



# **Årsredovisning 2024**

## **Turistrådet Västsverige AB**

# Innehållsförteckning

|            |  |           |
|------------|--|-----------|
| <b>1</b>   | <b>Sammanfattning .....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>1.1</b> | <b>Viktigaste händelserna under perioden .....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>2</b>   | <b>Verksamhet .....</b>  | <b>5</b>  |
| <b>2.1</b> | <b>Regional utvecklingsstrategi.....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>2.2</b> | <b>Mål från regionfullmäktiges budget .....</b>  | <b>5</b>  |
| 2.2.1      | Mål: Stärka innovationskraften - för ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i framkant.....  | 5         |
| 2.2.1.1    | Fokusområde: Främja företagsamhet och kapacitet för förnyelse .....  | 9         |
| 2.2.2      | Mål: Ökad målluppfyllelse för Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål.....  | 9         |
| 2.2.2.1    | Fokusområde: Minska Västra Götalandsregionens miljö- och klimatpåverkan enligt miljömål 2030 .....   | 9         |
| 2.2.2.2    | Fokusområde: Öka integreringen av mål för social hållbarhet 2030 i Västra Götalandsregionens huvuduppdrag.....   | 9         |
| <b>2.3</b> | <b>Regiongemensamt .....</b>   | <b>10</b> |
| 2.3.1      | Hållbarhet .....   | 10        |
| 2.3.1.1    | Miljö.....   | 10        |
| 2.3.1.2    | Social hållbarhet .....  | 11        |
| 2.3.2      | Inköp .....  | 12        |
| 2.3.3      | Säkerhet och beredskap.....  | 12        |
| 2.3.4      | Intern kontroll .....  | 12        |
| 2.3.5      | Uppföljning av verksamhet som lämnat över till privata utförare .....  | 12        |
| <b>3</b>   | <b>Medarbetare .....</b>   | <b>12</b> |
| <b>3.1</b> | <b>Mål från regionfullmäktiges budget .....</b>  | <b>12</b> |
| 3.1.1      | Mål: Västra Götalandsregionen ska vara en ledande och attraktiv arbetsgivare med konkurrenskraftiga löner och ett hälsofrämjande ledarskap som grund ..... | 12        |
| 3.1.1.1    | Fokusområde: Fortsatt arbete med konkurrenskraftiga löner .....  | 13        |
| 3.1.1.2    | Fokusområde: Arbetet med att nå normtal för antal medarbetare per chef ska följas för att förutsättningar för första linjens chef ska förbättras .....     | 13        |
| 3.1.2      | Mål: Medarbetares arbetsmiljö ska förbättras genom satsning på återhämtning och avlastning och inflytande över sin arbetsmiljö .....                       | 13        |
| 3.1.2.1    | Fokusområde: Ta bort onödiga administrativa uppgifter för medarbetare .....  | 13        |
| <b>3.2</b> | <b>Arbete mot kränkande särbehandling, trakasserier och sexuella trakasserier .....</b>  | <b>14</b> |

|            |  |           |
|------------|--|-----------|
| <b>3.3</b> | <b>Personalvolym och personalstruktur.....</b>     | <b>14</b> |
| <b>3.4</b> | <b>Företagshälsovård .....</b>                     | <b>14</b> |
| <b>4</b>   | <b>Ekonomi.....</b>                                | <b>14</b> |
| <b>4.1</b> | <b>Resultat .....</b>                              | <b>14</b> |
| 4.1.1      | Verksamhetens intäkter .....                       | 15        |
| 4.1.2      | Verksamhetens kostnader .....                      | 15        |
| <b>4.2</b> | <b>Investeringar .....</b>                         | <b>15</b> |
| <b>4.3</b> | <b>Eget kapital och obeskattade reserver .....</b> | <b>15</b> |
| <b>5</b>   | <b>Fördjupning till egen nämnd/styrelse.....</b>   | <b>16</b> |
| <b>6</b>   | <b>Finansiell rapportering.....</b>                | <b>16</b> |

# 1 Sammanfattning

## 1.1 Viktigaste händelserna under perioden

Turistrådets affärsplan sätter hållbarhet, ur alla dimensioner, i fokus. Till grund för affärsplanen ligger konceptet Hållbarhetsklivet. Detta är Västsveriges samlade initiativ för en hållbar besöksnäring där offentliga och privata aktörer agerar med gemensam kraft för omställningen till ett hållbart samhälle. Vid årsskiftet var 46 kommuner och ca 700 verksamheter anslutna till Hållbarhetsklivet.

Gästnattsstatistiken för hotell, stugbyar och vandrarhem i Västra Götalandsregionen visar att det under januari - november gjordes cirka 7 250 000 övernattningar vilket är fler än någonsin tidigare och en ökning med 2,1 % jämfört med samma period föregående år. Officiell statistik för camping publiceras först efter att denna årsredovisning fastställts. De preliminära siffrorna tyder på att camping genererade cirka 3,2 miljoner gästnätter 2024.

Turistrådet arbetar inom ett antal fokusområden som innebär starka reseanledningar till Västsverige. Bland fokusområdena kan t.ex. vandring, cykling och kultur nämnas. Under året har ytterligare ett fokusområde startats upp; Träning & Hälsa. Inom fokusområdena utvecklas och marknadsförs attraktiva erbjudanden till besökare genom ett nära samarbete mellan Turistrådet och besöksnäringens företag i Västsverige.

Turistrådet har genomfört drygt 30 marknadsföringskampanjer, kopplade till fokusområdena, för att locka besökare till Västsverige. Kampanjer har genomförts i huvudsak mot den svenska marknaden, men även mot Norge, Danmark, Tyskland, Frankrike och Holland. Kampanjerna har gett goda resultat i form av bokningar hos medverkande företag och har varit en bidragande orsak till att besöksfrekvensen på [vastsverige.com](https://www.vastsverige.com) ökat kraftigt. Sajten har under året haft 11,8 miljoner besök och drivit ca 2,2 miljoner besök till besöksnäringens företags hemsidor.

Individuell rådgivning har under året erbjudits företag genom Turistrådets verktyg ”Steg för steg” som innebär att en hemlig gäst kommer på besök för att sedan ge värdefull feedback på förbättringsåtgärder inom kvalitet och hållbarhet, samt ”Digital närvaro” som innebär en översyn av företagets digitala marknadsföringskanaler. Under året har också en ny form av hållbarhetsrådgivning lanserats. Denna rådgivning fokuserar på hållbarhetsklivets fyra grundläggande principer.

Att erbjuda utbildningar för branschen är en annan viktig del av Turistrådets verksamhet. Huvuddelen av alla utbildningar genomförs digitalt. Årets ämnen har omfattat bland annat AI, sociala medier samt marknadsföring i utlandet.

Intresset från både svensk och internationell media har varit stort under 2024. Flera stora internationella dagstidningar och magasin har varit på besök, bl. a. The Guardian, Die Zeit, Politiken, TV2 Norge och Bicycling Magazine. Även svensk media, t.ex. ICA Kuriren, har uppmärksammat resor till Västsverige. Vid sidan av pressbesöken har ca femton samarbeten med influencers från både Sverige och utlandet genomförts.

Även researrangörer har visat stort intresse för Västsverige och flera nya samarbeten har initierats på prioriterade utlandsmarknader.

Turistrådet har varit engagerat i ett antal evenemang under året. Dels större evenemang med TV-sändning i flera länder som är ett effektivt sätt att marknadsföra regionen, dels mindre evenemang som är viktiga för att generera turism till de platser där de genomförs.

## 2 Verksamhet

### 2.1 Regional utvecklingsstrategi

Att utveckla besöksnäringen är ett ansvar som delas av många aktörer och samverkan är vägen till framgång. Helt avgörande är hur vi tillsammans kan skapa denna framgång på ett hållbart sätt. Ingenting är framgångsrikt om det inte också är hållbart. Hållbarhetsklivet underlättar samverkan och skapar gemensam kraft. Alla som är verksamma inom den västsvenska besöksnäringen inbjuds att tillsammans med Turistrådet göra Västsverige till ett föredöme i omställningen till ett hållbart samhälle.

Hållbarhetsklivet är förankrat i den regionala utvecklingsstrategin och utgör en viktig del i implementeringen.

### 2.2 Mål från regionfullmäktiges budget

#### 2.2.1 Mål: Stärka innovationskraften - för ett hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv i framkant

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

Turistrådets arbete utgår från den regionala utvecklingsstrategin där besöksnäringen är identifierad som en viktig del. Turistrådets bidrag till strategin utgörs av satsningen på Hållbarhetsklivet.

Hållbarhetsklivet baseras på fyra grundläggande principer som är styrande för de vägval vi gör inom utveckling och marknadsföring av besöksnäringen i Västsverige.

De fyra principerna är;

- Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt
- Bra för både boende och besökare
- Fler besökare när och där det inte är fullt
- Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter

## Uppföljning och analys av indikatorer för Turistrådet 2024

### Så lite onödig miljöpåverkan som möjligt

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikatorer:

- Andel gästnätter från Sverige och prioriterade närmarknader

Andelen gästnätter från Sverige har alltid varit hög. Totalt utgör svenska besökare ca 70% av det totala antalet besökare. Resterande andel utgörs i huvudsak av besökare från våra prioriterade närmarknader.

- Andel västsvenska besökare

Av den officiella gästnattsstatistiken framgår inte hur stor andel av besökarna som kommer från Västsverige. Vid de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2024 har 32% svarat att de bor i Västsverige att jämföra med 28% föregående år. Intervjuerna har genomförts på populära besöksmål runt om i regionen.

- Andel av olika transportslag som besökaren valt för att ta sig hit

Statistiken är baserad på de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2024. Föregående års siffror inom parentes.

Egen bil 61% (65)

Husbil 19% (18)

Färja 6% (9)

Egen båt 6% (7)

Tåg 8% (3)

Buss 7% (5)

Flyg 4% (3)

Precis som tidigare är egen bil det helt dominerande transportslaget. Andelen besökare som kommer i egen bil har dock minskat i jämförelse med föregående år.

- Besökarens genomsnittliga vistelsetid

Statistiken är baserad på de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2024. Medianen för vistelsetid var 5 nätter, att jämföra med 4 nätter föregående år. Denna utveckling beror troligen främst på den ökade andelen utländska besökare, då de tenderar att stanna längre än svenska besökare.

- Totalt antal verksamheter som fått hjälp inom kvalité och hållbarhet (Steg för steg)

Under 2024 har 39 (36) nya verksamheter fått rådgivning inom Steg för steg. Totalt har nu 307 (268) verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning.

- Totalt antal verksamheter som anslutit sig till Hållbarhetsklivet

Intresset för att ansluta till Hållbarhetsklivet är stort. Totalt är ca 700 besöksnärsverksamheter anslutna vilket innebär en ökning med ca 100 verksamheter.

- Antal verksamheter på Norden- och Världennivå

Turistrådets Sverige-Norden-Världen-system är framtaget för att tydliggöra vilka krav Turistrådet ställer på företag som vill ta del av de olika tjänster som erbjuds. Antalet företag som når upp till kriterierna är 278 (241) företag på Världen-nivå och 454 (461) på Norden-nivå. Ökningen av antalet Världenföretag är ett resultat av målmedvetna insatser på kvalitetshöjande åtgärder från företagen med stöd av Turistrådet.

### **Bra för både boende och besökare**

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikator:

- Utveckling av utläggstal

Statistiken är baserad på de intervjuer Turistrådet har genomfört under sommaren 2024. Övernattande besökare spenderade i genomsnitt 1230 (1330) SEK per dygn. Dagsbesökare spenderade i genomsnitt 520 (497) SEK per dag.

Konjunkturläget har troligen påverkat dygnsutläggen något.

### **Fler besökare när och där det inte är fullt**

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikatorer:

- Boendekapacitet inom kommersiellt boende

Boendekapaciteten inom hotell, stugbyar och vandrarhem i Västsverige under perioden januari – november 2024 var 1 562 863 (1 475 675) bäddar i genomsnitt per månad.

- Beläggningsgrad inom kommersiellt boende

Beläggningsgraden inom hotell, stugbyar och vandrarhem i Västsverige under perioden januari – november 2024 var 57 (59) procent belagda rum.

- Antal gästnätter

Gästnattsstatistiken för hotell, stugbyar och vandrarhem i Västra Götalandsregionen visar att det under januari - november gjordes cirka 7 250 000 övernattningar vilket är fler än någonsin tidigare och en ökning med 2,1 % jämfört med samma period föregående år. Officiell statistik för camping publiceras först efter att denna årsredovisning fastställts. De preliminära siffrorna tyder på att camping genererade cirka 3,2 miljoner gästnätter 2024. Turismen har kontinuerligt ökat i Sverige (och stora delar av Världen). Västsverige följer samma mönster.

- Totalt antal företag som har fått hjälp genom Digital närvaro

Under 2024 har 17 (24) nya verksamheter fått rådgivning inom Digital närvaro. Totalt har nu 437 (420) verksamheter i Västsverige erhållit rådgivning.

- Antal besök på vastsverige.com

Under 2024 uppskattas antalet besök på vastsverige.com till cirka 11,8 (9,4) miljoner, vilket innebär en ökning med 25%. vastsverige.com är Nordens mest besökta destinationssajt. Turistrådets arbete med optimering av vastsverige.com och trafikdrivande insatser har gett fina resultat.

- Antal följare i sociala kanaler

Antalet följare på Turistrådets Facebook-sidor är cirka 142 000 (135 000).

Antalet följare på Turistrådets Instagram-sidor är cirka 94 000 (76 000).

- Pressvärde; motsvarande annonseringsvärde för redaktionella artiklar

Pressvärdet på de berörda marknaderna för 2024 uppgick till cirka 242 (236) miljoner SEK.

- Antal pressbesök

Under året har flera stora internationella dagstidningar och magasin har varit på besök, bl. a. The Guardian, Die Zeit, Politiken, TV2 Norge och Bicycling Magazine. Även svensk media, t.ex. ICA Kuriren, har uppmärksammat resor till Västsverige. Vid sidan av pressbesöken har ca tiosamarbeten med influencers från både Sverige och utlandet genomförts. Totalt har ca 60 journalister varit på besök under året.

Vid sidan av pressbesöken har också ca femton samarbeten genomförts med influencers från både Sverige och utlandet.

- Antal researrangörssamarbeten

Intresset för den västsvenska marknaden från europeiska researrangörer är fortsatt stort. Totalt samarbetar Turistrådet nu med 50 researrangörer, vilket är 5 fler än under föregående år.

### **Fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter**

Principen följs kvalitativt samt genom följande indikatorer:

- Antal helårsverken inom besöksnäringen i Västsverige

Tillväxtverket har inte möjlighet att leverera sysselsättningsstatistik för besöksnäringen på regional nivå. I statistiken på riksnivå finns det en eftersläpning som gör att de senast presenterade siffrorna avser 2021. I hela riket arbetade då 101 000 personer inom besöksnäringen.

Under samma år var Västsveriges andel av det totala antalet gästnätter i Sverige 15,7%. Det är därför rimligt att anta att ca 16 000 personer arbetade inom besöksnäringen i Västsverige år 2021. Siffrorna är starkt påverkade av att det rådde pandemi under 2021.

### **Kundnöjdhet**

- NKI-mätning bland Turistrådets kunder

Turistrådet lät under 2024 genomföra en mätning av Nöjd kund-index (NKI), motsvarande den undersökning som gjorts under flera år. Undersökningen gick ut till 373 företag som Turistrådet arbetat med under de senaste åren. NKI-måttet baseras på helhetsomdömet om Turistrådet, hur väl företagets förväntningar på Turistrådet uppfyllts samt hur nära en ideal verksamhet man anser Turistrådet vara. Resultatet blev ett övergripande NKI om 78, att jämföra med 79 under 2023 och 76 under 2022. Resultatet visar att besöksnäringens företag i Västsverige är mycket nöjda med Turistrådets arbete.



## Framåtblick

Sammanfattningsvis kan man konstatera att Hållbarhetsklivet är en väl fungerande strategi som har förbättrat Turistrådets arbete, men också inneburit en ökad samordning och förbättring av hela den västsvenska besöksnäringen. Planen framåt är att fortsätta arbeta enligt de fyra grundläggande principerna och fortsätta leverera konkreta och uppskattade insatser till Västsveriges besöksnäring.

### 2.2.1.1 Fokusområde: Främja företagsamhet och kapacitet för förnyelse

● Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Inom Besöksnäringensinsatser bedrivs riktade satsningar som stödjer Hållbarhetsklivet. Inom Marknadsföring ansvarar man för support och expertis avseende marknadsföring kopplat till de olika besöksnäringensinsatserna.

De riktade satsningarna ska på ett tydligt sätt påverka vart och när besökaren reser. Satsningarna drivs tillsammans med utvalda verksamheter för att skapa attraktiva reseanledningar och nå ut med gemensamma budskap. Turistrådet kan stödja också utvalda evenemang.

### 2.2.2 Mål: Ökad måluppfyllelse för Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

#### 2.2.2.1 Fokusområde: Minska Västra Götalandsregionens miljö- och klimatpåverkan enligt miljömål 2030

● Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Besöksnäring medför alltid en påverkan på miljön. Transporter till och från destinationen samt aktiviteter och konsumtion på plats leder till CO<sub>2</sub>-utsläpp. Dessutom kan besöken innebära en påverkan på naturen på resmålet.

Men hur omfattande besöksnäringens miljöpåverkan blir avgörs av de val besökaren gör i form av transportmedel, reslängd, vistelsetid, konsumtion och agerande på plats. Detta kan vi som destination påverka genom att utveckla och marknadsföra sådant som bidrar till så lite onödigt miljöpåverkan som möjligt.

Genom att vara rädda om vår natur säkerställer vi att vi även i framtiden kan erbjuda en attraktiv destination.

#### 2.2.2.2 Fokusområde: Öka integreringen av mål för social hållbarhet 2030 i Västra Götalandsregionens huvuduppdrag

● Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Turistrådet verkar för att göra Västsverige mer attraktivt för såväl besökare som regionens invånare. Detta knyter an till en av Hållbarhetsklivets grundläggande principer, nämligen "Bra för både boende och besökare".

Attraktiva platser att bo på är ofta också attraktiva platser att besöka. Tillresta

besökare är nästan alltid en förutsättning för att en plats skall kunna erbjuda ett utbud av restauranger, affärer och annan service. Dock måste det finnas en balans mellan boende och besökare så att antalet besökare inte överskrider platsens kapacitet. Besökaren måste vara välkommen och mötas av ett attraktivt utbud.

## 2.3 Regiongemensamt

### 2.3.1 Hållbarhet

Västra Götalandsregionens hållbarhetsmål, Mål för social hållbarhet 2030 och Miljömål 2030, antogs av regionfullmäktige 2021. Hållbarhetsmålen omfattar alla Västra Götalandsregionens nämnder och styrelser, förvaltningar och bolag.

#### 2.3.1.1 Miljö

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

- hemmamarknaden och närmarknader

Ju kortare resväg desto mindre CO<sub>2</sub>-utsläpp. Vi lägger därför våra resurser på att uppmuntra västsvenskar till hemester och att attrahera besökare från övriga Sverige och utvalda marknader i Europa.

Detta innebär inte att besökare från andra marknader inte är välkomna. Oavsett var våra besökare kommer ifrån tar vi väl hand om dem.

- hållbara transporter

Transporten till och från destinationen är den faktor som har störst betydelse för besöksnäringens miljöpåverkan. Vi gör det lättare för besökaren att göra medvetna val genom att tydliggöra olika transportalternativs CO<sub>2</sub>-påverkan. Vi underlättar också för besökaren att kunna välja tåg, bil eller buss som alternativ till flyg.

För resor inom destinationen underlättar vi för besökaren att välja kollektivtrafik och samåkning. I den mån besökare väljer att flyga till Västsverige vill vi att de skall ha möjlighet att välja moderna direktflyg.

- att få besökare att stanna längre

Vi når stora miljöbesparingar genom att få gästerna att stanna längre istället för att fylla boendeanläggningar med nya gäster varje dag. Det ger färre transporter per gästnatt och kräver mindre städning och tvättning.

Vi tydliggör därför ett utbud som får besökaren nyfiken på att stanna länge och vi prioriterar målgrupper som vi av erfarenhet vet stannar flera dygn.

- hållbara aktörer

Hur den enskilda verksamheten arbetar med miljöförbättrande åtgärder har stor betydelse. Vi genomför därför aktiva insatser för att hjälpa verksamheter att förbättra sitt miljöarbete.

- hållbara aktiviteter

Vad besökaren ägnar sig åt på destinationen påverkar miljön. Olika aktiviteter har olika grad av miljöpåverkan. Genom utveckling och marknadsföring av attraktiva aktiviteter med så lite onödig miljöpåverkan som möjligt kan vi få fler att välja hållbara alternativ.

- att göra det lätt för våra besökare att göra rätt

Samma aktivitet kan vara mer eller mindre hållbar beroende på hur den utövas. Miljön påverkas av hur man som besökare agerar under sin vistelse.

Vi verkar för att det ska finnas praktiska förutsättningar för besökaren att utöva ett gott gästskap, t.ex. genom tillgång till källsortering och toaletter. Vi informerar också besökarna om hur de kan agera för att generera så lite onödig miljöpåverkan som möjligt.

### **2.3.1.2 Social hållbarhet**

Social hållbarhet är en integrerad del i Turistrådets strategi Hållbarhetsklivet. En av de fyra grundläggande principerna i strategin lyder "Bra för både boende och besökare".

Turistrådet strategi för att bidra till en besöksnäring som är bra för både boende och besökare är;

- att öka förståelsen för sambandet mellan turism och en attraktiv plats
- insatser som leder till att så stor del som möjligt av de intäkter som genereras stannar lokalt
- prioritering av målgrupper som bidrar positivt till platsen

Exempel på konkreta insatser som Turistrådet genomför för att göra Västsverige mer attraktivt för såväl besökare som regionens invånare är:

- Turistrådet arbetar aktivt för en god infrastruktur i form av cykel- och vandringsleder. 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. Även detta bidrar positivt till folkhälsan.
- Turistrådets arbete 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.
- För att tillgängliggöra besöksnäringen för människor med funktionsvariation använder Turistrådet Tillgänglighetsdatabasen (TD). Samtliga verksamheter på Världennivå är tillgänglighetsinventerade.

## 2.3.2 Inköp

Turistrådet följer Västra Götalandsregionens inköspolicy och tar hjälp av inköpsavdelning när så är möjligt. Det innebär dels att Turistrådet genom fullmakt deltar i flera regiongemensamma upphandlingar och använder av regionstyrelsen upphandlade avtal, men också att Turistrådet får stöd och rådgivning i samband med de upphandlingar verksamheten själv genomför.

## 2.3.3 Säkerhet och beredskap

För att analysera företagets risker används VGRs modell i Plan & Styr. Ledningen identifierar tillsammans med styrelsen risker och analyserar dess potentiella konsekvenser samt sannolikheten att de inträffar. Uppdaterad riskbedömning görs årligen av styrelsen. Uppföljning av riskbedömningarna sker en gång per år under ledning av VD och fastställs av styrelsen.

## 2.3.4 Intern kontroll

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

## 2.3.5 Uppföljning av verksamhet som lämnat över till privata utförare

# 3 Medarbetare

## 3.1 Mål från regionfullmäktiges budget

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

● Målet kommer att uppnås/Målet är uppnått

Turistrådet har konkurrenskraftiga löner och är framgångsrika avseende att attrahera och behålla personal.

Målet är att alla chefer arbetar strategiskt och systematiskt för god hälsa och arbetsmiljö. Det uppnås genom att chefen

- är medveten om kopplingen mellan hälsa, arbetsmiljö, ledarskap och verksamhetens resultat
- driver ett aktivt hälso- och arbetsmiljöarbete i samarbete med medarbetare, HR och skyddsombud utifrån ett hälsofrämjande, förebyggande och rehabiliterande perspektiv

- ser hälsa och arbetsmiljö ur ett helhetsperspektiv och integrerar det systematiska arbetsmiljöarbetet i den dagliga verksamheten
- har ett hälsofrämjande ledarskap, både i relation till medarbetare men också genom hur arbetsplatsens arbete organiseras
- kommunicerar och möjliggör för medarbetarna att vara delaktiga i verksamhetens mål, resultat och utveckling

#### **3.1.1.1 Fokusområde: Fortsatt arbete med konkurrenskraftiga löner**

Turistrådet har konkurrenskraftiga löner och är framgångsrika avseende att attrahera och behålla personal.

#### **3.1.1.2 Fokusområde: Arbetet med att nå normtal för antal medarbetare per chef ska följas för att förutsättningar för första linjens chef ska förbättras**

● Fokusområdet kommer att uppnås/Fokusområdet är uppnått

Turistrådet har två avdelningar med 14 medarbetare per avdelning.

#### **3.1.2 Mål: Medarbetares arbetsmiljö ska förbättras genom satsning på återhämtning och avlastning och inflytande över sin arbetsmiljö**

Målet är att Turistrådet Västsverige AB:s arbetsplats kännetecknas av arbetsglädje, ett hållbart arbetsliv och hälsoskapande arbetsmiljö.

Det uppnås genom att:

- ge förutsättningar för chefer att utveckla ett hälsofrämjande och hållbart ledarskap
- utveckla ett tryggt, prestigelöst och öppet arbetsklimat där mobbning, trakasserier, diskriminering och andra former av utanförskap motverkas och förebyggs
- ha en tydlig och kommunikativ organisation, genomsyrad av respekt för medarbetares och chefers olika roller
- ge förutsättningar för och uppmuntra till delaktighet, samarbete och utveckling

#### **3.1.2.1 Fokusområde: Ta bort onödiga administrativa uppgifter för medarbetare**

Turistrådet arbetar systematiskt och kontinuerligt med att minimera onödig administration.

## 3.2 Arbete mot kränkande särbehandling, trakasserier och sexuella trakasserier

Turistrådet har en likabehandlingsplan för att motverka kränkande särbehandling och trakasserier.

Avdelningscheferna har ansvaret för att likabehandlingsperspektivet tas tillvara i verksamhetens planering, beslutsfattande och genomförande, samt ansvar för att vidta åtgärder i enskilda situationer. Varje medarbetare har ansvar att rapportera till sin närmaste chef om man upplever att en arbetskamrat utsätts för oacceptabelt bemötande, samt att stötta sina arbetskamrater efter bästa förmåga. Då likabehandling till stor del handlar om individernas värderingar och attityder gentemot varandra, diskuteras dessa frågor kontinuerligt i olika forum, som t.ex. personalmöten och medarbetarsamtal.

## 3.3 Personalvolym och personalstruktur

Turistrådet hade 29 anställda per 31/12. Antalet årsarbetare var 28 under 2024. Detta är ungefär samma antal medarbetare som bolaget haft under de senaste åren.

Turistrådet har varken mertid eller övertid.

## 3.4 Företagshälsovård

Turistrådet har inte genomfört någon verksamhetsplan med Hälsan och arbetslivet. Behovet har inte förelegat. Samtliga anställda erbjuds företagshälsovård enligt Västra Götalandsregionens riktlinjer.

# 4 Ekonomi

## 4.1 Resultat

| Rapportrad                   | Utfall År2024 | Budget År2024 | Utfall Fg År2023 | Avvikels eutfall-budget | Förändring %utfall/utf all |
|------------------------------|---------------|---------------|------------------|-------------------------|----------------------------|
| Driftbidrag                  | 57,8          | 57,8          | 56,7             | -                       | 1,9%                       |
| Övriga intäkter och bidrag   | 0,1           | -             | 0,5              | 0,1                     | -74,4%                     |
| S:a Verksamhetens intäkter   | 57,9          | 57,8          | 57,2             | 0,1                     | 1,2%                       |
| Personalkostnad inkl inhyrda | - 24,8        | - 24,8        | - 24,1           | - 0,1                   | 3,2%                       |
| Material och varor           | - 0,0         | - 0,1         | - 0,1            | 0,1                     | -66,5%                     |

| Rapportrad                   | Utfall<br>År2024 | Budget<br>År2024 | Utfall Fg<br>År2023 | Avvikels<br>utfall-<br>budget | Förändring<br>%utfall/utf<br>all |
|------------------------------|------------------|------------------|---------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Lokal- och energikostnader   | - 1,5            | - 1,4            | - 1,6               | - 0,1                         | -8,2%                            |
| Köp av tjänster              | - 29,3           | - 30,0           | - 29,4              | 0,7                           | -0,5%                            |
| Övriga kostnader             | - 2,0            | - 1,6            | - 1,9               | - 0,4                         | 6,3%                             |
| S:a Verksamhetens kostnader  | - 57,7           | - 57,9           | - 57,2              | 0,2                           | 0,9%                             |
| Verksamhetens nettokostnader | 0,2              | - 0,1            | 0,0                 | 0,3                           | 398,2%                           |
| Verksamhetens resultat       | 0,2              | - 0,1            | 0,0                 | 0,3                           | 398,2%                           |
| Finansiella intäkter         | 0,1              | 0,1              | 0,1                 | 0,0                           | 47,8%                            |
| Årets resultat               | 0,3              | -                | 0,1                 | 0,3                           | 212,2%                           |

#### 4.1.1 Verksamhetens intäkter

Omsättningen 2024 uppgick till 57 937 Tkr (f.år 57 236 Tkr), vilket är i nivå med budget och cirka 700 Tkr mer än under 2023. Av årets omsättning representerar de tjänster som Västra Götalandsregionen köper av Turistrådet Västsverige 57 800 Tkr.

#### 4.1.2 Verksamhetens kostnader

Verksamhetens kostnader uppgår till 57,7 Mkr vilket är 200 Tkr under budget och 500 Tkr högre än under 2023. Inga väsentliga förändringar jämfört med budget eller föregående år.

### 4.2 Investeringar

Turistrådet Västsverige har under året inte gjort några investeringar och har inga planerade investeringar för 2025.

### 4.3 Eget kapital och obeskattade reserver

Förändring av Eget kapital har endast skett med tillskott av årets positiva resultat om 328 Tkr.

## 5 Fördjupning till egen nämnd/styrelse

## 6 Finansiell rapportering

|  | N<br>ot | Utfall  | Utfall  |
|--|---------|---------|---------|
| <b>Resultaträkning</b>                                 |         | 2412    | 2312    |
|  |         |         |         |
| <b>Verksamhetens intäkter</b>                          | 1       | 57 937  | 57 236  |
| <b>Verksamhetens kostnader</b>                         | 2       | -57 691 | -57 187 |
| <b>Avskrivningar och nedskrivningar</b>                |         | 0       | 0       |
| <b>Verksamhetens nettokostnader</b>                    |         | 246     | 49      |
|  |         |         |         |
| <b>Finansnetto</b>                                     |         | 82      | 56      |
| <b>Erhållna/lämnade bidrag spec. beslut</b>            |         | 0       | 0       |
| <b>Erhållna/lämnade regionbidrag</b>                   |         | 0       | 0       |
| <b>Obeskattade reserver (bolagen)</b>                  |         | 0       | 0       |
|  |         |         |         |
| <b>Årets resultat</b>                                  |         | 328     | 105     |
|  |         |         |         |
|  | No<br>t | Utfall  | Utfall  |
| <b>Kassaflödesanalys</b>                               |         | 2412    | 2312    |
|  |         |         |         |
| <b>Löpande verksamhet</b>                              |         |         |         |
| <b>Årets resultat</b>                                  |         | 328     | 105     |
| <b>Investeringsbidrag</b>                              |         | 0       | 0       |
| <b>Avskrivningar</b>                                   |         | 0       | 0       |
| <b>Utrangeringar/nedskrivningar</b>                    |         | 0       | 0       |
| <b>Reavinst/-förluster sålda anläggningstillgångar</b> |         | 0       | 0       |
| <b>Avsättningar</b>                                    |         | 0       | 0       |



|   | <b>N<br/>ot</b> | <b>Utfall</b> | <b>Utfall</b> |
|---|-----------------|---------------|---------------|
| <b>Obeskattade reserver<br/>(bolagen)</b>   |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
| <b>Kassaflöde från löpande<br/>verksamhet före förändring<br/>av rörelsekapital</b> |                 | 328           | 105           |
|   |                 |               |               |
| <b>Förändring av rörelsekapital</b>   |                 |               |               |
| <b>Ökning-/minskning+ av<br/>förråd</b>   |                 | 0             | 0             |
| <b>Ökning-/minskning+ av<br/>kortfristiga fordringar</b>                            |                 | 559           | -1 920        |
| <b>Ökning+/minskning- av<br/>kortfristiga skulder</b>                               |                 | -2            | 676           |
|   |                 |               |               |
| <b>Kassaflöde från löpande<br/>verksamhet</b>                                       |                 | 885           | -1 139        |
|   |                 |               |               |
| <b>Förändring av<br/>redovisningsprincip</b>  |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
| <b>Förändring av eget kapital</b>   |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
| <b>Korrigerig omklassificering<br/>anläggningstillgångar</b>                        |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
| <b>Investeringsverksamhet</b>   |                 |               |               |
| <b>Investeringar</b>  |                 | 0             | 0             |
| <b>Momsjustering vid<br/>överlåtelse</b>  |                 | 0             | 0             |
| <b>Anläggningstillgångar<br/>överfört mellan enheter</b>                            |                 | 0             | 0             |
| <b>Försäljningar<br/>anläggningstillgångar</b>                                      |                 | 0             | 0             |
| <b>Aktier och andelar</b>   |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
| <b>Kassaflöde från<br/>investeringsverksamheten</b>                                 |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |

|   | <b>N<br/>ot</b> | <b>Utfall</b> | <b>Utfall</b> |
|---|-----------------|---------------|---------------|
| <b>Finansieringsverksamhet</b>                      |                 |               |               |
| Ökning-/minskning+ av långfristiga fordringar       |                 | 0             | 0             |
| Ökning+/minskning- av långfristiga skulder          |                 | 0             | 0             |
| Erhållna/lämnade bokslutsdispositioner              |                 | 0             | 0             |
| Justering för årets aktiverade investeringsbidrag   |                 | 0             | 0             |
| Förändring aktiekapital                             |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
| Kassaflöde från finansieringsverksamheten           |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
| <b>ÅRETS KASSAFLÖDE</b>                             |                 | 885           | -1 139        |
|   |                 |               |               |
| Ingående likvida medel och kortfristiga placeringar |                 | 3 583         | 4 722         |
| Utgående likvida medel och kortfristiga placeringar |                 | 4 468         | 3 583         |
|   |                 |               |               |
| <b>Kontroll av årets kassaflöde</b>                 |                 | 885           | -1 139        |
|   |                 |               |               |
| <b>Differens</b>                                    |                 | 0             | 0             |
|   |                 |               |               |
|   | No<br>t         | Utfall        | Utfall        |
| <b>Balansräkning</b>                                |                 | 2412          | 2312          |
|   |                 |               |               |
| <b>Anläggningstillgångar</b>                        |                 |               |               |
| Immateriella anläggningstillgångar                  |                 | 0             | 0             |
| Materiella anläggningstillgångar                    |                 |               |               |
| - byggnader och mark                                |                 | 0             | 0             |
| - maskiner och inventarier                          |                 | 0             | 0             |
| - pågående investeringar                            |                 | 0             | 0             |

|   | <b>N<br/>ot</b> | <b>Utfall</b> | <b>Utfall</b> |
|---|-----------------|---------------|---------------|
| <b>Finansiella<br/>anläggningstillgångar</b>            |                 | 0             | 0             |
| <b>Summa<br/>anläggningstillgångar</b>                  |                 | 0             | 0             |
| <b>Omsättningstillgångar</b>                            |                 |               |               |
| <b>Förråd</b>   |                 | 0             | 0             |
| <b>Kortfristiga fordringar</b>                          |                 | 10 392        | 10 951        |
| <b>Kortfristiga placeringar</b>                         |                 | 0             | 0             |
| <b>Likvida medel</b>                                    |                 | 4 468         | 3 583         |
| <b>Summa<br/>omsättningstillgångar</b>                  |                 | 14 860        | 14 534        |
| <b>Summa tillgångar</b>                                 |                 | 14 860        | 14 534        |
| <b>Eget kapital</b>                                     |                 |               |               |
| <b>Eget kapital</b>                                     |                 | 7 894         | 7 789         |
| <b>Bokslutsdispositioner</b>                            |                 | 0             | 0             |
| <b>Årets resultat</b>                                   |                 | 328           | 105           |
| <b>Summa eget kapital</b>                               |                 | 8 222         | 7 894         |
| <b>Avsättningar</b>                                     |                 | 0             | 0             |
| <b>Skulder</b>  |                 |               |               |
| <b>Långfristiga skulder</b>                             |                 | 0             | 0             |
| <b>Kortfristiga skulder</b>                             |                 | 6 638         | 6 640         |
| <b>Summa skulder</b>                                    |                 | 6 638         | 6 640         |
| <b>Summa eget kapital,<br/>avsättningar och skulder</b> |                 | 14 860        | 14 534        |

| <b>Not 1 Nettoomsättning</b>                    |                            |  |                            |
|---|----------------------------|--|----------------------------|
|   | 2024-01-01 -2024-<br>12-31 |  | 2023-01-01 -2023-<br>12-31 |
| <b>Bidrag från Västra<br/>Götalandsregionen</b> | 57 800                     |  | 56 700                     |
| <b>Övriga intäkter</b>                          | 137                        |  | 536                        |
| <b>Summa</b>                                    | 57 937                     |  | 57 236                     |

| <b>Not 2 Personalkostnader</b> |                        |  |                        |
|--------------------------------|------------------------|--|------------------------|
|                                | 2024-01-01 -2024-12-31 |  | 2023-01-01 -2023-12-31 |
| <b>Styrelse och VD</b>         | 1 706                  |  | 1 639                  |
| <b>Övriga anställda</b>        | 14 865                 |  | 14 055                 |
| <b>Summa</b>                   | 16 571                 |  | 15 694                 |
| <b>Sociala kostnader</b>       | 5 277                  |  | 4 990                  |
| <b>Pensionskostnader</b>       | 2 202                  |  | 2 532                  |
| <b>Summa</b>                   | 24 050                 |  | 23 216                 |

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.