

Visit 
Sweden

Årsrapport
2023

Innehåll

Vilka är Visit Sweden?	3
Vd kommenterar året 2023	4
Året i korthet	6
Spaningar	8
Visit Swedens affärsstrategi och långsiktiga plan	10
Strategiska områden och övergripande mål i affärsstrategin	11
Hållbarhet – aktivt integrerat	13
Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället	15
Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige	16
Välmående och hållbart bolag	19
En framtidssäkrad och stabil verksamhet	21
Risker och riskhantering	24
Årsredovisning 2023	25
Förvaltningsberättelse	27
Koncernens resultaträkning	31
Moderbolagets resultaträkning	35
Noter till de finansiella rapporterna	39
Styrelsens intygande	53
Revisionsberättelse	54
Bolagsstyrningsrapport 2023	57
Styrelse	59
Ledning	63
Hållbarhetsbilagor:	66
Bilaga 1. Om hållbarhetsredovisningen	66
Bilaga 2. Väsentlighetsanalys	67
Bilaga 3. Intressentdialog	68
Bilaga 4. Riskhantering på Visit Sweden	71
Bilaga 5. Total riskmatris Visit Sweden	72
Bilaga 6. Klimatbokslut	73
Bilaga 7. Nyckeltal	75
Bilaga 8. GRI Index	78
Bilaga 9. Revisors översiktliga granskning, hållbarhet	82



Foto: Mascot/Imagebank sweden.se



Foto: Astrakan/imagebank sweden.se

Vilka är Visit Sweden?

Visit Sweden är svenska statens marknadsföringsbolag med uppdrag att genom effektiva kommunikationskanaler marknadsföra hela Sverige som resmål. Genom smart marknadsföring året runt bygger Visit Sweden en positiv bild av Sverige som ökar efterfrågan att vilja resa hit. Med ett starkt Sverigevarumärke som utgångspunkt skapas förutsättningar för ökade exportintäkter och ökad sysselsättning i Sverige. Visit Sweden fungerar som en enande proaktiv kraft som tillsammans med turismbranschen bidrar till att öka Sveriges attraktions- och konkurrenskraft som resmål.

Sedan 2020 ägs Visit Sweden till 100 procent av svenska staten och förvaltas sedan 2022 av Finansdepartementet som säkrar ett långsiktigt värdeskapande bland de statligt ägda bolagen. Visit Sweden är ett aktiebolag med ett statligt samhällsuppdrag och tilldelas medel via Näringsdepartementet.

Vad gör Visit Sweden?

Visit Sweden arbetar långsiktigt och proaktivt med att marknadsföra och stärka Sverige som varumärke. Bolaget når potentiella resenärer världen över och skapar stort genomslag och engagemang i globala kampanjer som utmanar konventionerna inom destinationsmarknadsföring. Det sätter Sverige på kartan. Varje dag påminner vi om vad Sverige har att erbjuda i vår löpande Sverigemarknadsföring till resenärer världen över. Arbetet görs genom sociala mediekanalet och via hundratals stora nationella medier som Le Figaro, Die Welt, BBC, The Sunday Times och Lonely Planet. Vi arbetar också aktivt med flera hundra internationella researrangörer för att de ska marknadsföra och sälja Sverige än mer.

De kunskaper och insikter som Visit Sweden systematiskt samlat över tid, om internationella och nationella målgrupper, marknader och varumärkesutveckling, delas med den svenska besöksnäringen så att de kan omsättas och skapa värde. Tillsammans attraherar vi rätt resenärer till Sverige, de som är medvetna och attraktiva för svensk besöksnäring och Sverige.



Foto: Simon Paulin/imagebank sweden.se

Varför?

Målet är att öka Sveriges attraktions- och konkurrenskraft som resmål i syfte att öka Sveriges exportintäkter, turismkonsumtion och sysselsättning i hela landet över tid.

Turismens betydelse för Sverige

För Sverige är turism och resande en viktig del av samhällsutvecklingen för att attrahera kompetens och kapital. Värdet av turismen driver upp Sveriges totala varu- och tjänsteexport, vilket bidrar till sysselsättning i hela landet. Som platsbunden och personaltät industri har Sveriges turismbransch en stor betydelse för landets tillväxt och bidrar till konsumtion i många andra branscher. Turismen skapar en viktig attraktionskraft för platsen och landet som helhet – för både boende, turister och framtida arbetskraft.



Vd kommenterar året 2023

2023 blev ett år utan pandemi med rejäl återhämtning för svensk besöksnäring, där gästnätterna nu är tillbaka på samma nivåer som innan pandemin. Trots den fina återhämtningen har vi under året sett några orosmoln.

Året som gått har verkligen varit händelserikt med stora svängningar i omvärlden, samtidigt som bolaget har navigerat framgångsrikt och fått bidra till Sveriges position internationellt genom kreativ marknadsföring.

Vi tappar marknadsandelar främst mot Danmark

Europa visar bäst återhämtning inom turism av alla kontinenter, och tar marknadsandelar av det internationella resandet i världen. Men trots fin återhämtning tappar Sverige marknadsandelar av det internationella resandet till Norden. I vårt grannland Danmark växer både den internationella och nationella gästnattsstatistiken i snabbare takt än i Sverige, en påverkande faktor kan vara den långsiktighet som Danmark haft genom större investeringar i landets internationella marknadsföring.

Även tillgängligheten för internationella turister kan vara en påverkande faktor som gör att vårt grannland ser en större ökning av gästnätter. Den internationella tillgängligheten till Kastrup har stärkts jämfört med det för Sverige i särklass viktigaste navet för utländska resenärer: Arlanda. Visit Swedens,

Region Stockholms och Swedavias rapport från året visar en 25-procentig minskning av flyg och flyglinjer till Arlanda mellan 2018 och 2023.

Sverigebilden

Under året höjdes Sveriges terrorhotnivå. Det kan ha påverkat resandet till Sverige, då en av de starkaste reseanledningarna att välja Sverige är att resmålet är tryggt och resan säker, vilket Visit Swedens målgrupp anger i vår målgruppsanalys. Samtidigt som Svenska Institutets undersökningar visar att den generella bilden av Sverige är stabilt positiv, har mediebilden om Sverige varit minst sagt utmanande på sina håll. Den internationella uppfattningen om Sverige, Sverigebilden, har därför oroat och diskuterats flitigt i samhällsdebatten.

Vi sätter Sverige på kartan!

Vårt marknadsföringsarbete, att stärka Sveriges varumärke som resmål och lyfta det fantastiska vi som land har att erbjuda, har aldrig varit viktigare än nu och vi gör allt för att möta den återkommande negativa bilden av Sverige. För att skapa starka varumärken och effektiv marknadsföring,

Sammanfattas forskningen i fyra områden: kreativitet, relevans, räckvidd och frekvens. Visit Sweden visar fina resultat inom två av områdena, kreativitet och relevans. Visit Swedens globala kampanj 2023, "Sweden (not Switzerland)", har från oktober till december genererat enormt stor positiv uppmärksamhet och engagemang globalt. Radio, TV, tidningar, ambassadörer, topp-influencers, nationella sportförbund och inte minst internationella resenärer har visat ett ökat intresse för Sverige och av att vilja resa hit.

Vi ser tusentals positiva kommentarer i våra egna kanaler. För att skapa långsiktig effekt och stärka varumärket Sverige behöver vi kontinuerligt synas utanför våra globala kampanjer genom att öka räckvidd och frekvens. I dagsläget räcker inte Visit Swedens monetära resurser till för att få målgruppen att stanna kvar över tid.

Vi är ett modigt, starkt och kreativt bolag

En stark fördel för Sverige är att Visit Sweden är ett fristående aktiebolag vilket ger en stor möjlighet att vara kreativa och modiga. Detta gjorde till exempel att Visit Sweden 2023 rankades som världens 13:e bästa marknadsföringsbolag av ansedda WARC i rankningen "WARC Media 100", framför många välkända och globalt ansedda företag. Visit Sweden blev även utnämnda till Top 100 Marketing Team Award av OnCon Icon Awards. Att nå ut och nå fram till människor i det globala mediebruset kräver idag mod. Att då kunna ta avstamp från bolagets tydliga uppdrag, att marknadsföra turistlandet Sverige, är en viktig och stor fördel för den effektiva framgången.

2023 års resultat

Visit Swedens omsättning är 124 345 TSEK för verksamhetsåret 2023 och årets resultat är 840 TSEK. Bolaget har därmed uppfyllt de ekonomiska målen för 2023 och levererar en positiv rörelsemarginal om 0,5 procent och en soliditet på 41 procent. Redan nu upplever 7 av 10 bland besöksnäringens intressenter att Visit Sweden bidrar med ökad affärsnytta. Det innebär att vi genom dedikerat arbete redan uppnått ett av uppdragsmålen från ägaren för 2025.

I tillägg till detta stärker Visit Swedens arbete även den positiva Sverigebilden, vilket gynnar såväl besöksnäring som andra svenska näringar. Visit Sweden förstärker svenska företags förmåga genom att kostnadsfritt dela med sig av kunskaper och insikter om marknader, målgrupper och marknadsföring. Visit Swedens arbete stärker indirekt även attraktionskraften för att attrahera nya invånare, kompetenser och investeringar genom att lyfta fram Sveriges förträfflighet. Visit Sweden har år 2023 levererat mycket väl utifrån förutsättningarna tack vare en effektiv organisation, kunniga och engagerade medarbetare samt ett tydligt uppdrag.

Vi står rustade för framtiden

Detta framgångsrika år är ett resultat av fina insatser från alla medarbetare på bolaget. Vi går in i 2024 med stor respekt för den hårdnande internationella konkurrensen och med fokus på att fortsätta på vår inslagna väg. Utvecklingen inom marknadsföring fortsätter att accelerera med hög hastighet, då förutsättningar och verktyg ständigt förändras och endast de företag som kan anpassa sig och skapa värde för sina intressenter kommer att lyckas. Det kommer fortsatt att krävas hårt arbete, nyfikenhet, mod, uthållighet och rätt resurser.

Vi ska fortsätta leverera kreativ kommunikation i världsklass som stärker varumärket och destinationen Sverige. Men för att ta marknadsandelar behöver vi resurser för räckvidd och frekvens, annars kommer Sverige fortsatt tappa marknadsandelar till våra grannländer.

Vårt uppdrag har aldrig känts viktigare än nu, för Sverige är en fantastisk plats som förtjänar att både upptäckas och upplevas av världen!

Susanne Andersson

Vd Visit Sweden

Året i korthet

Räckvidd¹
2,7
miljarder

6,2
miljoner
unika
besökare på
våra webbar

PR-värde
2,5
miljarder

3 400
affärsmöten

251
internationella
pressresor

Visit Swedens arbete – fantastiska resultat!

Sverige syns i världen

Stoltast är vi i bolaget över att vi dag efter dag, 365 dagar om året, ser effekten av vårt arbete med att föra ut berättelsen om Sverige och destinationen Sverige i världen.

Visit Sweden har under 2023:

- via olika marknadsföringsinsatser haft en räckvidd¹ om 2,7 miljarder och uppmätt ett engagemang med över 2,8 miljoner kommentarer, reaktioner och glada tillrop.
- haft över 6,2 miljoner unika besökare på våra webbplatser.
- genom marknadsföringsinsatser skapat 8 155 artiklar som publicerats i 44 länder, med ett PR-värde om 2,5 miljarder kronor. En ökning med 100 procent sedan 2022.
- organiserat 251 internationella pressresor till Sverige.
- arrangerat närmare 3 400 affärsmöten mellan svensk besöksnäring och internationella researrangörer.
- haft närmare 50 000 unika besökare till Visit Swedens Kunskapsbank. En ökning med över 150 procent.
- genomfört sex webinarier till hela turismnäringen där över 2 200 personer tagit del av det värdeskapande kunskapsunderlaget. 8 av 10 anser att innehållet varit värdefullt.
- fortsatt att lyckosamt utmana konventionerna inom destinationsmarknadsföring och befast vår position inom kreativ marknadsföring.

Utmaningar

- Rapporter från svenskt näringsliv, banker och politiker om en försämrad Sverigebild utomlands samtidigt som media rapporterar alltmer negativt om Sverige.
- Terrorhotnivån mot Sverige höjs och flera länder justerar sina reserekommendationer för Sverige.
- Det Turismpolitiska målet tas bort av regeringen som i stället inkluderar turismnäringen i det övergripande näringspolitiska målet att "stärka den svenska konkurrenskraften och skapa förutsättningar för fler jobb i fler och växande företag".

Visit Sweden gör skillnad för Sverige

2023 var ett år då Sverigebildens utmanades av intensifierad desinformation och i årets internationella Nation Brands Index, som bedömer styrkor i 60 nationsvarumärken, tappar Sverige en placering och landar på plats 10. Däremot anses Sverige särskilt attraktivt som turistdestination. Att fortsätta stärka Sveriges positiva delar som attraktivt turismland är därför viktigt för Sverige.

Tillsammans för global synlighet

Vi på Visit Sweden är övertygade om att vi i framtida historieböcker kommer att läsa beskrivningar av hur svensk besöksnäring år 2023 samlades kring ett nationellt API för att säkerställa och öka den globala synligheten av Sverige och svenska besöksnäringssattraktioner. Digitaliseringen har gjort att det går allt snabbare och effektivare, men devisen är fortsatt "syns du inte så finns du inte". Med detta sagt är det viktigare än någonsin att svenska produkter ska finnas tillgängliga enligt rätt standarder på marknadsplatserna runt om i världen, oavsett om det är via sökresultat, stora globala plattformar eller hos nya innovativa tjänster.

Möjligheter

- Turism är en växande basindustri och en lika viktig exportindustri för Sverige som järn, stål eller papper. Enligt SCB står järn och stål för 93 miljarder i exportvärde samtidigt som endast resor står för 91 miljarder.
- Turism är en del av världens största demokratiörelse, eftersom möten mellan människor skapar förståelse och tolerans, sprider tankar, idéer och värderingar. Svensk kultur och svensk demokrati som bygger på fred, öppenhet, jämlikhet och rättvisa är väl värda att dela med sig av. Därför har turism till Sverige aldrig varit viktigare än nu!

¹ Räckvidd är ett mått på hur många av den tänkta målgruppen som har nåtts eller haft förutsättningar för att exponeras av ett budskap. Räckvidd beräknas som antalet personer som haft förutsättning att nås av vårt budskap i någon av våra kanaler och annonser. I detta fall beräknas räckvidden från samtliga kanaler så som artikelupplagor (PR räckvidd), unika besökare på webbplatserna, räckvidd i sociala medier, klick från köpt sök, räckvidd från online video, audio, native annonser och annonsering via online resebyråer, detta både genom vårt löpande arbete och kampanjer. Räckvidden i detta fall är brutto räckvidd, alltså antalet individer som har haft fysiska förutsättningar att kunna se/ ta del av de aktuella enheterna under den avsedda kampanjperioden.

Prisbelönt marknadsföring



Bolaget har under året fortsatt skapa prisbelönt marknadsföring som berör, inspirerar och engagerar. Inte minst genom den senaste kampanjen "Sweden (not Switzerland)".



Visit Sweden fortsätter även att trollbinda världen med prisbelönta skräckberättelsen "Spellbound by Sweden – a chilling nature experience for all senses".

Internationella kommunikationspriser till Visit Sweden

- Eurobest Awards – "reklam-EM": Grand Prix och guld
- Cannes Lions Awards – "reklam-VM": silver
- Epica Awards: silver
- MMG Awards: två guld
- European PR Excellence Awards: vinnare i Content Marketing
- Strategy Awards: vinnare i två av sex kategorier

Utfall, ekonomiska mål och femårsöversikt

TSEK	2023	2022	2021	2020	2019
Totala intäkter	124 345	160 676	175 588	158 030	220 625
Rörelse- resultat	608	989	-2 301	8 758	-3 381
Årets resultat	840	578	-2 924	8 016	-3 602
Rörelse- marginal	0,5%	0,6%	-1,3%	5,5%	-1,5%
Soliditet	41%	31%	25%	29%	25%
Medeltal anställda	48	48	52	59	71

Rörelsemarginal
Mål >0,5 procent

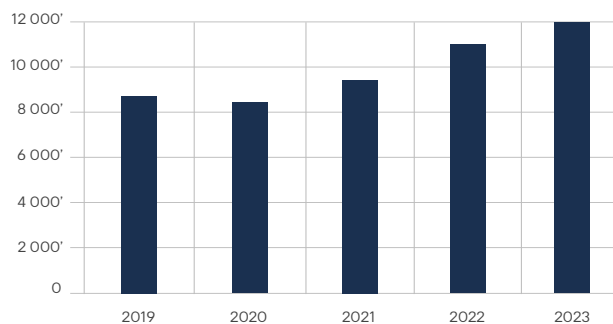
Soliditet
Mål 20-35 procent

Redo för framtiden

Under första kvartalet 2023 slutfördes den omställningsresa bolaget genomfört under två och ett halvt år för att bli ett helstatligt bolag i framkant inom digitala och effektiva strukturer. Visit Sweden har under året fortsatt att förstärka arbetet för ett 'tydligare och modigare ledarskap' genom att implementera förtydligade målprocesser samt arbeta aktivt med ledarskap och medarbetarskap i det löpande arbetet. Under året har Visit Sweden även implementerat en ny uppförandekod, värdegrund, effektiviserat den finansiella rapporteringen, förstärkt IT-säkerheten samt arbetat fram kris- och krigsberedskapsplaner för att vara rätt rustade för framtiden.

Ett urval av spännande händelser under året

- Det internationella googlesökandet om destinationen Sverige är rekordhøgt, med en 40-procentig ökning under kvartal tre 2023, jämfört med tredje kvartalet 2019 enligt nedan graf.



- Visit Sweden rankas som nummer 13 i världen av ansedda WARC Rankings, som i 40 år tillsammans med Kings College bedömt globala marknadsföringskampanjer och företag utifrån kreativitet, media och effekt. Strax före Visit Sweden ligger bland annat IKEA, Adidas, McDonald's och Samsung.
- Kulturturism är en stor potential för Sverige, men finansiering och samordning behövs. Visit Sweden och Tillväxtverket lanserar förstudien kring kulturturismens utvecklingspotential för Sverige.
- Visit Sweden erhåller guldstatus i Funkas Inkluderingsbarometer – <https://www.funka.com/>
- "Så lyckas ni med er hållbarhetskommunikation" blev årets mest besökta Visit Sweden webinarium.
- Sverige ligger på plats 1 av 180 länder i Global Sustainable Competitiveness Index 2023, SolAbility.



Spaningar

Omvärlden förändras snabbt, digitalisering och ny teknik är än viktigare och driver på hastigheten och förmågan att agera och anpassa sin verksamhet. Tillväxtviljan i Sverige är hög i alla branscher och det är fortsatt avgörande för företag och organisationer att vara snabbfotade, lyhörda och förstå sin omvärld för att förbli relevanta.

Dominerande drivkrafter som globalisering, urbanisering och digitalisering, men även demografisk förskjutning och välstånd samt påverkan av klimatförändringar och krig är faktorer som under längre tid påverkat turismindustrin.

Globalt

Globala geopolitiska spänningar växer och en global maktförskjutning från väst till öst ligger i scenariot. Återigen ökar polariseringen där förtroendet mellan stater minskar och i många länders offentliga samtal har desinformation och extremistisk propaganda ökat.

2024 är supervalåret där Finland, USA, EU, Indien och många länder utöver det går till valurnorna. Valresultaten kommer få stor betydelse för den kommande globala utvecklingen.

"Faktaresistens", "infodemi" och "tyckonomi" är fenomen som tilltar och bidrar till en ökad global polarisering där förtroendet för vetenskap och objektiv information minskar samtidigt som vissa grupper tenderar att förlita sig mer på åsikter och subjektiva uppfattningar än på fakta.

Det pågående arbetet med att vara i framkant inom grön teknik och grön omställning där EU, Kina och USA skapar omfattande investeringar, tullar och handelshinder sträcker sig bortom klimatfrågan och handlar nu också om att rädda inhemska företag och arbetstillfällen.

Digitaliseringen fortsätter och tekniken blir mer avancerad inom områden som generativ AI och maskininlärning, säkerhet och övervakningssystem. Tekniken fortsätter att skapa både möjligheter och utmaningar.

Bilden av Sverige

De allra flesta har en positiv bild av Sverige som nation, trots att bilden idag är mer komplex. Sverige har länge varit känt för sin natursköna miljö, sitt progressiva samhällsstyre, sin starka innovationsförmåga, sitt engagemang för miljö- och klimatskydd samt sin höga livskvalitet. Men idag utmanas Sverigebilden av nya och mörkare narrativ. Vi på Visit Sweden behöver förhålla oss till detta och fortsätta kommunicera det attraktiva och hållbara Sverige, vilket är en viktig katalysator och inkörsport för andra svenska näringar då det skapar en positiv nyfikenhet och intresse för landet.

Utmaningar för Sverige

Regeringens prioriteringar 2023 har handlat om att bekämpa inflationen och hantera inflationens effekter genom att stötta hushållen och välfärden. Därtill har försvaret, rättsväsendet och den inre säkerheten fått betydande tillskott. Det tidigare uttalade Turismpolitiska målet och konkreta investeringar sätta utifrån strategin, kommer inte att realiseras. Samtidigt flaggar fler kommuner och regioner för betydande budgetunderskott, vilket kan påverka utvecklingen av lokala förutsättningar för turismnäringen.

I Sveriges klimathandlingsplan uttrycks Sveriges huvudbudskap som brådskanie och möjligheter, brådska utifrån vetenskapen och möjligheter utifrån vad omställningen medför i termer av nya jobb och tillväxt. Svenska företag har tydligt visat en vilja och en kapacitet att ta på sig en ledarroll i den globala omställningen och därmed kombinera klimatnytta med tillväxt och konkurrenskraft.

Inom samtliga branscher i Sverige finns en stark tilltro till framtiden. Hela sex av tio företag uttrycker en stark vilja att expandera och tillväxtviljan är hög. I restaurangnäringen strävar hela 95 procent av företagen efter tillväxt. Även inom handelssektorn är en betydande andel företag engagerade i tillväxt, vilket indikerar en positiv affärsutveckling.

Tillgängligheten till Sverige har minskat då Arlanda, som ett strategiskt riksintresse, haft en nedgång. Mellan 2018 och 2023 har antalet flyg och flyglinjer till Arlanda från utlandet minskat med hela 25 procent. Detta har i stället gynnat Kastrup, vilket indikerar kommande utmaningar för svenskt näringsliv som helhet.

Konsumenters prioriteringar

Trots ekonomiskt utmanande tider, krig och oroligheter förblir resor ett av de mest prioriterade områdena som människor lägger pengar på. Längtan efter att resa består. Fenomenet "dupe" har i kölvattnet av ett bistrare ekonomiskt klimat blivit en populär hashtag på de globala plattformarna. Här tipsas användarna om "destination dupes" vilket är kända destinationers snarlika, lite mindre kända, resmål, men som erbjuder en nästan identisk upplevelse för en lägre kostnad.

Distansarbete fortsätter att erbjuda flexibilitet. Dessutom ökar trenden med att kombinera affärsresor med fritid, där man stannar kvar för att dra nytta av platsens turistutbud.

Många turister är väl medvetna om hållbarhet, men utmaningen kvarstår att hitta tillförlitlig information om hållbara resmål. En rapport genomförd av Visa och Oxford Economics avslöjar att 41 procent av respondenterna upplever brist på information om hållbara upplevelser, medan 36 procent anser att den tillgängliga informationen saknar trovärdighet. Därför är det fortsatt nödvändigt att bidra till incitament för konsumenterna att göra hållbara val.



Foto: Katja Ragnstam/imagebank, sweden.se

Visit Swedens affärsstrategi och långsiktiga plan

De definierade målen för Visit Sweden är bolagets strategiska mål för hållbart värdeskapande. De inkluderar ägarnas uppdragsmål och mål satta med utgångspunkt i vad som är viktigast för Visit Swedens intressenter.

Affärsidé

Uppdraget enligt bolagsordningen: "V.S. VisitSweden AB 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.

Övergripande mål

Öka Sveriges attraktions- och konkurrenskraft som resmål.

Värdegrund

Visit Swedens värdegrund är en daglig vägledning för alla medarbetare om hur vi ska agera och uppfattas. Värdegrunden består av nedan värdeord:

Nytänkande

Vi är nyfikna på vår omvärld och angelägna om att utforska nya tekniker och arbetssätt.

Öppna

Vi sätter stort värde på att alla vi interagerar med, både internt och externt, känner sig inbjudna.

Äkta

Vi är pålitliga och trovärdiga och delar med oss av vår kompetens till vår omvärld.

Optimistiska

Vi har en lösningsorienterad inställning till vårt arbete och bidrag till samhället.

Läs mer om Visit Swedens Code of Conduct på corporate.visitsweden.com.

Varumärkeslöfte och manifest

För att skapa attraktion på lång sikt genomsyrar vår kommunikation alltid ett hållbarhetsperspektiv med utgångspunkt i varumärkeslöftet "Tillsammans mot ett mer medvetet

resande". Vi erbjuder en destination med en annan typ av lyx, vår omtanke om naturen, människorna, kulturen och platserna.

Tillsammans mot ett mer medvetet resande

En ny era börjar nu.

En tid att möta världen med nya ögon.

Där resande handlar om att skapa bestående värden.

För individen, samhället och planeten.

I Sverige tänker vi gärna nytt och annorlunda.

Vi gillar att gå en egen väg, oavsett om det handlar om värderingar, innovation eller livsstil.

Men att gå sin egen väg betyder inte att göra det ensam.

Tillsammans vill vi som arbetar för att stärka Sverige som resmål utforska morgondagens turism.

Ett nytt sätt att resa, meningsfullt och medvetet, med upplevelser som utvecklar både resenär och resmål.

En ny era börjar nu.

Och det är vi som leder den framåt.

Välkommen till Sverige!

Strategiska områden och övergripande mål i affärsstrategin

Visit Swedens långsiktiga strategi är fördelad i tre övergripande strategiska områden och inom varje strategiskt område finns mål.

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället

Visit Sweden kan som nationell, statlig och främjande aktör påverka, engagera och inspirera andra för att öka den svenska besöksnäringens konkurrenskraft. Med kunskaper

om internationella målgrupper och marknader och med innovationsförmåga fångar bolaget tankar och idéer för att långsiktigt bidra till en positiv utveckling av svensk besöksnäring.

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring	Mål	Mätning (årligen december)	2025/2030	Resultat 2023 (2022)
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	7,0 (6,6)
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	6,8 (6,6)

Uppdrags- och strategiska mål för hållbart värdeskapande med resultat för 2023 (2022).

Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige

Destinationen Sverige har en stor potential genom att erbjuda det som efterfrågas av framtidens resenärer där resandet är en del av livet, och där resenären vill bidra till en positiv

utveckling på en destination och efterfrågar mer hållbara alternativ. Varje dag, året om, arbetar Visit Sweden för att öka morgondagens efterfrågan till destinationen Sverige.

Ökad attraktionskraft för destination Sverige	Mål	Mätning (vartannat år)	2025/2030	Resultat 2023 (2021)
	Ökat intresse av att besöka Sverige hos internationella resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Mätningen genomförs enligt Visit Swedens "BrandTracking"	2025: 65 % 2030: 70 %	57 % ⁵ (62 %)
Intresset av att besöka Sverige ska öka ¹	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 %)

Uppdrags- och strategiska mål för hållbart värdeskapande med resultat för 2023 (2021).

1) Uppdragsmål

2) Årligt index enligt medarbetarverktyget Winningtemp

3) Mätningarna inleddes 2023

4) Ekonomiska mål

5) Generell minskning för många länder vilket troligen är en effekt av pandemin dvs ej specifikt för Visit Sweden.

Välmående och hållbart bolag

Visit Sweden ska vara ett välmående och hållbart bolag. Bolaget ska vara en attraktiv arbetsgivare med stark företagskultur, lärandet i fokus, engagerade medarbetare, samt ett

bolag som har ett starkt och modigt ledarskap. Visit Sweden är ett marknadsföringsbolag i en hårt konkurrensutsatt och föränderlig värld där hög medarbetarkompetens och en framtidssäkrad organisation är nyckelfaktorer för framgång.

Välmående och hållbart bolag	Mål	Mätning (kvartalsvis)	2025/2030	Resultat 2023 (2022)
Medarbetare upplever att Visit Sweden erbjuder en attraktiv arbetsplats	Stadigt över årligt index ²	Mätning i HR-process	Årligt mål 2023: >7,5	8,2 (7,9)
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%	77 % (n/a) ³
	b) Alla medarbetare arbetar mot individuella mål	b) Efterlevande av Visit Swedens målprocess (HR)	b) Årligt mål: 100%	80 % (n/a) ³
Långsiktig ekonomisk stabilitet	Soliditet ⁴	Beräkning: Justerat eget kapital/Balansomslutning	Årligt mål: 20–35%	41 % (31 %)
	Rörelsemarginal ⁴	Beräkning: Rörelseresultat/totala intäkter	Årligt mål: >0,5%	0,5 % (0,6 %)

Ekonomiska-, uppdrags- och strategiska mål för hållbart värdeskapande med resultat för 2023 (2022).

- 1) Uppdragsmål
- 2) Årligt index enligt medarbetarverktyget Winningtemp
- 3) Mätningarna inleddes 2023
- 4) Ekonomiska mål



Foto: Tina Staffén/Imagebank sweden.se



Hållbarhet – aktivt integrerat

En affärsdriven och långsiktig turism- och besöksnäring visar vägen framåt för Sverige som resmål. Vid arbetet med nuvarande affärsplan utgick det strategiska arbetet från en SWOT-analys, väsentlighetsanalys¹, framtagna riskanalys² med dubbla perspektiv, det vill säga både hur företaget påverkar omvärlden och tvärtom.

Visit Sweden har olika intressenter, alla med en relation till Sverige som resmål och några med relation till Visit Sweden som bolag. Med utgångspunkt i de hållbarhetsområden som är väsentliga för bolaget vill vi förstå vad våra intressenter prioriterar att vi arbetar med och kommunicerar kring.

Intressentdialoger sker löpande under året och resultatet av dessa redovisas och följs upp minst en gång per år i styrelse och ledning.

Primära intressenter är

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

Under 2023 genomfördes dialoger med Visit Swedens intressenter på flera sätt, se beskrivning i bilaga 3, Intressentdialog.

Hållbarhet är en gemensam utgångspunkt för att öka konkurrenskraften och nå de globala målen i Agenda 2030. Arbetet med att integrera hållbarhet är en process och innebär att projekt och aktiviteter som Visit Sweden genomför ska bidra till att uppnå uppsatta mål där hållbarhet är en tydlig del. De prioriterade globala målen är 8.9, 11.4, 12b, 13.3 och 17.17, som alla utgör en viktig utgångspunkt i bolagets arbete.



Globalt sett ligger Sverige i framkant i genomförandet av de Globala målen. I Sustainable Development Reports rankning över vilka länder som kommit längst har Sverige haft en första placering sedan 2015 när målen antogs, men ligger nu på en andra plats³.

¹ Väsentlighetsanalys (bilaga 2)

² Riskanalys (bilaga 4)

³ Sustainable Development Report 2023 (sdgindex.org)



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.

Vad innebär det för Visit Sweden?

Till exempel:

- Att öka användningen av den framtagna varumärkes- och kommunikationsplattformen, som har utgångspunkt i hållbarhetsperspektivet, och därmed ge ökad kraft till marknadsföringen av Sverige som ett attraktivt och hållbart resmål.
- Att Visit Sweden bidrar till att skapa attraktion och nyfikenhet för Sverige för att fler ska välja Sverige som resmål, uppmuntrar till längre vistelser och lyfter fram destinationer utanför de kända högsäsongerna och många olika platser runt om i Sverige.



Delmål 11.4:

Skydda världens kultur- och naturarv

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

Vad innebär det för Visit Sweden?

Till exempel:

- Att Visit Sweden bidrar till en hållbar utveckling av besöksnäringen i Sverige genom kunskapsdelning och insikter, till exempel genom webinarier "Tillsammans för en hållbar turism".
- Att kommunicera att Sverige som resmål utgörs av tillgänglig natur genom varumärkes- och kommunikationsplattform och arbeta tillsammans med näringen för att visa på vikten av att skydda natur och kultur som bestående värden. Till exempel kommunikation om hur den svenska allemansrätten fungerar och varför den är viktig.



Delmål 12b:

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.

Vad innebär det för Visit Sweden?

Till exempel:

- Att besöksnäringen uppfattar Visit Sweden som ledande och drivande inom turismens utveckling genom att bidra med kunskap.
- För att besöksnäringen ska kunna hävda sig i konkurrensen och erbjuda attraktiva upplevelser, tillhandahåller Visit Sweden en stor Kunskapsbank av fakta och insikter för att bidra med affärsnytta. Exempel på fakta är målgruppernas preferenser och hur den utvecklas över tid, till exempel att miljöhänsyn har blivit allt viktigare för resenärer jämfört med tidigare år.



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.

Vad innebär det för Visit Sweden?

Till exempel:

- Att genom marknadsföringsinsatser öka intresset att besöka Sverige hos internationella och svenska resenärer som efterfrågar hållbara alternativ.
- Att marknadsföra Sverige som besöksmål till inhemska målgrupper, vilket är en viktig del i marknadsföringen av Sverige för att inspirera fler till att stanna kvar och semestra inom Sverige⁴.



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.

Vad innebär det för Visit Sweden?

Till exempel:

- Att besöksnäringen uppfattar Visit Sweden som ledande och drivande inom turismens utveckling.
- Att Visit Sweden arbetar med långsiktigt strategiskt främjande i tät dialog och samverkan för ökad tillväxt i svensk turismnäring, med de gröna näringarna i norra Sverige, besöksnäringens myndighetsgrupp, regionala turismfunktioner, lokala turistdestinationer, arbetsgivar- och medarbetarorganisationer, Team Sweden, de svenska utlandsposteringarna samt flertalet internationella bolag och andra länders ambassader med flera.

⁴ Enligt bolagsordningen kan Visit Sweden arbeta med inhemska marknadsföring men i dagsläget har inte bolaget monetära resurser.

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället

Turismen i Sverige är en diversifierad näring med företag inom handel, boende, transport och upplevelser. Med en majoritet av företag med färre än 250 anställda och många med mindre än 20 anställda, står småföretagen för en betydande del av reseanledningarna till Sverige. Även om majoriteten av övernattningsarna efter pandemin fortfarande görs av svenska gäster, har intäkterna från utländska turister i snabb takt börjat återhämta sig till prepandemiska siffror.

I regeringens "Strategi för Sveriges utrikeshandel, investeringar och globala konkurrenskraft" framhävs önskemålet att "Sverige ska vara ett land som är intressant att besöka och attraktivt att investera i och för internationella talanger att arbeta i". Ur ett samhällsperspektiv spelar turismnäringen en avgörande roll, då den bidrar till olika platser attraktionskraft och lokala utveckling. Genom att bjuda in besökare från olika delar av världen skapas en ekonomisk dynamisk kraft som inte bara påverkar turismnäringen, utan även knyter an till flera andra viktiga områden, exempelvis regional utvecklings- och landsbygdsolitik.

Goda samarbeten med hela Sverige i fokus

För Visit Sweden, som den nationella marknadsföringsorganisationen, utgör de regionala och lokala turismorganisationerna viktiga samarbetspartners då de samlar och utvecklar näringslivet i sina regioner. Genom ett nära samarbete med dem skapas förutsättningar för besöksnäringens företag att nå ut bredare till potentiella kunder.

Visit Sweden engagerar sig inte bara i regionala turismorganisationer, utan samarbetar även direkt med företag inom besöksnäringen. Idag inkluderar det samarbetet de största bolagen i Sverige, flera arbetsgivarorganisationer och arbetstagarorganisationer, däribland Visita. Genom att utveckla och diversifiera våra tjänster i samråd med dem strävar Visit Sweden efter att skapa en plattform där fler företag kan dra nytta av internationaliseringen.

Samarbete mellan offentliga och privata aktörer från lokal, regional, nationell och internationell nivå är en god väg till framgång. Genom att optimera gemensamma insatser skapas bästa förutsättningar för en stark och framtidssäkrad svensk turismnäring.

Under året har bolaget arbetat proaktivt på olika arenor

Smartare tillsammans, ett samarbete mellan Tillväxtverket, Visit Sweden och regionala besöksnäringensfunktioner, där fem

arbetsgrupper under 2023 arbetat fram ett gediget material i form av insiktsfulla rapporter om kompetensförsörjning, samverkan i aktörssystemet, innovation och utveckling, kunskap och insikt samt infrastruktur och tillgänglighet.

Myndighetsgruppen för turism och besöksnäring, ett samarbete mellan 16 myndigheter och statliga bolag, alla med uppdrag som på olika sätt berör eller påverkar utvecklingen av en hållbar turism och besöksnäring. Inom ramen för samarbetet genomförs gemensamma projekt och kunskapsutvecklande insatser med syfte att hitta och dra nytta av synergier och bidra till ny kunskap som fångar upp flera olika perspektiv.

Nordiskt samarbete. Vid ministermötet i Reykjavík den 27 juni 2019 antog de nordiska näringsministrarna den nordiska turismplanen 2019–2023. Sedan dess har Visit Sweden aktivt deltagit i arbetsgruppen för att stärka samarbetet inom turism mellan de nordiska länderna. I regelbundna möten och insatser har arbetsgruppen utvecklat och implementerat projekt som är i linje med turismplanen. Arbetet med att utveckla en ny plan för kommande period startades hösten 2023.

Visit Swedens Advisory Board, består av Svensk Turism ABs styrelse, där bland annat Transportföretagen, Visita och Svensk Handel ingår. De bistår bolaget som rådgivande organ genom aktuella inspel från respektive näringsgren med syfte att skapa de bästa förutsättningarna för bolaget att verka över tid.

Top10 är Visit Swedens forum för de största svenska turismföretagen, där idéer delas och det förs en öppen dialog inom sektorn. Genom att samla de största aktörerna inom branschen skapas förutsättningar att analysera och förstå de komplexa utmaningarna som påverkar turismen i Sverige. Detta bidrar till att forma en mer informerad och insiktsfull strategi för att positionera och utveckla näringen som helhet.

Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige

Visit Swedens övergripande mål är att "öka Sveriges attraktions- och konkurrenskraft som resmål". För att uppnå detta mål har Visit Sweden 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.

Visit Sweden arbetar idag med samma budskap i alla kanaler och marknader och skapar synergier mellan kampanjer, löpande marknadsföring och kanaler. Marknadsföring handlar om att bygga och upprätthålla en stark närvaro i en mängd olika kanaler och skapa en koppling mellan varumärket och konsumenterna. Det är då viktigt att vara konsekvent, tydlig och att kommunicera relevanta budskap över tid som väcker intresse och engagemang hos de tänkta mottagarna.

Sverige har stor potential

Visit Sweden arbetar dels med större kampanjer som syftar till att skapa global uppmärksamhet och dels med att skapa

synlighet av vårt sverigeeerbjudande varje dag i våra kanaler. Målet är att destinationen Sverige ska vara ett ständigt närvarande och synligt varumärke hos den globala målgruppen. De större kampanjerna är strategiskt utformade för att skapa internationell räckvidd, uppmärksamhet, engagemang som en attraktiv och intressant destination för resenärer världen över. Genom våra globala kampanjer sätter vi Sverige på kartan och når ut, men för att infria den potential Sverige har behöver vi investera mer i räckvidd och frekvens för att nå utanför våra befintliga följarskaror.

Årets kampanjutmärkelser

Visit Sweden är sedan länge en etablerad och banbrytande aktör när det gäller att marknadsföra ett land och en destination. Bolagets strategiska och konsekventa tillvägagångssätt har positionerat Sverige som en attraktiv och dynamisk plats att besöka. Med förståelse för omvärlden och sin djupa insikt om målgruppen har vi inte bara framgångsrikt lockat internationella besökare, utan har även under 2023 tagit emot omfattande erkännande genom internationella och svenska marknadsföringsutmärkelser, priser, nomineringar och finalplatser.

Vi gör marknadsföring i världsklass

Visit Sweden har under 2023 befast sin position inom destinationsmarknadsföring. Med djup kunskap om omvärlden och vald målgrupp har Visit Sweden nått ut till över 2,7 miljarder personer och uppmätt ett engagemang med över 2,8 miljoner kommentarer, reaktioner och glada tillrop, samt tilldelats inte mindre än 26 priser och flera fina utmärkelser för sin innovativa och kreativa marknadsföring.

Discover the Originals

- Andy Awards – guld och Best of Region (Europe)

Spellbound by Sweden

- Guldägget – Silverägg + Shortlist
- Strategy Awards – 2 x vinnare
- Cannes Lions – 1 silver + 1 brons
- Clio Awards – 4 x brons
- Webby Awards – 2 x vinnare (Jury + People's choice)
- MMG Awards – 2 x vinnare
- The One show – guld
- Golden Drum – 2 x guld, 1 x silver, 2 x brons, 2 x shortlist

- European PR Excellence Awards – 1 x vinnare
- D&AD Awards – 1 x shortlist
- Eurobest Awards – 1 x GrandPrix, 1 x guld

Cover Sweden

- Swedish Content Awards – 1 x silver

Sweden (not Switzerland)

- Epica – 1 x silver

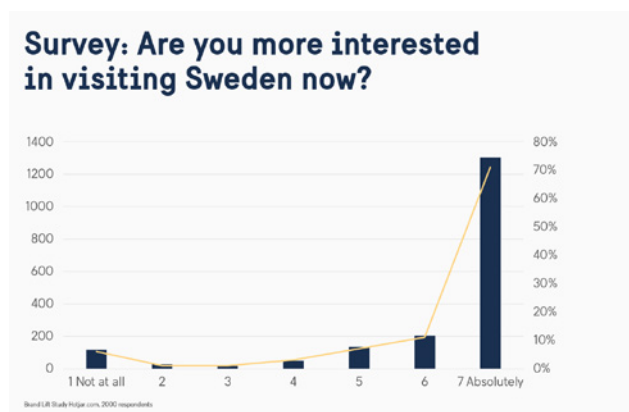
Reebot US, nordisk gemensam aktivitet

- Magellan Awards – vinnare (Nordic Collaboration – Reboot US)/

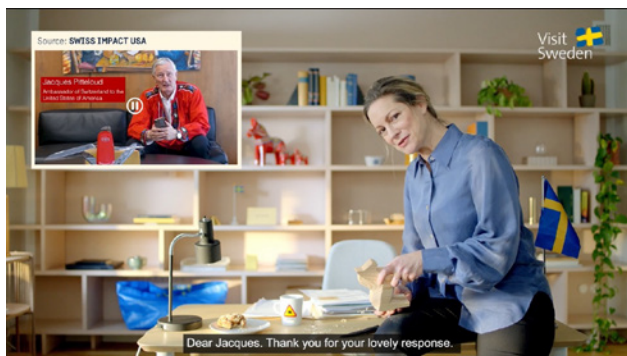
Årets kampanjer

Sweden (not Switzerland)

Sverige sätter ner foten i förväxlingen med Schweiz, något som sedan länge varit ett faktum. Visit Sweden väljer att lyfta Sverige som en annan typ av destination, en destination med naturlig lyx – a destination of a different nature – som erbjuder "luxury of a different nature". I den globala kampanjen Sweden (not Switzerland) betonar bolaget den autentiska och naturliga lyx som Sverige erbjuder och Sverige marknadsförs som en plats för exklusiva och unika upplevelser som går bortom konventionella definitioner av lyx. Sweden (not Switzerland) lanserades hösten 2023 med stort mod och glimten i ögat.



Kampanjen har nått ut i 44 länder och på alla kontinenter med över 1 200 artiklar i internationella medier. I en undersökning gjord på kampanjens webbsida visitsweden.com/sweden-not-switzerland, uppger 89 procent av de svarande att de är mycket mer intresserad av att resa till Sverige efter att de tagit del av kampanjen. Potentiella resenärer har spenderat mer än 52 000 timmar på kampanjsidans Sverigeinnehåll. Kampanjen stärkte bolagets övriga kanaler med både räckvidd och följare, där enbart Visit Swedens YouTube-kanal ökade med mer än 100 procent nya prenumeranter.



Engagemanget från våra fokusmarknader och övriga världen har varit fantastiskt, allt från Sveriges tillförordnade ambassadör i USA Jonas Wendel som utmanade den schweiziska ambassadören i USA, Jacques Pitteloud, till uppslag i Forbes, Le Figaro, The Sunday Times, New Zealand Herald, italienska

Corriere della Sera och Neue Zürcher Zeitung. Kampanjens budskap har skapat positivt engagemang från schweizare och schweizisk media, ambassader, IKEA och Volvo i Schweiz. Till och med det schweiziska damlandslaget i fotboll kastade in Pia Sundhage i matchen och i en kort film lanserade de Pia som den nya förbundskaptenen med en direkt blinkning till Visit Swedens kreativa PR-kampanj.

Spellbound by Sweden – fortsättningen

De vidsträckta svenska skogarna är både vackra och fridfulla, men också dramatiska och mystiska. Visit Sweden bjuder i kampanjen Spellbound by Sweden in resenärer att upptäcka landets mytomspunna skogar i en trollbindande ljudberättelse, som är hem för några av världens mest kända folkloristiska väsen. Kampanjens fortsättning genererade över 50 artiklar på våra fokusmarknader, kampanjen ökade vårt anseende som kulturell destination med 18 procent hos målgruppen i Storbritannien. På USA-marknaden ökade medvetenheten om Sverige som destination med 18 procent samt reseavsikten med 9 procent. Kampanjen har under året vunnit flertalet internationella och nationella priser i kreativitet, PR och media.

Internationella medier

Internationella medier spelar stor roll när det gäller att effektivt sprida reseinspiration om Sverige. Visit Sweden arbetar dagligen med att bygga långsiktiga relationer med journalister och medier.

Under 2023 organiserade Visit Sweden 251 resor till Sverige för internationell press i samarbete med regionala turismorganisationer, destinationer och företag över hela landet. Dessa pressresor resulterade i omfattande och kvalitativa resereportage om Sverige i betydande medier som The Guardian, CNN, The Times, Die Zeit, Die Welt, The Washington Post, Forbes, Le Figaro, Le Monde, Arte TV, National Geographic, Lonely Planet, Politiken, Jyllandsposten, Elle och Vogue Scandinavia med flera. Genom att samarbeta med journalister och medier på detta sätt, kan Visit Sweden effektivt marknadsföra och lyfta fram Sverige som en attraktiv destination för internationella resenärer.

Mediegenomslag

Under det gångna året har Visit Sweden genom sitt proaktiva arbete lyckats få över **8 155 artiklar publicerade i 44 länder**. En av bolagets mest framgångsrika globala kampanjer någonsin, "Sweden (not Switzerland)", fick betydande genomslag över hela världen. Under 2023 lockade Sverige en ovanligt stor mängd internationella tv-produktioner, vilket bidrog till årets framgångsrika utfall gällande räckvidd – att nå ut globalt. Det totala PR-värdet¹ för 2023 blev 2,5 miljarder kronor.

BBC filmar svenskt välmående

Den brittiska Public Service-producenten BBC StoryWorks och Global Wellness Institute har i partnerskap med Visit Sweden, delfinansierat av Utrikesdepartementet, producerat material till en serie som på ett holistiskt sätt visar människans jakt

¹ Uträknet 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.

på välmående. Under sommaren 2023 filmades och utforskade ett av seriens avsnitt svenskarnas relation till naturen, världen omkring oss samt hur vår livsstil hjälpt oss att bygga en hälsosammare och mer inkluderande värld. Serien sänds globalt under 2023/24 och fokus har varit att stärka bilden av resmålet Sverige.

Turismen – en kraft för grön omställning i Norrland

Under våren 2023 fick utvalda journalister i Europa möjligheten att resa till norra Sverige, bland annat Skellefteå, för att utforska och lära känna den hållbara destinationen Sverige på närmare håll. Reportagen från resan berättar inte bara om de naturliga och kulturella skatterna ur ett resmålsperspektiv utan även om hur regionen blivit en viktig symbol för den gröna omställningen inom andra delar av näringen, vilket stärker vår Sverigebild inom fler områden än resmålet Sverige.

Digitala kanaler

Visit Sweden interagerar aktivt och bygger starka relationer med över 1,5 miljon följare 365 dagar om året. Denna kontinuerliga närvaro och interaktion gör det möjligt för Visit Sweden att hålla en nära dialog med sin publik och anpassa innehållet efter deras intressen och behov. Genom att skapa relevant och intresseväckande material på sociala medieplattformar kan Visit Sweden effektivt nå ut till en bred publik och inspirera till att upptäcka och utforska Sverige som resmål och därmed bygga varumärket resmålet Sverige.

Vi syns på våra webbplatser: visitsweden.com/de/nl/fr/se samt på de sociala medieplattformarna Facebook, Instagram, YouTube, Weibo, Little Red Book och Pinterest, X, WeChat och TikTok.

Affärsrelationer med internationella researrangörer

Att bygga och vårda starka affärsrelationer med det internationella researrangörsledet är en nyckelkomponent för svensk tillväxt och för besöksnärsföretag. Dessa researrangörer är aktivt involverade i att paketera, marknadsföra och sälja Sverigepaket till konsumenterna runt om i världen. Av de 65 miljoner potentiella globala resenärer² med Sverigeintresse, kan närmare 27 miljoner vara intresserade av att ta hjälp av en resebyrå eller resekonsult inför sin Sverigeresa, särskilt på marknaderna Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Storbritannien och USA. Visit Sweden arbetar därför aktivt med närmare 200 researrangörer med stor potential att marknadsföra och sälja Sverige som destination. Genom dessa samarbeten kan Visit Sweden dra nytta av arrangörernas expertis och infrastruktur för att nå ut till en bredare publik och locka fler besökare till Sverige.

Ett flerårigt samarbete på tyskspråkiga marknader

Visit Swedens mångåriga samarbete med ACT (Active long-term Cooperation Touroperators) har fokus på tyskspråkiga researrangörer i Tyskland, Österrike och Schweiz. I ACT har regionala turismorganisationer och destinationer i Sverige deltagit för att effektivt nå köpstarka resenärer i Europa till sina turistföretag. Det internationella samarbetet fokuserar direkt mot ett 50-tal researrangörer med stor affärspotential för Sverige samt indirekt med ytterligare cirka 30 researrangörer.

Visningsresor för internationella researrangörer och agenter

Visningsresor och roadshows är viktiga verktyg för att marknadsföra Sverige och visa upp Sveriges utbud för de internationella researrangörerna och reseagenterna.

- Under året genomfördes 12 visningsresor med 78 researrangörer. Visningsresorna erbjuder produktchefer och reseproducenter att uppleva Sverige och besöksnärsföretag på plats för att lära känna och avgöra vad som kan paketeras och inkluderas i deras affär.
- Under 2023 genomfördes 3 roadshows med närmare 1 000 affärsmöten och uppnådde ett genomsnittligt Nöjd Kund Index (NKI) på 8,8 av maximalt 10. Genom att möta researrangörer och reseagenter på deras hemmaplan kan Visit Sweden och dess partners skapa en personlig och engagerande dialog som ökar intresset för och kunskapen om Sverige som en attraktiv destination.

Förbättra tillgängligheten till Sverige

Sedan 2013 samarbetar Visit Sweden aktivt med Swedavia och Region Stockholm under namnet Connect Sweden för att attrahera nya direktlinjer till Stockholm, samt GOT Connect för nya förbindelser till Göteborg. Bättre flygförbindelser är kritiska för näringslivet i hela Sverige, då Stockholm Arlanda är den primära knypunkten för all flygtrafik och en förutsättning för fortsatt expansion i norra Sverige. Under 2023 har Visit Sweden ansvarat för samarbetets marknadsföring för linjerna Toronto – Stockholm Arlanda (SAS) och New York/Newark – Stockholm Arlanda (United Airlines).

Kunskap

Visit Swedens kunskap grundar sig på analyser och samlade erfarenheter hos bolagets medarbetare. Den här breda kunskapsbasen utgör inte bara en ovärderlig resurs för Visit Sweden internt, utan delas också via företagets kunskapsbank.

Visit Sweden är en viktig aktör för turismnäringens kunskapsinhämtning och kompetensutveckling. Visit Sweden möjliggör genom sin kunskapsbank ett effektivt och riktat arbete för destinationens varumärkeslöfte om ett mer medvetet resande som samlar näringen att gemensamt sträva mot en hållbar framtid. Inte bara turismsektorn, utan även andra näringar och den gröna omställningen i norr, kan dra god nytta av de insikter och erfarenheter som Visit Sweden delar om marknader, målgrupper och marknadsföring. Detta är avgörande för att Sverige framgångsrikt ska kunna hävda sig kommunikativt i den internationella konkurrensen och samtidigt bidra till en mer hållbar och medveten, global turism.

Webbinarier

Webbinarier är en integrerad del av Visit Swedens initiativ att inspirera och dela kunskap inom den svenska turismnäringen. Genom att kontinuerligt erbjuda relevant och engagerande innehåll har **2 200 personer tagit del av sex webinarier**. Syftet har varit att stärka den svenska turismnäringen genom att tillhandahålla värdefull information, insikter och verktyg för dess aktörer. Webinarierna utgör ett framgångsrikt format för Visit Sweden att förmedla kunskap, främja samtal inom näringen och stärka branschen som helhet.

² Målgruppsanalys 2021, Visit Sweden/Mindshare

Välmående och hållbart bolag

Visit Sweden har totalt 51 medarbetare, fördelade på huvudkontoret i Stockholm och på kontor i de länder som är särskilt viktiga för export av turism på kortare och längre sikt, det vill säga Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Storbritannien, USA och Kina.

Den lokala närvaron i de länder där Visit Sweden har kontor bidrar till att stärka relationerna med lokala aktörer på respektive marknad genom samarbete och kunskapsdelning. Genom att finnas på plats inhämtar Visit Sweden också värdefulla kunskaper som ökar möjligheter till effektiv marknadsföring. Utöver de egna kontoren har marknaderna Sverige, Norge, Danmark, Finland och Indien bearbetats från Stockholm under 2023.

Den huvudsakliga målgruppen för marknadsföringen av resmålet Sverige är den globala resenären med Sverigeintresse. Det är resenärer som bäst känner till vad Sverige har att erbjuda och som kan tänka sig att resa hit på semester. Idag står den svenska målgruppen jämte resenärer från våra grannländer för de stora gästnattsvolymerna, men det finns också en stor potential i flera andra marknader som inte bearbetas idag. Den nuvarande prioriteringen av marknader görs utifrån var de befintliga resurserna kan ge bäst avkastning. Under 2023 bearbetades målgruppen på de prioriterade marknaderna Storbritannien, USA, Kina, Indien, Frankrike, Danmark, Finland, Norge, de tyskspråkiga marknaderna Tyskland, Schweiz och Österrike samt Nederländerna och Flandern i norra Belgien.

V.S. VisitSweden AB (Visit Sweden) med organisationsnummer 556500-7621 är moderbolag i koncernen Visit Sweden, ett aktiebolag registrerat i Sverige med säte i Stockholm som från 2020 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". Vid ingången av 2023 hade Visit Sweden tre representationskontor och tre dotterbolag.

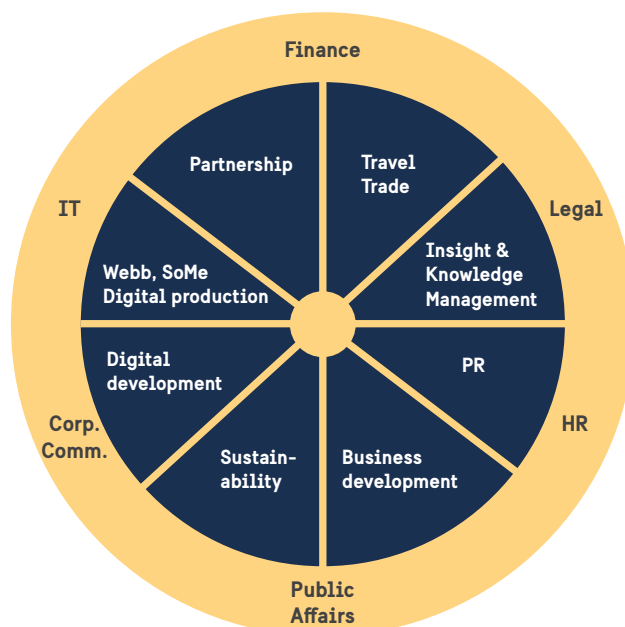
Ett marknadsföringsbolag i framkant

Den omstrukturering som genomförts i bolaget under senare år har skapat ett nationellt modernt marknadsföringsbolag som ständigt strävar efter att ligga i framkant inom marknadsföring. Det är därför extra glädjande att Visit Sweden 2023 finns med på den ansedda WARC Rankings, som i 40 år tillsammans med King's College rankat globala marknadsföringskampanjer och företag utifrån kreativitet, media och effekt. **Visit Sweden som bolag placerar sig på en glädjande 13:e plats.** På listans tio första platser finns bland

annat Mars, Mondeléz International, Adidas, IKEA, Volkswagen, Samsung och McDonald's.

Medarbetarnas kompetens är navet i Visit Swedens verksamhet

Som effektivt och innovativt marknadsföringsbolag prioriterar Visit Sweden samarbete, kreativitet och djup kunskap, vilket kräver flera kompetenser som tillsammans skapar en helhet. Visit Sweden arbetar därför i tvärfunktionella team för att skapa värde för Sverige som destination.



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

Säkerställa morgondagens kompetens

För att skapa maximalt värde utifrån vårt uppdrag är Visit Sweden beroende av humankapital i form av medarbetarnas expertis och engagemang. Visit Sweden har ett mycket starkt arbetsgivarvarumärke vilket borgar för god förmåga att attrahera rätt kompetens. Bolaget verkar i en komplex kontext där ingen äger varumärket Sverige och där det finns många intressenter, vilket kräver att medarbetarna kan omfatta och lösa komplexa kommunikationsutmaningar. Medarbetarnas kompetensutveckling är ytterst viktig för att säkerställa att bolagets samlade kompetens följer verksamhetens befintliga och framtida behov. Bolagets kompetensförsörjning utgår från kunskapsplattformen Visit Sweden Academy, som säkerställer kompetens inom bolaget över tid.

Individuella mål och engagerade medarbetare

Visit Sweden är en relativt liten organisation med många specialister som tillsammans tar sig an utmaningen att marknadsföra ett helt land. Ett effektivt resultat skulle inte kunna uppnås utan medarbetarnas genuina engagemang, samarbete och individuella utveckling. Bolaget har en process och verktyg för att säkerställa varje medarbetares individuella utveckling så att den också följer verksamhetens behov. De individuella målen för respektive medarbetare utgår från mål i affärs- och verksamhetsplan samt respektive funktionsuppdrag. Medarbetarnas upplevelse av arbetsmiljön följs dels via verktyget Winningtemp genom mätning av Employee Net Promoter Score (eNPS), dels i medarbetarsamtal mellan medarbetare och chef.

Ökad uthållighet och effektiva strukturer

Visit Sweden har begränsade monetära resurser i förhållande till konkurrerande nationella turistråd och behöver löpande förhålla sig till förändrade krav från omvärld och ägare. Sammantaget medför det att ständigt utveckla hur arbetet struktureras och noggrant planera vilka initiativ som ska genomföras. Alla bolagets initiativ identifieras och prioriteras sinsemellan samt utgår ifrån bolagets uppdrag, affärsstrategi och affärsplan. Identifierade initiativ stäms av, godkänns och följs upp av Visit Swedens styrelse. Det löpande arbetet omfattar ca 70 procent av bolagets resurser och återstående 30 procent fördelar sig på de identifierade initiativen.

Uppförandekod och värdegrund

Under 2023 har Visit Sweden implementerat en ny uppförandekod samt uppdaterat värdegrunden. Genom Visit Swedens uppförandekod tydliggörs bolagets förväntningar på varje medarbetare och hur bolaget vill att medarbetarna ska uppträda: föredömligt, etiskt och ansvarsfullt. Värdegrunden bidrar till en stark identitet och speglar Visit Swedens grundläggande värderingar och normer. Värdegrunden följs upp bland annat i medarbetarsamtalen mellan medarbetare och chef.

En kommunikationsstrategi för hela bolaget

För att effektivisera arbetet med kommunikationen och tydliggöra bilden av Visit Swedens uppdrag, utvecklades under året en kommunikationsstrategi som berör hela bolaget. Strategin tar avstamp i bolagets uppdrag och mål samt den tillsammans med besöksnäringen framtagna varumärkesstrategi för resmålet Sverige. Arbetet spänner över alla målgrupper och ska förenkla det vardagliga arbetet med att marknadsföra Sverige, såväl som att kommunicera med besöksnäringen på ett enhetligt och tydligt sätt. Under 2024 kommer bolaget att fortsätta arbetet med att implementera strategin och dess verktyg i det löpande arbetet.

Accelerera det digitala och datadrivna arbetssättet

Visit Sweden prioriterar ett proaktivt medarbetarengagemang för att kunna fortsätta vara en stark och relevant organisation för sina intressenter. För att skapa de bästa förutsättningarna för kunskap, innovation och kreativitet vässas bolagets digitala förmåga och arbetsverktyg kontinuerligt. Digitalisering är ett ständigt pågående arbete i syfte att skapa en effektivare styrning, förbättrad kvalitet, precision och effekt av arbetet samt öka engagemanget för bolaget hos intressenter.

Under 2023 tog Visit Sweden tillsammans med Tillväxtverket och Sveriges besöksnäring initiativ till ett projekt inom Open Data. Projektet fick väldigt stor och positiv respons och innebär att det svenska utbudet av attraktioner, aktiviteter och upplevelser kan tillgängliggöras på ett nytt standardiserat sätt digitalt, något som sökmotorer och allt fler researrangörer efterfrågar. Detta datadrivna arbete ger helt nya möjligheter för automatisering där information om utbudet i Sverige skapar möjlighet för innovation.

Kvalitetssäkrad bolagsrapportering

Med syfte att säkerställa och tydliggöra den finansiella bilden av Visit Swedens verksamhet har ett arbete gjorts under året för utveckling av intern kontroll, kvalitetssäkring samt effektivisering av den finansiella rapporteringen.

Systematiserad uppföljning och effektmätning av marknadsföringen

Att kontinuerligt följa och mäta effekterna av marknadsföringen av ett helt land är relativt komplext och utmanande. Detta eftersom det är svårt att urskilja olika aktörers insatser från varandra samt att det på övergripande nivå endast sker små rörelser i nationers varumärkesförändring.

Inom marknadsföring används hundratals nyckeltal för att mäta framgång och för att bedöma olika marknadsföringsinsatser. För att säkerställa hög kvalitet och effektiv kommunikation, använder bolaget professionella riktlinjer och branschstandarder, till exempel Sveriges Annonsörers Effektsystem 2.0. För att säkerställa att bolagets insatser löpande bidrar till nytta för besöksnäringen har bolaget under året utvecklat en förenklad modell för att mäta hur bolagets marknadsföringseffekter påverkar intäkterna för destinationen Sverige. Utvecklingen av modellen är ett fortsatt arbete som löper in i 2024, då kalibrering av ingående värden fortsätter för att skapa en robust modell för effektmätning.



En framtidssäkrad och stabil verksamhet

Visit Sweden ska, som statligt bolag, föregå med gott exempel och vara en attraktiv arbetsgivare som erbjuder sina medarbetare en utvecklande, trygg och inkluderande arbetsplats. Visit Sweden hade per den 31 december 2023 totalt 51 anställda inom organisationen, varav 82 procent (42 personer) var kvinnor och 18 procent (9 personer) var män.

Visit Sweden har ambitionen att vara ett transparent bolag med hög etik och moral. Kompetensutveckling är viktig för att säkerställa att bolagets kompetens följer verksamhetens befintliga och framtida behov. Vi följer gällande lagstiftning och regelverk på samtliga marknader där bolaget verkar. Vi har ambitionen att uppträda föredömligt i alla externa och interna relationer. Information ska vara lättillgänglig, relevant och ändamålsenlig och Visit Swedens processer ska ha ett tydligt ägarskap och mandat som stödjer mål och fastställda strategier.

Inkludering och mångfald

Visit Sweden är en inkluderande arbetsplats där alla behandlas likvärdigt, det vill säga har samma rättigheter och skyldigheter. Ingen form av diskriminering tolereras. Visit Swedens

ambition för mångfald och likabehandling specificeras i Visit Swedens jämställdhets- och mångfaldspolicy, handlingsplan mot trakasserier och kränkande särbehandling. Visit Swedens Chief HR Officer följer löpande upp aktiviteter som bidrar till att jämställdhets- och mångfaldsarbetet realiseras.

Systematiskt arbetsmiljöarbete

Visit Swedens arbetsmiljöarbete bedrivs i samarbete mellan ledning, medarbetare och arbetsmiljöombud. Bolaget bedriver ett systematiskt arbetsmiljöarbete i enlighet med svensk arbetsmiljölöslagstiftning som omfattar samtliga medarbetare.

Arbetsmiljöpolicyn med tillhörande riktlinjer beskriver arbetsmiljöarbetet. Psykosociala skyddsronder sker dels genom det digitala verktyget Winningtemp som ger en temperatur-

mätning, och som en del av medarbetarsamtalet. Bolaget har valt att främst fokusera på psykosociala frågor i medarbetarsamtalen, vilket beror på att den fysiska arbetsmiljön inte utgör någon större risk. Fysiska skyddsronder sker vartannat år. Arbetsmiljöombud och HR arbetar systematiskt med planering, genomförande och uppföljning av arbetsmiljöarbetet. Arbetsskador rapporteras till Chief HR Officer och arbetsmiljöombud.

Alla medarbetare erbjuds ett årligt friskvårdsbidrag. Kontoret i Sverige och flera andra kontor erbjuder även regelbunden hälsoundersökning. Via en sjukförsäkring hos Skandia finns en extern tjänst, "Hälsoslussen", som anställda i Sverige kostnadsfritt kan använda för att få hjälp med samtalsterapi, behandling hos sjukgymnast eller dylikt. För utlandsanställda medarbetare erbjuds liknande förmåner. För att ge medarbetarna så goda förutsättningar som möjligt att kombinera arbete, familj och fritid erbjuds flexibla arbetstider.

Visit Sweden respekterar alla medarbetares rätt till föreningsfrihet och kollektiva förhandlingar. I samband med att Visit Sweden ingick kollektivavtal i Sverige startades en lokal fackklubb på kontoret i Stockholm. Medarbetare i Sverige och Frankrike omfattas av kollektivavtal, men bolaget arbetar för likabehandling med möjlighet till lönejusteringar enligt avtalet för hela bolaget.

Personalomsättning och arbetsskador

Personalomsättningen var under 2023 åtta procent. Tre arbetsskador är rapporterade, alla relaterade till halka till eller från arbetet/tjänsteresa.

Affärsetik och antikorrupktion

Visit Sweden värnar om att bedriva sin verksamhet på ett etiskt och ansvarsfullt sätt, vilket innebär att visa respekt för människan, samhället och miljön. Visit Sweden följer, förutom Statens ägarpolicy och principer för bolag med statligt ägande, även nationell lagstiftning och regler i de länder där bolaget har verksamhet. Bolaget strävar efter att vara en förebild inom näringslivet genom att följa de högsta etiska standarderna och bidra till en rättvis och transparent affärsmiljö. Visit Sweden har förutom en affärsetisk policy även en extern visselblåsarfunktion där medarbetare och externa intressenter har möjlighet att anonymt rapportera misstankar om eventuella oegentligheter. Visselblåsarssystemet och eventuella ärenden behandlas i enlighet med Integritetsskyddsmyndighetens riktlinjer. Under året har inga (0) ärenden kommit in via visselblåsarssystemet. Uppföljning inom affärsetik säkerställs genom att respektive funktionschef hanterar detta inom den egna funktionen och respektive chef ansvarar för återrapportering till ledningsgruppen.

Ansvarsfulla inköp och långsiktiga hållbara leverantörer

Visit Swedens inköp är främst relaterade till kommunikationsområdet, som tjänster från PR-, reklam-, event- och mediebyråer. Andra inköpskategorier är till exempel kostnader kopplade till kontor och förvaltning. Inga signifikanta förändringar har skett i Visit Swedens leverantörskedja under året. Vid upphandlingar finns krav att anbudsgivare ska bedriva

ett aktivt hållbarhetsarbete samt följa Visit Swedens uppförandekod för affärspartners och leverantörer. Efterlevnad görs genom en årlig uppföljning med våra upphandlade leverantörer. Under året har en process tagits fram och ett arbete påbörjats för att systematiskt och effektivt följa upp leverantörernas efterlevnad av de krav som ställs vid upphandling. Arbetet beräknas vara implementerat under andra kvartalet 2024.

Som statligt bolag är det viktigt med ett ansvarsfullt förhållningssätt till kostnader och därmed statens resurser. Detta regleras i inköps- och upphandlingspolicy som ska säkerställa att all upphandling sker i enlighet med Lagen om offentlig upphandling. Utifrån riskperspektiv och årligt inköpsbelopp har en genomlysning gjorts av bolagets största leverantörer. För att förebygga och kontrollera eventuella oegentligheter och korrupktion kontrollerades 34 partners med inköp över 100 000 kr under 2022. Under 2023 har samtliga nya upphandlade leverantörer signerat uppförandekoden. Uppföljning av efterlevnad av uppförandekoden kommer att ske under 2024.

Cybersäkerhet och beredskap

Under det gångna året har Visit Sweden fortsatt att prioritera och stärka sitt arbete inom IT och IT-säkerhet för att säkerställa en effektiv och trygg digital IT-miljö. Våra insatser har varit inriktade på att möta de ökande digitala hoten och utmaningarna inom den digitala sfären. En viktig del av arbetet har varit att upprätthålla och förbättra våra system och nätverk för att säkerställa en smidig, säker och pålitlig drift. Genom att proaktivt införa ny teknik och genomföra tidiga systemuppdateringar har vi kunnat minimera sårbarheter och säkerställt att våra IT-resurser varit skyddade mot potentiella hot. Därigenom har Visit Sweden skapat en robust och pålitlig IT-infrastruktur för de anställda. Personalen har genomgått kontinuerliga utbildningar och utsatts för attacksimuleringar för att öka medvetenheten om säkerhetsrisker och främja en stark säkerhetskultur inom organisationen.

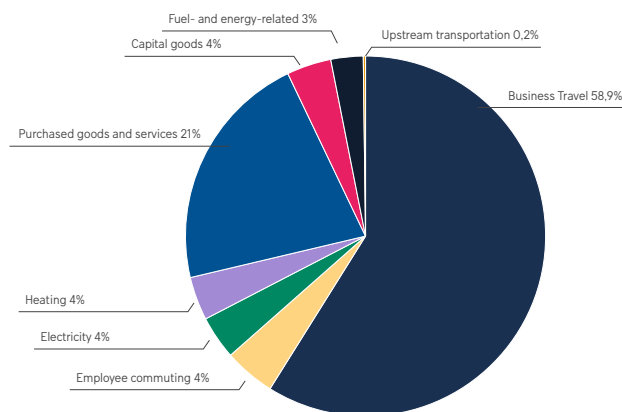
En ny IT-policy infördes under 2023 som säkerställer att IT-säkerhet genomsyrar bolagets alla digitala tjänster och processer.

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. Visit Swedens miljöarbete styrs genom vår övergripande affärsplan. Det globala målet nummer 13, att bekämpa klimatförändringarna, är ett prioriterat mål för Visit Sweden, med hänsyn till den näring vi verkar inom och dess påverkan på miljön. Genom våra aktiviteter – vår externa kommunikation till resenärer och researrangörsledet samt kunskapsdelning i besöksnäringen om insikter kring målgruppens förväntningar, önskemål och krav kopplat till miljö och klimat – kan vi bidra till mål 13. Visit Swedens varumärkesplattform genomsyras av hållbarhet och under 2022 arbetade vi fram nuvarande kommunikationsplattform för att öka kraften i marknadsföringen av Sverige som resmål, där de globala målen har en

tydlig plats. Under 2022 och 2023 har Visit Sweden utvecklat ett samarbetskoncept med partners mot det tyskspråkiga researrangörsledet och förstärkt delarna kring hållbarhet som bland annat ska leda till att öka erbjudanden med hållbara paketeringar.

Det egna miljöarbetet styrs av det strategiska området "Väl-mående och hållbart bolag", där vår interna uppförandekod, uppförandekod för leverantörer och affärspartners och vår policy för tjänsteresor är viktiga styrdokument. Visit Sweden är ett tjänsteföretag och ställs sällan inför beslut där det finns risker för allvarlig och irreversibel negativ påverkan på miljön och människors hälsa, men vi strävar ändå efter att applicera försiktighetsprincipen när det är relevant. Som tjänsteföretag har Visit Sweden inga egna direkta utsläppskällor, utan vår påverkan handlar uteslutande om effekten av tjänsteresor, event och arbetet på våra kontor. Den största direkta klimatpåverkan kommer från medarbetarnas tjänsteresor. Från år 2023 beräknar Visit Sweden utsläpp från PR-resor och inkluderar medbudna journalisters resor och alla genomförda event. Visit Sweden strävar efter att minska den egna miljöpåverkan från egna och arrangerade tjänsteresor genom att ersätta fysiska resor med digitala möten och välja klimatsmarta resealternativ så långt som möjligt.



Klimatberäkning: fördelning av CO2e-utsläpp av Southpole.

Under 2023 klimatinvesterade Visit Sweden för CO2-utsläpp för 2022 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. Eftersom råvaran är förnybar ingår runt 80 procent av bränslets koldioxidutsläpp i det naturliga kretsloppet och bidrar därmed inte till den globala uppvärmningen. Av de investeringar som betalas in till Fly Green Fund går minst 75 procent till köp av biojetbränsle som levereras till svenska flygplatser.

Se mer i bilaga 8 GRI Index.

Risker och riskhantering

Inom ramen för bolagets strategiarbete identifierades under 2022 väsentliga områden för Visit Sweden, då det bedömdes hur viktiga dessa är 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 2.

Visit Swedens mål med en etablerad riskprocess är att kunna verka med ökad framförhållning, ha en kontrollerad "riskbild" för hela verksamheten som inkluderar både ekonomiska, sociala och miljömässiga risker och att bidra till ökad möjlighet att lyckas med affärsplanen genom att kontinuerligt arbeta/prioritera åtgärder som minimerar risker och definierar ett finansiellt värde om risken inträffar.

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 riskprocessen också båda dessa perspektiv.

Att Visit Swedens anseende och Sveriges varumärke skadas innebär en risk för minskade möjligheter för oss att utföra vårt uppdrag precis som att omvärlden och politiska beslut kan påverka bolagets möjligheter. Visit Sweden är även utsatt för olika typer av finansiella risker som valuta-, likviditets-, ränte- och kreditrisker. Den finansiella riskexponeringen inom de områdena bedöms dock som låg då Visit Sweden uppbär anslag och majoriteten av transaktionerna sker inom landet.

Visit Sweden genomför också en riskanalys utifrån omvärldsperspektivet. Analysen 2023 genomfördes med utgångspunkt i de tidigare identifierade omvärldsriskerna, vilka är globala och gäller övergripande för turism och besöksnäring världen över.

Riskhanteringen är en 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. 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. Riskbilden för 2023 utgörs av färre risker än föregående år vilket framför allt beror på att tidigare identifierade risker utgår, då nya strukturer tagit form i samband med den omställning som bolaget gjort.

Riskbilden har blivit mer nyanserad och visar på att flera av omvärldsriskerna bedöms på mellannivå vad gäller sannolikhet och påverkan.

Risk	Sannolikhet	Påverkan	Hantering
Förändrad negativ Sverigebild.	Hög	Hög Attraktionskraft till Sverige som resmål.	Fortsätta lyfta det attraktiva och hållbara resmålet Sverige.
Geopolitisk osäkerhet.	Hög	Hög Långsiktiga effekter på besöksnäring.	Fortsätta berätta om Sveriges fördelar framför andra länders.
Otydlig statlig riktning för svensk besöksnäring.	Hög	Hög Förlust av exportintäkter på lång sikt.	Ständigt pågående arbete med politik och ägare, i tät dialog med styrande funktioner på Visit Sweden.
Konkurrens i samband med anslag.	Hög	Hög Visit Sweden blir omsprunget av nordiska länder som får mer i anslag.	Ständigt pågående arbete med politik och ägare, i tät dialog med styrande funktioner på Visit Sweden.
Politiken förändrar anslag eller uppdrag.	Medel	Hög Förändrat anslag eller uppdrag.	Ständigt pågående arbete med politik och ägare, i tät dialog med styrande funktioner på Visit Sweden.
Ekonomisk prioritering i regional ekonomi.	Medel	Hög Minskar påverkan till samarbete.	Upprätthålla goda relationer.

Fullständig riskprocess finns beskrivet i Bilaga 4 och riskmatris redovisas i Bilaga 5.

Årsredovisning 2023



Årsredovisning och Koncernredovisning

för räkenskapsåret 1 januari – 31 december 2023
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 2023.

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 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.

Visit Swedens övergripande mål 2023 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 på nära valda fokusmarknader. Verksamheten är, utöver Sverige, genom representation eller dotterbolag, etablerad i sju länder: Storbritannien, Tyskland, USA, Kina, Frankrike, Nederländerna och Indien.

Statens budget

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) och Utgiftsområde 24 Näringsliv, dnr 2022/02418 och 2022/02446 lämnade ägaren ett grundanslag till Visit Sweden på 104 613 TSEK för året 2023. Anslaget är 20 000 TSEK lägre än 2021 och 2022 på grund av att ägaren ej beviljade tilläggsanslaget gällande Svemester för 2023.

Omvärld och marknad

Trots ekonomiskt utmanande tider, krig och oroligheter förblir resor ett av de mest prioriterade områdena som människor lägger pengar på och konkurrensen om turisterna har aldrig varit större. Allt fler länder ser turism som en viktig inkomstkälla och allt fler attraherar turister med mer hållbara alternativ. För Sverige är turism och resande en viktig del av samhällsutvecklingen och värdet av turismen ökar Sveriges totala varu- och tjänsteexport samt bidrar till sysselsättning i hela landet. Under 2023 har Sverige bilden utmanats bland annat i form av desinformation och därför är Visit Swedens proaktiva arbete gällande en positiv Sverigebild, viktigare än någonsin.

Strategiska mål för ett hållbart värdeskapande samt ekonomiska mål och uppdragsmål

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

ser en tydlig positiv förflyttning mot de långsiktiga uppdrags- och ekonomiska målen för 2025/2030.

Visit Sweden fortsätter på den utstakade vägen med att förstärka ett tydligt ledarskap inom turismbranschen genom

att öka attraktionskraften för resmålet Sverige via kunskapsdelning och smart marknadsföring i syfte att nå de mest eftertraktade målgrupperna för turism. För måluppfyllelse se nedan tabell.

Strategiska mål för ett hållbart värdeskapande samt ekonomiska mål och uppdragsmål – 2023

Tillsammans för en konkurrenskraftig besöksnäring		Mål	Mätning (årligen december)	2025/2030	Resultat 2023 (2022)
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	7,0 (6,6)
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	6,8 (6,6)
Ökad attraktionskraft för destination Sverige		Mål	Mätning (vartannat år)	2025/2030	Resultat 2023 (2021)
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 %	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 %)
Välmående och hållbart bolag		Mål	Mätning (kvartalsvis)	2025/2030	Resultat 2023 (2022)
Medarbetare upplever att Visit Sweden erbjuder en attraktiv arbetsplats		Stadigt över årligt index ²	Mätning i HR-process	Årligt mål 2023: >7,5	8,2 (7,9)
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%	77 % (n/a) ³
	b) Alla medarbetare arbetar mot individuella mål		b) Efterlevande av Visit Swedens målprocess (HR)	b) Årligt mål: 100%	80 % (n/a) ³
Långsiktig ekonomisk stabilitet	Soliditet ⁴		Beräkning: Justerat eget kapital/Balansomslutning	Årligt mål: 20–35%	41 % (31 %)
	Rörelsemarginal ⁴		Beräkning: Rörelseresultat/totala intäkter	Årligt mål: >0,5%	0,5 % (0,6 %)

1) Uppdragsmål

2) Årligt index enligt medarbetarverktyget Winningtemp

3) Mätningarna inleddes 2023

4) Ekonomiska mål

Finansiell utveckling

Omsättning & resultat

Koncernen visar för verksamhetsåret ett resultat om 840 TSEK (578), motsvarande en rörelsemarginal om 0,5 % (0,6) vilket är i linje med det ekonomiska målet (>0,5%) som Visit Swedens ägare har definierat för bolaget.

Koncernens totala intäkter för året uppgick till 124 345 TSEK (160 676). Minskningen beror på det ej beviljade tilläggsanslaget för Svemester – bearbetning mot den svenska marknaden, som föregående år uppgick till 20 000 TSEK. Det statliga grundanslaget uppgick till 104 613 TSEK (föregående år 124 613 inkl Svemester). Externa intäkter uppgick till 16 917 TSEK (25 020). Därutöver har 2 367 TSEK (10 289) 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.

Intäkterna från samarbetspartners, huvudsakligen från besöksnäringen och närliggande branscher, uppgick för år 2023 till 16 917 TSEK (25 020). Huvuddelen av dessa intäkter kommer från samverkansprojekt med Tillväxtverket, det nya samarbetet med turismorganisationer och researrangörer i DACH-området (ACT-samarbetet) samt flera övriga PR- och mediasamarbeten.

Utveckling av verksamhet, ställning och resultat

Koncern

(TSEK)	2023	2022	2021	2020	2019
Totala intäkter	124 345	160 676	175 588	158 030	220 625
Rörelseresultat	608	989	-2 301	8 758	-3 381
Resultat före skatt	938	540	-2 834	8 124	-3 344
Årets resultat	840	578	-2 924	8 016	-3 602
Rörelsemarginal %	0,5%	0,6%	-1,3%	5,5%	-1,5%
Balansomslutning	51 051	64 422	76 299	75 883	58 465
Soliditet %	41%	31%	25%	29%	25%
Kassalikviditet %	180%	118%	94%	81%	84%
Avkastning på eget kapital %	4%	3%	-15%	36%	-25%
Medelantal anställda	48	48	52	59	71

Från och med 1 januari 2021 tillämpar koncernen IFRS. Jämförelseåret 2020 har omräknats i enlighet med IFRS. Omräkning av tidigare år har ej skett då koncernen tidigare tillämpade BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning ("K3").

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

För definitioner av nyckeltal se not 33.

Finansiering

Regeringen kan besluta om tilläggsanslag, ofta med en övergripande förväntan på vad Visit Sweden ska åstadkomma med dessa medel. Avvikelsen mot föregående år på 20 000 TSEK avsåg Svemester.

Utöver det statliga anslaget fakturerades samarbetspartners för de tjänster som bolaget utfört i form av förstärkt marknadsföring som en del i Sverigemarknadsföringen.

Finansiell ställning och kassaflöde

Vid utgången av verksamhetsåret uppgick det egna kapitalet till 20 756 TSEK (19 964) för koncernen, varav 11 092 utgör bundet eget kapital.

Soliditeten uppgick till 41% (31) för koncernen, vilket överstiger det av ägaren beslutade ekonomiska målet (20-35%).

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 1 806 TSEK (7 612). Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -95 TSEK (-57), och består bland annat av inköp av monitorer om 174 TSEK. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till -4 693 TSEK (-4 289), och utgörs av amortering av leasingskulder enligt IFRS 16. Årets kassaflöde uppgick till -2 982 TSEK (3 266). Likvida medel per den 31 december 2023 uppgick till 33 121 TSEK (36 102).

Väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång

Inga händelser har inträffat efter räkenskapsårets utgång som väsentligen påverkar Visit Sweden.

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 sid 66.

Transaktioner med närstående

V.S. VisitSweden AB 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 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 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

Utöver större utmaningar i omvärlden som rör varumärke, val av marknader, förändringar i den politiska agendan och konkurrens handlar utmaningarna för Visit Sweden om att säkra medarbetares välmående, lyckas med partnerskap för att få med turism- och besöksnäringen och fortsätta arbetet med integrerad hållbarhet för att ge ökad kraft åt marknadsföringen av Sverige som resmål.

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

Förväntad framtida utveckling

Statens anslag

Enligt statens budget 2024 Rambeslut (beslut den 21 december 2023) och Utgiftsområde 24 Näringsliv, dnr 2023/04618 och 2023/04632, uppgår grundanslaget och det totala anslaget till 104 613 TSEK för år 2024.

Moderbolaget

Kommentarerna till koncernens siffror är i stort tillämpliga även för moderbolaget. Totala intäkter för moderbolaget uppgick under året till 125 973 TSEK (150 630). Rörelseresultatet uppgick till 268 TSEK (-426). Resultat efter skatt uppgick till 720 TSEK (682).

Moderbolagets kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -2 492 TSEK (6 257). Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -91 TSEK (0), och består bland annat av inköp av monitorer om 174 TSEK. Årets kassaflöde uppgick i perioden till -2 583 TSEK (6 257). Likvida medel vid årets slut uppgick till 32 111 TSEK (34 695).

Förslag till disposition av bolagets vinst

Till årsstämmans förfogande står följande vinstmedel (kronor)

Balanserat resultat	6 937 021
Årets resultat	719 955
	7 656 976

Styrelsen föreslår att det balanserade resultatet överförs i ny räkning

i ny räkning balanseras	7 656 976
	7 656 976

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

Koncernens resultaträkning

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2023	2022
Intäkter			
Intäkter	3	121 530	149 633
Övriga rörelseintäkter	4	2 814	11 042
Totala intäkter		124 345	160 676
Kostnader			
Marknadsföringskostnader		-49 881	-74 660
Övriga externa kostnader	6	-11 805	-23 683
Personalkostnader	7,8	-55 537	-54 837
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	12,13,14	-5 533	-4 665
Övriga rörelsekostnader	5	-982	-1 842
Totala kostnader		-123 737	-159 686
Rörelseresultat		608	989
Finansiella intäkter	9	643	4
Finansiella kostnader	10	-312	-453
Resultat före skatt		938	540
Skatt	11	-98	38
Årets resultat		840	578
Årets resultat hänförligt till Moderbolagets aktieägare		840	578
Årets resultat		840	578
Resultat per aktie		0,84	0,58

Koncernens rapport över totalresultat

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2023	2022
Årets resultat		840	578
Övrigt totalresultat			
Poster som har omförts eller kan omföras till årets resultat			
Årets omräkningsdifferenser vid omräkning av utländska verksamheter	19	-48	163
Årets totalresultat		792	741
Årets resultat hänförligt till Moderbolagets ägare		792	740

Koncernens balansräkning

TSEK	Not	2023-12-31	2022-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	12	369	832
Materiella anläggningstillgångar	13	415	415
Nyttjanderättstillgångar	14	10 327	14 184
Långfristiga fordringar	15	167	230
Uppskjutna skattefordringar	11	327	298
Summa anläggningstillgångar		11 605	15 960
Omsättningstillgångar			
Kundfordringar	16	1 369	700
Aktuella skattefordringar		95	–
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	17	2 994	9 031
Övriga fordringar	15	1 866	2 629
Likvida medel	18	33 121	36 102
Summa omsättningstillgångar		39 446	48 462
Summa tillgångar		51 051	64 422
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Aktiekapital	19	10 000	10 000
Övrigt tillskjutet kapital		1 092	1 092
Omräkningsreserver	20	–63	–14
Balanserade vinstmedel inklusive årets resultat		9 726	8 886
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		20 756	19 964
Summa eget kapital		20 756	19 964
Avsättningar			
Övriga avsättningar		2 988	–
Summa avsättningar		2 988	–
Långfristiga skulder			
Långfristiga leasingskulder	14,21,25	5 362	9 222
Summa långfristiga skulder		5 362	9 222
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga leasingskulder	14,21,25	4 510	4 125
Leverantörsskulder	24	9 380	15 051
Aktuella skatteskulder		47	175
Övriga skulder	22	1 997	1 638
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	6 011	14 249
Summa kortfristiga skulder		21 945	35 237
Summa skulder		30 296	44 458
Summa eget kapital och skulder		51 051	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 2022-01-01	10 000	1 092	-177	8 308	19 222
Årets resultat				578	578
Övrigt totalresultat			163		163
Utgående eget kapital 2022-12-31	10 000	1 092	-14	8 886	19 964

TSEK	Aktie kapital	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



Foto: Melker Dahlstrand/Imagebank sweden.se

Koncernens rapport över kassaflöden

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2023	2022
	27		
Den löpande verksamheten			
Resultat före skatt		938	540
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		8 575	5 019
Betald inkomstskatt		-267	-320
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		9 246	5 240
Förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-) / Minskning (+) av kundfordringar		-669	1 705
Ökning (-) / Minskning (+) av övriga fordringar		6 799	10 028
Ökning (+) / Minskning (-) av leverantörsskulder		-5 682	-1 825
Ökning (+) / Minskning (-) av övriga skulder		-7 888	-7 536
Kassaflöde från den löpande verksamheten		1 806	7 612
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	13	-178	-57
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		20	–
Tillkommande depositioner		-1	–
Minskning av depositioner		64	–
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-95	-57
Finansieringsverksamheten			
Amortering av leasingskulder	14	-4 693	-4 289
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-4 693	-4 289
Årets kassaflöde		-2 982	3 266
Likvida medel vid årets början		36 102	32 621
Valutakursdifferens i likvida medel		1	215
Likvida medel vid årets slut		33 121	36 102

Moderbolagets resultaträkning

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2023	2022
Intäkter			
Intäkter		123 158	139 600
Övriga rörelseintäkter	4	2 814	11 030
Totala intäkter		125 973	150 630
Kostnader			
Marknadsföringskostnader		-64 439	-79 056
Övriga externa kostnader	6	-13 245	-24 601
Personalkostnader	7,8	-46 431	-45 140
Av- och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	12,13	-615	-639
Övriga rörelsekostnader	5	-975	-1 621
Totala kostnader		-125 704	-151 056
Rörelseresultat		268	-426
Resultat från finansiella poster			
Resultat från andelar i koncernföretag		–	962
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	9	643	4
Räntekostnader och liknande resultatposter	10	-125	-133
Resultat efter finansiella poster		786	407
Resultat före skatt		786	407
Skatt	11	-66	275
Årets resultat		720	682

Moderbolagets rapport över totalresultat

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2023	2022
Årets resultat		720	682
Årets totalresultat		720	682

Moderbolagets balansräkning

TSEK	Not	2023-12-31	2022-12-31
Tillgångar			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	12	369	832
Materiella anläggningstillgångar	13	305	282
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	26	357	357
Andra långfristiga fordringar	15	23	85
Uppskjuten skattefordran	11	223	282
Summa anläggningstillgångar		1 276	1 839
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar	16	1 369	700
Aktuella skattefordringar		95	–
Övriga fordringar	15	1 814	2 559
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	17	3 672	9 716
Summa kortfristiga fordringar		6 951	12 975
Kassa och bank		32 111	34 695
Summa omsättningstillgångar		39 063	47 670
Summa tillgångar		40 339	49 509
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		6 937	6 255
Årets resultat		720	682
Summa eget kapital		18 749	18 029
Avsättningar			
Övriga avsättningar		2 988	–
Summa avsättningar		2 988	–
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		9 350	14 624
Skulder till koncernföretag		1 936	2 385
Aktuella skatteskulder		–	4
Övriga skulder	22	1 903	1 519
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	23	5 412	12 948
Summa kortfristiga skulder		18 602	31 480
Summa skulder		21 590	31 480
Summa eget kapital och skulder		40 339	49 509

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 2022-01-01	10 000	1 092	9 005	-2 750	17 347
Årets resultat				682	682
Disposition av föreg. års resultat			-2 750	2 750	–
Utgående eget kapital 2022-12-31	10 000	1 092	6 255	682	18 029

TSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktie kapital	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

Moderbolagets rapport över kassaflöden

1 januari – 31 december

TSEK	Not	2023	2022
	26		
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		786	407
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		3 582	911
Betald inkomstskatt		-10	-148
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		4 358	1 170
Ökning (-) / Minskning (+) av kundfordringar		-669	819
Ökning (-) / Minskning (+) av övriga fordringar		6 693	12 342
Ökning (+) / Minskning (-) av leverantörsskulder		-5 274	-2 024
Ökning (+) / Minskning (-) av övriga skulder		-7 601	-6 050
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-2 492	6 257
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-174	–
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		20	–
Tillkommande depositioner		-1	–
Minskning av depositioner		64	–
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-91	–
Årets kassaflöde		-2 583	6 257
Likvida medel vid årets början		34 695	28 438
Likvida medel vid årets slut		32 111	34 695



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 rapporteringens rekommendation RFR 1, Kompletterande redovisningsregler för koncerner.

Denna finansiella rapport är V.S. VisitSweden AB (Visit Sweden) koncernens tredje 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.

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 svenska kronor (TSEK) om inget annat anges. Avrundningsdifferenser kan förekomma.

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 anpassa de redovisningsprinciper som används 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 framsteg mot färdigställandegraden 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.

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. Kontorslokaler 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 inte är rimligt säker på att äganderätten till den underliggande tillgången kommer att övertas vid utgången av leasingavtalet skrivs nyttjanderättstillgången av linjärt under leasingperioden.

Leasingskulder

På inledningsdatumet för ett leasingavtal redovisar koncernen en leasingskuld 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.

Avskrivningar redovisas för att skriva av anskaffningsvärdet eller värderingen av en tillgång efter avdrag för beräknat restvärde, genom att använda den linjära avskrivningsmetoden 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.

Avskrivningar redovisas för att skriva av anskaffningsvärdet eller värderingen av en tillgång efter avdrag för beräknat restvärde, genom att använda den linjära avskrivningsmetoden 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. Vinster 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

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 avskiljda från övrig yta i lokalen. Kontorslokaler är sedanliga kontorsytor belägna i länder där Visit Sweden har en starkare lokal förankring och ett etablerat dotterföretag.

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 säker på att utnyttja det alternativt, och alla perioder som omfattas av en möjlighet att säga upp leasingavtalet om Visit Sweden är rimligt säker 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, eller om det inte är en möjlighet. 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

Nedan följer en sammanställning över koncernens intäkter.

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.

Koncernen		
TSEK	2023	2022
Intäkter		
Intäkter från staten – grundanslag	104 613	104 613
Intäkter från staten – särskilt anslag Svemester	–	20 000
Intäkter från samarbetspartners	16 917	25 020
	121 530	149 633

Not 4 Övriga rörelseintäkter

Bolagets övriga rörelseintäkter består av ett tilläggsanslag avseende omställning till statligt bolag. Arbetet har fortlöpt sedan 2021 och har avslutats under första kvartalet 2023.

Koncernen		
TSEK	2023	2022
Tilläggsanslag från staten för omställning	2 367	10 289
Vinst vid avyttring av anläggningstillgångar	20	–
Kursvinster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	427	753
	2 814	11 042

Moderbolaget		
TSEK	2023	2022
Tilläggsanslag från staten för omställning	2 367	10 289
Vinst vid avyttring av anläggningstillgångar	20	–
Kursvinster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	427	741
	2 814	11 030

Not 5 Övriga rörelsekostnader

Koncernen		
TSEK	2023	2022
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	-982	1 842
	-982	1 842

Moderbolaget		
TSEK	2023	2022
Kursförluster på fordringar/skulder av rörelsekaraktär	-975	1 621
	-975	1 621

Not 6 Arvode och kostnadsersättning till revisorer

TSEK	2023	2022
Koncernen		
KPMG		
Revisionsuppdrag	608	–
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	100	–
Skatterådgivning	–	–
Övriga tjänster*	–	–
	708	–
Övriga revisorer		
Revisionsuppdrag	104	893
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	–	123
Skatterådgivning	130	121
Övriga tjänster*	46	3 441
	281	4 578
Moderbolaget		
KPMG		
Revisionsuppdrag	608	–
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	100	–
Skatterådgivning	–	–
Övriga tjänster*	–	–
	708	–
Övriga revisorer		
Revisionsuppdrag	15	777
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget	–	153
Skatterådgivning	36	34
Övriga tjänster*	–	3 395
	51	4 359

*) Utfört arbete i samband med koncernens omställningsarbete och stöd i upphandlingsprocess kopplat till LOU (Lagen om offentlig upphandling).

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.

Skatterådgivning avser alla skatterelaterade tjänster såsom biträde vid skatteberäkning, vid upprättande av deklaration samt konsultation gällande moms, punktskatter och personalfrågor.

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	2023	2022
Löner och ersättningar m.m.	38 308	37 389
Sociala avgifter	12 096	11 339
Pensionskostnader, avgiftsbaserade planer	4 055	3 904
	54 459	52 632

Moderbolaget

TSEK	2023	2022
Löner och ersättningar m.m.	30 971	29 531
Sociala avgifter	10 745	9 990
Pensionskostnader, avgiftsbaserade planer	3 807	3 590
	45 523	43 111

Medelantalet anställda

	2023	varav män	2022	varav män
Moderbolaget				
Sverige	34	15%	34	18%
Frankrike	1	0%	1	0%
Kina	2	50%	2	50%
Nederländerna	1	0%	1	0%
	38	18%	39	18%
Dotterbolag				
Storbritannien	3	67%	3	67%
Tyskland	7	14%	5	40%
USA	–	0%	1	100%
	10	30%	9	56%
Totalt i koncernen	48	19%	48	25%

Könsfördelning i företagsledningen

	2023-12-31	varav män	2022-12-31	varav män
Koncernen				
Styrelsen	10	50 %	10	50 %
Vd och andra ledande befattningshavare	5	20 %	5	20 %
	15	40 %	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

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)

Koncernen

2022 TSEK	Ledande befattnings- havare	Övriga anställda	Summa
Löner och andra ersättningar	7 169	30 220	37 389
Sociala kostnader (varav pensionskostnad)	3 804 (1 285)	11 439 (2 619)	15 243 (3 904)

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)

Moderbolaget

2022 TSEK	Ledande befattnings- havare	Övriga anställda	Summa
Löner och andra ersättningar	7 169	22 362	29 531
Sociala kostnader (varav pensionskostnad)	3 804 (1 285)	9 776 (2 304)	13 580 (3 589)

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

Löner och andra ersättningar till ledande befattningshavare Koncern

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
2022	Grundlön arvode	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensionskostnad	Totalt
TSEK					
Ledningsgrupp					
Susanne Andersson, Vd	1 775	–	4	443	2 222
Hanna Stenholm, Vice Vd ¹⁾	910	–	2	146	1 058
Carina Tyberg Sigrell, Chief Financial Officer	1 088	–	4	215	1 307
Nils Persson, Chief Marketing Officer	1 147	–	4	219	1 370
Tina Olsson, Chief Strategy Officer	1 094	–	3	213	1 310
Johanna Eriksson, Chief HR Officer	382	–	4	49	435
Styrelse					
Karin Johansson, ordförande	192	–	–	–	192
Richard Törnblom, ledamot	101	–	–	–	101
Jari Virtanen, ledamot	96	–	–	–	96
Jonas Siljhammar, ledamot	96	–	–	–	96
Lars Johansson, ledamot	106	–	–	–	106
Jenny Lahrin, ledamot	–	–	–	–	–
Magnus Lönn, ledamot	101	–	–	–	101
Gunilla Asker, ledamot	81	–	–	–	81
	7 169	–	21	1 285	8 475

Övriga förmåner avser friskvårdsbidrag.

Pensionskostnader utgörs även av en sjukvårdsförsäkring.

1) Markerade 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 2023.

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 redovisat i resultatet uppgick till 4,1 MSEK (3,9 MSEK).

Not 9 Finansiella intäkter

Koncernen

TSEK	2023	2022
Ränteintäkter	643	4
	643	4

Moderbolaget

TSEK	2023	2022
Ränteintäkter	643	4
	643	4

Not 10 Finansiella kostnader

Koncernen

TSEK	2023	2022
Räntekostnader på leasingskulder	-187	-319
Övriga finansiella kostnader	-125	-134
	-312	-453

Moderbolaget

TSEK	2023	2022
Övriga finansiella kostnader	-125	-133
	-125	-133

Not 11 Skatter

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

Koncernen

TSEK	2023	2022
Aktuell skattekostnad (-)/[skatteintäkt (+)]		
Årets skattekostnad [/skatteintäkt]	-160	-279
Justering av skatt hänförlig till tidigare år	32	41
	-127	-238

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

Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	29	275
	29	275

Totalt redovisad skattekostnad i koncernen

-98 38

Moderbolaget

TSEK	2023	2022
Aktuell skattekostnad (-)/[skatteintäkt (+)]		
Årets skattekostnad [/skatteintäkt]	-6	-8
	-6	-8

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

Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-59	282
	-59	282

Totalt redovisad skattekostnad i moderbolaget

-66 275

Avstämning av effektiv skatt

Koncernen

TSEK	2023	2022
Resultat före skatt	938	540
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget	-193	-111
Effekt av andra skattesatser för utländska dotterföretag	-33	10
Ej avdragsgilla kostnader	-63	-100
Ej skattepliktiga intäkter	1	
Utnyttjande av tidigare ej aktiverade underskottsavdrag	158	198
Skatt hänförlig till tidigare år	32	41
Redovisad effektiv skatt	-98	38

Moderbolaget

TSEK	2023	2022
Resultat före skatt	786	407
Skatt enligt gällande skattesats för moderbolaget, 20,6%	-162	-84
Ej avdragsgilla kostnader	-63	-38
Ej skattepliktiga intäkter	1	198
Ökning av underskottsavdrag utan motsvarande aktivering av uppskjuten skatt	-	-
Utnyttjande av tidigare ej aktiverade underskottsavdrag	158	198
Redovisad effektiv skatt	-66	275

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

TSEK	Balans per 1 jan 2022	Redovisat i årets resultat	Omräknings-differens	Balans per 31 dec 2022
Materiella anläggningstillgångar	-	282	-	282
Nyttjanderätter	-3 328	579	-2	-2 752
Leasingskulder	3 354	-586	-	2 768
	25	275	-2	298

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

Per rapportperiodens utgång har koncernen outnyttjade skattemässiga underskottsavdrag som uppgår till 110 074 TSEK (110 840) som kan nyttjas mot framtida skattemässiga överskott.

Ingen uppskjuten skattefordran har redovisats för de återstående 110 074 TSEK (110 840). 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	2023-12-31	2022-12-31
Programvaror		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	2 318	2 318
Utgående balans 31 december	2 318	2 318
Akkumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-1 485	-1 022
Årets avskrivningar	-464	-464
Utgående balans 31 december	-1 949	-1 485
Redovisat värde 31 december	369	832
Moderbolaget		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Programvaror		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	2 318	2 318
Utgående balans 31 december	2 318	2 318
Akkumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-1 485	-1 022
Årets avskrivningar	-464	-464
Utgående balans 31 december	-1 949	-1 485
Redovisat värde 31 december	369	832

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

Not 13 Materiella anläggningstillgångar

Koncernen		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Inventarier		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	4 137	4 526
Inköp	178	57
Avyttring/utrangering	-1 370	-514
Valutakursdifferenser	12	67
Utgående balans 31 december	2 957	4 137
Akkumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-3 723	-3 921
Årets avskrivningar	-179	-258
Avyttring/utrangering	1 370	514
Valutakursdifferenser	-10	-58
Utgående balans 31 december	-2 542	-3 723
Redovisat värde 31 december	415	415
Moderbolaget		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Inventarier		
Anskaffningsvärde		
Ingående balans 1 januari	3 051	3 051
Inköp	174	–
Avyttring/utrangering	-1 155	–
Utgående balans 31 december	2 070	3 051
Akkumulerade avskrivningar		
Ingående balans 1 januari	-2 769	-2 594
Årets avskrivningar	-151	-175
Avyttring/utrangering	1 155	–
Utgående balans 31 december	-1 765	-2 769
Redovisat värde 31 december	305	282

Not 14 Leasingavtal

Koncernen		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Nyttjanderättstillgångar		
Ingående balans 1 januari	14 184	16 660
Justering hänförligt till fg. år*	–	-569
Ändringar i befintliga leasingkontrakt	1 041	1 645
Årets avskrivningar på nyttjanderättstillgångar	-4 890	-3 909
Justering avskrivningar hänförligt till fg. år*	–	-35
Omräkningsdifferenser	-8	391
Utgående balans 31 december	10 327	14 184

Koncernen		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Leasingskulder		
Ingående balans 1 januari	13 346	16 684
Justering hänförligt till fg. år*	–	-506
Ändringar i befintliga leasingkontrakt	1 041	736
Räntekostnader på leasingskulder	187	319
Årets amorteringar	-4 693	-4 289
Omräkningsdifferenser	-10	403
Utgående balans 31 december	9 872	13 346

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

Koncernen		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Avskrivningar på nyttjanderättstillgångar*	-4 890	-3 944
Räntekostnader på leasingskulder	-187	-319
Kostnad avseende korttidsleasingavtal	-98	-273
Kostnad för avtal där den underliggande tillgången är av lågt värde	-201	-304
Kostnader för variabla leasingavgifter	-313	-291
	-5 689	-5 131

*) Gällande 2022 års siffror – vid upprättande av bokslutet för första kvartalet 2022 noterades avvikelser mellan beräkningsmodell för leasingavtal och hur vi redovisade leasingavtal i årsbokslutet 2021. Avvikelseerna återfinns på samtliga poster i koncernens resultaträkning och koncernens balansräkning som påverkas av redovisning av leasingavtal.

Koncernens leasingavtal och redovisningen av dessa

Koncernens leasingavtal består av lokalhyror. Den genomsnittliga leasingperioden är 3,2 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 4 693 TSEK (4 289). För löptidsanalys hänförliga till leasingavtal, se Not 25 Finansiella risker.

Not 15 Långfristiga fordringar och övriga fordringar

Koncernen		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Långfristiga fordringar		
Depositioner	167	230
	167	230
Övriga fordringar		
Momsfordran	1 866	2 583
Skattekonto	–	37
Övrigt	–	9
	1 866	2 629

Moderbolaget		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Långfristiga fordringar		
Depositioner	23	85
	23	85
Övriga fordringar		
Momsfordran	1 814	2 515
Skattekonto	–	37
Övrigt	–	7
	1 814	2 559

Koncernen		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Långfristiga fordringar		
Akkumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	230	218
Tillkommande depositioner	1	–
Återbetalda depositioner	-64	–
Utgående balans 31 december	–	12
Utgående balans 31 december	167	230

Moderbolaget		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Långfristiga fordringar		
Akkumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	85	85
Tillkommande depositioner	1	–
Återbetalda depositioner	-64	–
Utgående balans 31 december	23	85

Not 16 Kundfordringar

Kundfordringar redovisas efter hänsyn tagen till under året uppkomna kundförluster som uppgick till 60 TSEK (3) i koncernen i moderbolaget uppgick kundförlusterna till 60 TSEK (3). I not 25 Finansiella risker återfinns åldersanalys för kundfordringar.

TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Koncernen		
Redovisat värde på kundfordringar	1 369	700
Moderbolaget		
Redovisat värde på kundfordringar	1 369	700

Not 17 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Koncernen

TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Förutbetald hyra	86	78
Förutbetald försäkring	433	390
Upplupna intäkter Jordbruksverket	–	6 867
Övrigt	2 476	1 697
	2 994	9 031

Moderbolaget

TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Förutbetald hyra	899	843
Förutbetald försäkring	332	332
Upplupna intäkter Jordbruksverket	–	6 867
Övrigt	2 442	1 675
	3 672	9 716

Upplupna intäkter består av utfört arbete enligt avtal med statliga myndigheter 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	2023-12-31	2022-12-31
Kassa och banktillgodohavanden	33 121	36 102
Summa enligt rapporten över finansiell ställning	33 121	36 102
Summa enligt rapporten över kassaflöden	33 121	36 102

Moderbolaget

TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Kassa och banktillgodohavanden	32 111	34 695
Summa enligt rapporten över finansiell ställning	32 111	34 695
Summa enligt rapporten över kassaflöden	32 111	34 695

Not 19 Eget kapital

Stamaktier

Antal aktier	2023-12-31	2022-12-31
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	2023	2022
Långfristiga skulder		
Finansiella leasingskulder	5 362	9 222
	5 362	9 222
Kortfristiga skulder		
Kortfristig del av finansiella leasingskulder	4 510	4 125
	4 510	4 125

Villkor och återbetalningstider

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

2022	Nominellt värde	Redovisat värde
TSEK		
Finansiella leasingskulder *	13 773	13 346
Totala räntebärande skulder	13 773	13 346

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

Not 22 Övriga skulder

Koncernen

TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Övriga kortfristiga skulder		
Personalskatt	1 087	814
Skuld till anställda	29	97
Upplupna sociala avgifter	881	727
	1 997	1 638

Moderbolaget

TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Övriga kortfristiga skulder		
Personalskatt	997	736
Skuld till anställda	25	57
Upplupna sociala avgifter	881	727
	1 903	1 519

Not 23 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

Koncernen		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Upplupna löner	528	1 548
Upplupna semesterlöner	1 909	1 994
Upplupna pensionskostnader	26	70
Upplupna sociala avgifter	643	809
Upplupna projektkostnader	833	913
Upplupna verksamhetskostnader	1 555	1 847
Förutbetalda intäkter	519	7 067
	6 011	14 249

Moderbolaget		
TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Upplupna löner	528	1 088
Upplupna semesterlöner	1 703	1 709
Upplupna pensionskostnader	–	13
Upplupna sociala avgifter	634	766
Upplupna projektkostnader	833	913
Upplupna verksamhetskostnader	1 196	1 392
Förutbetalda intäkter	519	7 067
	5 412	12 948

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

Not 24 Finansiella instrument

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

Redovisat värde		
Koncernen 2022-12-31 TSEK	Finansiella tillgångar	Finansiella skulder
	Upplupet anskaffningsvärde	Upplupet anskaffningsvärde
Kassa och bank	36 102	–
Kundfordringar	700	–
Upplupna intäkter	6 867	–
Depositioner	230	–
Leverantörsskulder	–	15 051
	43 899	15 051

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.

Bolaget 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 redovisningsstandarder 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 vid en samlad bedömning avseende möjlig påverkan, sannolikhet och konsekvens, bedöms kunna ge mest negativ effekt för koncernen.

Koncernens riskhantering sköts av den centrala finansavdelningen som övervakar och hanterar de finansiella riskerna relaterade till koncernens verksamhet genom interna riskrapporter som analyserar riskexponeringar och omfattning av risker. Finansavdelningen rapporterar till koncernens cfo som övervakar risker, policyer och åtgärder som genomförs för att minimera riskexponeringen

Kreditrisk

Kreditrisk är risken att koncernens motpart i ett finansiellt instrument inte kan fullgöra sin skyldighet och därigenom förorsaka koncernen en finansiell förlust. Koncernens kreditrisk uppstår i första hand genom fordringar på kunder, förskottsbetalningar till leverantörer samt vid placering av likvida medel.

För att minimera kreditrisken har koncernen antagit en policy att endast hantera kreditvärda motparter, som ett sätt att mildra risken för ekonomisk förlust vid fallissemang.

Genomsnittlig kredittid för försäljning är 30 dagar. Ingen ränta appliceras på utestående kundfordringar. Koncernen skriver bort en kundfordring när det finns information som indikerar att kunden är i allvarliga ekonomiska svårigheter och det inte finns rimliga utsikter till återhämtning, till exempel när kunden har ställts under likvidation eller har inlett konkursförfaranden och då kundfordringarna är förfallna, beroende på vad som inträffat tidigare. Redovisade konstaterade kreditförluster under året uppgår till 60 TSEK (3).

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

2023-12-31	Brutto	Nedskrivningar	Netto
TSEK			
Ej förfallna kundfordringar	1 429	-60	1 369
Förfallna kundfordringar:			
1-60 dagar	–	–	–
61-90 dagar	–	–	–
91-120 dagar	–	–	–
>91 dagar	–	–	–
	1 429	-60	1 369

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 2023 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 inte exponerad för ränterisker eftersom koncernen inte har ingått några räntebärande lån förutom leasingskulder. 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 lån upptagna till rörlig ränta.

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

TSEK	Förfall	Ränta	%	Redovisat värde	
				2023-12-31	2022-12-31
Finansiella leasingskulder *)	Rörlig/Fast	*)		9 872	13 346
				9 872	13 346

*) 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 och skulder i utländsk valuta vid rapporteringsdagen:

Koncernen

TSEK	2023-12-31	2022-12-31
Tillgångar		
USD	694	628
EUR	1 031	1 369
GBP	307	397
CNY	268	264
	2 300	2 658
Skulder		
USD	1	94
EUR	11	323
GBP	19	10
	31	427

Likviditetsrisk

Koncernen säkerställer genom en försiktig likviditetshandling 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 10 000 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

2023-12-31				Totalt inkl. ränta	Redovisat värde
TSEK	<1 år	1-5 år	>5 år		
Leasingskulder	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

Löptidsanalys

2022-12-31				Totalt inkl. ränta	Redovisat värde
TSEK	<1 år	1-5 år	>5 år		
Leasingskulder	4 356	9 417	–	13 773	13 346
Leverantörsskulder	15 051	–	–	15 051	15 051
Övriga kortfristiga skulder	16 061	–	–	16 061	16 061
	35 468	9 417	–	44 885	44 458

Not 26 Koncernföretag

Moderbolaget

TSEK	2023	2022
Ackumulerade anskaffningsvärden		
Vid årets början	357	629
Utgående balans 31 december	357	629
Ackumulerade nedskrivningar		
Vid årets början	–	–
Avyttring av dotterbolag	–	-272
Utgående balans 31 december	–	-272
Redovisat värde den 31 december	357	357

Specifikation av moderbolagets innehav i dotterföretag

Dotterföretag / Säte	Org.nr	Andelar/ aktier	Andel i %		Redovisat värde	
			2023-12-31	2022-12-31	2023-12-31	2022-12-31
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	2023	2022
Koncernen		
Erhållen ränta	643	4
Erlagd ränta	-312	-453
	330	-449
Moderbolaget		
Erhållen ränta	643	4
Erlagd ränta	-125	-133
	517	-129

Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet

TSEK	2023	2022
Koncernen		
Avskrivningar	5 533	4 665
Orealiserade kursdifferenser	-23	33
Realisationsresultat vid försäljning av materiella anläggningstillgångar	-20	–
Övriga avsättningar	2 988	–
Övrigt	99	321
	8 575	5 019
Moderbolaget		
Avskrivningar	615	639
Realisationsresultat vid försäljning av materiella anläggningstillgångar	-20	272
Övriga avsättningar	2 988	–
	3 582	911

Avstämning av skulder som uppkommer från finansieringsverksamheten

Koncernen TSEK	Leasingskulder	Skulder härörande från finansierings- verksamheten
Ingående balans 1 januari 2023	13 346	
Kassaflöden	-4 693	-4 693
Icke-kassaflödespåverkande förändringar		
Ändringar i befintliga leasingkontrakt	1 041	1 041
Räntekostnader på leasingskulder	187	187
Omräkningsdifferenser	-10	-10
Utgående balans 31 december 2023	9 872	-3 475
Ej utnyttjade krediter		
TSEK	2023	2022
Koncernen		
Ej utnyttjade krediter uppgår till	10 000	10 000
Moderbolaget		
Ej utnyttjade krediter uppgår till	10 000	10 000

Not 28 Ställda säkerheter och eventualförpliktelser

Bolaget har per 2023-12-31 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 11,9 procent (10,4) av inköpen och 1,3 procent (1,4) 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 årsstämmans förfogande står följande vinstmedel

SEK	2023
Balanserade vinstmedel	6 937 021
Årets resultat	719 955
	7 656 976
Balanseras i ny räkning	7 656 976
	7 656 976

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 från 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 står inför.

Årsredovisningen och koncernredovisningen har, som framgår ovan, godkänts för utfärdande av styrelsen och verkställande direktören den 25 mars 2024. 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 2024.

Signaturer enligt bilagda verifikat.

Stockholm den dag som framgår av de elektroniska underskrifterna.

Susanne Andersson
Verkställande direktör

Karin Johansson
Styrelseordförande

Lars Johansson
Styrelseledamot

Richard Törnblom
Styrelseledamot

Jonas Siljhammar
Styrelseledamot

Per Sjödel
Styrelseledamot

Magnus Lönn
Styrelseledamot

Jenny Lahrin
Styrelseledamot

Gunilla Asker
Styrelseledamot

Lena Gunnerhed
Arbetstagarrepresentant

Anneli L. Crichlow
Arbetstagarrepresentant

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

KPMG AB

Tomas Mathiesen
Auktoriserad revisor

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 2023. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 25-53 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 2023 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 2023 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt IFRS Accounting Standards, så 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 revisionssed 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.

Övriga upplysningar

Revisionen av årsredovisningen och koncernredovisningen för år 2022 har utförts av en annan revisor som lämnat en revisionsberättelse daterad den 29 mars 2023 med omodifierade uttalanden i Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen.

Annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 3-24 och 57-81. 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 Accounting Standards så 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.

- inhämtar vi tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för enheterna eller affärsaktiviteterna inom koncernen för att göra ett uttalande om årsredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och utförande av koncernrevisionen. 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 2023 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 57-63 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. Uppllysningar 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 25 mars 2024

KPMG AB

Tomas Mathiesen
Auktoriserad revisor

Bolagsstyrningsrapport 2023

I denna bolagsstyrningsrapport beskrivs Visit Sweden 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 2023-01-01 – 2023-12-31 och publiceringsdatum är 31 mars 2024.

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:

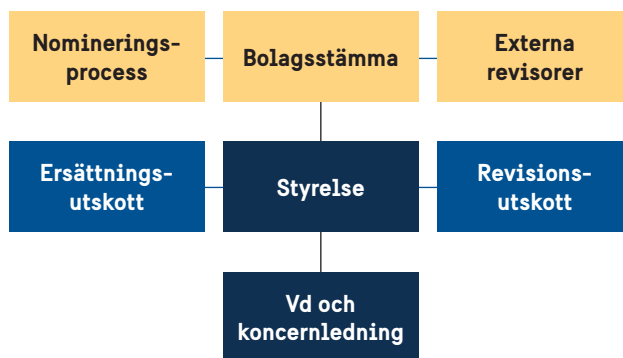
- bolagsordning
- ägaranvisning
- instruktioner och arbetsordning för styrelse respektive verkställande direktör
- arbetsordning för revisionsutskottet
- arbetsordning för ersättningsutskottet
- attest- och delegationsordning
- uppförandekod
- policyer, regler, riktlinjer och instruktioner
- affärsplan och verksamhetsplan

Hållbarhetsredovisning

Externt redovisas hållbarhetsarbetet, inklusive målpuppfyllnad, genom årlig hållbarhetsredovisning inspirerad av GRI (Global Reporting Index), årsredovisning, delårsrapporter, återsrapportering till 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 vi har gjort inom respektive område under året och hur vi arbetar 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 2023

Visit Swedens föregående årsstämma hölls i Stockholm den 25 april 2023. Ägaren, representerad av Finansdepartementets ombud Magnus Johansson, närvarade på årsstämman. Därutöver närvarade styrelseordförande Karin Johansson, som öppnade och ledde stämman, samt sex av sju 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 2022 disponerades så att årets resultat och det balanserade resultatet, tillsammans 6 937 021 kronor, överfördes till ny räkning. Ingen utdelning utgick för räkenskapsåret 2022.
- Bevilja styrelsen och vd ansvarsfrihet för räkenskapsåret 2022.
- Anta styrelsens förslag till riktlinjerna för ersättningar och

andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare.

- Antalet bolagsstämmovalda styrelseledamöter ska vara åtta utan suppleanter, varav samtliga nominerats av staten.
- Omval av styrelseordförande Karin Johansson.
- Omval av ordinarie styrelseledamöter Jenny Lahrin, Richard Törnblom, Jonas Siljhammar, Lars Johansson, Magnus Lönn samt Gunilla Asker. Två arbetstagarrepresentanter är utsedda av den lokala fackklubben.
- Nyval av styrelseledamot Per Sjödel.
- Att fastställa arvode för styrelseledamot samt utskottsledamot, exklusive arbetstagarrepresentanter och anställda vid Regeringskansliet.
- Utse revisionsbolaget KPMG AB med huvudansvarig revisor Tomas Mathiesen (nyval) som revisor för perioden fram till nästa stämma.
- Anta Statens ägarpolicy och principer för bolag med statligt ägande 2020.

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

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 2023 avgick Jari Virtanen och ersattes av Per Sjödel i styrelsen. Richard Törnblom bytte från revisionsutskottet till ersättningsutskottet i samband med årsstämman. Charlotta Barnden Uddén avgick som arbetstagarrepresentant i september 2023. Anneli L. Crichlow registrerades som arbetstagarrepresentant i december 2023.

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 styra Visit Swedens verksamhet långsiktigt och säkra 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 därutöver sker löpande rapportering till styrelsen avseende vad som diskuterats på utskottsmötena på nästkommande styrelsemöte efter ett utskottsmöte.

Styrelsens arbete under 2023

Styrelsens arbete bedrivs i första hand inom ramen för formella styrelsemöten. Därutöver upprätthålls en löpande kontakt mellan vd och styrelsens ordförande. Styrelsen har haft nio sammanträden under 2023, varav ett konstituerande samt två extrainsatta möten. 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.

Styrelse



Karin Johansson, ordförande
(f: 1956)

Ledamot sedan: 2017.
Nuvarande befattning: Vice vd på Svenskt Näringsliv.
Styrelseuppdrag: Styrelseledamot Stiftelsen Fritt Näringsliv, Styrelseledamot Timbro.
Tidigare befattningar: vd Svensk Handel, Statssekreterare Socialdepartementet, försäljningsdirektör Microsoft.
Utbildning: Socialhögskolan i Stockholm.



Jenny Lahrin, ledamot / ägarrepresentant
(f: 1971)

Ledamot sedan: 2019.
Nuvarande befattning: Förvaltare vid avdelningen för bolag med statligt ägande på Finansdepartementet.
Styrelseuppdrag: SBAB Bank AB, AB Göta kanalbolag, Saminvest AB, PostNord AB.
Tidigare befattningar: Chefsjurist på Veolia Transport Northern Europe AB.
Utbildning: Juristexamen, Executive MBA.



Richard Törnblom, ledamot
(f: 1966)

Ledamot sedan: 2017.
Nuvarande befattning: Investerare och entreprenör fokuserad på hållbara innovationer.
Styrelseuppdrag: Svegro AB, BVD International AB, Atmoz AB, BluePearl AB.
Tidigare befattningar: Engagement Manager McKinsey & Co, vd Arrow Electronics Sverige AB, vd LynxEye AB.
Utbildning: Civilekonom Handelshögskolan i Stockholm.



Jonas Siljhammar, ledamot
(f: 1968)

Ledamot sedan: 2018.
Nuvarande befattning: vd Visita.
Styrelseuppdrag: Ordförande Svensk Turism AB, ordförande Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond och ledamot Worldskills Sweden AB.
Tidigare befattningar: vd Compass Group AB, Sales Director Nordic Compass Group.



Lars Johansson, ledamot
(f: 1959)

Ledamot sedan: 2020.
Nuvarande befattning: styrelsearbetare samt egen konsult- och investeringsverksamhet.
Styrelseuppdrag: Ordförande Blinto AB, ledamot Apotek Produktion & Laboratorier AB (APL), ledamot Sjöfartsverket.
Tidigare befattningar: CFO NetEnt AB, Senior Investment Director & tillförordnad VD Ratos AB, CFO/COO TV4-Gruppen AB, CFO Swedavia AB.
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 AB, Conoa AB, Aernis Consulting AB.
Tidigare befattningar: koncernchef och vd Time People Group, Utvecklingschef Nasdaq, Konsult inom mjukvaruutveckling och projektledning Sigma.
Utbildning: Civilingenjör, Linköpings Tekniska Högskola.



Gunilla Asker, ledamot
(f: 1962)

Ledamot sedan: 2021.
Nuvarande befattning: Styrelsearbetare och strategikonsult i eget bolag.
Övriga styrelseuppdrag: SOS Alarm och Tinius Stiftelsen (Oslo).
Tidigare befattningar: Ett flertal ledande befattningar inom Unilever, Marknads- och informationsdirektör SJ, Divisionschef Research International, VD Svenska Dagbladet, Marknadsdirektör 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, Equestrian Stockholm och Parfym.se, Spendrups, Swedavia, Spring Wine & Spirits, Haypp Group och Carismar.
Tidigare befattningar: Global marknadsdirektör H&M, marknadschef ICA, VD Pocket Shop, Sverige VD för Gant och Fiskars
Utbildning: Civilekonom/magisterexamen Linköpings Universitet



Lena Gunnerhed, arbets- tagarrepresentant
(f: 1968)

Ledamot sedan: 2020.
Nuvarande befattning: Head of Insight & Knowledge Management, Visit Sweden.
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, arbetstagarrepresentant
(f: 1969)

Ledamot sedan: 2023.
Nuvarande befattning: Business Development Manager Visit Sweden.
Övriga styrelseuppdrag: A Lemon Groove AB, 1326 Songs AB.
Tidigare befattningar: Egenföretagare och konsult inom musikproduktion & projektledning. Project Manager Visit Sweden.
Utbildning: Yrkeshögskola Projektledning.

Arvode till styrelseledamöter

Styrelsens arvode bestäms vid årsstämman och utgår inte till styrelseledamot anställd vid Regeringskansliet eller till arbetstagarrepresentanter. Arvoden för 2023 utgår med 180 000 kr (175 000) till styrelseordförande och 85 500 kr (83 000) till styrelseledamot. Arvode för arbete inom revi-

sionsutskottet utgår med 26 000 kr (25 000) till revisionsutskottets ordförande och 20 700 kr (20 000) till ledamot. Arvode i ersättningsutskottet utgår med 20 600 kr (20 000) till ersättningsutskottets ordförande och 15 500 kr (15 000) till ledamot.

Styrelsens sammansättning och närvaro under 2023

Ledamot	Valår	Närvaro	Närvaro Revisionsutskott	Närvaro Ersättningsutskott	Kommentar
Karin Johansson, ordförande	2017	8/9		3/3	
Jenny Lahrin	2019	9/9	5/5		
Richard Törnblom	2017	9/9		2/3	1
Jonas Siljhammar	2018	9/9		2/3	
Magnus Lönn	2020	7/9	5/5		
Lars Johansson	2020	7/9	5/5		
Gunilla Asker	2021	8/9			
Per Sjödel	2023	5/7			2
Jari Virtanen	2014	2/2		1/3	3
Lena Gunnerhed	2020	9/9		2/3	6
Charlotta Barnden Uddén	2020	5/6			4, 6
Anneli L. Crichlow	2023	0/0			5, 6

1) Bytte vid konstituerande styrelsemöte utskott från revisionsutskottet till ersättningsutskottet.

2) Invald på årsstämman 25 april 2023. Ersatte Jari Virtanen som avgick vid årsstämman 2023.

3) Avgick som styrelseledamot vid årsstämman 2023.

4) Avgick som arbetstagarrepresentant i september 2023.

5) Inregistrerad som arbetstagarrepresentant per 20 december 2023.

6) 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 2023 haft fem 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 2023 haft tre protokollförda möten.

Revisorer

Vid årsstämman 2023 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.

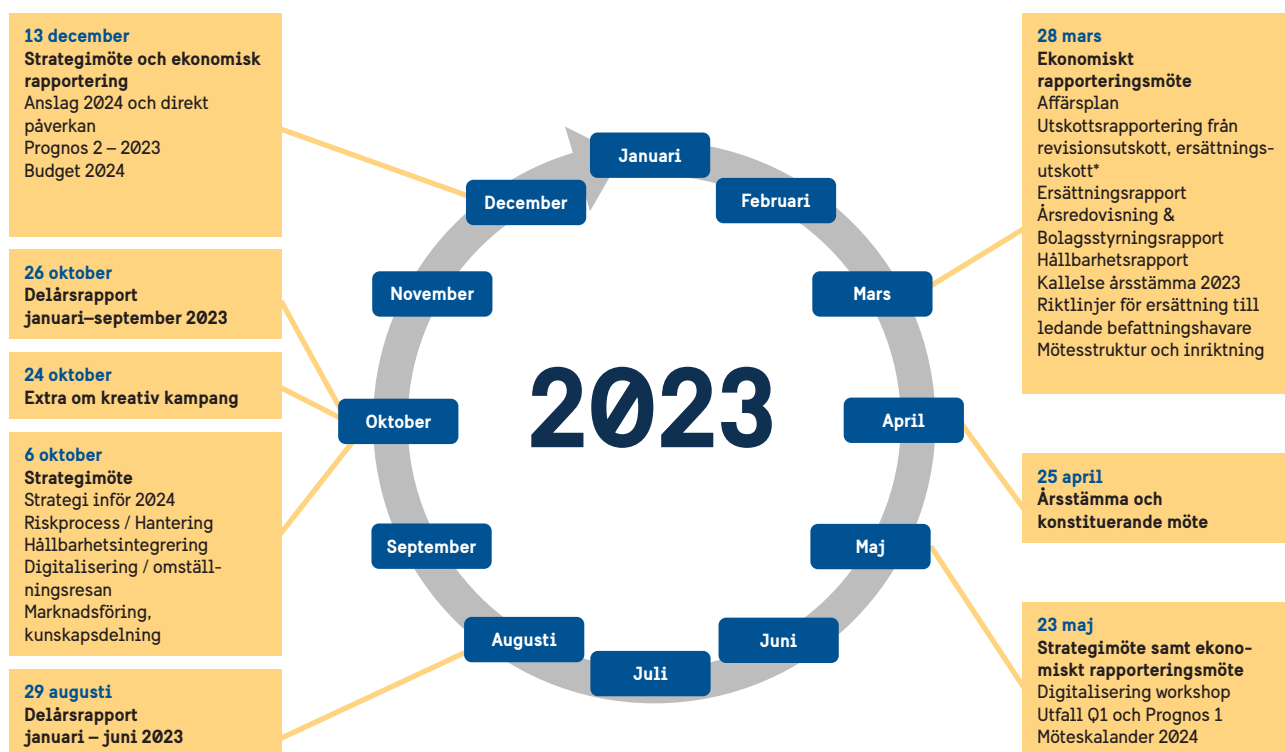
Utvärdering av styrelse och revisorer

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

Styrelsemöten

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

Styrelseåret 2023



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

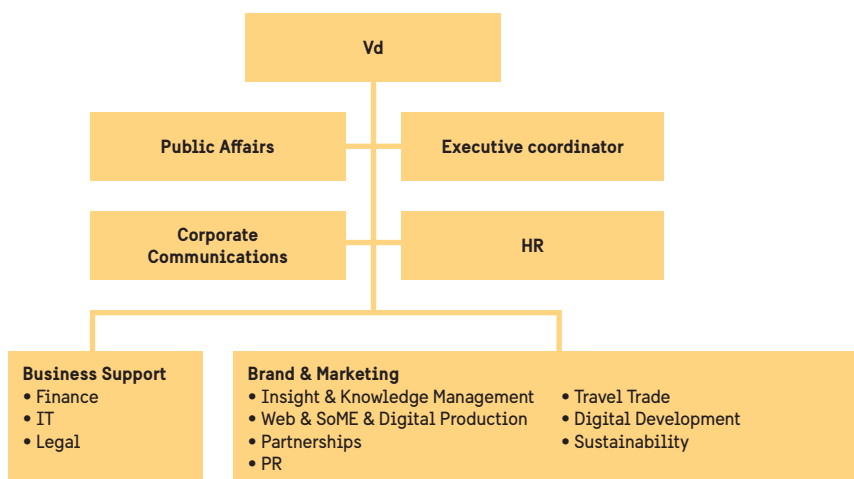
Organisationsstruktur

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

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 2023 tre dotterbolag (VisitSweden GmbH i Tyskland, VisitSweden Ltd i Storbritannien och VisitSweden Inc i USA) samt tre representationskontor i Nederländerna, Frankrike och Kina.



Visit Swedens organisation per 31 december 2023.

Verkställande direktör och koncernledning

Susanne Andersson är sedan den 1 februari 2022 permanent vd, efter att dessförinnan varit tidsbestämd vd från den 12 februari 2021. Vds uppgift är att sköta den löpande förvaltningen och leda den operativa verksamheten enligt styrelsens anvisningar och riktlinjer och enligt ägaranvisningen. Vd är föredragande i styrelsen.

Koncernledningsgruppen om totalt fyra personer bestod vid årets slut av Verkställande direktör, Chief Financial Officer, Chief Strategy Officer och Chief Marketing Officer samt Chief HR Officer.

Vd och koncernledningsgruppens 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.

Koncernledningsarbetet samordnas i en koncernledningsgrupp baserad på Visit Swedens organisation. Koncernledning och styrelse bär det yttersta ansvaret för att företaget bedrivs på ett korrekt sätt. Ansvaret regleras enligt aktiebolagslagen. Vd och koncernledningsgruppens roll är att utveckla och implementera strategier där hållbarhet är en integrerad del, hantera bolagsstyrnings- och organisationsfrågor, hälsa och säkerhet samt etik och efterlevnad för Visit Sweden samt följa upp Visit Swedens finansiella utveckling och hållbarhetsarbete. Vd är ytterst ansvarig avseende rapportering av målluppfyllnad till styrelsen. Hållbarhetschefen ansvarar för att driva Visit Swedens hållbarhetsarbete strategiskt och operativt. Respektive funktionschef och avdelningschef ansvarar för implementering och uppföljning av mål och policyer inom gruppen.

Ledning



**Susanne Andersson,
Vd och koncernchef**

Anställd på Visit Sweden sedan februari 2022.

Tidigare befattningar, uppdrag och utbildning: Styrelseordförande – Svensk Turism, Svensk Klassificering AB, Visita Norrland, Vice styrelseordförande – Visit Sweden, Svenskt Näringslivs SME kommitté, Ledamot – Visita, Svenskt Näringsliv Besöksnärings 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 Björnske Centrat.



**Carina Tyberg Sigrell,
Chief Financial Officer**

Anställd på Visit Sweden sedan januari 2008.

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

Utbildning: IHM Business School



**Ann-Christin Olsson,
Chief Strategy Officer**

Anställd på Visit Sweden sedan augusti 2000.

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

Utbildning: Mittuniversitetet



**Nils Persson,
Chief Marketing Officer**

Anställd på Visit Sweden sedan januari 2021.

Tidigare befattningar, och uppdrag: Head of Marketing, Telia Digital Life & MarCom, Global Digital Business Manager, Visit Sweden, Sales Director, Propeople, 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.



**Johanna Eriksson,
Chief HR Officer**

Anställd på Visit Sweden sedan juli 2022.

Tidigare befattningar, uppdrag och utbildning: HR Chef Brandskyddsföreningen, HR Director Fortum Värme, HR Manager Fortum, HR Expert Rikspolisstyrelsen.

Utbildning: Bachelor of Science, Karlstads 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.

Från och med 2020 släpper bolaget 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 försäkras 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. Dessutom påverkas kontrollmiljön av den enskilda medarbetarens medvetenhet om sin roll i upprätthållandet av god intern kontroll.

Grunden i den interna kontrollen på Visit Sweden är den finansiella rapporteringen, baserad på av styrelsen beslutade direktiv, av vd beslutade riktlinjer och instruktioner, samt 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 har under 2023 implementerat en ny uppförandekod och värdegrund. Utöver detta finns ett antal policydokument: alkohol- och drogpolicy, affärsetisk policy, arbetsmiljöpolicy, inköps- och upphandlingspolicy, IT-policy, jämställdhet- och mångfaldspolicy, lönepolicy, personuppgiftspolicy, representationspolicy 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. Visit Sweden har en årligen återkommande riskprocess (se bilaga 4, Riskhantering på Visit Sweden) som innefattar en riskanalys med utgångspunkt i de väsentliga områden som identifierats för Visit Sweden. En riskanalys genomförs 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 låg, låg/medel, medel, medel/hög, hög/medel eller hög/hög sannolikhet och påverkan.

Så arbetar vi med riskminimering

- Minska sannolikheten att risken sker genom förebyggande åtgärder, till exempel utbildning.
- Minska konsekvenserna om risken ändå inträffar, 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. Detta är lämpligt för osannolika risker utan märkbar påverkan.

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 och stäms av i förhållande till helårsbudget och prognos. Rapporterna beskriver även viktiga affärshändelser, likviditet samt målpuppfyllnad. 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 och 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 2023 har bolaget arbetat med att ytterligare formalisera och dokumentera den interna kontrollen. Resultatet av revisionsutskottets arbete i form av observationer, rekommendationer och förslag till beslut och åtgärder rapporteras fortlöpande till styrelsen. Styrelsen planerar att ta fram en åtgärdslista för uppföljning av tidigare styrelsebeslut. 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 inklude-

rar konsulter och inhyrd personal om sådan finns. Koncernens affärsstödsfunktion Business Support har ett direkt 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 alla medarbetare ska känna sig trygga med att rapportera avvikelser mot bolagets regler finns det rutiner för hur en anställd på ett konfidentiellt och effektivt sätt kan slå larm, en så kallad visselblåsarfunktion. Denna tjänst lanserades under 2023 och ärenden hanteras av extern part, utreds och hanteras tillsammans med funktioner från ledningsgruppen som involverar styrelsen. Om anmälan avser någon i den interna hanteringsgruppen eller dess överordnade och är av kritisk karaktär blir styrelsen informerad enligt etablerade 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 länderna.

Avvikelse från riktlinjer

Svensk kod för bolagsstyrning (Koden):

- Publicering av tid och ort för årsstämma 2023 skedde på hemsidan i samband med publicering av kallelse. Enligt Koden ska information lämnas på bolagets webbplats senast i samband med tredje kvartalsrapporten. (Information om årsstämman 2024 publicerades i samband med tredje kvartalsrapporten.)
- 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 2023 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.

Bilaga 1.

Om hållbarhetsredovisningen

Hållbarhetsredovisningen, som består av följande sidor 10-14, 21-24 samt 66-81, är en sammanfattning av koncernen Visit Swedens integrerade hållbarhetsarbete under verksamhetsåret 1 januari – 31 december 2023 och inspireras av Global Reporting Initiatives (GRI) Standards med målsättning att ge en öppen och balanserad bild av Visit Swedens arbete.

Den utgör den lagstadgade hållbarhetsrapporten enligt kraven i Årsredovisningslagen, 6 kap ÅRL och i enlighet med kraven i ägarpolicy för bolag med statligt ägande, ägaranvisning och bolagsordningen.

Utöver det redovisas Visit Swedens arbete med den integrerade affärsplanen och värdeskapande mål. I redovisningen beskrivs bolagets hållbarhetsarbete, utmaningar, möjligheter, framtida ambitioner och utveckling över tid. Rapporten följer också statens riktlinjer för extern rapportering. Nyckeltal redovisas från 2019. Inga förändringar i redovisning har skett under året.

Hållbarhetsredovisningen granskas av oberoende part i enlighet med ISAE 3000, se bestyrkanderapport på sidan 82.

Detaljer kring datainsamling och klimatkalkylans ansvar för insamling och beräkning av HR-data genomförs internt på avdelningen Business Support. Persondata är beräknad på FTE. Klimatdata från tjänsteresor, el och värme har samlats in från leverantörer. Klimatberäkningar har genomförts av den externa leverantören South Pole AB. Metoden och emissionsfaktorer för beräkningar är i enlighet med GHG Protocols

standarder. Utöver ovanstående har ledningen varit involverad i processen genom att bistå med information och delta i intervjuer.

Se GRI-index, i Bilaga 8, för specificerad hänvisning till rapportens innehåll. Visit Swedens beräknade utsläpp för 2023 är 238,6 tCO₂e (ton koldioxidekvivalenter).

Klimatberäkningar är en iterativ process som förbättras varje år, och från och med 2023 har även utsläpp från journalisters resor inkluderats. Visit Sweden planerar att alltid följa praxis och gällande standarder för hur klimatberäkningar genomförs. Datainsamling för beräkning av utsläpp från köpt el, värme och kyla på Visit Swedens kontor bygger på data från fastighetsägare eller motsvarande. Då kontoret delas med andra organisationer har energianvändningen uppskattats baserat på kontorsyta. Där information om energiförbrukning för ett kontor saknats helt har den baserats på proxy från IEA (International Energy Association). Beräkningen av utsläpp i tCO₂e är baserad på data rapporterad av Visit Sweden och görs av klimat- och hållbarhetsföretaget South Pole. Beräkningen inkluderar utsläpp av koldioxid och andra växthusgas som omfattas i Greenhouse Gas Protocol och redovisas i koldioxidekvivalenter. Samtliga beräkningar baseras på Greenhouse Gas Protocol. Emissionsfaktorerna är baserade på bland annat IPCC, BEIS och Ecoinvent.

Kontaktuppgifter:

Carina Tyberg Sigrell, CFO

carina.tyberg@visitsweden.com

Visit Swedens övergripande ramverk, anslutna initiativ, medlemskap och policys

Bolagsövergripande

- Strategi för hållbar turism och växande besöksnäring
- Statens ägarpolicy och policy för bolag med statligt ägande
- Svensk Kod för bolagsstyrning
- Integrationsmyndighetens riktlinjer för visselblås

Ramverk, riktlinjer och standarder

- Global Reporting Initiative
- ILOs kärnkonventioner
- Näringslivskoden – Institutet Mot Mutor
- Agenda 2030 – utvalda mål
- Brundtland-kommissionens och UNWTO:s definition om hållbarhet

Medlemskap

- UN Global Compact – signatär
- Global Sustainable Tourism Council

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



Global Compact
Network Sweden



Bilaga 2.

Väsentlighetsanalys

I och med bolagets affärsplan som godkändes 2022 av styrelsen har Visit Sweden en långsiktig strategi med utgångspunkt i företagets uppdrag med tre områden som utgör långsiktiga mål;

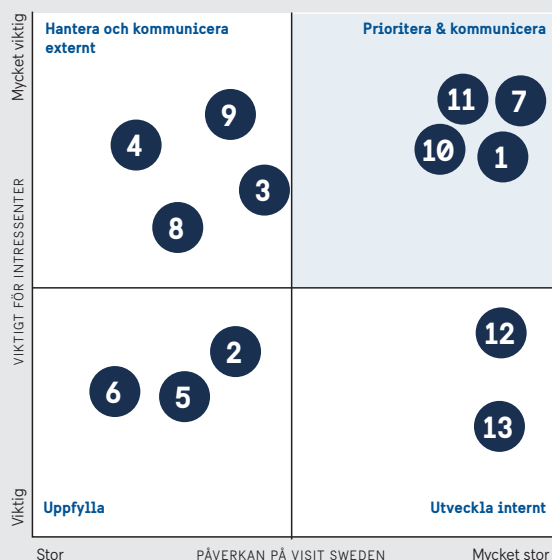
- ett välmående och hållbart bolag,
- tillsammans med andra för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället.
- ökad attraktionskraft för destinationen Sverige genom att leda mot ett mer medvetet resande.

Områdena utgår från bolagets kompetens, kunskapsdelning, samarbete i besöksnäring och marknadsföringsarbetet för resenären. Det strategiska arbetet med affärsplanen utgick från en SWOT-analys, framtagna riskanalys med dubbelt perspektiv, både hur vi som företag påverkas av omvärlden, produkten som vi arbetar med "varumärket Sverige" och hur vi påverkar omvärlden.

Inom ramen för strategiarbetet 2022 identifierades de väsentliga områden och bedömningen hur viktiga de är för Visit Sweden och bolagets intressenter. Se Visit Swedens prioriterade områden i illustrationen nedan. De väsentliga områdena delas in under respektive strategiskt område för Visit Sweden och ligger till grund för Visit Swedens GRI-redovisning. De väsentliga områdena ligger till grund för Visit Swedens övergripande riskhantering och bidrar till en helhet för Visit Sweden och den gjorde prioritering av väsentliga områden. Se vidare under riskhantering för att se de identifierade övergripande riskerna. Intressenternas input verifierades genom en intressentdialog under hösten 2022 med Visit Swedens primära intressenter.

Ingen uppdatering eller förändring är gjord för 2023 utan samma prioritering kvarstår.

Väsentlighetsmatris



OMRÅDE	
1	Hållbar långsiktig tillväxt (stabilitet)
2	Ansvarsfulla inköp – långsiktiga hållbara leverantörer
3	Engagerade medarbetare – trygg och inkluderande arbetsplats som erbjuder utvecklingsmöjligheter och starkt ledarskap
4	Jämställdhet och mångfald
5	Affärsetik och anti-korruption
6	Egen klimatpåverkan – resor och energi
7	Produkter och tjänster – kunskap och insikter kring hållbarhet och innovation
8	Ansvarsfull marknadsföring i alla led – märkning och äkthet, målgrupp/marknad
9	Främja hållbar turism – öka kunskap om klimatrisken, bidra till minskad negativ klimatpåverkan och skydd av biologisk mångfald, lokal kultur och lokala produkter, skydda och trygga världens kultur- och naturarv
10	Partnerskap och relationer – bidra till omställningen av en hållbar utveckling i besöksnäring
11	Medvetna val – bidra till bättre förutsättning för resenärers val av hållbara upplevelser, hållbart resande till och i Sverige
12	Vår förmåga som organisation att anpassa oss till nya förutsättningar
13	Konkurrensrätt

Bilaga 3.

Intressentdialog

Visit Sweden har flera olika intressenter som på olika sätt påverkar eller påverkas av Visit Sweden. Med utgångspunkt från ledningens urval av primära intressenter 2022 gjordes en uppdatering av primära intressenter inför 2022. Intressentanalysen består 2023 av en sammanställning från olika intressenter i de forum, undersökningar och digitala dialoger etc. som genomförts under året.

Primära intressenter:

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

Andra intressenter i vår omvärld är också viktiga för att Visit Sweden ska kunna göra ett bra arbete för resmålet Sverige och även dessa intressenter måste beaktas och hanteras. Däremot har dialoger med Visit Swedens primära intressenter prioriterats.

Ägaren – staten – kommunicerar främst sina önskemål genom ägardirektivet. De olika departementens statsråd och politiska ledning träffar regelbundet styrelseordföranden och ledningen hos de statligt ägda bolagen vid s.k. ägardialog. Vid minst en gång per år följer man upp uppdragsmål och ekonomiska mål. Resultat och effekt är del av ägardialogen, som kommunikation om långsiktigt hållbart företagande, operationell excellens och föredömligt agerande.

Företag – Visit Sweden samlar besöksnäringens största företag (Top Ten) två gånger per år för att dela information och fånga upp vad som är viktiga frågor för besöksnäringen. Under 2023 samlades även de utvalda företagens hållbarhetsansvariga för att dela insikter kring vad hållbar turism bidrar till och utforska möjligheter till samarbete för att bidra till lösningar. Kunskapsinhämtning, undersökningar, omvärldsanalyser och rapporter som Visit Sweden delar är värdefullt för de mindre företagen som varken har tid eller resurser att göra undersökningar själva.

Medarbetare – Intressentdialogen 2022 visade på att medarbetare på Visit Sweden har ett högt engagemang kring hållbarhet och prioriterar det i sitt dagliga arbete.

Regioner, regionala turismorganisationer och destinationer

– Under hösten 2023 genomfördes genom Tillväxtverket en analys och en inventering om hur regionala turism- och besöksnäringfunktioner arbetar strukturerat med styrning och uppföljning för hållbar utveckling i turism/besöksnäring på regional nivå. Arbetet gav ett nulägesperspektiv och en översiktsbild där förhoppningen är att även synliggöra vad de regionala turism- och besöksnäringfunktionerna bistår näringslivet med och vilka frågor som funktionerna fokuserar på i det regionala arbetet. Nulägesanalysen visade att ambitionsnivån är hög, och uppskattningen pekade på att hållbarhet är en prioriterad fråga hos samtliga med medelbetyget är 4,6 av 5. Regioner uppger att de är på god väg i hållbarhetsarbetet och har en hög ambitionsnivå. Hållbarhet är viktigt och behöver vara en del av det övergripande strategiarbetet. Många regioner har strukturerna på plats men behöver arbeta vidare med att implementera.

Under hösten 2023 genomfördes också 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 hösten 2023 på den konferens som de 50 största destinationsbolagen ordnar genomfördes en mindre utbildningsinsats kring vad GSTC (Global Sustainable Tourism Council) innebär och kan användas till. Liknande utbildningsinsats genomförs för Sveriges regionala turismfunktioner med personal under våren 2024.

Resenärer – Visit Sweden fokuserar på informationshämtning, analysering, insiktsgenerering och kunskapsdelning om målgruppen "Den globala resenären" till de som jobbar i och för svensk besöksnäring. Det är en målgrupp som 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. När vi pratar om nyfikna upptäckare så menar vi alla som vill uppleva och lära känna Sverige på ett djupare plan.

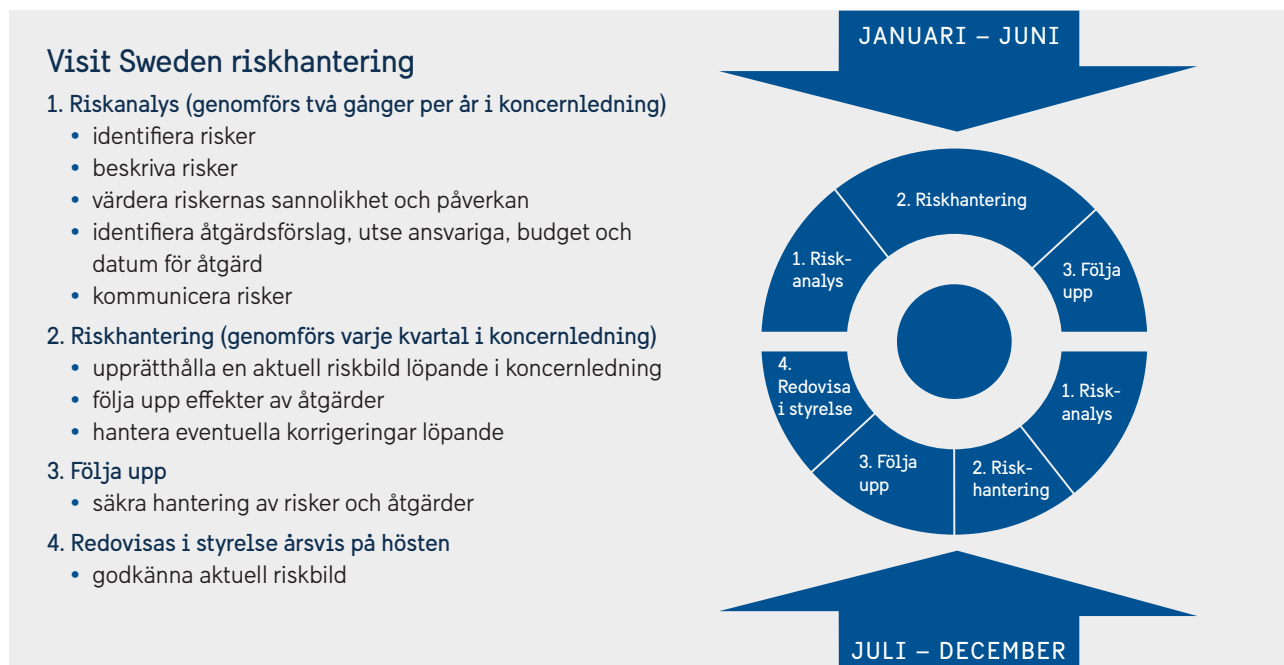
Intressent	Kanaler & frekvens	Viktigaste områden	Vad gör Visit Sweden för att möta intressenternas önskemål?
Ägare	Årsstämma, styrelsemöten, statens ägarpolicy och riktlinjer för statliga bolag (publikation), riktlinjer och regleringsbrev (1 gång/år). Möte för statliga bolag. Löpande dialog och samverkansgrupper på olika teman (flera ggr/år). Års- och delårsrapporter.	Operationell excellence och föredömligt hållbart företagande.	Hållbarhet är integrerad i Visit Swedens övergripande strategi. Uppföljning och utveckling följs upp i kvartalsrapporter, ägardialoger och styrelsearbete.
Företag	Top Ten-forum Möten och dialoger via partneransvariga. Intervjuer Webbinarier NKI	Högt engagemang och drivkraft i de stora företagen i Sverige. Studier från Tillväxtverket visar att hållbarhet är en viktig faktor hos de mindre företagen i turism- och besöksnäringen. Näringslivet har ett högre engagemang än övriga branscher i Sverige.	Resenärsperspektivet och hållbarhet. Utmaningar och möjligheter som företag. Gemensamma påverkansmöjligheter.
Medarbetare	Individuella utvecklings-, respektive målsamtal (minst 1 gång/år). Temperaturmätningar (1-2 ggr/mån). Löpande policy- och värdegrundsarbete. Ha löpande dialog. Verka för en attraktiv arbetsplats.	Medarbetare värnar om att Visit Sweden arbetar med attraktionskraft till Sverige genom att leda mot ett mer medvetet resande, därefter att driva på att vara ett välmående och hållbart bolag som bidrar till konkurrenskraftig besöksnäring. Medarbetare vill att Visit Sweden inspirerar till lokal kultur och lokala produkter, visar hur det går att bidra till att minska negativ klimatpåverkan under vistelsen i Sverige och öka kunskap om hållbar utveckling för resmålet Sverige.	Ny målprocess under 2023 där hållbarhet är en central del. Utbildning kring hållbarhet tillgänglig för medarbetare under 2023. Ny klimatinvestering till Sustainable Aviation Fuel för Visit Swedens totala klimatpåverkan är genomförd.
Regioner och destinationer	Utvalda representanter kring möten och dialoger via partneransvariga. Insikter och kunskaper via kunskapskanal. Nyhetsbrev NKI Regionmöten	Ambitionen i regionerna är hög enligt nulägesanalys som genomförts av Tillväxtverket. Hållbarhet är en prioriterad fråga hos samtliga regioner som återkopplar att hållbarhetsarbets-strukturer finns på plats. Nu är det praktisk implementering som måste ske.	Verktygslåda för att stötta implementering i kommunikationsplattform. Intro till ramverk för uppföljning GSTC vid destinationsmöte 2023. Vidareutveckling av kunskapsbank. Workshop med marknadsansvariga. Dialog i forum med regioner och destinationer som tex. referensgrupp för GSTC.

Intressent	Kanaler & frekvens	Viktigaste områden	Vad gör Visit Sweden för att möta intressenternas önskemål?
Resenär	Pressresor (journalister media)	Praxis och prestationer inom hållbart resande, utmaningar och strategier för Sverige som destination, biologisk mångfald, Sveriges åtgärder för att arbeta för ett hållbart resande, klimatsmart semester, huvudtema för GSTC.	Med utgångspunkt från varumärkesplattformen ett mer medvetet val arrangera pressresor som visar Sverige som destination. Besvarar och följer upp frågor som kommer från enskilda journalister. Pressmeddelande kring GSTC-kongressen och följa upp med utmaningar och möjligheter inom hållbar utveckling.
	Marknadsbearbetning (researrangörer)	Sverige och Norden uppfattas som mer hållbara. Researrangörer bekräftar Visit Swedens undersökningar att många resenärer uttrycker en vilja att betala mer för hållbarhet och göra mer hållbara val framåt.	Med utgångspunkt från varumärkesplattformen samarbetar Visit Sweden med researrangörer för att öka antalet hållbara paket i Sverige.
	Undersökning av resenär	Resenärer efterfrågar mer äkta, genuina upplevelser. Att värna om miljön, handla lokala produkter och varumärken samt ta beslut utifrån miljömässiga eller etiska faktorer blir starkare faktorer för målgruppen. Resenärer efterfrågar hållbara alternativ och mer information.	Visit Swedens varumärkesplattform bekräftad och kommunicerad till marknadsansvarigare i respektive region. Hållbarhet är en integrerad del som ska bidra till att vi ska synliggöra Sverige som en attraktiv och hållbar destination byggd på innovation. Tagit fram och kommunicerat en verktygslåda för kommunikation till besöksnäringen.
	Marknadsföring (kampanj/ SoMe/Sajt)	Resenärer efterfrågar mer äkta, genuina upplevelser Att värna om miljön, handla lokala produkter och varumärken samt ta beslut utifrån miljömässiga eller etiska faktorer blir starkare faktorer för målgruppen. Resenärer efterfrågar hållbara alternativ och mer information.	Med utgångspunkt i varumärkesplattform och kommunikationsplan där hållbarhet är en integrerad del synliggöra resmålet Sverige. Årets kampanj har en humorvinkel och speglar Sverige som en destination där lyx likställs med natur, tystnad och kvalitetstid.

Bilaga 4.

Riskhantering på Visit Sweden

Nedan redovisas fullständig process för riskhantering på Visit Sweden.



Riskanalys

En riskanalys genomförs 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 låg, låg/medel, medel, medel/hög, hög/medel eller hög/hög sannolikhet och påverkan.

Så arbetar vi med riskminimering:

- Minska sannolikheten att risken sker genom förebyggande åtgärder t.ex. utbildning
- Minska konsekvenserna om risken ändå inträffar (t.ex. genom en krisplan)
- 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)

Riskhantering

Riskhantering är en del av verksamhetens processer och olika metoder används för att säkerställa att riskerna hanteras enligt regelverk, instruktioner och rutiner i syfte att avge korrekt information. Identifierade risker tillställs koncernledning, revisionsutskott och styrelse årligen. Bolaget har under året gjort ett omfattande arbete för att anpassa bolagets riskhanteringsprocess för att säkerställa ett strukturerat och heltäckande riskhanteringsarbete utifrån beslutad affärsplan 2022–2030.

Riskbedömning sker löpande och omfattar identifiering, analys av och hantering av de risker som kan påverka verksamheten och den finansiella rapporteringen samt var dessa risker uppstår. Risker avseende den finansiella rapporteringen utvärderas och övervakas av styrelsen genom revisionsutskottet. Risker avseende ersättning till ledande befattningshavare i organisationen hanteras och övervakas av styrelsen genom ersättningsutskottet.

Följa upp

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 kvartalsvis rapportering till styrelsen och genom att vd har månadsvisa avstämningar med koncernledningen. Utgångspunkten för dessa möten är av styrelsen antagen affärsplan och årliga budgetmål.

Bilaga 5.

Total riskmatris Visit Sweden

SANNOLIKHET	Hög	- Turism & besöksnäringen har inte tillräckligt hög takt i sin gröna omställning och kommuner inte omställningen - Lokalbefolkning & ursprungsbefolkning (nationell minoritet) anser att turism har negativ påverkan (VS) Valutarisk – valuta exponering	(VS) ökad internationell medvetenhet om klimathotet innebär ett hot mot internationellt resande (VS) Politik och intresseorganisationer ser inte värdet med VS (VS) Ansvarsfull marknadsföring, tolkning internt (VS) för låg kunskap om beredskapsområden - Segregation och ojämlikhet spänning i samhället och kan minska attraktionskraften till resmål och destinationer - Utmaningar som inflation, höga energipriser kan medföra utmaningar och vi vissa fall konkurs för företag i besöksnäringen - Kortsiktighet i beslut och vinstintressen som kan leda till överturism - Ekonomisk instabilitet kan medföra att resande till Sverige minskar - Ökad Konsumtion från turism leder på sikt till ökade utsläpp och negativ påverkan på miljön	- Förändrad negativ Sverigebild kan påverka attraktionskraften till Sverige - Geopolitisk osäkerhet, långsiktiga effekter på besöksnäringen (VS) konkurrens i samband med anslag – V.S blir omsprungen av nordiska länderna som får mer i anslag - Otydlig statlig riktning för svensk besöksnäring vilket kan medföra förlust av exportintäkter
	Låg	(VS) Cyberhot – dataintrång/sabotage - VS) Governance- tydliga strukturer, projektstyrning och beslut	(VS) Lyckas inte med budskapet i varumärkes-plattformen (VS) Ökad administration – krav från ägare (VS) Ansvarsfulla inköp (VS) Klimatpåverkan - Turism- och besöksnäring har negativ påverkan på miljön förändrar den biologiska mångfalden vilket på lång sikt minskar attraktiviteten för Sverige som resmål - Synen på turism och resande ändras i allt snabbare takt pga. av klimatförändringar - Anställningsförhållanden i besöksnäringen påverkar kvaliteten på upplevelsen - Säsongsvariationer medför utmaningar för besöksnäringen i rekrytering och upprätthålla jämn kvalitet (kompetensbrist) - Brist på kompetens i näringen kan medföra lägre kvalitet	(VS) politiken – förändringar anslag som ändrar de finansiella förutsättningarna och eller uppdraget (VS) Nya prioriteringar i regional ekonomi minskar förutsättningarna för samarbeten inom marknadsföring (finansieringsmöjligheter minskar vid minskat anslag i det svenska aktörssystemet)

Låg

Medel

Hög

PÅVERKAN

(VS) är operativa risker för bolaget Visit Sweden och resterande är omvärldsrisker.

Bilaga 6.

Klimatbokslut

Denna rapport ger en sammanfattning av utsläppen av växthusgaser (GHG) från Visit Swedens verksamhet 2023.

GHG Protokollat är en företagsstandard – det mest använda internationella redovisningsverktyget för regerings- och företagsledare att förstå, kvantifiera och hantera växthusgasutsläpp. Standarderna utvecklades i samarbete mellan World Resources Institute och World Business Council for Sustainable Development.

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). Tabell nedan ger en översikt över de utsläppskällor som beaktas i scope 1 och baserat på information från Visit Sweden finns inga utsläpp från dessa källor.

Scope 2 inkluderar indirekta växthusgasutsläpp från produktion av köpt el, ånga, värme eller kyla köpt av organisationen från externa energileverantörer. Tabell nedan ger en översikt över de utsläppskällor som omfattas av scope 2.

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. Enligt GHG-protokollet ska företag separat redovisa och rapportera om utsläpp från scope 1 och 2. Scope 3 är en valfri rapporteringskategori men dess rapportering krävs ofta för strukturerad uppföljning. Tabell 9 (nedan) ger en översikt över de utsläppskällor som beaktas i scope 3.

Table 9: GHG emissions separated by scope and activity for 2023

(Source: South Pole, based on Visit Sweden, 2023)

Activity	Activity value	Unit	Emissions (tCO ₂ e)	% of total climate impact 2023
Scope 1: direct GHG emissions	0.0		0.0	0.0%
Scope 2: indirect GHG emissions from purchased electricity, heating, and cooling			18.6	7.8%
Electricity, Market based			9.3	3.9%
Renewable	11,185.0	kWh	0.0	0.0%
Grid	109,868.0	kWh	9.3	3.9%
Electricity, Location based	121,053.0	kWh	12.4	
Heating and cooling			9.4	3.9%
District heating	82,075.0	kWh	6.8	2.8%
Natural gas	14,273.0	kWh	2.6	1.6%
Scope 3: other indirect GHG emissions			220.0	92.2%
Purchased goods and services			51.5	21.6%
Marketing	128,616.0	h	16.3	6.8%
	30,313,389.0	impressions	0.3	0.1%
	11,306,855.0	visits	7.6	3.2%
IT services			27.3	11.4%
Cloud services	48.0	users	<0.1	<0.1%
Capital goods			9.6	4.0%
Phones	35.0	units	1.9	0.8%
Other (monitor, iPad)	8.0	units	7.7	3.2%

Fuel- and energy-related activities			6.9	2.9%
Renewable	11,185.0	kWh	0.3	0.1%
Grid	109,868.0	kWh	5.3	2.2%
District heating	82,075.0	kWh	0.9	0.4%
Natural gas	14,273.0	kWh	0.5	0.2%
Upstream transportation and distribution			0.4	0.2%
Postal services and freight	55,501.2	SEK	0.4	0.2%
Waste generated in operations			<0.1	<0.1%
Average			<0.1	<0.1%
Business travel			140.6	58.9%
Internal business travel			84.0	35.2%
Flights – short haul	8,952.7	pkm	2.4	1.0%
Flights – medium haul	160,465.0	pkm	27.3	11.5%
Flights – long haul	192,620.6	pkm	41.2	17.3%
Bus	390.0	pkm	<0.1	<0.1%
Train	66,218.0	pkm	0.8	0.3%
Taxi	1,276.7	km	0.3	0.1%
Rental car	705.0	km	0.2	0.1%
Other travel spend			11.8	4.9%
PR travel			56.6	23.7%
Flights – short haul	3,305.1	pkm	0.9	0.4%
Flights – medium haul	254,327.8	pkm	43.3	18.1%
Flights – long haul	50,924.9	pkm	10.9	4.6%
Ferry	2,130.4	pkm	1.1	0.5%
Train	40,961.0	pkm	0.4	0.2%
Taxi	194.0	km	<0.1	<0.1%
Employee commuting and teleworking			10.9	4.6%
Walk	99.3	pkm	0.0	0.0%
Train	130,443.8	pkm	3.2	1.4%
Metro/Subway	58,448.9	pkm	1.4	0.6%
Car	4,549.2	km	0.0	0.0%
Bus	16,539.5	pkm	2.2	0.9%
Ferry	572.6	pkm	0.4	0.2%
Bicycle	4,681.5	pkm	0.0	0.0%
Teleworking	3,063	days	3.6	1.5%
Total			238.6	100.0%

Bilaga 7.

Nyckeltal

STRATEGISKT OMRÅDE OCH VÄSENTLIGT OMRÅDE			2023	2022	2021	2020	2019
Välmående och hållbart bolag		Redovisningsprinciper					
Hållbar långsiktig tillväxt – direkt – indirekt ekonomisk påverkan och marknadsnärvaro	GRI-Topic						
Omsättning	201-1	Bokslut	124 345	160 676	175 588	158 030	220 625
Marknadsföringskostnader	201-1	Bokslut	-49 881	-74 660	-91 141	-60 541	-123 491
Övriga externa kostnader	201-1	Bokslut	-11 805	-23 683	-22 745	-18 324	-22 371
Löner och ersättning – ingår ej i ovanstående	201-1	Bokslut	-55 537	-54 837	-58 661	-63 486	-75 987
Avskrivning	201-1	Bokslut	-5 533	-4 665	-4 354	-4 488	-597
Övriga rörelsekostnader		Bokslut	-982	-1 842	-987	-2 434	-1 560
Finansiella intäkter och kostnader		Bokslut	330	-449	-533	-634	37
Skatt	202-2	Bokslut	-98	38	-90	-107	-258
Årets resultat	201-1	Bokslut	840	578	-2 924	8 016	-3 602
Soliditet	201-1	Bokslut	41%	31%	25%	29%	25%
Samhällsinvestering genom klimatkompensation	203-2	Årligt belopp som avsätts med utgångsunkt från redovisat Co2e-utsläpp	Inte klart vid redovisning	12 938 kr	18 400 kr	27 875 kr	
Ansvarsfulla inköp – långsiktiga hållbara leverantörer (inköpsbelopp 100 000kr)			2023	2022	2021	2020	2019
Procentandel av leverantörer* (utifrån risk och beloppsgräns på 100 000, 34 stycken) kontrollerade leverantörer – antikorrupsionscheck	204-1	Procentandel av leverantörer* (utifrån risk och beloppsgräns på 100 000 34 stycken)	100%	100%	n/a	n/a	n/a
Procentandel av leverantörer som godkänt Visit Swedens uppförandekod	204-1	Procentandel av leverantörer* (utifrån risk och beloppsgräns på 100 000 34 stycken)	70%	n/a	n/a	n/a	n/a
Procentandel som efterlever Visit Swedens uppförandekod	204-1	n/a	Process följs upp 2024	n/a	n/a	n/a	n/a
*) genomgång gjord 2022 utifrån korruption och inga nya leverantörer som bedömts ingå i riskgrupp har upphandlats. Nyckeltal kommer tas bort då processen ingår i LOU.							
Affärsetik & anti-korruption			2023	2022	2021	2020	2019
Antal visseblåsarfall		n/a	0	0	0	n/a	n/a
Utbildning i affärsetik	206-1	n/a	Uppföljning från 2024	n/a	n/a	n/a	n/a
Årlig utbildning policys	206-1	n/a	Uppföljning från 2024	n/a	n/a	n/a	n/a
Engagerade medarbetare – trygg och inkluderande arbetsplats som erbjuder utvecklingsmöjligheter och starkt ledarskap			2023	2022	2021	2020	2019
Medarbetarna upplever Visit Sweden som en attraktiv arbetsgivare (löpande mätning Winningtemp/högre än index)	Egen		8,2	7,9 (jämförelse-index 7,5)	7,1 (jämförelse-index 7,4)	6,6 (jämförelse-index 7,4)	6,5 (jämförelse-index 7,3)
Anställningsform							
Tillsvidareanställd – heltid (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	39	36	32	34	47
Tillsvidareanställd – heltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system	9	11	13	13	17
Tillsvidareanställd – deltid (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	2	2	1	1	2
Tillsvidareanställd – deltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	1
Visstidsanställd, heltid Kvinnor	405-1	Beräkning HR-system	1	2	4	3	6
Visstidsanställd, heltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	1	0
Visstidsanställd, deltid (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	2
Visstidsanställd, deltid (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	0	0
Konsulter							
Konsulter (Kvinnor)		Beräkning HR-system	3	7	7	5	1
Konsulter (Män)		Beräkning HR-system	0	1	2	1	3

Antal anställda fördelat på kön och ålder	405-1							
Totala antalet anställda under 30 års (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	1	3	2	2	4	
Totala antalet anställda under 30 års (Män)	405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	1	1	
Totala antalet anställda mellan 30 och 50 års ålder (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	27	22	22	22	36	
Totala antalet anställda mellan 30 och 50 års ålder (Män)	405-1	Beräkning HR-system	5	5	7	6	8	
Totala antalet anställda över 50 års ålder (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	14	15	13	15	17	
Totala antalet anställda över 50 års ålder (Män)	405-1	Beräkning HR-system	4	6	6	6	9	
Nyanställning	401-1	Beräkning HR-system						
Totala antalet nyanställningar	401-1	Beräkning HR-system		9	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet nyanställningar som är kvinnor	401-1	Beräkning HR-system	4	8	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet nyanställningar som är män	401-1	Beräkning HR-system	0	1	n/a	n/a	n/a	
Nysanställningar – per åldersgrupp	401-1	Beräkning HR-system						
Totala antalet nyanställningar som är under 30 års ålder	401-1	Beräkning HR-system	0	2	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet nyanställningar som är mellan 30 och 50 års ålder	401-1	Beräkning HR-system	4	5	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet nyanställningar som är över 50 års ålder	401-1	Beräkning HR-system	0	2	n/a	n/a	n/a	
Medarbetare som slutar	401-1							
Totala antalet anställda som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	4	7	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet anställda som har slutat som är kvinnor	401-1	Beräkning HR-system	2	5	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet anställda som har slutat som är män	401-1	Beräkning HR-system	2	2	n/a	n/a	n/a	
Medarbetare som slutar per åldersgrupp	401-1							
Totala antalet anställda under 30 års ålder som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	0	1	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet anställda mellan 30 och 50 års ålder som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	2	4	n/a	n/a	n/a	
Totala antalet anställda över 50 års ålder som har slutat	401-1	Beräkning HR-system	2	2	n/a	n/a	n/a	
Personalomsättning	401-1							
Personalomsättning	401-1	Beräkning HR-system	8%	14%	n/a	n/a	9,2	
Personalomsättning kvinnor	401-1	Beräkning HR-system	4%	10%	n/a	n/a	3,7	
Personalomsättning män	401-1	Beräkning HR-system	0%	4%	n/a	n/a	28,6	
(Lägsta siffran av antal började och antal slutade per antalet anställda)								
Personalomsättning åldersintervall	401-1							
< 30 år	401-1	Beräkning HR-system	0%	2%	n/a	n/a	n/a	
30-50 år	401-1	Beräkning HR-system	4%	8%	n/a	n/a	n/a	
> 50 år	401-1	Beräkning HR-system	0%	4%	n/a	n/a	n/a	
Totalt antal fall av diskriminering	406-1							
Status på fallen av diskriminering – rapporterat, handlingsplan och avhjälpning pågår	406-1	Visselblåsarsystem	0	0	0	0	0	
Status på fallen av diskriminering – avslutade fall	406-1	Visselblåsarsystem		0	0	0	0	
Arbetsrelaterade hälsa och olyckor								
Sjukfrånvaron inklusive långtidssjukfrånvaro (angivet i procent)	403-2	Beräkning HR-system	2,92%	4,09%	2,05	0,67	1,95	
Korttidssjukfrånvaro (angivet i procent)	403-2	Beräkning HR-system	1,38%	0,99%	0,3	0,58	1,76	
Långtidssjukfrånvaro (antal person)	403-2	Beräkning HR-system	3	2	2	1	1	
Arbetskadorna	403-9	Beräkning HR-system	3	0	0	0	0	
(Dödsolyckor utgår från 2022 för liten relevans för verksamheten)		Beräkning HR-system	0					
Jämställdhet och mångfald			2023	2022	2021	2020	2019	
Styrelse inklusive suppleanter, fördelning ålder och kön	405-1	Beräkning HR-system						
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 års ålder (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	0	1	1	2	2	
Totala antal mellan 30 och 50 års ålder (Män)	405-1	Beräkning HR-system	1	1	1	1	2	
Totala antal över 50 års ålder (Kvinnor)	405-1	Beräkning HR-system	5	4	5	2	1	
Totala antal över 50 års ålder (Män)	405-1	Beräkning HR-system	4	4	3	4	3	

Ledning, fördelning ålder och kön			405-1						
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 års ålder (Kvinnor)			405-1	Beräkning HR-system	2	2	1	2	1
Totala antal mellan 30 och 50 års ålder (Män)			405-1	Beräkning HR-system	1	1	1	1	2
Totala antal över 50 års ålder (Kvinnor)			405-1	Beräkning HR-system	2	2	4	2	3
Totala antal över 50 års ålder (Män)			405-1	Beräkning HR-system	0	0	0	4	0
Andel av anställda på chefsnivå som är män			405-1	Beräkning HR-system	2%	2%	n/a	n/a	n/a
Andel av anställda på chefsnivå som är kvinnor			405-1	Beräkning HR-system	18%	18%	n/a	n/a	n/a
Resiliens – arbeta proaktivt för att framtidssäkra vår verksamhet					2023	2022	2021	2020	2019
Nyttjandegrad V.S Academy	Egen	Statistik-flik i HR modulen, som beräknas automatiskt			77%	Implementeras under 2023	n/a	n/a	n/a
Efterlevande av V.S målprocess (HR)	Egen	Statistik-flik i HR modulen, som beräknas automatiskt			80%	Implementeras under 2023	n/a	n/a	n/a
Kompetens och karriärutveckling									
Genomsnitt antal utbildningar per anställd	Egen	n/a		Uppföljning från 2024		Implementeras under 2023	n/a	n/a	n/a
Genomsnittliga antalet utbildningstimmar för anställda	404-1	n/a		Uppföljning från 2024		Implementeras under 2023	n/a	n/a	n/a
Utbildningstimmar för män	404-1	n/a		Uppföljning från 2024		Implementeras under 2023	n/a	n/a	n/a
Utbildningstimmar för kvinnor	404-1	n/a		Uppföljning från 2024		Implementeras under 2023	n/a	n/a	n/a
Visit Swedens klimatpåverkan – resor & energi						2022	2021	2020	2019
Visit Swedens klimatpåverkan						2022	2021	2020	2019
Scope 1: direct GHG emissions	305-1	Insamlat underlag för beräkning av South Pole			0	0	0	0	0
Scope 2: indirect GHG emissions from purchased electricity, heating, and cooling – emissions (tCO2e)	302-1 och 305-2	Insamlat underlag för beräkning av South Pole			18,6	24,4	19,5	18,6	36,9
Scope 3: other indirect GHG emissions (purchasing, travel and marketing)	305-3	Insamlat underlag för beräkning av South Pole			220	207,4	50,2	108,2	206,7
					238,6	231,8			
Tillsammans med andra för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället					2023	2022	2021	2020	2019
Produkter & tjänster – kunskap och insikter kring hållbarhet & innovation									
Besöksnäringen ska uppfatta att V.S bidrar med ökad affärsnytta	Egen	NKI-analys			7	6,6	5,9	n/a	n/a
Besöksnäringen uppfattar V.S som ledande och drivande inom turismens utveckling (effektiva kommunikationskanaler)	Egen	NKI-analys			6,8	6,6	6,1	n/a	n/a
Partnerskap & relationer – bidra till omställningen av en hållbar utveckling i besöksnäring									
Etablera partnerskap kring klimat	Egen	n/a			n/a	Etablerat partnerskap 2023	n/a	n/a	n/a
Främja hållbar turism – öka kunskap om klimatkrisen, bidra till minskad negativ klimatpåverkan & skydd av biologisk mångfald, lokal kultur och lokala produkter, skydda och trygga världens kultur- och naturarv.									
Nöjda deltagare i våra hållbarhetsseminarium (nytt mått för 2023)	Egen	Manuellt – utvärdering från deltagare			8 av 10	94%	n/a	n/a	n/a
Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige					2023	2022	2021	2020	2019
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*	Brandtrackning 2023			57%	n/a	61%	n/a	n/a
Ökat intresse av att besöka Sverige hos svenska resenärer som efterfrågar hållbara alternativ	Egen*	Brandtrackning 2023			62%	n/a	62%	n/a	n/a
*BrandTracking görs ej varje år									
Främja hållbar turism – öka kunskap om klimatkrisen, bidra till minskad negativ klimatpåverkan & skydd av biologisk mångfald, lokal kultur och lokala produkter, skydda och trygga världens kultur- och naturarv.									
Se text om hur Visit Sweden bidrar till Globala målen					Se sid 13-14				

Bilaga 8.

GRI Index

GRI-Universal Standard 2021	Sidhänvisning 2023	Kommentar	Krav som utelämnas	Anledning	Förklaring	Uppfyllnad
Generella upplysningar						
Disclosure 2-1 Detaljer om organisationen	3, 10-12, 19					Helt
Disclosure 2-2 Enheter som ingår i bolagets hållbarhetsredovisning	66					Helt
Disclosure 2-3 Redovisningsperiod, frekvens och kontaktuppgifter	57					Delvis
Disclosure 2-4 Ändrad information	66					Helt
Disclosure 2-5 Extern granskning	66					Helt
Aktivitet och medarbetare						
Disclosure 2-6 Aktiviteter, värdekedja och andra affärsrelationer	6, 15					Helt
Disclosure 2-7 Medarbetare	21-23, 66					Helt
Disclosure 2-8 Konsulter och inhyrd personal	62, 65-66, 75					Helt
Governance						
Disclosure 2-9 Utformning och struktur på styrning	57-65					Helt
Disclosure 2-10 Urval och nomineringsprocess av högsta styrande organ	57-65					Helt
Disclosure 2-11 Ordförande av högsta styrande organ	57-65					Helt
Disclosure 2-12 Rollen av högsta styrande organ vid uppföljning och kontroll av påverkan på företaget	62					Helt
Disclosure 2-13 Delegering av ansvar vid hantering av påverkan	62					Helt
Disclosure 2-14 Högsta ledningsorganets roll vid hållbarhetsredovisning		"Styrelsen har det övergripande ansvaret att styra Visit Swedens verksamhet långsiktigt och säkra hållbarhet i alla tre dimensioner."				Saknas
Disclosure 2-15 Intressekonflikter	65					Helt
Disclosure 2-16 Kommunikation kring kritiska ärenden	65, 75	Extern visselblåsarfunktion				Helt
Disclosure 2-17 Hållbarhetskunskap för högsta styrande organ		Utbildning genomfördes 2022				Saknas
Disclosure 2-18 Utvärdering av högsta organets resultat		Process för styrelsens arbete beskrivs i bolagsstyrningsrapporten				Saknas
Disclosure 2-19 Policy för ersättning	63	Se Visit Sweden ersättningsrapport				Helt
Disclosure 2-20 Process för att bestämma ersättningsnivåer	63	Se Visit Sweden ersättningsrapport				Helt
Disclosure 2-21 Årlig kompensation	63	Se Visit Sweden ersättningsrapport				Helt
Strategi, policyer och relaterat arbete						
Disclosure 2-22 Uttalande kring hållbar utveckling		För att skapa attraktion långsiktigt, genomsyrar vår kommunikation hållbarhetsperspektivet med utgångspunkt i varumärkeslöfte "A Purposeful Travel". Vi bjuder in till Sverige som en destination som erbjuder en annan typ av lyx med koppling till vår omtänksamhet av naturen, människorna, kulturen och platserna.				Saknas
Disclosure 2-23 Policy åtagande	21-23, 57-65					Helt
Disclosure 2-24 Efterlevnad av policy i alla delar av verksamheten	63-65					Helt
Disclosure 2-25 Processer för att minska negativ påverkan	24, 73-74					Helt
Disclosure 2-26 Metoder för att lyfta orosanmälningar	22					Helt
Disclosure 2-27 Compliance med lagar och regler	66	Efterlevande och uppföljningsprocessen utvecklas 2024				Delvis
Disclosure 2-28 Medlemskap	66					Helt

GRI-Universal Standard 2021	Sidhänvisning 2023	Kommentar	Krav som utelämnas	Anledning	Förklaring	Uppfyllnad
Disclosure 2 – Intressentengagemang						
Disclosure 2-29 Hantering av intressentdialoger	68-70					Helt
Disclosure 2-30 Kollektivavtal	22					Helt
Disclosure 3-1 Process för väsentliga områden						
Disclosure 3.1.1 Process dokumenterad	67-70					Helt
Disclosure 3.1.2 Beskrivs processen korrekt	67-70					Helt
Disclosure 3.1.3 Påverkan för alla aktiviteter och affärsrelationer	67-70	Intressentdialogen utfördes 2022				Delvis
Disclosure 3.1.4 Beskriva hur företaget har prioriterat påverkan för redovisning baserat på betydelse.	67-70					Helt
Disclosure 3.1.5 Specificera de intressenter och experter vars synpunkter har påverkat processen	13, 68-70					Delvis
Disclosure 3-2 Väsentliga områden						
Disclosure 3.1 Lista på väsentliga områden	67					Helt
Disclosure 3.2 Redovisade förändringar i väsentliga områden		Inga, väsentlighetsanalysen är ny från 2022				Saknas
Disclosure 3-3 Styrningen av de väsentliga frågorna						
3.3.a Företagets faktiska och potentiella påverkan och hur företaget är involverad	71-72					Helt
3.3.b Företagets negativ påverkan genom sina aktiviteter eller affärsrelationer	23					Delvis
3.3.c Företagets policy eller åtaganden (utöver de som redovisas under 2-23 i GRI 2)		Alla redovisas i 2-23				Helt
3.3.d Översikt vidtagna åtgärder		Genomförda aktiviteter under 2023 finns beskrivna under respektive strategiskt område				Delvis
3.3.e Utvärderar om åtgärderna är effektiva		Förtydligas 2024				Delvis
3.3.f Kommunikation med intressenter om vidtagna åtgärder	69-70	Dialogen med respektive intressentgrupp är beskriven				Delvis
Väsentliga hållbarhetsfrågor						
Välmående och hållbart bolag						
1. Hållbar ekonomisk långsiktig tillväxt (stabilitet)						
GRI 201: Ekonomiska resultat (2016)						
201-1 Beskrivning av området, dess omfattning och påverkan	12, 27-29, 67					Delvis
201-2 Upplysningar om hållbarhetsstyrning	62					Delvis
201-3 Uppföljning av hållbarhetsstyrning		Hållbarhet som integrerad del i V.S men förändring kring funktionen 2024 som påverkar styrningen och uppföljning. Förändring kommer att ske under 2024.				Saknas
201-4 Väsentligt finansiellt stöd från den offentliga sektorn		Visit Sweden är ett statligt bolag				
GRI 202: Marknadsnärvaro (2016)						
202-1 Förhållandet mellan standardlön för ingångsnivå efter kön jämfört med lokalt minimilön		Landsrapportering togs bort 2021	Hela	Låg eller ingen påverkan	Hög administration	Följer inte
202-2 Andel ledande befattningshavare som anställts från lokalsamhället		Landsrapportering togs bort 2021	Hela	Låg eller ingen påverkan	Hög administration	Följer inte
GRI 203: Indirekt ekonomisk påverkan (2016)						
203-1 Beskrivning av området, dess omfattning påverkan	10-12, 27-29, 67					Helt
203-2 Upplysningar om hållbarhetsstyrning	62					Helt
2. Ansvarsfulla inköp – långsiktiga och hållbara leverantörer						
Ansvarsfulla inköp – Egen indikator	22, 75					Helt
3. Affärsetik & anti-korruption						
Affärsetik & anti-korruption – Egen indikator	22, 75					Helt

GRI-Universal Standard 2021	Sidhänvisning 2023	Kommentar	Krav som utelämnas	Anledning	Förklaring	Uppfyllnad
4. Konkurrensrätt						
GRI 206: Konkurrensrätt (utgår 2023)						
5. Engagerade medarbetare – trygg och inkluderande arbetsplats som erbjuder utvecklingsmöjligheter och starkt ledarskap						
Disclosure 2-7 Medarbetare, se ovan hänvisning tidigare i index						
401-Anställning	21-23, 75-77					Helt
401-1 Nyrekrytering och personalomsättning	22, 76					Helt
401-2 Medarbetarförbättringar	22					Helt
401-3 Föräldraledighet	21	Jämställdhetspolicy				Helt
GRI 403: Hälsa och säkerhet (2018)						
403-1 Beskrivning av området, dess omfattning och påverkan	20					Helt
403-2 Upplysningar om hållbarhetsstyrning	62					Helt
403-3 Uppföljning av hållbarhetsstyrning	62					Helt
403-4 Ledningssystem för arbetsrelaterad hälsa och säkerhet	21-24					Helt
403-5 Riskidentifiering, bedömning och incidenthantering	24					Helt
403-6 Företagshälsövård	22					Helt
403-7 Arbetstagarrepresentation, samråd och kommunikation om hälsa och säkerhet	64					Helt
403-8 Utbildning inom hälsa och säkerhet för arbetstagare	21	Workshop kring uppförandekod genomfördes under 2023				Helt
403-9 Främjande av arbetstagarnas hälsa	21-23					Helt
403-10 Förebyggande och begränsning av arbetsrelaterad hälsa och säkerhet	21-22					Helt
403-11 Omfattas av ledningssystem för hälsa och säkerhet	22					Helt
6. Jämställdhet och mångfald						Helt
GRI 405 Mångfald och lika möjligheter (2016)						
405-1 Beskrivning av området, dess omfattning och påverkan	77					Helt
405-2 Upplysningar om hållbarhetsstyrning		Avsteg görs pga. få män inom organisationen. Se Årsredovisning samt bolaget Ersättning-rapport.				Saknas
7. Resiliens – arbeta proaktivt för att framtidssäkra vår verksamhet						
GRI 404: Utbildning och kompetensutveckling (2016)						
404-1 Beskrivning av området, dess omfattning och påverkan	19-20	Följs upp från 2024				Helt
404-2 Upplysningar om hållbarhetsstyrning	62	Följs upp från 2024				Helt
404-3 Uppföljning av hållbarhetsstyrning	62	Följs upp från 2024				Helt
8. Visit Swedens klimatpåverkan – resor & energi						
GRI 302: Energi (2016)						
302-1 Beskrivning av området, dess omfattning och påverkan	73-74	Utgår 2023				Helt
GRI 305: Utsläpp (2016)						
305-1 Beskrivning av området, dess omfattning och påverkan	73-74					Helt
305-2 Upplysningar om hållbarhetsstyrning	73-74					Helt
305-3 Uppföljning av hållbarhetsstyrning	73-74					Helt

GRI-Universal Standard 2021	Sidhänvisning 2023	Kommentar	Krav som utelämnas	Anledning	Förklaring	Uppfyllnad
Tillsammans med andra för en konkurrenskraftig besöksnäring och värde i samhället						
9. Produkter & tjänster – kunskap och insikter kring hållbarhet & innovation						
Produkter & tjänster – egen indikator	16-18, 77					Helt
10. Partnerskap & relationer – bidra till omställningen av en hållbar utveckling i besöksnäring						
Partnerskap & relationer – egen indikator	16-18, 77					Delvis
11. Främja hållbar turism – öka kunskap om klimatrisen, bidra till minskad negativ klimatpåverkan & skydd av biologisk mångfald, lokal kultur och lokala produkter, skydda och trygga världens kultur- och naturarv.						
Främja hållbar turism – egen indikator	13-14					Helt
Ökad attraktionskraft för destinationen Sverige						
12. Medvetna val – bidra till bättre förutsättning för resenärers val av hållbara upplevelser, hållbart resande till och i Sverige						
Medvetna val: egen indikator	10-12, 75-77					Helt
13. Ansvarsfull marknadsföring						
Ansvarsfull marknadsföring – egen indikator	19	Visit Sweden arbetar med utgångspunkt i bolagets värdegrund, varumärkesplattform och riktlinjer som finns för marknadsföring				Helt
11. Främja hållbar turism – öka kunskap om klimatrisen, bidra till minskad negativ klimatpåverkan & skydd av biologisk mångfald, lokal kultur och lokala produkter, skydda och trygga världens kultur- och naturarv.						
Främja hållbar turism – egen indikator	13-14					Helt

Bilaga 9.

Revisors översiktliga granskning, hållbarhet



Revisors rapport över översiktlig granskning av V.S. VisitSweden ABs hållbarhetsredovisning 2023 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 2023. Företaget har definierat hållbarhetsredovisningens omfattning på sidan 66 i detta dokument varav den lagstadgade hållbarhetsrapporten omfattar sidorna 10-14, 21-24 och 66-81.

Styrelsens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för att upprätta hållbarhetsredovisningen inklusive den lagstadgade hållbarhetsrapporten i enlighet med tillämpliga kriterier respektive årsredovisningslagen. Kriterierna framgår på sidorna 66 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 revisionsd 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 revisorsd 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 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 angivna kriterierna.

En lagstadgad hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 25 mars 2024

KPMG AB

Tomas Mathiesen
Auktoriserad revisor

Torbjörn Westman
Specialistmedlem i FAR



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