

Årsredovisning 2021

Turistrådet Västsverige AB



Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	3
1.1	Viktigaste händelserna	3
2	Verksamhet	5
2.1	Mål från regionfullmäktiges budget.....	5
2.1.1	Hela regionen ska växa. Jobb, kommunikationer samt delaktighet och attraktivitet i både stad och land ska öka.....	5
2.1.1.1	Via en ny regional utvecklingsstrategi finna breda politiska lösningar för att hela regionen ska utvecklas.....	6
2.2	Sammanfattning av pandemins effekter	6
2.3	Regiongemensamt	6
2.3.1	Miljö.....	6
2.3.2	Social hållbarhet.....	8
2.3.3	Säkerhet och beredskap.....	9
2.3.4	Intern kontroll	9
3	Medarbetare	10
3.1	Chefsförutsättningar	10
3.2	Hälsa och arbetsmiljö	10
3.2.1	Uppföljning av kränkande särbehandling, trakasserier och sexuella trakasserier	10
3.3	Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys.....	10
3.4	Arbetsmarknadsinsatser	10
3.5	Företagshälsovård	10
4	Ekonomi	11
4.1	Ekonomi och verksamhet i balans.....	11
4.2	Resultat.....	11
4.2.1	Verksamhetens intäkter.....	11
4.2.2	Verksamhetens kostnader.....	12
4.3	Eget kapital och obeskattade reserver	12
4.4	Investeringar.....	12
5	Bokslutsdokument och noter	13
6	Fördjupad information till egen nämnd/styrelse	15

1 Sammanfattning

Verksamhet

För Turistrådet, som för alla andra verksamheter, har 2021 präglats av pandemin.

Året inleddes med en stor online-utbildningsinsats under januari - mars. Cirka 300 personer från 200 verksamheter deltog. Under utbildningen behandlades ämnen som Hållbarhet, Vårdskap, Digitalisering, Affärsutveckling mm.

Under året har Turistrådet, precis som under 2020, gett ekonomiskt stöd till de lokala turistorganisationer som är medlemsfinansierade då pandemin gjort det svårt att ta ut medlemsavgifter.

Turistrådet har genomfört flera marknadsföringskampanjer för att locka besökare till Västsverige. Kampanjerna har varit anpassade till rådande läge i pandemin och omfattat aktiviteter som t.ex. vandring, cykling och trädgårdsresor.

Stora delar av Turistrådets utvecklingsarbete har kunnat fortgå trots pandemin.

I samarbete med Förvaltningen för kulturutveckling driver Turistrådet projektet – Kristöd Västsverige. Syftet med projektet är att ge investerings- och utvecklingsstöd till besöksnäringens verksamheter i Västsverige.

Hållbarhetsklivet är den strategi som styr Turistrådets verksamhet. Vid december månads slut var 38 kommuner och nästan 400 verksamheter anslutna till Hållbarhetsklivet.

Västsverige är landets näst största besöksnärlingsregion efter Stockholms län. Totalt genomfördes 7,4 miljoner gästnätter i Västsverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar under januari – november 2021. Det var 30 procent fler än under motsvarande period 2020.

Personal

2021 har inneburit fortsatt implementering av Hållbarhetsklivet och anpassning av samtliga roller. Till följd av pandemin har stor del av arbetet skötts på distans, vilket utifrån omständigheterna fungerat väl. Turistrådet har 31 anställda.

Ekonomi

Både kostnader och intäkter för 2021 är klart lägre än budgeterat. Med anledning av pandemin har satsningar på framför allt marknadsföring kraftigt begränsats och därmed har Turistrådet fakturerat Västra Götalandsregionen 5,5 MSEK mindre än budgeterat. Resultatet för 2021 blev + 117 TSEK.

1.1 Viktigaste händelserna

Turistrådets affärsplan 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 utvecklat av Turistrådet Västsverige och baseras på fyra grundläggande principer som är styrande för de vägval vi gör inom utveckling och marknadsföring av besöksnäringen 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

Vid årsskiftet var 38 kommuner och nästan 400 verksamheter anslutna till Hållbarhetsklivet. Anslutna aktörer beaktar de fyra grundprinciperna vid utveckling och marknadsföring och delar med sig av konkreta initiativ.

Hållbarhetsklivet har under året uppmärksammats såväl nationellt som internationellt. Turistrådet har bland annat medverkat vid SKRs konferens Besöksnäringen på agendan, Tillväxtverket och Visit Swedens utbildningsserie om hållbarhet samt vid Visit Scotlands seminarium under COP26 i Glasgow.

För Turistrådet, som för alla andra verksamheter, har 2021 präglats av pandemin. I dess spår riskerar verksamheter att slås 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.

Året inleddes med en stor online-utbildningsinsats under januari - mars. Cirka 300 personer från 200 verksamheter deltog. Verksamheterna fick 70% av lönekostnaderna för 1 - 2 personer täckta genom statliga 1:1-medel. Utbildningen omfattade 40% arbetstid. Under utbildningen behandlades ämnen som Hållbarhet, Vårdskap, Digitalisering, Affärsutveckling mm.

Under året har Turistrådet, precis som under 2020, 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.

Turistrådet har genomfört flera marknadsföringskampanjer för att locka besökare till Västsverige. Kampanjerna har varit anpassade till rådande läge i pandemin och omfattat aktiviteter som t.ex. vandring, cykling och trädgårdsresor.

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.

I samarbete med Förvaltningen för kulturutveckling driver Turistrådet projektet – Krisstöd Västsverige. Projektet drivs med medel från Europeiska Regionala utvecklingsfonden via Tillväxtverket. 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 Verksamhet

2.1 Mål från regionfullmäktiges budget

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

Västsverige är landets näst största besöksnärlingsregion efter Stockholms län. Totalt genomfördes 7,4 miljoner gästnätter i Västsverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar under januari – november 2021. Det var 30 procent fler än under motsvarande period 2020 men 25 procent färre än motsvarande period 2019. Västsveriges andel av gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar i Sverige var 15,8 procent år 2021 (januari - november), att jämföra med 15,0 procent motsvarande period år 2020. Gästnattsstatistiken för helåret 2021 levereras av SCB först i februari.

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 samt 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.

2.1.1.1 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 driver Turistrådet 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 regionala utvecklingsstrategin och utgör en viktig del i implementeringen.

2.2 Sammanfattning av pandemins effekter

Verksamhet

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

Den stora utbildningsinsats som genomfördes under januari – mars då cirka 300 personer från 200 verksamheter deltog är ett exempel på insatser till följd av pandemin.

Ett annat exempel är det projekt som Turistrådet driver i samarbete med Förvaltningen för kulturutveckling med stöd från Europeiska Regionala utvecklingsfonden via Tillväxtverket. Syftet med projektet är att ge investerings- och utvecklingsstöd till besöksnäringens verksamheter i Västsverige.

Personal

Omställningen till följd av pandemin har fungerat mycket bra. Flera medarbetare har tillfälligt fått förändrade arbetsuppgifter. Samtliga anställda har snabbt anpassat sig till de nya arbetsuppgifterna. Turistrådet följer FHMs rekommendationer om hemarbete.

Ekonomi

Både kostnader och intäkter för 2021 är klart lägre än budget. Med anledning av pandemin har satsningar på framför allt marknadsföring kraftigt begränsats och därmed har Turistrådet fakturerat Västra Götalandsregionen 5,5 Mkr mindre än budgeterat.

2.3 Regiongemensamt

2.3.1 Miljö

Det interna miljöarbetet har hög prioritet inom Turistrådet. Verksamheten har under 2021 blivit miljödiplomerad enligt Västra Götalandsregionens interna system. All personal på Turistrådets åker kollektivt alternativt cyklar till jobbet. Vid tjänsteresor följer Turistrådet VGRs resepolicy. Turistrådet är placerat i nya Regionens hus i Göteborg och redovisar därför inte separat energiförbrukning, avfallshantering mm.

Affärsplanen sätter hållbarhet, ur alla dimensioner, i fokus. Till grund för affärsplanen ligger konceptet Hållbarhetsklivet. Besöksnäringen har en viktig roll att fylla genom att förflytta ohållbar materiell konsumtion till konsumtion av hållbara upplevelser. Samtidigt medför alltid besöksnäring en viss påverkan på miljön. Transporter till och från destinationen samt aktiviteter och konsumtion på plats leder till CO₂-utsläpp. Dessutom kan besöken innebära en påverkan på naturen på resmålet. Men hur omfattande besöksnäringens miljöpåverkan blir avgörs av de val besökaren gör i form av transportmedel, reslängd, vistelsetid, konsumtion och agerande på plats. Detta kan vi som destination påverka genom att utveckla och marknadsföra sådant som bidrar till så lite onödig miljöpåverkan som möjligt. Genom att vara rädda om vår natur säkerställer vi att vi även i framtiden kan erbjuda en attraktiv destination.

Turistrådets strategi för att bidra till att besöksnäringen genererar så lite onödig miljöpåverkan som möjligt är att prioritera;

- hemmamarknaden och närmarknader

Ju kortare resväg desto mindre CO₂-utsläpp. Vi lägger därför våra resurser på att uppmuntra västsvenskar till hemester och att attrahera besökare från övriga Sverige och närmarknaderna. Detta innebär inte att besökare från andra marknader inte är välkomna. Oavsett var våra besökare kommer ifrån tar vi väl hand om dem.

- hållbara transporter

Transporten till och från destinationen är den faktor som har störst betydelse för besöksnäringens miljöpåverkan. Vi gör det lättare för besökaren att göra medvetna val genom att tydliggöra olika transportalternativs CO₂-påverkan. Vi underlättar också för besökaren att kunna välja tåg, bil eller buss som alternativ till flyg. För resor inom destinationen underlättar vi för besökaren att välja kollektivtrafik och samåkning. I den mån besökare väljer att flyga till Västsverige vill vi att de skall ha möjlighet att välja moderna direktflyg.

- att få besökare att stanna längre

Vi når stora miljöbesparingar genom att få gästerna att stanna längre istället för att fylla boendeanläggningar med nya gäster varje dag. Det ger färre transporter per gästnatt och kräver mindre städning och tvättning. Vi tydliggör därför ett utbud som får besökaren nyfiken på att stanna längre än vad som från början var avsikten och vi prioriterar målgrupper som vi av erfarenhet vet stannar flera dygn.

- hållbara turistföretag

Hur den enskilda verksamheten arbetar med miljöförbättrande åtgärder har stor betydelse. Vi stödjer verksamheterna genom rådgivning och utbildning. Vi ställer också krav på de verksamheter vi samarbetar med att ha ett aktivt miljöarbete och att ansluta sig till Hållbarhetsklivet och därmed bidra till ett hållbart samhälle.

- hållbara aktiviteter

Vad besökaren ägnar sig åt på destinationen påverkar miljön. Olika aktiviteter har olika grad av miljöpåverkan. Genom utveckling och marknadsföring av attraktiva aktiviteter med så lite onödig miljöpåverkan som möjligt kan vi få fler att välja hållbara alternativ.

- att göra det lätt för våra besökare att göra rätt

Samma aktivitet kan vara mer eller mindre hållbar beroende på hur den utövas. Miljön påverkas av hur man som besökare agerar under sin vistelse. Vi verkar för

att det ska finnas praktiska förutsättningar för besökaren att utöva ett gott gästskap, t. ex. genom tillgång till källsortering och toaletter. Vi informerar också besökarna om hur de kan agera för att generera så lite onödig miljöpåverkan som möjligt.

2.3.2 Social hållbarhet

Attraktiva platser att bo på är ofta också attraktiva platser att besöka. Tillresta besökare är nästan alltid en förutsättning för att en plats skall kunna erbjuda ett utbud av restauranger, affärer och annan service. Dock måste det finnas en balans mellan boende och besökare så att antalet besökare inte överskrider platsens kapacitet. Besökaren måste vara välkommen och mötas av ett attraktivt utbud.

Turistrådet strategi för att bidra till en besöksnäring som är bra för både boende och besökare är;

- att öka förståelsen för sambandet mellan turism och en attraktiv plats

Boende måste vara medvetna om att utbudet på platsen är beroende av besökare. Besöksnäringens aktörer måste också vara lyhörda för boendes önskemål. Vi tydliggör på vilket sätt besöksnäringen bidrar.

- insatser som leder till att så stor del som möjligt av de intäkter som genereras stannar lokalt

Olika typer av turism bidrar olika mycket till lokalsamhället. Ju större andel av turismens omsättning som stannar lokalt desto bättre. Därför prioriterar vi att attrahera besökare som bor, äter och aktiverar sig hos lokala verksamheter samt evenemang som nyttjar destinationens leverantörer.

- prioritering av målgrupper som bidrar positivt till platsen

För att besöksnäringens skall bidra positivt till den lokala ekonomin krävs att det sker konsumtion på destinationen. I vår marknadsföring vänder vi oss till besökare med potential att spendera pengar och därmed skapa arbetstillfällen. Hellre färre som konsumerar mer per person än fler som konsumerar mindre.

Exempel på konkreta insatser som Turistrådet genomför för att göra Västsverige mer attraktivt för såväl besökare som regionens invånare är:

- 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.

- För att tillgängliggöra besöksnäringen för människor med funktionsvariation använder Turistrådet Tillgänglighetsdatabasen (TD). Under året har ett hundratal verksamheter tillgänglighetsinventerats.

2.3.3 Säkerhet och beredskap

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.

2.3.4 Intern kontroll

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

3 Medarbetare

3.1 Chefsförutsättningar

Turistrådet uppfyller normtalet för antalet underställda medarbetare per chef. Verksamheten har haft en VD och två avdelningschefer fördelat på 31 medarbetare under 2021.

3.2 Hälsa och arbetsmiljö

Turistrådet har låg sjukfrånvaro. År 2021 var sjukfrånvaron 1,70 procent. År 2020 var sjukfrånvaron 1,45 procent och 2019 var motsvarande siffra 3,86 procent.

Anledningen till den sänkta sjukfrånvaron 2020 och 2021 är att större delen av tiden har arbetet skett hemifrån, vilket i ökad utsträckning har gjort det möjligt att arbeta även vid lindriga symptom.

3.2.1 Uppföljning av kränkande särbehandling, trakasserier och sexuella trakasserier

Turistrådet har en likabehandlingsplan för att motverka kränkande särbehandling och trakasserier.

Varje avdelningschef har ansvaret för att likabehandlingsperspektivet tas tillvara i verksamhetens planering, beslutsfattande och genomförande, samt att vidta åtgärder i enskilda situationer. Varje medarbetare har ansvar att rapportera till sin närmaste chef om man upplever att en arbetskamrat utsätts för oacceptabelt bemötande, samt att stötta sina arbetskamrater efter bästa förmåga.

Då likabehandling till stor del handlar om individernas värderingar och attityder gentemot varandra, diskuteras dessa frågor kontinuerligt i olika forum, som t.ex. personalmöten och medarbetarsamtal.

Turistrådet har aldrig haft några fall av kränkande särbehandling eller trakasserier.

3.3 Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys

Turistrådet har 31 anställda per 31/12. Antalet anställda är oförändrat jämfört med föregående år. Antalet årsarbetare har ökat till 27,5 jämfört med 25,5 vid delårsrapporten 2021. Ökningen beror på nyrekryteringar och personal som återkommit efter föräldraledighet.

Turistrådet har varken mertid eller övertid.

3.4 Arbetsmarknadsinsatser

Turistrådet ingår inte i PILA.

3.5 Företagshälsovård

Turistrådet har inte genomfört någon verksamhetsplan med Hälsan och arbetslivet. Turistrådet har dock ett systematiskt och väl dokumenterat arbetsmiljöarbete.

4 Ekonomi

4.1 Ekonomi och verksamhet i balans

Omsättningen 2021 uppgick till 50 982 Tkr (f.år 47 550 Tkr), vilket är ca 4,6 Mkr under budget. Den minskade omsättningen beror framför allt på minskad fakturering (5,5 Mkr) till Västra Götalandsregionen. Detta på grund av att utlandsmarknadsföringen begränsats kraftigt under pandemin.

Av årets omsättning representerar de tjänster som Västra Götalandsregionen köper av Turistrådet Västsverige 50 090 Tkr. Personalkostnaderna uppgår till 21 943 Tkr (f.år 21 638 Tkr) vilket är ca 500 Tkr lägre än budgeterat. Resultatet efter skatt uppgår till 117 Tkr (f.år 348 Tkr). Budget för helår var ett nollresultat.

Balansomslutningen i Turistrådet Västsverige AB uppgår per 2021-12-31 till 11 833 Tkr (f.år 11 998 Tkr). Soliditeten är ca 64 % (i årsbokslutet 2020-12-31 var den 62,1 %).

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

4.2 Resultat

Resultaträkning (mnkr)	Utfall 2021	Budget 2021	Utfall 2020	Avvikelse budget-utfall	Förändring utfall/utfall %
Driftbidrag från nämnd inom regionen	50,1	55,6	47,2	-5,5	6,1 %
Statsbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga erhållna bidrag	0,2	0,0	0,1	0,2	61,6 %
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	0,7	0,0	0,3	0,7	191,6 %
Verksamheten intäkter	51,0	55,6	47,6	-4,6	7,2 %
Personalkostnader, inkl. inhyrd personal	-21,9	-22,4	-21,6	0,5	1,4 %
Direkta trafik kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	
Verksamhetsanknutna tjänster	-23,1	-25,6	-20,1	2,5	15,0 %
Material och varor, inkl förbrukningsmaterial	-0,1	-0,1	-0,1	0,0	10,6 %
Lokal- och energikostnader	-1,5	-1,6	-1,6	0,0	-5,7 %
Lämnade bidrag	0,0	0,0	-0,3	0,0	
Övriga tjänster, inkl konsultkostnader	-1,5	-0,8	-0,4	-0,7	233,2 %
Övriga kostnader	-2,6	-5,1	-2,9	2,4	-8,6 %
Avskrivningar	0,0	0,0	0,0	0,0	
Verksamhetens kostnader	-50,8	-55,5	-47,1	4,7	7,9 %
Finansiella intäkter/kostnader m.m.	0,0	0,0	-0,1	0,0	
Obeskattade reserver	0,0	0,0	0,0	0,0	
Resultat	0,1	0,0	0,3	0,1	

4.2.1 Verksamhetens intäkter

Omsättningen 2021 uppgick till 50 982 Tkr (f.år 47 550 Tkr), vilket är ca 4,6 Mkr under budget. Den minskade omsättningen beror framför allt på minskad fakturering (5,5 Mkr) till Västra Götalandsregionen, på grund av kraftigt begränsad marknadsföring under pandemin.

Av årets omsättning representerar de tjänster som Västra Götalandsregionen köper av Turistrådet Västsverige 50 090 Tkr.

4.2.2 Verksamhetens kostnader

Personalkostnaderna är ca 500 Tkr lägre än budget, framför allt beroende på minskad personalstyrka pga föräldraledighet.

Kostnader för verksamhetsanknutna tjänster är 2,5 Mkr lägre än budget, vilket framför allt beror på att många av Turistrådets planerade marknadsföringsaktiviteter inte kunnat genomföras till följd av pandemin.

4.3 Eget kapital och obeskattade reserver

Förändring av Eget kapital har endast skett med tillskott av årets positiva resultat om 117 Tkr.

4.4 Investeringar

Turistrådet Västsverige har under året inte gjort några investeringar och har inga planerade investeringar för 2021.

5 Bokslutsdokument och noter

	Not	Utfall	Utfall
Resultaträkning		2112	2012
Verksamhetens intäkter	1	50 982	47 550
Verksamhetens kostnader	2	-50 865	-47 202
Avskrivningar och nedskrivningar		0	0
Verksamhetens nettokostnader		117	348
Finansnetto		0	0
Erhållna/lämnade bidrag spec. beslut		0	0
Erhållna/lämnade regionbidrag		0	0
Obeskattade reserver (bolagen)		0	0
Årets resultat		117	348
	Not	Utfall	Utfall
Kassaflödesanalys		2112	2012
Löpande verksamhet			
Årets resultat		117	348
Investeringsbidrag		0	0
Avskrivningar		0	0
Utrangeringar/nedskrivningar		0	0
Reavinst/-förluster sålda anläggningstillgångar		0	0
Avsättningar		0	0
Obeskattade reserver (bolagen)		0	0
Kassaflöde från löpande verksamhet före förändring av rörelsekapital		117	348
Förändring av rörelsekapital			
Ökning-/minskning+ av förråd		0	0
Ökning-/minskning+ av kortfristiga fordringar		69	3 156
Ökning+/minskning- av kortfristiga skulder		-282	-2 500
Kassaflöde från löpande verksamhet		-96	1 004
Förändring av redovisningsprincip		0	0
Förändring av eget kapital		0	0
Korrigerig omklassificering anläggningstillgångar		0	0
Investeringsverksamhet			
Investeringar		0	0
Momsjustering vid överlåtelse		0	0
Anläggningstillgångar överfört mellan enheter		0	0
Försäljningar anläggningstillgångar		0	0
Aktier och andelar		0	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten		0	0
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
ÅRETS KASSAFLÖDE		-96	1 004
Ingående likvida medel och kortfristiga placeringar		6 200	5 196
Utgående likvida medel och kortfristiga placeringar		6 104	6 200
Kontroll av årets kassaflöde		-96	1 004
Differens		0	0
	Not	Utfall	Utfall
Balansräkning		2112	2012

	Not	Utfall	Utfall
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		5 729	5 798
Kortfristiga placeringar		0	0
Likvida medel		6 104	6 200
Summa omsättningstillgångar		11 833	11 998
Summa tillgångar		11 833	11 998
Eget kapital			
Eget kapital		7 454	7 106
Bokslutsdispositioner		0	0
Årets resultat		117	348
Summa eget kapital		7 571	7 454
Avsättningar		0	0
Skulder			
Långfristiga skulder		0	0
Kortfristiga skulder		4 262	4 544
Summa skulder		4 262	4 544
Summa eget kapital, avsättningar och skulder		11 833	11 998

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	2021-01-01 -2021-12-31	2020-01-01 -2020-12-31
Bidrag från Västra Götalandsregionen	50 090	47 200
Övriga intäkter	892	350
Summa	50 982	47 550

Not 2 Personalkostnader	2021-01-01 -2021-12-31	2020-01-01 -2020-12-31
Styrelse och VD	1 592	1 471
Övriga anställda	13 102	13 509
Summa	14 694	14 980
Sociala kostnader	4 612	4 105
Pensionskostnader	2 031	1 920
Summa	21 337	21 005

6 Fördjupad information till egen nämnd/styrelse

Uppföljning av indikatorer för Turistrådet 2021

Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikatorer:

- Andel gästnätter från Sverige och prioriterade närmarknader

Andelen gästnätter från Sverige och prioriterade närmarknader är alltid hög, men i år är den ännu högre än vanligt pga pandemin. Totalt utgör svenska besökare ca. 87%, resterande 13% utgörs i huvudsak av besökare från våra prioriterade närmarknader.

- Andel västsvenska besökare

Av den officiella gästnattsstatistiken framgår inte hur stor andel av besökarna som kommer från Västsverige. Vid de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2021 har 36% svarat att de bor i Västsverige. Intervjuerna har genomförts på populära besöksmål runt om i regionen

- Andel av olika transportslag som besökaren valt för att ta sig hit

2021 är första redovisningsåret för detta nyckeltal. Statistiken är baserad på de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2021. Siffrorna präglas av pandemin och begränsat antal utländska besökare. Tydligt är dock att egen bil är det klart dominerande transportslaget.

Egen bil 63%

Husbil 11%

Färja 9%

Egen båt 6%

Tåg 5%

Buss 3%

Flyg 2%

Hyrbil 1%

- Besökarens genomsnittliga vistelsetid

2021 är första redovisningsåret för detta nyckeltal. Statistiken är baserad på de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2021. Medianen för vistelsetid var 4 nätter.

- Totalt antal verksamheter som fått hjälp inom kvalité och hållbarhet (Steg för steg)

Under 2021 har 24 (44) nya verksamheter fått rådgivning inom Steg för steg. Totalt har nu 198 (174) verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning.

- Totalt antal verksamheter som anslutit sig till Hållbarhetsklivet

Intresset för att ansluta till Hållbarhetsklivet är stort. Totalt är 389 besöksnärsverksamheter anslutna.

- 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 259 (252) företag på Världen-nivå och 418 (422) på Norden-nivå.

Bra för både boende och besökare

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikator:

- Utveckling av utläggstal

2021 är första redovisningsåret för detta nyckeltal. Statistiken är baserad på de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2021. Övernattande besökare spenderade i genomsnitt 1080 SEK per dygn. Dagsbesökare spenderade i genomsnitt 488 SEK per dag. Utläggstalen för övernattande besökare ökade med 17% jämfört med intervjuer genomförda 2016 – 2018. Motsvarande ökning för dagsbesökare var 21%.

Fler besökare när och där det inte är fullt

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikatorer:

- Boendekapacitet inom kommersiellt boende

Boendekapaciteten inom hotell, stugbyar och vandrarhem i Västsverige under perioden januari – november 2021 var 1 337 264 bäddar i genomsnitt per månad.

- Beläggningsgrad inom kommersiellt boende

Beläggningsgraden inom hotell, stugbyar och vandrarhem i Västsverige under perioden januari – november 2021 var 41 procent belagda rum.

- Antal gästnätter

Totalt genomfördes 7,4 miljoner gästnätter i Västsverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar under januari – november 2021. Det var 30 procent fler än under motsvarande period 2020 men 25 procent färre än motsvarande period 2019.

- Totalt antal företag som har fått hjälp genom Digital närvaro

Under 2021 har 38 nya verksamheter fått rådgivning inom Digital närvaro. Totalt har nu 358 (320) verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning.

- Antal besök på vastsverige.com

Under 2021 gjordes cirka 7,2 (5,2) miljoner besök på vastsverige.com, vilket innebär en ökning med 38%.

- Antal följare i sociala kanaler

Antalet följare på Turistrådets Facebook-sidor är cirka 116 000 (108 500).

Antalet följare på Turistrådets Instagram-sidor är cirka 48 600 (34 500)

- Pressvärde; motsvarande annonseringsvärde för redaktionella artiklar

Det har under året publicerats stora reportage i flera prestigefyllda tidningar och magasin såsom Condé Nast Traveller, Die Welt och Politiken, samt långa inslag på fransk nationell TV på kanalerna France 5 och TF1. Pressvärdet på de berörda marknaderna för 2021 uppgick till cirka 180 miljoner SEK (170).

- Antal pressbesök

Totalt har 53 (30) journalister och influencers besökt Göteborg och Västsverige under 2021 tack vare Turistrådets arbete. En stark ökning av antalet journalist- och influencerbesök skedde under andra halvåret då restriktionerna för resande lättades. Trots detta är antalet besök fortfarande betydligt färre än under ett normalt år utan pandemi.

- Antal researrangörssamarbeten

Intresset för den västsvenska marknaden från europeiska researrangörer är fortsatt stort trots pandemin. Totalt samarbetar Turistrådet nu med 65 researrangörer.

Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikatorer:

- Antal helårsverken inom besöksnäringen i Västsverige

Pandemin har orsakat en mycket kraftig minskning av antalet arbetstillfällen i besöksnäringen. Sedan gästerna återvänt och efterfrågan stärkts har många verksamheter svårt att hitta arbetskraft. En osäkerhet kring pandemins fortsatta utbredning och effekter gör det också svårt att planera och rekrytera.

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

Kundnöjdhet

- NKI-mätning bland Turistrådets kunder

Turistrådet lät under 2021 genomföra en mätning av Nöjd kund-index (NKI), motsvarande den undersökning som gjorts under flera år. Undersökningen gick ut till 421 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 75, att jämföra med 73 under 2020.