



Delårsrapport 2 – 2023

AB Visit Trelleborg

Innehållsförteckning

Periodens väsentliga händelser	3
Ekonomisk uppföljning och prognos.....	4-5
Investeringsredovisning	5
Personalredovisning	6
Förväntad utveckling och prognos 2023.....	7

Periodens väsentliga händelser

1 Årets viktigaste händelser 2023

Visit Trelleborg har under verksamhetsåret fortsatt att driva både det egna bolagets utveckling och arbetet med att stärka destinationens attraktionskraft. Partnerskapet med den lokala besöksnäringen har stått i fokus och är likaså grunden för bolagets marknadsaktiviteter där målet är att bidra till ökad turismekonomisk omsättning. Likaså har samarbete med bolags- och förvaltningskollegor stärkts ytterligare för att på så sätt kunna bidra till den positiva samhällsutvecklingen i Trelleborgs kommun.

Efter att ha lämnat två hektiska pandemiår bakom sig möter besöksnäringen nu betydligt tuffare tider med skenande kostnader och lägre konsumtion hos den nationella målgruppen. Då har det varit extra välkommet att den svaga kronan i stället har bidragit med många fler tyska och danska besökare än tidigare. Den officiella inkvarteringsstatistiken visar till och med juli månad en ökning för Tyskland på +26,2% och för Danmark +34,9%. Även FRS Baltics flytt till Trelleborg och den återupptagna trafiken mellan Sassnitz och Trelleborg är ett välkommet tillskott för den lokala handeln som signalerar ökad tysk konsumtion.

Visit Trelleborgs uppdrag att marknadsföra och profilera destinationens samlade utbud har också gett goda resultat med ett mätbart ökat engagemang i sociala medier samt framgångsrika kampanjer i print och digitala medier. Ett starkt ökat intresse för journalist- och influencerbesök till vår del av landet visar också på ökat intresse för destinationens turistiska utbud.

Ekonomisk uppföljning och prognos

Driftredovisning

Intäkter	1730	2 551	-821
Kostnader (inkl avskrivningar)	-16 419	-17 296	877
Rörelseresultat	-14 689	-14 745	56

Driftredovisning

Bolagets prognos för perioden (inklusive koncernbidrag) är en vinst på 56 tkr. Avvikelsen mot budget beror bland annat på:

Intäktsminskning om 821 tkr avser:

1. Intäktsökning för sålda biljetter till evenemang (100 tkr).
2. Intäktsökning för sålda tjänster (70 tkr).
3. Intäktsökning för medfinansiering av marknadsföring (45 tkr).
4. Intäktsökning för platsvarumärkesanalysen där kommunen står för konsultkostnaden och Visit Trelleborg för övriga kostnader (450 tkr).
5. Intäktsminskning, då extern EU-finansiering först blir tillgänglig per 01.01.2024 (-1,5 mnkr)

Kostnadsminskning 877 tkr avser bland annat:

1. Kostnadsminskning avfallshantering Smygehuk övergått till kommunen (120 tkr).
2. Kostnadsminskning, lokalkostnad (57 tkr)
3. Personalkostnader minskar vilket beror på långtidssjukskrivning samt 2 vakanta tjänster (1,15 mnkr).
4. Styrelsearvode ökat då arvode till ordförande och vice ordförande ökat (-85 tkr).
5. Avskrivningar, minskning då anläggningstillgångar övertogs av kommunen till bokfört värde i slutet av år 2022 (650 tkr)
6. Kostnadsökning mötesverksamhet, bl.a. då Visit hade öppet hus i sina nya lokaler 2023 som var budgeterat under år 2022 (-60 tkr).
7. Marknadsföringskostnader ökar (-490 tkr) p.g.a. en lyckad tv-produktions-värkning samt ökade insatser för att sensommar/höst-aktiviteter.
8. Evenemang kostnadsökning (-234 tkr), fler evenemangsstödsansökningar än 2022 samt genomförd Linnea Henriksson-konsert.
9. Kostnadsökning platsvarumärke, konsultkostnad (-450 tkr)
10. Räntekostnadsökning, då Visit får koncernbidrag och det utbetalas efter verksamhetsåret använder bolaget kredit för att betala sina utgifter. Ränteläget påverkar (-250 tkr).
11. Kostnadsökning, främmande tjänster ökat bland annat för att kompensera kompetensbortfall pga sjukskrivning (-450 tkr).
12. Kostnadsminskning, då EU-finansiering är flyttad till 2024 är intäkten borttagen och även då kostnader som hänförs till denna (750 tkr).
13. Kostnadsminskning för modern besökservice och aktivitet (90 tkr).
14. Kostnadsminskning, webbutveckling (56 tkr)

Investeringsredovisning

Investeringsredovisning (tkr)

Projekt	Utfall 2023-08-31	Budget 2023	Helårsprognos 2023
Årets investeringar	0	0	0
Total summa	0	0	0

Kommentar investeringar

Inga investeringar att redovisa.

Personalredovisning

Anställda (antal)

Period	2023-08-31			2023-01-01		
Anställda	Totalt	Varav kvinnor	Varav män	Totalt	Varav kvinnor	Varav män
Antal anställda	7	7	0	7	7	0
Könsfördelning chefer	1	1	0	1	1	0

Sjukfrånvaro, genomsnitt under perioden (%)

Period - utfall	2023-01-01 – 2023-08-31			2022-01-01 – 2022-08-31		
Sjukfrånvaro	Totalt	Varav kvinnor	Varav män	Totalt	Varav kvinnor	Varav män
Total sjukfrånvaro av de anställdas sammanlagda arbetstid	14,71	14,71	0	11,49	11,49	0
Andel av sjukfrånvaron som avser frånvaro under en sammanhängande tid av 60 dagar eller mer	64,04	64,04	0	75,37	75,37	0
Sjukfrånvaron i åldrarna upptill 29 år	0	0	0	0	0	0
Sjukfrånvaron i åldrarna 30–49 år	20,18	20,18	0	17,75	17,75	0
Sjukfrånvaron i åldrarna 50 år och äldre	7,88	7,88	0	2,68	2,68	0

Kommentar personalredovisning

En medarbetare har varit sjukskriven sedan februari 2023 vilket ger stort utslag i sjuktalet då bolaget endast har åtta anställda. (Planerad återgång november 2023.) För att lösa långtidssjukskriven har bolaget nyttjat konsulttjänster för att utföra arbetet.

I den kommande rekryteringen av de två vakanta tjänsterna beaktas behovet av att balansera bolagets skeva könsfördelning.

Förväntad utveckling och prognos 2023

2023 Förväntad utveckling 2023–2025

Destinationsbolag runt om i landet befinner sig just nu mitt i ett paradigmskifte där den traditionella destinationsutvecklingen i allt större grad har omvandlats till att fokusera på att öka en plats attraktionskraft oavsett målgrupp. Pandemin och det ökade fokuset på en attraktiv närmiljö har varit starka drivkrafter i denna förändring. Här vill Visit Trelleborg ligga i framkant och bidra till positiv utveckling i kommunen.

I närtid kommer fokus ligga på att på uppdrag av Kommunfullmäktige genomföra en platsvarumärkesprocess som involverar kommunens aktörer, näringslivet, invånare och andra intressenter. Utöver det präglas verksamheten bland annat av att öka destinationens attraktionskraft och stärka besöksvilja ytterligare. Vidare kommer bolaget bryta ny mark när det gäller marknadsföring, PR- och influencersamarbeten för att ytterligare stärka Sydkustens mediala genomslagskraft. Aktiviteter som är ännu viktigare i tider av begränsad konsumtionsförmåga hos privatpersoner och företag. Utöver det fortsätter Visit Trelleborg att satsa på aktiviteter som stärker partnerskapet med dragare inom den lokala besöksnäringen för att gemensamt fortsätta profilera och marknadsföra Trelleborg som en attraktiv plats att leva på och besöka.