



Detaljbudget 2027 och utblick 2028-2029

Turistrådet Västsverige AB

Innehållsförteckning

1 Sammanfattning	4
1.1 Inspel till processen för budget 2028-2030	4
2 Verksamhet	4
2.1 Utblick 2028-2029	4
2.2 Mål från regionfullmäktiges budget	4
2.2.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska stärka sin beredskap och motståndskraft för att bättre kunna hantera samhällsstörningar, kriser och ett förändrat säkerhetsläge.....	4
2.2.2 Mål: Stärka innovationskraften – för ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i framkant.....	5
2.2.2.1 Fokusområde: Främja företagsamhet och kapacitet för förnyelse.....	5
2.2.2.2 Uppdrag: Initiera och driva viktiga utvecklingsfrågor (till Turistrådet)	6
2.2.2.3 Uppdrag: Bereda riktade satsningar som stödjer Hållbarhetsklivet (till Turistrådet)	6
2.2.2.4 Uppdrag: Marknadsföra destinationen nationellt och internationellt (till Turistrådet)	6
2.2.2.5 Uppdrag: Förmedla kunskap (till Turistrådet)	7
2.3 Regiongemensamt	7
2.3.1 Intern kontroll	7
3 Medarbetare	7
3.1 Utblick 2028-2029	7
3.2 Mål från regionfullmäktiges budget	7
3.2.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska vara en attraktiv arbetsgivare med konkurrenskraftiga löner och ett hälsofrämjande ledarskap som grund	7
3.2.1.1 Fokusområde: Fortsatt arbete med konkurrenskraftiga löner.....	8
3.2.1.2 Fokusområde: Insatser för att utveckla hälsofrämjande ledarskap och nå fastställda normtal för antal medarbetare per chef	8
3.2.1.3 Fokusområde: Minska övertidsarbetet	8
3.2.2 Mål: Medarbetarnas arbetsmiljö ska förbättras	8
3.2.2.1 Fokusområde: Medarbetarnas inflytande över arbetsmiljö och arbetssituation ska stärkas och möjligheterna till kontinuerlig återhämtning ska öka.....	8
3.3 Personalvolym och personalstruktur	8
4 Hållbarhet.....	9
4.1 Mål från regionfullmäktiges budget	9
4.1.1 Mål: Ökad måluppfyllelse för Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål	9
4.1.1.1 Fokusområde: Minska Västra Götalandsregionens miljö- och klimatpåverkan	9
4.1.1.2 Fokusområde: Öka Västra Götalandsregionens positiva påverkan för god hälsa, jämlighet och delaktighet	9
5 Ekonomi	10

5.1 Utblick 2028-2029	10
5.2 Resultat 10	
5.2.1 Verksamhetens intäkter.....	10
5.2.2 Verksamhetens kostnader.....	10
5.3 Investeringar.....	10
5.4 Mål från regionfullmäktiges budget	10
5.4.1 Mål: God finansiell flexibilitet och styrning	10
5.4.1.1 Fokusområde: God budgetföljsamhet	10
5.5 Eget kapital och obeskattade reserver.....	10
6 Fördjupning till egen nämnd/styrelse.....	10

1 Sammanfattning

Miljö- och regionutvecklingsnämndens uppdrag till Turistrådet Västsverige AB för 2027, mål från Regionfullmäktige och bolagets egen affärsplan utgör grunden för denna budget. Turistrådet fortsätter under 2027 att verka för en hållbar besöksnäring i Västsverige. Detta görs genom insatser inom såväl utveckling som marknadsföring.

I budgeten för 2027 beräknas intäkterna uppgå till 63,07 Mkr. Ett nollresultat budgeteras för året.

Kostnaderna fördelas enligt följande:

- Gemensamma kostnader 32,58 Mkr
- Besöksnäringensinsatser 29,49 Mkr
- Reserv 1 Mkr

2 Verksamhet

2.1 Utblick 2028-2029

Genom Turistrådets arbete ges de västsvenska besöksnäringensföretagen bättre förutsättningar att bli hållbara och robusta och därmed bidra till att skapa arbetstillfällen och göra Västsverige till en attraktiv plats att leva och verka.

Hållbarhetsklivet är etablerat och väl fungerande som strategi för både Turistrådet och destinationen Västsverige. Turistrådet har för avsikt att fortsätta arbeta enligt denna strategi och utveckla alla tre dimensioner av hållbarhet; ekologisk, social och ekonomisk.

2.2 Mål från regionfullmäktiges budget

2.2.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska stärka sin beredskap och motståndskraft för att bättre kunna hantera samhällsstörningar, kriser och ett förändrat säkerhetsläge

Nya utmaningar på grund av ett förändrat säkerhetsläge och klimatförändringar ställer delvis ändrade krav på Turistrådet. Kraven ökar på att vara förberedd på framtida kriser och att ha en robust organisation. Klimatförändringar påverkar redan besöksnäringen i viss utsträckning och förväntas göra det än mer i framtiden. I takt med att temperaturerna stiger i södra Europa är bedömningen att fler turister kommer att söka sig norrut. Att tidigt fånga upp signaler och att ha god beredskap för att kunna hantera eventuell överturism är därför ett prioriterat område för Turistrådet.

2.2.2 Mål: Stärka innovationskraften – för ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i framkant

Turistrådets arbete utgår från den regionala utvecklingsstrategin där besöksnäringen 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 som görs inom utveckling och marknadsföring av besöksnäringen i Västsverige. Genom att utgå från dessa fyra principer säkerställs att Turistrådets insatser främjar ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i framkant.

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.

Genom kunskapsdelning verksamheterna emellan och genom de utbildningsinsatser och den enskilda rådgivning Turistrådet erbjuder inom ramen för Hållbarhetsklivet främjas näringslivets konkurrenskraft och hållbarhetsarbete.

Turistrådet gör även särskilda satsningar på innovation inom besöksnäringen genom medverkan i Xperience Next som är en del av Lindholmen Science park. Under 2027 skalas detta arbete upp till att bli en nationella innovationsarena i samarbete med andra regionala turismorganisationer i Sverige.

2.2.2.1 Fokusområde: Främja företagsamhet och kapacitet för förnyelse

Turistrådet tillhandahåller ett brett spektrum av stöd och hjälp till verksamheter inom besöksnäringen för att främja företagsamhet och kapacitet till förnyelse. Genom systemet Sverige-Norden-Världen tydliggörs vilka insatser som erbjuds till vilka företag. Systemet säkerställer att verksamheter inom besöksnäringen har möjlighet att ingå i marknadsföringsaktiviteter och andra sammanhang baserat på den mognadsgrad som verksamheten har uppnått.

Inom Turistrådets avdelning Besöksnäringens insatser bedrivs riktade satsningar kopplade till de fokusområden som utgör reseanledningar till Västsverige och som stödjer Hållbarhetsklivet. Inom avdelningen Marknadsföring genomförs marknadsföringsinsatser kopplade till de olika fokusområdena.

2.2.2.2 Uppdrag: Initiera och driva viktiga utvecklingsfrågor (till Turistrådet)

Turistrådets insatser omfattar 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. Som exempel på insatser inom detta område kan nämnas Turistrådets arbete för att förbättra infrastrukturen för cykling och vandring i Västsverige. Genom nära samarbete med kommuner och Västkoststiftelsen säkerställer Turistrådet att det finns skyltade och väl underhållna leder. Ett annat exempel är Turistrådets arbete för kompetensförsörjning inom besöksnäringen. Detta insatsområde omfattar serveringsutbildningar, rekryteringskampanjer och digital värdsutbildning. I takt med att antalet besökare under sommaren ökar, delvis till följd av höjda temperaturer i Sydeuropa, ökar också behovet av att förebygga överturism. Turistrådet kommer därför att göra särskilda satsningen inom det området under 2027.

Besöksnäring är en avgörande del i platsutveckling. Under 2027 kommer Turistrådet att erbjuda stöd i platsutvecklingsprocesser som bedrivs i Västsverige.

2.2.2.3 Uppdrag: Bereda riktade satsningar som stödjer Hållbarhetsklivet (till Turistrådet)

Turistrådets verksamhet bedrivs i form av olika satsningar som stödjer Hållbarhetsklivet. Utvecklings- och marknadsföringsinsatserna är riktade 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 enligt Hållbarhetsklivets principer. Under 2027 ges även små evenemang som har potential att utvecklas möjlighet att söka stöd av Turistrådet.

Turistrådets insatser för att stödja besöksnäringens verksamheter i Västsverige omfattar bland annat individuell rådgivning, utbildningar, marknadsföringskampanjer och hjälp till samarbeten med researrangörer. Under år 2027 kompletteras arbetet med utländska researrangörer med en satsning på svenska bussresearrangörer.

2.2.2.4 Uppdrag: Marknadsföra destinationen nationellt och internationellt (till Turistrådet)

Turistrådet fokuserar på riktade marknadsföringsinsatser mot målgrupper i Sverige och på närmarknader i Europa, då detta är mest hållbart såväl ekologiskt som ekonomiskt. De närmarknader som Turistrådet prioriterar vid sidan av Sverige är Norge, Danmark, Tyskland, Nederländerna, Storbritannien och Frankrike. Under 2026 gjordes även ett försök att marknadsföra regionen på den italienska marknaden. Detta försök har gett goda resultat och fortsätter därför under 2027.

Turistrådet riktar sig till de målgrupper som bidrar till den lokala västsvenska

ekonomin genom konsumtion på plats och som därmed skapar arbetstillfällen. Det är viktigt att nå målgrupperna när de söker inspiration eller när de börjar leta efter en resa. Turistrådets marknadsföringskanaler och marknadsföringsarbete samspelar och synkas med övriga aktörer inom besöksnäringen i Västsverige. Turistrådet strävar efter att Västsveriges utbud ska ha bästa möjliga placering vid sökning i sökmotorer och finnas på de plattformar där målgrupperna befinner sig.

Marknadsföringsinsatserna omfattar egna kanaler i form av hemsidor, sociala kanaler och nyhetsbrev. Turistrådet når också ut genom köpt annonsering och samarbeten med journalister, influencers, evenemang och researrangörer.

2.2.2.5 Uppdrag: Förmedla kunskap (till Turistrådet)

Genom Turistrådets företagssajt turistradet.com förmedlas kunskap till nytta för den västsvenska besöksnäringen. Ett exempel på den kunskap som finns på sajten är fakta och statistik om den västsvenska besöksnäringens utveckling. Turistrådet sammanställer gästnattsstatistik månadsvis och omsättnings- och sysselsättningsstatistik årsvis. Från och med 2027 kommer Turistrådet att ingå i ett samarbete med övriga regioner i Sverige för inhämtning av statistik och undersökningar.

Turistrådet erbjuder utbildningsinsatser som är till nytta för personer som är verksamma inom den västsvensk besöksnäring. Turistrådets digitala webinarier Turistrådet Online är öppna för alla intresserade och sänds vid sex tillfällen per år. Inom den digitala serien Turistrådet Utbildning erbjuds behovsanpassade föreläsningar för inbjudna gäster. Dessa utbildningar erbjuds vid ca tio tillfällen per år.

3 Medarbetare

3.1 Utblick 2028-2029

Turistrådet förutser inga större förändringar inom medarbetarområdet.

3.2 Mål från regionfullmäktiges budget

3.2.1 Mål: Västra Götalandsregionen ska vara en attraktiv arbetsgivare med konkurrenskraftiga löner och ett hälsofrämjande ledarskap som grund

Turistrådet arbetar aktivt för att vara en attraktiv arbetsgivare med ett hälsofrämjande ledarskap. Turistrådet erbjuder generösa friskvårdsbidrag, flexibla arbetstider och flera gemensamma personalaktiviteter. Medarbetarsamtal och personalmöten genomförs kontinuerligt. Målet är att vara en arbetsgivare som har lätt för att attrahera och behålla personal.

3.2.1.1 Fokusområde: Fortsatt arbete med konkurrenskraftiga löner

Turistrådet har och har alltid haft konkurrenskraftiga löner.

3.2.1.2 Fokusområde: Insatser för att utveckla hälsofrämjande ledarskap och nå fastställda normtal för antal medarbetare per chef

Turistrådet uppfyller normtalet för antalet medarbetare per chef.

3.2.1.3 Fokusområde: Minska övertidsarbetet

Turistrådet har ingen övertid.

3.2.2 Mål: Medarbetarnas arbetsmiljö ska förbättras

Att ha en god psykosocial arbetsmiljö står högt upp på agendan. Insatser för att motverka stress och överbelastning genomförs kontinuerligt. Turistrådet har en personalgrupp som trivs med sitt arbete och som upplever att det finns en god balans mellan arbete och privatliv.

Vid årsskiftet flyttar Turistrådet till nya lokaler som är anpassade till Turistrådets uppdrag och arbetssätt. Därmed förväntas medarbetarnas arbetsmiljö förbättras.

3.2.2.1 Fokusområde: Medarbetarnas inflytande över arbetsmiljö och arbetssituation ska stärkas och möjligheterna till kontinuerlig återhämtning ska öka

Medarbetarna har stor frihet i att själva påverka sin planering och utformningen av sitt arbete. Arbetsuppgifterna är stimulerande och upplevs som meningsfulla. Vid signaler på stress och överbelastning vidtas genast åtgärder för att minska arbetsbelastningen. Målet är att ha en personalgrupp som trivs och utvecklas i sitt arbete.

3.3 Personalvolym och personalstruktur

Turistrådet budgeterar med 30 anställda under 2027.

4 Hållbarhet

Hållbarhetsmål 2030 gäller för alla förvaltningar och bolag. Hållbarhetsmålen ska förstärka ett hållbart genomförande av hälso- och sjukvård, kollektivtrafik, regional utveckling och kultur.

4.1 Mål från regionfullmäktiges budget

4.1.1 Mål: Ökad måluppfyllelse för Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål

Besöksnäring medför alltid en påverkan på miljön. Transporter till och från destinationen samt aktiviteter och konsumtion på plats leder till koldioxidutsläpp. 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 Turistrådet påverka genom att utveckla och marknadsföra sådant som bidrar till så lite onödig miljöpåverkan som möjligt.

4.1.1.1 Fokusområde: Minska Västra Götalandsregionens miljö- och klimatpåverkan

Hållbarhetsklivets strategi för att bidra till att besöksnäringen genererar så lite onödig miljöpåverkan som möjligt är att prioritera:

- hemmamarknaden och närmarknader
- hållbara transporter
- att få besökare att stanna längre
- hållbara aktörer
- hållbara aktiviteter
- att göra det lätt för våra besökare att göra rätt

4.1.1.2 Fokusområde: Öka Västra Götalandsregionens positiva påverkan för god hälsa, jämlikhet och delaktighet

Turistrådet verkar för att göra Västsverige mer attraktivt för såväl besökare som regionens invånare. Detta knyter an till en av Hållbarhetsklivets grundläggande principer, nämligen "Bra för både boende och besökare". Attraktiva platser att bo på är ofta också attraktiva platser att besöka. Det är viktigt att det finns en balans mellan boende och besökare. Besöksnäringen bidrar till att skapa arbetstillfällen och levande samhällen även på landsbygderna.

5 Ekonomi

5.1 Utblick 2028-2029

Turistrådet bedömer att verksamhetens intäkter bör indexuppräknas i takt med inflationen.

5.2 Resultat

Turistrådet budgeterar ett nollresultat för 2027.

5.2.1 Verksamhetens intäkter

Turistrådet Västsveriges intäktsbudget för 2027 uppgår totalt till 63,07 Mkr (f. år 61,76 Mkr) och består av 62,5 Mkr i anslag från Västra Götalandsregionen samt 0,57 Mkr i övriga intäkter.

5.2.2 Verksamhetens kostnader

Verksamhetens budgeterade kostnader uppgår till 63,07 MSEK varav 1 MSEK utgör en reserv.

5.3 Investeringar

Turistrådet räknar inte med att göra några större investeringar under 2027. Eventuella investeringar i till exempel möbler ryms inom befintlig budget.

5.4 Mål från regionfullmäktiges budget

5.4.1 Mål: God finansiell flexibilitet och styrning

Turistrådet har god finansiell flexibilitet och styrning.

5.4.1.1 Fokusområde: God budgetföljsamhet

Turistrådet har god budgetföljsamhet.

5.5 Eget kapital och obeskattade reserver

Det budgeterade nollresultatet kommer inte att påverka bolagets eget kapital.

6 Fördjupning till egen nämnd/styrelse

Intäkter

Turistrådet Västsveriges intäktsbudget för 2027 uppgår totalt till 63,07 Mkr (f. år 61,76 Mkr).

Kostnader

En översiktlig summering av hela budgeten återfinns sist i materialet. Nedan redovisas budget per kostnadsställe.

Kostnadsställena utgörs av

- Gemensamma kostnader

- Besöksnäringensinsatser

Gemensamma kostnader	
Styrelsen	625
Personal	26045
Lokal	1825
It-drift/Webb	2060
Resor	450
Administration	465
Analys	260
Externt stöd	100
Avskrivningar	200
Övrigt	550
SUMMA KOSTNADER	32580

Besöksnäringensinsatser	
Sverigemarknadsföring	9500
Utlandsmarknadsföring	9300
Övrig marknadsföring	3200
Evenemangsstöd	3650
IT-utveckling	1835
Kunskapsspridning	2000
SUMMA KOSTNADER	29485

Reserv

I budgeten finns en reservpost på 1 Mkr. Alla satsningsområden går inte att förutse redan vid budgettillfället. Denna post är till för nya satsningar och för att ha beredskap att ta tillvara möjligheter och oförutsedda kostnader som kan dyka upp under året.

TOTAL BUDGET 2026	
INTÄKTER	
VGR Anslag	62500
Ränteintäkter	40
Vidarefaktuerade kostnader	100
Intäkter från Leaderprojekt	425
S:A INTÄKTER:	63065

TOTAL BUDGET 2026	
KOSTNADER	
Gemensamma kostnader	32580
Besöksnäringsinsatser	29485
Reserv	1000
SUMMA KOSTNADER	63065
RESULTAT	0