

Årsredovisning 2018
Turistrådet Västsverige AB



Innehållsförteckning

1	Sammanfattning	4
2	Verksamhet	5
2.1	Viktigaste händelserna under perioden	5
2.2	Verksamhetens miljöarbete	8
2.3	Folkhälsa	11
2.4	Mänskliga rättigheter och jämlik vård	12
2.5	Verksamhetens säkerhets- och beredskapsarbete.....	12
2.6	Lärdomar/förbättringsområden efter genomförd intern kontroll 2018.....	13
2.7	Systematiskt förbättringsarbete	13
2.8	Inköp	13
3	Mål och fokusområden	14
3.1	Västra Götaland ska sträva efter det hållbara samhället med tillväxt av jobb och företag i hela regionen.....	14
3.1.1	Arbetsmarknaden ska utvidgas genom hållbara transporter och samverkan med näringsliv och forskning i Västra Götaland.....	14
3.1.1.1	Göra Västra Götaland till modell för hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land.....	14
3.1.2	Klimatutsläppen från fossilbränsle i Västra Götaland samt verksamhetens direkta miljöpåverkan ska minska.....	15
3.1.2.1	Utveckla Göteborgs Botaniska trädgård.....	15
4	Personal	16
4.1	Chefsförutsättningar	16
4.2	Hälsa och arbetsmiljö	16
4.2.1	Sexuella trakasserier.....	16
4.3	Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys.....	16
5	Ekonomiska förutsättningar	17
5.1	Ekonomiskt resultat.....	17
5.1.1	Resultaträkning Utförare regional utveckling.....	17
5.1.2	Intäktsutveckling	18
5.1.3	Kostnadsutveckling	18
5.2	Åtgärder vid ekonomisk obalans.....	18
5.3	Eget kapital.....	18
5.4	Investeringar.....	18
6	Bokslutsdokument och noter	19
7	Övrig rapportering	22

7.1	Särskild återrapportering enligt beslut av regionfullmäktige	22
7.2	Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse.....	22

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 (Källa: HUI Research)

- Totalt genomfördes 9,6 miljoner gästnätter i Västsverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar under januari – november 2018. Det var 4,6 procent fler än under motsvarande period 2017 (Källa: SCB)

- Turistrådet har tre prioriterade temaområden; mat-, natur- och kulturturism.

- En internationell konferens inom matturism arrangerades under 2018.

- Inom naturturism har vandringsleder varit ett prioriterat område.

- Turistrådet tar en aktiv roll inom kulturturism och det nationella programmet Swedish Design Moves.

- Under 2018 har det nya verktyget Digital närvaro lanserats. Med hjälp av detta stöttar Turistrådet besöksnäringens verksamheter i Västsverige med att utveckla sin exponering i digitala marknadskanaler.

- Turistrådet prioriterar Sverige och närmarknaderna Norge, Danmark, Tyskland, Frankrike, Holland och Storbritannien. Viss bearbetning sker även på fjärrmarknaderna USA och Kina. Arbetet på internationella marknader sker i samarbete med Visit Sweden och Göteborg & Co.

- Turistrådet har aktivt bearbetat utländska journalister och influencers. Pressvärdet på berörda marknader uppgick under 2018 till 226 miljoner SEK.

- Ett flertal utländska researrangörer besökte Västsverige på visningsresor under 2018, vilket har resulterat i nya och/eller uppdaterade produkter i arrangörernas program för nästa år.

- Flera framgångsrika kampanjer har bedrivits under året, t. ex. ”Båtluffa i Bohuslän”, ”Västgötaturen” och ”Samtidigt i Ulricehamn”.

- Arbetet med stöd till och marknadsföring genom evenemang har utökats under 2018.

2 Verksamhet

2.1 Viktigaste händelserna under perioden

Utvecklingen av gästnätter i Västsverige

Västsverige är landets största besöksnärlingsregion efter Stockholms län. Totalt genomfördes 9,6 miljoner gästnätter i Västsverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar under januari – november 2018. Det var 4,6 procent fler än under motsvarande period 2017.

Västsveriges andel av gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar i Sverige var 16,7 procent år 2018 (januari - november), att jämföra med 16,6 procent motsvarande period år 2017.

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 2018 (januari-november).

Gästnattsstatistiken för helåret 2018 levereras av SCB först i februari men allt tyder på att 2018 var ett nytt rekordår med över 10 miljoner gästnätter på Västsveriges hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar.

Turistrådets verksamhet 2018

Turistrådets verksamhet är indelad i tre huvudsakliga områden:

- Strategisk utveckling
- Företagsutveckling
- Marknad och kommunikation

Strategisk utveckling

Strategisk utveckling - Generellt

Turistrådet har tre prioriterade teman; mat-, natur- och kulturturism och verkar för att profilera destinationen med hjälp av dessa. Många besöker Västsverige för att uppleva smakrik mat och högkvalitativa måltider, ofta tillsammans med en aktivitet. Unika råvaror, välrenommerade krogar och närproducerade delikatesser är starka tillgångar och en viktig del i de erbjudanden 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. Inom kulturturismen lockar bl. a. textil design i Borås, Porslinsstaden Lidköping och många historiska platser i Västergötland till besök.

Turistrådet arbetar kontinuerligt med kunskapsöverföring och kompetensutveckling. Under året har det ordnats såväl workshops som seminariedagar, nätverksträffar och webinarer. Det har handlat om alltifrån marknadsföring gentemot olika internationella marknader (Norge, Danmark och Kina till exempel) till hur man som aktivitetsföretag kan utveckla sitt erbjudande inom exempelvis vandring. Kompetensutveckling inom sökmotoroptimering och onlinebokning har också genomförts.

Turistrådet har under 2018 samarbetat med Tanums kommun för att hitta lösningar till

förbättrad logistik i samband med kraftigt ökande reseströmmar från kinesiska turister. Under sommaren stannar cirka 5 - 10 bussar per dag med kinesiska turister i Fjällbacka för ett kort besök på vägen mellan Göteborg och Oslo. Detta skapar bl.a. parkeringsproblem. Fokus har legat på att hitta vägar för att förbättra logistiken för att ta emot de kinesiska gästerna på ett bra sätt. Dessutom har insatser gjorts för att hjälpa den lokala näringen att hitta lösningar för att kunna ta betalt för sina varor och tjänster, då flertalet av de kinesiska turisterna saknar betalkort som fungerar i Sverige. Turistrådet har också via ett forskningsprojekt inlett en studie som undersöker situationen ur ett hållbarhetsperspektiv.

Strategisk utveckling - Natur

Vandring är den enskilt vanligaste aktiviteten bland turister i Västsverige. Särskilt efterfrågat är det bland utländska besökare. Turistrådet och Västarvet har genomfört en inventering av vandringslederna i Västsverige som visade att de flesta lederna är i dåligt skick. Om det skall vara meningsfullt att marknadsföra vandring i Västsverige måste en god infrastruktur säkerställas. Detta innebär att lederna måste få en huvudman och att Västra Götalandsregionen och kommunerna måste ta sina respektive delar av ansvaret. Turistrådet initierade därför ett pilotprojekt gällande Bohusleden och Kuststigen, som inleddes under sommaren 2018. Västkuststiftelsen är huvudman för projektet som finansieras av Västra Götalandsregionen.

Strategisk utveckling - Kultur

Turistrådet Västsverige är drivande inom ”Swedish Design Moves”, en nationell satsning på svensk design som leds av Visit Sweden. Genom att öka kännedomen om svenska designupplevelser vill man få fler designintresserade turister att välja Sverige. Turistrådet har valt att framförallt fokusera på Lidköping och Borås som västsvenska designdestinationer i detta projekt. I Lidköping ligger fokus på att utveckla turismen kring porslin och i Borås är det textilstaden som gäller.

Turistrådet har under 2018 tillsammans med Västra Götalandsregionens Koncernavdelning Kultur och Kultur i Väst tagit fram en ny uppdaterad version av kulturmagasinet Kulturista. Den första gjordes 2016. Syftet med Kulturista är att marknadsföra Västsverige med fokus på kulturella besöksmål och personligheter.

Meet the Locals, Turistrådets initiativ för att knyta turister och lokalbefolkning närmare varandra har utökats till att nu innefatta 27 s.k. locals, som tar emot besökare. På en svensk och en engelsk webbplats presenteras samtliga locals och vilka upplevelser de gärna delar med sig av till besökare. Meet the Locals har under 2018 kommunicerats via en Facebook-kampanj, placering av foldrar på turistbyråer i regionen samt genom presentationsfilmer.

Strategisk utveckling - Mat

Turistrådet har en drivande roll i regeringens nationella exportprogram för Sveriges måltidsturism 2021. Arbetet under 2018 har bland annat bestått av att ta fram kommunikativa riktlinjer. Inom ramen för programmet genomfördes konferensen Tomorrow's Food Travel (#TFTSWEDEN) i Göteborg. Arrangörer var förutom Turistrådet även Visit Sweden och Göteborg & Co i samarbete med Handelshögskolans Centrum för turism. Syftet med konferensen var att avhandla framtidens måltidsturism, trender, innovationer och inspiration samt att skapa en mötesplats för utbyte och interaktion mellan forskning och näringsliv. På

plats fanns deltagare från den svenska besöksnäringen inom måltidsturism, internationella forskare inom ämnet samt en rad andra intressenter inom måltid.

Företagsutveckling

Turistrådet arbetar med regionens besöksnäringens företag utifrån klassificeringssystemet Sverige-Norden-Världen, där Världenföretagen utgörs av de mest exportmogna verksamheterna. För närvarande är cirka 400 verksamheter klassificerade som Norden- eller Världenföretag och det är primärt dessa som Turistrådet arbetar med. 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. För att hjälpa verksamheter inom besöksnäringen att nå ut i digitala kanaler har Turistrådet tagit fram ett system som kallas Digital närvaro Västsverige. Under 2018 har 130 företag fått hjälp inom systemet. Ett tjugotal av dessa har dessutom beviljats ekonomiskt stöd för utveckling av sin hemsida.

I december 2018 avslutades projektet Tillväxt Turism, ett treårigt EU-projekt med två primära syften: Att utveckla samverkansformer mellan Turistrådet Västsverige, Göteborg & Co och Business Region Göteborg, och att stötta besöksnäringens företag i Göteborgsregionen inom utveckling, marknadsföring och exportmognad. Resultatet av projektet visar att de företag som har deltagit är mycket nöjda. Samarbetet mellan Turistrådet, Göteborg & Co och Business Region Göteborg har utvecklats väl och de insatser som gjorts inom Tillväxt Turism kommer att fortsätta även efter projektets slut, inom ramen för ordinarie verksamheter.

Turistrådet driver tillsammans med Västarvet projektet Hållbar Produktutveckling (HPU) under perioden 2016 - 2019. Projektet är medfinansierat av Tillväxtverket, och det övergripande syftet är att stärka besöksnäringen i Västsverige genom produktutveckling kopplat till vandrings- och cykelleder. Fem leder i Dalsland och Västergötland har prioriterats.

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. Via webbplatser, social media, nyhetsbrev, press, influencers, digitala kampanjer och samarbeten med researrangörer ska kommunikationen vara ständigt pågående. Turistrådets webbplats vastsverige.com nylanserades i början av 2018 efter att ha gjorts om under 2017.

Press, PR och Influencers

Turistrådet har under 2018 skapat mycket eget material om Västsverige – såväl i bild-, film som textform. En del av detta material har spritts i internationell media.

Att t. ex. journalister, bloggare och influencers skriver om Västsverige skapar trovärdighet och är dessutom ett kostnadseffektivt sätt att marknadsföra. Fokus ligger på att bearbeta media i Sverige och på våra närmarknader. I utlandet sker arbetet tillsammans med Visit Sweden och Göteborg & Co.

Årligen arrangerar och genomför Turistrådet Västsverige cirka 100 pressbesök. Flera stora dagstidningar och magasin, samt några TV- och radiokanaler besöker Västsverige. Några exempel från 2018 är The Guardian (Storbritannien), Die Zeit (Tyskland), Politiken

(Danmark), Magasinet Reiselyst (Norge) och Telematin (Frankrike). Pressvärdet, det vill säga vad det skulle kosta Turistrådet att köpa motsvarande exponering, uppgick till 226 miljoner SEK 2018.

Samarbetet med influencers har tilltagit ytterligare under 2018. Via influencers egna filmer, bilder och blogginlägg når vi deras trogna följare i deras egna stora kanaler.

Internationella researrangörer

Ett annat bra sätt att marknadsföra Västsverige är att bearbeta internationella researrangörer. Turistrådet har främst kontakt med researrangörer på de tysktalande marknaderna, men har även gjort insatser i Storbritannien och USA. De researrangörer som Turistrådet samverkar med, har under 2018 genomfört ett flertal marknadsaktiviteter där Västsverige har funnits med. Flera researrangörer har också skapat nya program, som en följd av att de samverkat med Turistrådet och besökt Västsverige på en visningsresa.

Koncept och kampanjer

Båtluffa i Bohuslän är Turistrådets egenutvecklade koncept för att tillgängliggöra den unika skärgården utan egen båt. Den digitala plattformen batluffaibohuslan.se samlar information om hur man på ett enkelt sätt tar sig fram i skärgården.

Utöver Båtluffa i Bohuslän gjordes under 2018 en rad andra stora kampanjer och samarbeten på den svenska marknaden. Expedition Bohuslän är ett samarbete mellan Bohusläns största kulturbesöksmål, Världens svettigaste konstrunda knyter ihop Tjörn Triathlon med Skulptur i Pilane och Nordiska Akvarellmuseet och Samtidigt i Ulricehamn syftar till att stärka Ulricehamn som skiddestination, både utför och på längden. Vår bästa tid är nu samlar ett 20-tal hotell- och konferensanläggningar i Bohuslän, och marknadsför Bohuslän som konferensdestination under lågsäsong (oktober-mars). Västgötaturen binder samman Läckö Slott, Arena Skövde, Skara Sommarland, Karlsborgs Fästning och Göta kanal – och profilerar Västergötland som ett familjeresmål under sommarhalvåret. Andra satsningar under 2018 var påbörjade profileringsinsatser kring camping i Bohuslän och Dalsland som naturdestination.

Evenemang

Turistrådet har under 2018 vidareutvecklat satsningen på evenemang som profilerar destinationen Västsverige. Stöd kan ges till såväl nystartade som etablerade evenemang i form av utvecklingsinsatser, marknadsföring och sponsring. Turistrådet sponsrar evenemang i syfte att marknadsföra destinationen genom evenemangens exponering i TV och andra kanaler. Exempel på evenemang av denna typ är Nordea Masters i golf, som arrangerades i Mölndal och UCI Women's World Cup i cykel som anordnades i Vårgårda. Exempel på evenemang som Turistrådet stöttade genom utveckling och marknadsföring av evenemanget är ljuskonstfestivalen Island of Light på Smögen, Dalsland Swimrun, Alliansloppet i Trollhättan, Lysekil Women's Match i segling, och EM i ostronöppning.

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 15 661 kWh el per år, motsvarande 24,5 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 2018 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 2018 kördes företagsbilen 2775 mil.

Bokning av hyrbilar sker endast i de fall som företagsbilen redan är upptagen. Turistrådet hyr endast miljömärkta bilar. Västra Götalandsregionens upphandlade leverantör av hyrbilar kan inte förse bolaget med statistik över antalet körda mil med hyrbil.

Några av Turistrådets medarbetare använder egen bil för tjänsteresor. Totalt kördes 4655 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.

- 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 har Turistrådet medverkat i ett projekt som har tagit fram en digital kalkylator för att hjälpa såväl privatpersoner som branschens aktörer att beräkna koldioxidpåverkan av olika semesteralternativ.

- Forskningsprojekt

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

- Modell för att mäta branschens koldioxidpåverkan

Turistrådet har vidareutvecklat sin modell för beräkning av 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. Modellen har kompletterats med uppgifter avseende restaurangmåltider.

- 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.

- 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 Lärdomar/förbättringsområden efter genomförd intern kontroll 2018

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. Ny risk kopplad till GDPR har identifierats och åtgärder har vidtagits för att säkerställa efterlevnad. Förstärkt bemanning inom ekonomifunktionen har implementerats under 2018 och sårbarheten har därmed minskat. Bemanningen har också förstärkts inom arkivhantering och administration, vilket har minskat sannolikheten för att incidenter kopplat till detta område inträffar.

VGR IT har övertagit driften av Turistrådets webbmiljö och förberedelser för migrering av hela IT-miljön till VGR IT pågår. Nyttjandet av Västra Götalandsregionens offentliga upphandlingar har ökat, vilket har minskat risken för felaktigheter kopplade till LOU.

2.7 Systematiskt förbättringsarbete

Turistrådets affärsplan gäller för perioden 2018 - 2020. Den beskriver tydligt hur verksamheten bedrivs inom utveckling och marknadsföring. 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. Samtliga 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 2018 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 43 restauranger, 32 producenter, 11 gårdsbutiker och 4 upplevelseföretag 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 värds kapsutbildning

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

PÅGÅR

- Ledutveckling

I samarbete med kommunerna i Bohuslän och övriga kommuner som är berörda av Bohusleden, har Turistrådet i samarbete med Västkuststiftelsen startat ett pilotprojekt gällande utveckling, drift och underhåll av Bohusleden och Kuststigen. Projektet finansieras av Västra

Götalandsregionen.

Sedan 2016 driver 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 arbetar man med utveckling av fem cykel- och vandringsleder som kombineras med utbudet från de besöksnäringens företag 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. Verktöget används nu i flera kommuner i Västsverige.

PÅGÅR

· Turistisk marknadsföring av Västsverige

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. Städerna lockar mest och landsbygdsturism i anslutning till städerna har stor potential.

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 uppfyller normtalet för antalet underställda medarbetare per chef. Verksamheten har en VD och tre avdelningschefer fördelat på 37 medarbetare under 2018.

4.2 Hälsa och arbetsmiljö

Sjukfrånvaron har under 2018 sjunkit till 3,98% från 6,48% föregående år. Även 2018 års nivå måste dock betraktas som en hög sjukfrånvaro i jämförelse med den genomsnittliga sjukfrånvaron för Turistrådet genom åren.

Frånvaron under 2018 har inte berott på arbetsrelaterade orsaker. Turistrådet är mycket måna om att tidigt sätta in åtgärder om det finns tecken på arbetsrelaterad sjukfrånvaro.

Turistrådet har vidtagit åtgärder för att säkerställa minskad sårbarhet för organisationen i samband med bl.a. sjukfrånvaro, genom att utbilda och anställa för att säkra back up.

Turistrådet har under 2018 tagit fram en likabehandlingsplan. Denna plan är framtagen som ett stöd för arbetsgivaren och medarbetarna att tillsammans fullgöra sina skyldigheter dels utifrån förbud och påbud i diskrimineringslagen, dels utifrån åtgärder mot kränkande särbehandling i arbetslivet enligt Arbetsmiljöverkets föreskrifter.

4.2.1 Sexuella trakasserier

Turistrådet väljer i likhet med Arbetsmiljöverket ett inkluderande förhållningssätt för sitt arbete mot trakasserier och kränkningar. Det finns inga begränsningar för på vilka grunder någon ska ha blivit utsatt för oacceptabelt bemötande för att kräva åtgärder, utöver att det rör sig om ”klandervärda eller negativt präglade handlingar som riktas mot enskild arbetstagar på ett kränkande sätt och kan leda till att denne ställs utanför arbetsplatsen gemenskap”.

Planen består av fyra delar:

- Principer för likabehandling
- Hantering av trakasserier och kränkningar
- Jämställda löner
- Det kontinuerliga arbetet

4.3 Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys

År 2017 hade Turistrådet 35 årsanställda. För 2018 är motsvarande siffra 34 årsanställda.

Turistrådet har varken mertid eller oövertid.

Den totala personalkostnaden ökade under 2018 med cirka 150 Tkr och uppgick till 22,9 Mkr.

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 Västsverige.

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 2018 som beskrivits ovan har i allt väsentligt följt den ekonomiska planeringen. Grundbidraget från Västra Götalandsregionen var 53 000 Tkr för 2018 (52 000 Tkr 2017). Övrig omsättning har minskat med ca 700 Tkr, jämfört med förra året, vilket beror på att Turistrådet hade fler bidragsgivande projekt igång 2017. Turistrådets omsättning för 2018 uppgick totalt till 56 796 Tkr (f.år 56 466 Tkr).

Totalt ligger verksamhetens kostnader ca 1,6 Mkr högre än budgeterat vilket till stor del beror på att det i bokslutet 2018 gjorts en avsättning på 1,2 Mkr för beräknade merkostnader i samband med bolagets flytt till de nya lokalerna i Regionens Hus under 2019. Avsättningen baseras på bedömningar avseende risken för hur lång period som bolaget kan komma att belastas med dubbla hyreskostnader. Att bolaget skulle bära dessa merkostnader blev känt först i oktober 2018. Därmed redovisar bolaget ett resultat efter finansiella poster på -493 Tkr istället för det positiva resultat på 300 Tkr som visades i prognosen per 31/8.

Årets resultat efter bokslutsdispositioner och skatt uppgår till -372 Tkr (f.år 105 Tkr). Budget för helår var ett nollresultat.

Bolagets Egna Kapital uppgår, inkl. årets resultat, till 6 654 Tkr (f.år 7 026 Tkr).

Balansomslutningen i Turistrådet Västsverige AB uppgår per 2018-12-31 till 18 416 Tkr (f.år 15 546 Tkr). Soliditeten har minskat till 36,1 % (i bokslutet 2017-12-31 var den 45,4 %).

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

5.1.1 Resultaträkning Utförare regional utveckling

Årsvärden					
Resultaträkning (mnkr)	Utfall 1812	Budget 1812	Utfall 1712	Avvikelse budget/utfall	Förändring utfall/utfall %
Driftbidrag från nämnd inom regionen	53,0	53,0	52,0	0,0	1,9%
Statsbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga erhållna bidrag	1,2	0,5	0,6	0,7	99,3%
Biljettintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	
Försäljning av tjänster	0,0	0,0	0,0	0,0	
Hyresintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	
Försäljning av material och varor	0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga intäkter	2,6	2,2	3,9	0,4	-32,6%
Verksamheten intäkter	56,8	55,7	56,5	1,1	0,6%
Personalkostnader, inkl. inhyrd	-22,9	-22,5	-22,7	-0,4	0,6%

personal					
Direkta trafik kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	
Verksamhetsanknutna tjänster	-27,3	-25,9	-26,9	-1,4	1,6%
Material och varor, inkl förbrukningsmaterial	-0,1	0,0	-0,2	-0,1	-23,0%
Lokal- och energikostnader	-3,7	-2,5	-2,3	-1,2	61,3%
Lämnade bidrag	-0,3	0,0	-0,3	-0,3	0,0%
Övriga tjänster, inkl konsultkostnader	-1,1	-0,6	-0,7	-0,5	63,4%
Övriga kostnader	-1,3	-3,7	-2,1	2,4	-38,6%
Avskrivningar	-0,6	-0,5	-1,2	0,0	-54,6%
Verksamhetens kostnader	-57,3	-55,7	-56,4	-1,6	1,5%
Finansiella intäkter/kostnader m.m.	0,1	0,0	0,0	0,1	
Obeskattade reserver	0,0	0,0	0,1	0,0	
Resultat	-0,4	0,0	0,1	-0,4	

5.1.2 Intäktsutveckling

Omsättningen 2018 uppgick till 56 796 Tkr (f.år 56 466 Tkr), vilket är ca 1,1 Mkr mer än budgeterat. Detta beror bland annat på att bolaget under året varit med i fler samarbeten än beräknat där delar av kostnaderna vidarefakturerats till samarbetsparterna.

5.1.3 Kostnadsutveckling

Kostnaderna ligger ca 1,6 Mkr över budget vilket, förutom avsättningen på 1,2 Mkr (se ovan), delvis beror på att vi haft högre kostnader för IT-Drift/Web då den nya websidan krävt större underhåll samt utveckling än beräknat.

5.2 Åtgärder vid ekonomisk obalans

Turistrådet Västsverige AB redovisar ett negativt resultat 2018 på grund av att bolaget sent påförts kostnadsansvar för dubbla hyreskostnader och andra merkostnader i samband med dubbla hyresavtal efter flytt till Regionens Hus. För att så snart som möjligt hitta en ny hyresgäst till bolagets nuvarande lokaler har en mäklare anlåtats och bolagets ledning och styrelse har gjort bedömningen att hyresavtalet på nuvarande lokal skall vara överlåten till ny hyresgäst under 2019. Risken för ett negativt resultat 2019 bedöms därför som liten.

5.3 Eget kapital

Förändring av Eget kapital har endast skett med årets resultat om -372 Tkr.

5.4 Investeringar

Turistrådet Västsverige har under året inte gjort några investeringar.

6 Bokslutsdokument och noter

	Not	Utfall	Utfall
Resultaträkning (Tkr)		1812	1712
Verksamhetens intäkter	1	56 796	56 466
Verksamhetens kostnader	2	-56 647	-55 262
Avskrivningar och nedskrivningar		-558	-1 228
Verksamhetens nettokostnader		-409	-24
Finansnetto		0	0
Erhållna/lämnade bidrag spec. beslut		0	0
Erhållna/lämnade regionbidrag		0	0
Obeskattade reserver (bolagen)		37	129
Årets resultat		-372	105
	Not	Utfall	Utfall
Kassaflödesanalys (Tkr)		1812	1712
Löpande verksamhet			
Årets resultat		-372	105
Investeringsbidrag		0	0
Avskrivningar	3	558	1 228
Utrangeringar/nedskrivningar	3	0	667
Reavinster/-förluster sålda anläggningstillgångar		0	0
Avsättningar		1 200	0
Obeskattade reserver (bolagen)		-37	-128
Kassaflöde från löpande verksamhet före förändring av rörelsekapital		1 349	1 872
Förändring av rörelsekapital			
Ökning-/minskning+ av förråd		0	0
Ökning-/minskning+ av kortfristiga fordringar		-983	-1 742
Ökning+/minskning- av kortfristiga skulder		2 079	-1 467
Kassaflöde från löpande verksamhet		2 445	-1 337
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		130	-130
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	-130
ÅRETS KASSAFLÖDE		2 575	-1 467
Ingående likvida medel och kortfristiga placeringar		5 588	7 055
Utgående likvida medel och kortfristiga placeringar		8 163	5 588
Kontroll av årets kassaflöde		2 575	-1 467
Differens		0	0
	Not	Utfall	Utfall
Balansräkning (Tkr)		1812	1712
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	3	0	444
Materiella anläggningstillgångar			
- byggnader och mark		0	0
- maskiner och inventarier	3	83	197
- pågående investeringar		0	0
Finansiella anläggningstillgångar		279	409
Summa anläggningstillgångar		362	1 050
Omsättningstillgångar			
Förråd		0	0
Kortfristiga fordringar		9 891	8 908
Kortfristiga placeringar		0	0
Likvida medel		8 163	5 588
Summa omsättningstillgångar		18 054	14 496
Summa tillgångar		18 416	15 546
Eget kapital			
Eget kapital		7 026	6 921
Bokslutsdispositioner		0	0
Årets resultat		-372	105
Summa eget kapital		6 654	7 026
Avsättningar		1 200	37
Skulder			
Långfristiga skulder		0	0
Kortfristiga skulder		10 562	8 483
Summa skulder		10 562	8 483
Summa eget kapital, avsättningar och skulder		18 416	15 546

Not 1 Nettoomsättning		
	2018-01-01 -2018-12-31	2017-01-01 -2017-12-31
Bidrag från Västra Götalandsregionen	53 000	52 400
Övriga intäkter	3 796	4 066
Summa	56 796	56 466

Not 2 Personalkostnader		
	2018-01-01 -2018-12-31	2017-01-01 -2017-12-31
Styrelse och VD	1 218	1 279
Övriga anställda	14 100	14 325
Summa	15 318	15 604
Sociala kostnader	4 780	4 887
Pensionskostnader	2 029	1 603
Summa	22 127	22 093

Not 3 Anläggningstillgångar	Immateriella	Övr maski-	
	tillgångar	ner o invent	Totalt
IB anskaffningsvärde	1 800	1 210	3 010
Årets anskaffningar	0	0	0
Anskaffningsvärde sålt	0	0	0
Anskaffningsvärde uttrangerat	0	0	0
Anskaffningsvärde omklassificering inom enheten	0	0	0
Anskaffningsvärde överfört mellan enheter	0	0	0
Korrigerig anskaffningsvärde	0	0	0
UB anskaffningsvärde	1 800	1 210	3 010
IB ackumulerade avskrivningar	-1 356	-1 014	-2 369
Årets planmässiga avskrivningar	-444	-114	-559
Årets nedskrivningar	0	0	0
Ackumulerade avskrivningar, sålt	0	0	0
Ackumulerade avskrivningar, uttrangerat	0	0	0
Ackumulerade avskrivningar, omklassificering	0	0	0
Ack. avskrivningar, överfört mellan enheter	0	0	0
Korrigerig ackumulerade avskrivningar	0	0	0
UB ackumulerade avskrivningar	-1 800	-1 128	-2 928
Planenligt restvärde	0	83	83

7 Övrig rapportering

7.1 Särskild återrapportering enligt beslut av regionfullmäktige

Ej aktuellt för Turistrådet under 2018.

7.2 Fördjupad rapport till egen nämnd/styrelse

Uppföljning av indikatorer för Turistrådet 2018

Övergripande mål - indikatorer

Besöksnäringens omsättning

På grund av att Tillväxtverket inte har haft möjlighet att leverera omsättningssiffror för besöksnäringen på regional nivå för 2017 baseras statistiken fortfarande på 2016 års siffror. Omsättningen för besöksnäringen i Västsverige uppgick år 2016 till 45 Mdr SEK, att jämföra med 42 Mdr SEK för 2015 (enligt beräkningar från HUI).

Under 2017 uppgick antalet gästnätter på hotell, stugbyar och vandrarhem till 6 702 880 och på camping till 2 943 541. Antalet gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och camping i Västra Götaland utvecklades positivt under 2018. Ackumulerat över årets elva första månader ökade gästnätterna med 4,6 procent jämfört med samma period 2017.

Antal helårsarbeten i besöksnäringen

På grund av att Tillväxtverket inte har haft möjlighet att leverera sysselsättningsstatistik för besöksnäringen på regional nivå för 2017 baseras statistiken fortfarande på 2016 års siffror. 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 gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingar i Sverige var 16,7 procent år 2018 (januari - november), att jämföra med 16,6 procent motsvarande period år 2017.

Verksamhetens mål – indikatorer

Resultat av NKI utifrån årliga kundundersökningar

Turistrådet lät under 2018 genomföra en mätning av Nöjd kund-index (NKI), motsvarande den undersökning som gjordes 2017. Undersökningen gick ut till 269 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 70, att jämföra med 69 för 2017 och 65 för 2016.

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 207 (198) företag på Världen-nivå och 260 (213) på Norden-nivå.

Antal verksamheter i Swedish Welcome

Under 2018 har 11 verksamheter fått rådgivning inom Swedish Welcome. Totalt har nu 115 verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning.

Antal verksamheter i värdsutbildning

Turistrådet erbjuder en digital värdsutbildning. Under 2018 genomförde totalt 373 personer utbildningen och totalt har 1231 personer genomfört utbildningen.

Pressvärde

Totalt har 111 utländska journalister och influencers besökt Göteborg och Västsverige under 2018 i samarbete med VisitSweden, externa PR-byråer och Göteborg & Co. Förra året besökte 107 journalister och influencers 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 för 2018 uppgick till cirka 226 miljoner SEK.

Trafik till webbplatser och sociala kanaler

Under 2018 gjordes cirka 3,0 miljoner besök på vastsverige.com. Motsvarande siffra under 2017 är cirka 3,5 miljoner besök. Minskningen av totala antalet besök beror på att en ny och betydligt mindre sajt lanserades i januari 2017. Utvecklingen har varit positiv under året och under december 2018 överträffade antalet besökare motsvarande siffra för 2017.

Antalet följare på Turistrådets Facebook-sidor är cirka 106 000.

Antalet följare på Turistrådets Instagram-sidor är cirka 21 000.