

Delårsrapport augusti 2019

Turistrådet Västsverige AB



Innehållsförteckning

1	Sammanfattning och viktigaste händelser.....	3
1.1	Sammanfattning	3
1.2	Viktigaste händelserna	3
2	Regional utveckling	5
2.1	En region som syns och engagerar	5
3	Regiongemensamt arbete	7
3.1	Verksamhetens miljöarbete	7
4	Mål och fokusområden.....	9
4.1	Västra Götaland ska sträva efter det hållbara samhället med tillväxt av jobb och företag i hela regionen.....	9
4.1.1	Arbetsmarknaden ska utvidgas genom hållbara transporter och samverkan med näringsliv och forskning i Västra Götaland.....	9
4.1.1.1	Göra Västra Götaland till modell för hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land.....	9
4.1.2	Klimatutsläppen från fossilbränsle i Västra Götaland samt verksamhetens direkta miljöpåverkan ska minska.....	10
4.1.2.1	Utveckla Göteborgs Botaniska trädgård.....	10
5	Medarbetare.....	11
5.1	Arbetsgivarvarumärket.....	11
5.2	Chefsförutsättningar.....	11
5.3	Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys.....	11
5.4	Rese- och mötespolicy	11
6	Ekonomiska förutsättningar.....	12
6.1	Ekonomiskt resultat.....	12
6.1.1	Intäktsutveckling.....	13
6.1.2	Kostnadsutveckling.....	13
6.2	Åtgärder vid ekonomisk obalans.....	13
6.3	Eget kapital.....	13
6.4	Investeringar.....	13
7	Bokslutsdokument och noter	14

1 Sammanfattning och viktigaste händelser

1.1 Sammanfattning

Gästnattsstatistiken visar på en ökning med 3,4% hittills under 2019 jämfört med föregående år. Samtliga delregioner hade fler gästnätter än i fjol. Procentuellt var ökningen störst i Dalsland (+5,9 %) och Göteborgsregionen (+4,2 %).

Turistrådet Västsverige arbetar inom områdena

- Strategisk utveckling och analys
- Företagsutveckling
- Marknadsföring

Exempel på satsningar som Turistrådet genomfört under året är:

- Strax utanför Göteborg
- West Sweden Action Weeks
- Digital närvaro
- Båtluffa
- Ökat fokus på kompetensförsörjning
- Förberedelser inför Adventure Travel World Summit
- Ledutveckling

Turistrådet har under 2019 prioriterat, det av regionfullmäktige utpekade, fokusområdet hållbar landsbygdsutveckling och samspel stad/land samt även fokusområdet Göteborgs Botaniska Trädgård.

Omsättningen t.o.m. augusti 2019 uppgick till 38 717 Tkr (f.år 37 272 Tkr), vilket ligger i paritet med budget. Resultatet före skatt per 31 augusti uppgår till 1 176 Tkr. Budget för helår är ett nollresultat. Prognosen för helåret indikerar ett resultat runt 400 Tkr.

1.2 Viktigaste händelserna

Gästnattsstatistiken visar på en ökning med 3,4% hittills under 2019 jämfört med föregående år. Samtliga delregioner hade fler gästnätter än i fjol. Procentuellt var ökningen störst i Dalsland (+5,9 %) och Göteborgsregionen (+4,2 %).

Exempel på satsningar som Turistrådet genomfört under året är:

Strax utanför Göteborg

Vårens stora satsning heter Strax utanför Göteborg och görs tillsammans med Göteborg & Co och Västtrafik. Syftet är att uppmuntra till hållbart resande med kollektivtrafik, och samtidigt få såväl turister som göteborgarna själva att få upp ögonen för besöksdestinationer belägna strax utanför Göteborg.

Deltagande destinationer i Strax utanför Göteborg är Alingsås, Floda & Nääs, Gunnebo Slott, Hönö, Marstrand och Styrso & Vrångö. Med gemensam kommunikation och rekommendationer sinsemellan är förhoppningen att samarbetet ska generera fler besökare till alla. I utlandet är det parollen ”Next to Gothenburg” respektive ”Göteborgs gewisses Extra” som gäller.

West Sweden Action Weeks

Mellan den 3 augusti och 1 september avgjordes ett flertal stora motionslopp på olika ställen runtom i Västsverige. Det tävlades i löpning, paddling, cykling, simning och swimrun. Samtliga lopp använde sina egna inarbetade varumärken, men alla är från och med i år en del

av det gemensamma varumärket West Sweden Action Weeks. Syftet är att profilera Västsverige som naturturismdestination, att skapa intäkter till besöksnäringen utanför ordinarie högsäsong samt att uppmuntra till hållbart resande och hållbara evenemang. Loppen som ingår i West Sweden Action Weeks är Öloppet, Dalsland Swimrun, Dalsland Kanotmaraton, Alliansloppet MTB, Alliansloppet Rullskidor, Icebug Xperience och Velofondo Vårgårda.

Digital närvaro

Att synas i digitala kanaler är en nödvändighet för att bedriva framgångsrik marknadsföring av en verksamhet inom besöksnäringen. Genom digitala kanaler nås flera miljoner potentiella kunder världen över. Dessutom är de flesta digitala kanaler gratis. För att hjälpa verksamheter inom besöksnäringen att nå ut i digitala kanaler har Turistrådet tagit fram ett system som kallas Digital närvaro Västsverige. Verksamheter som tar del av detta får en komplett genomgång av hur de syns i de viktigaste digitala marknadsföringskanalerna och en checklista med handfasta tips på hur man kan förbättra sin synlighet.

Digital närvaro erbjuds i första hand verksamheter som enligt Turistrådets Sverige-Norden-Världensystem befinner sig på Världen-nivå, men i mån av tid får även verksamheter på Norden-nivå ta del av hjälpen. Cirka 200 verksamheter har hittills fått hjälp med Digital Närvaro.

Båtluffa

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.

Ökat fokus på kompetensförsörjning

En av besöksnäringens största utmaningar för närvarande är bristen på persoanl. Särskilt tydligt är detta när det gäller kockar och serveringspersonal. För att bidra till möjliga åtgärder för att förbättra situationen har Turistrådet anställt en person med särskilt ansvar för frågan.

Förberedelser inför Adventure Travel World Summit

Den 16-20 september 2019 kommer världens största naturturismkongress till Göteborg och Västsverige. Bakom Adventure Travel World Summit (ATWS) står den ledande globala organisationen för naturturism, Adventure Travel Trade Association (ATTA).

Cirka 750 delegater från hela världen samlas på Clarion Hotel Post för att inspireras, nätverka, göra affärer och diskutera utveckling av hållbar naturturism, men även testa naturupplevelser i Västsverige och andra delar av Sverige. Bakom ansökan till ATWS står Visit Sweden och Tillväxtverket tillsammans med Turistrådet Västsverige och flera andra regionala turistorganisationer i Sverige.

Turistrådet Västsverige ansvarar för det lokala projektledarskapet inför och under ATWS – i det ingår bland annat att stå värd för välkomstmiddagen samt att arrangera en Day of Adventure med upplevelser under en dag i Västsverige för samtliga delegater. 40 olika upplevelser kommer att erbjudas delegaterna under Day of Adventure.

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.

2 Regional utveckling

Avsnittet beskriver arbetet utifrån den regionala utvecklingsstrategin Västra Götaland 2020 - strategi för tillväxt och utveckling (VG2020).

2.1 En region som syns och engagerar

Besöksnäringen är en internationellt snabbt expanderande näring med stor betydelse för ekonomisk utveckling och sysselsättning. Den är arbetskraftsintensiv och bidrar till förutsättningarna för det goda livet i hela regionen genom att skapa arbetstillfällen, inte minst för ungdomar och personer med utländsk bakgrund. Möjligheten att bo kvar i, och flytta till, alla delar av regionen ökar med en hållbar besöksnäring. Dels på grund av de arbeten som skapas och dels på grund av den infrastruktur, i form av restauranger, affärer, vandringsleder mm, som inte hade kunnat upprätthållas utan turismen till området.

Turistrådet Västsverige arbetar inom områdena

- Strategisk utveckling och analys
- Företagsutveckling
- Marknadsföring

Strategisk utveckling och analys

Det strategiska utvecklingsarbetet är kopplat till teman och prioriterade reseanledningar. Turistrådet verkar för att profilera och utveckla destinationen inom de tematiska områdena mat, natur och kultur. Kunskapsöverföring erbjuds inom flera områden. För att möta branschens utmaningar med kompetensförsörjning är Turistrådet även engagerat i denna fråga.

Turistrådets analysverksamhet sker i egen regi och kompletteras med köpta undersökningar. Syftet med analysverksamheten är dels att förse branschen med kunskap och beslutsunderlag, dels att följa upp resultaten av Turistrådets egna satsningar.

Företagsutveckling

Turistrådets verksamhet inom 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 att utvecklas inom värdskap, kvalitet och hållbarhet och digital närvaro. Arbetet innefattar även att skapa nätverk verksamheterna emellan för att underlätta produkt- och affärsutveckling.

Marknad & Kommunikation

Satsningarna inom Marknad & Kommunikation syftar till att bygga kännedom om destinationen och att inspirera till besök. Besökarna nås genom webbplatser, sociala medier, nyhetsbrev, press, influencers, digitala kampanjer och samarbeten med researrangörer.

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

Den internationella marknadsföringen sker i nära samverkan med Visit Sweden och Göteborg

& Co. Fokus ligger på närmarknaderna, men insatser görs även på vissa fjärrmarknader.

Turistrådet stödjer utvalda evenemang som förstärker de tematiska områdena, genom marknadsförings- och utvecklingsinsatser, men agerar inte arrangör. Turistrådet utnyttjar även utvalda evenemang med stor internationell medial täckning för att marknadsföra destinationen.

3 Regiongemensamt arbete

3.1 Verksamhetens miljöarbete

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.

Ännu mer intressant är de insatser inom hållbarhet som görs av Turistrådet som påverkar hela besöksnäringen. Nedan följer en sammanställning av dessa.

· 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.

· 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.

· 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.

- 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 delningsekonomi 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.

- 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.

.

4 Mål och fokusområden

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

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

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

Turistrådet har under 2019 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. (PÅGÅR)**

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. 43 restauranger, 32 producenter, 11 gårdsbutiker och 4 upplevelseföretag ingår i nätverket.

- **Utveckling av turistföretag på landsbygden (PÅGÅR)**

Turistrådet stödjer besöksnäringföretag på den västsvenska landsbygden. Tre utbildningsverktyg tillhandahålls; Digital närvaro – systematisk utveckling av verksamheternas synlighet i digitala marknadsföringskanaler Swedish Welcome – kvalitets- och hållbarhetsrådgivning, Värdskap Västsverige – Digital värdsutbildning. Utöver ovan insatser stödjer Turistrådet också verksamheterna med rådgivning och underlättar produktutveckling genom att skapa nätverk verksamheterna emellan.

- **Ledutveckling (PÅGÅR)**

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 besöksnäringföretag som verkar i anslutning till lederna.

- **Framtagande och implementering av verktyg för översiktsplanering kopplad till besöksnäringen (PÅGÅR)**

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.

Verktyget används nu i flera kommuner i Västsverige.

- **Turistisk marknadsföring av Västsverige (PÅGÅR)**

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.

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

4.1.2.1 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.

5 Medarbetare

5.1 Arbetsgivarvarumärket

Turistrådet är en bra och mycket uppskattad arbetsgivare, vilket också bekräftas i de medarbetarundersökningar som genomförs varannat år.

Turistrådets arbetsmiljöarbete utgår från följande styrande dokument

- Medarbetarpolicy för VGR
- Arbetsmiljöplan för Turistrådet
- Likabehandlingsplan för Turistrådet
- Riskanalys och uppföljning enligt Coso-modellen

En årscykel tydliggör vilka aktiviteter som genomförs:

- Varje månad – Personalmöten
- Mars – Lönesamtal
- Maj – Genomgång av arbetsmiljöplan, likabehandlingsplan m.m. på personalmöte (vartannat år)
- September – Medarbetarenkät (vartannat år)
- September – Utvecklingssamtal
- November – Uppföljningsmöte om medarbetarenkäten (vartannat år)

Bland övriga arbetsmiljöfrämjande åtgärder kan nämnas:

- Friskvårdsbidrag
- Möjlighet till flexibla arbetstider
- Möjlighet att arbeta hemifrån vid behov
- Kompetensutveckling

5.2 Chefsförutsättningar

Turistrådet uppfyller normtalet för antalet underställda medarbetare per chef. Verksamheten har en VD och tre avdelningschefer fördelat på 33 medarbetare under 2019.

5.3 Personalvolym, personalstruktur och personalkostnadsanalys

Turistrådet har 33 anställda. Antalet anställda har ökat med en person under 2019. Ingen medarbetare har slutat under året. Turistrådet har varken mertid eller overtid.

5.4 Rese- och mötespolicy

Allt resande sker i enlighet med resepolicy. Uppföljning av medarbetarnas tjänsteresor sker i samband med årsredovisningen samt den årliga miljödiplomeringen.

6 Ekonomiska förutsättningar

6.1 Ekonomiskt resultat

Omsättningen t.o.m. augusti 2019 uppgick till 38 717 Tkr (f.år 37 272 Tkr), vilket ligger i paritet med budget.

Av årets omsättning hittills representerar de tjänster som Västra Götalandsregionen köper av Turistrådet Västsverige 36 067 Tkr. Personalkostnaderna uppgår till 15 118 Tkr (f.år 15 379 Tkr) vilket är ca 1,4 Mkr lägre än budgeterat. Resultatet före skatt per 31 augusti uppgår till 1 176 Tkr. Budget för helår är ett nollresultat. Prognosen för helåret indikerar ett resultat runt 400 Tkr.

Balansomslutningen i Turistrådet Västsverige AB uppgår per 2019-08-31 till 13 899 Tkr (f.år 18 135 Tkr). Soliditeten ligger på ca 56 % (i årsbokslutet 2018-12-31 var den ca 36 %).

Resultaträkning	Periodens utfall					Helårsresultat				
	Utfall	Budget	Utfall	Avvikelse	Förändring	Prognos	Budget	Utfall	Avvikelse	Förändring
	t.o.m.	t.o.m.	t.o.m.	utfall/ budget	utfall/ %	per	t.o.m.	t.o.m.	prognos/ budget	prognos/ utfall
Utfall samt helårsbedömning	1908 mnkr	1908 mnkr	1808 mnkr	mnkr	%	1908 mnkr	1912 mnkr	1812 mnkr	mnkr	mnkr
Driftbidrag från nämnd inom regionen	36,1	36,1	35,3	0,0	2,1%	54,1	54,1	53,0	0,0	2,1%
Statsbidrag	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga erhållna bidrag	0,5	0,0	0,7	0,5	- 30,0%	0,6	0,0	1,2	0,6	- 47,8%
Biljettintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	
Försäljning av tjänster	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	
Hysesintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	
Försäljning av material och varor	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	
Övriga intäkter	2,2	2,0	1,2	0,2	75,5%	3,2	3,3	2,6	-0,1	22,5%
Verksamhetens intäkter	38,7	38,0	37,3	0,7	3,9%	57,9	57,4	56,8	0,6	2,0%
Personalkostnader, inkl inhyrd personal	-15,1	-16,5	-15,4	1,3	-1,7%	-23,3	-24,7	-22,9	1,4	1,6%
Direkta trafik kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	
Verksamhetsanknutna tjänster	-16,7	-17,3	-15,9	0,6	5,1%	-25,6	-26,0	-27,3	0,4	-6,3%
Material och varor, inkl förbrukningsmaterial	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	26,4%	-0,1	0,0	-0,1	-0,1	- 10,4%
Lokal- och energikostnader	-3,4	-1,7	-1,6	-1,7	109,3%	-4,0	-2,4	-3,7	-1,6	9,3%
Lämnade bidrag	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	-0,3	0,0	
Övriga tjänster, inkl konsultkostnader	-0,1	-0,6	-0,3	0,5	- 59,3%	-0,5	-0,9	-1,1	0,4	- 58,7%
Övriga kostnader	-2,1	-1,9	-0,8	-0,1	168,5%	-4,0	-3,4	-1,3	-0,6	206,8%
Avskrivningar	0,0	0,0	-0,5	0,0	- 93,7%	0,0	0,0	-0,6	0,0	- 94,4%
Verksamhetens kostnader	-37,5	-38,0	-34,6	0,5	8,7%	-57,5	-57,4	-57,3	-0,2	0,4%

Resultaträkning	Periodens utfall				Helårsresultat					
Finansiella intäkter/kostnader m.m.	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,1	0,0	
Obeskattade reserver	0,0	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	
Resultat	1,2	0,0	2,7	1,2		0,4	0,0	-0,4	0,4	

6.1.1 Intäktsutveckling

Omsättningen t.o.m. augusti 2019 uppgick till 38 717 Tkr (f.år 37 272 Tkr), vilket ligger i paritet med budget

6.1.2 Kostnadsutveckling

Kostnader för lokal och energi ligger 1,7 Mkr över budget vilket beror på att Turistrådet i samband med flytten till nya lokaler i Regionens hus fick göra en överenskommelse med hyresvärderna för lokalen på Vasagatan för att lösa det hyreskontrakt som löpte ut 2021. Med anledning av denna extra kostnad har antalet nyrekryteringar begränsats och därmed ligger personalkostnaden 1,4 Mkr lägre än budgeterat.

6.2 Åtgärder vid ekonomisk obalans

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

6.3 Eget kapital

Förändring av Eget kapital har endast skett med tillskott av årets positiva resultat om 1 176 Tkr.

6.4 Investeringar

Turistrådet Västsverige har under året inte gjort några investeringar och har inga planerade investeringar för 2019.

7 Bokslutsdokument och noter

	Not	Utfall	Utfall
Resultaträkning		1908	1808
Verksamhetens intäkter	1	38 717	37 272
Verksamhetens kostnader		-37 510	-34 055
Avskrivningar och nedskrivningar		-31	-495
Verksamhetens nettokostnader		1 176	2 722
Finansnetto		0	0
Erhållna/lämnade bidrag spec. beslut		0	0
Erhållna/lämnade regionbidrag		0	0
Obeskattade reserver (bolagen)		0	0
Årets resultat		1 176	2 722
	Not	Utfall	Utfall
Kassaflödesanalys		1908	1808
Löpande verksamhet			
Årets resultat		1 176	2 722
Investeringsbidrag		0	0
Avskrivningar		31	495
Utrangeringar/nedskrivningar		52	0
Reavinster/-förluster sålda anläggningstillgångar		-89	0
Avsättningar		-1 200	0
Obeskattade reserver (bolagen)		0	0
Kassaflöde från löpande verksamhet före förändring av rörelsekapital		-30	3 217
Förändring av rörelsekapital			
Ökning-/minskning+ av förråd		0	0
Ökning-/minskning+ av kortfristiga fordringar		-824	4 707
Ökning+/minskning- av kortfristiga skulder		-4 493	-133
Kassaflöde från löpande verksamhet		-5 347	7 791
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

	Not	Utfall	Utfall
Avsättningar		0	1 200
Skulder			
Långfristiga skulder		0	0
Kortfristiga skulder		6 069	10 562
Summa skulder		6 069	10 562
Summa eget kapital, avsättningar och skulder		13 899	18 416

Not 1 Nettoomsättning		
	2019-01-01 - 2019-08-31	2018-01-01 - 2018-08-31
Bidrag från Västra Götalandsregionen	36 067	35 333
Övriga intäkter	2 650	1 939
Summa	38 717	37 272

Not 2 Anläggningstillgångar	Immateriella tillgångar	Övr maskiner o inventarier	Totalt
IB anskaffningsvärde	1 800	1 210	3 010
Årets anskaffningar	0	0	0
Anskaffningsvärde sålt	0	0	0
Anskaffningsvärde utrangerat	-1 800	-1 210	-3010
Anskaffningsvärde omklassificering inom enheten	0	0	0
Anskaffningsvärde överfört mellan enheter	0	0	0
Korrigerig anskaffningsvärde	0	0	0
UB anskaffningsvärde	0	0	0
IB ackumulerade avskrivningar	-1 800	-1 127	-2 927
Årets planmässiga avskrivningar	0	-31	-31
Årets nedskrivningar	0	0	0
Ackumulerade avskrivningar, sålt	0	0	0
Ackumulerade avskrivningar, utrangerat	1 800	1 158	2 958
Ackumulerade avskrivningar, omklassificering	0	0	0
Ack. avskrivningar, överfört mellan enheter	0	0	0
Korrigerig ackumulerade avskrivningar	0	0	0
UB ackumulerade avskrivningar	0	0	0
Planenligt restvärde	0	0	0

Redovisningen är upprättad enligt de anvisningar som lämnats från Västra Götalandsregionen. Anvisningarna bygger på kommunallagen, lagen om kommunal redovisning samt rekommendationer utfärdade av Rådet för kommunal redovisning.