

Årsredovisning

Turistrådet Västsverige AB

Helår 2017



Innehållsförteckning

1 Sammanfattning	3
2 Verksamhet	4
2.1 Viktigaste händelserna under perioden	4
2.2 Verksamhetens miljöarbete	6
2.3 Folkhälsa	9
2.4 Mänskliga rättigheter och jämlik vård	9
2.5 Verksamhetens säkerhets- och beredskapsarbete.....	10
2.6 Redovisning av genomförd intern kontroll 2017	10
2.7 Systematiskt förbättringsarbete	10
2.8 Inköp	11
3 Mål och fokusområden	12
3.1 Västra Götaland ska sträva efter det hållbara samhället med tillväxt av jobb och företag i hela regionen.....	12
3.1.1 Arbetsmarknaden ska utvidgas genom hållbara transporter och samverkan med näringsliv och forskning i Västra Götaland.....	12
3.1.1.1 Göra Västra Götaland till modell för hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land.....	12
3.1.2 Klimatutsläppen från fossilbränsle i Västra Götaland samt verksamhetens direkta miljöpåverkan ska minska.....	13
3.1.2.1 Utveckla Göteborgs Botaniska trädgård.....	13
4 Personal	14
4.1 Chefsförutsättningar	14
4.2 Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys.....	14
5 Ekonomiska förutsättningar	15
5.1 Ekonomiskt resultat.....	15
5.1.1 AR05 RR-rapport Utförare regional utveckling.....	15
5.2 Åtgärder vid ekonomisk obalans.....	16
5.3 Eget kapital.....	16
5.4 Investeringar.....	16
6 Bokslutsdokument och noter	17
7 Övrig rapportering	20
7.1 Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse.....	20

1 Sammanfattning

Turistrådet Västsveriges (Turistrådet) verksamhet har bedrivits enligt bestämmelserna om kommunala bolag i kommunallagen.

- Turismen i Västra Götaland omsätter cirka 45 miljarder kronor per år och sysselsätter motsvarande 29 000 helårsverken (HUI Research)
- Ännu finns ingen inkvarteringsstatistik för helåret 2017 att tillgå, men de ackumulerade månadssiffrorna för hotell, stugbyar och vandrarhem under januari-oktober visar på cirka 3 procent fler övernattningar i regionen än under januari-oktober 2016 (källa: SCB/Tillväxtverket).
- Turistrådets strategiska affärutvecklingsarbete har tre prioriterade teman; mat-, natur- och kulturturism.
- Turistrådets prioriterade marknader är följande. Sverige, Norge, Danmark, Tyskland, Frankrike, Storbritannien, USA och Kina. Arbetet på dessa marknader sker i samarbete med Visit Sweden och Göteborg & Co.
- Under 2017 har det nya verktyget Digital närvaro arbetats fram. Med hjälp av detta stöttar Turistrådet besöksnäringens verksamheter i Västsverige att utveckla egna och köpta marknadskanaler i syfte att utveckla affärerna ytterligare och ha en ständigt pågående kommunikation.
- Turistrådet har aktivt bearbetat utländsk media. Pressvärdet på berörda marknader uppgick under 2017 till 236 miljoner SEK.
- 38 utländska researrangörer och incoming-agenter besökte Västsverige på visningsresor under 2017, vilket har resulterat i 32 nya och/eller uppdaterade och bekräftade produkter i arrangörernas program under nästa år. Visningsresorna har genomförts tillsammans med Visit Sweden, Göteborg & Co samt aktörer i regionen.
- Hållbar produktutveckling (HPU) är ett treårigt projekt via Tillväxtverket där Turistrådet tillsammans med Västarvet (projektägare och projektledare) är utvalda tillsammans med sju andra regioner i Sverige. I projektet skall totalt 20 nya produkter/paket tas fram inom natur- och kulturturism.

2 Verksamhet

2.1 Viktigaste händelserna under perioden

Kommersiella gästnätter

Västsverige är landets största besöksnärlingsregion efter Stockholms län. Av de gästnätter som gjorts på hotell, stugbyar och vandrarhem runtom i landet, har Västsverige under januari-oktober stått för nära 16 %. För camping är motsvarande andel 19 %, och Västra Götalands län är det län i vilket det görs i särklass flest campingövernattningar i landet.

Storstadsregionernas betydelse för besöksnäringen är enorm, och storstäderna står för en mycket stor andel av landets gästnätter (exklusive camping). Detta är tydligt även i Västsverige, där Göteborgs stad har stått för 59 % av gästnätterna på hotell, stugbyar och vandrarhem i regionen under 2017.

Verksamheten 2017

Turistrådets verksamhet är indelad i tre huvudsakliga områden:

- Strategisk utveckling
- Företagsutveckling
- Marknad och kommunikation

Strategisk utveckling

Turistrådets strategiska affärutvecklingsarbete har tre prioriterade teman; mat-, natur- och kulturturism. Turistrådet verkar för att profilera destinationen med hjälp av dessa starka tematiska områden. Många besöker Västsverige för att uppleva smakrik mat och högkvalitativa måltider, ofta tillsammans med en aktivitet, till exempel skaldjurssafari. Unika råvaror, välrenommerade krogar och närproducerade delikatesser är starka tillgångar och en viktig del i de paket som utvecklas. Inom naturturism ligger fokus på aktiva upplevelser i naturen snarare än extrema äventyr. Till Västsverige kommer många för att vandra, klättra, cykla, rida eller paddla kanot och kajak. Kulturen bidrar till att stärka Västsverige som besöksmål, ofta i kombination med måltids- och naturturismupplevelsen.

Turistrådet har under många år investerat i kunskap både via beställda studier, statistik och egna analyser. Ett arbete med att systematiskt samla in besökardata påbörjades i början av 2016. Datainsamlingen sker genom besökarintervjuer ute i regionen. Till grund för metoden ligger ett generiskt intervjuformulär med frågor kring bland annat resesällskapets storlek, vistelselängd och dygnskonsumtion. Intervjuerna har gjorts under olika tider på året. Materialet går att nå genom ett antal olika verktyg och fungerar som kunskapsunderlag vid strategiska vägval, analyser och utvärderingar.

Under 2017 har det nya verktyget Digital närvaro arbetats fram. Med hjälp av detta stöttar Turistrådet besöksnärlingsverksamheter i Västsverige att utveckla egna och köpta marknadskanaler i syfte att utveckla affärerna ytterligare och ha en ständigt pågående kommunikation.

Företagsutveckling

Under året har en hel ny version av klassificeringssystemet Sverige-Norden-Världen tagits fram. Denna är anpassad och inriktad på att i större grad hjälpa verksamheterna med sin digitala marknadsföring.

Primärt arbetar Turistrådet med de verksamheter som enligt systemet klassificeras som Norden- och Världenföretag. För närvarande handlar detta om cirka 400 verksamheter. Alla verksamheter med Världen-klassificering har under året fått en egen kontaktperson hos Turistrådet – detta för att underlätta i kommunikation mellan såväl verksamheterna och Turistrådet som mellan verksamheterna och Turistrådets utvecklingspartners.

Utifrån marknads behov arbetar Turistrådet med ett fåtal produkter som kategoriseras som ”avancerade”. Det är produkter som oftast är komplexa och har många olika delprodukter och företag involverade. Turistrådet är med i starten av produktutvecklingen för att starta igång samverkan och skapa förutsättningar för att involverade verksamheter utvecklar produkten efter marknads behov.

Marknad och kommunikation

Turistrådet arbetar med marknadsföring av Västsverige som destination både i Sverige och i utlandet. Syftet är att bygga kännedom om destinationen och att inspirera till besök. All marknadsföring och kommunikation möter målgrupperna i de kanaler de använder mest – Turistrådet och destinationen Västsverige ska vara där besökarna är. Via webbplatser, socialmedia, nyhetsbrev, press, influencers, digitala kampanjer och samarbeten med researrangörer ska kommunikationen vara ständigt pågående.

En stor internationell framgång under 2017 var ”The 72 Hour Cabin”.

Kommunikationskonceptet är en del av regeringens satsning på programmet Hållbar natur- och ekoturism på landsbygden. Visit Swedens målgruppsanalyser visar att intresset för svensk natur är stort bland utländska Sverigeresenärer, och för att attrahera denna målgrupp togs konceptet ”the 72 Hour Cabin” fram. I början av september flyttade fem deltagare med stressiga yrken från Frankrike, Tyskland, USA och Storbritannien in i varsitt specialbyggt- och designat glashus på den dalsländska ön Henriksholm. Syftet med deras vistelse i Dalsland var att under 72 timmar delta i en studie initierad av Visit Sweden och genomförd i samarbete med Turistrådet. Under de 72 timmarna fick deltagarna pröva på alltifrån fiske, vandring och paddling till matlagning över öppen eld. Deras hälsa följdes kontinuerligt upp under dessa 72 timmar, med hjälp av forskare från Karolinska institutet. Resultaten visade bland annat att deltagarnas självskattade stressnivåer gick ner med hela 70 procent.

Det blev en PR-succé för ”The 72 Hour Cabin”. 223 artiklar i 34 länder, minst 1 200 inlägg i sociala medier, fler än 60 blogginlägg och en total räckvidd på över 584 miljoner. Dessutom gjordes en film som via det amerikanska mediebolaget ATTN:s Facebooksida har nått över 5 miljoner visningar, 58 750 delningar och 9 900 likes i skrivande stund. För att ta tillvara på den uppmärksamhet som Dalsland har fått internationellt, så har ett arbete tillsammans med besöksnäringen kring att profilera Dalsland som naturdestination, påbörjats under hösten.

Det råder relativt låg kännedom om Västsverige som destination internationellt. Ett sätt att nå specifika målgrupper både i inspirations- och bokningsfasen är att bearbeta det internationella reseledet. De känner väl till sina målgrupper och dess boknings- och resebeteende. Turistrådet har främst bearbetat reseledet på den tyska marknaden, men har även gjort insatser i

Storbritannien, USA och Kina. De researrangörer som Turistrådet samverkar med, har under året genomfört ett flertal marknadsaktiviteter där Västsverige har funnits med.

På den svenska marknaden genomfördes under 2017 ett antal olika kampanjer. Bland dessa kan Expedition Bohuslän (samarbete mellan sex stora kulturbesöksmål), Världens Svettigaste konstrunda (Tjörn Triathlon i samverkan med Skulptur i Pilane och Nordiska Akvarellmuseet) samt Vår bästa tid är nu (konferenskampanj med boendeanläggningar i Bohuslän) nämnas.

2.2 Verksamhetens miljöarbete

Energi

Turistrådet hyr lokaler om 638 m² på Vasagatan 45 i Göteborg. Enligt fastighetens energideklaration från 2009-10-01 använder huset 95 kWh/m² och år, varav el utgör 7 kWh/m². Liknande hus förbrukar 103 - 145 kWh/m². Utöver detta förbrukar Turistrådet 14 416 kWh el per år, motsvarande 22,6 kWh/m². Turistrådet köper miljömärkt el.

Turistrådet kommer under 2019 att flytta till nya Regionens hus i Göteborg.

Kemikalier

Turistrådet inhandlar inredning och textilier med säkerställda höga kemikaliekrav. Under 2017 har ingen ny inredning eller textilier inhandlats.

Turistrådet inhandlar endast miljömärkta förbrukningsartiklar för renhållning med mera.

Turistrådet använder PC-datorer från HP samt iPhones. Den genomsnittliga användningstiden av denna utrustning är 3 år.

Livsmedel

Turistrådet har ingen måltidsservering. I den mån Turistrådet köper in livsmedel, till exempel frukt och arbetsrelaterade luncher och fika inhandlas i första hand ekologiska och närproducerade varor.

Avfall

Turistrådet källsorterar organiskt avfall, glas, papper, kartong, plast, metall, elektronik.

Transporter

Turistrådets samtliga medarbetare tar sig till och från arbetsplatsen med kollektivtrafik eller cykel.

Företaget har köpt in abonnemang för Styr & Ställ så att medarbetarna kan cykla till möten.

Turistrådet innehar en företagsbil som kan bokas av samtliga medarbetare. Denna används uteslutande för tjänsteresor. Under 2017 kördes företagsbilen 2587 mil.

Bokning av hyrbilar sker endast i de fall som företagsbilen redan är upptagen. Under 2017 kördes hyrbilar 1703 mil. Turistrådet hyr endast miljömärkta bilar.

Några av Turistrådets medarbetare använder egen bil för tjänsteresor. Totalt kördes 7092 mil i tjänsten i privata bilar.

Turistrådets övriga hållbarhetsarbete

- 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.

- Kunskapsöverföring inom hållbarhet

Turistrådet erbjuder ett omfattande program av utbildningsinsatser i form av seminariedagar, webinarier och föredrag. Några av föredragen med koppling till hållbarhet har handlat om matsvinn, nudging och prissättning. Turistrådet har också erbjudit mera omfattande utbildningsinsatser med heldagsseminarier inom till exempel affärsmannaskap och hur man verkar för en traffickingfri besöksnäring.

- Sverige-Norden-Världen

För att använda Turistrådets resurser optimalt används ett egenutvecklat system för kategorisering av besöksnäringens verksamheter som kallas Sverige-Norden-Världen. Systemet 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.

- Socialt, ekonomiskt och ekologiskt hållbara produkter

Inom Turistrådets produktutvecklingsarbete är hållbarhet centralt för alla steg i utvecklingsprocessen. Dels säkerställs det inledningsvis att det finns en efterfrågan på produkten, vilket gör den ekonomiskt hållbar, dels involveras lokalsamhället för att säkerställa den sociala hållbarheten och slutligen involveras endast verksamheter med miljöledningssystem och en uttalad vilja att arbeta hållbart vilket har betydelse för den

ekologiska hållbarheten.

- 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 omfattande 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.

- Anställd forskare inom hållbarhet och delningsekonomi

Turistrådet har under 2016 – 2019 en forskare anställd inom ramen för ett forskningsprojekt vars huvudsyfte är att öka kunskapen om turismens hållbara utveckling. Fallstudier genomförs med fokus på hur olika dimensioner av hållbarhetsarbete kan realiseras inom delningsekonomin respektive inom besöksnäringen i samhällsplaneringen, samt när det gäller att hantera ökade volymer av turister i mindre samhällen. Vid sidan om forskningsprojektet utgör forskaren en resurs i Turistrådets löpande hållbarhetsarbete.

- Semesterkalkylator

I samarbete med Chalmers, Göteborgs universitet, Göteborgs Stad och Göteborg & Co ingår Turistrådet i ett projekt med syfte att ta fram en digital kalkylator som kan 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.

- Modell för att mäta branschens koldioxidpåverkan

Turistrådet håller på att ta fram en modell för att beräkna besöksnäringens påverkan på koldioxidutsläpp. Syftet med modellen är att öka kunskapen om hur olika delar av besöksnäringen bidrar till klimatpåverkan och därmed ge underlag för att styra strategiska satsningar mot så låg klimatpåverkan som möjligt.

- 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 Swedish Welcome 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.

- Insatser för att minska strandskräpet

Ett stort miljöproblem för den kustnära turismen är den stora mängden ilandflutet skräp i Bohuslän. Turistrådet har engagerat sig i denna fråga och på olika sätt belyst problemet i syfte att påverka såväl stat som kommuner att vidta åtgärder. Turistrådet samarbetar också med de organisationer som verkar för strandstädning.

- Diplomerade genom Göteborgs stads miljödiplomering

Det interna miljöarbetet har hög prioritet inom Turistrådet. Som stöd i arbetet använder sig Turistrådet av Göteborgs Stads miljödiplomering. Systemet innebär att Turistrådet har en miljöpolicy, utbildar personal och styrelseledamöter inom hållbarhet, årligen sätter upp och följer upp mål för hållbarhetsarbetet, följer ett antal miljöindikatorer för verksamheten med mera.

2.3 Folkhälsa

Turistrådet verkar för att göra Västsverige mer attraktivt för såväl besökare som regionens invånare. Utvecklingsarbete och marknadsföring sker inom tre teman, Mat, Natur och Kultur.

Arbetet 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. Inom Natur är utvecklingen inriktad främst på cykling, vandring, paddling, fiske och båtliv.

En förutsättning för framgångsrik naturturism är en god infrastruktur i form av cykel- och vandringsleder, vilket är ett högprioriterat område inom Turistrådets verksamhet. 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. Detta bidrar positivt till folkhälsan.

2.4 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. I vissa fall är Turistrådet också behjälpligt vid inventeringar i databasen. På Turistrådets hemsida kan besökare få information om tillgängligheten till olika besöksmål utifrån olika rättighetsperspektiv. Sidan www.vastsverige.com granskas kontinuerligt ur funktionshindersynpunkt.

Turistrådet ska ha en saklig lönebildningsprocess som är rättssäker, kvalitativ och marknadsmässig. Turistrådet utgår i detta arbete från Västra Götalandsregionens lönepolicy. Samtliga medarbetare har ett lönesamtal och ett utvecklingssamtal med sin närmsta chef varje år. En analys med kommentarer av löneskillnader mellan kvinnor och män som utför lika eller likvärdigt arbete genomförs varje år.

Turistrådet strävar efter en jämställd könsfördelning. Under de senaste åren har vi systematiskt arbetat för att öka andelen män. Sedan 2013 har andelen män ökat från cirka 20 procent till cirka 30 procent.

2.5 Verksamhetens säkerhets- och beredskapsarbete

För att analysera företagets risker används Coso-modellen. Ledningen identifierar risker och analyserar konsekvenser om de skulle inträffa och sannolikheten att så sker. Riskerna kategoriseras som strategiska, operationella, finansiella eller brist på efterlevnad. Uppföljning av riskbedömningarna sker minst en gång per år under ledning av VD och fastställs av styrelsen.

Ansvaret för informationssäkerhet är fördelat på IT-ansvarig (hanterar säkerhet kopplat till IT-miljön) och arkivansvarig. I dokumenthanteringsplanen anges följande:

Informationstyp, Avdelning, Sortering, Lagringstid, Fysisk lagring, Digital lagring, Klassning av informationssäkerhet samt eventuella kommentarer.

Även risker kring informations- och IT-säkerhet analyseras och följs upp enligt Coso-modellen.

2.6 Redovisning av genomförd intern kontroll 2017

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

Som ett resultat av det interna kontrollarbetet har åtgärder vidtagits under året för att ytterligare minimera riskerna. Exempel på detta är förstärkt bemanning inom ekonomifunktionen för att minska sårbarheten, minskat beroende av externa leverantörer inom IT, inledd diskussion med VGR IT kring övertagande av IT-drift, ökat nyttjande av Västra Götalandsregionens offentliga upphandlingar för att minska risken för felaktigheter kopplade till LOU.

2.7 Systematiskt förbättringsarbete

Turistrådet har tagit fram en ny affärsplan för 2018 - 2020. Den beskriver tydligt hur verksamheten bedrivs inom utveckling och marknadsföring. Organisationen är förtydligad för

att bättre spegla företagets inriktning. Verksamheten följs upp kontinuerligt genom nyckeltal kopplade till fastställda indikatorer.

Turistrådets arbetsplats skall kännetecknas av arbetsglädje, ett hållbart arbetsliv och hälsoskapande arbetsmiljö. Samtliga medarbetare har årliga utvecklingssamtal. Under utvecklingssamtalet behandlas frågor kring kompetensutveckling. Merparten av alla medarbetare har fått del av kompetensutveckling under året. Samtliga anställda har en funktionsbeskrivning. Dessa beskrivningar följs upp i samband med lönesamtal och utvecklingssamtal. Personalmötena ger möjlighet att gemensamt arbeta med planering och utveckling av verksamheten.

Turistrådets arbete med intern kontroll och styrning regleras i ett dokument som är antaget av styrelsen. Varje år genomför bolaget en risk- och sårbarhetsanalys och riskerna följs upp systematiskt och utvärderas som ett led i förbättringsarbetet.

2.8 Inköp

Turistrådet har implementerat den regiongemensamma inköspolicyn så långt det har varit möjligt. VGR Inköp har inte haft möjlighet att fullt ut tillgodose Turistrådets behov och beslut har nu fattats om att bolagen själva sköter bolagsspecifika inköp. Turistrådet deltar i de regiongemensamma upphandlingar som är relevanta. Vid offentliga upphandlingar som överstiger gränsvärdet bistår regionens jurister Turistrådet.

3 Mål och fokusområden

3.1 Västra Götaland ska sträva efter det hållbara samhället med tillväxt av jobb och företag i hela regionen

3.1.1 Arbetsmarknaden ska utvidgas genom hållbara transporter och samverkan med näringsliv och forskning i Västra Götaland

3.1.1.1 Göra Västra Götaland till modell för hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land

Turistrådet har under 2017 prioriterat, det av regionfullmäktige utpekade, fokusområdet hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land. Följande insatser har genomförts:

- Utveckling av restauranger på landsbygden genom Smaka på Västsverige, samarbete mellan restauranger och producenter samt samspel mellan stad och region inom matturismområdet.

Smaka på Västsverige är namnet på det samarbete som Turistrådet bedriver tillsammans med Lokalproducerat i Väst. Smaka på Västsverige arbetar med produkt- och kvalitetsutveckling inom matområdet, både utifrån ett besöksnäring- och ett producentperspektiv. Inom ramen för Smaka på Västsverige ansvarar Turistrådet för utveckling och certifiering av restauranger som håller hög kvalitet och arbetar med närproducerade och ekologiska råvaror. Under året har 45 restauranger, 40 producenter och 8 gårdsbutiker ingått i nätverket. Ett nära samarbete har också skett med restauranger i Göteborg genom Turistrådets samarbete med Göteborg & co och Göteborgs restaurangförening.

PÅGÅR

- Utveckling av turistföretag på landsbygden

Turistrådet stödjer besöksnäringföretag på den västsvenska landsbygden.

Fyra utbildningsverktyg tillhandahålls;

Digital närvaro – systematisk utveckling av verksamheternas synlighet i digitala marknadsföringskanaler

Swedish Welcome – kvalitets- och hållbarhetsrådgivning

Företagsspelet Inspirator – Utbildning i affärsmannaskap

Värdskap Västsverige – Digital värdsbudsutbildning

Utöver ovan insatser stödjer Turistrådet också verksamheterna med rådgivning och underlättar produktutveckling genom att skapa nätverk verksamheterna emellan.

PÅGÅR

- Ledutveckling i samarbete med Västarvet

Under 2016 startade Turistrådet i samarbete med Västarvet projektet Hållbar produktutveckling. Projektet medfinansieras av Tillväxtverket och det övergripande syftet är

att stärka besöksnäringen i Västsverige genom produktutveckling inom natur- och kulturturism. Inom projektet har fem leder valts ut. Lederna, som både erbjuder vandring och cykling, kombineras med utbudet från de besöksnäringföretag som verkar i anslutning till lederna.

PÅGÅR

- Framtagande och implementering av verktyg för översiktsplanering kopplad till besöksnäringen

För en hållbar utveckling av den västsvenska besöksnäringen krävs det att besöksnäringens behov beaktas i översiktsplaneringen. För att underlätta för kommunerna att ta hänsyn till besöksnäringen har Turistrådet utvecklat ett verktyg som gör det möjligt att visualisera besöksnäringen med hjälp av GIS-skikt i de planeringsverktyg som används i kommunerna. Verket används nu i flera kommuner i Västsverige.

PÅGÅR

- Turistisk marknadsföring av Västsverige

Den urbana turismen växer snabbare än landsbygdsturismen. Städerna lockar mest och landsbygdsturism i anslutning till städerna har stor potential. Samspelet stad och land blir allt viktigare.

Turistrådet bedriver turistisk marknadsföring riktad mot så väl den svenska marknaden som prioriterade utlandsmarknader. Marknadsföringen bedrivs genom digitala kanaler, bearbetning av journalister och researrangörer samt genom kampanjer som kombinerar olika kommunikationskanaler.

PÅGÅR

3.1.2 Klimatutsläppen från fossilbränsle i Västra Götaland samt verksamhetens direkta miljöpåverkan ska minska

3.1.2.1 Utveckla Göteborgs Botaniska trädgård

Turistrådet för en kontinuerlig dialog med ledningen för Göteborgs botaniska trädgård och bistår med rådgivning ur besöksnäringssynpunkt. I Turistrådets affärsplan är trädgårdsturism en prioriterad reseanledning och lyfts därför i marknadsföringen.

Turistrådet har genomfört en träff för Västsveriges besöksnäring på restaurang AnyDay i Botaniska trädgården. I samband med detta erbjöds guidade visningar av trädgården samt information om verksamheten.

4 Personal

4.1 Chefsförutsättningar

Turistrådet har under 2017 genomfört en mindre organisationsförändring, bland annat i syfte att uppnå normtalet för antalet underställda medarbetare per chef. Den avdelning som enbart bestod av tre personer har lagts ner. Tjänsterna har flyttats till andra avdelningar inom verksamheten. Turistrådet har därmed en VD och tre avdelningschefer fördelat på 38 medarbetare.

4.2 Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys

År 2016 hade Turistrådet 32 årsanställda. För 2017 är motsvarande siffra 35 årsanställda. Ökningen av antalet anställda kan hänföras till en årsanställd på visstid inom webbutveckling, en årsanställd forskare på visstid, en årsanställd tillsvidare inom Marknad & Kommunikation, en årsanställd tillsvidare inom Strategisk utveckling. Under året har motsvarande en årsanställning inom strategisk utveckling avslutats.

Turistrådet har varken mertid eller övertid.

Den totala personalkostnaden ökade under 2017 med cirka 2 MSEK och uppgick till 22,1 MSEK. Ökningen hänförs till tre nya heltidstjänster samt generella årliga lönerevideringar.

5 Ekonomiska förutsättningar

5.1 Ekonomiskt resultat

Strategiskt mål för Turistrådets ekonomi och budget är att inom givna ramar och i enlighet med uppdraget skapa mest möjliga nytta för utvecklingen av turismen i Västra Götaland.

Bokslut och årsredovisning är upprättade enligt givna instruktioner och i enlighet med för bolaget gällande lagar. Både vad gäller rapportering mot Västra Götalandsregionen samt som aktiebolag gentemot Bolagsverket.

Verksamheten under 2017 som beskrivits ovan har i allt väsentligt följt den ekonomiska planeringen. Grundbidraget från Västra Götalandsregionen är oförändrat jämfört med 2016. Övrig omsättning har ökat med knappt 1,8 Msek, jämfört med förra året, vilket beror på att Turistrådet i år haft fler bidragsgivande projekt.

Turistrådets omsättning för 2017 uppgick till 56 466 Tkr (f.år 54 700 Tkr).

Av årets omsättning representerar det anslag som Västra Götalandsregionen ger till Turistrådet 52,0 Mkr (f.år 52,0 Mkr).

Personalkostnaderna uppgår till 22 746 Tkr (f.år 20 843 Tkr).

Under året har ett stort arbete med att förnya webbplatsen vastsverige.com gjorts. En del av den tidigare webbplatsen har uttrangerats vilket belastat årets resultat med 667 tkr.

Årets resultat uppgår till 105 Tkr (f.år 19 Tkr). Budget för helår var ett nollresultat.

Bolagets Egna Kapital uppgår, inkl. årets resultat, till 7 026 Tkr (f.år 6 921 Tkr).

Balansomslutningen i Turistrådet Västsverige AB uppgår per 2017-12-31 till 15 546 Tkr (f.år 17 036 Tkr). Soliditeten har ökat till 45,4 % (i bokslutet 2016-12-31 var den 41,4 %).

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

5.1.1 AR05 RR-rapport Utförare regional utveckling

Årsvärden					
Resultaträkning (mnkr)	Utfall 1712	Budget 1712	Utfall 1612	Avvikelse budget/utfall	Förändring utfall/utfall %
Driftbidrag från nämnd inom regionen	52,0	52,0	52,0	0,0	0,0%
Statsbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga erhållna bidrag	0,6	0,9	0,3	-0,3	98,7%
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	3,9	2,6	2,4	1,3	61,3%
Verksamheten intäkter	56,5	55,5	54,7	1,0	3,2%
Personalkostnader, inkl. inhyrd personal	-22,7	-22,4	-20,8	-0,4	9,1%
Direkta trafik kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	

Verksamhetsanknutna tjänster	-26,9	0,0	0,0	-26,9	
Material och varor, inkl förbrukningsmaterial	-0,2	-0,2	-0,4	0,0	-57,9%
Lokal- och energikostnader	-2,3	-2,4	-2,4	0,1	-6,0%
Lämnade bidrag	-0,3	0,0	0,0	-0,3	
Övriga tjänster, inkl konsultkostnader	-0,7	0,0	0,0	-0,7	
Övriga kostnader	-2,1	-29,4	-30,0	27,3	-92,9%
Avskrivningar	-1,2	-1,2	-0,9	-0,1	37,4%
Verksamhetens kostnader	-56,4	-55,5	-54,6	-0,9	3,4%
Finansiella intäkter/kostnader m.m.	0,0	0,0	0,0	0,0	
Obeskattade reserver	0,1	0,0	-0,1	0,1	
Resultat	0,1	0,0	0,0	0,1	

5.2 Åtgärder vid ekonomisk obalans

Turistrådet Västsverige AB har inget underskott och därmed ingen ekonomisk obalans.

5.3 Eget kapital

Förändring av Eget kapital har endast skett med tillskott av årets positiva resultat om 105 Tkr.

5.4 Investeringar

Turistrådet Västsverige har under året inte gjort några investeringar.

6 Bokslutsdokument och noter

	Not	Utfall	Utfall
Resultaträkning (Tkr)		1712	1612
Verksamhetens intäkter	1	56 466	54 700
Verksamhetens kostnader	2	-55 262	-53 718
Avskrivningar och nedskrivningar		-1 228	-894
Verksamhetens nettokostnader		-24	88
Finansnetto		0	0
Erhållna/lämnade bidrag spec. beslut		0	0
Erhållna/lämnade regionbidrag		0	0
Obeskattade reserver (bolagen)		129	-69
Årets resultat		105	19
	Not	Utfall	Utfall
Kassaflödesanalys (Tkr)		1712	1612
Löpande verksamhet			
Årets resultat		105	19
Investeringsbidrag		0	0
Avskrivningar	3	1 228	894
Utrangeringar/nedskrivningar	3	667	9
Reavinster/-förluster sålda anläggningstillgångar		0	0
Avsättningar		0	0
Obeskattade reserver (bolagen)		-128	69
Kassaflöde från löpande verksamhet före förändring av rörelsekapital		1 872	991
Förändring av rörelsekapital			
Ökning-/minskning+ av förråd		0	0
Ökning-/minskning+ av kortfristiga fordringar		-1 742	-4 363
Ökning+/minskning- av kortfristiga skulder		-1 467	-1 937
Kassaflöde från löpande verksamhet		-1 337	-5 309
Förändring av redovisningsprincip		0	0
Förändring av eget kapital		0	1
Korrigerig omklassificering anläggningstillgångar		0	0
Investeringsverksamhet			
Investeringar		0	-1 030
Momsjustering vid överlåtelse		0	0
Anläggningstillgångar överfört mellan enheter		0	0
Försäljningar anläggningstillgångar		0	0
Aktier och andelar		0	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten		0	-1 030
Finansieringsverksamhet			
Ökning-/minskning+ av långfristiga fordringar		-130	0
Ökning+/minskning- av långfristiga skulder		0	0
Erhållna/lämnade bokslutsdispositioner		0	0
Justering för årets aktiverade investeringsbidrag		0	0

	Not	Utfall	Utfall
Förändring aktiekapital		0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-130	0
ÅRETS KASSAFLÖDE		-1 467	-6 338
Ingående likvida medel och kortfristiga placeringar		7 055	13 393
Utgående likvida medel och kortfristiga placeringar		5 588	7 055
Kontroll av årets kassaflöde		-1 467	-6 338
Differens		0	0
	Not	Utfall	Utfall
Balansräkning (Tkr)		1712	1612
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	3	444	2 250
Materiella anläggningstillgångar			
- byggnader och mark		0	0
- maskiner och inventarier	3	197	286
- pågående investeringar		0	0
Finansiella anläggningstillgångar		409	279
Summa anläggningstillgångar		1 050	2 815
Omsättningstillgångar			
Förråd		0	0
Kortfristiga fordringar		8 908	7 166
Kortfristiga placeringar		0	0
Likvida medel		5 588	7 055
Summa omsättningstillgångar		14 496	14 221
Summa tillgångar		15 546	17 036
Eget kapital			
Eget kapital		6 921	6 901
Bokslutsdispositioner		0	0
Årets resultat		105	19
Summa eget kapital		7 026	6 921
Avsättningar		37	165
Skulder			
Långfristiga skulder		0	0
Kortfristiga skulder		8 483	9 950
Summa skulder		8 483	9 950
Summa eget kapital, avsättningar och skulder		15 546	17 036

Not 1 Nettoomsättning		
	2017-01-01 -2017-12-31	2016-01-01 -2016-12-31
Bidrag från Västra Götalandsregionen	52 400	52 200
Övriga intäkter	4 066	2 500
Summa	56 466	54 700

Not 2 Personalkostnader		
	2017-01-01 -2017-12-31	2016-01-01 -2016-12-31
Styrelse och VD	1 279	1 244
Övriga anställda	14 325	12 913
Summa	15 604	14 157
Sociala kostnader	4 887	4 435
Pensionskostnader	1 603	1 586
Summa	22 093	20 179

Not 3 Anläggningstillgångar	Immateriella	Övr maski-	
	tillgångar	ner o invent	Totalt
IB anskaffningsvärde	3 000	1 267	4 267
Årets anskaffningar	0	0	
Anskaffningsvärde sålt	0	0	
Anskaffningsvärde utangerat	-1 200	-57	-1 257
Anskaffningsvärde omklassificering inom enheten	0	0	
Anskaffningsvärde överfört mellan enheter	0	0	
Korrigerig anskaffningsvärde	0	0	
UB anskaffningsvärde	1 800	1 210	3 010
IB ackumulerade avskrivningar	-750	-981	-1 731
Årets planmässiga avskrivningar	-1 139	-89	-1 228
Årets nedskrivningar	0	0	
Ackumulerade avskrivningar, sålt	0	0	
Ackumulerade avskrivningar, utangerat	533	57	590
Ackumulerade avskrivningar, omklassificering	0	0	
Ack. avskrivningar, överfört mellan enheter	0	0	
Korrigerig ackumulerade avskrivningar	0	0	
UB ackumulerade avskrivningar	-1 356	-1 013	-2 369
Planenligt restvärde	444	197	641

7 Övrig rapportering

7.1 Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse

Uppföljning av indikatorer för Turistrådet 2017

Övergripande mål - indikatorer

Besöksnäringens omsättning

Omsättningen för besöksnäringen i Västsverige uppgick år 2016 till 45 Mdr SEK, att jämföra med 42 Mdr SEK för 2015 (enligt beräkningar från HUI).

Antal helårsarbeten i besöksnäringen

Antal helårsarbeten inom besöksnäringen i Västsverige uppgick år 2016 till 28 800, att jämföra med 27 700 för 2015 (enligt beräkningar från HUI).

Västsveriges andel av totala antalet gästnätter i Sverige

Västsveriges andel av totala antalet gästnätter i Sverige var 15,8 procent år 2016, att jämföra med 16,1 procent år 2015.

Verksamhetens mål - indikatorer

Resultat av NKI utifrån årliga kundundersökningar

Turistrådet lät under 2017 genomföra en mätning av Nöjd kund-index (NKI), motsvarande den undersökning som gjordes 2015 och 2016. Vi bytte leverantör men metoden förblev densamma som tidigare, detta för att undersökningsresultaten skall vara jämförbara mellan åren. Undersökningen gick ut till cirka 200 företag som Turistrådet arbetat med under de senaste åren. NKI-måttet baseras på helhetsomdömet av Turistrådet, hur väl företagens förväntningar på Turistrådet uppfyllts samt hur nära en ideal verksamhet man anser Turistrådet vara. Resultatet blev ett övergripande NKI om 67, att jämföra med 65 för 2016 och 63 för 2015.

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 198 (169) företag på Världen-nivå och 213 (159) på Norden-nivå.

Antal verksamheter i Swedish Welcome

Under 2017 har 45 verksamheter fått rådgivning inom Swedish Welcome, varav 31 nytillkomna. Totalt har nu 96 verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning inom Swedish Welcome.

Antal verksamheter i värds kapsutbildning

Turistrådet erbjuder en digital värds kapsutbildning. Under 2017 genomförde totalt 482 personer utbildningen och totalt har 858 personer genomfört utbildningen sedan starten.

Pressvärde

Totalt har 107 utländska journalister och bloggare besökt Göteborg och Västsverige under

2017 i samarbete med VisitSweden, externa PR-byråer och Göteborg & Co. Förra året besökte 100 journalister regionen. Det har publicerats stora reportage i många prestigefyllda internationella tidningar och magasin såsom The Guardian, AFAR och Lonely Planet. Pressvärdet på de berörda marknaderna 2017 uppgick till cirka 236 miljoner SEK.

Trafik till webbplatser och sociala kanaler

Under 2017 gjordes cirka 3,5 miljoner besök på vastsverige.com. Motsvarande siffra under 2016 är cirka 3 miljoner besök.

Antalet följare på Turistrådets Facebook-sidor är cirka 90 000.

Antalet följare på Turistrådets Instagram-sidor är cirka 15 000.