

Delårsrapport
1 januari – 30 september
2023

Delårsrapport

för perioden 1 januari – 30 september 2023

V.S. VisitSweden AB

556500-7621

Innehåll

Delårsrapport 1 januari – 30 september 2023	4
Nyckeltal	4
Vd-ord	5
Verksamhet och marknad	7
Vår marknadsföring	8
Finansiell utveckling	9
Omsättning och resultat juli–september 2023	9
Omsättning och resultat januari–september 2023	9
Likviditet och kassaflöde januari–september 2023	9
Andra viktiga förhållanden	10
Händelser efter balansdagen	10
Medarbetare	10
Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer	10
Transaktioner med närstående	10
Hållbarhet	10
Moderbolaget	10
Koncernens resultaträkning	11
Koncernens rapport över totalresultat	11
Koncernens balansräkning	12
Koncernens rapport över förändring i eget kapital	13
Koncernens rapport över kassaflöden	14
Moderbolagets resultaträkning	15
Moderbolagets balansräkning	16
Noter till den finansiella rapporten	17
Styrelsens intygande	18
Information	19



Foto: Visit Sweden/imagebank sweden.se

Delårsrapport 1 januari – 30 september 2023



Foto: Visit Sweden/imagebank-sweden.se

FAM trip på temat Spellbound by Sweden med researrangörer som arbetar med den nederländska, belgiska, brittiska och tyska marknaden.

Tredje kvartalet: 1 juli – 30 september

- Totala intäkter uppgick till 24 023 TSEK (33 930)
- Rörelseresultatet uppgick till 689 TSEK (-624)
- Periodens resultat uppgick till 564 TSEK (-743)
- Resultat per aktie uppgick till 0,56 SEK (0,74)

Perioden: 1 januari – 30 september

- Totala intäkter uppgick till 82 541 TSEK (117 214)
- Rörelseresultatet uppgick till 1 549 TSEK (2 938)
- Periodens resultat uppgick till 1 327 TSEK (2 630)
- Resultat per aktie uppgick till 1,33 SEK (2,63)

Nyckeltal

(TSEK)	2023 jul-sep	2022 jul-sep	2023 jan-sep	2022 jan-sep	2022 helår
Totala intäkter	24 023	33 930	82 541	117 214	160 675
Rörelseresultat	689	-624	1 549	2 938	989
Resultat före skatt	597	-741	1 327	2 592	540
Periodens resultat	564	-743	1 327	2 630	578
Rörelsemarginal, %	2,87 %	-1,84 %	1,88 %	2,51 %	0,62 %
Balansomslutning (balansdagen)			88 891	89 980	64 422
Eget kapital			21 378	22 193	19 964
Soliditet, %			24,05 %	24,66 %	30,99 %
Avkastning på eget kapital, %			6,21 %	11,85 %	2,90 %
Medelantal anställda	48	47	48	48	48

Vd-ord

Foto: Jonas Borg



Goda effekter i turbulenta tider

Den senaste tiden har varit en turbulent period för Sverige, för svensk besöksnäring och för Visit Sweden. Den nationella terrorhotnivån för landet Sverige har stigit. Flera länder, bland annat Storbritannien som är en av Visit Swedens fokusmarknader, har utfärdat striktare reserekommendationer för medborgare som tänkt besöka Sverige. Detta har skapat ökad oro för att Sveriges anseende i världen kan komma att försämrats, något som blivit en ämnesfråga för politiker, näringslivsrepresentanter, investerare och medier.

Den svenska regeringen presenterade den 20 september höstpropositionen för 2024. Där föreslås att det nuvarande turismpolitiska målet tas bort och att turism i stället integreras i målen för regeringens övergripande näringspolitik. Vad de föreslagna ändringarna i praktiken innebär, analyseras nu inom Visit Sweden och med berörda externa parter. De medel som bolaget erhållit under år 2021–2022 (20 MSEK för respektive år) för Svemesteruppdraget beviljades inte för 2023 och bolagets skyldighet att använda medel till marknadsföringsinsatser för inhemsk turism upphörde.

Effekter

Den turistiska bilden av Sverige är idag stark och är en motvikt till andra mer negativa bilder. Den bidrar till att skapa en mer balanserad och nyanserad bild av Sverige som helhet och det är nödvändigt att fler inom politiken och det svenska näringslivet förstår vikten av detta.

Under den aktuella perioden har Visit Sweden framgångsrikt bedrivit aktivt PR-arbete om bolagets uppdrag, något som genererat betydande synlighet nationellt. Med över 180 publicerade artiklar har vi nått ut till en stor publik med en räckvidd* på 6,63 miljoner människor. Detta har inte bara ökat medvetenheten om Visit Sweden som bolag utan även om vikten av Sverige som turistdestination, samt genererat ett nationellt PR-värde** på 8,8 miljoner kronor. I dessa artiklar lyfts bland annat vikten av att visa på en positiv bild av landets turistiska utbud internationellt då den positiva resmålsbilden av Sverige kan stå som motvikt mot de nya negativa narrativen om landet.

Vårt traditionella PR-arbete för resmålet Sverige slog under kvartal tre ett 'all time high' på våra fokusmarknader då det publicerades 1 588 artiklar, en ökning med 77 procent jämfört med samma period föregående år. Detta är ett resultat av bolagets långsiktiga PR-arbete och relationsskapande som bedrivits de senaste åren.

Några av Visit Swedens övriga leveranser under årets tredje kvartal, som framgångsrikt skapat goda effekter för det svenska näringslivet, är:

- Kampanjen "Autumn in Sweden"
- Förstudien "Svensk kulturturism 2023", ett samarbetsprojekt som skapats tillsammans med Tillväxtverket, har överlämnats till Kulturdepartementet

* Uträknat av mediabyrån Cision och beskriver hur många potentiella mottagare som tagit del av budskapet. Antalet redaktionella artiklar som budskapet medverkat i, publikationernas upplagor, antalet läsare samt nätverksstorlek och antalet visningar i sociala medier.

** Uträknat av mediabyrån Cision och baseras på artikelstorlek/antalet följare, varumärkesexponering och hur positiv artikeln är i förhållande till vad det skulle kosta att köpa exponering

- Ett inspirations-webbinarium om marknadsföring, generativ AI, generation Z samt Visit Swedens planer för 2024 som attraherade närmare 600 anmälda deltagare.

Nordisk samverkan på långväga marknader

De nordiska turismorganisationerna har en lång tradition av att samarbeta. Marknadsföringsaktiviteter på långväga marknader har länge varit en del av det nordiska samarbetet. Under september genomfördes Nordic Roadshow till Seattle, New York, Toronto samt Nordic Workshop i Frankfurt, där strax över 260 researrangörer och reseagenter mötte svenska säljare. I början av hösten lanserades även den gemensamma kampanjen "Reboot China". Bolaget har även bjudit in samtliga nordiska nationella turismorganisationer till två möten i syfte att intensifiera arbetet med att attrahera fler globala resenärer till Norden.

Goda resultat med viss återhållsamhet

Visit Swedens finansiella resultat (1 327 TSEK) för årets första nio månader är positivt och i nivå med ägarens uppsatta ekonomiska mål som därmed uppnås med god marginal genom en rörelsemarginal på +1,88 % (mål >0,5 %) och en soliditet på 24,05 % (mål 20-35 %). Perioden har inneburit en återhållsamhet gällande bolagets kostnader då ambitionen har varit att kunna genomföra extra initiativ under årets sista kvartal. Detta är en del av vår strävan att kunna arbeta agilt, skapa ytterligare ekonomisk trygghet för bolaget i en osäker tid samt säkra medel för att kunna göra extra satsningar för en näring som starkt påverkats av den höga inflationen.

Turismnäringen hårt drabbad

Läget för näringslivet har varit och förväntas fortsätta vara påfrestande då energipriser, räntor och inflation har lett till att konkurserna i Sverige under det pågående året har nått de högsta nivåerna på över ett decennium. Det är särskilt oroande för branscher med små marginaler och turismnäringen är en av de som är särskilt hårt drabbad. Turismnäringen, som utmanades hårt under pandemin, har den senaste tiden således stått inför ännu en tuff verklighet.

Sammanfattningsvis är det en utmanande tid för landet Sverige och det svenska näringslivet. Visit Sweden är dock förberedda och vi kommer att fortsätta vara innovativa, flexibla och lyhörda gentemot marknadens behov. Vårt uppdrag med att marknadsföra Sverige som resmål har aldrig känts mer relevant än nu – och vi på Visit Sweden tycker att Sverige, och det vårt avlånga land har att erbjuda, är fantastiskt!

Susanne Andersson

Vd Visit Sweden

Verksamhet och marknad

Om Visit Sweden

V.S. VisitSweden AB (Visit Sweden) är moderbolag i koncernen Visit Sweden, ett aktiebolag som från och med 2020 ägs till 100 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.

Visit Swedens övergripande mål är att Sverige ses som världens mest attraktiva resmål - genom att leda mot ett mer medvetet resande. Visit Swedens affärsplan, som fastställdes under 2022, bygger på hållbara mål och strategier för värdeskapande leverans till ägare och intressenter.

Visit Sweden arbetar centraliserat och nära valda fokusmarknader. Verksamheten är, utöver Sverige, genom representa-

tion eller dotterbolag etablerad i sju länder; Storbritannien, Tyskland, USA, Kina, Frankrike, Nederländerna och Indien.

Visit Swedens grundfinansiering kommer från ett statligt anslag och syftar till att finansiera samhällsuppdraget – att marknadsföra resmålet Sverige. Enligt statens budget 2023 Rambeslut (beslut den 22 december 2022) Utgiftsområde 24 Näringsliv*, lämnade ägaren ett grundanslag till Visit Sweden på 104 613 TSEK (124 613) för året 2023. Anslaget är 20 MSEK lägre än 2021 och 2022 pga att ägaren ej beviljade extra-anslaget gällande Svemester för 2023.

I november 2021 fastställdes ägarens ekonomiska mål och uppdragsmål för Visit Sweden och antogs vid bolagsstämman för första gången den 26 april 2022. Utöver dessa mål har bolaget definierat strategiska mål för ett hållbart värdeskapande. För målluppfyllelse se nedan tabell.

*) Dnr 2022/02418 och 2022/02446

Strategiska mål för ett hållbart värdeskapande samt ekonomiska mål och uppdragsmål

Konkurrenskraftig besöksnäring	Mål	Mätning (årligen, december)	Mål 2025/2030	Resultat 2023 (2022)
Upplevd affärsnytta av Visit Swedens marknadsföringsåtgärder i hela landet*	Ökad affärsnytta	Undersökning bland besöksnäringens intressenter, privata och offentliga	2025: 7/10 2030: 8/10	n/a (6,6)
Visit Sweden arbetar med effektiva kommunikationskanaler*	Uppfattas som ledande och drivande inom turismens utveckling	Intressentdialog bland besöksnäringens intressenter, privata och offentliga	2025: 7/10 2030: 7.5/10	n/a (6,6)
Attraktionskraft för destination Sverige	Mål	Mätning (varannat år)	Mål 2025/2030	Resultat 2023 (2021)
Intresset av att besöka Sverige ska öka*	Ökat intresse av att besöka Sverige hos internationella resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Mätningen genomförs enligt Visit Swedens "BrandTracking"	2025: 65 % 2030: 70 %	57 % (62 %)
	Ökat intresse av att besöka Sverige hos svenska resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Mätningen genomförs enligt Visit Swedens "BrandTracking"	2025: 64 % 2030: 66 %	62 % (61 %)
Ett välmående och hållbart bolag	Mål	Mätning (kvartalsvis)	Mål 2025/2030	Resultat 2023 (2022)
Medarbetare upplever att Visit Sweden erbjuder en attraktiv arbetsplats	Stadigt över årligt index**	Mätning i HR-process	Årligt mål 2023: >7,5	8,2 (7,9 helår)
Visit Sweden arbetar proaktivt för att framtidssäkra vår organisation	a) Alla medarbetare använder Visit Sweden Academy	a) Nyttjandegrad Visit Sweden Academy	a) Årligt mål: 100 %	73,0 % (n/a)
	b) Alla medarbetare arbetar mot individuella mål	b) Efterlevande av Visit Swedens målprocess (HR)	b) Årligt mål: 100 %	76,5 % (n/a)
Långsiktig ekonomisk stabilitet	Soliditet***	Beräkning: Justerat eget kapital/Balansomslutning	Årligt mål: 20–35 %	24,05 % (24,66 %)
	Rörelsemarginal***	Beräkning: Rörelseresultat/totala intäkter	Årligt mål: >0,5 %	1,88 % (2,51 %)

*) Uppdragsmål

**) Årligt index enligt medarbetarverktyget Winningtemp

***) Ekonomiska mål



Från en av många pressresor som Visit Sweden arrangerat under året. Här med journalister från Tyskland och Nederländerna.

Vår marknadsföring

Visit Sweden kommunicerar med målgruppen varje dag via egna digitala kanaler och köpt media. Vi följer med noggrannhet vad målgruppen, den globala resenären, söker efter på bland annat Google för att producera relevant och engagerande innehåll till våra webbplatser, sociala kanaler, köpt sök, nytt bild- och videomaterial, i syfte att stärka Sverige som resmål på kort och lång sikt.

När september summeras konstateras att bolagets arbete med den förtjänade, icke köpta, räckvidden i digitala kanaler har gett goda resultat med bibehållen räckvidd, engagemang samt en tillväxt med 2,9 procent av följare på våra sociala kanaler. Visit Swedens webbplatser, som är navet i bolagets kommunikation till slutkonsumenter, visar ökat antal sidvisningar, sessioner samt en stor ökning av förtjänad, icke köpt, sök och direkt trafik. Unika besökare på Visit Swedens hemsidor har ökat med 25 procent jämfört med förra året och av dessa är 33 procent kvalitativa besökare* vilket är 3 procent högre än satta mål.

Inom PR fortsätter det långsiktiga arbetet med att öka intresset hos målgruppen att välja Sverige på sin semester. Genom större kreativa PR-drivna kampanjer och kontinuerligt arbete med att lyfta nyheter från hela resmålet Sverige över året skapar Visit Sweden ett ökat intresse hos journalister att skriva om resmålet Sverige.

Under kvartal tre har Visit Sweden fortsatt den kontinuerliga bearbetningen av journalister och 82 pressbesök genomfördes till bland annat Västsverige, Swedish Lapland, Stockholms

skärgård, Östergötland, Skåne och Gotland. För perioden januari-september har Visit Sweden genomfört 202 pressresor runt om i hela landet, vilket är 18 fler än samma period förra året. Som en effekt av bolagets långsiktiga arbete har totalt 3 758 (2 364) artiklar publicerats på valda fokusmarknader.

I vissa av Visit Swedens aktiviteter erbjuds partners att förstärka Sverigemarknadsföringen genom utvalda skalbara erbjudanden. I dessa finansierar Visit Swedens partners sin egen synlighet och under 2023 är fokus bland annat erbjudanden inom olika forum för affärsmöten och marknadsbearbetning av researrangörsled.

Under september genomfördes Nordic Workshop i Frankfurt tillsammans med Visit Finland, Visit Denmark, Visit Norway, Visit Iceland och Visit Greenland där Sverige deltog för första gången. Under workshopen möttes 87 researrangörer från de tyskspråkiga marknaderna och 88 aktörer inom besöksnäringen. Från Sverige deltog 14 partners, såväl regionala turistorganisationer och destinationer som företag från besöksnäringen och 85 förbokade möten genomfördes. Undersökningen om kundnöjdhet (NKI**) hos Visit Swedens deltagande partners uppmätte ett resultat om 7,3/10.

I mitten av september genomfördes Nordic Roadshow i USA. Även detta var ett samarrangemang med övriga Norden. Under tre dagar besökte tio svenska partners Seattle, New York och Toronto och mötte totalt 175 researrangörer och reseagenter. Visit Swedens deltagande partners kundnöjdhet (NKI**) uppmättes till 7,5/10.

*) Kvalitativa besökare mäts baserat på antal sidvisningar (fler än 2 sidor) och spenderad tid (längre än 10 sekunder).

**) Nöjd kund index (NKI) är ett internationellt etablerat och standardiserat sätt att mäta kundnöjdhet på en 0-10 gradig skala där medelvärde nöjda kunder har ett NKI-värde mellan 6,5-7,5. Visit Sweden strävar efter en kundnöjdhet på över 7,5.

Finansiell utveckling

Omsättning och resultat juli–september 2023

Totala intäkter för tredje kvartalet uppgick till 24 023 TSEK (33 930), en minskning med 29 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Minskningen av intäkter beror på det ej beviljade extraanslaget för Svemester (föregående år 2 570 TSEK för kvartalet, 20 000 TSEK för helåret), ej intäktsfört omställningsbidrag (föregående år 4 299 TSEK), samt minskning av den externa finansieringen som uppgick till 2 371 TSEK (4 043).

Det statliga grundanslaget uppgick till 21 604 TSEK (25 419 inkl Svemester för motsvarande period föregående år) och externa intäkter uppgick till 2 371 TSEK (4 043).

Rörelseresultatet för tredje kvartalet uppgick till 689 TSEK (-624), en ökning med 1 313 TSEK jämfört med tredje kvartalet föregående år. Det högre resultatet för kvartalet beror främst på att intäkter och kostnader är mer jämnt fördelade över året, jämfört med föregående år där intäkterna till större del var hänförliga till det första halvåret.

Tredje kvartalets resultat uppgick till 564 TSEK (-743). Resultat per aktie uppgick till 0,56 kronor (-0,74).

Omsättning och resultat januari–september 2023

Totala intäkter för perioden uppgick till 82 541 TSEK (117 214), vilket är en minskning med 30 procent jämfört med samma period föregående år. Minskningen av intäkter beror på det ej beviljade extraanslaget för Svemester (föregående år 10 404 TSEK för perioden, 20 000 TSEK för helåret), minskning av intäktsfört omställningsbidrag som uppgick till 2 367 TSEK (9 552) samt minskning av den externa finansieringen som uppgick till 11 255 TSEK (19 094).

Det statliga grundanslaget uppgick till 68 644 TSEK (87 865 inkl Svemester för motsvarande period föregående år) och externa intäkter uppgick till 11 255 TSEK (19 094). Därutöver har 2 367 TSEK (9 552) förbrukats av omställningsbidraget från 2021 och samma belopp har därmed intäktsförts som övriga rörelseintäkter. Omställningsbidraget på totalt 40 000 TSEK som beviljades i december 2019 är därmed helt nyttjat.

Rörelseresultatet för perioden uppgick till 1 549 TSEK (2 938), en minskning med 1 389 TSEK jämfört med samma period föregående år. Det höga positiva resultatet föregående år berodde på högre intäkter i perioden. Till följd av lägre kostnader, såsom externa tjänster är resultatet något högre än det av ägaren uppsatta ekonomiska målet.

Resultatet för perioden uppgick till 1 327 TSEK (2 630). Resultat per aktie uppgick till 1,33 kronor (2,63).

Likviditet och kassaflöde januari–september 2023

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 35 639 TSEK (29 613). Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -95 TSEK (-57), och består bland annat av inköp av monitorer om 174 TSEK. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -3 512 TSEK (-3 199), och utgörs av amortering av leasingskulder enligt IFRS 16. Periodens kassaflöde uppgick till 32 032 TSEK (26 357). Likvida medel vid periodens slut var 68 186 TSEK (59 741).

Andra viktiga förhållanden

Händelser efter balansdagen

Inga väsentliga händelser har skett efter balansdagen.

Medarbetare

Medelantalet anställda i koncernen uppgick för perioden januari-september till 48 (48). Medelåldern var 46 år (46) och andelen kvinnor var 81 procent (76).

Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns ett flertal faktorer som kan påverka Visit Swedens resultat och verksamhet. 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.

Analysen har visat att de största riskerna är kopplade till utmaningar i omvärlden och potentiella händelser som rör varumärket samt förändringar i den politiska agendan som kan påverka anslag och därmed bolagets verksamhet.

En närmare beskrivning av risker och riskhantering återfinns i bolagets årsredovisning för 2022.

Transaktioner med närstående

Visit Sweden ägs till 100 procent av svenska staten och förvaltas av avdelningen för bolag med statligt ägande på Finansdepartementet. Utöver affärsmässiga transaktioner i form av anslag (se not 3 för mer information) har inga ytterligare väsentliga transaktioner med närstående skett under delårsperioden.

Hållbarhet

Hållbarhet är en integrerad del av Visit Swedens arbete inom områdena miljömässig, social och ekonomisk hållbarhet. För ytterligare information om Visit Swedens hållbarhetsarbete hänvisas till bolagets årsredovisning och hållbarhetsredovisning för 2022.

Moderbolaget

Kommentarerna till koncernens siffror är i stort tillämpliga även för moderbolaget.

I moderbolaget bedrivs verksamhet i centrala funktioner och i representationskontor. För att få en fullständig bild av Visit Swedens verksamhet hänvisas till koncernredovisningen.

Koncernens resultaträkning

TSEK	Not	2023 jul-sep	2022 jul-sep	2023 jan-sep	2022 jan-sep	2022 helår
Intäkter		23 975	29 462	79 899	106 959	149 633
Övriga rörelseintäkter		48	4 468	2 642	10 255	11 042
Totala intäkter	3	24 023	33 930	82 541	117 214	160 675
Marknadsföringskostnader		-5 612	-14 998	-26 359	-56 188	-74 660
Övriga externa kostnader		-2 749	-6 154	-8 471	-14 138	-23 683
Personalkostnader		-13 389	-11 755	-41 063	-39 151	-54 837
Avskrivningar och nedskrivningar av immateriella och materiella anläggningstillgångar		-1 261	-1 155	-4 280	-3 504	-4 665
Övriga rörelsekostnader		-324	-493	-821	-1 295	-1 842
Totala kostnader		-23 334	-34 385	-80 993	-113 574	-158 933
Rörelseresultat		689	-624	1 549	2 938	989
Finansiella intäkter		1	–	3	1	4
Finansiella kostnader		-93	-117	-225	-348	-453
Resultat före skatt		597	-741	1 327	2 592	540
Skatt		-33	-2	–	39	38
Periodens resultat		564	-743	1 327	2 630	578
Periodens resultat hänförligt till:						
Moderbolagets aktieägare		564	-743	1 327	2 630	578

Koncernens rapport över totalresultat

TSEK	Not	2023 jul-sep	2022 jul-sep	2023 jan-sep	2022 jan-sep	2022 helår
Periodens resultat		564	-743	1 327	2 630	578
Övrigt totalresultat						
Poster som har eller kan omföras till årets resultat						
Omräkningsdifferenser vid omräkning av utländska verksamheter		73	192	87	340	163
Periodens totalresultat		637	-551	1 414	2 970	741
Periodens totalresultat hänförligt till:						
Moderbolagets ägare		637	-551	1 414	2 970	741

Koncernens balansräkning

TSEK	30 september 2023	30 september 2022	31 december 2022
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	485	948	832
Materiella anläggningstillgångar	449	463	415
Nyttjanderättstillgångar	11 435	14 151	14 184
Långfristiga fordringar	172	227	230
Uppskjutna skattefordringar	381	21	298
Summa anläggningstillgångar	12 922	15 811	15 960
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	1 291	3 000	700
Aktuella skattefordringar	153	76	-
Övriga fordringar	333	591	2 629
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	6 007	10 761	9 031
Likvida medel	68 186	59 741	36 102
Summa omsättningstillgångar	75 969	74 168	48 462
Summa tillgångar	88 891	89 980	64 422
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	10 000	10 000	10 000
Övrigt tillskjutet kapital	1 092	1 092	1 092
Omräkningsreserv	73	163	-14
Balanserade vinstmedel inklusive periodens resultat	10 213	10 938	8 886
Summa eget kapital	21 378	22 193	19 964
Långfristiga skulder			
Långfristiga leasingskulder	6 497	10 146	9 222
Summa långfristiga skulder	6 497	10 146	9 222
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga leasingskulder	4 505	4 103	4 125
Leverantörsskulder	2 853	2 987	15 051
Aktuella skatteskulder	47	42	175
Övriga skulder	4 574	1 647	1 638
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	49 038	48 862	14 249
Summa kortfristiga skulder	61 016	57 641	35 237
Summa eget kapital och skulder	88 891	89 980	64 422

Koncernens rapport över förändring i eget kapital

Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare

TSEK	Aktiekapital	Övrigt till- skjutet kapital	Omräknings- reserv	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 1 januari 2022	10 000	1 092	-177	8 308	19 222
Årets resultat				578	578
Övrigt totalresultat			163		163
Utgående eget kapital 31 december 2022	10 000	1 092	-14	8 886	19 964

Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare

TSEK	Aktiekapital	Övrigt till- skjutet kapital	Omräknings- reserv	Balanserade vinstmedel inkl årets resultat	Totalt eget kapital
Ingående eget kapital 1 januari 2023	10 000	1 092	-14	8 886	19 964
Årets resultat				1 327	1 327
Övrigt totalresultat			87		87
Utgående eget kapital 30 september 2023	10 000	1 092	73	10 213	21 378

Koncernens rapport över kassaflöden

TSEK	2023 jan–sep	2022 jan–sep	2022 helår
Resultat före skatt	1 327	2 592	540
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar och nedskrivningar	4 279	3 504	4 665
Orealiserade kursdifferenser	65	-143	33
Andra ej likviditetspåverkande resultatposter	28	314	321
Betald inkomstskatt	-284	-231	-320
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekaptial	5 415	6 035	5 240
Ökning (-) / Minskning (+) av kundfordringar	-590	-540	1 705
Ökning (-) / Minskning (+) av övriga fordringar	5 334	11 328	10 028
Ökning (+) / Minskning (-) av leverantörsskulder	-12 210	-13 890	-1 825
Ökning (+) / Minskning (-) av övriga skulder	37 690	26 680	-7 536
Kassaflöde från den löpande verksamheten	35 639	29 613	7 612
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-178	-57	-57
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	20	-	-
Tillkommande depositioner	-1	-	-
Återbetalda depositioner	64	-	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-95	-57	-57
Amortering av leasingskulder	-3 512	-3 199	-4 289
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-3 512	-3 199	-4 289
Periodens kassaflöde	32 032	26 357	3 266
Likvida medel vid periodens ingång	36 102	32 621	32 621
Valutakursdifferens i likvida medel	51	762	215
Likvida medel vid periodens slut	68 186	59 741	36 102

Moderbolagets resultaträkning

TSEK	2023 jul–sep	2022 jul–sep	2023 jan–sep	2022 jan–sep	2022 helår
Nettoomsättning	24 331	29 209	81 125	94 390	139 600
Övriga rörelseintäkter	48	4 468	2 642	10 243	11 030
Totala intäkter	24 379	33 677	83 767	104 633	150 630
Marknadsföringskostnader	-9 063	-17 999	-36 641	-53 288	-79 056
Övriga externa kostnader	-3 221	-6 094	-9 545	-14 941	-24 601
Personalkostnader	-10 965	-9 558	-34 472	-32 238	-45 140
Avskrivningar och nedskrivningar av immateriella och materiella anläggningstillgångar	-153	-160	-475	-479	-639
Övriga rörelsekostnader	-325	-473	-815	-1 200	-1 621
Totala kostnader	-23 725	-34 115	-81 946	-101 455	-150 315
Rörelseresultat	654	-607	1 821	2 486	-426
Resultat från andelar i koncernföretag	–	–	–	580	962
Finansiella intäkter	1	–	3	1	4
Finansiella kostnader	-31	-32	-94	-99	-133
Resultat efter finansiella poster	624	-639	1 730	2 968	407
Skatt	–	–	–	–	275
Periodens resultat*	624	-639	1 730	2 968	682

*) Periodens resultat överensstämmer med årets totalresultat

Moderbolagets balansräkning

TSEK	30 september 2023	30 september 2022	31 december 2022
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	485	948	832
Materiella anläggningstillgångar	329	326	282
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	357	390	357
Andra långfristiga fordringar	23	85	85
Uppskjuten skattefordran	282	–	282
Summa anläggningstillgångar	1 475	1 749	1 839
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	1 290	1 127	700
Fordringar hos koncernföretag	53	2 173	–
Skattefordran	153	32	–
Övriga fordringar	275	189	2 559
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	6 555	10 203	9 716
Kassa och bank	67 053	57 356	34 695
Summa omsättningstillgångar	75 380	71 080	47 670
Summa tillgångar	76 855	72 829	49 509
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	10 000	10 000	10 000
Reservfond	1 092	1 092	1 092
	11 092	11 092	11 092
Fritt eget kapital			
Balanserat eget kapital	6 937	6 255	6 255
Periodens resultat	1 730	2 967	682
	8 667	9 223	6 937
Summa eget kapital	19 759	20 315	18 029
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder	2 848	2 372	14 624
Skulder till koncernföretag	1 191	366	2 385
Aktuella skatteskulder	–	66	4
Övriga skulder	4 474	1 480	1 519
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	48 582	48 231	12 948
Summa kortfristiga skulder	57 096	52 514	31 480
Summa eget kapital och skulder	76 855	72 829	49 509

Noter till den finansiella rapporten

Not 1 Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering.

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) sådana de antagits av EU. Vidare tillämpas Årsredovisningslagen och Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner.

Moderbolagets finansiella rapporter är upprättade i enlighet med Årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer.

Upplysningar enligt IAS 34 Delårsrapportering lämnas såväl i noter som på annan plats i delårsrapporten.

Koncernen och moderbolaget har tillämpat samma redovisningsprinciper och beräkningsmetoder som i den senaste årsredovisningen. Beskrivning av väsentliga övergångseffekter vid övergång till IFRS finns beskrivet i den senaste årsredovisningen.

Visit Sweden har valt att under 2023 omrubricera valutakursvinster och valutakursförluster till övriga rörelseintäkter och övriga rörelsekostnader.

Till följd av avrundningar kan differenser i summeringar förekomma i denna delårsrapport.

Not 2 Verkligt värde finansiella instrument

Finansiella tillgångar klassificeras i följande kategorier; upplupet anskaffningsvärde, verkligt värde via resultaträkningen eller verkligt värde via övrigt totalresultat. Klassificeringen genomförs beaktat bolagets affärsmodell för förvaltningen av finansiella tillgångar samt egenskaperna hos de avtalsenliga kassaflödena från den finansiella tillgången. Finansiella skulder klassificeras i följande kategorier; upplupet anskaffningsvärde och verkligt värde via resultaträkningen.

Koncernens samtliga finansiella tillgångar och skulder klassificeras och värderas till upplupet anskaffningsvärde. Koncernen har därmed inga tillgångar eller skulder som löpande redovisas till verkligt värde.

Not 3 Uppdelning av intäkter

Nedan följer en sammanställning över koncernens intäkter för de första tre kvartalen.

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

Verksamhetens intäkter

TSEK	2023 jul-sep	2022 jul-sep	2023 jan-sep	2022 jan-sep	2022 helår
Intäkter från staten – grundanslag	21 604	22 849	68 644	77 461	104 613
Intäkter från staten – särskilt anslag Svemester	–	2 570	–	10 404	20 000
Intäkter från samarbetspartners	2 371	4 043	11 255	19 094	25 020
Totalt	23 975	29 462	79 899	106 959	149 633

Övriga rörelseintäkter

TSEK	2023 jul-sep	2022 jul-sep	2023 jan-sep	2022 jan-sep	2022 helår
Intäkter från staten – omställning	–	4 299	2 367	9 552	10 289
Valutakursvinster	48	169	255	702	753
Övriga rörelseintäkter	0	–	20	–	–
Totalt	49	4 468	2 642	10 255	11 042

Styrelsens intygande

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av moderbolagets och koncernens verksamhet, ställning och resultat.

Signatur enligt bilagda verifikat

Susanne Andersson

Verkställande direktör

På uppdrag av styrelsen

Information

Kommande rapporteringstillfällen:

Årsredovisning

2024-03-31

Har du frågor gällande Visit Swedens delårsrapport, vänligen kontakta:

Susanne Andersson

Verkställande direktör

susanne.andersson@visitsweden.com

Carina Tyberg Sigrell

CFO

carina.tyberg@visitsweden.com

V.S. VisitSweden AB

Org.nr 556500-7621

Postadress:

Box 3030

103 61 Stockholm

Besöksadress:

Slussplan 9

Växel:

08-789 10 00

Läs mer på corporate.visitsweden.com



Granskningsrapport

Till styrelsen i V.S. VisitSweden AB

Org. nr 556500-7621

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapporten) för V.S. VisitSweden AB per den 30 september 2023 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt ISA och god revisionssed i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning 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 har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Stockholm den 26 oktober 2023

KPMG AB

Tomas Mathiesen

Auktoriserad revisor



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