

Visit 
Sweden

Årsrapport
2024

Innehåll

Verksamhetsberättelse 2024	3
Detta är Visit Sweden	3
Året i korthet	4
Fortsatt utvidgat tvärfunktionellt arbetssätt gav utdelning	5
Strategisk satsning har stärkt redan framgångsrik marknadsföring	6
En värld i konstant förändring	8
Strategiska områden och övergripande mål	10
Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället	12
Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige	14
Välmående och hållbart bolag	17
Hållbarhet – aktivt integrerat	19
Risker och riskhantering	21
Ordlista och definitioner	22
Årsredovisning 2024	23
Förvaltningsberättelse	25
Koncernens resultaträkning	29
Koncernens rapport över totalresultat	29
Koncernens balansräkning	30
Koncernens rapport över förändring i eget kapital	31
Koncernens rapport över kassaflöden	32
Moderbolagets resultaträkning	33
Moderbolagets rapport över totalresultat	33
Moderbolagets balansräkning	34
Moderbolagets rapport över förändring i eget kapital	35
Moderbolagets rapport över kassaflöden	36
Noter till de finansiella rapporterna	37
Styrelsens intygande	51
Bolagsstyrningsrapport 2024	55
Bolagsstyrningsrapport 2024	56
Styrelse	58
Ledning	61
Bilaga 1. Om hållbarhetsredovisningen	65
Bilaga 2. En framtidssäkrad och stabil verksamhet	67
Bilaga 3. Väsentlighetsanalys	69
Bilaga 4. Riskhantering på Visit Sweden	70
Bilaga 5. Intressentdialog	72
Bilaga 6. Visit Swedens klimatpåverkan	75
Bilaga 7. Nyckeltal	78
Bilaga 8. GRI Index	81



Foto: Yrui Artes/imagebank sweden.se

Detta är Visit Sweden

Visit Sweden sätter Sverige på kartan som ett attraktivt resmål – varje dag, året om. Genom smart destinationsmarknadsföring och kontinuerlig kunskapsdelning stärker Visit Sweden bilden av Sverige och ökar viljan att resa hit. Det skapar affärsnytta för både turismnäringen och näringslivet i stort. En växande turismnäring bidrar till Sveriges internationella konkurrenskraft.

Ett tydligt uppdrag för Sverige

Visit Sweden har det officiella statliga uppdraget att marknadsföra Sverige som resmål och skapa förutsättningar för en växande och konkurrenskraftig turismnäring. Turismen är en av Sveriges största exportnäringar och spelar en avgörande roll för sysselsättning och regional utveckling. Samtidigt stärker en blomstrande turismnäring Sverigebilden globalt, vilket gör landet mer attraktivt – inte bara för resenärer, utan även för internationella talanger och investerare.

Framgångsfaktorer för att attrahera resenärer

Potentialen är stor – 80 miljoner resenärer är intresserade av att semestra i Sverige¹⁾. För att omvandla detta intresse till faktiska besök krävs en kontinuerlig och strategisk närvaro på den globala marknaden. Konkurrensen om resenärerna är hård, och resmålen som lyckas är de som syns och engagerar.

För att Sverige ska ta en starkare position krävs både kreativ marknadsföring och kunskapsdelning. Genom en flerkanalstrategi säkerställs att Sverige finns i resenärernas medvetande – från inspiration till bokning – samtidigt som en årlig global PR-kampanj skapar engagemang och ger eko i internationella medier. Parallellt delas insikter med turismnäringen för att stärka dess konkurrenskraft, hjälpa aktörerna att synas på rätt sätt och nå rätt målgrupper. Genom återkommande initiativ skapar Visit Sweden också förutsättningar för affärsmöten och samarbeten mellan svenska turismaktörer och internationella researrangörer och reseagenter. Både i Sverige och internationellt erbjuder bolaget mötesplatser som möjliggör nya affärskontakter och stärker svensk turism på den globala marknaden.

1) Undersökningen genomfördes av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov på Visit Swedens uppdrag på bolagets fokusmarknader Norge, Danmark, Finland, Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Storbritannien, USA och Sverige. Sammanlagt genomfördes över 9 000 intervjuer bland globala resenärer som är potentiella besökare av Sverige. Intervjuerna genomfördes via internet med män och kvinnor i åldern 20-70 år under perioden 16 april till 4 juni 2024.



Ägarskap och finansiering

V.S. VisitSweden AB är ett bolag helägt av svenska staten och som förvaltas av Finansdepartementet och finansieras genom anslag från Klimat- och näringslivsdepartementet



Uppdrag enligt bolagsordningen

Visit Sweden ska genom effektiva kommunikationskanaler marknadsföra hela Sverige som turistland och bidra till att öka Sveriges attraktionskraft som besöksmål



Vision

2030 är Sverige världens mest hållbara och attraktiva resmål byggt på innovation



Position

Visit Sweden är Sveriges marknadsföringsbolag



Varumärkeslöfte

Tillsammans mot ett mer medvetet resande



Övergripande mål

Öka Sveriges attraktions- och konkurrenskraft som resmål

Året i korthet

**Brutto-
räckvidd¹**
4,1
miljarder

7
miljoner
unika
besökare på
våra webbar

PR-värde²
5,6
miljarder
SEK

3 702
affärsmöten³

252
internationella
pressresor

12 670 000
sökningar på resmålet Sverige⁴

15 medaljer i internationella
reklamtävlingar varav
sju guld



Foto: Visit Sweden



Foto: Emmie Bolin/Visit Sweden

GSTC2024 i Sverige – En framgång för hållbar turism

Den 23–25 april 2024 genomförde Global Sustainable Tourism Council (GSTC) sin globala kongress GSTC2024 för första gången i Sverige. Visit Sweden stod som värd för kongressen tillsammans med Tillväxtverket.

Kongressen samlade 500 deltagare från 50 länder och belyste nyckelfrågor inom hållbar turism, såsom klimatansvar och framtidens affärsmodeller. Kronprinsessan Victoria deltog vid invigningen och Fredrik Reinfeldt, tidigare statsminister samt nuvarande ordförande i Visita, var en av huvudtalarna. Den GSTC-enkät som skickades ut till delegaterna efter kongressen visar att:

- **83 procent** av deltagarna ökade sin kunskap om hållbar turism.
- **88 procent** kände sig inspirerade att arbeta vidare med hållbarhetsfrågor.
- **90 procent** fick affärsmässiga insikter och idéer.

Swedish Workshop – en mötesplats för affärer

Swedish Workshop i Södertälje blev en av årets mest framgångsrika satsningar för att skapa affärer för svensk besöksnäring. Evenemanget samlade svenska besöksnäringens företag och internationella researrangörer under intensiva dagar med kunskapsdelning, affärsmöten och nätverkande.

Antal genomförda möten: 1 231

Genomsnittligt antal möten: 18 (per svensk aktör)

Upplevd relevans hos köpare: 8,45/10 (100 % av deltagande säljare upplevde att de fick träffa relevanta köpare)

NKI⁵⁾: 83,7 (svenska säljare)

NPS⁶⁾: 68

Effekt⁷⁾: 9 950 TSEK

Ekonomisk effekt för Södertälje kommun⁸⁾: 2 435 TSEK

1) Sammanslagen räckvidd av individer som nås genom PR, digitala kanaler och mediaköp.

2) Uträknat av PR- och omvärldsbevakningstjänsten Cision och baseras på artikelstorlek/antalet följare, varumärkesexponering och hur positiv artikeln är i förhållande till vad det skulle kosta att köpa exponering.

3) Vakantiebeurs – 50. Swedish Workshop, Södertälje – 1231. Nordic Workshop i Hamburg – 212. Swedish Workshop Online – 735. Swedish Workshop UK – 224. US – 350. Scandinavian Roadshow Kina – 900. Totalt: 3702.

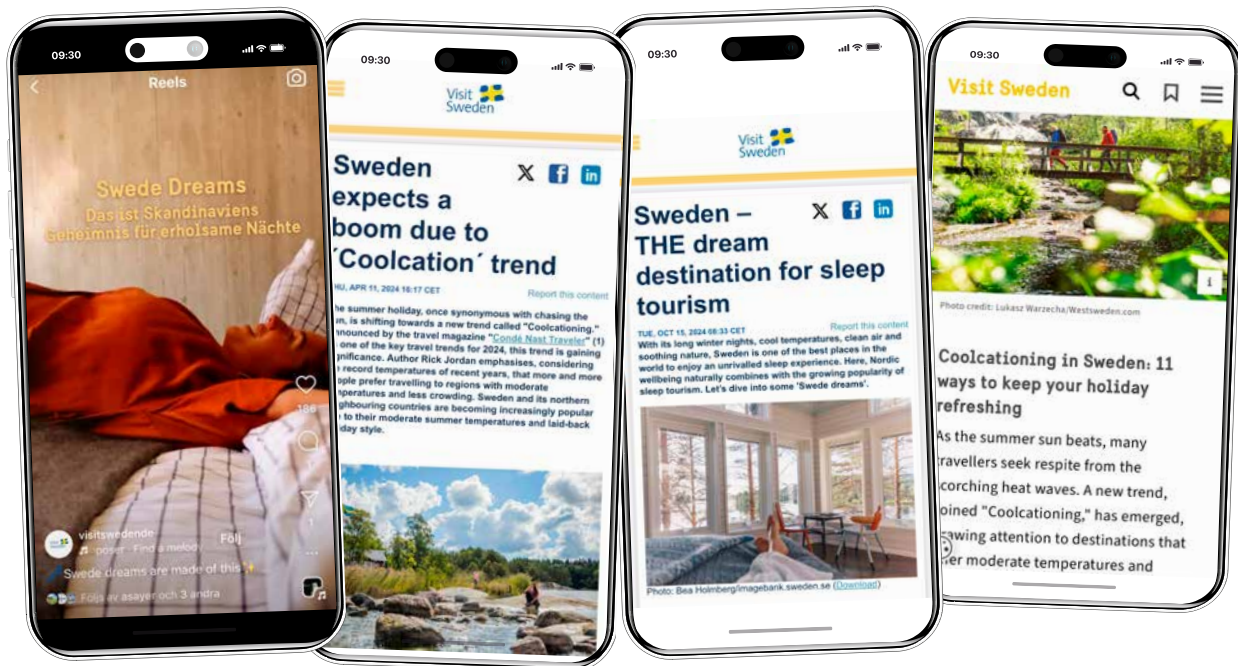
4) Google-sökningar för året 2024. Källa: Bloom Consulting, Digital Demand.

5) Nöjd-kund-index som baseras på medelvärdet utifrån tre frågor. Se detaljerad information under Ordlista och definitioner, s. 22.

6) Net Promoter Score är ett mått på kundlojalitet. Se detaljerad information under Ordlista och definitioner, s. 22.

7) Uppskattad långsiktig affärseffekt baserad på möten mellan svenska säljare och utländska köpare, beräknad enligt Visit Swedens effektmodell (se s. 17) utifrån antal affärer och genomsnittligt värde per försäljning.

8) Uppskattad lokal ekonomisk effekt under evenemangets genomförande i Södertälje, beräknad med Event Impact Calculator – ett verktyg framtaget av Riksidrottsförbundet och Göteborg & Co för att mäta evenemangs påverkan utifrån genomsnittliga antaganden kring bl.a. deltagare, övernattningsnätter och utgifter.



Fortsatt utvidgat tvärfunktionellt arbetssätt gav utdelning

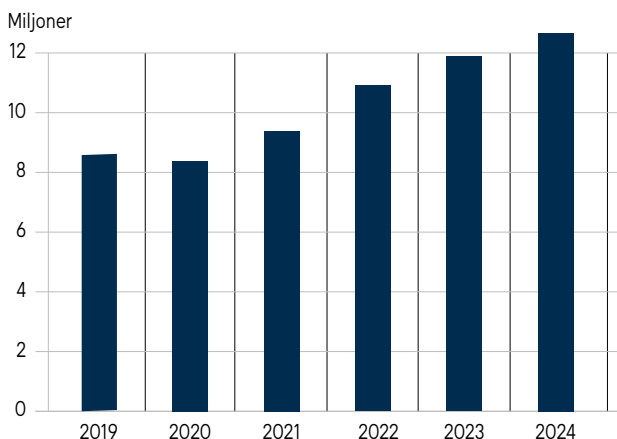
Genom ett fortsatt ökat tvärfunktionellt arbetssätt har Visit Sweden under 2024 fångat upp trender som sedan har omvandlats till strategisk marknadskommunikation. Bolagets samordnade flerkanalstrategi gör det möjligt att möta konsumenterna i flera kanaler, och på så sätt förstärka budskapen.

Ett koncept som arbetades fram under 2024 var [Swede Dreams](#), ett svar på det ökade behovet av återhämtning och stillhet. Sveriges tystnad, mörker och friska luft skapar optimala förutsättningar för djup vila i en naturnära miljö, där

lugnet blir en upplevelse i sig. Ett annat var [Coolcationing](#)-konceptet som tog fasta på den växande efterfrågan på aktiva semestrar och en hälsosam livsstil. Med sina ljusa sommarnätter, friska luft och närhet till vatten erbjuder Sverige en naturlig tillflykt för resenärer som söker innehållsrika och uppfriskande upplevelser. Koncepten träffade rätt. Bara lanseringen av det sistnämnda ledde till 327 publiceringar vilket motsvarar ett PR-värde på 81 miljoner SEK och en räckvidd på över 270 miljoner.

Google-sökningar på resmålet Sverige

Det internationella Googlesökandet på destinationen Sverige når återigen en ny toppnotering. Under 2024 ökade antalet sökningar med 6,67 % (Källa: Bloom Consulting, Digital Demand).



Utfall, ekonomiska mål och femårsöversikt

TSEK	2024	2023	2022	2021	2020
Totala intäkter	123 372	124 345	160 676	175 588	158 030
Rörelseresultat	-3 428	608	989	-2 301	8 758
Årets resultat	-2 480	840	578	-2 924	8 016
Rörelsemarginal	-2,8%	0,5%	0,6%	-1,3%	5,5%
Soliditet	45%	41%	31%	25%	29%
Medeltal anställda	46	48	48	52	59

Rörelsemarginal
Mål >0,5 procent

Soliditet
Mål 20-35 procent



VD HAR ORDET:

Strategisk satsning har stärkt redan framgångsrik marknadsföring

2024 har på många sätt varit ett utmanande år, präglad av ekonomisk osäkerhet, geopolitiska spänningar och krig. Samtidigt består människans längtan efter att resa, mötas och uppleva nya kulturer. Kanske är det viktigare än någonsin för att skapa förståelse och stärka band mellan människor.

Ett rekordår med stark tillväxt i alla kanaler

Visit Sweden ska genom effektiva kommunikationskanaler marknadsföra hela Sverige som turistland och bidra till att öka Sveriges attraktionskraft som besöksmål. Under året har bolaget intensifierat arbetet med att stärka Sveriges position internationellt. Genom en effektiv flerkanalstrategi har vi marknadsfört Sverige på våra fokusmarknader, på sex språk och via egna kanaler – något som har lett till en rekordstor synlighet med en bruttoräckvidd på 4,1 miljarder.

Vårt PR-arbete har därtill genererat över 6 600 artiklar i nära 40 länder, vilket motsvarar ett samlat PR-värde på 5,6 miljarder SEK, en ökning med 124 % jämfört med föregående år. Det ökade värdet har till stor del drivits av stora tv-produktioner på flera marknader, som bidragit till en bredare räckvidd och genomslag.

När vi stänger året kan vi konstatera samma positiva utveckling på flera håll. Trafiken till våra webbplatser fortsätter att öka, liksom engagemanget i våra sociala kanaler. Fler prenumererar på våra nyhetsbrev, deltar i våra webinarier och tar del av innehållet i Kunskapsbanken.

Visit Swedens kampanjer har också rönt stor internationell uppmärksamhet, med guld i bland annat Effie Awards Europe, ART&TUR och Japan World's Tourism Film Festival.

Hårdare konkurrens kräver långsiktiga satsningar

Sverige har en stark internationell position som nationsvarumärke och 2024 nådde vi vår högsta rankning – en åttondeplats – i det internationellt erkända [Nation Brands Index](#)¹⁾. Samtidigt är konkurrensen hård, både från klassiska resmål och från nya destinationer som med aggressiv marknadsföring tävlar om resenärernas uppmärksamhet.

För att Sverige ska fortsätta vara ett attraktivt resmål krävs mer än kreativa idéer och relevanta budskap – det behövs strategiska investeringar i både räckvidd och frekvens. En

1) Anholt Nation Brands Index (NBI) genomförs årligen av undersökningsföretaget Ipsos och bedömer styrkorna i 50 nationsvarumärken. Studien består av 60 000 onlineintervjuer i 20 länder med vuxna över 18 år.

långsiktig strategi och en fortsatt stark internationell närvaro är avgörande för att behålla och stärka Sveriges position.

Turismnäringen – en motor för tillväxt i hela landet

Turism är en viktig svensk exportnäring som skapar arbetstillfällen och ekonomisk utveckling i hela landet – från storstäder till landsbygd. Branschen är diversifierad, med en stark entreprenörsanda och en uttalad vilja att växa.

En branschundersökning fastslog nyligen att 95 procent av företagen inom turismnäringen har ambitionen att expandera¹⁾. Samtidigt visar vår senaste målgruppsanalys att 80 miljoner resenärer på nio av våra fokusmarknader är intresserade av att besöka Sverige – fler än någonsin tidigare!

En tydlig Sverigebild stärker landets konkurrenskraft

En stark Sverigebild är avgörande för att Sverige ska behålla sin konkurrenskraft. Det är också det bästa försvaret mot desinformation och missvisande narrativ. En etablerad och tydlig Sverigebild gör det svårare för felaktig information att slå rot och skapar en trygghet för resenärer som vill göra välgrundade val.

Visit Sweden arbetar aktivt för att säkerställa att Sverigebilden är enhetlig och trovärdig, både genom kommunikation i egna och externa kanaler och genom samarbete med branschaktörer. Under 2024 har vi intensifierat vårt arbete i regeringsinitiativet [Team Sweden](#) och det [Nationella rådet för varumärket Sverige](#), som under ledning av Svenska institutet, fått i uppdrag att ta fram en kommunikationsstrategi för Sverige i utlandet.

En viktig utveckling under 2024 är Visit Swedens framtagning av ett nationellt Application Programming Interface (API) tillsammans med regioner, destinationer och aktörer inom turismnäringen. API:et samlar och gör upplevelser och aktiviteter från hela Sverige digitalt tillgängliga på ett enhetligt sätt, vilket stärker Sverigebilden i sökmotorer och säkerställer att resenärer hittar relevant och pålitlig information och inspiration om svenska resmål. Genom att säkerställa en stark digital närvaro kan Sverige bibehålla en stabil och tydlig Sverigebild globalt.

Ekonomiskt resultat och framtida möjligheter

Visit Swedens omsättning 2024 uppgick till 123,4 MSEK, med ett resultat på -2,48 MSEK. Rörelsemarginalen landade på -2,8 %, medan soliditeten uppgår till 44,8 %.

Bolaget uppfyller fortsatt ägarens uppsatta mål, med undantag för ett av de ekonomiska målen där rörelsemarginalen är lägre än 0,5 procent. Detta resultat beror på att vi under året gjort en medveten satsning på att accelerera vår globala

” För att Sverige ska fortsätta vara ett attraktivt resmål krävs mer än våra kreativa idéer och starka budskap – det behövs strategiska investeringar i både räckvidd och frekvens.”

SUSANNE ANDERSSON, VD VISIT SWEDEN

marknadsföring – en strategisk investering som har resulterat i en ökad synlighet för Sverige.

Redo för nästa steg

Vi på Visit Sweden ser fram emot 2025 med tillförsikt. Med stort engagemang och en tydlig strategi är vi redo att fortsätta arbetet med att stärka Sveriges konkurrenskraft globalt och få fler att resa hit. De senaste fyra åren har vi genomfört viktiga förändringar för att optimera vårt arbete – nu kan vi fullt ut omsätta dessa i resultat. Men för att maximera effekten och skapa ännu större genomslag krävs ytterligare investeringar i att stärka marknadsföringen av Sverige som resmål. Ju mer vi satsar, desto större blir effekten – inte bara för turismnäringen, utan även för Sveriges attraktionskraft för internationella talanger och investerare.

Jag vill slutligen rikta ett varmt tack till alla inom svensk turismnäring samt till våra samarbetspartners. Ert engagemang och era insatser gör skillnad – och tillsammans ser vi till att fler upptäcker Sverige, ett land som förtjänar all uppmärksamhet det kan få.

Sverige är redo – välkommen hit.

Susanne Andersson
VD, Visit Sweden

¹⁾ Trendatlas för turismnäringen: Spaning till 2035. Utgiven av Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond (BFUF) 2024



SPANINGAR

En värld i konstant förändring

Trots ekonomisk osäkerhet och ökade levnadskostnader fortsätter resandet att vara en prioritet för många. Resenärer söker i allt högre utsträckning en annorlunda upplevelse – de vill knyta an till kulturer och hitta ett andrum i en allt mer oförutsägbart värld. Samtidigt hårdnar konkurrensen, vilket gör det viktigare än någonsin att positionera Sveriges unika värde.

Enligt [WTM Global Travel Report 2024](#) uppger tre av fyra konsumenter att de fortsatt kommer att prioritera semesterresandet, och den globala turismen förväntas växa med 57 procent internationella övernattningar till 2029¹⁾. För Europa ligger prognossiffran på 40 procent och för Norden på 42 procent, medan motsvarande prognos för Sverige är 32 procent. Jämfört med våra grannländer Norge och Danmark, som har högre prognossiffror, är det en tydlig signal om att Sverige behöver säkerställa sin konkurrenskraft genom strategiska satsningar.

Hårdare konkurrens om resenärerna

Allt fler länder investerar strategiskt i turism som en nyckelbransch och satsar stora resurser för att locka besökare.

Resenärer möts idag av fler valmöjligheter än någonsin förr. Utöver klassiska destinationer investerar "nya" resmål miljardbelopp i marknadsföring för att synas under resenärernas beslutsprocess och placera sig högt upp i resenärernas medvetande när de planerar och bokar sin semester.

Resenärernas nya förväntningar

Sol- och badresor samt weekendresor till storstäder fortsätter att vara populära, men flera nya resetrender växer i popularitet. Intresset för aktiva semestrar ökar, där resenärer vill se mer, uppleva mer och gärna spenderar pengar på upplevelser. Samtidigt blir resor med fokus på återhämtning och avkoppling allt mer efterfrågade. I en vardag präglad av högt tempo och ständig uppkoppling lockas allt fler av att koppla

¹⁾ Prognossiffror hämtade ur Oxford Economics' Global Travel Service forecast December 2024

av och koppla bort i naturnära boenden och stillsamma vistelser. Hållbarhet spelar också en allt större roll i resenärers val av destinationer och många vill bidra positivt till de platser de besöker genom att välja hållbara alternativ och stötta lokala aktörer. Här kan Sverige ta en unik position med sitt starka hållbarhetsarbete, sina kvalitetsdrivna besöksmål och en turismnäring som skapar värde både för resenären och samhället.

Sverige bilden i en digital värld

Den digitala utvecklingen går fort, och generativ AI gör det enklare att skräddarsy resor och upplevelser utifrån personliga preferenser. Samtidigt skapar utvecklingen nya utmaningar, där mängden AI-genererat innehåll ökar explosionsartat och gör det svårare för både journalister och resenärer att navigera bland källor och verifiera information.

En stark och konsekvent Sverigebild blir därför allt viktigare för att säkerställa att rätt information når resenärerna och att missvisande narrativ inte får fäste. Ytterligare en viktig del är att det finns trovärdiga och lättillgängliga källor för resenärer att hämta information från.

Tillgänglighet och turismnäringen

Tillgängligheten, att resa till och från Sverige är central för turismens utveckling. Flygförbindelserna har ännu inte återhämtat sig efter pandemin, och enligt Airports Council International ligger kapaciteten 31 procent lägre än 2019. Samtidigt har Kastrup, genom strategiska satsningar, etablerat sig som Nordens ledande flyghub, vilket ytterli-

” För att stärka resmålet Sveriges position krävs insatser för att utveckla tillgängligheten och säkerställa bättre resmöjligheter både till och inom landet.”

gare påverkar Sveriges konkurrenskraft som destination. För att stärka resmålet Sveriges position krävs insatser för att utveckla tillgängligheten och säkerställa bättre resmöjligheter både till och inom landet. Utöver detta kämpar många turismaktörer med kompetensbrist och stigande kostnader vilket gör det svårt att investera i utveckling och innovation. Dessa faktorer riskerar att hämma den tillväxtpotential som finns inom svensk turismnäring.

Vägen framåt

Den globala turismen växer, men konkurrensen om besökarna hårdnar. Med rätt insatser kan Sverige möta framtidens resenärers förväntningar – och ta en starkare position på den internationella marknaden.



Foto: Martin Edström/imagebank sweden.se



AFFÄRSSTRATEGI

Strategiska områden och övergripande mål

Visit Sweden ökar intresset för Sverige som ett attraktivt och hållbart resmål och bidrar till en stark Sverigebild. Genom strategisk marknadsföring och varumärkesbyggande initiativ skapar bolaget förutsättningar för turismnäringen att nå fler och rätt resenärer. Samtidigt bidrar kunskapsdelning till att branschens aktörer kan stärka sin konkurrenskraft – vilket i sin tur driver fler besök och ökade intäkter till Sverige. Visit Swedens affärsstrategi vilar på tre strategiska områden som beskrivs nedan tillsammans med redovisningen av bolagets uppdrags- och ekonomiska mål samt strategiska mål för hållbart värdeskapande.

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället

Svensk turismnäring är en viktig tillväxtmotor för ekonomin men består av en diversifierad bransch med många små, lokala aktörer. Många saknar monetära resurser för att långsiktigt och effektivt bedriva internationell marknadsföring. Visit Sweden stärker näringens konkurrenskraft genom att

tillgängliggöra analyser, insikter och marknadsföringsverktyg som hjälper aktörerna att förstå och nå rätt resenärer. Visit Sweden driver också viktiga branschdialoger och deltar i råd och nätverk.

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring	Mål	Mätning (årligen december)	2025/2030	Resultat 2024 (2023)
Upplevd affärsnytta av Visit Swedens marknadsföringsåtgärder i hela landet ¹⁾	Ökad affärsnytta	Undersökning bland besöksnäringens intressenter, privata och offentliga	2025: 7/10 2030: 8/10	7,1 (7,0)
Visit Sweden arbetar med effektiva kommunikationskanaler ¹⁾	Uppfattas som ledande och drivande inom turismens utveckling	Intressentdialog bland besöksnäringens intressenter, privata och offentliga	2025: 7/10 2030: 7,5/10	7,1 (6,8)

1) Uppdragsmål

Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige

För att sticka ut i den globala konkurrensen krävs en tydlig och konsekvent Sverigebild. Visit Sweden arbetar strategiskt med varumärkesbyggande initiativ så som globala kampan-

jer, PR, bearbetning av journalister och researrangörer och en kontinuerlig digital närvaro.

Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige	Mål	Mätning (vartannat år)	2025/2030	Resultat 2024 (2023)
Intresset av att besöka Sverige ska öka ¹⁾	Ökat intresse av att besöka Sverige hos internationella resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Mätningen genomförs enligt Visit Swedens "BrandTracking"	2025: 65 % 2030: 70 %	n/a ²⁾ (57 %)
	Ökat intresse av att besöka Sverige hos svenska resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Mätningen genomförs enligt Visit Swedens "BrandTracking"	2025: 64 % 2030: 66 %	n/a ²⁾ (62 %)

1) Uppdragsmål

2) Mäts vartannat år

Välmående och hållbart bolag

För att leverera på uppdraget krävs en omvärldsdriven organisation med engagerade medarbetare och långsiktig ekonomisk stabilitet. Visit Sweden satsar på kompetensutveckling, digital utveckling och ett tvärfunktionellt arbetssätt som

främjar nytänkande och samarbete. Samtidigt arbetar bolaget för att vara en attraktiv arbetsgivare och en eftertraktad samarbetspartner inom turismnäringen.

Välmående och hållbart bolag	Mål	Mätning (kvartalsvis)	2025/2030	Resultat 2024 (2023)
Medarbetare upplever att Visit Sweden erbjuder en attraktiv arbetsplats	Stadigt över årligt index ³⁾	Mätning i HR-process	Årligt mål: >7,6	8,3 (8,2)
Visit Sweden arbetar proaktivt för att framtidssäkra vår organisation	Alla medarbetare använder Visit Sweden Academy	Nyttjandegrad Visit Sweden Academy	Årligt mål: 100 %	100 % (77 %)
	Alla medarbetare arbetar mot individuella mål	Efterlevande av Visit Swedens målprocess (HR)	Årligt mål: 100 %	100 % (80 %)
Långsiktig ekonomisk stabilitet	Soliditet ⁴⁾	Beräkning: Justerat eget kapital/Balansomslutning	Årligt mål: 20–35 %	45 % (41 %)
	Rörelsemarginal ⁴⁾	Beräkning: Rörelseresultat/totala intäkter	Årligt mål: >0,5 %	-2,8 % (0,5 %)

3) Årligt index enligt medarbetarverktyget Winningtemp

4) Ekonomiska mål



GLOBALA MÅLEN
för hållbar utveckling



DELMÅL 8-9
FRÄMJA GYNSAM OCH HÅLLBAR TURISM



DELMÅL 11-4
SKYDDA VÄRLDENS KULTUR- OCH NATURARV



DELMÅL 12-8
ÖKA ALLMÄNHETENS KUNSKAP OM HÅLLBARA LIVSSTILAR



DELMÅL 13-3
ÖKA KUNSKAP OCH KAPACITET FÖR ATT HANTERA KLIMAT- FÖRÄNDRINGAR



DELMÅL 17-17
UPPNÄMNTA EFFEKTIVA PARTNERSKAP

Agenda 2030 och Visit Sweden

Agenda 2030 är FN:s globala mål för en hållbar utveckling, som syftar till att skapa ekonomisk tillväxt, social inkludering och miljömässig hållbarhet. Visit Sweden arbetar aktivt med fem prioriterade mål: 8.9, 11.4, 12B, 13.3 och 17.17. Hur Visit Sweden arbetar specifikt med dessa mål kan du läsa mer om i avsnittet Hållbarhet – Aktivt integrerat.

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället

Genom kunskapsdelning bidrar Visit Sweden till en mer konkurrenskraftig turismnäring. Intresset för bolagets insikter och verktyg fortsätter att växa i alla kanaler.

Visit Sweden delar kunskap och insikter med företag, destinationer och regioner för att stärka deras möjligheter att nå rätt resenärer. Detta görs via flera effektiva kanaler:

- **Kunskapsbanken** – Visit Swedens plattform för insikter och marknadsföringsverktyg har fortsatt vara en viktig resurs för besöksnäringen. Under året ökade antalet unika besökare med 69 % till totalt 81 689.
- **Nyhetsbrev** – Ett effektivt sätt att sprida information om Visit Swedens marknadsföring och insikter. Under året har elva nyhetsbrev skickats ut, med en stabil öppningsgrad på 50 %, vilket är betydligt högre än benchmark
- för branschen, och en tillväxt på 33,5 % i prenumeranter senaste året, som nu uppgår till 3 538.
- **Föreläsningar** – Visit Sweden har under året föreläst vid över 30 tillfällen inom ämnen som kreativ destinationsmarknadsföring, digital omställning och den internationella målgruppen.
- **Webbinarier** – Ett framgångsrikt format för att förmedla kunskap, lyfta goda exempel och skapa dialog kring viktiga frågor. Under året har fem webinarier genomförts med totalt 2 270 deltagare. Det genomsnittliga nöjd-kund-indexet (NKI) ligger på 8,3 av 10.

Samarbeten som stärker hela Sverige

För att säkerställa en konkurrenskraftig turismnäring har Visit Sweden en nära och ständigt pågående dialog med regionala, kommunala och privata aktörer och företag. Dessutom deltar Visit Sweden i flera strategiska forum och samarbeten, exempelvis:

Team Sweden – ett arbetssätt och ett samarbete mellan myndigheter och andra aktörer inom framför allt export- och investeringsfrämjandet.

Nationella rådet för varumärket Sverige – är en del av Team Sweden som ansvarar för kommunikationsstrategin för Sverige i utlandet. Permanenta medlemmar är Visit Sweden, Svenska Institutet och Business Sweden. I rådet ingår även representanter för myndigheter, lärosäten, organisationer och det svenska näringslivet, med Svenska Institutet som ordförande.

Myndighetsgruppen för turism och besöksnäring – ett samarbete mellan 16 myndigheter och statliga bolag.

Visit Swedens Advisory Board – en rådgivande grupp bestående av styrelsen från Svensk Turism, som bistår Visit Sweden med aktuella insikter från olika sektorer inom besöksnäringen.

Smartare tillsammans – samverkan mellan Tillväxtverket, Visit Sweden samt regionala och lokala turismnäringsfunktioner.

Den nordiska arbetsgruppen för turism – en sammanlutning under Nordiska ministerrådet som syftar till att stärka samarbetet mellan de nordiska länderna inom turismsektorn.

Top10 – Visit Swedens forum för de 14 största svenska turismföretagen, där idéer delas och det förs en öppen dialog inom sektorn.

7,6 av 10
branschens
bedömning av
kunskapsdelningen
(nöjd-kund-index)

+69 %
unika besökare till
Kunskapsbanken

2 270
deltagare i
sammanlagt fem
webbinarier



GSTC2024 i Sverige – Ett globalt fokus på hållbar turism

En av årets mest betydelsefulla insatser var världskongressen GSTC2024 i Sverige – en internationell samlingspunkt för hållbar turism. **Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** är en global organisation som utvecklar och förvaltar de internationella standarderna för hållbar turism. GSTC:s kriterier används världen över för att vägleda destinationer, hotell och researrangörer i att minska sin miljöpåverkan och skapa socialt och ekonomiskt hållbara resor. Organisationen har sitt ursprung i FN:s arbete med hållbar utveckling och turism, och dess riktlinjer är i linje med globala mål för ansvarsfullt resande.

Varje år anordnar GSTC en världskongress i ett utvalt land, och tidigare värdländer inkluderar bland andra Spanien, Chile och Singapore. Att Sverige, genom Visit Sweden och Tillväxtverket, fick värdskapet för 2024 är ett internationellt erkännande av landets långsiktiga hållbarhetsarbete och ledande position inom ansvarsfull turism.

Kongressen samlade över 500 deltagare från 50 länder och blev en plattform för kunskapsutbyte, nätverkande

och diskussioner om framtidens hållbara resande. Under två dagar på Kungliga Djurgården i Stockholm fick deltagarna ta del av seminarier, paneldiskussioner och workshops i en inspirerande miljö. Kongressen fokuserade på de mest avgörande framtidsfrågorna för en hållbar besöksnäring:

- **Miljö och klimat** – Hållbar förvaltning av natur och resurser.
- **Social hållbarhet** – Ett välkomnande och inkluderande resmål.
- **Innovation och styrning** – Framtidens affärsmodeller för hållbar turism.
- **Säkerhet och trovärdighet** – Från ord till handling i hållbarhetsarbetet.

Genom att sammanföra världsledande experter, beslutsfattare och aktörer från hela turismnäringen har Sverige inte bara stärkt sin position inom hållbar turism – utan även lagt grunden för framtida samarbeten och initiativ på global nivå.

Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige

Konkurrensen om resenärernas uppmärksamhet är hårdare än någonsin. För att nå igenom bruset krävs både långsiktiga varumärkesbyggande initiativ och en konsekvent närvaro i relevanta kanaler. Visit Swedens flerkanalstrategi bygger på ett 360°-perspektiv där både B2B- och B2C-kommunikation, PR och marknadsföring samverkar för att skapa genomslag.

Under året har Visit Sweden genererat över 6 600 redaktionella artiklar globalt, bolagets kommunikation har nått en bruttoräckvidd på 4,1 miljarder och de globala kampanjerna har engagerat miljontals resenärer. Under 2024 har den förtjänade räckvidden ökat med över 50 procent – och fler resenärer har inspirerats att upptäcka Sverige. En stor del av framgången ligger i hur organisationen är strukturerad – med ett tvärfunktionellt arbetssätt där olika funktioner och kanaler samspelar för att maximera synlighet och effekt.

Samtidigt är det avgörande att kunna följa dessa effekter i form av faktiska resultat. Då Tillväxtverket under de senaste åren har utvecklat metodiken och en förordningsförändring har behövts för att sammanställa Tourism Satellite Account (TSA), finns ännu inte siffror för turismens värde för 2024. Statistiken för 2023 släpps i mars 2025 och för 2024 i augusti. När dessa siffror är tillgängliga kan Visit Sweden analysera hur marknadsföringen i landet har speglats i intäkter genom turism för nationen.

Potentialen på våra befintliga marknader

Visit Sweden fokuserar på marknader där det finns ett dokumenterat intresse för Sverige som resmål. Genom att bygga vidare på denna etablerade efterfrågan hålls en intresserad målgrupp engagerad och påmind om Sveriges attraktionskraft. Samtidigt bearbetas researrangörer och reseagenter och flera av bolagets initiativ skapar förutsättningar för affärsmöten mellan lokala turismaktörer och internationella researrangörer på dessa strategiskt viktiga marknader. Detta för att förvalta och omvandla den stora potentialen till faktiska besök.

Målgruppsinsikter som skapar träffsäker kommunikation

Visit Sweden bygger sin marknadsföring på en djup förståelse för resenärernas drivkrafter, intressen och beteenden. Genom kontinuerliga målgruppsanalyser identifieras vilka resenärer som har störst potential att välja Sverige.

Den senaste analysen från 2024 omfattade 9 000 globala resenärer från nio av Visit Swedens fokusmarknader och visar att resmålet Sverige har en stor potential att attrahera fler besökare¹⁾:

”**Marknadsföring är inte bara en tidsbestämd kampanj, det handlar om konstant närvaro. Vi måste vara där när målgruppen är redo att lyssna.**”

NILS PERSSON, CMO VISIT SWEDEN

- 9 av 10 är intresserade av att besöka Sverige, vilket motsvarar en global målgrupp på 80 miljoner potentiella besökare på nio av Visit Swedens fokusmarknader.
- 55 % av respondenterna med Sverigeintresse har redan besökt Sverige, en ökning från tidigare år.
- Den primära målgruppen för Visit Swedens kommunikation, ”Nyfikna upptäckare”, prioriterar fortsatt nya och annorlunda upplevelser och de vill se och göra så mycket som möjligt på sin semester. De är även bra ambassadörer för Sverige då de gärna rekommenderar och ger Sverige höga poäng i mätningar.

Konstant närvaro i flera kanaler

Genom en always on-strategi, som innebär en kontinuerlig digital närvaro, säkerställs att resmålet Sverige är synligt och närvarande året runt i digitala kanaler. Under året har organiskt innehåll i sociala medier nått 28,9 miljoner personer, och köpt annonsering har nått ytterligare 56,8 miljoner. Utöver vårt always on-arbete har årets kreativa kampanj genererat en räckvidd på 36 miljoner globalt i digitala kanaler. Engagemanget i digitala kanaler låg på 3,8 miljoner – en ökning på hela 35 procent från föregående år.

I en allt mer konkurrensutsatt omvärld är det avgörande att Sverige är synligt och relevant vid rätt tidpunkt – en konsument måste exponeras för ett budskap i snitt sju till tio

1) Visit Swedens Målgruppsanalys 2024 på fokusmarknaderna Norge, Danmark, Finland, Nederländerna, Tyskland, Frankrike, Storbritannien USA och Sverige. Undersökningen är genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov på Visit Swedens uppdrag. Sammanlagt genomfördes över 9 000 intervjuer bland globala resenärer som är potentiella besökare av Sverige. Intervjuerna genomfördes via internet med män och kvinnor i åldern 20–70 år under perioden 16 april till 4 juni 2024.

gångar innan det leder till handling¹⁾. Idag är dock bolagets finansiella medel för begränsat för att öka Sveriges marknadsandelar. Kreativitet och relevans som är nödvändiga för bästa resultat är på plats, men det behövs ytterligare resurser för att öka räckvidd och frekvens och på så sätt nå fler globala resenärer på Visit Swedens fokusmarknader.

PR och förtjänad synlighet som driver affärsnytta

Förtjänad synlighet i internationella medier är en av de mest kraftfulla metoderna för att inspirera resenärer att välja resmålet Sverige. Redaktionella artiklar har hög trovärdighet och långvarig effekt, och under året har Sverige lyfts fram i medier som [Die Zeit](#), [Le Figaro](#), [TIME](#), [National Geographic](#), [Lonely Planet](#) och [BBC Travel](#). Så många som 1 av 4 av de globala resenärerna får inspiration till en semester från tryckta medier, vilket understryker vikten av Visit Swedens PR-arbete och mediebearbetning.

- 252 internationella pressresor
- 6 665 publiceringar globalt till ett PR-värde av 5,64 miljarder kronor (+123 % jämfört med föregående år).
- Mediala räckvidden ökade +59 %. Flera stora TV-inslag bidrog till den höga synligheten, bland annat nyinspelade, högkvalitativa inslag i brittiska BBC1, Channel 5 och ITV.

Konsten att bygga långsiktigt värde

Visit Swedens kreativa globala kampanjer är en del av en genomtänkt och långsiktig strategi som skapar en röd tråd i berättelsen om resmålet Sverige. I enlighet med etablerad forskning – som visar att relevant, kreativ och humoristisk kommunikation är dubbelt så effektiv för att skapa långsiktiga affärsresultat²⁾ – tillämpar Visit Sweden dessa principer för att stärka den emotionella kopplingen till resmålet Sverige.

1) Den så kallade Rule of 7 är en väletablerad princip inom marknadsföringsteori och stöds av flera kända verk inom området, såsom Kotler och Keller (2015) i *Marketing Management*, samt Les Binet och Peter Field i *The Long and the Short of It* (2013) och *Effectiveness in Context* (2018). Även Tellis (2004), i *Effective Advertising: Understanding When, How, and Why Advertising Works*, lyfter att reklamens effektivitet ofta påverkas av hur ofta konsumenten exponeras för budskapet.

2) Binet, L., & Field, P. (2010). *The Link Between Creativity and Effectiveness*. Institute of Practitioners in Advertising (IPA).

3) Se avsnittet Ordlista och definitioner för begrepp och mätmetodik.



Foto: Markus Holm/Visit Sweden

Visit the Original Sweden

Årets globala kampanj utgick från fenomenet "dupes" – kopior som försöker efterlikna originalet. Genom att lyfta fram att det finns åtta platser i världen som heter Sverige, och samtidigt med en stor portion humor förklara vad som gör originalet unikt, skapades engagemang och nyfikenhet kring resmålet.

- 36 miljoner räckvidd globalt i digitala kanaler.
- 14,6 % ökning av Google-sökningar på resmålet Sverige under kampanjens första månad.
- 212 artiklar med en förtjänad räckvidd på 329 miljoner och med ett PR-värde på 47,5 miljoner SEK.
- Fem minuter och 20 sekunder i genomsnittlig vistelsetid på kampanjsidan – långt över branschbenchmark²⁾.

Sweden (not Switzerland)

Under årets första hälft aktiverades andra fasen av fjolårets prisbelönta kreativa kampanj "Sweden (not Switzerland)", som adresserar den vanliga förväxlingen mellan Sverige och Schweiz. Genom lekfullhet och smart marknadsföring fortsatte kampanjen att skapa effekt.

Fas 2 ledde till ytterligare:

- 500 000 videovisningar på YouTube.
- 53 publicerade artiklar globalt.
- 16,2 miljoner i medial räckvidd³⁾.

Priser och nomineringar för Sweden (not Switzerland)

ART&TUR – International Tourism Film Festival

GULD i Tourism Destination Countries
GULD i Best Advertising Campaign

World Tourism Film Awards

SILVER i Country Promotion

Amorgos Tourism Film Festival

BRONS i Country Promotion

Cannes Corporate Media & TV Awards

Finalist Certificate in Tourism
Destination Country

Japan World's Tourism Film Festival

GULD i Tourism Destination Country

New York Festivals TV & Film Awards

Finalist

Terres Travel Festival

SILVER i Tourism Destination- Country

US International Awards

GULD

Hospitality Award

GULD Best Destination
Marketing Campaign i Frankrike

Guldägget

2 GULD och 2 SILVER

Effie Awards Europe

1 GULD och 1 SILVER

Eurobest

Shortlisted

Clio

Shortlisted

LIA

BRONS

Strategy Awards

Diplom

Cannes Lions

Nominerad



Foto: Emmie Bolmstedt/Visit Sweden

Researrangörernas strategiska roll för Sveriges turismnäring

Nästan hälften av alla globala resenärer som vill besöka Sverige vill boka sin resa via en researrangör. Visit Sweden arbetar därför aktivt med att bygga långsiktiga relationer med researrangörer och reseagenter världen över. Genom nyhetsbrev, direktkontakt och riktad kunskapsdelning stärks resmålet Sveriges närvaro i deras utbud, vilket inspirerar fler resenärer att välja Sverige som destination.

Visit Swedens mångåriga samarbete med ACT (Active longterm Cooperation Touroperators) har fokus på ett 50-tal tyskspråkiga researrangörer i Tyskland, Österrike och Schweiz med stor affärspotential för Sverige.

Under året genomfördes tolv visningsresor där 73 internationella researrangörer fick uppleva Sverige på plats – en avgörande faktor för att skapa en djupare förståelse för landets unika erbjudanden.

Affärsmöten och relationer som skapar direkt affärsnytta

Visit Sweden arbetar aktivt för att skapa tillfällen för affärsmöten mellan svenska aktörer och internationella researrangörer. Under 2024 har Visit Sweden skapat förutsättningar för över 3 700 affärsmöten, där svenska destinationer, hotell, aktivitetsbolag och DMC:s (står för Destination Management Company och innebär bolag som agerar rådgivare och experter på en destination) knutit värdefulla kontakter med internationella aktörer. Dessa möten bygger relationer och långsiktiga samarbeten som gör att resmålet Sverige lyfts fram i researrangörernas utbud och egna kanaler.

Visit Sweden har under åren utvecklat flera plattformar och återkommande initiativ som ger förutsättningar för dessa möten.

Roadshows – direktkontakt på strategiska marknader

Roadshows är riktade affärsevenemang där svenska turismaktörer möter internationella researrangörer och reseagenter på deras hemmamarknader. Under året har Visit Sweden genomfört roadshows på de strategiskt viktiga marknaderna USA och Kina, där svenska aktörer har haft möjlighet att presentera sina produkter direkt för amerikanska och kinesiska researrangörer och reseagenter.

Skräddarsydda affärsmöten för långsiktiga samarbeten

Workshops är strukturerade affärsmöten där svenska turismaktörer möter internationella researrangörer i ett schema-lagt format. Under 2024 arrangerades Swedish Workshop i Södertälje, där över 50 svenska turistföretag och destinationer samlades för en intensiv affärsdag. Swedish workshop hölls också i UK och online. Ett liknande upplägg användes vid Nordic Workshop i Hamburg, där Visit Sweden i samarbete med de andra nordiska turistorganisationerna skapade en plattform för nordiska turismaktörer att möta researrangörer på en av Europas viktigaste marknader.

Internationella mässor – global exponering för Sverige

Närvaro på internationella mässor är också en viktig del av Visit Swedens strategi. Dessa evenemang ger en viktig plattform för att möta internationella researrangörer och medier, som i sin tur spelar en central roll i att marknadsföra Sverige som resmål. Under året har Visit Sweden erbjudit svenska turismaktörer att delta på exempelvis ITB Berlin och Vakantiebeurs i Nederländerna, där resmålet Sverige och partners erbjudande har exponerats för tusentals beslutsfattare inom resebranschen.



Välmående och hållbart bolag

För att Sverige ska vara ett attraktivt och konkurrenskraftigt resmål krävs en tydlig positionering och en långsiktig strategi. Visit Sweden har genom en målmedveten utveckling etablerat sig som en ledande aktör inom destinationsmarknadsföring. Genom kontinuerlig effektanalys, kompetensutveckling och ett tvärfunktionellt arbetssätt säkerställs ett välmående och hållbart bolag.

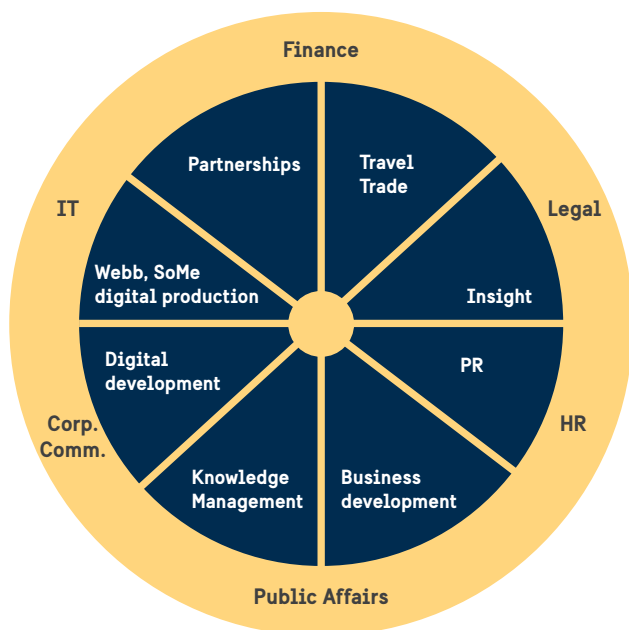
Visit Sweden arbetar utifrån en uthållig och datadriven struktur. Fokus ligger på det dagliga, operativa arbetet men med ett tydligt fokus på särskilda strategiska initiativ som ska accelerera bolagets förmåga att nå affärsplanens mål. Genom kontinuerlig uppföljning och analys optimeras marknadsföringen för att ge maximal effekt.

Medarbetarnas kompetens – grunden för framgång

Visit Sweden är en relativt liten organisation med många specialister som tillsammans tar sig an utmaningen att marknadsföra ett helt land. För att säkerställa långsiktig framgång behövs rätt kompetens på plats och en organisation som kan anpassa sig efter förändrade förutsättningar. Merparten

av medarbetarna sitter på huvudkontoret i Stockholm men bolaget har även lokal närvaro i Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Storbritannien, USA och Kina. Närvaron på strategiska fokusmarknader möjliggör starkare samarbeten och säkerställer att marknadsföringen är relevant och träffsäker.

Genom att kombinera kunskap, kreativitet och förtjänad media med effektiva digitala lösningar, säkerställer bolaget att varje insats stärker helheten – från strategi till genomförande. Tvärfunktionella team och tydliga mål skapar en dynamisk arbetsmiljö där samarbete och innovation driver utvecklingen framåt.



Visualisering av alla kompetenser inom Visit Sweden där helheten tillsammans skapar värde för Sverige som destination.

Genom en stark företagskultur och kontinuerlig kompetensutveckling, bland annat genom [Visit Sweden Academy](#), säkerställer bolaget att medarbetarna har de verktyg och kunskaper som krävs för att navigera i en komplex bransch.

Digitalisering och innovation i fokus

Under 2024 har Visit Sweden intensifierat sin digitala utveckling och i takt med att generativ AI utvecklas har bolaget också i ökande grad integrerat AI-drivna verktyg för att förbättra och effektivisera arbetet.

Bland initiativen återfinns det nationella API:t för svensk turismnäring, som standardiserar information om attraktioner, restauranger och aktiviteter. Vid årets slut hade över 9 500 produkter anslutits och en bred lansering planeras under 2025. Initiativet är en del av EU:s och Sveriges datastrategier och skapar bättre förutsättningar för innovation och automatisering inom turismnäringen.

Effektmodellen – säkerställer reellt värde

Visit Sweden arbetar primärt utifrån Sveriges Annonssörers Effektsystem 2.0 för uppföljningen av Bolagets marknadsföringsaktiviteter. För att säkerställa att marknadsföringsinsatserna ger konkreta och mätbara resultat har Visit Sweden också utvecklat [Effektmodellen](#) – en effektmättningsmodell byggd på den vedertagna Macnamaras utvärderingsmodell. Modellen kopplar marknadsföringsaktiviteter till faktisk affärsnytta och ekonomiska effekter för svensk turism.

För att modellen ska vara relevant har Visit Sweden arbetat i nära dialog med aktörer som Svensk Handel, Visita och andra centrala branschorganisationer. Branschens delaktighet har varit avgörande i framtagningen av modellen och deras stöd ger bred förankring.

Modellen har under 2024 använts för att säkerställa målstyrd projektplanering med fokus på långsiktiga effekter.

Effektmodellen säkerställer att:

- Aktiviteter är direkt kopplade till affärsstrategin och övergripande mål.
- Marknadsföringsinsatserna bidrar till konkreta intäkter och tillväxt inom svensk turism.
- Uppföljning och utvärdering sker systematiskt för att maximera effektiviteten.
- Branschen står bakom mätningen, vilket skapar långsiktig relevans.

Värdegrund

Nytänkande

Vi är nyfikna på omvärlden och utforskar nya tekniker och arbetssätt.

Öppna

Vi välkomnar dialog och samarbete, både internt och externt.

Äkta

Vi är pålitliga och trovärdiga och delar vår kunskap med omvärlden.

Optimistiska

Vi har en lösningsorienterad inställning och ser möjligheter i förändring.



Hållbarhet – aktivt integrerat

Visit Sweden arbetar strategiskt och långsiktigt med att integrera hållbarhet i hela sin verksamhet. Det är en central del av bolagets affärsstrategi och operativa arbete, där fokus ligger på att skapa ekonomiska, sociala och miljömässiga värden. Genom att löpande analysera och prioritera hållbarhetsaspekter säkerställer Visit Sweden att insatserna har både affärsnytta och positiv påverkan. Detta arbete stärker Sveriges position som resmål och bidrar till en långsiktigt hållbar turismnäring.

Inför 2024 genomlystes hållbarhetsarbetet med uppdaterade analyser av SWOT, väsentlighetsanalys och dubbel riskanalys, för att identifiera och prioritera områden med störst påverkan och affärsnytta. Genom att integrera hållbarhet i affärsplanen och i det operativa arbetet bidrar bolaget till att minska miljöpåverkan samtidigt som långsiktigt värde skapas för såväl bolaget som bolagets intressenter. Fördjupad beskrivning av Visit Swedens integrerade hållbarhetsarbete går att läsa i bilaga 1-8.

Utifrån Visit Swedens hållbarhetsarbete för bolaget regelbundna dialoger med olika intressenter som antingen har en

direkt relation med Visit Sweden som bolag eller med Sverige som resmål, för att förstå vad som anses vara prioriterat och relevant för bolagets arbete och kommunikation. Dialogerna följs upp minst en gång per år av styrelse och ledning. Se Bilaga 5, intressentdialog.

Bolagets primära intressenter är:

- Resenärer/besökare
- Ägare
- Företag i svensk besöksnäring
- Medarbetare
- Regioner, regionala turismorganisationer och destinationer



GLOBALA MÅLEN

för hållbar utveckling

Agenda 2030 – Globala målen

Näringslivet spelar en avgörande roll för att skapa en hållbar utveckling och förutsättningar för att nå de Globala målen i Agenda 2030. Visit Sweden har prioriterat mål 8.9, 11.4, 12.B, 13.3 och 17.17, som ligger till grund för bolagets hållbarhetsstrategi. Här följer några exempel på hur dessa mål integrerats i verksamheten under året.



Delmål 8.9

Främja gynnsam och hållbar turism

Senast 2030 utarbeta och genomföra politik för hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter.

Hur Visit Sweden arbetar med delmålet

- Hållbar varumärkes- och kommunikationsplattform: Marknadsföring som bygger på hållbarhet lyfter fram Sverige som ett ansvarsfullt resmål som uppmuntrar längre vistelser samt besök på mindre kända destinationer.
- Skapa attraktion och nyfikenhet: Teman som [Luxury of a Different Nature](#) har bidragit till ökat intresse för hållbara resor och nya sätt att uppleva Sverige, oavsett säsong.



Delmål 11.4

Skydda världens kultur- och naturarv

Stärka insatserna för att skydda och trygga världens kultur- och naturarv.

Hur Visit Sweden arbetar med delmålet

- Kunskapsdelning och utbildning: Webbinarier, exempelvis "Tillsammans för en hållbar turism", erbjuder insikter och praktiska verktyg för hållbar utveckling inom turismen.
- Främja naturens värden: Kommunikation om den svenska naturens tillgänglighet och om allemansrättens betydelse bidrar till ökad global medvetenhet om Sveriges unika natur och kulturarv. Tillsammans med näringen aktivt arbeta för att lyfta vikten av att skydda natur och kultur som bestående värden. Bland annat har serien [Svenska Äventyr](#) producerats i samarbete med Tillväxtverket – fem säkerhetsfilmer inom paddling, klättring, toppturer, cykling och vandring.



Delmål 12.B

Utveckla och implementera verktyg för övervakning av hållbar turism

Utveckla och implementera verktyg för att övervaka hur en hållbar utveckling påverkar en hållbar turism som skapar arbetstillfällen och främjar lokal kultur och lokala produkter.

Hur Visit Sweden arbetar med delmålet

- Kunskapsbanken: Visit Sweden tillhandahåller en omfattande Kunskapsbank med analyser av målgruppers preferenser och hur de förändras över tid, med stort fokus på hållbarhet och olika miljöaspekter.
- Visualisering: För att göra historisk data mer begriplig och lättillgänglig har ett verktyg implementerats som visualiserar data. Utifrån användarens valda preferenser och tidsperiod visualiseras trender, som exempelvis hur intresset för miljöhänsyn har växt när resenärerna utvärderar resmål.



Delmål 13.3

Öka kunskap och kapacitet för att hantera klimatförändringar

Förbättra utbildningen, medvetenheten och den mänskliga och institutionella kapaciteten vad gäller begränsning av klimatförändringarna, klimatanpassning, begränsning av klimatförändringarnas konsekvenser samt tidig varning.

Hur Visit Sweden arbetar med delmålet

- Hållbar marknadsföring: Globala kreativa kampanjer inspirerar resenärer att välja klimatsmarta alternativ och förlänga sina vistelser, vilket bidrar till minskad miljöpåverkan.
- Skräddarsydda insatser: Press- och visningsresor som [Express Train to the Snow](#) med regionala upplevelser och ett tydligt hållbarhetsfokus.



Delmål 17.17

Uppmuntra effektiva partnerskap

Uppmuntra och främja effektiva offentliga och offentlig-privata partnerskap samt partnerskap inom det civila samhället, vilka bygger på erfarenheter från andra partnerskap och deras finansieringsstrategier.

Hur Visit Sweden arbetar med delmålet

- Samverkan för hållbar utveckling: Genom samarbeten med Tillväxtverket, Regionala Turism nätverket, Svenska destinationsnätverket driver Visit Sweden långsiktig tillväxt och hållbarhet inom turismen.
- Globala partnerskap: Initiativ som ACT (Active Long-Term Cooperation Touroperators) stärker relationerna med researrangörer och bidrar till att fler väljer hållbara resor till Sverige.

Risker och riskhantering

Inom ramen för bolagets strategiarbete har väsentliga riskområden identifierats för Visit Sweden. Dessa bedöms vara de viktigaste för bolaget och dess intressenter. De väsentliga områdena delas in under respektive strategiskt område och ligger till grund för GRI-redovisningen samt för den övergripande riskhanteringen. Allt detta bidrar till en helhet för bolaget och den gjorda prioriteringen av väsentliga områden, se vidare bilaga 3.

Visit Swedens syfte och mål med en etablerad riskhanteringsprocess är att möjliggöra ökad proaktivitet samt upprätthålla en strukturerad och heltäckande riskbedömning för verksamheten som inkluderar både miljömässiga (E)¹⁾, sociala (S)¹⁾ och bolagsstyrnings (G)¹⁾ -risker. Målet är att öka sannolikheten för att nå målen i affärsplanen.

Det finns ett flertal faktorer som kan påverka Visit Swedens resultat och verksamhet. Bolaget verkar idag både på en internationell och nationell marknad med ständigt pågående förändringar. Visit Sweden arbetar med varumärket Sverige som destination samt varumärket för bolaget Visit Sweden. För att fånga det dubbla perspektivet, det vill säga hur Visit

Sweden påverkar omvärlden och vice versa, inkluderar riskhanteringsprocessen också båda dessa perspektiv.

Riskhanteringen är en naturlig del av verksamhetens processer och olika metoder används för att säkerställa att riskerna hanteras enligt regelverk, instruktioner och rutiner i syfte att ge korrekt information (se bilaga 4). Identifierade risker tillställs koncernledning, revisionsutskott och styrelse årligen.

De mest prioriterade av de identifierade riskerna för Visit Sweden presenteras i tabellen nedan. Dessa risker avser både omvärlds- och bolagsrisker och presenteras med hög och/eller medel-nivå för sannolikhet och påverkan.

Risk	Sannolikhet	Påverkan	Hantering
G Anslag som inte stärker tillväxten i svensk besöksnäring	Hög	Hög	Bolaget arbetar aktivt för att öka basanslaget från ägare och söker externa medel från myndigheter och verk.
G Ökad konkurrens	Hög	Hög	Fortsätta berätta om Sveriges fördelar framför andra länders, övervakning officiell statistik samt kunskapsdelning till näringslivet för att minska gapet mellan intresse och försäljning. Nordisk benchmarkanalys.
G Försämrade tillgänglighet till Sverige	Hög	Hög	Bolaget arbetar aktivt inom Visit Swedens Advisory Board (flygtillgänglighetssatsning) samt för att turismnäringen ska inkluderas i den övergripande infrastrukturstrategin.
S Resurshantering, liten organisation med begränsade resurser och många specialistfunktioner.	Hög	Hög	Kontinuerlig utveckling av systematiskt- och tvärfunktionellt arbetssätt samt tecknat externa konsultavtal att avropas om behov uppstår.
G Snabba innovationer eller cyberhot kan skapa nya utmaningar och krav på anpassning.	Hög	Hög	Ökad bevakning och implementering av nya IT-verktyg, utbildning av personal samt process för kris- och krigshantering.
G Försämrade relation med intressentgrupper.	Medel	Hög	NKI-mätningar, utvärderingar, kontinuerliga dialoger, intressentdialog, möten mm.
G Geopolitiska konflikter, handelsrestriktioner	Hög	Medel	Ökad bevakning och förstärkt samarbete mellan bolaget och näringen.
E Klimatförändringar, extremväder	Hög	Medel	Ökad bevakning samt kunskapsutveckling inom bolaget. Marknadsföring av andra säsonger/ transportsätt/upplysning till den internationella resenären/målgruppen.
G Nya prioriteringar i regional ekonomi minskar förutsättningarna för samarbeten inom marknadsföring	Hög	Medel	Dialoger och påverkan för att öka kunskapen om behovet av marknadsföring i alla led.

Fullständig riskprocess samt riskmatris finns beskrivet i bilaga 4.

¹⁾ ESG – står för "Environmental, Social och Governance", vilket är miljö, socialt ansvar och bolagsstyrning. Dessa begrepp används ofta synonymt med hållbarhet och långsiktighet. Det handlar om Visit Swedens produkter, tjänster och våra interna processer kring miljömässiga, sociala och etiska frågor. Hur bolaget styrs och leds samt transparens och ansvarstagande både internt och externt.

Ordlista och definitioner

Kommunikationseffekter

Bruttoräckvidd – sammanslagen räckvidd av PR, mediaköp och digitala kanaler.

PR – förtjänade kanaler

Mediaköp – köpta kanaler

Digitala kanaler – egna och köpta kanaler

Pressbearbetning (PR)

- Medial räckvidd – daglig unik besökare digitalt / tryckt upplaga / tv-tittare / radiolyssnare
- PR-värde/pressvärde – uträknat av PR- och omvärldsbevakningstjänsten Cision och baseras på artikelstorlek/antalet följare, varumärkesexponering och hur positiv artikeln är i förhållande till vad det skulle kosta att köpa exponering.
- Antal artiklar/Publicering – en artikel publicerad i antingen tryckt eller digital tidning

Digitala kanaler och mediaköp

- Visningar (impressions) – antal möjliga visningar per skärm och användare.
- Räckvidd (reach) – antal användare som sett ett budskap eller en visning av ett inlägg. En räckvidd kan ha flera visningar, då en person kan ha sett ett inlägg eller annons flera gånger.
- Engagemang – är när en användare engagerar sig i ett inlägg eller på en webbplats genom att gilla, kommentera, dela, spara eller ta del av en rapport eller nedladdning

NKI – nöjd-kund-index och är ett av de vanligaste måtten att mäta kundnöjdhet med. I undersökningen tillfrågas kunden hur nöjd man är med företaget rent generellt. NKI-poängen baseras sedan på medelvärdet utifrån tre frågor med svarsalternativ från 1–5. Frågorna som ställs är 1) Hur nöjd är du generellt med verksamhet X i dess helhet? 2) Hur väl uppfyller verksamhet X dina förväntningar? 3) Tänk dig att det fanns en perfekt verksamhet i din bransch, hur nära kommer verksamheten ett sådant ideal?

NPS – Net Promoter Score och är ett mått på kundlojalitet och ger företag inblick i hur stor sannolikhet det är att deras kunder rekommenderar dem för andra. Net Promoter Score grundar sig i frågan "Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera företag X till en vän eller kollega?". Genom att ta den procentuella andel som svarar att de skulle rekommendera företaget, "the promoters" (de som svarat 8-9), minus "the detractors" (de som svarat mellan 0-6), får man fram ett NPS / Net Promoter Score. "Neutrals" räknas alltså inte in i NPS-poängen.

ESG – "Environmental, Social och Governance", det vill säga miljö, socialt ansvar och bolagsstyrning. Dessa begrepp används ofta synonymt med hållbarhet och långsiktighet. Det handlar om Visit Swedens produkter, tjänster och bolagets interna processer kring miljömässiga, sociala och etiska frågor. Hur bolaget styrs och leds samt transparens och ansvarstagande både internt och externt.

Årsredovisning 2024

Foto: Tina Ståfén/imagebank.sweden.se



Årsredovisning och Koncernredovisning

**för räkenskapsåret 1 januari – 31 december 2024
V.S. VisitSweden AB
556500-7621**



Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för V.S. VisitSweden AB, org.nr. 556500-7621 med säte i Stockholm, avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för verksamhetsåret 2024.

Verksamhet och marknad

Om Visit Sweden

V.S. VisitSweden AB (Visit Sweden) är moderbolag i koncernen Visit Sweden, ett aktiebolag registrerat i Sverige med säte i Stockholm och som ägs till hundra procent av svenska staten och förvaltas via Finansdepartementet. Visit Sweden har av staten det unika samhällsuppdraget att "genom effektiva kommunikationskanaler marknadsföra hela Sverige som turistland och bidra till att öka Sveriges attraktionskraft som besöksmål".

Verksamheten är, utöver i Sverige, etablerad, genom representation eller dotterbolag i fem länder, Storbritannien, Tyskland, USA, Kina och Frankrike. Under 2024 avvecklades representationskontoret i Nederländerna och bearbetas från kontoret i Stockholm.

Statens budget

Visit Swedens grundfinansiering kommer från ett statligt anslag och syftar till att finansiera samhällsuppdraget – att marknadsföra resmålet Sverige. Enligt statens budget 2024 Rambeslut (beslut den 21 december 2023) och Utgiftsområde 24 Näringsliv, dnr 2023/04618 och 2023/04362 (delvis) lämnade ägaren ett grundanslag till Visit Sweden på 104 613 TSEK för året 2024.

Omvärld och marknad

Teknologins framsteg ger en omvärld i ständig förändring. Digitalisering och ny teknik är viktigare än någonsin och här agerar Visit Sweden snabbt och ställer om för att säkra att destinationen Sverige och dess unika erbjudanden är synliga. Trots en stram ekonomi fortsätter resandet vara prioriterat och resenärernas preferenser om att besöka en hållbar destination där de kan finna återhämtning och balans blir allt tydligare. För att stå stark i den globala konkurrensen krävs en tydlig Sverigebild, strategiska investeringar och en långsiktig närvaro på marknaden.

Strategiska mål för ett hållbart värdeskapande samt ekonomiska mål och uppdragsmål

Bolagets övergripande mål är att öka Sveriges attraktions- och konkurrenskraft som resmål i syfte att öka Sveriges exportintäkter, turismkonsumtion och sysselsättning i hela landet över tid. För att nå målet har Visit Sweden för 2024 valt en marknadsföringsstrategi med en tydlig position och ett starkt varumärkeslöfte: "Tillsammans mot ett mer medvetet resande". Detta varumärkeslöfte positionerar inte bara Sverige som en geografisk destination utan även som ett resmål där resenärer och besöksnäring är partners i strävan mot att skapa just detta medvetna resande.

Ägaren har fastställt ekonomiska mål och uppdragsmål för Visit Sweden och utöver dessa mål har bolaget definierat strategiska mål för ett hållbart värdeskapande. För målluppfyllelse, se tabell nedan.

Strategiska mål för ett hållbart värdeskapande samt ekonomiska mål och uppdragsmål 2024

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring				Resultat 2024 (2023)
	Mål	Mätning (årligen)	Mål 2025/2030	
Upplevd affärsnytta av Visit Swedens marknadsföringsåtgärder i hela landet ¹	Ökad affärsnytta	Undersökning bland besöksnäringens intressenter, privata och offentliga	2025: 7/10 2030: 8/10	7,1 (7,0)
Visit Sweden arbetar med effektiva kommunikationskanaler ¹	Uppfattas som ledande och drivande inom turismens utveckling	Intressentdialog bland besöksnäringens intressenter, privata och offentliga	2025: 7/10 2030: 7,5/10	7,1 (6,8)
Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige				Resultat 2024 (2023)
	Mål	Mätning (vartannat år)	Mål 2025/2030	
Intresset av att besöka Sverige ska öka ¹	Ökat intresse av att besöka Sverige hos internationella resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Mätningen genomförs enligt Visit Swedens "BrandTracking"	2025: 65 % 2030: 70 %	n/a ² (57 %)
	Ökat intresse av att besöka Sverige hos svenska resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Mätningen genomförs enligt Visit Swedens "BrandTracking"	2025: 64 % 2030: 66 %	n/a ² (62 %)
Välmående och hållbart bolag				Resultat 2024 (2023)
	Mål	Mätning (kvartalsvis)	Mål 2025/2030	
Medarbetare upplever att Visit Sweden erbjuder en attraktiv arbetsplats	Stadigt över årligt index ³	Mätning i HR-process	Årligt mål: >7,6	8,3 (8,2)
Visit Sweden arbetar proaktivt för att framtidssäkra vår organisation	Alla medarbetare använder Visit Sweden Academy	Nyttjandegrad Visit Sweden Academy	Årligt mål: 100 %	100 % (77 %)
	Alla medarbetare arbetar mot individuella mål	Efterlevande av Visit Swedens målprocess (HR)	Årligt mål: 100 %	100 % (80 %)
Långsiktig ekonomisk stabilitet	Soliditet ⁴	Beräkning: Justerat eget kapital/Balansomslutning	Årligt mål: 20–35 %	45 % (41 %)
	Rörelsemarginal ⁴	Beräkning: Rörelseresultat/totala intäkter	Årligt mål: >0,5 %	-2,8 % (0,5 %)

1) Uppdragsmål

2) Mäts vartannat år

3) Årligt index enligt medarbetarverktyget Winningtemp

4) Ekonomiska mål

Finansiell utveckling

Omsättning & resultat

Koncernen visar för verksamhetsåret ett resultat om -2 480 TSEK (840), motsvarande en rörelsemarginal om -2,8 % (0,5) vilket är i linje med beslutet om ökad satsning i räckvidd och frekvens för att stärka Sveriges internationella konkurrenskraft.

Koncernens totala intäkter för året uppgick till 123 372 TSEK (124 345). Det statliga grundanslaget uppgick till 104 613 TSEK (104 613).

Utöver det statliga anslaget fakturerades samarbetspartners för de tjänster som bolaget utfört i form av förstärkt marknadsföring som en del i Sverigemarknadsföringen. Intäkterna från samarbetspartners, huvudsakligen från besöksnäringen och närliggande branscher, uppgick för år 2024 till 15 487 TSEK (16 917). Huvuddelen av dessa intäkter kommer från

marknadsföringsaktiviteter med turismorganisationer och researrangörer samt samverkansprojekt med Tillväxtverket.

Finansiell ställning och kassaflöde

Vid utgången av verksamhetsåret uppgick det egna kapitalet till 18 456 TSEK (20 756) för koncernen.

Soliditeten uppgick till 45 % (41) för koncernen, vilket överstiger det av ägaren beslutade ekonomiska målet (20-35 %).

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 1 459 TSEK (1 806). Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 24 TSEK (-95). Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -4 865 TSEK (-4 693), och utgörs av amortering av leasingskulder enligt IFRS 16. Årets kassaflöde uppgick till -3 382 TSEK (-2 982). Likvida medel per den 31 december 2024 uppgick till 29 809 TSEK (33 121).

Utveckling av verksamhet, ställning och resultat

Koncern

TSEK	2024	2023	2022	2021	2020
Totala intäkter	123 372	124 345	160 676	175 588	158 030
Rörelseresultat	-3 428	608	989	-2 301	8 758
Resultat före skatt	-2 218	938	540	-2 834	8 124
Årets resultat	-2 480	840	578	-2 924	8 016
Rörelsemarginal %	-2,8%	0,5%	0,6%	-1,3%	5,5%
Balansomslutning	41 215	51 051	64 422	76 299	75 883
Soliditet %	45%	41%	31%	25%	29%
Kassalikviditet %	159%	180%	118%	94%	81%
Avkastning på eget kapital %	-13%	4%	3%	-15%	36%
Medelantal anställda	46	48	48	52	59

Från och med 1 januari 2023 har koncernen valt att rubricera valutakursvinster och valutakursförluster till övriga rörelseintäkter och övriga rörelsekostnader. Jämförelseåren har omräknats.

För definitioner av nyckeltal se not 32.

Väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång

Inga väsentliga händelser har skett efter balansdagen.

Andra viktiga förhållanden

Hållbarhetsredovisning

Visit Sweden har valt att ha Hållbarhetsredovisningen som en från årsredovisningen skild handling enligt 6 kap 11§ i Årsredovisningslagen. Läs mer i bilaga 1.

Transaktioner med närstående

V.S. VisitSweden AB ägs till hundra procent av svenska staten och förvaltas av avdelningen för bolag med statligt ägande på Finansdepartementet. Utöver transaktioner i form av anslag (se not 3 och 4 för mer information) har inga ytterligare väsentliga transaktioner med närstående skett under året.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Visit Swedens riskarbete

Bolaget Visit Sweden arbetar för att styra och fördela bolagets resurser på det mest effektiva sättet i förhållande till erhållet anslag. Detta för att kunna möta förväntningar från ägare och intressenter på kort, medel och lång sikt. Visit Swedens riskhanteringsarbete ska på ett transparent sätt identifiera, analysera och hantera risker som kan påverka bolagets förmåga att utföra sitt uppdrag eller påverka Visit Swedens eller Sveriges varumärke negativt. Visit Swedens riskhanteringsarbete syftar till att säkerställa god intern styrning och kontroll och därmed skapa goda förutsättningar för bolaget att verka över tid.

I tillägg till ovanstående riskhantering har Visit Sweden implementerat en finanspolicy, samt en process för att säkerställa korrekt och tillförlitlig finansiell rapportering och kontroll i enlighet med tillämpliga lagar och förordningar. Visit Swedens verksamhet är i viss omfattning exponerad för olika typer av finansiella risker som valuta-, likviditets-, ränte- och kreditrisker. Den finansiella riskexponeringen inom dessa områden bedöms dock som låg då bolaget uppbär anslag och majoriteten av transaktionerna sker inom landet. Finansiella risker kan även uppstå om bolaget tilldelas särskilda medel eller programsatsningar där bolaget rekviderar medel i efterhand.

Riskområden

Ett flertal faktorer kan påverka Visit Swedens resultat och verksamhet. Bolaget verkar idag på en internationell och nationell marknad med ständigt pågående förändringar.

Visit Sweden arbetar med ett ramverk för intern kontroll och riskbedömning. Ramverket bygger på det etablerade ramverket utgivet av The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission ("COSO").

Visit Sweden arbetar löpande med säkerhetsrisker, bland annat genom kontinuerlig genomgång av system och miljöer så att känslig information inte finns tillgänglig. En analys genomförd hösten 2020 bekräftade att bolaget inte omfattas av säkerhetsskyddslagen (2018:585).

Förväntad framtida utveckling

Statens anslag

Enligt statens budget 2025 Rambeslut (beslut den 19 december 2024) och Utgiftsområde 24 Näringsliv, dnr 2024/02544 och 2024/02572, uppgår grundanslaget och det totala anslaget till 109 613 TSEK för år 2025.

Moderbolaget

Kommentarerna till koncernens siffror är i stort tillämpliga även för moderbolaget. Totala intäkter för moderbolaget uppgick under året till 124 871 TSEK (125 793). Rörelseresultatet uppgick till -4 331 TSEK (268). Resultat efter skatt uppgick till -3 022 TSEK (720).

Moderbolagets kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -3 930 TSEK (-2 492). Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till 24 TSEK (-91). Årets kassaflöde uppgick i perioden till -3 906 TSEK (-2 583). Likvida medel vid årets slut uppgick till 28 205 TSEK (32 111).

Förslag till disposition av bolagets vinst

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (kronor)

Resultat	Summa
Balanserat resultat	7 656 976
Årets resultat	-3 021 972
	4 635 005

Styrelsen föreslår att det balanserade resultatet överförs i ny räkning

Förslag	Summa
i ny räkning balanseras	4 635 005
	4 635 005

Vad beträffar företagets resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande finansiella rapporter med tillhörande bokslutskommentarer.

Koncernens resultaträkning

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2024	2023
Intäkter			
Intäkter	3	120 100	121 530
Övriga rörelseintäkter	4	3 273	2 814
Totala intäkter		123 372	124 345
Kostnader			
Marknadsföringskostnader		-55 715	-49 881
Övriga externa kostnader	6	-11 147	-11 805
Personalkostnader	7,8	-54 343	-55 537
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	12,13,14	-5 030	-5 533
Övriga rörelsekostnader	5	-565	-982
Totala kostnader		-126 800	-123 737
Rörelseresultat		-3 428	608
Finansiella intäkter	9	1 481	643
Finansiella kostnader	10	-272	-312
Resultat före skatt		-2 218	938
Skatt	11	-262	-98
Årets resultat		-2 480	840
Årets resultat hänförligt till Moderbolagets aktieägare		-2 480	840
Årets resultat		-2 480	840
Resultat per aktie		-2,48	0,84

Koncernens rapport över totalresultat

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2024	2023
Årets resultat		-2 480	840
Övrigt totalresultat			
Poster som har omförts eller kan omföras till årets resultat			
Årets omräkningsdifferenser vid omräkning av utländska verksamheter	19	180	-48
Årets totalresultat		-2 300	792
Årets resultat hänförligt till Moderbolagets ägare		-2 300	792

Koncernens balansräkning

TSEK	Not	2024-12-31	2023-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	12	–	369
Materiella anläggningstillgångar	13	300	415
Nyttjanderättstillgångar	14	6 187	10 327
Långfristiga fordringar	15	151	167
Uppskjutna skattefordringar	11	242	327
Summa anläggningstillgångar		6 880	11 605
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	16	148	1 369
Aktuella skattefordringar		229	95
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	17	2 442	2 994
Övriga fordringar	15	1 707	1 866
Likvida medel	18	29 809	33 121
Summa omsättningstillgångar		34 335	39 446
Summa tillgångar		41 215	51 051
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	19	10 000	10 000
Övrigt tillskjutet kapital		1 092	1 092
Omräkningsreserver	20	117	-63
Balanserade vinstmedel inklusive årets resultat		7 247	9 726
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		18 456	20 756
Summa eget kapital		18 456	20 756
Avsättningar			
Övriga avsättningar		–	2 988
Summa avsättningar		–	2 988
Långfristiga skulder			
Långfristiga leasingskulder	14,21,25	1 108	5 362
Summa långfristiga skulder		1 108	5 362
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga leasingskulder	14,21,25	4 471	4 510
Leverantörsskulder	24	10 235	9 380
Aktuella skatteskulder		140	47
Övriga skulder	22	1 556	1 997
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	5 249	6 011
Summa kortfristiga skulder		21 651	21 945
Summa skulder		22 759	30 296
Summa eget kapital och skulder		41 215	51 051

Koncernens rapport över förändring i eget kapital

Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare (100 %)

TSEK	Aktiekapital	Övrigt till- skjutet kapital	Omräknings- reserv	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 2023-01-01	10 000	1 092	-14	8 886	19 964
Årets resultat				840	840
Övrigt totalresultat			-48		-48
Utgående eget kapital 2023-12-31	10 000	1 092	-63	9 726	20 756

TSEK	Aktie kapital	Övrigt till- skjutet kapital	Omräknings- reserv	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 2024-01-01	10 000	1 092	-63	9 726	20 756
Årets resultat				-2 480	-2 480
Övrigt totalresultat			180		180
Utgående eget kapital 2024-12-31	10 000	1 092	117	7 247	18 456



Foto: Hilla Aspmar/imagebank sweden.se

Koncernens rapport över kassaflöden

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2024	2023
	27		
Den löpande verksamheten			
Resultat före skatt		-2 218	938
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		2 348	8 575
Betald inkomstskatt		-239	-267
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		-109	9 246
Förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-) / Minskning (+) av kundfordringar		1 221	-669
Ökning (-) / Minskning (+) av övriga fordringar		737	6 799
Ökning (+) / Minskning (-) av leverantörsskulder		853	-5 682
Ökning (+) / Minskning (-) av övriga skulder		-1 243	-7 888
Kassaflöde från den löpande verksamheten		1 459	1 806
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	13	–	-178
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		3	20
Tillkommande depositioner		–	-1
Minskning av depositioner		21	64
Kassaflöde från investeringsverksamheten		24	-95
Finansieringsverksamheten			
Amortering av leasingskulder	14	-4 865	-4 693
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-4 865	-4 693
Årets kassaflöde		-3 382	-2 982
Likvida medel vid årets början		33 121	36 102
Valutakursdifferens i likvida medel		70	1
Likvida medel vid årets slut		29 809	33 121

Moderbolagets resultaträkning

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2024	2023
Intäkter			
Intäkter		121 600	123 158
Övriga rörelseintäkter	4	3 272	2 814
Totala intäkter		124 871	125 973
Kostnader			
Marknadsföringskostnader		-70 302	-64 439
Övriga externa kostnader	6	-13 122	-13 245
Personalkostnader	7,8	-44 751	-46 431
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	12,13	-466	-615
Övriga rörelsekostnader	5	-562	-975
Totala kostnader		-129 203	-125 704
Rörelseresultat		-4 331	268
Resultat från finansiella poster			
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	9	1 481	643
Räntekostnader och liknande resultatposter	10	-105	-125
Resultat efter finansiella poster		-2 955	786
Resultat före skatt		-2 955	786
Skatt	11	-67	-66
Årets resultat		-3 022	720

Moderbolagets rapport över totalresultat

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2024	2023
Årets resultat		-3 022	720
Årets totalresultat		-3 022	720

Moderbolagets balansräkning

TSEK	Not	2024-12-31	2023-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	12	–	369
Materiella anläggningstillgångar	13	209	305
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	26	357	357
Andra långfristiga fordringar	15	1	23
Uppskjuten skattefordran	11	163	223
Summa anläggningstillgångar		730	1 276
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar	16	148	1 369
Aktuella skattefordringar		104	95
Övriga fordringar	15	1 656	1 814
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	17	3 121	3 672
Summa kortfristiga fordringar		5 029	6 951
Kassa och bank		28 205	32 111
Summa omsättningstillgångar		33 235	39 063
Summa tillgångar		33 964	40 339
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	19	10 000	10 000
Reservfond		1 092	1 092
Fritt eget kapital			
Balanserat resultat		7 657	6 937
Årets resultat		-3 022	720
Summa eget kapital		15 727	18 749
Avsättningar			
Övriga avsättningar		–	2 988
Summa avsättningar		–	2 988
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		10 193	9 350
Skulder till koncernföretag		2 014	1 936
Övriga skulder	22	1 333	1 903
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	4 697	5 412
Summa kortfristiga skulder		18 237	18 602
Summa skulder		18 237	21 590
Summa eget kapital och skulder		33 964	40 339

Moderbolagets rapport över förändring i eget kapital

TSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktiekapital	Reservfond	Balanserat resultat	Årets resultat	
Ingående eget kapital 2023-01-01	10 000	1 092	6 255	682	18 029
Årets resultat				720	720
Disposition av föreg. års resultat			682	-682	–
Utgående eget kapital 2023-12-31	10 000	1 092	6 937	720	18 749

TSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktie kapital	Reservfond	Balanserat resultat	Årets resultat	
Ingående eget kapital 2024-01-01	10 000	1 092	6 937	720	18 749
Årets resultat				-3 022	-3 022
Disposition av föreg. års resultat			720	-720	–
Utgående eget kapital 2024-12-31	10 000	1 092	7 657	-3 022	15 727

Moderbolagets rapport över kassaflöden

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2024	2023
	27		
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		-2 955	786
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		-2 525	3 582
Betald inkomstskatt		-111	-10
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		-5 592	4 358
Ökning (-) / Minskning (+) av kundfordringar		1 221	-669
Ökning (-) / Minskning (+) av övriga fordringar		806	6 693
Ökning (+) / Minskning (-) av leverantörsskulder		843	-5 274
Ökning (+) / Minskning (-) av övriga skulder		-1 208	-7 601
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-3 930	-2 492
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	13	–	-174
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		3	20
Tillkommande depositioner		–	-1
Minskning av depositioner		21	64
Kassaflöde från investeringsverksamheten		24	-91
Årets kassaflöde		-3 906	-2 583
Likvida medel vid årets början		32 111	34 695
Likvida medel vid årets slut		28 205	32 111



Noter till de finansiella rapporterna

Not 1 Väsentliga redovisningsprinciper

Allmän information

V.S. VisitSweden AB med organisationsnummer 556500-7621 är ett aktiebolag registrerat i Sverige med säte i Stockholm. Adressen till huvudkontoret är Slussplan 9, 111 30 Stockholm. Företaget och dess dotterföretags ("Koncernen", "Visit Sweden") verksamhet omfattar att på övergripande nivå och med en sammanhållen profil, marknadsföra svenska destinationer och Sverige som turistland utomlands och inom Sverige, samt att bedriva därmed förenlig verksamhet. Koncernens sammansättning framgår av not 26 koncernföretag.

Grund för upprättande

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med de av EU antagna IFRS Accounting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) och tolkningar som utfärdats av IFRS Interpretations Committee (IFRS IC) såsom de antagits av Europeiska unionen (EU). Vidare tillämpar koncernen Årsredovisningslagen och Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 1, Kompletterande redovisningsregler för koncerner.

Denna finansiella rapport är V.S. VisitSweden AB (Visit Sweden) koncernens fjärde årsredovisning som upprättas i enlighet med IFRS. Att upprätta rapporter i överensstämmelse med IFRS kräver viktiga uppskattningar för redovisningsändamål. Vidare krävs att ledningen gör vissa bedömningar vid tillämpningen av koncernens redovisningsprinciper. De områden som innefattar en hög grad av bedömning, som är komplexa eller sådana områden där antaganden och uppskattningar är av väsentlig betydelse för koncernredovisningen anges under not 2 viktiga bedömningar vid tillämpning av koncernens redovisningsprinciper. Till följd av avrundningar kan differenser i manuella summeringar förekomma i denna årsredovisning.

Nya och ändrade standarder som ännu inte trätt i kraft

Inga nya eller ändrade standarder som ännu inte trätt i kraft bedöms få någon betydande effekt på koncernens finansiella ställning, resultat eller kassaflöde.

Ändringen i IAS 1 Utformning av finansiella rapporter har tillämpats avseende redogörelse för bolagets väsentliga redovisningsprinciper. Ändringen syftar till att öka användbarheten av upplysningar om tillämpade redovisningsprinciper genom att uppmanar att endast väsentliga principer beskrivs och förklara hur dessa principer tillämpas. Beskrivningen av redovisningsprinciperna har därför ytterligare koncentrerats till väsentliga principer och mer fokuserat på tillämpningen av dessa principer.

Nedan redogörs för verksamhetens väsentliga redovisningsprinciper:

Funktionell valuta och rapporteringsvaluta

Moderbolagets funktionella valuta är svenska kronor som även utgör rapporteringsvaluta för moderbolaget och för koncernen. Det innebär att de finansiella rapporterna presenteras i tusental svenska kronor (TSEK) om inget annat anges.

Koncernredovisning

Koncernredovisningen omfattar företagets finansiella rapporter och de enheter (dotterföretag) som företaget har bestämmande inflytande över per den 31 december varje år. Koncernen äger 100 procent av andelarna och rösterna i samtliga dotterföretag.

Vid behov justeras dotterföretagets finansiella rapporter för att anpassas till koncernens redovisningsprinciper.

Inget dotterföretag i koncernen har förvärvat genom rörelseförvärv utan samtliga dotterföretag i koncernen har bildats.

Intäkter

Koncernens intäkter består primärt av statliga medel och intäkter från samarbetspartners avseende gemensamma marknadsföringsaktiviteter. En intäkt redovisas när koncernen uppfyller ett prestationsåtagande, vilket då är en utlovad tjänst som levereras till kunden och kunden övertar kontrollen. Ett prestationsåtagande kan uppfyllas över tid eller vid en given tidpunkt. Bedömning görs vid varje tillfälle om huruvida tjänsten är en del av ett prestationsåtagande eller ett separat prestationsåtagande. Tjänsten är ett separat prestationsåtagande om kunden kan dra nytta av tjänsten separat eller tillsammans med andra resurser som finns tillgängliga och löftet att överföra tjänsten till kunden kan särskiljas från andra löften i avtalet. Intäkten utgörs av det belopp som bolaget förväntar sig erhålla som ersättning för överförda tjänster.

De intäkter som redovisas över tid baseras på graden av färdigställande för varje prestationsåtagande.

Koncernens huvudsakliga intäktsströmmar och deras redovisning beskrivs nedan.

Statliga medel

Från svenska staten erhåller Visit Sweden årligen ett grundanslag för att marknadsföra Sverige som resmål i världen. Intäkterna värderas till verkligt värde av vad som erhållits, eller kommer att erhållas. Anslaget allokeras dels till den löpande verksamhetens kostnader, dels till marknadsföring, insatser som samtliga har till syfte att öka intresset för resmålet Sverige. Från svenska staten kan Visit Sweden även erhålla tilläggsanslag och så kallade särskilda medel, som allokeras till marknadsföring.

Statliga medel för den löpande verksamheten intäktsförs kvartalsvis utifrån budgeterade kostnader.

Statliga medel för specifika marknadsföringsaktiviteter redovisas som projekt och intäktsförs utifrån projektredovisning. De redovisas som intäkt över tid under den period Visit Sweden har kostnader för de marknadsföringsinsatser som medlen är avsedd att kompensera för.

Försäljning av tjänster

Koncernen redovisar även intäkter för tillhandahållna tjänster från samarbetspartners. Visit Sweden utför olika typer av programsatsningar för att marknadsföra Sverige. En programsatsning består av olika marknadsföringsinsatser som finansieras genom koncernens anslag och samarbetspartners. Samarbetspartners varierar mellan olika marknadsföringsinsatser men utgörs normalt av privata bolag, kommuner, regioner och statliga myndigheter. Intäkter från samarbetspartners baseras på marknadsmässiga avtal och motsvarar betalning för den tjänst som Visit Sweden utför.

Ersättning för marknadsföringsinsats från samarbetspartners redovisas som intäkt över tid, under den period Visit Sweden har kostnader för de marknadsföringsinsatser som ersättningen är avsedd att kompensera för.

Betalningsvillkoren för majoriteten av avtalen är 30 dagar. Fakturering sker i regel baserat på överenskomna tidpunkter. Om redovisade intäkter överstiger vad som fakturerats redovisas mellanskillnaden som en upplupen intäkt, se not 16. Det finns inga betydande finansieringskomponenter i avtalen.

Övriga rörelseintäkter

Övriga rörelseintäkter är intäkter som inte har med den primära verksamheten att göra. Övriga rörelseintäkter består av alla intäkter som inte är anslag eller intäkter från samarbetspartner. Dessa kan till exempel vara intäkter från avyttring av tillgångar, kompensation för sjuklöner, valutakursvinster eller medel för omställning.

Marknadsföringskostnader

Marknadsföringskostnader består enbart av externa kostnader. Marknadsföringskostnader redovisas som kostnad över tid, under den period marknadsföringsinsatser utförs.

Koncernen som leasetagare

Leasingavtal

Koncernens leasingavtal består av kontorslokaler och representationskontor. Representationskontor utgörs normalt av kontorsplatser i ett kontorshotell där Visit Sweden har rätt att utnyttja en eller flera kontorsplatser som är fysiskt avskilda från övrig yta i lokalen. Kontorslokalerna är sedvanliga kontorsytor belägna i länder där Visit Sweden har en starkare lokal förankring och ett etablerat dotterföretag. När ett avtal ingås bedömer koncernen om avtalet är, eller innehåller, ett leasingavtal. Ett avtal är, eller innehåller, ett leasingavtal om

avtalet överlåter rätten att under en viss period bestämma över användningen av en identifierbar tillgång i utbyte mot ersättning.

Nyttjanderättstillgångar

Koncernen redovisar nyttjanderättstillgångar i rapporten över finansiell ställning på inledningsdatumet för leasingavtalet (det vill säga det datum då den underliggande tillgången blir tillgänglig för användande). Nyttjanderättstillgångar värderas till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar, samt justerat för omvärderingar av leasingkulden undantaget valutaomräkning. Förutsatt att koncernen är rimligt säker på att äganderätten till den underliggande tillgången inte kommer att övertas vid utgången av leasingavtalet skrivs nyttjanderättstillgången av linjärt under leasingperioden.

Leasingskulder

På inledningsdatumet för ett leasingavtal redovisar koncernen en leasing-skuld motsvarande nuvärdet av de leasingbetalningar som ska erläggas under leasingperioden. Leasingperioden bestäms som den icke-uppsägningsbara perioden tillsammans med perioder att förlänga eller säga upp avtalet om koncernen är rimligt säker på att nyttja de optionerna. Se även not 2 viktiga bedömningar vid tillämpning av koncernens redovisningsprinciper.

För beräkning av nuvärdet av leasingbetalningarna använder koncernen den implicita räntan i avtalet om den enkelt kan fastställas och i övriga fall används den marginella upplåningsräntan per inledningsdatumet för leasingavtalet.

Tillämpning av praktiska undantag

Koncernen tillämpar de praktiska undantagen avseende korttidsleasingavtal och leasingavtal där den underliggande tillgången är av lågt värde. Korttidsleasingavtal definieras som leasingavtal med en initial leasingperiod om maximalt 12 månader efter beaktande av eventuella optioner att förlänga leasingavtalet. Leasingavtal där den underliggande tillgången är av lågt värde utgörs i koncernen till exempel av kontorsinventarier. Leasingbetalningarna för korttidsleasingavtal och leasingavtal där den underliggande tillgången är av lågt värde kostnadsförs linjärt över leasingperioden.

Utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta omräknas till den funktionella valutan till den valutakurs som föreligger på transaktionsdagen. Monetära tillgångar och skulder i utländsk valuta räknas om till den funktionella valutan till den valutakurs som föreligger på balansdagen. Valutakursdifferenser som uppstår vid omräkningarna redovisas i årets resultat.

Utländska verksamheters finansiella rapporter

Tillgångar och skulder i utlandsverksamheter omräknas från utlandsverksamheternas funktionella valuta till koncernens rapporteringsvaluta, svenska kronor, till den valutakurs som råder på balansdagen. Intäkter och kostnader i en utlandsverksamhet omräknas till svenska kronor till en genomsnittskurs som utgör en approximation av de valutakurser som har förelegat vid respektive transaktionstidpunkt.

Avgiftsbestämda pensionsplaner

Betalning till en avgiftsbestämd pensionsplan redovisas som en kostnad när de anställda har utfört tjänsterna som ger dem rätt till avgifterna. Koncernen har endast avgiftsbestämda planer.

Kortfristiga ersättningar till anställda

En skuld redovisas för ersättning till anställda avseende löner, betald semester och betald sjukfrånvaro från den anställdas tjänstgöring under innevarande period till det odiskonterade beloppet av ersättningen som förväntas betalas i utbyte för dessa tjänster.

Skatt

Inkomstskattekostnaden utgörs av summan av aktuell skatt och uppskjuten skatt.

Aktuell skatt

Aktuell skatt beräknas på det skattepliktiga resultatet för perioden. Koncernens aktuella skatteskuld beräknas enligt de skattesatser som är beslutade eller i praktiken beslutade per rapportperiodens slut.

En skuld redovisas för de fall där en beskattning bedöms osäker men det bedöms vara troligt för ett framtida utflöde av medel till en skattemyndighet. Skulden värderas genom den bästa uppskattningen av beloppet som förväntas betalas. En fordran redovisas till den del som preliminära inbetalningar överstiger faktiska kostnader i underliggande bolag i koncernen.

Uppskjuten skatt

Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden med utgångspunkt i temporära skillnader mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar och skulder. Temporära skillnader hänförliga till andelar i dotterföretag som inte förväntas bli återförda inom överskådlig framtid beaktas inte. Värdering av uppskjuten skatt baseras på hur underliggande tillgångar och skulder förväntas bli realiserade eller reglerade. Uppskjuten skatt beräknas med tillämpning av de skattesatser och skatteregler som är beslutade eller i praktiken beslutade per balansdagen.

Uppskjutna skattefordringar avseende avdragsgilla temporära skillnader och underskottsavdrag redovisas endast i den mån det är sannolikt att dessa kommer att kunna utnyttjas. Värdet på uppskjutna skattefordringar reduceras när det inte längre bedöms sannolikt att de kan utnyttjas.

Materiella anläggningstillgångar

Inventarier redovisas till anskaffningsvärde minus ackumulerade avskrivningar och ackumulerade nedskrivningar.

Avskrivning sker linjärt över tillgångens beräknade nyttjandeperiod enligt följande:

Kontorsinventarier – 5 år

Datorer – 3 år

De bedömda nyttjandeperioderna, restvärden och avskrivningsmetod utvärderas vid varje rapportperiods slut, förändringar i uppskattning redovisas framåt-riktat. Den vinst, eller förlust, som uppkommer vid avyttring eller utrangering av en tillgång fastställs som skillnaden mellan försäljningspriset och redovisat värde på tillgången och redovisas i resultatet.

Immateriella anläggningstillgångar

Koncernen har immateriella anläggningstillgångar bestående av programvaror. Dessa redovisas till anskaffningsvärde minus ackumulerade avskrivningar och ackumulerade nedskrivningar.

Avskrivning sker linjärt över tillgångens beräknade nyttjandeperiod enligt följande:

Programvaror – 5 år.

Finansiella instrument

Klassificering och värdering

Finansiella instrument som redovisas i rapporten över finansiell ställning inkluderar på tillgångssidan; likvida medel, kundfordringar, upplupna intäkter och depositioner. På skuldsidan ingår leverantörsskulder. Redovisningen beror på hur de finansiella instrumenten har klassificerats. Koncernen har finansiella instrument i följande kategorier:

- Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde
- Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde

Redovisning och borttagande

Finansiella tillgångar och skulder redovisas när koncernen blir en part enligt instrumentets avtalsmässiga villkor. Transaktioner med finansiella tillgångar redovisas på affärsdagen, som är den dag då koncernen förbinder sig att förvärva eller avyttra tillgångarna. Kundfordringar tas upp i balansräkningen när faktura har skickats och koncernens rätt till ersättning är ovillkorlig. Skulder redovisas när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala, även om faktura ännu inte har mottagits. Leverantörsskulder upptages när faktura har mottagits.

En finansiell tillgång borttages från balansräkningen (helt eller delvis) när rättigheterna i kontraktet har realiserats eller förfallit, eller när koncernen inte längre har kontroll över den. En finansiell skuld borttages från balansräkningen (helt eller delvis) när förpliktelsen i avtalet fullgörs eller på annat sätt utsläcks. En finansiell tillgång och en finansiell skuld nettoredo visas i balansräkningen när det föreligger en legal rätt att kvitta de redovisade beloppen och avsikten är att antingen reglera nettot eller att realisera tillgången samtidigt som skulden regleras. Vinst och förluster från borttagande ur balansräkning samt modifiering redovisas i resultatet.

Moderföretagets redovisningsprinciper

Årsredovisningen för moderföretaget har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 2 Redovisning för juridiska personer. Enligt RFR 2 ska moderföretaget tillämpa alla IFRS Accounting Standards (IFRS), antagna av EU, så långt det är möjligt inom ramen för Årsredovisningslagen.

Skillnaderna mellan moderföretagets och koncernens redovisningsprinciper beskrivs nedan:

Klassificering och uppställningsformer

Moderföretagets resultat- och balansräkning är uppställda enligt Årsredovisningslagens scheman. Skillnaden mot IAS 1 Utformning av finansiella rapporter som tillämpas vid utformningen av koncernens finansiella rapporter är främst presentationen av finansiella intäkter/kostnader och eget kapital.

Leasingavtal

Moderföretaget som är leasingtagare redovisar leasingavgifter som kostnad linjärt över leasingperioden såvida inte ett annat systematiskt sätt bättre återspeglar användarens ekonomiska nytta över tiden.

Dotterföretag

Andelar i dotterföretag redovisas till anskaffningsvärde. Utdelning från dotterföretag redovisas i resultaträkningen när rätten att få utdelning bedöms som säker och kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Finansiella instrument

Moderföretaget tillämpar inte IFRS 9. I stället tillämpas en metod med utgångspunkt i anskaffningsvärde enligt Årsredovisningslagen. Det innebär att finansiella anläggningstillgångar värderas till anskaffningsvärde minus eventuell nedskrivning och finansiella omsättningstillgångar enligt lägsta värdets princip. Vid beräkning av nettoförsäljningsvärdet på fordringar som redovisas som omsättningstillgångar tillämpas principerna för nedskrivningsprövning och förlustriskreservering enligt IFRS 9, se principer för koncernen. Vid bedömning och beräkning av nedskrivningsbehov för finansiella tillgångar som redovisas som anläggningstillgångar tillämpas principerna för nedskrivningsprövning och förlustriskreservering i IFRS 9 när så är möjligt. Finansiella skulder värderas till upplupet anskaffningsvärde med tillämpning av effektivräntemetoden. Principer för inbokning och bortbokning av finansiella instrument motsvarar de som tillämpas för koncernen och som beskrivs ovan. Koncerninterna fordringar omfattas av nedskrivningsreglerna enligt IFRS 9 (den generella modellen).

Not 2 Viktiga bedömningar vid tillämpning av koncernens redovisningsprinciper

Att upprätta de finansiella rapporterna i enlighet med IFRS kräver att företagsledningen gör bedömningar och uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Det verkliga utfallet kan avvika från dessa uppskattningar och bedömningar. Uppskattningarna och antagandena ses över regelbundet. Ändringar av uppskattningar redovisas i den period ändringen görs om ändringen endast påverkat denna period, eller i den period ändringen görs och framtida perioder om ändringen påverkar både aktuell period och framtida perioder.

Bedömning av leasingperioden i leasingavtal med förlängningsoptioner

Koncernen fastställer leasingperioden som den icke uppsägningsbara leasingperioden, tillsammans med alla perioder som omfattas av en möjlighet att förlänga leasingavtalet om Visit Sweden är rimligt säkert på att utnyttja det alternativt, och alla perioder som omfattas av en möjlighet att säga upp leasingavtalet om Visit Sweden är rimligt säkert på att inte utnyttja det alternativet.

Koncernen har flera hyreskontrakt för kontorslokaler och representationskontor och de har alla en möjlighet att förlänga, alternativt säga upp leasingavtalet. Koncernen bedömer om det är rimligt säkert att utnyttja en möjlighet att förlänga ett leasingavtal. Detta görs genom att beakta alla relevanta fakta och omständigheter som påverkar Visit Sweden ekonomiskt. Efter startdatumet omprövar Koncernen leasingperioden för att se om det finns en betydande händelse eller förändring av omständigheter som ligger inom Visit Swedens kontroll och påverkar Visit Swedens förmåga att utöva eller inte utnyttja möjligheten att förnya eller säga upp. Dock sker förlängning av leasingavtalet som senast vid tidpunkten för automatisk förlängning (om ingen part sagt upp avtalet).

Not 3 Intäkternas fördelning

Koncernens intäkter består primärt av statliga medel och intäkter från samarbetspartners avseende gemensamma marknadsföringsaktiviteter. Intäkterna värderas till verkligt värde av vad som erhållits, eller kommer att erhållas och redovisas som en skuld i balansräkningen och avräknas kvartalsvis i takt med kostnaden för utförd aktivitet.

Koncernen		
TSEK	2024	2023
Intäkter		
Intäkter från staten – grundanslag	104 613	104 613
Intäkter från samarbetspartners	15 487	16 917
	120 100	121 530

Not 4 Övriga rörelseintäkter

Koncernen		
TSEK	2024	2023
Tilläggsanslag från staten för omställning	–	2 367
Vinst vid avyttring av anläggningstillgångar	3	20
Kursvinster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	240	427
Återföring av avsättning	2 988	–
Statlig ersättning för betald avgift till omställningsorganisation	42	–
	3 273	2 814

Moderbolaget		
TSEK	2024	2023
Tilläggsanslag från staten för omställning	–	2 367
Vinst vid avyttring av anläggningstillgångar	3	20
Kursvinster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	239	427
Återföring av avsättning	2 988	–
Statlig ersättning för betald avgift till omställningsorganisation	42	–
	3 272	2 814

Not 5 Övriga rörelsekostnader

Koncernen		
TSEK	2024	2023
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	-565	-982
	-565	-982

Moderbolaget		
TSEK	2024	2023
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	-562	-975
	-562	-975

Not 6 Arvode och kostnadsersättning till revisorer

TSEK	2024	2023
Koncernen		
KPMG		
Revisionsuppdrag	651	608
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	100	100
	751	708
Övriga revisorer		
Revisionsuppdrag	102	104
	102	104
Moderbolaget		
KPMG		
Revisionsuppdrag	651	608
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	100	100
	751	708
Övriga revisorer		
Revisionsuppdrag	–	15
	0	15

Med revisionsuppdrag avses revisorns ersättning för den lagstadgade revisionen. Arbetet innefattar granskningen av årsredovisningen, koncernredovisningen och bokföringen, styrelsens och verkställande direktörens förvaltning samt arvode för revisionsrådgivning som lämnats i samband med revisionsuppdraget.

Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget avser övriga arbetsuppgifter som det ankommer på företagets revisor att utföra samt rådgivning eller annat biträde som föranleds av iakttagelser vid sådan granskning.

Allt annat arbete som utförs av revisor definieras som övriga tjänster.

Not 7 Anställda, personalkostnader, ledande befattningshavare och styrelsens ersättningar

Kostnader för ersättningar till anställda

Koncernen

TSEK	2024	2023
Löner och ersättningar m.m.	37 691	38 308
Sociala avgifter	11 412	12 096
Pensionskostnader, avgiftsbaserade planer	3 962	4 055
	53 065	54 459

Moderbolaget

TSEK	2024	2023
Löner och ersättningar m.m.	29 820	30 971
Sociala avgifter	10 128	10 745
Pensionskostnader, avgiftsbaserade planer	3 702	3 807
	43 650	45 523

Medelantalet anställda

	2024	varav män	2023	varav män
Moderbolaget				
Sverige	33	15%	34	15%
Frankrike	1	0%	1	0%
Kina	2	50%	2	50%
Nederländerna	1	0%	1	0%
	36	16%	38	18%
Dotterbolag				
Storbritannien	3	67%	3	67%
Tyskland	7	13%	7	14%
	10	29%	10	30%
Totalt i koncernen	46	19%	48	19%

Könsfördelning i företagsledningen

	2024-12-31	varav män	2023-12-31	varav män
Koncernen				
Styrelsen	9	56%	10	50%
Vd och andra ledande befattningshavare	4	25%	5	20%
	13	46%	15	40%

Styrelse och ledande befattningshavare i moderbolaget motsvaras av samma sammansättning som i koncernen.

Löner och andra ersättningar fördelade mellan ledande befattningshavare och övriga anställda samt sociala kostnader

Koncernen

2024 TSEK	Ledande befattnings- havare	Övriga anställda	Summa
Löner och andra ersättningar	6 935	30 756	37 691
Sociala kostnader (varav pensionskostnad)	3 752 (1 306)	11 622 (2 656)	15 374 (3 962)

Koncernen

2023 TSEK	Ledande befattnings- havare	Övriga anställda	Summa
Löner och andra ersättningar	7 163	31 145	38 308
Sociala kostnader (varav pensionskostnad)	3 857 (1 332)	12 294 (2 723)	16 151 (4 055)

Moderbolaget

2024 TSEK	Ledande befattnings- havare	Övriga anställda	Summa
Löner och andra ersättningar	6 935	22 885	29 820
Sociala kostnader (varav pensionskostnad)	3 752 (1 306)	10 078 (2 396)	13 830 (3 702)

Moderbolaget

2023 TSEK	Ledande befattnings- havare	Övriga anställda	Summa
Löner och andra ersättningar	7 163	23 808	30 971
Sociala kostnader (varav pensionskostnad)	3 857 (1 332)	10 695 (2 475)	14 552 (3 807)

Not 7 Anställda, personalkostnader, ledande befattningshavare och styrelsens ersättningar, forts.

Löner och andra ersättningar till ledande befattningshavare Koncern

2024	Grundlön arvode	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensionskostnad	Totalt
TSEK					
Ledningsgrupp					
Susanne Andersson, Vd	1 905	–	4	470	2 379
Carina Tyberg Sigrell, Chief Financial Officer	1 210	–	4	240	1 454
Nils Persson, Chief Marketing Officer	1 259	–	3	255	1 517
Tina Olsson, Chief Strategy Officer	1 192	–	4	237	1 433
Johanna Eriksson, Chief HR Officer ¹⁾	537	–	–	104	641
Styrelse					
Karin Johansson, ordförande	207	–	–	–	207
Richard Törnblom, ledamot	104	–	–	–	104
Jonas Siljhammar, ledamot	104	–	–	–	104
Lars Johansson, ledamot	115	–	–	–	115
Jenny Lahrin, ledamot	–	–	–	–	–
Magnus Lönn, ledamot	110	–	–	–	110
Gunilla Asker, ledamot	103	–	–	–	103
Per Sjödel, ledamot	89	–	–	–	89
	6 935	–	15	1 306	8 256
2023	Grundlön arvode	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensionskostnad	Totalt
TSEK					
Ledningsgrupp					
Susanne Andersson, Vd	1 835	–	4	453	2 292
Carina Tyberg Sigrell, Chief Financial Officer	1 159	–	4	231	1 394
Nils Persson, Chief Marketing Officer	1 221	–	3	245	1 469
Tina Olsson, Chief Strategy Officer	1 152	–	3	228	1 383
Johanna Eriksson, Chief HR Officer	1 005	–	4	175	1 184
Styrelse					
Karin Johansson, ordförande	199	–	–	–	199
Richard Törnblom, ledamot	102	–	–	–	102
Jari Virtanen, ledamot	33	–	–	–	33
Jonas Siljhammar, ledamot	100	–	–	–	100
Lars Johansson, ledamot	110	–	–	–	110
Jenny Lahrin, ledamot	–	–	–	–	–
Magnus Lönn, ledamot	105	–	–	–	105
Gunilla Asker, ledamot	85	–	–	–	85
Per Sjödel, ledamot	57	–	–	–	57
	7 163	–	18	1 332	8 513

Övriga förmåner avser friskvårdsbidrag.

Pensionskostnader utgörs även av en sjukvårdsförsäkring.

1) Markerad ledande befattningshavare har avslutat sin anställning under året.

Ledande befattningshavares ersättningar

Kretsen ledande befattningshavare utgörs av vd, samt koncernledningen som direktrapporterar till vd.

Ersättningsprinciper för befattningshavare har fastställts av årsstämman den 25 april 2024.

Dessa ersättningsprinciper följer de riktlinjer som regeringen utfärdade den 27 februari 2020 avseende anställningsvillkor för ledande befattningshavare i företag med statligt ägande.

Pensioner

Pensionsåldern för verkställande direktören är 65 år. Pensionspremien motsvarar 5,4 % av lönedelar upp till 7,5 IBB och 32,4 % för lönedelar därutöver. Den sammanlagda premien får, i enlighet med de av stämman fastställda principerna för ersättning till ledande befattningshavare, inte överstiga 30 % av lönen.

För andra ledande befattningshavare är pensionsåldern 65 år. Pensionspremien är premiebestämd motsvarande ITP1.

Avtal om avgångsvederlag

Mellan företaget och verkställande direktören gäller en ömsesidig uppsägningstid om 6 månader.

Vid uppsägning från företagets sida erhålls ett avgångsvederlag som uppgår till 6 månadslöner.

Mellan företaget och andra ledande befattningshavare gäller en ömsesidig uppsägningstid om 3 månader.

Vid uppsägning från företagets sida erhålls ett avgångsvederlag som uppgår till 3 månadslöner.

Not 8 Pensionsförpliktelser

Avgiftsbestämda pensionsplaner

Koncernen tillhandahåller avgiftsbestämda pensionsplaner för alla anställda.

Den totala kostnaden redovisad i resultatet uppgick till 4,0 MSEK (4,1 MSEK).

Not 9 Finansiella intäkter

Koncernen

TSEK	2024	2023
Ränteintäkter	1 481	643
	1 481	643

Moderbolaget

TSEK	2024	2023
Ränteintäkter	1 481	643
	1 481	643

Not 10 Finansiella kostnader

Koncernen

TSEK	2024	2023
Räntekostnader på leasingkulder	-167	-187
Övriga finansiella kostnader	-105	-125
	-272	-312

Moderbolaget

TSEK	2024	2023
Övriga finansiella kostnader	-105	-125
	-105	-125

Not 11 Skatter

Redovisat i rapporten över resultat och övrigt totalresultat/rapport över resultat

Koncernen

TSEK	2024	2023
Aktuell skattekostnad (-)/[skatteintäkt (+)]		
Årets skattekostnad [/skatteintäkt]	-176	-160
Justering av skatt hänförlig till tidigare år	-	32
	-176	-127

Uppskjuten skattekostnad (-) [/skatteintäkt (+)]

Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-86	29
	-86	29

Totalt redovisad skattekostnad i koncernen

-262 -98

Moderbolaget

TSEK	2024	2023
Aktuell skattekostnad (-)/[skatteintäkt (+)]		
Årets skattekostnad [/skatteintäkt]	-7	-6
	-7	-6

Uppskjuten skattekostnad (-) [/skatteintäkt (+)]

Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-59	-59
	-59	-59

Totalt redovisad skattekostnad i moderbolaget

-67 -66

Avstämning av effektiv skatt

Koncernen

TSEK	2024	2023
Resultat före skatt	-2 218	938
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget	457	-193
Effekt av andra skattesatser för utländska dotterföretag	-34	-33
Ej avdragsgilla kostnader	-46	-63
Ej skattepliktiga intäkter	1	1
Utnyttjande av tidigare ej aktiverade underskottsavdrag		158
Ej aktiverat underskottsavdrag	-640	
Skatt hänförlig till tidigare år	-	32
Redovisad effektiv skatt	-262	-98

Moderbolaget

TSEK	2024	2023
Resultat före skatt	-2 955	786
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget, 20,6 %	609	-162
Ej avdragsgilla kostnader	-37	-63
Ej skattepliktiga intäkter	1	1
Utnyttjande av tidigare ej aktiverade underskottsavdrag		158
Ej aktiverat underskottsavdrag	-640	
Redovisad effektiv skatt	-67	-66

Beskattning för andra jurisdiktioner beräknas till gällande skattesats i respektive jurisdiktion.

Koncernen har ingen skatt som redovisats i övrigt totalresultat eller direkt i eget kapital.

Följande är de mest väsentliga uppskjutna skatteskulderna och uppskjutna skattefordringarna som redovisas av koncernen och förändringar av dessa poster under innevarande och föregående rapportperiod.

Den uppskjutna skattefordran hänför sig till IFRS-justeringar avseende leasingavtal, samt materiella anläggningstillgångar.

Förändring av uppskjuten skatt i temporära skillnader och underskottsavdrag

Koncernen	Balans per 1 jan 2024	Redovisat i årets resultat	Omräknings-differens	Balans per 31 dec 2024
TSEK				
Materiella anläggningstillgångar	223	-59	-	163
Nyttjanderätter	-1 933	861	-	-1 072
Leasingkulder	2 037	-887	1	1 150
	327	-86	1	242

TSEK	Balans per 1 jan 2023	Redovisat i årets resultat	Omräknings-differens	Balans per 31 dec 2023
Materiella anläggningstillgångar	282	-59	-	223
Nyttjanderätter	-2 752	820	-	-1 933
Leasingkulder	2 768	-731	-	2 037
	298	29	-	327

Ingen uppskjuten skatt har redovisats i övrigt totalresultat eller direkt i eget kapital.

Per rapportperiodens utgång har koncernen outnyttjade skattemässiga underskottsavdrag som uppgår till 113 182 TSEK (110 074) som kan nyttjas mot framtida skattemässiga överskott.

Ingen uppskjuten skattefordran har redovisats för de återstående 113 182 TSEK (110 074). Företagsledningen bedömer att ytterligare uppskjuten skattefordran inte ska bokas upp med anledning av att avräkning mot framtida skattemässiga överskott inte kommer kunna göras inom överskådlig framtid.

Not 12 Immateriella tillgångar

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Programvaror		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	2 318	2 318
Utgående balans 31 december	2 318	2 318
Ackumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-1 949	-1 485
Årets avskrivningar	-369	-464
Utgående balans 31 december	-2 318	-1 949
Redovisat värde 31 december	0	369
Moderbolaget		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Programvaror		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	2 318	2 318
Utgående balans 31 december	2 318	2 318
Ackumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-1 949	-1 485
Årets avskrivningar	-369	-464
Utgående balans 31 december	-2 318	-1 949
Redovisat värde 31 december	0	369

Nyttjandeperioden för internt upparbetade utvecklingsutgifter inom koncernens IT-utveckling uppgår till 5 år.

Not 13 Materiella anläggningstillgångar

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Inventarier		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	2 957	4 137
Inköp	–	178
Avyttring/utrangering	-545	-1 370
Valutakursdifferenser	–	12
Utgående balans 31 december	2 412	2 957
Ackumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-2 542	-3 723
Årets avskrivningar	-119	-179
Avyttring/utrangering	545	1 370
Valutakursdifferenser	4	-10
Utgående balans 31 december	-2 112	-2 542
Redovisat värde 31 december	300	415
Moderbolaget		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Inventarier		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	2 070	3 051
Inköp	–	174
Avyttring/utrangering	-545	-1 155
Utgående balans 31 december	1 525	2 070
Ackumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-1 765	-2 769
Årets avskrivningar	-97	-151
Avyttring/utrangering	545	1 155
Utgående balans 31 december	-1 317	-1 765
Redovisat värde 31 december	209	305

Not 14 Leasingavtal

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Nyttjanderättstillgångar		
Ingående balans 1 januari	10 327	14 184
Ändringar i befintliga leasingkontrakt	305	1 041
Årets avskrivningar på nyttjanderätts-tillgångar	-4 542	-4 890
Omräkningsdifferenser	98	-8
Utgående balans 31 december	6 187	10 327

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Leasingskulder		
Ingående balans 1 januari	9 872	13 346
Ändringar i befintliga leasingkontrakt	305	1 041
Räntekostnader på leasingskulder	167	187
Årets amorteringar	-4 865	-4 693
Omräkningsdifferenser	101	-10
Utgående balans 31 december	5 579	9 872

Nedan presenteras de belopp som redovisats i koncernens rapport över resultat under året hänförligt till leasingverksamheter.

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Avskrivningar på nyttjanderättstillgångar	-4 542	-4 890
Räntekostnader på leasingskulder	-167	-187
Kostnad avseende korttidsleasingavtal	-10	-98
Kostnad för avtal där den underliggande tillgången är av lågt värde	-87	-201
Kostnader för variabla leasingavgifter	-312	-313
	-5 117	-5 689

Koncernens leasingavtal och redovisningen av dessa

Koncernens leasingavtal består av lokalhyror. Den genomsnittliga leasingperioden är 1,25 år (3,2), inklusive beaktande av förlängningsoptioner.

Avgifter för korttidsleasingavtal och tillgångar av lågt värde

Avtal för korttidsleasing och leasing där underliggande tillgång är av mindre värde kostnadsförs linjärt i resultaträkningen.

Korta kontrakt är avtal med en leasingtid på 12 månader eller mindre, efter beaktande av förlängningsoptioner.

Variabla leasingavgifter

Variabla leasingavgifter består i all väsentlighet av utgifter för fastighetsskatt kopplat till leasade lokaler och framtida variabla leasingavgifter förväntas vara på samma nivå.

Kassaflöde

Kassautflödet hänförligt till leasingavtal uppgick till 4 865 TSEK (4 693). För löptidsanalys hänförliga till leasingavtal, se not 25 finansiella risker.

Not 15 Långfristiga fordringar och övriga fordringar

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Långfristiga fordringar		
Depositioner	151	167
	151	167
Övriga fordringar		
Momsfordran	1 707	1 866
	1 707	1 866

Moderbolaget		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Långfristiga fordringar		
Depositioner	1	23
	1	23
Övriga fordringar		
Momsfordran	1 656	1 814
	1 656	1 814

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Långfristiga fordringar		
Akkumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	167	230
Tillkommande depositioner	–	1
Återbetalda depositioner	-21	-64
Valutadifferens	5	–
Utgående balans 31 december	151	167

Moderbolaget		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Långfristiga fordringar		
Akkumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	23	85
Tillkommande depositioner	–	1
Återbetalda depositioner	-21	-64
Utgående balans 31 december	1	23

Not 16 Kundfordringar

Kundfordringar redovisas efter hänsyn tagen till under året uppkomna kundförluster som uppgick till 0 TSEK (60) i koncernen. I moderbolaget uppgick kundförlusterna till 0 TSEK (60). I not 25 finansiella risker återfinns åldersanalys för kundfordringar.

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Redovisat värde på kundfordringar	148	1 369
Moderbolaget		
Redovisat värde på kundfordringar	148	1 369

Not 17 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Koncernen

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Förutbetald hyra	–	86
Förutbetald försäkring	319	433
Upplupna intäkter	309	–
Övrigt	1 815	2 476
	2 442	2 994

Moderbolaget

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Förutbetald hyra	832	899
Förutbetald försäkring	207	332
Upplupna intäkter	309	–
Övrigt	1 774	2 442
	3 121	3 672

Upplupna intäkter består av utfört arbete enligt avtal med statliga myndigheter och samarbetspartners vars ersättning ännu inte fakturerats till motparten.

Visit Sweden redovisar intäkter för marknadsföringstjänster över tid i samma perioder som de kostnader ersättningen är avsedda att kompensera för. Visit Swedens rätt att fakturera kunder eller statliga myndigheter är normalt beroende på överenskomna tidpunkter. I händelse redovisade intäkter från avtalet överstiger vad som fakturerats redovisar koncernen mellanskillnaden som en upplupen intäkt. Samtliga upplupna intäkter är kortfristiga. Belopp som tidigare har redovisats som en upplupen intäkt omklassificeras till kundfordringar vid den tidpunkt då beloppet faktureras till kunden.

Not 18 Likvida medel

Koncernen

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Kassa och banktillgodohavanden	29 809	33 121
Summa enligt rapporten över finansiell ställning	29 809	33 121
Summa enligt rapporten över kassaflöden	29 809	33 121

Moderbolaget

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Kassa och banktillgodohavanden	28 205	32 111
Summa enligt rapporten över finansiell ställning	28 205	32 111
Summa enligt rapporten över kassaflöden	28 205	32 111

Not 19 Eget kapital

Stamaktier

Antal aktier	2024-12-31	2023-12-31
Beslutat antal aktier		
1 miljon stamaktier om SEK 10 vardera	1 000 000	1 000 000
	1 000 000	1 000 000

Not 20 Omräkningsreserv

Avser valutakursdifferens vid omräkning av nettotillgångar i utländska verksamheter.

Not 21 Leasingskulder

I det följande framgår information om företagets avtalsmässiga villkor avseende räntebärande leasingskulder. För mer information om företagets exponering för ränterisk och risk för valutakursförändringar hänvisas till not 24.

Koncernen

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Långfristiga skulder		
Finansiella leasingskulder	1 108	5 362
	1 108	5 362
Kortfristiga skulder		
Kortfristig del av finansiella leasingskulder	4 471	4 510
	4 471	4 510

Villkor och återbetalningstider

2024	Nominellt värde	Redovisat värde
TSEK		
Finansiella leasingskulder *	5 651	5 579
Totala räntebärande skulder	5 651	5 579

2023	Nominellt värde	Redovisat värde
TSEK		
Finansiella leasingskulder *	10 103	9 872
Totala räntebärande skulder	10 103	9 872

*) Visit Sweden leasar lokaler under flertal olika finansiella leasingavtal som löper med varierande ränta och förfallostruktur.

Not 22 Övriga skulder

Koncernen

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Övriga kortfristiga skulder		
Personalskatt	837	1 087
Skuld till anställda	27	29
Upplupna sociala avgifter	692	881
	1 556	1 997

Moderbolaget

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Övriga kortfristiga skulder		
Personalskatt	623	997
Skuld till anställda	18	25
Upplupna sociala avgifter	692	881
	1 333	1 903

Not 23 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

Koncernen		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Upplupna löner	568	528
Upplupna semesterlöner	1 554	1 909
Upplupna pensionskostnader	29	26
Upplupna sociala avgifter	585	643
Upplupna projektkostnader	593	833
Upplupna verksamhetskostnader	1 798	1 555
Förutbetalda intäkter	122	519
	5 249	6 011

Moderbolaget		
TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Upplupna löner	568	528
Upplupna semesterlöner	1 431	1 703
Upplupna pensionskostnader	–	–
Upplupna sociala avgifter	577	634
Upplupna projektkostnader	593	833
Upplupna verksamhetskostnader	1 406	1 196
Förutbetalda intäkter	122	519
	4 697	5 412

Koncernen redovisar intäkter för marknadsföringstjänster över tid i samma perioder som de kostnader ersättningen är avsedda att kompensera för, förutbetalda intäkter 2024 och 2023 består av förutbetalda intäkter från samarbetspartners.

Not 24 Finansiella instrument

Redovisat värde		
Koncernen	Finansiella tillgångar	Finansiella skulder
2024-12-31	Upplupet	Upplupet
TSEK	anskaffningsvärde	anskaffningsvärde
Kassa och bank	29 809	–
Kundfordringar	148	–
Depositioner	151	–
Leverantörsskulder	–	10 235
	30 107	10 235

Redovisat värde		
Koncernen	Finansiella tillgångar	Finansiella skulder
2023-12-31	Upplupet	Upplupet
TSEK	anskaffningsvärde	anskaffningsvärde
Kassa och bank	33 121	–
Kundfordringar	1 369	–
Upplupna intäkter	–	–
Depositioner	167	–
Leverantörsskulder	–	9 380
	34 658	9 380

Not 25 Finansiella risker

Företagets resultat och kassaflöde påverkas både av förändringar i omvärlden och av koncernens eget agerande. Riskhanteringsarbetet syftar till att tydliggöra och analysera de risker som koncernen möter samt att, så långt det är möjligt, förebygga och begränsa eventuella negativa effekter.

Ledningen tillsammans med styrelsen ansvarar för att bolaget har god intern kontroll och formaliserade rutiner, som säkerställer att bolagets finansiella rapportering är upprättad i överensstämmelse med lag, tillämpliga redovisningsstandards och övriga krav på statligt ägda bolag. Visit Swedens styrelse, via revisionsutskottet, har det övergripande ansvaret för att upprätta ett effektivt system för intern kontroll. Det operativa ansvaret för att upprätthålla en effektiv kontrollmiljö är delegerat till vd som ansvarar för det system av interna kontroller som krävs för att hantera väsentliga risker i den löpande verksamheten. Vd delegerar befogenheter till dem som rapporterar till denne, både direkt och genom de fastställda riktlinjer som finns inom bolaget. Koncernens finansfunktion rapporterar till koncernens cfo, samt till revisionsutskottet.

Koncernen utsätts genom sin verksamhet för olika typer av finansiella risker; kreditrisk, marknadsrisker inkl ränterisk och valutarisk samt likviditetsrisk. Riskarbetet omfattar att identifiera, bedöma och värdera de risker som koncernen ställs inför. Prioritet ges de risker som bedöms mest relevanta utifrån sannolikhet och konsekvens.

Koncernens finansiella riskhantering hanteras av finansavdelningen som ansvarar för övervakning och hantering av de finansiella riskerna kopplade till verksamheten. Detta sker genom interna riskrapporter som analyserar riskexponeringar och riskernas omfattning. Finansavdelningen rapporterar till koncernens cfo som övervakar risker, policyer och de åtgärder som genomförs för att minimera riskexponeringen.

Kreditrisk

Kreditrisk syftar till risken av att ett koncernbolags motpart inte kan fullgöra sin skyldighet och därigenom förorsaka koncernen en finansiell förlust. Koncernens kreditrisk uppstår i första hand genom fordringar på kunder samt förskotts-betalningar till leverantörer.

För att minimera kreditrisken har koncernen antagit en policy där endast kreditvärdiga motparter kan ingås affärsförbindelser med, baserat på ett ratingsystem.

Genomsnittlig kredittid för försäljning är 30 dagar. Ingen ränta appliceras på utestående kundfordringar. Koncernen skriver bort en kundfordring när det framkommer tydlig information om att kunden befinner sig i allvarliga ekonomiska svårigheter och det inte finns rimliga utsikter till återhämtning. Detta kan exempelvis inträffa när en kund med förfallna kundfordringar ställs under likvidation eller inleder ett konkursförfarande. Inga redovisade kreditförluster konstaterades under året.

Beaktat att koncernens upplupna intäkter och kundfordringar i all väsentlighet är på statliga myndigheter, kommuner och regioner med god kreditvärdighet och koncernens historik med obetydande konstaterade kreditförluster uppskattas förlustreserven för förväntade kreditförluster vara obetydlig och har därför inte redovisats.

Åldersanalys kundfordringar

Koncernen			
2024-12-31			
TSEK	Brutto	Nedskrivningar	Netto
Ej förfallna kundfordringar	148	–	148
Förfallna kundfordringar:			
1-60 dagar	–	–	–
61-90 dagar	–	–	–
91-120 dagar	–	–	–
>91 dagar	–	–	–
	148	–	148

Marknadsrisk

Marknadsrisk är risken för att verkligt värde på framtida kassaflöden från ett finansiellt instrument varierar på grund av förändringar i marknadspriser. Marknadsriskerna indelas i ränterisk och valutarisk. Koncernens verksamhet utsätts främst för finansiella risker avseende i förändringar i valutakurser. Koncernen ingår inga avtal om derivatinstrument för att hantera sin exponering för valutarisk.

Det har under 2024 inte skett någon förändring av koncernens exponering för marknadsrisker eller hur dessa risker hanteras och mäts.

Ränterisk

Ränterisk är risken för att verkligt värde eller framtida kassaflöden från ett finansiellt instrument varierar på grund av förändringar i marknadsräntor. Koncernen är endast i marginell grad exponerad för ränterisker. Koncernen har inga räntebärande lån och exponeringen utgörs av bolagets finansiella placeringar, samt leasingåtaganden kopplade till IFRS16. Koncernen betalar leasingavgifter till leasinggivare och den delen av leasingavgiften som redovisas som en räntebetalning beräknas med tillämpning av koncernens marginella låneränta, för ytterligare beskrivning se not 1 väsentliga redovisningsprinciper. En ändring av marknadsränta medför ingen ändrad leasingavgift eller del av densamma som redovisas som räntebetalning. Vid balansdagens utgång var samtliga finansiella leasingkulder upptagna till rörlig ränta.

I nedan tabell specificeras villkoren och återbetalningstidpunkterna för respektive räntebärande skuld:

TSEK	Förfall	Ränta	%	Redovisat värde	
				2024-12-31	2023-12-31
Finansiella leasingkulder *)	Rörlig/Fast	*)		5 579	9 872
				5 579	9 872

*) Koncernens leasingavtal för lokalhyror löper med varierande ränta och förfallostruktur.

Valutarisk

Risken att verkliga värden och kassaflöden avseende finansiella instrument kan fluktuera när värdet på främmande valutor förändras kallas valutarisk. Koncernen är exponerad för olika typer av valutarisker. Koncernen genomför transaktioner i utländsk valuta. Valutakursexponering hanteras inom godkända policyparametrar.

Det redovisade värdet på koncernens monetära tillgångar i utländsk valuta och skulder vid rapporteringsdagen:

Koncernen

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Tillgångar		
USD	328	694
EUR	1 392	1 031
GBP	1 286	307
CNY	148	268
	3 153	2 300

TSEK	2024-12-31	2023-12-31
Skulder		
USD	–	1
EUR	41	11
GBP	–	19
	41	31

Likviditetsrisk

Koncernen säkerställer genom en försiktig likviditetshantering att tillräckligt med kassamedel finns för att möta behoven i den löpande verksamheten. Ansvar för likviditetsriskhanteringen ligger hos cfo, som har upprättat ett ramverk för likviditetsrisk för hantering av koncernens krav på kort, medellång och lång sikt för finansiering och likviditet.

Koncernen hanterar likviditetsrisken genom att upprätthålla tillräckliga reserver inklusive en checkräkningskredit om 5 000 TSEK, genom att kontinuerligt övervaka prognoser och faktiska kassaflöden samt genom att matcha löptidsprofilerna för finansiella tillgångar och skulder.

Koncernens kontraktssenliga och odiskonterade räntebetalningar och återbetalningar av finansiella skulder framgår av tabellen nedan. Finansiella instrument med rörlig ränta har beräknats med den ränta som förelåg på balansdagen. Skulder har inkluderats i den period när återbetalning tidigast kan krävas.

Löptidsanalys

2024-12-31				Totalt inkl. ränta	Redovisat värde
TSEK	<1 år	1-5 år	>5 år		
Leasingkulder	4 540	1 111	–	5 651	5 579
Leverantörsskulder	10 235	–	–	10 235	10 235
Övriga kortfristiga skulder	6 945	–	–	6 945	6 945
	21 720	1 111	–	22 831	22 759

Löptidsanalys

2023-12-31				Totalt inkl. ränta	Redovisat värde
TSEK	<1 år	1-5 år	>5 år		
Leasingkulder	4 671	5 432	–	10 103	9 872
Leverantörsskulder	9 380	–	–	9 380	9 380
Övriga kortfristiga skulder	8 055	–	–	8 055	8 055
	22 107	5 432	–	27 539	27 307

Not 26 Koncernföretag

Moderbolaget

TSEK	2024	2023
Akkumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	357	357
Utgående balans 31 december	357	357
Redovisat värde den 31 december	357	357

Specifikation av moderbolagets innehav i dotterföretag

Dotterföretag / Säte	Org.nr	Andelar/ aktier	Andel i %		Redovisat värde	
			2024-12-31	2023-12-31	2024-12-31	2023-12-31
VisitSweden GmbH, Hamburg, DE	DE153045517	–	100%	100%	300	300
VisitSweden Ltd, London, UK	02793563	100	100%	100%	50	50
VisitSweden Inc, New York, USA	32-0413828	100	100%	100%	7	7
					357	357

Not 27 Specifikationer till rapport över kassaflöden

Betalda räntor

TSEK	2024	2023
Koncernen		
Erhållen ränta	1 481	643
Erlagd ränta	-272	-312
	1 210	330
Moderbolaget		
Erhållen ränta	1 481	643
Erlagd ränta	-105	-125
	1 376	517

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet

TSEK	2024	2023
Koncernen		
Avskrivningar	5 030	5 533
Orealiserade kursdifferenser	120	-23
Realisationsresultat vid försäljning av materiella anläggningstillgångar	-3	-20
Övriga avsättningar	-2 988	2 988
Övrigt	189	99
	2 348	8 575
Moderbolaget		
Avskrivningar	466	615
Realisationsresultat vid försäljning av materiella anläggningstillgångar	-3	-20
Övriga avsättningar	-2 988	2 988
	-2 525	3 582

Avstämning av skulder som uppkommer från finansieringsverksamheten

Koncernen TSEK	Leasingskulder	Skulder härörande från finansierings- verksamheten
Ingående balans 1 januari 2024	9 872	
Kassaflöden	-4 865	-4 865
Icke-kassaflödespåverkande förändringar		
Ändringar i befintliga leasingkontrakt	305	305
Räntekostnader på leasingskulder	167	167
Omräkningsdifferenser	101	101
Utgående balans 31 december 2024	5 579	-4 293

Ej utnyttjade krediter

TSEK	2024	2023
Koncernen		
Ej utnyttjade krediter	5 000	10 000
Moderbolaget		
Ej utnyttjade krediter	5 000	10 000

Not 28 Ställda säkerheter och eventualförpliktelser

Bolaget har per 2024-12-31 inga ställda säkerheter eller eventualförpliktelser.

Not 29 Koncerninterna transaktioner

Koncerninterna mellanhavanden och transaktioner mellan företaget och dess dotterföretag har eliminerats vid upprättandet av konsolideringen och redovisas inte i denna not.

Av Visit Swedens totala inköp och försäljning mätt i kronor avser 11,6 procent (11,9) av inköpen och 1,3 procent (1,3) av försäljningen andra företag inom koncernen.

Under året har koncernföretaget inte ingått några transaktioner med närstående parter som inte ingår i koncernen. För information om intäkter från andra statliga myndigheter se not 3 och 4.

Not 30 Händelser efter balansdagen

Inga väsentliga händelser har skett efter balansdagen.

Not 31 Förslag till resultatdisposition

Till årsstämman förfogande står följande vinstmedel

SEK	2024
Balanserade vinstmedel	7 656 976
Årets resultat	-3 021 972
	4 635 005
Styrelsen föreslår att det balanserade resultatet överförs i ny räkning	4 635 005
	4 635 005

Not 32 Definition av nyckeltal

Totala intäkter	= Intäkter inklusive övriga rörelseintäkter
Avkastning på eget kapital	= Året resultat / Genomsnittligt justerat eget kapital
Justerat eget kapital	= Totalt eget kapital plus obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatteskuld
Soliditet	= Justerat eget kapital / Balansomslutning. Med justerat eget kapital avses eget kapital plus obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatteskuld
Kassalikviditet	= Omsättningstillgångar exkl. upparbetade intäkter / Kortfristiga skulder
Medelantal anställda	= Medelantal årsanställda beräknat som heltidstjänster

Styrelsens intygande

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att årsredovisningen har upprättats i enlighet med god redovisningssed i Sverige och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS såsom de antagits av EU.

Årsredovisningen respektive koncernredovisningen ger en rättvisande bild av moderbolagets och koncernens ställning och resultat. Förvaltningsberättelsen för moderbolaget respektive koncernen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av moderbolagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen kan exponeras för.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har, som framgår ovan, godkänts för utfärdande av styrelsen och verkställande direktören den 26 mars 2025. Koncernens rapport över resultat och övrigt totalresultat och rapport över finansiell ställning och moderbolagets resultat- och balansräkning blir föremål för fastställelse på årsstämman den 25 april 2025.

Signaturer enligt bilagda verifikat

Stockholm den dag som framgår av de elektroniska underskrifterna.

Susanne Andersson
Verkställande direktör

Karin Johansson
Styrelseordförande

Lars Johansson
Ledamot

Richard Törnblom
Ledamot

Jonas Siljhammar
Ledamot

Per Sjödel
Ledamot

Magnus Lönn
Ledamot

Gunilla Asker
Ledamot

Lena Gunnerhed
Ledamot/Arbetstagarrepresentant

Anneli L. Crichlow
Ledamot/Arbetstagarrepresentant

Vår revisionsberättelse har lämnats den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

KPMG AB

Tomas Mathiesen
Auktoriserad revisör

Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i V.S. VisitSweden AB, org. nr 556500-7621

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för V.S. VisitSweden AB för år 2024. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 23-51 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2024 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2024 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt IFRS Redovisningsstandarder som de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 3-51 och 55-61. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att de ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och, vad gäller koncernredovisningen, enligt IFRS Redovisningsstandarder som de antagits av EU. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av

bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

Styrelsens revisionsutskott ska, utan att det påverkar styrelsens ansvar och uppgifter i övrigt, bland annat övervaka bolagets finansiella rapportering.

Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om huruvida årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och

inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.

- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift

vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om huruvida det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen och koncernredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag och en koncern inte längre kan fortsätta verksamheten.

- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen,

däribland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.

- planerar och utför vi koncernrevisionen för att inhämta tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för företag eller affärsenheter inom koncernen som grund för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och genomgång av det revisionsarbete som utförts för koncernrevisionens syfte. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Uttalanden

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för V.S. VisitSweden AB för år 2024 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse

att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda

ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Revisorns granskning av bolagsstyrningsrapporten

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten på sidorna 55-64 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 16 Revisorns granskning av bolagsstyrningsrapporten. Detta innebär att vår granskning av bolagsstyrningsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för våra uttalanden.



En bolagsstyrningsrapport har upprättats. Upplysningar i enlighet med 6 kap. 6 § andra stycket punkterna 2-6 årsredovisningslagen samt 7 kap. 31 § andra stycket samma lag är förenliga med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar samt är i överensstämmelse med årsredovisningslagen.

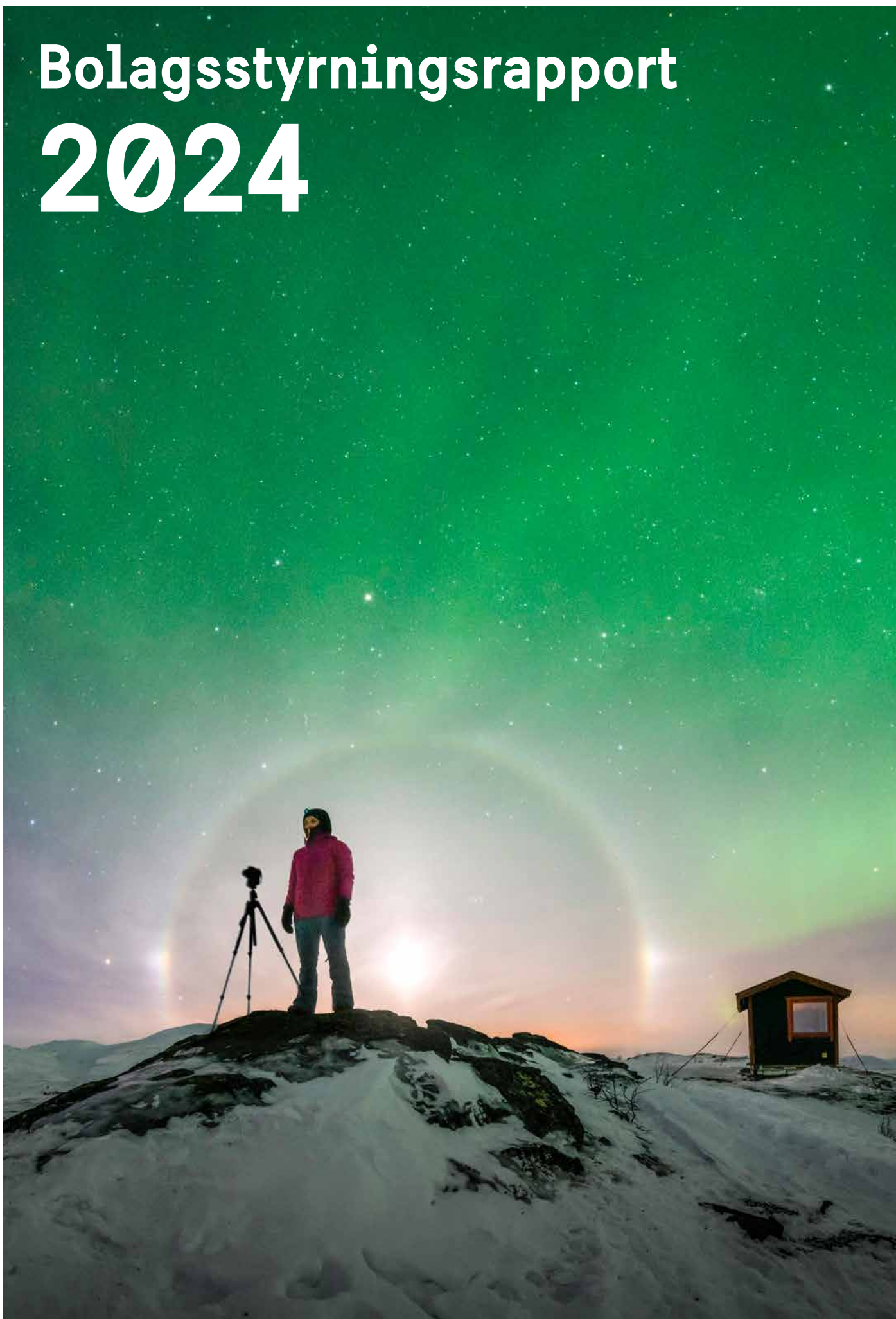
Stockholm, den dag som framgår av min elektroniska underskrift.

KPMG AB

Tomas Mathiesen
Auktoriserad revisor

Bolagsstyrningsrapport 2024

Foto: Göran Strand/imagebank.su.se



Bolagsstyrningsrapport 2024

I denna bolagsstyrningsrapport beskrivs bolagsstyrning, ledning och förvaltning samt intern kontroll och riskhantering i samband med den finansiella rapporteringen.

Ägare, aktiestruktur och rösträtt

Sedan den 1 januari 2020 ägs V.S. VisitSweden AB (Visit Sweden) till 100 procent av svenska staten och förvaltas via Finansdepartementet. Antal aktier uppgår till en miljon.

Rapporten är upprättad enligt riktlinjerna i Svensk kod för bolagsstyrning i dess lydelse från den 1 januari 2024 (Koden) och kraven i 6 kap årsredovisningslagen (ÅRL) samt Statens Ägarpolicy och principer för bolag med statligt ägande 2020. Rapporteringsperiod för finansiell rapportering är 2024-01-01 – 2024-12-31 och publiceringsdatum är 31 mars 2025.

Bolagsstyrning

Visit Sweden är ett svenskt aktiebolag och styrs av externa regelverk samt interna styrdokument.

Externa regelverk och styrdokument:

- Aktiebolagslagen
- Redovisningslagstiftning, bland annat Bokföringslagen och årsredovisningslagen, IFRS
- Svensk kod för Bolagsstyrning (www.bolagsstyrning.se)
- Svensk och utländsk skattelagstiftning
- Statens ägarpolicy och principer för bolag med statligt ägande 2020 (www.regeringen.se)
- Kod mot korruption i näringslivet

Interna regelverk och styrdokument:

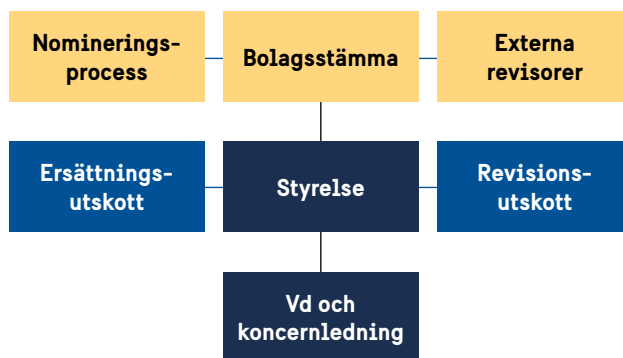
- Bolagsordning
- Ägaranvisning
- Instruktioner och arbetsordning för styrelse respektive verkställande direktör
- Arbetsordning för revisionsutskottet
- Arbetsordning för ersättningsutskottet
- Attest- och delegationsordning
- Uppförandekod
- Policyer, regler, riktlinjer och instruktioner
- Affärsplan och verksamhetsplan.

Hållbarhetsredovisning

Externt redovisas hållbarhetsarbetet, inklusive målpuppfyllnad, genom årlig hållbarhetsredovisning inspirerad av GRI (Global Reporting Index), årsredovisning, delårsrapporter, återsrapportering till Klimat- och Näringsdepartementet samt rapportering av särskilda satsningar. Visit Sweden följer de tio principerna för hållbart företagande enligt FN Global Compact som också ligger till grund för vår uppförandekod. Varje år rapporterar bolaget till FN:s Global Compact hur dess principer efterlevs, vad bolaget har gjort inom respektive område under året och hur arbetet sker för att bidra till de Globala målen. Hållbarhetsredovisningen utgör Visit Swedens årliga framstegsrapport (Communication on Progress).

Ägarstyrning

Visit Swedens ägare fattar ytterst beslut om företagets styrning genom att på årsstämman utse styrelse samt styrelsens ordförande. Styrelsen fastställer arbetsordning för styrelsen, revisionsutskottet, ersättningsutskottet samt en instruktion för vd. Styrelsen utser vd, som i sin tur utser koncernledning.



Bolagsstämma

Bolagsstämman är bolagets högsta beslutande organ och det forum där ägaren kan besluta i bolagets angelägenheter. Ordinarie bolagsstämma (årsstämma) hålls en gång per år, senast den 30 april. Riksdagens ledamöter och allmänheten har rätt att, efter anmälan, närvara vid Visit Swedens bolagsstämmor. Årsstämman utser styrelseordförande, övriga styrelseledamöter och revisorer, behandlar årsredovisning, koncernredovisning, hållbarhetsredovisning, bolagsstyrningsrapport, ersättningsrapport samt resultatdisposition. Årsstämman behandlar vidare frågan om ansvarsfrihet för styrelse och vd, arvode för styrelse och revisorer samt beslutar om riktlinjer för ersättningar till ledande befattningshavare.

Årsstämman tar också ställning till förslag om ändringar i bolagsordningen. Vid behov hålls extra bolagsstämma.

Årsstämma 2024

Visit Swedens föregående årsstämma hölls i Stockholm den 25 april 2024. Ägaren, representerad av Finansdepartementets ombud Johan Waldebrink, närvarade på årsstämman. Därutöver närvarade styrelseordförande Karin Johansson, som öppnade och ledde stämman, samt sex ledamöter i Visit Swedens styrelse, två arbetstagarrepresentanter, vd, cfo samt bolagets huvudansvariga revisor.

Årsstämman, som var öppen för allmänheten, beslutade att:

- Fastställa de i årsredovisningen intagna resultat- och balansräkningarna för såväl moderbolag som koncern samt att resultatet 2023 disponerades så att årets resultat och det balanserade resultatet, tillsammans 7 656 976 kronor, överfördes till ny räkning. Ingen utdelning utgick för räkenskapsåret 2023.
- Bevilja styrelsen och vd ansvarsfrihet för räkenskapsåret 2023.
- Anta styrelsens förslag till riktlinjerna för ersättningar och andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare.

- Antalet bolagsstämmovalda styrelseledamöter ska vara sju utan suppleanter, varav samtliga nominerats av staten.
- Omval av styrelseordförande Karin Johansson.
- Omval av ordinarie styrelseledamöter Richard Törnblom, Jonas Siljhammar, Lars Johansson, Magnus Lönn, Gunilla Asker samt Per Sjödel. Två arbetstagarrepresentanter är utsedda av den lokala fackklubben.
- Att fastställa arvode för styrelseledamöter samt utskottsledamöter, exklusive arbetstagarrepresentanter och anställda vid Regeringskansliet.
- Utse revisionsbolaget KPMG AB med huvudansvarig revisor Tomas Mathiesen (omval) som revisor för perioden fram till nästa stämma.

Protokollet från årsstämman finns i sin helhet på Visit Swedens hemsida (corporate.visitsweden.com).

Årsstämman för verksamhetsåret 2024 hålls den 25 april 2025.

Nominering av styrelse

Enligt statens principer koordineras nomineringsprocessen av styrelseledamöter i statligt ägda bolag, som inte är marknadsnoterade, av avdelningen för statligt ägda bolag. Avdelningen analyserar vilket kompetensbehov som finns utifrån bolagets verksamhet, situation och framtida utmaningar samt den befintliga styrelsens sammansättning.

Därefter fastställs eventuella rekryteringsbehov och rekryteringsarbetet inleds. Urval av ledamöter görs utifrån en bred rekryteringsbas. Syftet är att tillvarata den kompetens som finns hos personer med olika bakgrund, kompetensområden och erfarenhet.

Förändringar i styrelse och utskott under året

Vid årsstämman 2024 avgick Jenny Lahrin som var ägarrepresentant i styrelsen. Ingen ersättare föreslogs av ägaren. Gunilla Asker valdes in i Revisionsutskottet vid det konstituerande styrelsemötet 2024.

Styrelsens uppgifter och sammansättning

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltning av dess angelägenheter i bolagets och aktieägarnas intresse. Styrelsen ansvarar enligt svensk kod för bolagsstyrning för Visit Swedens interna kontroll. Styrelsen har det övergripande ansvaret att långsiktigt styra Visit Swedens verksamhet och säkra social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet.

Visit Swedens styrelsearbete styrs, förutom av lagar, rekommendationer och Koden, även av styrelsens arbetsordning som bland annat innehåller regler för arbetsfördelningen mellan styrelsen och vd, struktur och former för styrelsens arbete samt riktlinjer för rapportering. Arbetsordningen uppdateras utifrån behov, men fastställs minst en gång per år.

Revisionsutskottets samt ersättningsutskottets arbete styrs av arbetsordningar som beslutats av styrelsen. Utskotten är beredande organ för styrelsen och inskränker inte styrelsens ansvar för bolagets skötsel och för de beslut som fattas.

Utskottsmöten protokollförs och därefter sker löpande rapportering till styrelsen avseende vad som diskuterats på utskottsmötena.

Styrelsens arbete under 2024

Styrelsens arbete bedrivs i första hand inom ramen för formella styrelsemöten. Därutöver upprätthålls en löpande kontakt mellan vd och styrelsens ordförande. Styrelsen har haft sju sammanträden under 2024, varav ett konstituerande. Närvaron bland ledamöterna har varit hög och generellt sett deltar alltid Visit Swedens vd, cfo samt ledningskoordinator. Bolagets ledningskoordinator fungerar som styrelsens sekreterare och upprättar protokoll.



Foto: Simon Paulin/imagebank sweden.se

Styrelse



**Karin Johansson,
ordförande**

(f: 1956)

Ledamot sedan: 2017.

Nuvarande befattning:
Vice vd på Svenskt
Näringsliv.

Övriga styrelseuppdrag: Styrelseledamot
Stiftelsen Fritt Näringsliv,
Styrelseledamot Timbro.

Tidigare befattningar: vd
Svensk Handel, Stats-
sekreterare Socialdepar-
tementet, försäljnings-
direktör Microsoft.

Utbildning: Socialhög-
skolan, Stockholms
universitet.



**Richard Törnblom,
ledamot**

(f: 1966)

Ledamot sedan: 2017.

Nuvarande befattning:
Entreprenör och Styrelse-
arbetare inom hållbara
innovationer.

Övriga styrelseuppdrag: Svegro, BVD International,
Atmoz, BluePearl.

Tidigare befattningar:
Engagement Manager
McKinsey & Co, vd Arrow
Electronics Sverige, vd
LynxEye.

Utbildning: Civilekonom,
Handelshögskolan i
Stockholm.



**Jonas Siljhammar,
ledamot**

(f: 1968)

Ledamot sedan: 2018.

Nuvarande befattning: vd
Visita.

Övriga styrelseuppdrag: Svensk Turism, Besöks-
näringens forsknings- och
utvecklingsfond.

Tidigare befattningar: vd
Compass Group, Sales
Director Nordic Compass
Group.



Lars Johansson, ledamot

(f: 1959)

Ledamot sedan: 2020.

Nuvarande befattning:
Styrelsearbetare samt
egen konsult- och inves-
teringsverksamhet.

Övriga styrelseuppdrag: Blinto, Apotek Produktion
& Laboratorier (APL),
Sjöfartsverket.

Tidigare befattningar:
CFO NetEnt, Senior
Investment Director &
tillförordnad VD Ratos,
CFO/COO TV4-Gruppen,
CFO Swedavia.

Utbildning: Civilekonom,
Handelshögskolan i
Stockholm.



Magnus Lönn, ledamot

(f: 1974)

Ledamot sedan: 2020.

Nuvarande befattning:
vd Proact IT Sweden och
affärsområdes ansvarig
för Norden och Baltikum.

Övriga styrelseuppdrag:
Time People Group,
Conoa, Acernis Consul-
ting.

Tidigare befattningar:
koncernchef och vd Time
People Group, Utveck-
lingschef Nasdaq, Konsult
inom mjukvaruutveck-
ling och projektledning
Sigma.

Utbildning: Civilingenjör,
Linköpings Tekniska
Högskola.



Gunilla Asker, ledamot

(f: 1962)

Ledamot sedan: 2021.

Nuvarande befattning:
Styrelsearbetare och stra-
tegikonsult i eget bolag.

Övriga styrelseuppdrag: SOS Alarm, Tinius
Stiftelsen (Oslo), Thielska
Galleriet.

Tidigare befattningar: Ett
flertal ledande befatt-
ningar inom Unilever,
Marknads- och infor-
mationsdirektör SJ,
Divisionschef Research
International, VD Svenska
Dagbladet, Marknads-
direktör ICA Sverige och
Chief Strategy Officer
Wise Group.

Utbildning: Civilekonom,
Uppsala universitet.



Per Sjödel, ledamot

(f: 1972)

Ledamot sedan: 2023.

Nuvarande befattning:
Styrelsearbetare.

Övriga styrelseuppdrag:
Identity Works, IW Edition,
IW Family, Equestrian
Stockholm, Parfym
Sverige / Parfym Holding,
Spendrups, Swedavia,
PostNord och Geins/
Carismar.

Tidigare befattningar:
Global marknadsdirektör
H&M, marknadschef ICA,
VD Pocket Shop, Sverige
VD för Gant och Fiskars.

Utbildning: Civilekonom,
magisterexamen, Linkö-
pings Universitet.



**Lena Gunnerhed,
ledamot / arbetstagar-
representant**

(f: 1968)

Ledamot sedan: 2020.

Nuvarande befattning:
Head of Insight & Know-
ledge Management, Visit
Sweden.

Övriga styrelseuppdrag:
Hungry Hippo Produc-
tions.

Tidigare befattningar:
Nordic Insight Manager
Pernod Ricard Nordic/
The Absolut Company,
Research Director Sifo.

Utbildning: Master of
Business Administration,
Linköping University,
University of East Anglia.



**Anneli L. Crichlow,
ledamot / arbetstagar-
representant**

(f: 1969)

Ledamot sedan: 2023.

Nuvarande befattning:
Business Development
Manager Visit Sweden.

Övriga styrelseuppdrag:
A Lemon Groove, 1326
Songs.

Tidigare befattningar:
Egenföretagare och
konsult inom musik-
produktion & projekt-
ledning. Project Manager
Visit Sweden.

Utbildning: Yrkehögskola
projektledning.

Arvode till styrelseledamöter

Styrelsens arvode bestäms vid årsstämman och utgår inte till styrelseledamot anställd vid Regeringskansliet eller till arbetstagarrepresentanter. Arvoden för 2024 utgår med 190 000 kr (180 000) till styrelseordförande och 90 000 kr (85 500) till styrelseledamot. Arvode för arbete inom revi-

sionsutskottet utgår med 27 000 kr (26 000) till revisionsutskottets ordförande och 22 000 kr (20 700) till ledamot.

Arvode i ersättningsutskottet utgår med 20 600 kr (20 600) till ersättningsutskottets ordförande och 15 500 kr (15 500) till ledamot.

Styrelsens sammansättning och närvaro under 2024

Ledamot	Valår	Närvaro	Närvaro Revisionsutskott	Närvaro Ersättningsutskott
Karin Johansson, ordförande	2017	7/7		3/3
Jenny Lahrin ^{1) 2)}	2019	1/1	1/1	
Richard Törnblom	2017	7/7		3/3
Jonas Siljhammar	2018	7/7		2/3
Magnus Lönn	2020	7/7	4/4	
Lars Johansson	2020	6/7	4/4	
Gunilla Asker ³⁾	2021	7/7	3/3	
Per Sjödel	2023	7/7		
Lena Gunnerhed ⁴⁾	2020	7/7		2/3
Anneli L. Crichlow ⁴⁾	2023	6/7		

1) Avgick som styrelseledamot (ägarrepresentant) vid årsstämman 2024.

2) Avgått ur revisionsutskottet i samband med årsstämman 2024.

3) Invald i revisionsutskottet vid konstituerande styrelsemöte.

4) Arbetstagarrepresentant, ersättning utgår ej.

Styrelsens arbetsfördelning

Enligt Svensk kod för bolagsstyrning ska en bolagsstyrningsrapport innehålla uppgifter om en särskild arbetsfördelning i styrelsen. Visit Swedens styrelse har ett revisionsutskott samt ett ersättningsutskott. Samtliga ledamöter ansvarar för styrelsens arbete i lika omfattning. Samtliga ansvarsområden finns i de arbetsordningar som tagits fram och ses över årligen.

Revisionsutskottets arbetsuppgifter innefattar bland annat att överse bolagets finansiella rapportering och effektiviteten i bolagets interna kontroll och riskhantering. Revisionsutskottets arbete inriktas även på kvaliteten och riktigheten i koncernens finansiella redovisning och tillhörande rapportering samt granska och övervaka revisorns opartiskhet och självständighet och då särskilt uppmärksamma om revisorn tillhandahåller bolaget andra tjänster än revisionstjänster. Vidare ska revisionsutskottet också se över hantering av likvida medel, finansiella risker och finansiell ställning i allmänhet.

Revisionsutskottet har under 2024 haft fyra protokollförda möten.

Ersättningsutskottets arbetsuppgifter innefattar bland annat att bereda styrelsens beslut i frågor om ersättningsprinciper, ersättningar och andra anställningsvillkor för vd och övriga ledande befattningshavare. I ersättningsutskottets arbetsuppgifter ingår även att inför årsstämman ta fram förslag till riktlinjer för ersättning och andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare i bolaget, i enlighet med regeringens principer för ersättning och andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare i bolag med statligt ägande.

Ersättningsutskottet har under 2024 haft tre protokollförda möten.

Revisorer

Vid årsstämman 2024 beslutades i enlighet med styrelsens förslag att utse KPMG AB för en mandatperiod om ett år. Till huvudansvarig revisor utsågs auktoriserade revisorn Tomas Mathiesen. Revisor bjuds in på minst ett styrelsesammanträde per år samt på relevanta revisionsutskottsmöten.

Utvärdering av styrelse och revisorer

Ägaren utvärderar styrelsen inom ramen för arbetet med nominering. Revisionsutskottet förbereder styrelsen som biträder ägaren i utvärdering av extern revisor.

Styrelsemöten

Styrelsemöten under året har, enligt årshjulet nedan, fördelats genom strategiska möten, ekonomiska rapporteringsmöten, budget och prognoser, revision samt specifika ärenden.

Styrelseåret 2024



*) Utskottsrapportering ingår på varje styrelsemöten som föregåtts av ett utskottsmöte.

Organisationsstruktur

Verksamheten är etablerad i sju länder genom representation eller dotterbolag och arbetar på 14 marknader. Bolaget har, utöver huvudkontoret i Stockholm, även dotterbolag och/eller representation i Storbritannien, Tyskland, USA, Kina, Frankrike och Nederländerna.

Organisationsstrukturen innebär att Chief officers i koncernledningen, förutom att leda och styra det strategiska arbetet, även ansvarar för att respektive avdelning rapporterar ordinarie leverans på uppsatta mål för verksamheten.

Dotterbolag och representationskontor

Visit Sweden har vid utgången av 2024 tre dotterbolag (VisitSweden GmbH i Tyskland, VisitSweden Ltd i Storbritannien och VisitSweden Inc i USA) samt två representationskontor i Frankrike respektive Kina.

Under 2024 avvecklades representationskontoret i Nederländerna och marknaden bearbetas från kontoret i Stockholm.



Visit Swedens organisation per 31 december 2024.

Verkställande direktör och koncernledning

Bolagets vd, Susanne Andersson, har till uppgift att sköta den löpande förvaltningen och leda den operativa verksamheten enligt styrelsens anvisningar och riktlinjer samt enligt ägaransvisningen. Vd är föredragande i styrelsen.

Koncernledningen om totalt fyra personer bestod vid årets slut av Verkställande direktör, Chief Financial Officer, Chief Strategy Officer och Chief Marketing Officer. Chief HR officer slutade på bolaget under sommaren 2024 och sedan dess har HR-funktionen integrerats inom bolagets övriga stödfunktioner.

Vd och koncernledningens roll är även att utveckla och implementera strategier där hållbarhet är aktivt integrerat, hantera bolagsstyrnings- och organisationsfrågor, hälsa och säkerhet samt etik och efterlevnad för Visit Sweden samt följa upp Visit Swedens finansiella utveckling och hållbarhetsarbete.

Integrerar hållbarhet i hela verksamheten

Visit Swedens hållbarhetsarbete är integrerat i företagets affärsmodell, strategi och styrning. Företagets värderingar och uppförandekod ligger till grund för arbetet. Hållbarhetsfrågorna genomsyrar på ett naturligt sätt alla delar av verksamheten, där ett aktivt ansvarstagande för människa, miljö

och samhälle dagligen vägleder bolaget i dess agerande och beslutsfattande. Utgångspunkten är att arbeta förebyggande i så hög grad som möjligt och att tillämpa försiktighetsprincipen vid förändringar i verksamheten. Respektive chef har även ansvar för att återsrapportera resultat till koncernledningsgruppen. Företaget styrs av Visit Swedens olika policyer och riktlinjer och det är varje medarbetares och eventuella konsulter ansvar att känna till, bidra till och agera i enlighet med uppsatta riktlinjer. Styrelsen, som högsta styrande organ, får kontinuerlig uppdatering om bolagets integrerade hållbarhetsarbete på bland annat styrelsemöten där affärsplan och verksamhetsplan behandlas.

Koncernledningsarbetet samordnas i bolagets koncernledning. Koncernledning och styrelse bär det yttersta ansvaret för att företaget bedrivs på ett korrekt sätt. Ansvaret regleras enligt Aktiebolagslagen. Vd är ytterst ansvarig avseende rapportering av målluppfyllnad till styrelsen. Koncernledningen ansvarar för att driva Visit Swedens hållbarhetsarbete strategiskt och operativt. Respektive funktionsansvarig ansvarar för implementering och uppföljning av mål och policyer inom respektive funktion.

Ledning



**Susanne Andersson,
Vd och koncernchef**

(f: 1974)

Anställd sedan februari 2022.

Tidigare befattningar, uppdrag och utbildning: Styrelseordförande: Svensk Turism, Svensk Klassificering, Visita Norrland, Vice styrelseordförande Visit Sweden, Svenskt Näringslivs SME kommitté.

Ledamot: Visita, Svenskt Näringsliv, Besöksnäringens Forsknings & Utvecklingsfond, Svensk Klassificering AB, vd Best Western Hotell Ett, vd Sure Hotel Älgen by Best Western, vd Best Western Hotel Gamla Teatern, vd Verkö Slott / Ångaren Thomée, vd Björnrike Centrat.



**Carina Tyberg Sigrell,
Chief Financial Officer**

(f: 1969)

Anställd sedan januari 2008.

Tidigare befattningar och uppdrag: Senior Consultant Deloitte, Controller Stockholms stad, Account Manager Stockholm Europas Kulturhuvudstad.

Utbildning: IHM Business School.



**Tina Olsson,
Chief Strategy Officer**

(f: 1965)

Anställd sedan augusti 2000.

Tidigare befattningar och uppdrag: Head of Strategic Development, Manager Business Development, Marketing & Tourism.

Utbildning: Mittuniversitetet.



**Nils Persson,
Chief Marketing Officer**

(f: 1975)

Anställd sedan januari 2021.

Tidigare befattningar och uppdrag: Head of Marketing, Telia Digital Life & MarCom, Global Digital Business Manager, Visit Sweden, Sales Director, People, Head of Spray, Keynote Media Group, Business & Product Manager, Spray, Online Manager, Telge Energi, Business/Marketing Development Manager Internet, Swedbank, Project Manager We/Marketing, HSB Bank.

Utbildning: IHM Business School, Berghs School of Communications, Mälardalens universitet.

Ersättningssystem

Bolaget följer de principer och rekommendationer för anställningsvillkor för ledande befattningshavare i statliga bolag som definieras i "Statens ägarpolicy och principer för bolag med statligt ägande 2020", samt därtill fogade statliga principer. Bonus- och incitamentsprogram eller aktie- eller aktiekursrelaterade program förekommer inte för några anställda inom Visit Sweden, inklusive för bolagets koncernledning, det vill säga rörlig lön eller prestationsstyrda ersättningar utgår inte.

Bolaget släpper en publik ersättningsrapport, vilken publiceras på corporate.visitsweden.com.

Intern kontroll och riskhantering

Styrelsen ansvarar för att bolaget har god intern kontroll och formaliserade rutiner som säkerställer att bolagets finansiella rapportering är upprättad i överensstämmelse med lag, tillämpliga redovisningsstandarder och övriga krav på statligt ägda bolag. Visit Swedens styrelse har, via revisionsutskottet, det övergripande ansvaret för att upprätta ett effektivt system för intern kontroll och säkerställer genom regelbundna möten att rutiner för den finansiella rapporteringen och interna kontrollen efterlevs samt upprätthåller ändamålsenliga relationer med bolagets revisorer. Det operativa ansvaret för att upprätthålla en effektiv kontrollmiljö är delegerat till vd som ansvarar för det system av interna kontroller som krävs för att hantera väsentliga risker i den löpande verksamheten.

Vd delegerar befogenheter till dem som rapporterar till denne, både direkt och genom de fastställda policyer och riktlinjer som finns inom bolaget. Koncernens finansfunktion rapporterar till koncernens cfo samt till revisionsutskottet och arbetar kontinuerligt med att utveckla och förbättra den interna kontrollen avseende den finansiella rapporteringen i koncernen.

Visit Sweden arbetar med ett ramverk för intern kontroll och riskbedömning för att tillse god kvalitet avseende den finansiella rapporteringen. Ramverket bygger på det etablerade ramverket utgivet av The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission ("COSO").

Detta ramverk omfattar fem huvudområden

- kontrollmiljö,
- riskbedömning,
- kontrollaktiviteter,
- uppföljning/förbättring samt
- kommunikation.

Visit Swedens kontrollsystem avseende finansiell rapportering syftar till att säkerställa korrekt och tillförlitlig rapportering och redovisning i enlighet med tillämpliga lagar och förordningar, redovisningsstandarder samt övriga regler. Följande avsnitt har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Koden. Med intern kontroll avses de processer som påverkas av styrelsen, koncernledningen och annan personal och som utformats för att ge en rimlig försäkran om att företagets mål uppnås med avseende på:

- Ändamålsenlig och effektiv verksamhet
- Tillförlitlig finansiell rapportering
- Efterlevnad av tillämpliga lagar och förordningar.

Kontrollmiljö

En god kontrollmiljö utgör grunden för effektiviteten i ett bolags interna kontrollsystem. Den bygger på en organisation där det finns tydliga beslutsvägar och där befogenheter och ansvar har fördelats genom policys och riktlinjer samt en företagskultur med gemensam värdegrund.

Grunden i Visit Swedens internkontroll är den finansiella rapporteringen baserad på riktlinjerna i statens ägarpolicy samt övriga instruktioner och riktlinjer beslutade av styrelse och vd. Men även den ansvars- och befogenhetsstruktur som etablerats för att skapa och bibehålla en tillfredsställande kontrollmiljö.

I styrelsens arbetsordning och instruktionen till vd säkerställs en tydlig roll- och ansvarsfördelning som syftar till en effektiv kontroll och hantering av verksamhetens risker. Visit Sweden implementerade under 2023 en ny uppförandekod och värdegrund som bekräftas årligen av styrelsen. För 2024 har bland annat en uppdaterad IT-policy med tillhörande Riktlinjer för AI, samt en ny finanspolicy implementerats. Utöver detta finns ett antal policydokument: alkohol- och drogpolicy, affärsetisk policy, arbetsmiljöpolicy, inköps- och upphandlingspolicy, IT-policy, jämställdhet- och mångfaldspolicy, lönepolicy, personuppgiftspolicy, representations- och tjänsteresepolicy, med flera.

Kontrollmiljön inom Visit Sweden utgörs därmed både av individuella ansvarsområden och styrdokument, med beaktande av tillämpliga lagar och regler.

Riskbedömning

En riskbedömning innefattar identifieringen och bedömningen av risker som kan motverka eller förhindra att bolaget når sina mål i affärsplanen eller har annan negativ inverkan på koncernens verksamhet. Visit Sweden har en årligen återkommande riskprocess som innefattar en riskanalys med utgångspunkt i de väsentliga områden som identifierats för Visit Sweden.

Risker som Visit Sweden prioriterar och fokuserar på i det dagliga arbetet och i verksamhetsplaneringen definieras med gradering låg/medel/hög avseende sannolikhet respektive påverkan.

Syftet med en etablerad och genomarbetad riskhanteringsprocess är att möjliggöra ökad proaktivitet, upprätthålla en strukturerad och heltäckande riskbedömning för verksamheten med målet om att främja en ökad sannolikhet för framgång i affärsplanens genomförande.

Så arbetar vi med riskminimering

- Minska sannolikheten att risken uppstår genom förebyggande åtgärder, till exempel utbildning, dialoger och informationsinhämtning och ökad bevakning.
- Minska konsekvenserna om risken uppstår, till exempel genom en krisplan.
- Dela risken, till exempel genom att teckna en försäkring.
- Undvika aktiviteten som ger upphov till risken.
- Acceptera risken, vara medveten och hålla risken under uppsikt.

Kontrollaktiviteter

Kontrollaktiviteter är de standardiserade ramverk, policyer och rutiner som bidrar till att säkerställa att ledningens direktiv efterlevs och att nödvändiga åtgärder vidtas för att synliggöra de risker som kan hindra bolaget från att nå sina mål. Visit Sweden bedriver ett kontinuerligt arbete med att utvärdera och förbättra kontrollaktiviteterna. Kontroller utförs och dokumenteras löpande och på flera nivåer för att säkerställa att eventuella felaktigheter eller avvikelser i den finansiella rapporteringen förebyggs, upptäcks och korrigeras. Aktiviteterna består bland annat genom att systematiskt månadsvis, kvartalsvis och löpande göra kontroller, analyser samt avstämningar.

Aktiviteter i form av genomgång av budget, prognos och utfall genomförs löpande under året. Tre kvartalsrapporter samt helårsbudget och två prognoser sammanställs till styrelsen.

I kvartalsrapporter sammanställs periodens ackumulerade utfall. Rapporterna beskriver även viktiga affärshändelser, likviditet samt måluppfyllnad. Generella IT-kontroller och automatiserade kontrollmekanismer är etablerade för att säkra den interna kontrollen av den finansiella rapporteringen, där det finns utvecklat tekniskt stöd för detta. Om inte utvecklat stöd finns kompletteras dessa med generella IT-kontroller som genomförs på regelbunden basis.

Bolagets revisorer rapporterar årligen till revisionsutskottet och styrelsen om sin syn på hur den interna kontrollen fungerar avseende den finansiella rapporteringen.

Styrelsens bedömning är att existerande organisation och kontrollaktiviteter är tillräckliga och att det utöver detta inte behövs någon internrevisionsenhet. Styrelsen har bedömt att befintliga strukturer för uppföljning och utvärdering ger ett tillfredsställande underlag.

Övervakning och uppföljning

Uppföljning av kontrollaktiviteter utförs kontinuerligt för att säkerställa att risker har beaktats och behandlats på ett tillfredsställande sätt. Uppföljningen omfattar både formella och informella rutiner. Dessa rutiner inbegriper uppföljning av resultat mot budgetar och planer, samt analys av nyckeltal. Utvecklingen följs upp genom rapportering till styrelsen årligen samt genom att vd har månadsvisa avstämningar med koncernledningen. Utgångspunkten för dessa möten är av styrelsen antagen affärsplan, verksamhetsplan och årliga budgetmål. Genom revisionsutskottet granskar och bedömer styrelsen den interna kontrollens organisation och funktion.

Visit Swedens policyer och instruktioner utvärderas och uppdateras årligen med avseende på ändamålsenlighet och funktionalitet, eller oftare vid behov. Under 2024 har arbetet med att formalisera och dokumentera den interna kontrollen utvecklats ytterligare.

Resultatet av revisionsutskottets arbete i form av observationer, rekommendationer och förslag till beslut och åtgärder rapporteras löpande till styrelsen. Styrelsen har definierat riktlinjerna avseende roller, ansvar och processer som är väsentliga för att upprätthålla en god intern kontroll.

Information och kommunikation

Visit Swedens interna kommunikationskanaler och bolagets begränsade storlek gör det möjligt att snabbt och enkelt förmedla information gällande den finansiella rapporteringen och interna kontrollen till bolagets anställda. Samtliga relevanta policyer och instruktioner finns tillgängliga för all berörd personal på bolagets intranät. Riktlinjer och instruktioner uppdateras och kommuniceras till berörda medarbetare i samband med introduktion av nyanställda och vid eventuella förändringar för samtlig berörd personal vilket även inkluderar konsulter och inhyrd personal om sådan finns. Koncernens affärsstödsfunktion Business Support har ett operativt ansvar för den löpande finansiella redovisningen och arbetar för att säkerställa en tillämpning av koncernens riktlinjer, principer och instruktioner för den finansiella rapporteringen samt att identifiera och kommunicera brister, eller förbättringsområden, inom detta område.

För att säkerställa att alla anställda kan rapportera avvikelser från företagets regler finns det rutiner som möjliggör konfidentiell och effektiv anmälan genom en visselblåsarfunktion. Denna tjänst lanserades 2023 och ärenden hanteras av en extern part, utreds och bearbetas tillsammans med lednings-

funktioner som vid tillämpliga fall involverar styrelsen. Om anmälan gäller någon i den interna hanteringsgruppen eller dess överordnade, och är av kritisk karaktär, informeras styrelsen enligt fastställda rutiner.

Som statligt bolag är det viktigt med ett ansvarsfullt förhållningssätt till kostnader och därmed statens resurser. Detta regleras i inköps- och upphandlingspolicyn som ska säkerställa att all upphandling sker i enlighet med LOU (Lagen om offentlig upphandling). I Visit Swedens digitala personalhandbok, som är tillgänglig för alla medarbetare och konsulter, som till exempel arbetar med projektledning, sociala medier och webbproduktion eller administrativa göromål, återfinns uppförandekoden som inkluderar riktlinjer om intressekonflikter. Samtliga policyer samt riktlinjer för arbetsmiljö, jämställdhet, diskriminering, performance management, hälsa och friskvård finns publicerade på Visit Swedens intranät. I personalhandboken för Sverige finns också information om bland annat anställning, ledighet, försäkringar, arbetstid och sjukdom. Riktlinjer och information har, när det är relevant, anpassats för de olika länder där bolaget har anställda.

Avvikelse från riktlinjer

Svensk kod för bolagsstyrning (Koden):

- Enligt Koden ska bolaget ha en valberedning. Enligt statens ägarpolicy ska dock bolag med statligt majoritetsäggande, vars aktier inte är upptagna till handel på en reglerad marknad i Sverige, undantas från denna regel.
- Visit Sweden redovisar inte oberoende för styrelseledamöter, i enlighet med regel 4.5 och del av regel 2.6. Dessa finns för att skydda minoritetsägare, vilket inte är tillämpligt i Visit Sweden AB.

Statens ägarpolicy, riktlinjer för extern rapportering:

- Enligt statlig riktlinje ska bolaget publicera delårsrapporter kvartalsvis (Q1 30/4, Q2 15/8, Q3 31/10). Bolaget publicerade under 2024 en sexmånadersrapport (Q2) den 31 augusti och en niomånadersrapport (Q3) den 31 oktober.
- Enligt statlig riktlinje ska bokslutskommuniké (Q4) offentliggöras senast den 15 februari. Bolaget publicerar ingen bokslutskommuniké mot bakgrund av verksamhetens storlek.

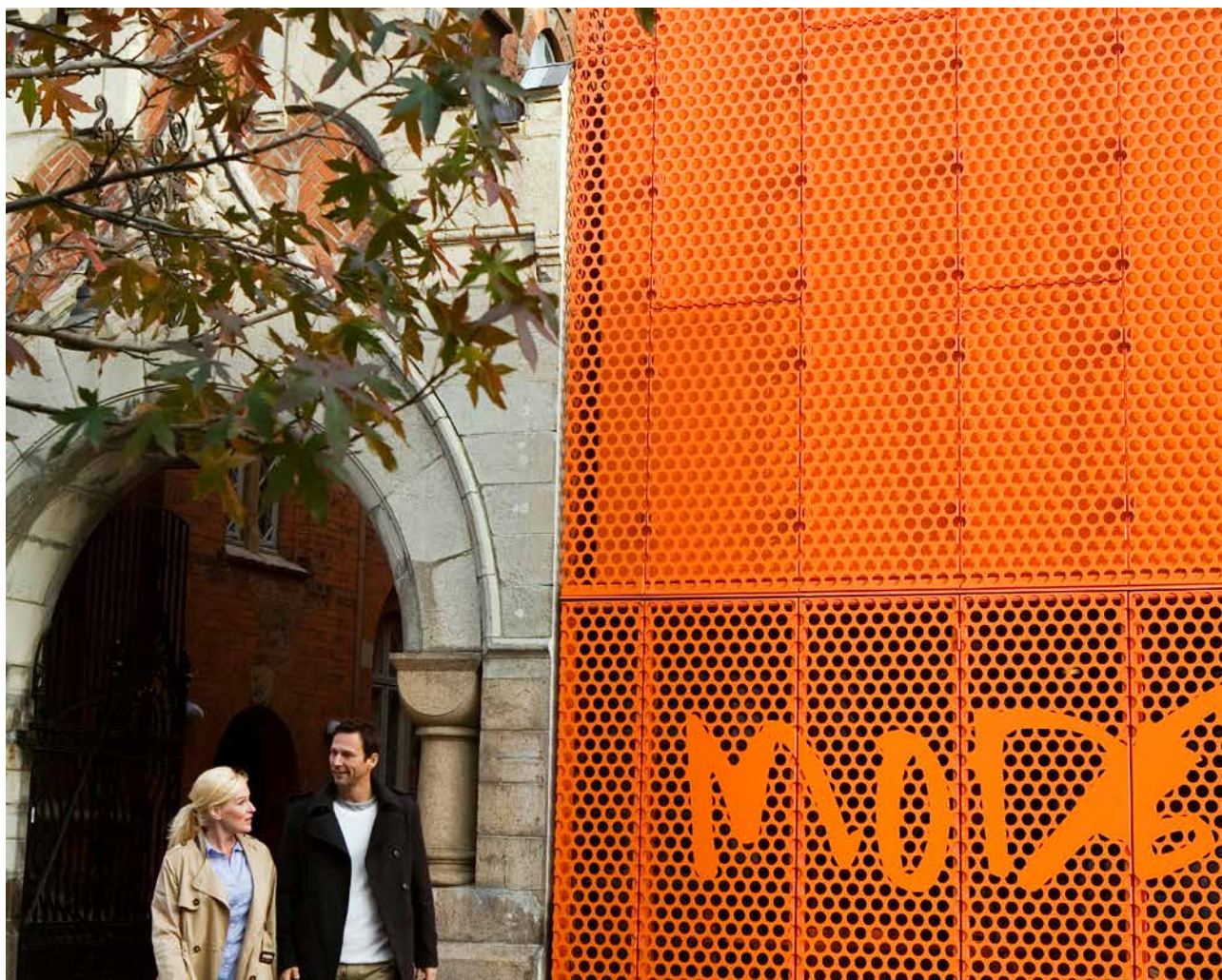


Foto: Miriam Preis/imagebank sweden.se

Bilaga 1.

Om hållbarhetsredovisningen

Visit Swedens hållbarhetsarbete styrs genom bolagets övergripande affärsplan och genomsyrar hela verksamheten. Hållbarhetsredovisningen omfattar sidorna 10-20 samt 65-83 och sammanfattar Visit Sweden koncernens integrerade hållbarhetsarbete för perioden 1 januari – 31 december 2024. Dess utformning är inspirerad av Global Reporting Initiatives (GRI) Standards och har som mål att ge en öppen och balanserad bild av bolagets hållbarhetsarbete.

Redovisningen uppfyller lagstadgade krav enligt Årsredovisningslagen, 6 kap. (ÅRL), samt riktlinjerna i Statens ägarpolicy och bolagsordning för statligt ägda bolag. Redovisningen beskriver bolagets hållbarhetsinsatser, identifierade utmaningar, möjligheter och framtida ambitioner, samt hur bolaget utvecklas över tid. Den följer även Statens riktlinjer för extern rapportering. Hållbarhetsredovisningen rapporteras årligen, till skillnad från den finansiella rapporteringen där bolaget under 2024 publicerade en sexmånadersrapport (Q2) samt en niomånadersrapport (Q3) utöver helårsrapporteringen.

Nyckeltal presenteras från år 2020 och framåt för jämförelse, och inga förändringar har skett i redovisningens omfattning eller metodik under 2024. Alla personaluppgifter är beräknade enligt metoden Full-time equivalent (FTE).

Visit Swedens miljöarbete

Visit Sweden strävar efter att minska miljöpåverkan och minimera miljöriskerna i den egna verksamheten samt bidra med inspiration där bolaget har en indirekt påverkan. Bolagets miljöarbete drivs framåt med hjälp av viktiga styrdokument som intern uppförandekod, uppförandekod för leverantörer och affärspartners samt bolagets policy för tjänsteresor. Som tjänsteföretag har Visit Sweden inga direkta utsläppskällor, utan bolagets klimatpåverkan är främst kopplad till marknadsföringskampanjer, resor, event och kontorsarbete. Visit Sweden arbetar aktivt för att minska denna påverkan genom klimatsmarta val i alla situationer, däribland om möjligt ersätta fysiska resor med digitala möten.

Granskning och ansvar

Hållbarhetsredovisningen lämnas för granskning till tredje part enligt ISAE 3000-standarder, se KPMGs bestyrkande-rapport på sidan 84. Styrelsen har det yttersta ansvaret för Visit Swedens integrerade hållbarhetsarbete genom att godkänna bolagets verksamhetsplan och affärsplan där Visit Swedens hållbarhetsarbete inklusive väsentliga områden inkluderas. Styrelsen håller sig under året uppdaterad om bolagets progression kring hållbarhetsarbetet via löpande diskussioner vilket ökar styrelsens gemensamma kunskap inom området. Insamling och analys av data hanteras av avdelningen Business Support, som säkerställer noggrannhet och transparens.

Klimatberäkningar

Klimatberäkningar och analyser utförs av South Pole AB och baseras på data inrapporterat av Visit Sweden. Beräkningarna inkluderar koldioxid och andra växthusgaser, presenterade i koldioxidekvivalenter (tCO₂e). Emissionsfaktorer hämtas från bland annat IPCC, BEIS och Ecoinvent. Bolaget arbetar ständigt med att förbättra dataunderlaget för att få en så korrekt klimatberäkning som möjligt även om mer omfattande dataunderlag kan leda till en ökning av rapporterat tCO₂e utsläpp på kort sikt.

Visit Swedens beräknade utsläpp för 2024 uppgår till 284,8 tCO₂e (239,4). Anledningen till ökat tCO₂e beror på årets förbättrade datakvalitet. För ytterligare detaljer, se bilaga 6.

Klimatinvestering

Visit Sweden klimatinvesterar årligen för beräknade CO₂-utsläpp genom den icke vinstdrivande organisationen Fly Green Fund. Därutöver kompenserade Visit Sweden i år för större hållna event som för Swedish Workshop, genom Zero Mission, och för GSTC-kongressen, genom Fly Green Fund. Fly Green Fund bidrar till att biojetbränsle tillverkas och levereras till svenska flygplatser. Biojetbränslen, även kallat sustainable aviation fuel (SAF), framställs av förnybara råvaror.

Hållbarhetsarbetet och redovisningen bygger på följande regelverk, ramverk, ansluta initiativ och medlemskap

Bolagsövergripande

- Svensk kod för bolagsstyrning (undantaget regler om valberedning och val av styrelse och revisorer, istället Regeringskansliet)
- Statens ägarpolicy och principer för bolag med statligt ägande
- IMY riktlinjer för visseblås samt Arbetsmiljöverket som tillsynsmyndighet för visseblås

Ramverk, riktlinjer och standarder

- Näringslivskoden – Institutet Mot Mutor
- GRI – Global Reporting Initiative
- Agenda 2030 – utvalda mål
- ILO:s konventioner om rättigheter i arbetslivet

- COSO – Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission
- Bruntland-kommissionens och UNWTO:s definition om hållbar utveckling

Medlemskap

- Global Compact Network Sweden
- GSTC – Global Sustainable Tourism Council
- Nordic Tourism Collective

Avtal och riktlinjer

- Principöverenskommelse med Svenska Samernas Riksförbund 2021
 - Riktlinjer för samarbetet mellan Visit Sweden och Svenska Samernas Riksförbund vid internationell marknadsföring av samisk besöksnäring

Bilaga 2.

En framtidssäkrad och stabil verksamhet

Visit Sweden strävar efter att bedriva sin verksamhet på ett etiskt, transparent och ansvarstagande sätt. Som arbetsgivare erbjuder bolaget en trygg, inkluderande och utvecklande arbetsplats där alla känner sig välkomna. Visit Sweden efterlever lagar och regler på samtliga marknader där bolaget är verksamt och skall agera föredömligt i alla relationer. Bolaget prioriterar tillgänglig och relevant information, samtidigt som tydliga processer med definierat ägarskap stödjer verksamhetens mål och strategier. För att möta både nuvarande och framtida behov satsar Visit Sweden på kontinuerlig kompetensutveckling och ett aktivt medarbetarskap.

Den 31 december 2024 hade Visit Sweden 44 anställda: 82 procent kvinnor (36 personer) och 18 procent män (8 personer).

Inkludering och mångfald

Visit Sweden arbetar aktivt för en inkluderande och likabehandlande arbetsplats där alla individer har samma rättigheter och möjligheter. Bolaget eftersträvar etnisk och kulturell mångfald samt en i huvudsak jämn könsfördelning inom olika befattningar och arbetsgrupper. Diskriminering tolereras inte i någon form. Bolagets policy för jämställdhet och mångfald, samt handlingsplan mot trakasserier och kränkande särbehandling, ligger till grund för detta arbete. Ledningen och HR följer löpande upp aktiviteter för att säkerställa att målsättningarna i policyn efterlevs.

Systematiskt arbetsmiljöarbete

Visit Swedens arbetsmiljöarbete bedrivs i enlighet med svensk arbetsmiljölagstiftning och omfattar både fysisk och psykosocial hälsa. Arbetsmiljöpolicyn med tillhörande riktlinjer säkerställer att medarbetarna har en trygg och hälsosam arbetsmiljö. Planering och uppföljning av bolagets arbetsmiljö leds av HR i samråd med arbetsmiljöbud.

Fokus ligger främst på den psykosociala arbetsmiljön, som följs upp genom medarbetarsamtal och flera temperaturmätningar i Winningtemp. Via verktyget mäts Employee Net Promoter Score (eNPS) för bland annat arbetsglädje, engagemang och delaktighet. Skyddsronder genomförs årligen av HR och arbetsmiljöombud. För att säkra en god arbetsmiljö har chefer genomfört en utbildning i systematiskt arbetsmiljöarbete. De anställda erbjuds även löpande hjärt- och lungräddningsutbildning. Bolaget har i år påbörjat ett initiativ för att främja en långsiktigt hållbar organisation med fokus på aktivt medarbetarskap för att säkerställa en välmående och hållbar arbetsplats.

Under 2024 rapporterades tre arbetsplatsolyckor: två relaterar till tjänsteresor och en relaterar till resa till och från arbetet.

Ingen olycka resulterade i sjukskrivning eller behov av sjukvård.

Visit Swedens personalomsättning 2024 var 17 %. Totalt har 8 personer lämnat bolaget under året, varav 4 pga en omorganisation och 1 pga avslutat vikariat.

Hälsofrämjande åtgärder

För att bidra till ett hållbart arbetsliv erbjuds alla anställda ett årligt friskvårdsbidrag. För anställda i Sverige ges möjlighet till regelbundna hälsoundersökningar via Werlabs, och en sjukförsäkring hos Skandia ger tillgång till förebyggande vård, planerad vård och rådgivning. För utlandsanställda erbjuds liknande förmåner. Flexibel arbetstid tillämpas för att möjliggöra balans mellan arbete, familj och fritid.

Kollektivavtal

Visit Sweden AB är anslutna till kollektivavtalet mellan Almega Tjänsteföretagen, Unionen och Akademikerförbundet, det så kallade tjänstemannaavtalet. Även medarbetare i Frankrike omfattas av kollektivavtal. I samband med att Visit Sweden ingick kollektivavtal startades en lokal fackklubb i Stockholm. Med kollektivavtal finns det reglerat hur arbetsgivaren ska informera och förhandla med de anställdas representanter. Fackklubbstyrelsen arbetar däribland med att delta i diskussionen om verksamhetens utveckling, engagera medlemmar genom regelbundna medlemsmöten och hålla medlemmar uppdaterade om samverkan mellan båda parter i den mån det går.

Bolaget strävar efter likabehandling och erbjuder möjlighet till lönejusteringar enligt det svenska avtalet och inkluderar alla anställda.

Affärsetik och antikorrupcion

Visit Swedens verksamhet präglas av professionalism, höga etiska standarder och bolaget följer Statens ägarpolicy, principer för bolag med statligt ägande samt nationell lagstiftning i de länder bolaget bedriver verksamhet. Visit Sweden följer också Institutet Mot Mutors (IMM) utarbetade uppförandekod, Näringslivskoden, för att motarbeta korrupcion. Bolagets affärsetiska policy och riktlinjer används som stöd i externa relationer och efterlevnad kontrolleras genom stickprov och interna kontroller.

Visselblåsning

Visit Sweden har en extern visseblåsarfunktion som möjliggör anonym rapportering av misstänkta oegentligheter eller policybrott. Under 2024 mottogs inga anmälningar via denna funktion.

Ansvarsfulla inköp och hållbara leverantörer

Visit Swedens verksamhet ska bedrivas på ett socialt och etiskt hållbart sätt. Under 2022 utfördes en omfattande genomgång av alla leverantörer, där merparten är svenska, som bekräftade att inom vårt upphandlade segment och de tjänster vi upphandlat är risken för korruption låg. Bolaget arbetar enligt Lagen om offentlig upphandling (LOU) och har sedan 2023 som krav att alla leverantörer signerar bolagets uppförandekod. Leverantörernas efterlevnad kontrolleras genom nära dialog med våra leverantörer där bl a hållbarhetsfrågor utvärderas. I årets dialog svarade de större upphandlade leverantörerna, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 88%. Bolagets inköps- och upphandlingspolicy säkerställer att statliga medel används ansvarsfullt och hållbart.

Cybersäkerhet och AI

Visit Sweden investerar kontinuerligt i en säker och pålitlig IT-infrastruktur. Under 2024 uppdaterades IT-policyn med tydligare riktlinjer för digitala verktyg. Bolaget implementerade också Microsofts AI-verktyg Copilot och riktlinjer för dessa, vars säkerhetsramverk säkerställer hög nivå av data-säkerhet och integritet.

Bilaga 3.

Väsentlighetsanalys

Visit Swedens affärsplan, som uppdateras årligen och fastställs av styrelsen, utgör grunden för organisationens långsiktiga strategi. Denna strategi bygger på företagets uppdrag och omfattar långsiktiga mål inom tre strategiska områden:

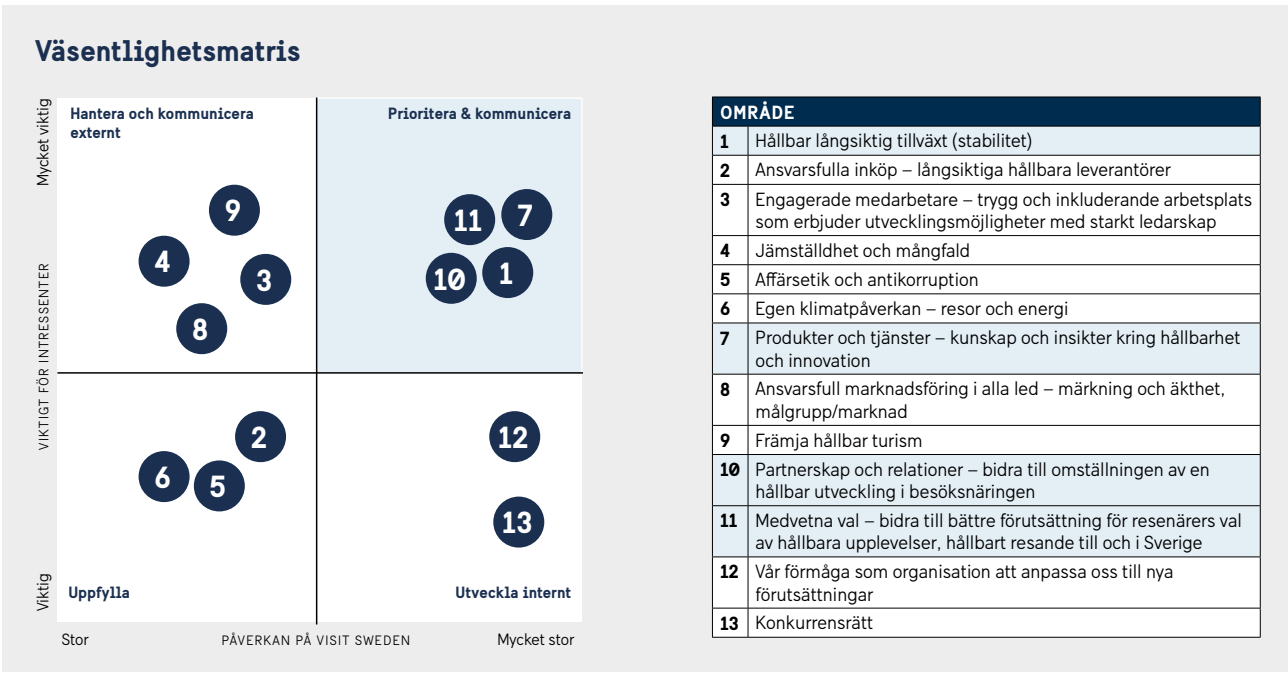
- Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället
- Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige
- Välmående och hållbart bolag

Områdena utgår från bolagets kompetens, kunskapsdelning, samarbeten i besöksnäringen och marknadsföringsarbetet mot resenären. Framtagandet av affärsplanen sker med utgångspunkt i en SWOT-analys och framtagna riskanalys

med dubbelt perspektiv, det vill säga både hur Visit Sweden som företag påverkas av omvärlden och hur bolagets marknadsföringsuppdrag påverkar omvärlden via produkten "resmålet Sverige".

Inom ramen för Visit Swedens strategiarbete identifieras väsentliga områden och bedömning görs för hur viktigt respektive område är för bolaget och dess intressenter, vilket illustreras nedan.

De väsentliga områdena ligger till grund för bolagets riskhantering och bidrar till en helhet för Visit Sweden och den gjorda prioriteringen. Ingen förändring är gjord för 2024 utan samma prioritering kvarstår.



Bilaga 4.

Riskhantering på Visit Sweden

Syfte och mål

Bolagets syfte med en etablerad och genomarbetad riskhanteringsprocess är att möjliggöra ökad proaktivitet samt upprätthålla en strukturerad och heltäckande riskbedömning för verksamheten med målet att främja framgång i affärsplanens genomförande.

Identifiering och metod

Riskhantering är integrerad i verksamhetens processer, där olika metoder används för att säkerställa att risker hanteras enligt gällande regelverk, instruktioner och rutiner, med syfte att tillhandahålla korrekt och transparent information.

Följande metoder samt även en kombination av dessa tillämpas för identifiering av risker.

Desktopanalys kring omvärlds- och närvärldsläget

För att få en bredare förståelse för potentiella omvärldsrisker genomförs en desktopanalys av omvärlden. Detta innefattar att analysera aktuella politiska, ekonomiska och sociala förhållanden som kan påverka Visit Sweden.

Intressentdialog

En viktig del av riskbedömningen är att ta hänsyn till de olika intressenternas perspektiv och förväntningar. Genom dialoger med interna och externa intressenter har värdefull information om potentiella risker samlats in. Med detta säkerställs att externa faktorer som kan påverka bolagets möjlighet att verka tas tillvara.

Intern workshop med värdering

I en dedikerad riskworkshop diskuteras möjliga riskfaktorer som identifieras baserat på erfarenhet och expertis hos deltagarna. Här används en systematisk värdering för att bedöma sannolikheten och konsekvenserna av varje identifierad risk. Detta skapar en bra grund för vidare prioritering och arbete.

Riskbedömning sker utefter:

Bedömning av riskernas **sannolikhet**:

låg (L), medel (M), hög (H).

Bedömning av riskernas **påverkan**:

låg (L), medel (M), hög (H).

Åtgärder för att förebygga eller minska riskerna

Visit Sweden arbetar systematiskt med riskminimering genom att använda flera strategier anpassade efter riskens karaktär och sannolikhet.

Så arbetar vi med riskminimering:

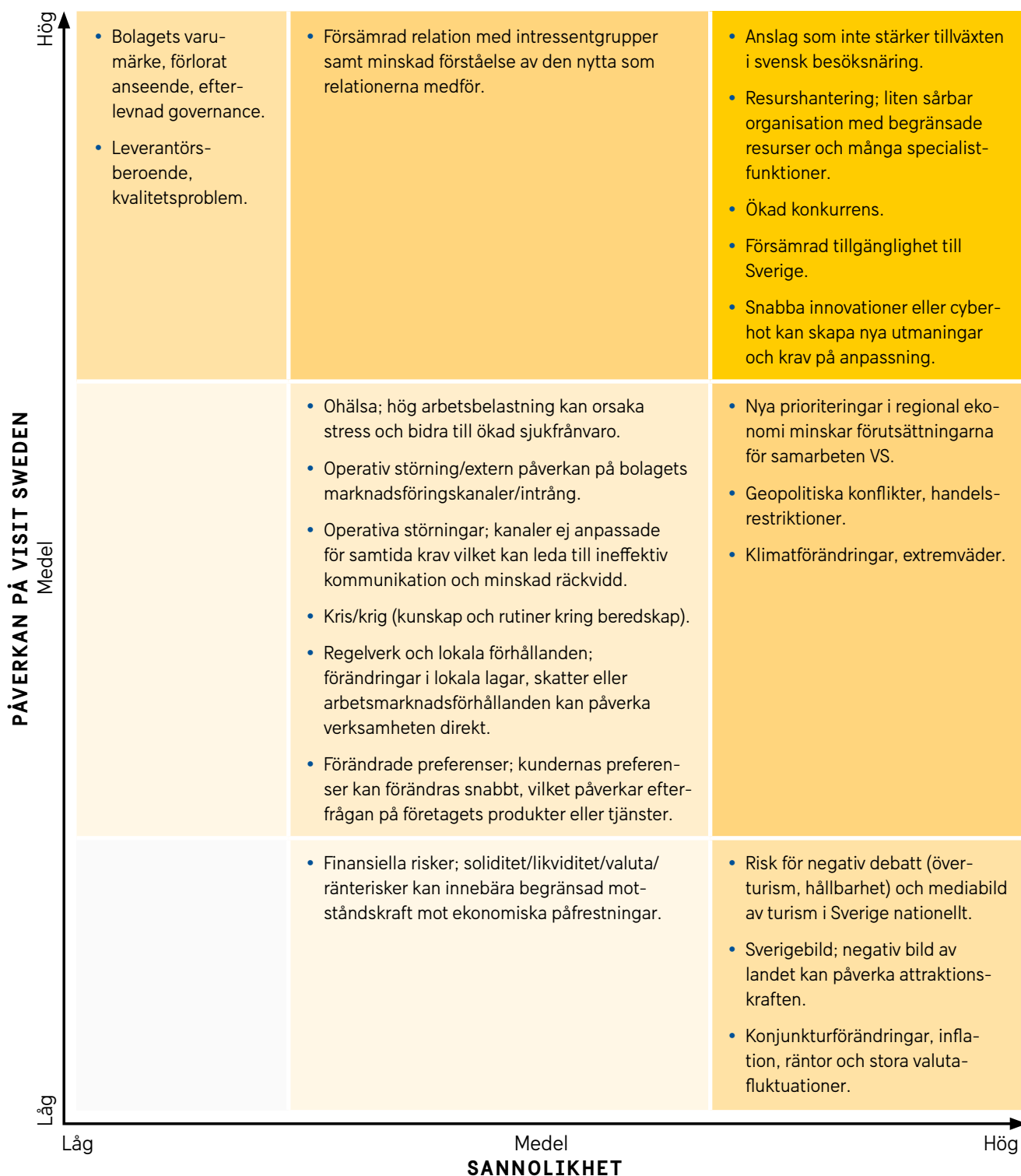
- För att minska sannolikheten för att en risk ska inträffa implementeras förebyggande åtgärder, exempelvis utbildningar.
- Om risken ändå skulle inträffa, strävar bolaget efter att begränsa dess konsekvenser, till exempel med en genomarbetad kris- och krigsplan, det tvärfunktionella och systematiska arbetssättet samt med en tydlig plan för all kommunikation.
- Dela risken (t.ex. genom att teckna en försäkring).
- Undvik aktiviteten som ger upphov till risken.
- Acceptera risken, var medveten och håll risken under uppsikt (lämpligt för osannolika risker utan märkbar påverkan).

Övervakning, kontroll och uppföljning

Identifierade risker lyfts fram och hanteras inom ramen för verksamhetens ordinarie arbete. Detta innebär att varje funktion inom organisationen har ett tydligt ansvar för att identifiera, analysera och rapportera risker som kan påverka deras specifika områden. Genom att integrera riskhanteringen i den dagliga verksamheten säkerställs att risker adresseras i ett tidigt skede och att åtgärder vidtas för att minimera potentiella negativa effekter.

Riskerna analyseras systematiskt tillsammans med berörd chef för att bedöma både sannolikheten för att de inträffar och deras möjliga konsekvenser. Resultaten av dessa analyser rapporteras vidare uppåt i organisationen och blir en del av den övergripande risköversikten. Identifierade risker sammanställs och rapporteras årligen till koncernledningen, revisionsutskottet och styrelsen.

Riskmatris



Bilaga 5.

Intressentdialog

Visit Sweden arbetar för att säkerställa en ansvarsfull och hållbar verksamhet genom långsiktigt agerande i både interna och externa relationer. Visit Sweden har många olika intressenter som på olika sätt påverkar eller påverkas av bolaget. Intressentdialogen är en central del av bolagets utveckling och bolaget för kontinuerlig dialog med alla intressenter.

Intressentanalysen består av en sammanställning av Visit Swedens intressentgrupper och hur dialogen skett med dessa under året.

Primära intressenter

Prioritering av intressenter har både ett externt och ett internt perspektiv. En bedömning av vilka intressenter som är mest kritiska för Visit Swedens framgång och långsiktiga företagande har skett. Andra intressenter i vår omvärld är också viktiga för att lyckas med Visit Swedens mål för resmålet Sverige och även dessa intressenter beaktas och hanteras. Däremot har dialoger med Visit Swedens primära intressenter prioriterats.

Primära intressenter:

- Ägare
- Företag i svensk besöksnäring
- Medarbetare
- Regioner, regionala turismorganisationer och destinationer
- Resenärer/besökare

Dialog och engagemang

Ägare (staten): Kommunicerar sina önskemål genom statens ägarpolicy och bolagets ägaranvisning. Statsråd och politisk ledning från de olika departementen träffar regelbundet styrelseordförande och ledningen hos statligt ägda bolag vid så kallad ägardialog. Minst en gång per år följs uppdragsmål och ekonomiska mål upp. Resultat och effekter ingår i ägardialogen samt kommunikation om långsiktigt hållbart företagande, operationell excellens och lämpligt agerande. I dialogerna får ägaren även information om bolagets globala kampanjer och deras räckvidd.

Företag i svensk besöksnäring: Visit Sweden organiserar kvartalsvisa möten med de största företagen inom besöksnäringen i forumet Top10, för att utbyta information och identifiera viktiga frågor som påverkar besöksnäringen. Forumet ser nätverkande och gemensam påverkanskraft som de viktigaste frågorna.

Visit Sweden arbetar kontinuerligt med utökad kunskapsspridning till både större och mindre företag i svensk besöksnäring. Denna kunskapsspridning består av att sprida

undersökningar, omvärldsanalyser och rapporter vilket är av stor betydelse för mindre företag som saknar tid eller resurser att genomföra egna undersökningar.

Medarbetare: Bolagets medarbetare bidrar kontinuerligt till Visit Sweden som hållbart företag. Medarbetarnas kunskaper om hållbarhet är stor, och det finns ett starkt engagemang och förväntan på att agera hållbart i det dagliga arbetet.

Vid mål- och utvecklingssamtal samt genom kontinuerliga temperaturmätningar följs såväl arbetsmiljö som psykosociala frågor upp noggrant. Kontinuerlig kompetensutveckling och inhämtning av ny kunskap är centrala delar i bolagets strategi. Insatserna under 2024 har inkluderat deltagande i initiativet ökad innovationskraft, aktivt medarbetarskap och företagsgemensamma workshops, vilka kommer att fortsätta även under 2025.

Regioner, regionala turismorganisationer och destinationer:

Visit Sweden för en nära dialog med representanter från regioner, regionala turismorganisationer samt destinationer i olika forum, samverkansmöten, regionala träffar samt destinationsdagar. Engagemanget från denna intressentgrupp kring hållbarhet är högt (se Tillväxtverkets analys från hösten 2023 där genomsnittsbetyget är 4,6 av 5 om prioriteringen av hållbarhet).

Under 2024 genomfördes en heldag med marknadsansvariga för regionala turismorganisationer och destinationer med syfte att ytterligare förankra varumärkesplattformen och få fler att använda och utgå från Visit Swedens kommunikationsplattform där hållbarhet är en integrerad del.

Under 2024 har ett specifikt projekt som drivits av Visit Sweden skapat extra många tillfällen för möten och dialog med regioner. Projektet gäller utvecklingen av strukturerad Öppna Data, ett så kallat nationellt API för besöksnäringen.

Resenärer/besökare: Visit Sweden fokuserar på informationshämtning, analysering, insiktsgenerering och kunskapsdelning om målgruppen till de som arbetar i och för svensk besöksnäring. Målgruppen "Den globala resenären" önskar resa till Sverige och uppleva den svenska livsstilen med orörd natur och städer med kaféer, shopping och kultur. Visit Swedens kommunikativa målgrupp för resmålet Sverige är resenären "Den nyfikna upptäckaren" som har en drivkraft att aktivt vilja söka upp nya och annorlunda upplevelser. De vill också gärna möta andra människor och kulturer. Nyfikna upptäckare väljer resmål med omsorg och vill gärna utvecklas och lära sig något nytt på sin semester.

Tabellöversikt för intressentdialogen

Intressent	Kanaler och frekvens	Viktigaste områden (Intressenternas främsta förväntningar)	Vad Visit Sweden gör för att möta intressenternas önskemål
Ägare	Ägardialoger, möten med departement, årsstämma, styrelsemöten, statens ägarpolicy och riktlinjer för statliga bolag (publikation), ägaranvisning och regleringsbrev (1 gång/år).	Operationell excellens och fördömligt hållbart företagande. Effektmätning och tillväxt.	Hållbarhet är integrerad i Visit Swedens övergripande strategi. Uppföljning och utveckling följs upp i kvartalsrapporter, ägardialoger och styrelsearbete.
Företag i svensk besöksnäring	Samverkansmöten, Top10-forum ¹⁾ , (4 ggr/år). Möten och dialog via partneransvariga. Intervjuer, utvärderingar vid enskilda aktiviteter såsom webinarier. Årlig NKI-undersökning.	Kommunikation och samarbetsförmåga. Kunskapsdelning gällande målgrupp, kampanjer och att integrera hållbarhet i marknadsföringsaktiviteter.	Delar kunskap, undersökningar, omvärldsanalyser och rapporter. Allt genom Visit Swedens bolagsgemensamma kommunikationsplattform med vision och varumärkeslöfte i åtanke.
Medarbetare	Individuella utvecklings- resp. målsamtal (minst 1 gång per år). Temperaturmätningar (1-2 ggr/mån). Löpande policy och värdegrundsarbete samt bolagsgemensamma workshops, utbildningsresa och medarbetardagar.	Medarbetare värnar om att Visit Sweden arbetar med attraktionskraft till Sverige genom att leda mot ett mer medvetet resande. Medarbetare värnar om att Visit Sweden är ett välmående och hållbart bolag som bidrar till konkurrenskraftig besöksnäring. Kompetensutveckling, följa lagar och regler samt att verka för en god arbetsmiljö och trygg arbetsplats.	Kontinuerlig uppföljning och utvärdering av utbildningsinsatser samt temperaturmätningar, vilket även återrapporteras i ersättningsutskottet. Inkludering i affärsplan, verksamhetsplan och att verka för en attraktiv, hållbar arbetsplats. Inarbetad feedbackmodul efter gemensamma (större) workshops och medarbetardagar. Klimatkompensation avseende Visit Swedens totala klimatpåverkan.
Regioner och destinationer	Utvalda representanter deltar i forum/möten (6-8 st/år). Regionala träffar och destinationsdagar. Dialoger via partneransvariga. Nyhetsbrev (11 st per år). NKI undersökning Regionmöten.	Hög ambition och prioritet i regionerna att arbeta hållbart (enl. undersökning 2023 från Tillväxtverket). Visit Swedens insatser och produkter såsom workshops, kunskapsbanken, visningsresor samt pressresor. Dela och tillgängliggöra kunskap om hållbara och unika platser, Sveriges natur, måltid- och kulturupplevelser.	Hållbarhetskonferensen GSTC med stort fokus på hållbara val och produkter. Vidareutveckling Kunskapsbanken och insikter och kunskaper via kunskapsdelning i bl.a. webinarier. Dialog i flertalet forum med regioner, både enskilt och i kluster. Visit Swedens varumärkesplattform bekräftad och kommunicerad till regioner och destinationer. Nationellt API (Open Data).

¹⁾ Visit Swedens forum för de 14 största svenska turismföretagen.

Intressent	Kanaler och frekvens	Viktigaste områden (Intressenternas främsta förväntningar)	Vad Visit Sweden gör för att möta intressenternas önskemål
Resenärer / besökare	Pressresor (med journalister & media) Marknadsbearbetning (researrangörer) Målgruppsanalys av "Den globala resenären" Marknadsföring (kampanj/SoMe/Sajt)	Praxis och prestationer inom hållbart resande, utmaningar och strategier för Sverige som destination. Sveriges åtgärder för att arbeta för ett hållbart resande, klimatsmart semester, vilket var huvudtema för GSTC. I hållbarhetsindex värderas Sveige och Norden som hållbara destinationer. Äkta, genuina upplevelser. Att värna om miljön, handla lokala produkter och varumärken samt ta beslut utifrån miljömässiga eller etiska faktorer.	Med utgångspunkt från varumärkesplattformen samarbetar Visit Sweden med researrangörer för att öka antalet hållbara paketerade produkter i Sverige. Visit Swedens undersökningar visar att många resenärer uttrycker en vilja att betala mer för hållbarhet och göra mer hållbara val framåt. Hållbarhet är en integrerad del som ska bidra till att vi ska synliggöra Sverige som en attraktiv och hållbar destination byggd på innovation. Always on och med utgångspunkt i varumärkesplattform och kommunikationsplan, där hållbarhet är en integrerad del, synliggörs resmålet Sverige. Kreativa kampanjer som marknadsför the Original Sweden, en destination där lyx likställs med natur, tystnad och kvalitetstid.

Bilaga 6.

Visit Swedens klimatpåverkan

Denna rapport ger en sammanfattning av utsläppen av växthusgaser (GHG) från Visit Swedens verksamhet 2024.

Sedan flera år samarbetar Visit Sweden med South Pole AB för att kartlägga bolagets totala klimatpåverkan enligt GHG-protokollet (Greenhouse Gas Protocol). South Poles beräkningar följer bästa praxis och aktuella standarder för klimatberäkningar, inklusive GHG-protokollets riktlinjer.

GHG-protokollet är den mest använda internationella standarden för redovisning av växthusgasutsläpp och fungerar som ett verktyg för regerings- och företagsledare att förstå, kvantifiera och hantera dessa utsläpp. Standarderna har utvecklats i samarbete mellan World Resources Institute och World Business Council for Sustainable Development.

Under 2024 har de underliggande data som levererats till South Pole AB utökats och förfinats för att möjliggöra mer exakta beräkningar. Bland annat har data avseende Visit Swedens resor, både tjänsteresor och journalisters resor, förbättrats avsevärt genom att primärdata nu inhämtas direkt från upphandlad resebyrå, BCD. Därutöver har mer detaljerad information om energiförbrukningen vid Stockholmskontoret levererats till South Pole AB, tack vare ett mer omfattande underlag från fastighetsägaren.

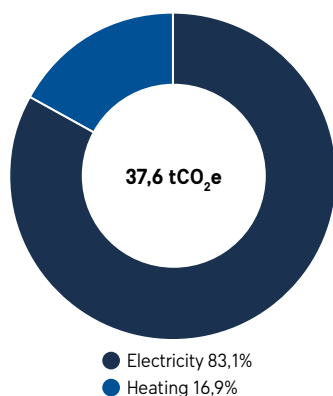
Scope 1 inkluderar alla koldioxidutsläpp som kan hanteras direkt av organisationen (direkta växthusgasutsläpp). Detta inkluderar utsläppen från förbränning av fossila bränslen i mobila och stationära källor (t.ex. ägda eller kontrollerade

pannor, kraftgeneratorer och fordon) och koldioxidutsläpp som genereras av kemiska och fysikaliska processer samt flyktiga utsläpp från användningen av kyl- och luftkonditionerings-utrustning (AC). Likt föregående år har Visit Sweden noll utsläpp för scope 1.

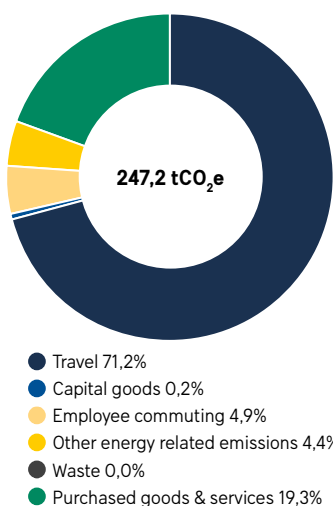
Scope 2 inkluderar indirekta växthusgasutsläpp från produktion av köpt el, ånga, värme eller kyla köpt av organisationen från externa energileverantörer. Under året har utsläppen inom scope 2 ökat i jämförelse med föregående år. Denna ökning beror dock inte på en ökad energiförbrukning, utan på högre emissionsfaktorer. Detta innebär att elmixen i de länder där verksamheten bedrivs har fått en högre andel fossila bränslen.

Scope 3 omfattar andra indirekta utsläpp, såsom utsläpp från utvinningen och produktion av köpt material och tjänster, fordon som inte ägs eller kontrolleras av rapporterande enhet, utlagd verksamhet, avfallshantering m.m. För Visit Sweden är resor den största utsläppskällan i scope 3 och inkluderar både tjänsteresor och journalisters resor. Utsläppen från dessa har ökat med 25 % sedan föregående år. Ökningen beror inte på att Visit Sweden har rest mer under 2024, utan på att de resdata som rapporterats har varit mer omfattande.

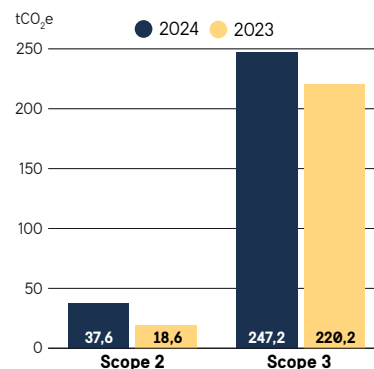
Utsläppsfördelning för Scope 2 och Scope 3, samt jämförelse med föregående år



Uppdelning av Scope 2 utsläpp 2024 fördelat per kategori



Uppdelning av Scope 3 utsläpp 2024 fördelat per kategori



Förändring av utsläpp mellan 2023 och 2024 fördelat per Scope

Visit Swedens utsläpp 2024 enligt GHG-rapportering

Activity	Consumption	Unit	Emissions (tCO ₂ e)	Percentage of total (%)
Scope 1: direct GHG emissions			0.0	0.0%
Scope 2: indirect GHG emissions from purchased electricity, heating, and cooling (market-based)			37.6	13.2%
Electricity	78.3	MWh	31.3	11.0%
Renewable	10.8	MWh	0.0	0.0%
Grid	67.4	MWh	31.3	11.0%
Location based	78.3	MWh	11.3	
Heating and cooling	51.3	MWh	6.4	2.2%
District heating	37.0	MWh	3.5	1.2%
Natural gas	14.3	MWh	2.9	1.0%
Scope 3: other indirect GHG emissions			247.2	86.8%
Purchased goods and services			47.8	16.6%
Water	277.9	m ³	0.0	0.0%
Supply	277.9	m ³	0.0	0.0%
Postage			0.4	0.1%
			0.4	0.1%
Paper	128.2	kg	0.1	0.0%
Recycled	128.2	kg	0.1	0.0%
Food and beverages			7.0	2.5%
Food and beverages			7.0	2.5%
IT services			16.7	5.8%
IT services – Iver			16.7	5.8%
Marketing			23.6	8.3%
Video and webinar streaming	80,667	h	10.2	3.6%
Views	423,059,809	impressions	4.5	1.6%
Website visits	13,258,309	visits	8.9	3.1%
Capital goods			0.4	0.1%
IT equipment	5	No. of devices	0.4	0.1%
Mobile devices	5	No. of devices	0.4	0.1%
Fuel- and energy-related activities			10.9	3.8%
Renewable	10.8	MWh	0.3	0.1%
Grid	67.4	MWh	9.5	3.3%
District heating	37.0	MWh	0.4	0.1%
Natural gas	14.3	MWh	0.6	0.2%
Waste generated in operations			0.1	<0.1%
General waste	<0.1	tonne	<0.1	<0.1%
Wastewater	277	m ³	0.1	0.0%

Activity	Consumption	Unit	Emissions (tCO ₂ e)	Percentage of total (%)
Business travel			175.9	61.8%
Flights	1,273,761.8	pkm	159.3	55.9%
BCD reported (including WTT)	1,215,530.5	pkm	141.5	49.7%
< 463 km	0.0	pkm	0.0	0.0%
463 – 3,700 km	12,298.7	pkm	2.9	1.0%
> 3,700 km	45,932.6	pkm	1.4	0.5%
Staff car			0.3	0.1%
Rental car	7,154	SEK	0.1	<0.1%
Taxi	2,332.7	pkm	0.4	0.1%
Bus	7,404.0	pkm	0.3	0.1%
Train	11,735.0	pkm	0.1	<0.1%
Metro	218.0	pkm	<0.1	<0.1%
Ferry	2,819.5	pkm	1.0	0.4%
Accommodation	270	guest-nights	10.2	3.6%
Other public transport	197,826	SEK	4.1	1.4%
Employee commuting			12.1	4.2%
Ferry	606.3	pkm	0.3	0.1%
Bus or subway	77,907.4	pkm	3.8	1.3%
Commuter train	128,804.3	pkm	4.2	1.5%
Car	3,411.9	km	0.7	0.2%
Teleworking	2,615	person day	3.1	1.1%
Total GHG emissions (market-based)			284.8	100%

Källa: South Pole AB, baserat på data inrapporterat från Visit Sweden 2024

Bilaga 7.

Nyckeltal

STRATEGISKT OMRÅDE OCH VÄSENTLIGT OMRÅDE			GRI-Topic	Redovisningsmetoder	2024	2023	2022	2021	2020
Välmående och hållbart bolag									
Hållbar långsiktig tillväxt – direkt – indirekt ekonomisk påverkan och marknadsnärvaro					TSEK	TSEK	TSEK	TSEK	TSEK
Omsättning	201-1	Bokslut			123 372	124 345	160 676	175 588	158 030
Marknadsföringskostnader	201-1	Bokslut			-55 715	-49 881	-74 660	-91 141	-60 541
Övriga externa kostnader	201-1	Bokslut			-11 147	-11 805	-23 683	-22 745	-18 324
Personalkostnader	201-1	Bokslut			-54 343	-55 537	-54 837	-58 661	-63 486
Avskrivningar	201-1	Bokslut			-5 030	-5 533	-4 665	-4 354	-4 488
Övriga rörelsekostnader		Bokslut			-565	-982	-1 842	-987	-2 434
Finansiella intäkter och kostnader		Bokslut			1 210	330	-449	-533	-634
Skatt	202-2	Bokslut			-262	-98	38	-90	-107
Årets resultat	201-1	Bokslut			-2 480	840	578	-2 924	8 016
Soliditet (%)	201-1	Bokslut			45%	41%	31%	25%	29%
Samhällsinvestering genom klimatkompensation	203-2	Årligt belopp som avsätts med utgång-sunkt från redovisat CO ₂ e-utsläpp			156*	134	134	10	15
* Vid redovisningstillfället är endast klimatkompensationen för Swedish Workshop och GSTC fastställd, saknas gör klimatkompensationen för helåret 2024.									
Ansvarsfulla inköp – långsiktiga hållbara leverantörer					2024	2023	2022	2021	2020
Andel leverantörer av total omsättning som godkänt	Egen				84%	70%	n/a	n/a	n/a
Visit Swedens uppförandekod (%)									
Varav andel där dialog om efterlevnad genomförts (%)	Egen				88%	n/a	n/a	n/a	n/a
Affärsetik & antikorrupption					2024	2023	2022	2021	2020
Antal visselblåsarfäll	Egen	Visselblåsarsystem			0	0	0	0	n/a
Årlig revidering av policyer (nytt mått från 2024)	Egen	Intern kontroll			11 av 18	n/a	n/a	n/a	n/a
Engagerade medarbetare – trygg och inkluderande arbetsplats som erbjuder utvecklingsmöjligheter och starkt ledarskap					2024	2023	2022	2021	2020
Medarbetarna upplever Visit Sweden som en attraktiv arbetsgivare (löpande mätning Winningtemp/högre än index)	Egen				8,3 (jämförelse-index 7,6)	8,2 (jämförelse-index 7,5)	7,9 (jämförelse-index 7,5)	7,1 (jämförelse-index 7,4)	6,6 (jämförelse-index 7,4)
Anställningsform									
Antal tillsvidareanställda – heltid (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system			33	39	36	32	34
Antal tillsvidareanställda – heltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system			8	9	11	13	13
Antal tillsvidareanställda- deltid (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system			2	2	2	1	1
Antal tillsvidareanställda- deltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system			0	0	0	0	0
Antal visstidsanställda – heltid (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system			0	1	2	4	3
Antal visstidsanställda – heltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system			0	0	0	0	1
Antal visstidsanställda – deltid (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system			1	0	0	0	0
Antal visstidsanställda – deltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system			0	0	0	0	0
Konsulter									
Antal konsulter (Kvinnor)	Egen	Beräkning HR-system			3	3	7	7	5
Antal konsulter (Män)	Egen	Beräkning HR-system			0	0	1	2	1
Antal anställda fördelat på kön och ålder									
Totala antalet anställda under 30 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system			0	1	3	2	2
Totala antalet anställda under 30 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system			0	0	0	0	1
Totala antalet anställda mellan 30 och 50 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system			18	27	22	22	22
Totala antalet anställda mellan 30 och 50 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system			4	5	5	7	6
Totala antalet anställda över 50 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system			18	14	15	13	15
Totala antalet anställda över 50 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system			4	4	6	6	6
Nyanställning									
Totala antalet nyanställningar	401-1	Beräkning HR-system			1	4	9	n/a	n/a
Totala antalet nyanställningar som är kvinnor	401-1	Beräkning HR-system			1	4	8	n/a	n/a
Totala antalet nyanställningar som är män	401-1	Beräkning HR-system			0	0	1	n/a	n/a

STRATEGISKT OMRÅDE OCH VÄSENTLIGT OMRÅDE	GRI-Topic	Redovisningsmetoder	2024	2023	2022	2021	2020
Nysanställningar – per åldersgrupp							
Totala antalet nyanställningar som är under 30 år	401-1	Beräkning HR-system	0	0	2	n/a	n/a
Totala antalet nyanställningar som är mellan 30 och 50 år	401-1	Beräkning HR-system	1	4	5	n/a	n/a
Totala antalet nyanställningar som är över 50 år	401-1	Beräkning HR-system	0	0	2	n/a	n/a
Medarbetare som slutar							
Totala antalet anställda som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	8	4	7	n/a	n/a
Totala antalet anställda som har slutat som är kvinnor	401-1	Beräkning HR-system	7	2	5	n/a	n/a
Totala antalet anställda som har slutat som är män	401-1	Beräkning HR-system	1	2	2	n/a	n/a
Medarbetare som slutar per åldersgrupp							
Totala antalet anställda under 30 år som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	1	0	1	n/a	n/a
Totala antalet anställda mellan 30 och 50 år som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	3	2	4	n/a	n/a
Totala antalet anställda över 50 år som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	4	2	2	n/a	n/a
Personalomsättning							
Personalomsättning (%)	401-1	Beräkning HR-system	17%	8%	14%	n/a	n/a
Personalomsättning kvinnor (%)	401-1	Beräkning HR-system	15%	4%	10%	n/a	n/a
Personalomsättning män (%)	401-1	Beräkning HR-system	2%	4%	4%	n/a	n/a
Personalomsättning per åldersgrupp							
<30 år (%)	401-1	Beräkning HR-system	2%	0%	2%	n/a	n/a
30-50 år (%)	401-1	Beräkning HR-system	6%	4%	8%	n/a	n/a
> 50 år (%)	401-1	Beräkning HR-system	8%	0%	4%	n/a	n/a
Diskriminering							
Antal rapporterade fall av diskriminering	406-1	Visselblåsarsystem	0	0	0	0	0
Arbetsrelaterad ohälsa och olyckor							
Sjukfrånvaron inklusive långtidssjukfrånvaro (%)	403-2	Beräkning HR-system	2,52%	2,92%	4,09%	2,05%	0,67%
Korttidssjukfrånvaro (%)	403-2	Beräkning HR-system	1,41%	1,38%	0,99%	0,30%	0,58%
Antal anställda med långtidssjukfrånvaro	403-2	Beräkning HR-system	2	3	2	2	1
Antal arbetsskador	403-9	Beräkning HR-system	3	3	0	0	0
Jämställdhet och mångfald			2024	2023	2022	2021	2020
Styrelse inklusive suppleanter fördelat på kön och ålder							
Totala antal under 30 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	0
Totala antal under 30 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	0
Totala antal mellan 30 och 50 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	1	1	2
Totala antal mellan 30 och 50 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	1	1	1	1
Totala antal över 50 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	4	5	4	5	2
Totala antal över 50 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system	5	4	4	3	4
Ledning fördelat på kön och ålder							
Totala antal under 30 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	0
Totala antal under 30 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	0
Totala antal mellan 30 och 50 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	0	2	2	1	2
Totala antal mellan 30 och 50 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system	1	1	1	1	1
Totala antal över 50 år (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	3	2	2	4	2
Totala antal över 50 år (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	4
Andel män på chefsnivå av totalt antal anställda (%)	405-1	Beräkning HR-system	2%	2%	2%	n/a	n/a
Andel kvinnor på chefsnivå av totalt anställda (%)	405-1	Beräkning HR-system	18%	18%	18%	n/a	n/a
Vår förmåga som organisation att anpassa oss till nya förutsättningar			2024	2023	2022	2021	2020
Nyttjandegrad V.S Academy (%)	Egen	Beräkning HR-system	100%	77%	n/a	n/a	n/a
Efterlevnad av V.S målprocess (%)	Egen	Beräkning HR-system	100%	80%	n/a	n/a	n/a
Genomsnittliga antalet utbildningstimmar för anställda	404-1	Beräkning HR-system	23	Uppföljning från 2024	n/a	n/a	n/a
Visit Swedens klimatpåverkan			2024	2023	2022	2021	2020
Scope 1: Direkta växthusgasutsläpp	305-1	Insamlat underlag för beräkning av South Pole	0	0	0	0	0
Scope 2: Indirekta växthusgasutsläpp från energiförbrukning	302-1 och 305-2	Insamlat underlag för beräkning av South Pole	37,6	18,6	24,4	19,5	18,6
Scope 3: Andra indirekta växthusgasutsläpp	305-3	Insamlat underlag för beräkning av South Pole	247,2	220	207,4	50,2	108,2

STRATEGISKT OMRÅDE OCH VÄSENTLIGT OMRÅDE	GRI-Topic	Redovisningsmetoder	2024	2023	2022	2021	2020
Tillsammans med andra för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället			2024	2023	2022	2021	2020
Produkter & tjänster – kunskap och insikter kring hållbarhet & innovation							
Besöksnäringen ska uppfatta att V.S bidrar med ökad affärsnytta	Egen	NKI-analys	7,1	7	6,6	5,9	n/a
Besöksnäringen uppfattar V.S som ledande och drivande inom turismens utveckling (effektiva kommunikationskanaler)	Egen	NKI-analys	7,1	6,8	6,6	6,1	n/a
Nöjda deltagare i våra hållbarhetsseminarier (ny beräkningsmetod från 2023)	Egen	Utvärdering enskild aktivitet	9 av 10	8 av 10	94%	n/a	n/a
Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige			2024	2023	2022	2021	2020
Medvetna val – bidra till bättre förutsättning för resenärers val av hållbara upplevelser, hållbart resande till och i Sverige							
Ökat intresse av att besöka Sverige hos internationella resenärer som efterfrågar hållbara alternativ har ökat	Egen		n/a*	57%	n/a	61%	n/a
Ökat intresse av att besöka Sverige hos svenska resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Egen		n/a*	62%	n/a	62%	n/a
* BrandTracking görs ej varje år (2025 nästa gång)							
Främja hållbar turism							
Se text om hur Visit Sweden bidrar till Globala målen			Se sid 19-20				

Bilaga 8.

GRI Index

GRI-Universal Standard 2021	Sidhänvisning	Kommentar	Krav som utelämnas	Anledning	Förklaring	Upp-fyllnad
GRI 2: Generella upplysningar 2021						
Organisation och allmän information						
Disclosure 2-1 Detaljer om organisationen	3, 25, 56					Helt
Disclosure 2-2 Enheter som ingår i bolagets hållbarhetsredovisning	65					Helt
Disclosure 2-3 Redovisningsperiod, frekvens och kontaktuppgifter	56, 65					Helt
Disclosure 2-4 Ändrad information		Inga förändringar i information från tidigare rapporteringsperioder				Helt
Disclosure 2-5 Extern granskning	65					Helt
Aktivitet och medarbetare						
Disclosure 2-6 Aktiviteter, värdekedja och andra affärsrelationer	3-4, 10-11, 19-20					Helt
Disclosure 2-7 Medarbetare	67, 78-79					Helt
Disclosure 2-8 Konsulter och inhyrd personal	78-79					Helt
Governance						
Disclosure 2-9 Utformning och struktur på styrning	56-64					Helt
Disclosure 2-10 Urval och nomineringsprocess av högsta styrande organ	56-64					Helt
Disclosure 2-11 Ordförande av högsta styrande organ	58-59, 61-64					Helt
Disclosure 2-12 Rollen av högsta styrande organ vid uppföljning och kontroll av påverkan på företaget	57, 61					Helt
Disclosure 2-13 Delegering av ansvar vid hantering av påverkan	57, 61					Helt
Disclosure 2-14 Högsta styrande organs roll vid hållbarhetsredovisning	57, 61, 65					Helt
Disclosure 2-15 Intressekonflikter	58, 61-63					Helt
Disclosure 2-16 Kommunikation kring kritiska ärenden	63-64, 67					Helt
Disclosure 2-17 Hållbarhetskunskap för högsta styrande organ	65					Helt
Disclosure 2-18 Utvärdering av högsta organets resultat						Saknas
Disclosure 2-19 Policy för ersättning	59-62	Se Visit Swedens Ersättningsrapport 2024				Helt
Disclosure 2-20 Process för att bestämma ersättningsnivåer	59-62	Se Visit Swedens Ersättningsrapport 2024				Helt
Disclosure 2-21 Årlig kompensation	59-62	Se Visit Swedens Ersättningsrapport 2024				Helt
Strategi, policyer och relaterat arbete						
Disclosure 2-22 Uttalande kring hållbar utveckling	6-7, 19-20, 65-66					Helt
Disclosure 2-23 Policy åtagande	62-64, 67-68					Helt
Disclosure 2-24 Efterlevnad av policys i alla delar av verksamheten	62-64, 67-68					Helt
Disclosure 2-25 Processer för att minska negativ påverkan	70-71					Helt
Disclosure 2-26 Metoder för att lyfta orosanmälningar	67-68					Helt
Disclosure 2-27 Efterlevnad av lagar och regler	67-68	Inga överträdelser av lagar och regler under rapporteringsperioden har inträffat				Helt
Disclosure 2-28 Medlemskap	66					Helt
Intressentengagemang						
Disclosure 2-29 Hantering av intressentdialoger	72-74					Helt
Disclosure 2-30 Kollektivavtal	67					Helt
GRI 3: Väsentliga områden 2021						
Upplysningar om väsentliga områden						
Disclosure 3-1 Process för att fastställa väsentliga områden	21-22, 69, 72-74					Helt
Disclosure 3-2 Lista över väsentliga områden	69, 72-74					Helt
Disclosure 3-3 Styrning av väsentliga områden	69-74					Delvis

GRI-Universal Standard 2021	Sidhänvisning	Kommentar	Krav som utelämnas	Anledning	Förklaring	Upp-fyllnad
GRI – Ämnesspecifika standarder 2021						
Välmående och hållbart bolag						
Hållbar långsiktig tillväxt (stabilitet)						
GRI 201: Ekonomiskt resultat (2016)						
201-1 Direkt genererat och distribuerat ekonomiskt värde	5, 27-36					Helt
201-2 Finansiell påverkan samt andra risker och möjligheter på grund av klimatförändringar	19-21					Delvis
201-3 Förmånsbestämda pensionsförpliktelser och andra pensionsplaner	41-43, 67	Se Visit Swedens Ersättningsrapport 2024				Helt
201-4 Finansiellt stöd från den offentliga sektorn	40					Helt
Ansvarsfulla inköp – långsiktiga och hållbara leverantörer						
Ansvarsfulla inköp – Egen indikator	67-68, 78					Helt
Affärsetik & antikorruption						
Affärsetik & antikorruption – Egen indikator	67-68, 78					Helt
Engagerade medarbetare – trygg och inkluderande arbetsplats som erbjuder utvecklingsmöjligheter och starkt ledarskap						
GRI 401: Anställning (2016)						
401-1 Nyrekrytering och personalomsättning	67, 78-79					Helt
401-2 Medarbetarförbättringar	67-68					Helt
401-3 Föräldrarledighet	62, 67	Regleras i bolagets Jämställdhetspolicy				Helt
GRI 403: Hälsa och säkerhet (2018)						
403-1 Ledningssystem för arbetsrelaterad hälsa och säkerhet	67-68					Helt
403-2 Riskidentifiering, bedömning och incidenthantering	67-68					Helt
403-3 Företagshälsovård	67					Helt
403-4 Arbetstagarrepresentation, samråd och kommunikation om hälsa och säkerhet	67					Helt
403-5 Utbildning inom hälsa och säkerhet för arbetstagare	67-68					Helt
403-6 Främjande av arbetstagarnas hälsa	67					Helt
403-7 Förebyggande och begränsning av arbetsrelaterad hälsa och säkerhet	67-68					Helt
403-8 Arbetstagare som omfattas av ledningssystem för arbets-hälsa och -säkerhet	67-68					Helt
403-9 Arbetsrelaterade skador	67					Helt
403-10 Arbetsrelaterad ohälsa	67					Helt
Jämställdhet och mångfald						
GRI 405: Mångfald och lika möjligheter (2016)						
405-1 Mångfald i styrande organ och bland medarbetare	58, 61, 78-79					Helt
Vår förmåga som organisation att anpassa oss till nya förutsättningar						
GRI 404: Utbildning och kompetensutveckling (2016)						
404-1 Genomsnittligt antal utbildningstimmar per år och anställd	79					Helt
404-2 Utbildningsprogram för medarbetarnas kompetens-utveckling	11, 17-18, 79					Helt
404-3 Andel anställda som får regelbundna medarbetarsamtal/ utvecklingssamtal	73					Helt
Visit Swedens klimatpåverkan – resor & energi						
GRI 305: Utsläpp (2016)						
305-1 Direkta växthusgasutsläpp (Scope 1)	75-77					Helt
305-2 Indirekta växthusgasutsläpp från energiförbrukning (Scope 2)	75-77					Helt
305-3 Andra indirekta växthusgasutsläpp (Scope 3)	75-77					Helt
Tillsammans med andra för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället						
Produkter & tjänster – kunskap och insikter kring hållbarhet & innovation						
Produkter & tjänster – egen indikator	10-11, 79-80					Helt
Främja hållbar turism – egen indikator	10-11, 19-20					Helt
Partnerskap & relationer – bidra till omställningen av en hållbar utveckling i besöksnäringen						
Partnerskap & relationer – egen indikator	19-20, 72-74					Helt

GRI-Universal Standard 2021	Sidhänvisning	Kommentar	Krav som utelämnas	Anledning	Förklaring	Upp-fyllnad
Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige						
Medvetna val – bidra till bättre förutsättning för resenärers val av hållbara upplevelser, hållbart resande till och i Sverige						
Medvetna val – egen indikator	10-11, 72-74, 78-80					Helt
Ansvarsfull marknadsföring i alla led – märkning och äkthet, målgrupp/marknad						
Ansvarsfull marknadsföring – egen indikator	10-11, 19-20					Helt
Främja hållbar turism						
Främja hållbar turism – egen indikator	10-11, 19-20					Helt



Revisors rapport över översiktlig granskning av V.S. VisitSweden ABs hållbarhetsredovisning samt yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till V.S. VisitSweden AB, org. nr 556500-7621

Inledning

Vi har fått i uppdrag av styrelsen i V.S. VisitSweden AB att översiktligt granska V.S. VisitSweden ABs hållbarhetsredovisning för år 2024. Företaget har definierat hållbarhetsredovisningens omfattning på sidan 65 i detta dokument varav den lagstadgade hållbarhetsrapporten omfattar sidorna 10-20 och 65-83.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta hållbarhetsredovisningen inklusive den lagstadgade hållbarhetsrapporten i enlighet med tillämpliga kriterier respektive årsredovisningslagen enligt den äldre lydelsen som gällde före den 1 juli 2024. Kriterierna framgår på sidan 65 i hållbarhetsredovisningen, och utgörs av de delar av ramverket för hållbarhetsredovisning utgivet av GRI (Global Reporting Initiative) som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen enligt kraven för att rapportera med referens, samt av företagets egna framtagna redovisnings- och beräkningsprinciper. Detta ansvar innefattar även den interna kontroll som bedöms nödvändig för att upprätta en hållbarhetsredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning och lämna ett yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Vårt uppdrag är begränsat till den historiska information som redovisas och omfattar således inte framtidsorienterade uppgifter.

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med ISAE 3000 (omarbetad) *Andra bestyrkandeuppdrag än revisioner och översiktliga granskningar av historisk finansiell information*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. Vi har utfört vår granskning avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten i enlighet med FARs rekommendation RevR 12 *Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten*. En översiktlig granskning och en granskning enligt RevR 12 har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har.

Revisionsföretaget tillämpar International Standard on Quality Management 1, som kräver att företaget utformar, implementerar och hanterar ett system för kvalitetsstyrning inklusive riktlinjer eller rutiner avseende efterlevnad av yrkesetiska krav, standarder för yrkesutövningen och tillämpliga krav i lagar och andra författningar. Vi är oberoende i förhållande till V.S. VisitSweden AB enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning och granskning enligt RevR 12 gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning och granskning enligt RevR 12 har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Vår granskning av hållbarhetsredovisningen utgår från de av styrelsen och verkställande direktören valda kriterier, som definieras ovan. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen.

Vi anser att de bevis som vi skaffat under vår granskning är tillräckliga och ändamålsenliga i syfte att ge oss grund för våra uttalanden nedan.

Uttalanden

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan av styrelsen och verkställande direktören angivna kriterierna.

En lagstadgad hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm, den dag som framgår av de elektroniska underskrifterna.

KPMG AB

Tomas Mathiesen

Torbjörn Westman



Visit Sweden är ett statligt bolag med det nationella officiella uppdraget att marknadsföra Sverige som resmål och varumärke. Visit Sweden tillhandahåller även kunskap om målgrupper, varumärket Sverige och det internationella reseledet. Den nationella och internationella turismen har en betydande roll för hela Sverige och bidrar till nya arbetstillfällen samt intäkter till staten och besöksnäringen.

Mer om Visit Sweden: corporate.visitsweden.com

Visit Swedens Kunskapsbank: corporate.visitsweden.com/kunskap