

DELÅRSRAPPORT

VISITSWEDEN

1 januari – 30 juni 2015

Delårsrapport för perioden 1 januari – 30 juni

Utveckling av verksamhet, ställning och resultat (koncernen)

(Tkr)	juni 2015	juni 2014	juni 2013	juni 2012
Nettoomsättning	127 563	108 137	116 052	118 579
Rörelseresultat	12 014	9 823	5 272	-60
Resultat e. finansiella poster	11 994	9 386	5 262	47
Balansomslutning	111 558	93 053	100 768	79 103
Soliditet ⁽¹⁾	33,7%	36,7%	29,6%	40,8%
Medelantal anställda	76	81	77	88

⁽¹⁾ Justerat eget kapital / Balansomslutning. Med justerat eget kapital avses eget kapital + obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatteskuld.

Beträffande moderföretagets och koncernens resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar, kassaflödesanalyser samt tilläggsupplysningar. Alla belopp uttrycks i tusentals svenska kronor där ej annat anges.

VD har ordet

Omvärlden förändras och tillväxten fortsätter

Turismen till Sverige fortsätter växa. Det kan vi konstatera med hjälp av färsk statistik för första halvåret 2015 från SCB och Tillväxtverket. De internationella övernattningarna i Sverige ökar med 8 procent och från de största utlandsmarknaderna Norge, Danmark och Tyskland gjordes över 2,5 miljoner övernattningar. Under första halvåret har vi sett en minskning på 33 procent på en av våra marknader, Ryssland.

Omvärlden utmanar oss. Kommunikationslandskapet förändras med lavinfart, inte minst på grund av en snabbt ökande digitalisering. Resebranschen är inget undantag. Medvetna resenärer har nya konsumtionsbeteenden på grund av sociala kanaler, och numera kommer inte den personliga

rekommendationen enbart från Facebook, TripAdvisor och andra etablerade aktörer. Nya tjänster, som CreateTrips och Triposo med flera, dyker ständigt upp och inspirerar ännu fler resenärer, samtidigt som vi nu definitivt får konstatera att mobilen tar över mera som till exempel MTA (mobile travel agency). AirBnB, Couchsurfing, Uber och liknande tjänster ger oss också helt nya kommersiella förutsättningar, ända ner på produktnivå.

Den digitala transformationen vi upplever nu skapar nya möjligheter både för oss och för svensk besöksnäring. Digitalt har länge varit en viktig marknadsföringskanal, men när nu hela värdekedjan påverkas gäller det att vi och besöksnäringen är lyhörda och omfamnar de nya krav som ställs på oss. Vi på VisitSweden har därför under våren börjat göra strategiska förändringar och tar fram nya digitala och sociala verktyg för vår kommunikation. Till exempel ett nytt kommunikationskoncept och en ny kanalstrategi för att på nya sätt nå våra målgrupper. Nya arbetsformer tillsammans med besöksnäringen och VisitSwedens professionella medarbetare gör det möjligt att skapa konkurrensfördelar av denna digitala transformering.

Marknadsföringen har fått förnyad kraft i och med att regeringen i juni beslöt att totalt 70 miljoner kronor i extra medel ska tillföras VisitSweden mellan 2015 och 2017. Resurserna kommer att användas till att öka och etablera marknadsinsatser för att attrahera fler resenärer från bland annat södra Kina och Indien. Utöver flera andra marknadsaktiviteter har vi kunnat starta kampanjer inför säsongen för att få endagsbesökare från Norge och Finland att göra övernattningar i Sverige.

De pågående Sverigekampanjerna, som är några av det hundratal kampanjer och andra aktiviteter som VisitSweden gör årligen, har gett bra effekt. All marknadsföring har ett starkt målgruppsfokus och nya analyser av den prioriterade målgruppen Den globala resenären har under våren förfinat kampanjerna genom fördjupad kunskap om internationella besökares drivkrafter att resa till Sverige.

Bolaget ska leverera ett resultat i balans. Under första halvåret ökade VisitSwedens intäkter till 127,5 miljoner kronor, med ett resultat på 12 miljoner kronor.

Samarbetet med svensk besöksnäring fortsätter att utvecklas och allt fler partners ser möjligheten i internationell marknadsföring av Sverige som resmål. Det är i utlandet som potentialen finns.

Thomas Brühl, vd VisitSweden

Delårsinformation

Allmänt om verksamheten

Kommunikationsbolaget VisitSweden marknadsför Sverige utomlands som varumärke och som destination. Genom marknadsföring som är effektiv och som skapar nyfikenhet ska Sverige lyckas nå fler internationella resenärer i hård konkurrens med andra länder och destinationer. Grunden i marknadsföringen är täta samarbeten med svensk besöksnäring och med företag och organisationer i andra branscher som vill dra nytta av och stärka Sveriges goda rykte. VisitSweden bedriver Sverigemarknadsföring via 12 utlandskontor, vid sidan av huvudkontoret i Stockholm.

VisitSweden ägs av svenska staten genom Näringsdepartementet till 50% och svensk besöksnäring genom Svensk Turism AB till 50%. Svensk Turism AB ägs av 170 företag och organisationer som i sin tur representerar över 10 000 företag i den svenska besöksnäringen.

Väsentliga händelser under perioden

I juni 2015 fattade riksdagen det slutgiltiga beslutet om statens budget för 2015. Riksdagen har beslutat att tilldela extra medel till VisitSweden om 30 miljoner kronor under 2015, i tillägg till de tidigare beslutade statliga medlen om 110 miljoner kronor för år 2015, och därefter 20 miljoner kronor per år till och med år 2017, ett totalt tillägg om 70 miljoner kronor.

Den 21 april hölls årsstämma där balans- och resultaträkningen för koncernen fastställdes för verksamhetsåret 2014. På stämman omvaldes styrelseledamöterna Peter Clason, Anders Eslander, Mats Forslund, Elisabeth Gauffin, Magnus Nilsson, Jari Virtanen och Eva Östling. Till suppleant omvaldes Patric Sjöberg. Till ny ledamot valdes Kristina Ekengren. Till ny suppleant valdes Niclas Sjögren Berg. Elisabeth Gauffin omvaldes till styrelsens ordförande.

Årsstämman fattade beslut om att för tiden intill slutet av nästa årsstämma som revisor utse det registrerade revisionsbolaget PriceWaterhouseCoopers AB med ansvarig revisor Ann-Christine Hägglund.

Besöksvolym

De utländska turisterna ökar i Sverige. Antalet kommersiella utländska gästnätter under perioden januari – juni uppgick till 5 692 605, vilket är en ökning med 8,0% jämfört med 2014. Den största procentuella ökningen står Kina för med +21,8%, motsvarande totalt 98 236 gästnätter under perioden. Flest gästnätter kommer från Norge med 1 102 685 gästnätter (1 076 961) samt Tyskland med 898 279 gästnätter (861 826). De ryska gästnätterna minskade med 33,3% till 79 009 (118 479), vilket kan förklaras av en svagare rysk rubel och en svag ekonomisk utveckling i Ryssland.

Omsättning och resultat

Koncernens intäkter för perioden ökade till 127 563 tkr (108 137) vilket beror på ökade statliga medel samt ökade intäkter i bolagets kommunikationsprojekt i framför allt Norge, USA, Tyskland och Finland. Kostnaderna för marknadsföring ökade till 71 892 tkr (54 680), vilket beror på tidigareläggning av

projekt jämfört med tidigare år. Övriga externa kostnader uppgick till 11 419 (11 255) och personalkostnader till 31 119 tkr (31 415). Rörelseresultatet ökade till 12 014 tkr (9 823). Motsvarande siffror för moderbolaget är en ökad omsättning till 86 511 tkr (82 746) vilket beror på ökade statliga medel, kostnader för marknadsföring om 50 995 tkr (47 711), övriga kostnader 5 905 tkr (6 128), personalkostnader 16 576 tkr (18 119) och ett rörelseresultat om 11 964 tkr (9 929).

Finansiell ställning och kassaflöden

Det egna kapitalet uppgick till 37 642 tkr (34 188) för koncernen och 34 051 tkr (31 545 tkr) för moderföretaget. Soliditeten uppgick till 33,7 procent (36,7) för koncernen och 58,8 procent (54,3) för moderföretaget. Koncernens förändring av likvida medel uppgick för perioden januari - juni 2015 till -14 297 tkr (-2 264) varav den löpande verksamheten -14 391 tkr (170). De statliga tilläggsmedlen om 15 miljoner kronor för perioden rekvirerades och utbetalades under juli månad och har därför inte ingått i periodens kassaflöde.

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

VisitSwedens riskhanteringsarbete syftar till att identifiera risker som kan påverka koncernens förmåga att utföra sitt uppdrag, eller negativt påverka VisitSwedens eller Sveriges varumärke. Genom att arbeta strukturerat med risker och riskhantering säkerställer VisitSweden en god intern styrning och kontroll. VisitSweden har identifierat att de största riskerna finns inom områdena operationella risker, finansiella risker och omvärldsrisker.

För en fullständig redogörelse av de risker som påverkar koncernen hänvisas till årsredovisningen för 2014. Inga nya väsentliga risker bedöms ha tillkommit.

Förväntad framtida utveckling

De tilläggsmedel som riksdagen beslutade om i juni 2015 visar tilltron till den svenska besöksnäringen och till de kommunikationsaktiviteter som bedrivs av VisitSweden. De nya medlen kommer att användas till satsningar på internationell kommunikation och strategiska investeringar på kort och lång sikt. Medlen kommer att användas till att bidra till en fortsatt tillväxt i svensk besöksnäring.

VisitSweden lämnar inga externa prognoser.

Medarbetare

Vid utgången av juni månad hade koncernen 82 (90) anställda. Omräknat motsvarar detta 75 (81) heltidstjänster. Vid utgången av perioden var medelåldern 41 (40) år och andelen kvinnor och män var 70 (71) respektive 30 (29) procent.

Hållbarhet

Hållbarhet är en integrerad del av VisitSwedens arbete. Bolaget har fastslagit hållbarhetsmål inom områdena miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet.

För ytterligare information om VisitSwedens hållbarhetsarbete hänvisas till årsrapporten 2014.

Transaktioner med närstående

Inga transaktioner har ägt rum mellan VisitSweden och närstående.

Väsentliga händelser efter periodens utgång

Inga väsentliga händelser har inträffat efter periodens utgång.

Beträffande moderföretagets och koncernens resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar, kassaflödesanalys och noter.

RESULTATRÄKNINGAR (Tkr)	Not	Koncernen		Moderföretaget	
		2015-01-01	2014-01-01	2015-01-01	2014-01-01
		2015-06-30	2014-06-30	2015-06-30	2014-06-30
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	3	127 563	108 137	86 511	82 746
		127 563	108 137	86 511	82 746
Rörelsens kostnader					
Marknadsföring		-71 892	-54 680	-50 995	-47 711
Övriga externa kostnader		-11 419	-11 255	-5 905	-6 128
Personalkostnader		-31 119	-31 415	-16 576	-18 119
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-1 119	-964	-1 071	-859
Rörelseresultat		12 014	9 823	11 964	9 929
Resultat från finansiella poster					
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar		-	-398	-	-368
Övriga ränteintäkter och liknande intäkter		22	4	19	-
Räntekostnader och liknande kostnader		-42	-43	-39	-41
Resultat efter finansiella poster		11 994	9 386	11 944	9 520
Skatt på årets resultat		-43	-25	-	-
ÅRETS RESULTAT		11 951	9 361	11 944	9 520
Hänförligt till:					
Moderföretagets aktieägare		11 951	9 361	11 944	9 520

BALANSRÄKNINGAR (Tkr)	Koncernen		Moderföretaget	
	2015-06-30	2014-06-30	2015-06-30	2014-06-30
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar				
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	2 507	4 022	2 507	4 022
	2 507	4 022	2 507	4 022
Materiella anläggningstillgångar				
Inventarier	563	1 300	444	1 105
	563	1 300	444	1 105
Finansiella anläggningstillgångar				
Andelar i koncernföretag	-	-	814	814
Andelar i intresseföretag och joint ventures	2	2	2	2
Fordringar hos intresseföretag och joint ventures	376	376	376	376
Depositioner	159	299	131	131
	537	677	1 323	1 323
Summa anläggningstillgångar	3 607	5 999	4 274	6 450
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar				
Kundfordringar	15 022	12 207	4 944	3 386
Fordringar hos intresseföretag och joint ventures	-	-	14 604	12 784
Aktuella skattefordringar	117	-	10	27
Övriga fordringar	4 346	2 739	1 798	2 366
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	75 247	44 846	28 313	18 427
	94 732	59 792	49 669	36 990
Kassa och bank	13 219	27 262	4 008	14 605
Summa omsättningstillgångar	107 951	87 054	53 677	51 595
SUMMA TILLGÅNGAR	111 558	93 053	57 951	58 045

BALANSRÄKNINGAR (Tkr)	Koncernen		Moderföretaget	
	2015-06-30	2014-06-30	2015-06-30	2014-06-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Aktiekapital (1 000 000 aktier)	10 000	10 000	10 000	10 000
Övrigt tillskjutet kapital	15 691	14 827	12 107	12 025
Annat eget kapital inklusive årets resultat	11 951	9 361	11 944	9 520
Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare	37 642	34 188	34 051	31 545
Summa eget kapital	37 642	34 188	34 051	31 545
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder	11 622	5 253	3 802	1 550
Övriga kortfristiga skulder	1 801	859	1 028	1 157
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	60 493	52 736	19 070	23 793
	73 916	58 865	23 900	26 500
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	111 558	93 053	57 951	58 045
POSTER INOM LINJEN				
Ställda säkerheter, hyresdepositioner	159	299	131	131
Ansvarsförbindelser	-	-	-	-

KASSAFLÖDESANALYSER (Tkr)	Koncernen		Moderföretaget	
	2015-01-01 2015-06-30	2014-01-01 2014-06-30	2015-01-01 2015-06-30	2014-01-01 2014-06-30
Den löpande verksamheten				
Rörelseresultat	12 014	9 823	11 964	9 929
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:				
Avskrivningar	1 119	964	1 071	859
Omräkningsdifferens	-54	97	-	-
Erhållen ränta	22	4	19	-
Erlagd ränta	-42	-43	-39	-41
Betald inkomstskatt	-174	-85	-41	-10
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	12 885	10 760	12 974	10 737
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital				
Minskning(+)/ökning(-) av övriga kortfristiga fordringar	-43 833	-31 230	-28 250	-18 852
Minskning(-)/ökning(+) av övriga kortfristiga skulder	16 557	20 640	2 638	2 987
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-14 391	170	-12 638	-5 128
Investeringsverksamheten				
Förvärv av dotterföretag	-	-	-	-7
Försäljning av intressebolag	-	732	-	732
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-	-3 342	-	-3 342
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-58	-	-	-
Depositioner	152	176	-	91
Kassaflöde från investeringsverksamheten	94	-2 434	0	-2 526
Årets kassaflöde	-14 297	-2 264	-12 638	-7 654
Likvida medel vid periodens början	27 516	29 526	16 646	22 259
Likvida medel vid periodens slut	13 219	27 262	4 008	14 605

Not 1 Allmän information

V.S. VisitSweden AB med organisationsnummer 556500-7621 är ett aktiebolag registrerat i Sverige med säte i Stockholm. Adressen till huvudkontoret är Box 3030, 103 61 Stockholm. Företaget och dess dotterföretag ("koncernens") verksamhet omfattar att på övergripande nivå och med en sammanhållen profil, utomlands marknadsföra svenska destinationer och Sverige som turistland samt att bedriva därmed förenlig verksamhet.

Not 2 Redovisningsprinciper och värderingsprinciper

Delårsrapporten har upprättats i överensstämmelse med årsredovisningens bestämmelser. Samma redovisningsprinciper och beräkningsmetoder har använts i delårsrapporten som i senaste årsredovisningen.

Not 3 Nettoomsättningens fördelning

Nettoomsättning per verksamhetsgren	Koncernen		Moderföretaget	
	2015	2014	2015	2014
Intäkter från staten	69 912	59 952	69 912	59 952
Matlandet särskilda medel	-	3 420	-	3 420
Matlandet övriga intäkter och tillfälliga medel	-	1 199	-	1 199
Intäkter från övriga	57 651	43 566	16 599	18 175
Summa	127 563	108 137	86 511	82 746

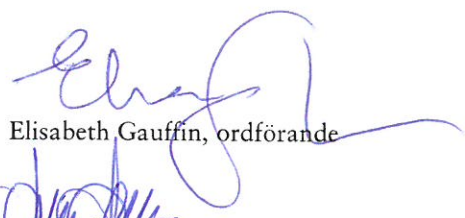
Not 3, forts från föregående sida

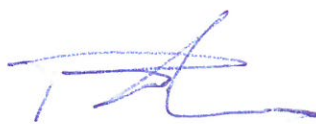
Nettoomsättning per geografisk marknad	Koncernen		varav statlig finansiering	
	2015	2014	2015	2014
Danmark	8 197	7 758	5 113	4 570
Finland	9 257	6 092	4 248	3 168
Frankrike	2 091	1 950	1 340	1 444
Italien	3 735	1 406	1 139	942
Kina	2 037	1 527	1 398	1 164
Nederländerna	3 880	3 172	1 970	2 005
Norge	14 206	6 204	5 063	3 610
Ryssland	4 534	3 742	2 467	2 051
Spanien	2 136	1 877	1 151	1 228
Storbritannien	6 513	5 134	4 030	3 118
Tyskland	17 336	10 840	5 536	4 216
USA	10 241	6 760	3 666	3 347
Övergripande marknadsföring	26 782	29 231	16 173	11 264
Matlandet medel och övriga intäkter	-	4 619	-	3 420
Finansiering gemensamma kostnader Stockholm	16 618	17 825	16 618	17 825
Summa	127 563	108 137	69 912	63 372

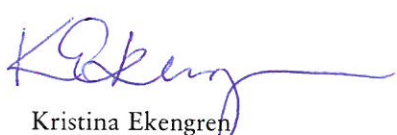
Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av moderbolagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som företaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Delårsrapporten har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor.

Stockholm den 31 augusti 2015

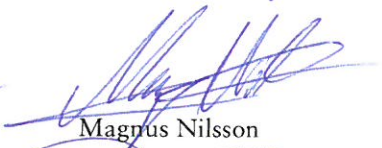

Elisabeth Gauffin, ordförande


Peter Clason


Kristina Ekengren

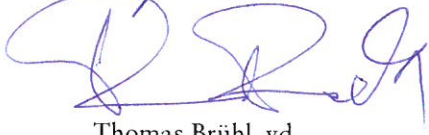

Anders Eslander


Mats Forslund


Magnus Nilsson


Jari Virtanen


Eva Östling


Thomas Brühl, vd