	15 %	10 %	12 %	8 %	9 %	0 %*
Vattenanvändning (m <sup>3</sup> )	35 872	35 239	81 530	96 764	14 019	13 690	83 902	64 460
Vattenanvändning (liter per gäst)	29	29	111	123	36	40	325	313

\*Skara Sommarland har under säsongen haft utmaningar kopplat till upphämtningen av matavfallet, varför siffror saknas

\*\* Andel av total mängd avfall

VI PRESENTERAR  
**KONCERNLEDNINGEN**  
2025



# Förvaltningsberättelse

## KONCERNSTRUKTUR OCH VERKSAMHET

Parks & Resorts Scandinavia AB är moderbolag i en koncern innefattande de rörelsedrivande dotterbolagen AB Gröna Lunds Tivoli, Kolmårdens Djurpark AB, AB Furuviiksparken och Skara Sommarland AB.

Bolaget ägs till 81 % av JHT Intressenter AB, org nr 556698-3267 och till 19 % av AMF Tjänstepension, org nr 502033-2259. JHT Intressenter AB ägs i sin tur 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. Därtill finns fem preferensaktier utställda till AMF.

Bolaget har sitt säte i Stockholm.

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

Under 2025 besöktes koncernens anläggningar av 2,6 miljoner besökare, att jämföra med 2,6 miljoner under 2024. Besöksdrivande nyheter i samtliga parker bidrog till ett starkt år, där Kolmården uppnådde ett nytt besöksrekord och där Gröna Lund, Kolmården och Furuviik noterade rekordhöga besöksstal under sina Halloween-säsonger.

## VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER RÄKENSKAPSÅRET

### GRÖNA LUND

Under 2025 spelades Mamma Mia! The Party på Restaurang Tyrol på Gröna Lund. Efterfrågan på biljetter var hög under hela året, vilket resulterade i en mycket hög beläggning. Inför säsongen 2025 flyttade de älskvärda karaktärerna Gnuttarna in på Gröna Lunds Lilla Område. Här kunde besökarna ta del av en ny teaterföreställning, spel, mat och dryck, lotterier samt ett meet and greet-område. Under året lanserades även den nya familjeattraktionen Pumpen, som är utformad för att kunna uppskattas av besökare i alla åldrar. Konsertsatsningen på Gröna Lund fortsatte även under 2025 med flera framstående artister, däribland Veronica Maggio, Alanis Morissette, The Cult, Miss Li och Oskar Linnros. Konserten med Veronica Maggio lockade ett mycket stort publikintresse och bidrog till en av sommarens mest välbesökta konsertkvällar på tivoli.

Besöksutvecklingen under sommarsäsongen följde i stort föregående års nivåer, även om utfallet i augusti var något svagare än motsvarande period föregående år. Under hösten genomfördes Halloween, vilket uppskattades av besökarna och resulterade i rekordhöga besöksstal då antalet gäster för första gången passerade 150 000. Därefter följde ett välbesökt julbord på Restaurang Tyrol.

I december 2024 väcktes åtal mot Gröna Lund samt två andra företag med anledning av olyckan i Jetline 2023. Ingen enskild person stod åtalad, utan åtalet var riktat mot företagen, vilka vid en fällande dom riskerade företagsbot. Domstolsförhandlingarna genomfördes under november och december 2025 och dom meddelades i början av 2026.

Antalet gäster uppgick till 1 223 945 (1 220 439). Omsättningen uppgick totalt till 719,5 (723,7) mkr, vilket är en minsk-

ning med -1 % mot föregående år. Rörelseresultatet uppgick till 51,3 (10,0) mkr, motsvarande en rörelsemarginal på 7 % (1 %). Resultatförbättringen under 2025 beror främst på ökade snittintäkter samt den nya operativa modell som infördes under året.

Under året har Gröna Lund genomfört investeringar i fastighetsrelaterat underhåll, utvecklingen av Lilla Området där karaktärerna Gnuttarna flyttade in, samt i den nya familjeattraktionen Pumpen. Inför säsongen 2026 lanserar Gröna Lund en ny familjeattraktion, Spindeln. Attraktionen är en så kallad Super Jumper, den första i sitt slag i Sverige, och erbjuder en äkta upplevelse med studs, snurr och fart för både yngre och äldre besökare.

### KOLMÅRDEN OCH VILDMARKSHOTELLET

Under året fortsatte Kolmården att utveckla sitt utbud med flera nyheter, däribland det nya spat Vildmarkskällan på Vildmarkshotellet, matupplevelsen Bamses Magiska

Matäventyr samt utbyggnaden av Bamses Värld med Trollskogen. Nyheterna togs emot väl av gästerna och bidrog till ett starkt år. När säsongen 2025 avslutades kunde antalet besökare summeras till 787 056, vilket innebär ett nytt besöksrekord för Kolmården och överträffar det tidigare rekordet från 2022 på 760 138 besökare. Även parkens Halloween-säsonger fortsatte att växa och passerade för första gången 100 000 besökare.

Antalet gäster uppgick till 787 056 (735 370), vilket är en ökning med +7 % mot föregående år. Vildmarkshotellet sålde 41 280 (36 655) hotellrum. Omsättningen uppgick totalt till 614,1 (529,9) mkr vilket är en ökning med +16 % jämfört med föregående år. Rörelseresultatet uppgick till 37,4 (8,0) mkr, motsvarade en rörelsemarginal på 6 % (2 %).

Under året genomförde Kolmården investeringar i fastighetsrelaterat underhåll samt i utvecklingen av parkens och Vildmarkshotellens utbud. Inför säsongen 2026 fortsätter utvecklingen av Bamses Värld med en vidareutveckling av området Trollskogen.

### SKARA SOMMARLAND

Under året fortsatte Skara Sommarland att utveckla sitt utbud med flera nyheter på tivoliområdet. Inför säsongen 2025 lanserades tre nya åkattraktioner, Fritt Fall, Houdini och Lilla Parisershjulet, vilka togs emot väl av gästerna. Samtidigt blev besöksutvecklingen under sommaren lägre än förväntat.

Antalet gäster uppgick till 205 844 (257 831). Omsättningen uppgick totalt till 92,3 (103,3) mkr, vilket är en minskning med -11 % mot föregående år. Rörelseresultatet uppgick till -30,7 (-16,5) mkr, motsvarade en rörelsemarginal på -33 % (-16 %).

I augusti 2024 inträffade en tragisk drickningsolycka på Skara Sommarland där en person omkom. Efter olyckan inledde Polisen en förundersökning om vållande till annans död, en utredning som lades ner

i oktober 2024. Konsumentverket startade även ett tillsynsärende. Under 2025 har dialog förts med myndigheten och åtgärder har genomförts för att ytterligare stärka säkerheten i badområdet. Konsumentverket avslutade sitt tillsynsärende i september 2025.

Under året genomförde Skara Sommarland investeringar i fastighetsrelaterat underhåll samt i utvecklingen av parkens tivoliområde. Inför säsongen 2026 fortsätter investeringarna främst i fastighetsrelaterat underhåll.

### FURUVIK

Under året fortsatte Furuviik att utveckla sitt utbud. Inför säsongen 2025 invigdes ett nytt område i parken, Pelles Lekäventyr, där Pelle Svanslös och hans vänner möter besökarna i lek- och äventyrsupplevelser för hela familjen. Furuviik kan även blicka tillbaka på en välbesökt konsertsommar där konserter med bland andra Victor Leksell, Miriam Bryant och Alphaville lockade stor publik. Antalet besökare uppgick under året till 343 417, vilket innebär en återgång från föregående års rekordnivåer. Halloween-säsongen fortsatte samtidigt att växa och passerade för första gången 40 000 besökare.

Under året beslutades även att Furuviiks schimpanser ska flytta till Edinburgh Zoo under 2026, i enlighet med rekommendationer från den europeiska djurparksföreningen EAZA och deras bevarandeprogram för arten.

Antalet gäster uppgick till 343 417 (384 531). Omsättningen uppgick totalt till 194,4 (190,4) mkr vilket är en ökning med +2 % jämfört med föregående år. Rörelseresultatet uppgick till 1,0 (2,2) mkr, motsvarade en rörelsemarginal på 1 % (1 %).

Inför säsongen 2026 fortsätter investeringarna i Furuviik främst i fastighetsrelaterat underhåll.

### SKEPPSHOLMSVIKEN

Under 2022 fastställde Mark- och miljööverdomstolen Stockholms stads detaljplan avseende kvarteret Skeppsholmsviken, parkeringsplatsen vid Gröna Lund. Under 2025 har inga väsentliga förändringar skett i projektet. Till följd av ändrade förutsättningar kvarstår styrelsens beslut att senarelägga utbyggnaden av Gröna Lund.

## VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPSÅRETS SLUT

### KONCERNEN

I början av 2026 meddelades dom i målet avseende olyckan i Jetline 2023. Bolaget ålades att betala företagsbot om 5,2 mkr för vållande till annans död och vållande till kroppsskada. Åtalspunkterna avseende grova brott ogillades. Domen överklagades inte och har därmed vunnit laga kraft.

I mars 2026 meddelades att koncernchef Christer Fogelmarck lämnar sitt uppdrag den 31 maj 2026 för att tillträda en tjänst som vd för bransch- och arbetsgivarorganisationen Visita. Styrelsen har inlett en rekryteringsprocess för att utse ny koncernchef.

## FLERÅRSJÄMFÖRELSE

### BOLAGETS EKONOMISKA UTVECKLING I SAMMANDRAG (TKR)

Koncernen	2025	2024	2023	2022
Totala intäkter	1 597 101	1 529 174	1 256 524	1 606 885
Resultat efter finansiella poster	21 026	129	-281 533	44 507
Balansomslutning	1 999 931	2 006 187	1 981 694	1 973 415
Antal anställda	1 114	1 156	1 245	1 164
Soliditet (%)	58,7	57,7	58,2	54,2
Avkastning på eget kap. (%)	1,8	0,0	neg	4,2
Avkastning på totalt kap. (%)	2,0	neg	neg	3,0

Moderbolaget	2025	2024	2023	2022
Totala intäkter	82 050	76 942	75 975	79 498
Resultat efter finansiella poster	-13 118	19 447	-42 030	-36 975
Balansomslutning	1 691 083	1 702 661	1 679 925	1 445 554
Antal anställda	18	16	16	15
Soliditet (%)	72,6	71,4	70,8	63,2
Avkastning på eget kap. (%)	neg	1,6	neg	neg
Avkastning på totalt kap. (%)	0,3	2,7	neg	neg

Soliditet: Justerat eget kapital / Balansomslutning. Med justerat eget kapital avses eget kapital + obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatteskuld.

Avkastning på eget kapital: Årets resultat / Utgående justerat Eget kapital

Avkastning på totalt kapital: (Resultat efter finansiella intäkter och kostnader + räntekostnader) / Utgående balansomslutning

#### MODERBOLAGET

Moderbolagets verksamhet har under året bestått av koncerngemensamma funktioner.

Omsättning under verksamhetsåret uppgick till 82 (76,9) mkr varav 64,75 % (68,19 %) avsåg försäljning till dotterbolagen.

Rörelseresultatet uppgick till -20,9 (-32,4) mkr.

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

Det egna kapitalet uppgick per bokslutsdagen till 1 227 (1 215) mkr, vilket innebär en soliditet om 72,6 % (71 %).

#### KONCERNEN

Parks and Resorts ägare har ett långsiktigt engagemang, där 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. Denna strategi har inte förändrats trots de tuffa åren 2023 och 2024 med lägre resul-

tat än förväntat. Tvärtom planerar koncernen för både större underhållsinvesteringar samt för nyheter inom samtliga parker de närmaste åren.

Investeringarna i attraktioner med Bamse på Kolmården, Pelle Svanslös på Furuviik och Gnuttarna på Gröna Lund är del av en medveten satsning på s k IP:s, intellectual properties. Parks and Resorts har tecknat långa avtal om parkrättigheterna för nämnda IP:s samt investerat i Sagogränd som förvaltar alla upphovsrättigheter till Pelle Svanslös. Inför 2025 har det även tillsatts en koncernövergripande tjänst som IP-ansvarig. Det är ledningens övertygelse att IP-utveckling kommer att ha en fortsatt väsentlig betydelse för koncernens attraktivitet och affärsutveckling.

Koncernens rörelseresultat uppgick till 34,5 (-33,3) mkr. Resultatförbättringen jämfört med föregående år beror främst på ökade snittintäkter, effekter av den operativa modell som infördes på Gröna Lund under året samt en positiv volym- och snittintäktutveckling vid Vildmarkshotellet.

Det egna kapitalet uppgick till 1 174 (1 158) mkr vilket innebär en soliditet om 59 % (58 %).

De räntebärande lånen inklusive utnyttjad checkräkningskredit uppgick till totalt 387 (404) mkr, där merparten har löptid som förfaller inom 1 år till rörlig ränta.

Årets kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 135 (131) mkr.

Per 2025-12-31 uppgick de likvida medlen till 65,9 (291,7) mkr. Därutöver hade koncernen kortfristiga räntebärande placeringar om 200 mkr. Av tillgänglig checkkredit om 50 mkr var hela krediten om 50 (50) mkr outnyttjad per 31 december 2025.

#### TVISTER

Det förekommer inga väsentliga pågående tvister för koncernbolagen.

Åtal väcktes mot Gröna Lund med anledning av olyckan i Jetline 2023. Ingen enskild person stod åtalad utan åtalet var riktat mot företaget. Domstolsförhandlingar hölls under november och december 2025 och dom meddelades i början av 2026.

#### INVESTERINGAR

De totala bruttoinvesteringarna i materiella och immateriella anläggningstillgångar uppgick till 144 (126) mkr.

Se respektive bolags väsentliga händelser, där de större investeringarna nämns. Utöver dessa investerades i arbetsmiljöfrågor liksom i underhåll av det stora fastighetsbeståndet som finns inom koncernens parker. Vidare satsade koncernen fortsatt mycket resurser på IT-utveckling och en digitalisering för en förbättrad gästupplevelse.

#### MEDARBETARE

Medelantal anställda uppgick under året till 1 114 (1 156) personer.

#### 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, kan dåligt väder under ett fåtal veckor få relativt stora resultat effekter för ett specifikt år. Detta i sin tur medför lägre kassaflöde och således lägre investeringsutrymme.

Även risken för en pandemi bör nämnas. I en krissituation som vi upplevde under Covid-19 med besöksrestriktioner för våra parker blir det naturligtvis en väsentlig ekonomisk påverkan, då vår affär är säsongsbetonad och bygger på upplevelser tillsammans med andra. Alla bolagen har detaljerade planer och åtgärder för att kunna leverera en smittsäker produkt, där säkerheten alltid kommer i första hand.

Andra risker är bygglovsprocesser 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 påverkar detta således koncernens räntekostnader. Valutarisken består framför allt i att nya stör-

re attraktionsinköp sker i utländsk valuta. Om kronan försvagas innebär det att framtida investeringar blir dyrare. Vid beslut om investering 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/incident skulle inträffa och konsekvenserna därav.

En orolig omvärld har skapat ett ökat behov för skärpta cybersäkerhetsinsatser. Utöver tidigare hot från finansiellt motiverade aktörer ser vi nu nya hot från politiskt motiverade aktörer som vill sprida oro i utvalda länder, däribland Sverige. Vi har i ljuset av detta inlett utökade satsningar på vår cybersäkerhet och planerar för fler åtgärder de kommande åren.

#### FINANSPOLICY

Parks and Resorts hantering av finansiella risker regleras i en finanspolicy som fastställs av styrelsen. Policyn anger hur svaret 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 hållbarhetsrapport i sin Årsberättelse som finns publicerad på bolagets hemsida [www.parksandresorts.com](http://www.parksandresorts.com).

Parks and Resorts har under året antagit en ny hållbarhetsstrategi som sätter människan och planeten i fokus. Strategin står på två ställningstaganden; att vara "En park för alla" och att göra "Stort intryck med litet avtryck".

Parks and Resorts övergripande syfte är att sprida glädje och skapa glädjefyllda minnen - för alla, oavsett bakgrund eller förutsättningar. Fokus ligger på att jobba aktivt med mångfald, tillgänglighet och inkluderingsfrågor, men också på säkerhet för både gäster och medarbetare. Alla ska känna sig trygga och välkomna i parkerna. Strategin tydliggör att ett inkluderande bemötande, mångfald bland personalen och

en stark positiv företagskultur leder till målen om en hög gästnöjdhet och branschens mest nöjda medarbetare. Omtanken sträcker sig också utanför parkernas grindar. Parkerna är viktiga för lokal tillväxt och strategin tydliggör hur Parks and Resorts bidrar till en positiv samhällsutveckling.

Parks and Resorts är ett familjeföretag med målsättningen att utveckla parker för att med stolthet lämna över dem till kommande generationer. Att skapa upplevelser i världsklass med minsta möjliga negativa påverkan på miljö och klimat är ett självklart ställningstagande och innebär att koncernen fokuserar på en effektiv resursanvändning och att minska sina utsläpp. Djurparkernas bevarandearbete bidrar till att bevara biologisk mångfald och strategin tydliggör också vikten av arbetet med utbildning och forskning om djur och natur.

Under 2023 invigdes en av Sveriges största solparker i Fjällskär utanför Nyköping, ett samarbete mellan Svea Solar, Bixia och Parks and Resorts. Solparken genererar drygt 20 GWh per år, vilket gör att Gröna Lund, Kolmården och Skara Sommarland helt drivs av solenergi under sommarsäsongerna och där överskottet av el tillförs det allmänna elnätet. Genom att använda solenergi tar Parks and Resorts nu ett betydande steg mot en mer hållbar och grön framtid.

Under året har Parks and Resorts förberett koncernen för rapportering enligt CSRD, den europeiska standarden för hållbarhetsrapportering. Under hösten fattades dock beslut inom EU som innebär att koncernen inte längre omfattas av regelverket.

#### TILLSTÅNDS- ELLER ANMÄLNINGSPLIKTIG VERKSAMHET ENLIGT MILJÖBALKEN

Koncernen bedriver djurverksamhet på sina anläggningar i Kolmården och Furuviik. 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 3 kap 6§ djurskyddsförordningen. Vidare har Kolmårdens Djurpark och Furuviik tillstånd att hålla vilt i hägn, vård & rehabilitering av vilt samt är godkända anläggningar enligt 2§ SJVFS 1996:24 för införsel av djur mm.

# Förändringar i eget kapital

## Förändringar i eget kapital (Tkr)

Koncernen	Aktie- kapital	Annat eget kapital inkl. årets resultat	Totalt	
Belopp vid årets ingång	12 375	1 145 899	<b>1 158 274</b>	
Årets resultat		16 146	<b>16 146</b>	
<b>Belopp vid årets utgång</b>	<b>12 375</b>	<b>1 162 046</b>	<b>1 174 421</b>	

Moderbolaget	Aktie- kapital	överkurs- fond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
Belopp vid årets ingång	12 375	537 625	639 474	25 428	<b>1 214 902</b>
Disposition enligt beslut av årsstämman:					
Balanseras i ny räkning			25 428	-25 428	<b>0</b>
Årets resultat				12 117	<b>12 117</b>
<b>Belopp vid årets utgång</b>	<b>12 375</b>	<b>537 625</b>	<b>664 902</b>	<b>12 117</b>	<b>1 227 019</b>

## Förslag till vinstdisposition

Styrelsen föreslår att till förfogande stående vinstmedel (kronor):

balanserad vinst	664 901 987
överkursfond	537 625 410
årets vinst	12 117 142
	<b>1 214 644 539</b>
disponeras så att i ny räkning överföres	1 214 644 539
	<b>1 214 644 539</b>

# Koncernens resultaträkning

Tkr	2025-01-01 -2025-12-31	2024-01-01 -2024-12-31
Nettoomsättning	1 526 224	1 422 346
Aktiverat arbete för egen räkning	0	3 207
Övriga rörelseintäkter	70 877	103 621
	<b>1 597 101</b>	<b>1 529 174</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>		
Råvaror och förnödenheter	-147 606	-140 323
Handelsvaror	-54 757	-54 517
Övriga externa kostnader	-553 410	-590 104
Personalkostnader	-690 774	-659 929
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-113 894	-116 118
Övriga rörelsekostnader	-2 122	-1 444
	<b>-1 562 563</b>	<b>-1 562 435</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>34 538</b>	<b>-33 261</b>
<b>Resultat från finansiella poster</b>		
Resultat från andelar i koncernföretag	0	52 797
Resultat från andelar i intresseföretag och gemensamt styrda företag	97	0
Ränteintäkter och liknande resultatposter	5 269	8 987
Räntekostnader och liknande resultatposter	-18 878	-28 394
	<b>-13 512</b>	<b>33 390</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>21 026</b>	<b>129</b>
<b>Resultat före skatt</b>	<b>21 026</b>	<b>129</b>
Årets skattekostnad	-4 880	5 788
<b>Årets resultat</b>	<b>16 146</b>	<b>5 917</b>

# Koncernens balansräkning

2025-12-31      2024-12-31

Tkr

## TILLGÅNGAR

### Anläggningstillgångar

#### Immateriella anläggningstillgångar

Varumärken och andra immateriella tillgångar	245 833	249 031
Förskott avseende immateriella anläggningstillgångar	918	0
	<b>246 751</b>	<b>249 031</b>

#### Materiella anläggningstillgångar

Byggnader och mark	473 365	474 041
Förbättringsutgift på annans fastighet	7 538	5 295
Park- och tivolianläggningar	587 009	590 750
Maskiner och andra tekniska anläggningar	19 679	13 070
Inventarier, verktyg och installationer	95 901	86 672
Pågående nyanläggningar och förskott avseende materiella anläggningstillgångar	111 620	96 036
	<b>1 295 112</b>	<b>1 265 864</b>

#### Finansiella anläggningstillgångar

Andelar i intresseföretag och gemensamt styrda företag	12	12
Fordringar hos intresseföretag och gemensamt styrda företag	600	600
Andra långfristiga värdepappersinnehav	10	10
Uppskjuten skattefordran	69 213	69 693
	<b>69 835</b>	<b>70 315</b>

**Summa anläggningstillgångar**      **1 611 698**      **1 585 210**

### Omsättningstillgångar

#### Varulager m m

Råvaror och förnödenheter	8 065	6 293
Färdiga varor och handelsvaror	39 617	36 659
Förskott till leverantörer	1 507	1 778
	<b>49 189</b>	<b>44 730</b>

#### Kortfristiga fordringar

Kundfordringar	22 247	25 305
Övriga fordringar	29 903	43 168
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	20 970	16 056
	<b>73 120</b>	<b>84 529</b>

#### Kortfristiga placeringar

Övriga kortfristiga placeringar	200 000	0
	<b>200 000</b>	<b>0</b>

Kassa och bank      65 924      291 718

**Summa omsättningstillgångar**      **388 233**      **420 977**

**SUMMA TILLGÅNGAR**      **1 999 931**      **2 006 187**

# Koncernens balansräkning

2025-12-31      2024-12-31

Tkr

## EGET KAPITAL OCH SKULDER

### Eget kapital

#### Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare

Aktiekapital	12 375	12 375
Annat eget kapital inklusive årets resultat	1 162 046	1 145 899

#### Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare

	<b>1 174 421</b>	<b>1 158 274</b>
--	------------------	------------------

**Summa eget kapital**      **1 174 421**      **1 158 274**

#### Avsättningar

Uppskjuten skatteskuld	178 702	174 300
	<b>178 702</b>	<b>174 300</b>

#### Långfristiga skulder

Skulder till kreditinstitut	925	386 598
	<b>925</b>	<b>386 598</b>

#### Kortfristiga skulder

Skulder till kreditinstitut	385 673	17 473
Förskott från kunder	62 136	23 930
Leverantörsskulder	73 794	75 159
Övriga skulder	53 152	61 659
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	71 128	108 794
	<b>645 883</b>	<b>287 015</b>

**SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER**      **1 999 931**      **2 006 187**

# Koncernens kassaflödesanalys

	2025-01-01 -2025-12-31	2024-01-01 -2024-12-31
Tkr		
<b>Den löpande verksamheten</b>		
Resultat efter finansiella poster	21 026	129
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet m.m	116 532	115 802
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>	<b>137 558</b>	<b>115 931</b>
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>		
Förändring av varulager och pågående arbeten	-4 459	2 049
Förändring kundfordringar	3 057	-11 819
Förändring av kortfristiga fordringar	8 351	-13 067
Förändring leverantörsskulder	-1 365	-234
Förändring av kortfristiga skulder	-7 967	37 822
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>135 175</b>	<b>130 682</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-918	0
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-143 308	-126 292
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	730	14 235
Försäljning av finansiella anläggningstillgångar	0	52 797
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-143 496</b>	<b>-59 260</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>		
Amortering av lån	-17 473	-17 474
Förändring kortfristiga placeringar	-200 000	0
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-217 473</b>	<b>-17 474</b>
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>-225 794</b>	<b>53 948</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>		
Likvida medel vid årets början	291 718	237 770
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>65 924</b>	<b>291 718</b>

## Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i Parks & Resorts Scandinavia AB, org.nr 556696-2493.

### UPPDRAG OCH ANSVARFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2025 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen, i enlighet med den äldre lydelsen som gällde före den 1 juli 2024. Hållbarhetsrapporten omfattar sidorna 3, 5, 31-55 och 67 i detta dokument.

### GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisions sed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

### UTTALANDE

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm, 14 april 2026  
Deloitte AB  
Johan Telander, Auktoriserad revisor

### Skribenter:

Kristoffer Triumf  
Annika Troselius  
Cecilia Björling  
Isabella Lian  
Gabriella Granditsky  
Anja Ringdahl  
John Severinson  
Christer Fogelmarck

### Fotografer:

Bingo Rimér  
Annika Berglund  
Fredrik Söder  
Sofia Paunovic  
Rickard Monéus  
Johan Gramén  
Martin Roth  
Lars Toll  
Mickael Tannus  
Cecilia Björling  
Karin Törnblom  
Isa Mathessis  
Julia Christensen  
Kristin Nilsson  
Joacim Pettersson  
Tova Fredin  
Sofie Björklund  
Martin Roth  
Leif Hallberg  
City Foto Norrköping  
Oscar Barkenbom  
Liam Johansson, Rockfoto

### Framsida/ baksida:

Lavette Film

### Om pappret i rapporten

Årsberättelsen och hållbarhetsrapporten är tryckt på FSC-certifierat papper hos TelloGruppen som är ett Svanen-certifierat tryckeri.



KLIMATKOMPENSERAT PAPPER





Parks and Resorts  
SCANDINAVIA