

# Årsredovisning 2020

## Turistrådet Västsverige AB



# Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Sammanfattning och viktigaste händelser.....</b>	<b>4</b>
1.1	Sammanfattning .....	4
1.2	Viktigaste händelserna .....	4
<b>2</b>	<b>Regional utveckling .....</b>	<b>6</b>
2.1	En region som syns och engagerar .....	6
<b>3</b>	<b>Regiongemensamt arbete .....</b>	<b>7</b>
3.1	Verksamhetens miljöarbete .....	7
3.2	Folkhälsa och social hållbarhet .....	9
3.3	Mänskliga rättigheter och jämlik vård .....	9
3.4	Verksamhetens säkerhets- och beredskapsarbete.....	9
3.5	Lärdomar/förbättringsområden efter genomförd intern kontroll 2020.....	10
<b>4</b>	<b>Tillkommande rapportering .....</b>	<b>11</b>
4.1	Sammanfattning av effekter av corona covid-19 .....	11
4.1.1	Verksamhet .....	11
4.1.2	Personal.....	11
4.1.3	Ekonomi .....	11
<b>5</b>	<b>Mål och fokusområden.....</b>	<b>12</b>
5.1	Hållbar, innovativ och kreativ region.....	12
5.1.1	Hela regionen ska växa. Jobb, kommunikationer samt delaktighet och attraktivitet i både stad och land ska öka .....	12
5.1.1.1	Via en ny regional utvecklingsstrategi finna breda politiska lösningar för att hela regionen ska utvecklas .....	12
<b>6</b>	<b>Medarbetare.....</b>	<b>14</b>
6.1	Chefsförutsättningar .....	14
6.2	Hälsa och arbetsmiljö.....	14
6.3	Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys.....	14
6.4	Arbetsmarknadsinsatser .....	14
<b>7</b>	<b>Ekonomiska förutsättningar .....</b>	<b>15</b>
7.1	Ekonomiskt resultat.....	15
7.1.1	Resultaträkning för utförare regional utveckling .....	15
7.1.2	Intäktsutveckling .....	16
7.1.3	Kostnadsutveckling .....	16
7.2	Eget kapital.....	16

7.3	Investeringar.....	16
<b>8</b>	<b>Bokslutsdokument och noter .....</b>	<b>17</b>
<b>9</b>	<b>Övrig rapportering .....</b>	<b>20</b>
9.1	Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse.....	20

# 1 Sammanfattning och viktigaste händelser

## 1.1 Sammanfattning

### Verksamhet

Med anledning av pandemin har Turistrådet delvis ställt om verksamheten. Mer fokus har lagts på att bidra till att rädda besöksnäringens företag och arbetstillfällena och mindre fokus har lagts på marknadsföringsinsatser.

Under året har Turistrådet arbetat fram och beslutat om en ny affärsplan för verksamheten.

Affärsplanen sätter hållbarhet, ur alla dimensioner, i fokus. Till grund för affärsplanen ligger konceptet Hållbarhetsklivet.

Hållbarhetsklivet baseras på fyra grundläggande principer som är styrande för de vägval vi gör inom utveckling och marknadsföring av besöksnäringen i Västsverige.

I linje med den nya affärsplanen och Hållbarhetsklivet har verksamheten organiserats om i två enheter; Besöksnäringens insatser och Marknadsföring.

Turistrådet har gett ekonomiskt stöd till medlemsfinansierade lokala turistorganisationer för att säkerställa deras fortlevnad, då de har haft svårt att ta ut avgifter pga pandemin.

En stor online-utbildningsinsats genomfördes under våren. Cirka 300 personer från 200 verksamheter deltog. Verksamheterna fick 70% av lönekostnaderna för 1-2 personer täckta genom statliga 1:1-medel.

Trots begränsad möjlighet att marknadsföra destinationen under pandemin har Turistrådet genomfört ett antal anpassade kampanjer. Stora delar av Turistrådets utvecklingsarbete har kunnat fortgå trots pandemin.

Västsverige är landets näst största besöksnäringensregion efter Stockholms län. Totalt genomfördes 5,7 miljoner gästnätter i Västsverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar under januari – november 2020. Det var 41 procent färre än under motsvarande period 2019

### Personal

Omställningen till följd av pandemin har fungerat mycket bra. Flera medarbetare fick tillfälligt förändrade arbetsuppgifter. Samtliga anställda anpassade sig snabbt till de nya arbetsuppgifterna.

### Ekonomi

Både kostnader och intäkter för 2020 är klart lägre än budgeterat. Med anledning av pandemin har satsningar på framförallt marknadsföring kraftigt begränsats och därmed har Turistrådet fakturerat Västra Götalandsregionen 7,3 MSEK mindre än budgeterat. Resultatet för 2020 blev + 348 Tkr.

## 1.2 Viktigaste händelserna

Under året har Turistrådet arbetat fram och beslutat om en ny affärsplan för verksamheten.

Affärsplanen sätter hållbarhet, ur alla dimensioner, i fokus. Till grund för affärsplanen ligger konceptet Hållbarhetsklivet. Detta är Västsveriges

samlade initiativ för en hållbar besöksnäring där offentliga och privata aktörer agerar med gemensam kraft för en omställning till ett hållbart samhälle. Hållbarhetsklivet är framtaget av Turistrådet Västsverige och engagerar nu flera hundra företag och många offentliga aktörer, bl.a. kommuner.

För Turistrådet, som för alla andra verksamheter, har 2020 präglats av pandemin. I dess spår riskerar verksamheter att slå ut och mängder av arbetstillfällen att gå förlorade. Under året har därför stora insatser gjorts för att bidra till att rädda så många verksamheter och arbetstillfällen som möjligt.

En stor online-utbildningsinsats genomfördes under mars-juni. Cirka 300 personer från 200 verksamheter deltog. Verksamheterna fick 70% av lönekostnaderna för 1-2 personer täckta genom statliga 1:1-medel. Under utbildningen behandlades ämnen som Hållbarhet, Vårdskap, Digitalisering, Evenemang mm.

En ny omgång av denna digitala utbildning förbereddes under december 2020 och kommer att genomföras under första kvartalet 2021.

Under året har Turistrådet gett ekonomiskt stöd till de lokala turistorganisationer som är medlemsfinansierade då pandemin gjort det svårt att ta ut medlemsavgifter. Det ekonomiska stödet syftade till att säkerställa fortlevnaden av nätverket av lokala turistorganisationer.

Trots begränsad möjlighet att marknadsföra destinationen under pandemin har Turistrådet genomfört ett antal anpassade kampanjer för att locka västsvenskar att upptäcka sina omgivningar och på olika sätt stötta lokala företag. Dessutom gjordes en större satsning på att få svenskar att förlägga sommarsemestern till Västsverige.

Stora delar av Turistrådets utvecklingsarbete har kunnat fortgå trots pandemin. Besöksnäringens företag har erbjudits stöttning i sitt kvalitets- och hållbarhetsarbete och med utvecklingen av synlighet och bokningsbarhet i sina digitala kanaler. Stora insatser har också gjorts inom utveckling av bl.a. cyklings- och vandringsturism.

I samarbete med Förvaltningen för kulturutveckling har Turistrådet ansökt om och blivit beviljat projektmedel från Europeiska Regionala utvecklingsfonden via Tillväxtverket. Detta projekt, Krisstöd Västsverige, startade i oktober 2020 och pågår till februari 2023. Syftet med projektet är att ge investerings- och utvecklingsstöd till besöksnäringens verksamheter i Västsverige.

## 2 Regional utveckling

Avsnittet beskriver arbetet utifrån den regionala utvecklingsstrategin *Västra Götaland 2020 - strategi för tillväxt och utveckling (VG2020)*.

### 2.1 En region som syns och engagerar

Västsverige är landets näst största besöksnärlingsregion efter Stockholms län. Totalt genomfördes 5,7 miljoner gästnätter i Västsverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar under januari – november 2020. Det var 41 procent färre än under motsvarande period 2019, vilket är en direkt följd av de begränsningar pandemin har medfört. Västsveriges andel av gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar i Sverige var 15,0 procent år 2020 (januari - november), att jämföra med 16,3 procent motsvarande period år 2019. Gästnattsstatistiken för helåret 2020 levereras av SCB först i februari.

Turistrådets arbete utgår från den regionala utvecklingsstrategin där besöksnärlingen är identifierad som en viktig del. Turistrådets bidrag till strategin utgörs av satsningen på Hållbarhetsklivet.

Hållbarhetsklivet baseras på fyra grundläggande principer som är styrande för de vägval vi gör inom utveckling och marknadsföring av besöksnärlingen i Västsverige. Det är de glasögon vi sätter på oss när vi avgör var vår tid och våra pengar investeras.

De fyra principerna är;

1. Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt
2. Bra för både boende och besökare
3. Fler besökare när och där det inte är fullt
4. Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

Anslutna aktörer från både privat och offentlig sektor beaktar de fyra grundprinciperna vid utveckling och marknadsföring och delar med sig av konkreta initiativ

I linje med den nya affärsplanen och Hållbarhetsklivet har Turistrådets verksamhet organiserats om i två enheter; Besöksnärlingsinsatser och Marknadsföring.

Inom Besöksnärlingsinsatser bedrivs riktade satsningar som stödjer Hållbarhetsklivet. Inom Marknadsföring ansvarar man för support och expertis avseende marknadsföring kopplat till de olika besöksnärlingsinsatserna.

De riktade satsningarna ska på ett tydligt sätt påverka vart och när besökaren reser. Satsningarna drivs tillsammans med utvalda verksamheter för att skapa attraktiva reseanledningar och nå ut med gemensamma budskap. Turistrådet kan också stödja utvalda evenemang som agerar enligt Hållbarhetsklivets principer.

## 3 Regiongemensamt arbete

### 3.1 Verksamhetens miljöarbete

Det interna miljöarbetet har hög prioritet inom Turistrådet. Som stöd i arbetet har Turistrådet tidigare använt sig av Göteborgs Stads miljödiplomering, men övergår nu till att använda Västra Götalandsregionens interna miljödiplomering.

All personal på Turistrådets åker kollektivt alternativt cyklar till jobbet. Vid tjänsteresor följer Turistrådet VGRs resepolicy.

Turistrådet är placerade i nya Regionens hus i Göteborg och redovisar därför inte separat energiförbrukning, avfallshantering mm.

Under året har Turistrådet arbetat fram och beslutat om en ny affärsplan för verksamheten.

Affärsplanen sätter hållbarhet, ur alla dimensioner, i fokus. Till grund för affärsplanen ligger konceptet Hållbarhetsklivet. Detta är Västsveriges samlade initiativ för en hållbar besöksnäring där offentliga och privata aktörer agerar med gemensam kraft för en omställning till ett hållbart samhälle. Hållbarhetsklivet är framtaget av Turistrådet Västsverige och engagerar nu flera hundra företag och många offentliga aktörer, bl.a. kommuner.

Nedan följer några exempel på hållbarhetsarbetet från olika delar av verksamheten.

- Smaka på Västsverige

Under namnet Smaka på Västsverige arbetar Turistrådet för att utveckla matturism i nära samarbete med restauranger, gårdsbutiker och livsmedelsproducenter. Inom detta arbete står hållbarhet inom alla tre dimensionerna i fokus. Närproducerade, ekologiska produkter, lokala mattraditioner och en levande landsbygd är kännetecknande för samarbetet.

- Meet the locals

Meet the locals är Turistrådets initiativ inom delandets ekonomi. Här erbjuds besökare till Västsverige att möta lokalbefolkningen och ta del av deras vardag. Verksamheten är framförallt viktig för den sociala hållbarheten men kan även få positiva effekter för ekologisk hållbarhet genom delande av resurser.

- Ledutveckling – cykling och vandring

Hållbar naturturism kräver en god infrastruktur för vandring och cykling. Turistrådet är engagerat i frågan om hållbar ledutveckling i dialog med region och kommuner. Få turistaktiviteter har så låg klimatpåverkan som just vandring och cykling och de har också en avgörande betydelse för utvecklingen av en ekonomiskt hållbar naturturism.

- Turismen inom översiktsplaneringen

En hållbar utveckling kräver att besöksnäringens behov och anspråk på mark- och vattenområden tidigt kommer med i kommunernas långsiktiga planering. Kunskapen om besöksnäringen bland planerare är dock ofta låg och näringens behov och anspråk har inte alltid haft sin givna plats i

översiktsplaneringen. Turistrådet erbjuder ett GIS-baserat planeringsunderlag och arbetar aktivt med att stärka besöksnäringens roll i samhällsplaneringen.

- Sverige-Norden-Världen

För att använda Turistrådets resurser optimalt används ett egenutvecklat system för kategorisering av besöksnäringens verksamheter. Systemet kallas Sverige-Norden-Världen och delar in verksamheterna baserat på mognadsgrad. Verksamheter på Världennivå har ett nära samarbete med Turistrådet och får ta del av samtliga insatser som erbjuds. Som motprestation ställs ett antal krav på verksamheterna. Bland annat krävs det att verksamheten använder sig av ett miljöledningssystem och att man värnar hållbarheten på den plats man verkar.

- Fokus på närmarknader i utlandsmarknadsföringen

Turistrådet har beslutat att inrikta sina marknadsinsatser mot närmarknader med goda transportförbindelser. Trots en växande efterfrågan från såväl USA som Kina har Turistrådet av hållbarhetsskäl valt att avstå från marknadsföringsinsatser mot dessa marknader.

- Hemester

En viktig målgrupp för besöksnäringen i Västsverige är regionens egna invånare. Genom att belysa det utbud som Västsverige erbjuder är förhoppningen att fler ska se semester på hemmaplan, så kallad hemester, som ett alternativ till en utlandssemester, vilket medför positiva effekter för miljön.

- Samarbete med researrangörer med hållbarhetsprofil

På främst den tyska och den brittiska marknaden har Turistrådet upparbetade kontakter med researrangörer som erbjuder Västsverige i sitt produktutbud. I strävan att arbeta hållbart finns det en uttalad ambition att i så hög utsträckning som möjligt samarbeta med researrangörer med hållbarhetsprofil, till exempel arrangörer av ekoturism.

- Semesterkalkylator

I samarbete med Chalmers, Göteborgs universitet, Göteborgs Stad och Göteborg & Co har Turistrådet tagit fram en digital kalkylator för att hjälpa såväl privatpersoner som branschens aktörer att beräkna koldioxidpåverkan av olika semesteralternativ.

- Forskningsprojekt

Turistrådet ingår i referensgruppen för ett forskningsprojekt som drivs av Chalmers, Kungliga Tekniska Högskolan och Lunds universitet med stöd från Mistra och går under namnet "Från nisch till mainstream". Här fokuserar man på hållbara praktiker/produkter, affärsmodeller och policyverktyg med en bred hållbarhetsinriktning med forskare inom klimat, miljö, välbefinnande och folkhälsa. Fokus ligger på tre konsumtionsområden: mat, semestervanor och möbler/inredning.

- Steg för steg (f.d. Swedish Welcome)

Ett av de mest effektiva sätten för Turistrådet att bidra till hållbar utveckling är konkret kvalitets- och hållbarhetsrådgivning till enskilda verksamheter inom besöksnäringen. Genom utvecklingsmetoden *Steg för steg* får



verksamheter besök av en rådgivare som gör bedömningar baserat på ett hundratal aspekter. Detta resulterar i en checklista med råd till förbättringar. Metoden har visat sig ge mycket goda resultat på såväl ekonomisk som ekologisk hållbarhet.

### **3.2 Folkhälsa och social hållbarhet**

Turistrådet verkar för att göra Västsverige mer attraktivt för såväl besökare som regionens invånare.

Turistrådet arbetar aktivt för en god infrastruktur i form av cykel- och vandringsleder. Genom ett attraktivt och tillgängligt utbud av naturturismaktiviteter ökar regioninvånarnas möjligheter till rekreation i naturen. Forskning visar att detta påverkar det allmänna välbefinnandet positivt.

Genom att tillgängliggöra och marknadsföra den lokala kulturen mot besökare bidrar Turistrådet till att även den lokala befolkningen i ökad utsträckning kan ta del av utbudet. Även detta bidrar positivt till folkhälsan.

Turistrådets arbete inom matturism inriktas på lokala, ekologiska råvaror. Under namnet Smaka på Västsverige arbetar Turistrådet för att utveckla matturism i nära samarbete med restauranger, gårdsbutiker och livsmedelsproducenter. Närproducerade, ekologiska produkter, lokala mattraditioner och en levande landsbygd är kännetecknande för samarbetet. Genom Turistrådets matturismarbete uppmärksammas de lokala produkterna och görs mera lättillgängliga för regioninvånarna.

### **3.3 Mänskliga rättigheter och jämlik vård**

Turistrådet bedriver sedan år 2002 ett aktivt arbete för att underlätta för människor med funktionsnedsättning att ta del av det turistiska utbudet. Turistrådet var delaktigt i utvecklingen av Tillgänglighetsdatabasen (TD) som lanserades år 2005. Turistrådet informerar besöksnäringens företag om vikten av att vara tillgänglighetsinventerade. Under året har en större insats genomförts där drygt 100 företag har tillgänglighetsinventerats av Turistrådets personal. Inventeringarna presenteras på verksamheternas egna hemsidor och på [vastsverige.com](http://vastsverige.com).

Sidan [www.vastsverige.com](http://www.vastsverige.com) granskas kontinuerligt ur funktionsvariationssynpunkt.

### **3.4 Verksamhetens säkerhets- och beredskapsarbete**

För att analysera företagets risker används Coso-modellen. Ledningen identifierar tillsammans med styrelsen risker och analyserar dess potentiella konsekvenser samt sannolikheten att de inträffar. Uppföljning av riskbedömningarna sker minst en gång per år under ledning av VD och fastställs av styrelsen. Uppdaterad riskbedömning görs årligen av styrelsen. Under 2020 genomfördes en extra riskvärdering med anledning av Coronapandemin.

### **3.5 Lärdomar/förbättringsområden efter genomförd intern kontroll 2020**

Turistrådet har genomfört samtliga planerade kontroller av risker i enlighet med fastställd plan för intern kontroll. Inga väsentliga avvikelser har noterats.

## **4 Tillkommande rapportering**

### **4.1 Sammanfattning av effekter av corona covid-19**

#### **4.1.1 Verksamhet**

Med anledning av pandemin har Turistrådet delvis ställt om verksamheten. Mer fokus har lagts på att bidra till att rädda verksamheter och arbetstillfällena och mindre fokus har lagts på internationell marknadsföring.

En stor utbildningsinsats genomfördes under mars-juni online. Cirka 300 personer från 200 verksamheter deltog. Verksamheterna fick 70% av lönekostnaderna för 1-2 personer täckta genom statliga 1:1-medel. Under utbildningen behandlades ämnen som Hållbarhet, Värdskap, Digitalisering, Evenemang mm.

I samarbete med Förvaltningen för kulturutveckling har Turistrådet ansökt om och blivit beviljat projektmedel från Europeiska Regionala utvecklingsfonden via Tillväxtverket. Detta projekt, Krisstöd Västsverige, startade i oktober 2020 och pågår till februari 2023. Syftet med projektet är att ge investerings- och utvecklingsstöd till besöksnäringens verksamheter i Västsverige.

#### **4.1.2 Personal**

Omställningen till följd av pandemin har fungerat mycket bra. Flera medarbetare har tillfälligt fått förändrade arbetsuppgifter. Samtliga anställda anpassade sig snabbt till de nya arbetsuppgifterna. Turistrådet har sedan mitten av mars följt FHM:s rekommendationer om hemarbete. Styrelsemöten har skett digitalt.

#### **4.1.3 Ekonomi**

Både kostnader och intäkter för 2020 är klart lägre än budget. Med anledning av pandemin har satsningar på framförallt marknadsföring kraftigt begränsats och därmed har Turistrådet fakturerat Västra Götalandsregionen 7,3 Mkr mindre än budgeterat. Resultatet för 2020 blev +348 Tkr.

## 5 Mål och fokusområden

### 5.1 Hållbar, innovativ och kreativ region

#### 5.1.1 Hela regionen ska växa. Jobb, kommunikationer samt delaktighet och attraktivitet i både stad och land ska öka

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

Besöksnäringen är arbetskraftsintensiv och bidrar till förutsättningarna för det goda livet i hela regionen genom att skapa arbetstillfällen, inte minst för ungdomar och personer med utländsk bakgrund. Möjligheten att bo kvar i, och flytta till, alla delar av regionen ökar med en hållbar besöksnäring. Dels på grund av de arbeten som skapas dels på grund av den infrastruktur, i form av restauranger, affärer, vandringsleder mm, som inte hade kunnat upprätthållas utan turismen till området.

För att Västsverige skall kunna fortsätta vara en framgångsrik destination krävs satsningar på hållbar utveckling och marknadsföring. Turistrådet genomför riktade utvecklings- och marknadsföringsinsatser snarare än breda och generella. De riktade insatserna kan på ett tydligt sätt påverka vart och när besökaren reser. Satsningarna bedrivs tillsammans med utvalda verksamheter för att skapa attraktiva reseanledningar och nå ut med gemensamma budskap. Turistrådet stödjer också utvalda evenemang som agerar hållbart.

För att nå potentiella besökare använder Turistrådet egna kanaler i form av hemsidor, sociala kanaler och nyhetsbrev. Även köpt annonsering och samarbeten med journalister, influencers, evenemang och researrangörer används för att nå ut till målgrupperna.

Turistrådets insatser omfattar också att påverka förutsättningarna för besöksnäringen i Västsverige. Det kan handla om att verka för bättre infrastruktur, underlätta kompetensförsörjning, påverka lagstiftning och den myndighetsutövning som berör besöksnäringen.

Kunskapsöverföring bedrivs inom flera områden genom seminarier, webinarier och workshops. Verksamheterna inom besöksnäringen får också hjälp med att synas digitalt och att utvecklas inom kvalitet och hållbarhet.

Turistrådet förser också branschen med kunskap, statistik och beslutsunderlag.

##### 5.1.1.1 Via en ny regional utvecklingsstrategi finna breda politiska lösningar för att hela regionen ska utvecklas

Att utveckla besöksnäringen är ett ansvar som delas av många aktörer och samverkan är vägen till framgång. Helt avgörande är hur vi tillsammans kan skapa denna framgång på ett hållbart sätt. Ingenting är framgångsrikt om det inte också är hållbart. För att underlätta samverkan och för att skapa gemensam kraft har Turistrådet startat Hållbarhetsklivet. Alla som är verksamma inom den västsvenska besöksnäringen inbjuds att tillsammans

med Turistrådet göra Västsverige till ett föredöme i omställningen till ett hållbart samhälle.

Hållbarhetsklivet är förankrat i den nya regionala utvecklingsstrategin och utgör en viktig del i implementeringen. Under året har ett par hundra företag anslutit sig till Hållbarhetsklivet. Arbetet med att ansluta regionens kommuner har inletts och hittills har 15 kommuner lyft frågan i kommunstyrelsen. Samtliga har valt att ansluta sig.

## **6 Medarbetare**

### **6.1 Chefsförutsättningar**

Turistrådet uppfyller normtalet för antalet underställda medarbetare per chef. Verksamheten har en VD och två avdelningschefer fördelat på 30 medarbetare under 2020.

### **6.2 Hälsa och arbetsmiljö**

Historiskt har Turistrådet haft en låg sjukfrånvaro och under 2020 har den sjunkit ytterligare något till 1,45%. Detta skall jämföras med 3,62% under 2019. En tidigare långtidssjukskriven har gått upp i arbetstid. Troligen har övrig sjukfrånvaro påverkats positivt under pandemin då det har varit få förkylningar och få fall av influensa.

### **6.3 Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys**

Turistrådet har 31 anställda per 31/12. Antalet anställda har minskat med två personer under 2020. Antalet årsarbetare har minskat till 27,5 jämfört med 31 vid årsredovisningen 2019. Minskningen beror på avslutade anställningar samt på föräldraledighet.

Turistrådet har varken mertid eller övertid.

### **6.4 Arbetsmarknadsinsatser**

Turistrådet har inte ingått i PILA.

## 7 Ekonomiska förutsättningar

### 7.1 Ekonomiskt resultat

Omsättningen 2020 uppgick till 47 550 Tkr (f.år 57 912 Tkr), vilket ligger ca 8 405 Tkr under budget. Den minskade omsättningen beror framförallt på minskat fakturering (7,3 Mkr) till Västra Götalandsregionen. Detta pga att marknadsföringen begränsats kraftigt under pandemin.

Av årets omsättning representerar de tjänster som Västra Götalandsregionen köper av Turistrådet Västsverige 47 200 Tkr. Personalkostnaderna uppgår till 21 638 Tkr (f.år 23 091 Tkr) vilket är ca 1,8 Mkr lägre än budgeterat vilket till stor del beror på mindre personalstyrka än beräknat. Resultatet efter skatt uppgår till 348 Tkr (f.år 452 Tkr). Budget för helår var ett nollresultat.

Balansomslutningen i Turistrådet Västsverige AB uppgår per 2020-12-31 till 11 998 Tkr (f.år 14 150 Tkr). Soliditeten ligger på ca 62,1 % (i årsbokslutet 2019-12-31 var den 50,2 %).

Vad beträffar resultat och ställning i övrigt, hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar med tillhörande bokslutskommentarer och noter.

#### 7.1.1 Resultaträkning för utförare regional utveckling

Resultaträkning (mnkr) Årsvärden	Utfall 2020	Budget 2020	Utfall 2019	Avvikelse budget- utfall	Förändring utfall/utfall %
Driftbidrag från nämnd inom regionen	47,2	54,5	54,1	-7,3	-12,8%
Statsbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga erhållna bidrag	0,1	0,0	0,7	0,1	-86,2%
Biljettintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	
Försäljning av tjänster	0,0	0,0	0,0	0,0	
Hysesintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	
Försäljning av material och varor	0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga intäkter	0,3	1,5	3,1	-1,2	-91,9%
Verksamheten intäkter	47,6	56,0	57,9	-8,4	-17,9%
Personalkostnader, inkl. inhyrd personal	-21,6	-23,4	-23,1	1,8	-6,3%
Direkta trafik kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	
Verksamhetsanknutna tjänster	-20,1	-26,4	-26,2	6,3	-23,3%
Material och varor, inkl förbrukningsmaterial	-0,1	-0,1	-0,2	0,0	-48,8%
Lokal- och energikostnader	-1,6	-1,9	-4,0	0,3	-58,7%
Lämnade bidrag	-0,3	0,0	0,0	-0,3	
Övriga tjänster, inkl konsultkostnader	-0,4	-0,7	-0,3	0,3	43,4%
Övriga kostnader	-2,9	-3,4	-3,2	0,5	-9,4%
Avskrivningar	0,0	0,0	0,0	0,0	
Verksamhetens kostnader	-47,1	-56,0	-57,0	8,9	-17,3%
Finansiella	-0,1	0,0	-0,5	-0,1	

Resulträkning (mnkr) Årsvärden	Utfall 2020	Budget 2020	Utfall 2019	Avvikelse budget- utfall	Förändring utfall/utfall %
<b>intäkter/kostnader m.m.</b>					
Obeskattade reserver	0,0	0,0	0,0	0,0	
<b>Resultat</b>	0,3	0,0	0,5	0,3	

### 7.1.2 Intäktsutveckling

Omsättningen t.o.m. december 2020 uppgick till 47 550 Tkr (f.år 57 912 Tkr), vilket ligger ca 8 405 Tkr under budget. Detta beror framförallt på att Turistrådet fakturerat Västra Götalandsregionen 7 300 Tkr mindre än budgeterat. Turistrådet har inte heller fakturerat besöksnäringens företag för medfinansiering av olika kampanjer med mera då dessa drabbats hårt av pandemin.

### 7.1.3 Kostnadsutveckling

Kostnader för personal ligger lägre än budget beroende på dels minskad personalstyrka pga avslutade anställningar, föräldraledighet samt statens nedsättning av arbetsgivaravgifter under coronapandemin.

Kostnader för verksamhetsanknutna tjänster ligger 6 308 Tkr under budget per vilket framförallt beror på att många av Turistrådets planerade marknadsföringsaktiviteter stoppades pga pandemin.

## 7.2 Eget kapital

Förändring av Eget kapital har endast skett med tillskott av årets positiva resultat om 348 Tkr.

## 7.3 Investeringar

Turistrådet Västsverige har under året inte gjort några investeringar.



## 8 Bokslutsdokument och noter

	Not	Utfall	Utfall
<b>Resultaträkning</b>		2012	1912
Verksamhetens intäkter	1	47 550	57 912
Verksamhetens kostnader	2	-47 202	-57 150
Avskrivningar och nedskrivningar		0	-31
Verksamhetens nettokostnader		348	731
Finansnetto	0	0	-279
Erhållna/lämnade bidrag spec. beslut	0	0	0
Erhållna/lämnade regionbidrag	0	0	0
Obeskattade reserver (bolagen)	0	0	0
<b>Årets resultat</b>	348	348	452
	Not	Utfall	Utfall
<b>Kassaflödesanalys</b>		2012	1912
<b>Löpande verksamhet</b>			
Årets resultat		348	452
Investeringsbidrag		0	0
Avskrivningar	3	0	31
Utrangeringar/nedskrivningar	3	0	52
Reavinster/-förluster sålda anläggningstillgångar		0	-89
Avsättningar		0	-1 200
Obeskattade reserver (bolagen)		0	0
<b>Kassaflöde från löpande verksamhet före förändring av rörelsekapital</b>		348	-754
<b>Förändring av rörelsekapital</b>			
Ökning-/minskning+ av förråd		0	0
Ökning-/minskning+ av kortfristiga fordringar		3 156	937
Ökning+/minskning- av kortfristiga skulder		-2 500	-3 518
<b>Kassaflöde från löpande verksamhet</b>		1 004	-3 335
<b>Förändring av redovisningsprincip</b>		0	0
<b>Förändring av eget kapital</b>		0	0
<b>Korrigerig omklassificering anläggningstillgångar</b>		0	0
<b>Investeringsverksamhet</b>			
Investeringar		0	0

	Not	Utfall	Utfall
Momsjustering vid överlåtelse		0	0
Anläggningstillgångar överfört mellan enheter		0	0
Försäljningar anläggningstillgångar		0	89
Aktier och andelar		0	279
Kassaflöde från investeringsverksamheten		0	368
Finansieringsverksamhet			
Ökning-/minskning+ av långfristiga fordringar		0	0
Ökning+/minskning- av långfristiga skulder		0	0
Erhållna/lämnade bokslutsdispositioner		0	0
Justering för årets aktiverade investeringsbidrag		0	0
Förändring aktiekapital		0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		0	0
<b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>		1 004	-2 967
Ingående likvida medel och kortfristiga placeringar		5 196	8 163
Utgående likvida medel och kortfristiga placeringar		6 200	5 196
Kontroll av årets kassaflöde		1 004	-2 967
Differens		0	0
	Not	Utfall	Utfall
Balansräkning		2012	1912
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar		0	0
Materiella anläggningstillgångar			
- byggnader och mark		0	0
- maskiner och inventarier		0	0
- pågående investeringar		0	0
Finansiella anläggningstillgångar		0	0
Summa anläggningstillgångar		0	0
Omsättningstillgångar			
Förråd		0	0
Kortfristiga fordringar		5 798	8 954
Kortfristiga placeringar		0	0
Likvida medel		6 200	5 196
Summa omsättningstillgångar		11 998	14 150
Summa tillgångar		11 998	14 150
Eget kapital			
Eget kapital		7 106	6 654

	Not	Utfall	Utfall
<b>Bokslutsdispositioner</b>		0	0
<b>Årets resultat</b>		348	452
<b>Summa eget kapital</b>		7 454	7 106
<b>Avsättningar</b>		0	0
<b>Skulder</b>			
<b>Långfristiga skulder</b>		0	0
<b>Kortfristiga skulder</b>		4 544	7 044
<b>Summa skulder</b>		4 544	7 044
<b>Summa eget kapital, avsättningar och skulder</b>		11 998	14 150

Redovisningen är upprättad enligt de anvisningar som lämnats från Västra Götalandsregionen. Anvisningarna bygger på kommunallagen, lagen om kommunal redovisning samt rekommendationer utfärdade av Rådet för kommunal redovisning.

Not 1 Nettoomsättning			
	2020-01-01 -2020-12-31		2019-01-01 -2019-12-31
<b>Bidrag från Västra Götalandsregionen</b>	47 200		54 100
<b>Övriga intäkter</b>	350		3 812
<b>Summa</b>	47 550		57 912

Not 2 Personalkostnader			
	2020-01-01 -2020-12-31		2019-01-01 -2019-12-31
<b>Styrelse och VD</b>	1 471		1 290
<b>Övriga anställda</b>	13 509		14 050
<b>Summa</b>	14 980		15 340
<b>Sociala kostnader</b>	4 105		4 872
<b>Pensionskostnader</b>	1 920		2 216
<b>Summa</b>	21 005		22 428

## 9 Övrig rapportering

### 9.1 Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse

Uppföljning av indikatorer för Turistrådet 2020

#### Övergripande mål - indikatorer

##### *Besöksnäringens omsättning*

Under 2020 har pandemin medfört enormt stora omsättningsminskningar för besöksnäringens företag. Omsättningen har blivit lidande av såväl minskat resande som prispress. De utländska turisterna uteblev i hög utsträckning. Detta kompenseras delvis av ett ökat inhemskt resande under sommarmånaderna. Totalt minskade antalet gästnätter inom hotell, stugbyar, vandrarhem och camping med 41%.

På grund av att Tillväxtverket inte har haft möjlighet att leverera omsättningssiffror för besöksnäringen på regional nivå kan dessa siffror inte presenteras.

##### *Antal helårsarbeten i besöksnäringen*

Pandemin har orsakat en mycket kraftig minskning av antalet arbetstillfällen i besöksnäringen. Inom besöksnäringen har statens krisstödspaket nyttjats i hög omfattning. Många inom branschen har varit och är fortfarande permitterade.

På grund av att Tillväxtverket inte har haft möjlighet att leverera sysselsättningsstatistik för besöksnäringen på regional nivå kan dessa siffror inte presenteras.

##### *Västsveriges andel av totala antalet gästnätter i Sverige*

Västsveriges andel av gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar i Sverige var 15,0 procent år 2020 (januari - november), att jämföra med 16,3 procent motsvarande period år 2019. Den minskade marknadsandelen kan helt och hållet tillskrivas det faktum att städer har tappat mer än landsbygd. Storstäder som Stockholm, Göteborg och Malmö har tappat betydligt mer än riksgenomsnittet.

#### Verksamhetens mål – indikatorer

##### *Resultat av NKI utifrån årliga kundundersökningar*

Turistrådet lät under 2020 genomföra en mätning av Nöjd kund-index (NKI), motsvarande den undersökning som gjordes 2019. Undersökningen gick ut till 367 företag som Turistrådet arbetat med under de senaste åren. NKI-måttet baseras på helhetsomdömet av Turistrådet, hur väl företagets förväntningar på Turistrådet uppfyllts samt hur nära en ideal verksamhet man anser Turistrådet vara. Resultatet blev ett övergripande NKI om 73, att jämföra med 70 under både 2019 och 2018.

##### *Antal verksamheter på Norden- och Världennivå*

Turistrådets Sverige-Norden-Världen-system är framtaget för att underlätta för företag att bli exportmogna. Systemet tydliggör vilka krav Turistrådet

ställer på företag som vill ta del av de olika tjänster som erbjuds. Antalet företag som når upp till kriterierna är 252 (235) företag på Världen-nivå och 422 (291) på Norden-nivå.

#### *Antal verksamheter i Steg för steg (f.d. Swedish Welcome)*

Under 2020 har 44 nya verksamheter fått rådgivning inom Steg för steg. Totalt har nu 174 verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning.

#### *Antal verksamheter inom utveckling av Digital närvaro*

Under 2020 har 95 nya verksamheter fått rådgivning inom Digital närvaro. Totalt har nu 320 verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning.

#### *Besök av press och influencers*

Totalt har 30 (112) journalister och influencers besökt Göteborg och Västsverige under 2020 tack vare Turistrådets arbete. Minskningen beror helt och hållet på den pågående pandemin som har gjort det svårt eller omöjligt för journalisterna att resa hit. Det har, trots pandemin, publicerats stora reportage i flera prestigefyllda tidningar och magasin såsom Svenska Dagbladet, Kupé, Politiken, Gastro, Børsen, Sunday Times Travel Magazine, Conde Nast Traveller, TF1 (TV-inslag). Pressvärdet på de berörda marknaderna för 2020 uppgick till cirka 170 miljoner SEK (225). Denna siffra inkluderar ej Norge då det inte var möjligt att få tag på det värdet. Anledningen till att minskningen i pressvärde inte är större är att många av journalistbesöken som genomfördes under 2019 resulterade i artiklar först under 2020. Detta innebär troligen att pressvärdet kommer att sjunka betydligt under 2021.

#### *Trafik till webbplatser och sociala kanaler*

Under 2020 gjordes cirka 5,2 (4,4) miljoner besök på vastsverige.com, vilket innebär en ökning med 18%.

Antalet följare på Turistrådets Facebook-sidor är cirka 108 500 (105 000).

Antalet följare på Turistrådets Instagram-sidor är cirka 34 500 (30 000)