

Detaljbudget 2019

Turistrådet Västsverige AB



Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	3
2	Mål och fokusområden	4
2.1	Västra Götaland ska sträva efter det hållbara samhället med tillväxt av jobb och företag i hela regionen.....	4
2.1.1	Arbetsmarknaden ska utvidgas genom hållbara transporter och samverkan med näringsliv och forskning i Västra Götaland.....	4
2.1.1.1	Göra Västra Götaland till modell för hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land.....	4
2.1.2	Klimatutsläppen från fossilbränsle i Västra Götaland samt verksamhetens direkta miljöpåverkan ska minska.....	4
2.1.2.1	Utveckla Göteborgs Botaniska trädgård.....	4
3	Ökat fokus på kostnadskontroll, ekonomi i balans, tillgänglighet och produktivitet	5
3.1	Kostnadskontroll samt ekonomi och verksamhet i balans	5
4	Ekonomiska förutsättningar	6
4.1	Ekonomiskt resultat.....	6
4.1.1	SD05 Sammanställd detaljbudget Utförare regional utveckling.....	6
4.2	Eget kapital och obes kattade reserver	6
4.3	Investeringar.....	6
5	Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse	7

1 Sammanfattning

I budgetförslaget för 2019 beräknas intäkterna uppgå till 57,4 Mkr. Anslaget från VGR/RUN är 54,1 Mkr (f. år 53,0). Vid sidan av det ordinarie uppdraget från Västra Götalandsregionen räknar vi med att under 2019 ha övriga intäkter från Västarvet/Tillväxtverket, Visit Sweden, kommuner och företag. Totalt beräknas de övriga intäkterna uppgå till 3,3 MSEK. Vi planerar för ett nollresultat för 2019.

Turistrådet Västsverige fortsätter under 2019 prioritera en utveckling för hållbar tillväxt i den västsvenska besöksnäringen. Detta sker genom marknadskommunikation, strategisk utveckling och företagsutveckling samt kompetensutveckling för besöksnäringen i regionen. Marknadsföringsuppdraget riktas mot såväl den utländska som den svenska marknaden.

2 Mål och fokusområden

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

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

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

Bland de av regionfullmäktige utvalda fokusområdena för Västra Götalandsregionen kommer Turistrådet även under 2019 att prioritera ”Göra Västra Götaland till en modell för hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land”.

Turistrådet planerar att agera inom följande områden för att bidra till fokusområdet:

- Utveckling av restauranger på landsbygden genom ”Smaka på Västsverige”
- Samarbete mellan restauranger och producenter i samverkan med Lokalproducerat i Väst
- Utveckling av besöksnäringens verksamheter på landsbygden
- Satsning på samverkan mellan stad och landsbygd genom konceptet ”Runt Göteborg”
- Ledutveckling i samarbete med Västarvet, Västkuststiftelsen och kommuner i regionen
- Turistisk marknadsföring

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

2.1.2.1 Utveckla Göteborgs Botaniska trädgård

Turistrådet prioriterar även det utpekade fokusområdet ”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 som därför lyfts i marknadsföringen.

3 Ökat fokus på kostnads kontroll, ekonomi i balans, tillgänglighet och produktivitet

3.1 Kostnads kontroll samt ekonomi och verksamhet i balans

Vi har fortsatt god kostnads kontroll samt en ekonomi i balans.

4 Ekonomiska förutsättningar

4.1 Ekonomiskt resultat

4.1.1 SD05 Sammanställd detaljbudget Utförare regional utveckling

Resultatbudget (mnkr)	Budget 1812	Prognos 1808	Budget 1912
Driftbidrag från nämnd inom regionen	53,0	53,0	54,1
Statsbidrag	0,0	0,0	0,0
Övriga erhållna bidrag	0,5	1,1	0,0
Biljettintäkter	0,0	0,0	0,0
Försäljning av tjänster	0,0	0,0	0,0
Hysesintäkter	0,0	0,0	0,0
Försäljning av material och varor	0,0	0,0	0,0
Övriga intäkter	2,2	1,9	3,3
Verksamhetens intäkter	55,7	56,0	57,4
Personalkostnader, inkl. inhyrd personal	-22,5	-22,5	-24,7
Direkta trafik kostnader	0,0	0,0	0,0
Verksamhetsanknutna tjänster	-25,9	-27,1	-26,0
Material och varor, inkl förbrukningsmaterial	0,0	-0,1	0,0
Lokal- och energikostnader	-2,5	-2,5	-2,4
Lämnade bidrag	0,0	0,0	0,0
Övriga tjänster, inkl konsultkostnader	-0,6	-0,7	-0,9
Avskrivningar	-0,5	-0,5	0,0
Övriga kostnader	-3,7	-2,2	-3,4
Verksamhetens kostnader	-55,7	-55,7	-57,4
Finansiella intäkter/kostnader m.m.	0,0	0,0	0,0
Obeskattade reserver	0,0	0,0	0,0
Resultat	0,0	0,3	0,0

4.2 Eget kapital och obeskattade reserver

Det budgeterade nollresultatet kommer inte att påverka bolagets eget kapital.

4.3 Investeringar

Turistrådet Västsverige räknar inte med att göra några investeringar under 2019.

5 Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse

Ansatsen i budgetarbetet styrs av Regionutvecklingsnämndens uppdrag till Turistrådet Västsverige för 2019 och av bolagets egen affärsplan.

Turistrådet Västsverige prioriterar följande insatser under 2019:

- Fortsatt driva destinationsutveckling i regionen genom aktivt utvecklingsarbete tillsammans med näringen och övriga aktörer
- Fortsatt satsning på marknadsföring mot prioriterade utlandsmarknader och Sverigemarknaden som ett led i hållbarhetsstrategin
- Som ett led i hållbarhetsstrategin och Västra Götalandsregionens satsning på samverkan mellan stad och landsbygd arbetas under 2019 det nya konceptet ”Runt Göteborg” in i ordinarie verksamhetsplan
- Fortsatt digitalt utvecklingsarbete
- Turistrådet ska delta i nätverk och projekt vilka syftar till att stärka förutsättningarna för en hållbar utveckling inom besöksnäringen
- Turistrådet ska medverka i utvecklingen av den interna samverkansplattformen inom koncernstaben för koordinering av frågor som berör besöksnäringen

Intäkter

Turistrådet Västsveriges intäktsbudget för 2019 uppgår totalt till 57,4 Mkr (f. år 55,7 Mkr).

Västra Götalandsregionens anslag:

För 2019 uppgår regionens anslag till 54,1 Mkr (53 Mkr).

Övriga intäkter:

För 2019 uppgår övriga budgeterade intäkter till 3,3 Mkr (2,7 Mkr). Dessa fördelas enligt följande:

- Kampanjsarbeten 1010 (Västgötaturen 500, Vinter/barmark Danmark 200, Expedition Bohuslän 210, Dalsland 100)
- Medlemsavgifter till Smaka på Västsverige 169
- Projektintäkter Hållbar Produktutveckling (HPU) via Västarvet/Tillväxtverket 450
- Intäkter i samband med konferensen ATTA World Summit 1500
- Försäljning av inventarier i samband med flytt 54
- Övrigt 74

För 2019 budgeteras ränteintäkter till noll.

Kostnader

En översiktlig summering av hela budgeten återfinns längst bak i materialet. Nedan redovisas detaljerad budget per kostnadsställe.

Kostnadsställena utgörs av:

- Gemensamma kostnader
- Strategisk utveckling och Analys
- Företagsutveckling

- Marknad & Kommunikation

Gemensamma kostnader

Jämfört med kostnadsbudget för 2018 räknar vi med att öka de gemensamma kostnaderna 2019 med ca 1,6 Mkr. Ökningen kan i huvudsak hänföras till personalkostnader.

Gemensamma kostnader	
Lokal	2 405
It-drift/Webb	1 715
Resor	560
Administration	499
Externt stöd	275
Övrigt	1 242
Styrelsen	493
Personal	24 073
Avskrivningar	124
SUMMA KOSTNADER	31 386

Strategisk utveckling och Analys

Vårt strategiska utvecklingsarbete är kopplat till våra teman och prioriterade reseanledningar. Vi verkar för att profilera och utveckla destinationen med hjälp av våra starka tematiska områden mat, natur och kultur.

Vi stödjer utvalda evenemang som förstärker de tematiska områdena, genom marknadsförings- och utvecklingsinsatser, men agerar aldrig arrangör. Vi stödjer också arbetet med att locka möten och kongresser till Västsverige.

Vi möter upp efterfrågan inom den accelererande delningsekonomin genom att satsa på vår egenutvecklade tjänst, Meet the locals. Här ges besökaren möjlighet att uppleva Västsverige ur lokalbefolkningens perspektiv.

Vi bedriver kunskapsöverföring inom flera områden. Till vår hjälp har vi tagit fram utvecklingsverktygen Swedish Welcome (kvalitet & hållbarhet), Värdskap Västsverige och Digital närvaro Västsverige samt konceptet Smaka på Västsverige.

Under 2019 har Turistrådet för avsikt att göra en ny satsning inom området kompetensförsörjning.

Vår analysverksamhet bedrivs i egen regi och kompletteras med köpta undersökningar. Syftet med analysverksamheten är främst att förse branschen med kunskap och beslutsunderlag, men också att följa upp resultaten av våra egna satsningar.

Totala satsningar inom Strategisk utveckling & Analys uppgår till 6,0 MSEK.

Strategisk utveckling - Generell	
Företagsstöd Webbutveckling	700
Meet the Locals	30
Swedish Welcome	78
Go Connect årsavgift	50
Kunskapsöverföring	200
Kompetensförsörjning	300
SUMMA KOSTNADER	1 358

Strategisk utveckling - Mat	
Smaka på Västsverige	310
Evenemang	50
Samarbete Göteborg	70
Exportprogram Måltidsturism	100
SUMMA KOSTNADER	530

Strategisk utveckling - Natur	
ATWS - ATTA World Summit	2 700
Dalsland Swim Run	20
Dalsland Gravel Bike Race	50
West Sweden Action Weeks	750
SUMMA KOSTNADER	3 520

Strategisk utveckling - Kultur	
Evenemang	100
SUMMA KOSTNADER	100

Strategisk utveckling – Möten & Konferenser	
Mässdeltagande IMEX och IBTM	140
SUMMA KOSTNADER	140

Analys	
Statistik	50
Undersökningar	181
Verktyg	92
SUMMA KOSTNADER	323

Företagsutveckling

Företagsutveckling syftar till att ge individuell hjälp till verksamheterna inom besöksnäringen för att de skall bli mer konkurrenskraftiga. Arbetet sker i nära samverkan med de lokala turistorganisationerna och övriga offentliga aktörer.

Inom Företagsutveckling får enskilda verksamheter hjälp med att ta del av våra marknadsföringsinsatser och att implementera det vi lär ut inom våra utbildningar; värdskap, kvalitet och hållbarhet och digital närvaro. Arbetet innefattar även att skapa nätverk verksamheterna emellan för att underlätta produkt- och affärsutveckling. Kostnaderna inom Företagsutveckling består av personalkostnader. Inga övriga kostnader budgeteras 2019.

Marknad & Kommunikation

Marknad & Kommunikation syftar till att bygga kännedom om destinationen och att inspirera till besök. Vi utgår från målgruppens intressen och drivkrafter och når besökarna genom webbplatser, sociala medier, nyhetsbrev, press, influencers, digitala kampanjer och samarbeten med researrangörer. Detta sker genom ökat fokus på ständigt pågående kommunikation, snarare än genom traditionella tidsbegränsade kampanjer.

Den inhemska marknadsföringen bedrivs i nära samarbete med besöksnäringens verksamheterna, de lokala turistorganisationerna och kommunerna. Vi står för konceptualisering och samordning av marknadsföringen, men det lokala initiativet och engagemanget är avgörande.

Vår internationella marknadsföring sker i nära samverkan med Visit Sweden och Göteborg & Co. Fokus ligger på närmarknaderna, men vi gör även insatser på vissa fjärrmarknader. I och med globaliseringen och digitaliseringen är de geografiska gränserna av mindre betydelse och språk och kanalval blir allt viktigare.

Under 2019 satsas 19 Mkr inom Marknad & Kommunikation.

Marknad & Kommunikation	
Redaktion & produktion av innehåll	1 600
Masterplan - Utlandsmarknadsföring	8 600
Sverigemarknadsföring	4 800
Övrigt externt stöd	850
Press, PR & Influencers	750
SEO/Adwords, Social media	900
Meet the Locals	500
EVENEMANG	
<i>Lysekil Women's Match</i>	50
<i>Gothenburg Horse Show</i>	150
<i>Vårgårda Cykel</i>	200
<i>Scandinavian Invitation Golf</i>	600
SUMMA KOSTNADER	19 000

Reserv

I resultatbudgeten ligger en reservpost på 1,0 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 som dyker upp under året.

Budget 2019 - Turistrådet Västsverige AB

INTÄKTER	
VGR Anslag	54 100
Övr intäkter	3 257
S:A INTÄKTER:	57 357
KOSTNADER	
Gemensamma kostnader	31 386
Strategisk utveckling och Analys	5 971
Marknad & Kommunikation	19 000
Reserv	1 000
S:A KOSTNADER:	57 357
RESULTAT	0