

## Protokoll

Fört vid sammanträde med styrelsen för AB Visit Trelleborg fredagen den 8 februari 2019 (12.00 – 16.30).

Plats	Trelleborg Turistcenter, Kontinentgatan 2
Närvarande ordinarie ledamöter	Josefin Holmberg (ordf), Kenneth Johansson, Eva Höckert, Lena Bönnemark
Närvarande suppleanter	Alf Rosengren, Roger Persson, Ann-Marie Flink, Britta Brinck-Nehlin
Övriga närvarande	Ditte Fagerlund (VD), Annica Björö (controller), Petra Strandberg (PR & Marknad), Christian Hemme (besöksnäring & evenemang),
Frånvarande styrelseledamöter	Catharina von Blixen-Finecke (v ordf), Rickard Johansson, Mathias Andersson, Anne-Sophie Samnegård

Roger Persson ersättare för ordinarie ledamot Catharina von Blixen-Finecke.  
Ann-Marie Flink ersättare för Rickard Johansson.

-----  
Före sammanträdet öppnande presenterade Maria Pojjesdotter från Leader Söderslätt tillsammans med Cecilia Henriksson och Pernilla Colberg allmän information om pågående Leaderprojekt samt detaljerad information om projekt Hästen i Skåne ([www.destinationhast.se](http://www.destinationhast.se)). Medverkade gjorde också Maria Sonesson från Skånes Ridsportförbund.

### 1 § Mötets öppnande

Styrelsens ordförande Josefin Holmberg förklarade sammanträdet öppnat.

### 2 § Val av sekreterare

Ditte Fagerlund utsågs att föra dagens protokoll.

### 3 § Val av justeringsman

Ann-Marie Flink utsågs att jämte ordföranden justera dagens protokoll.

### 4 § Dagordning

Styrelsen godkände den i kallelsen föreslagna dagordningen med följande tillägg under paragraf 20:

- Bondens marknad

### 5 § Föregående sammanträdesprotokoll

Protokoll från föregående sammanträde som var justerat och utsänt lades med godkännande till handlingarna.

### 6 § Ekonomisk rapport

Bolagets resultatrapport per den 31 december 2018 föredrogs (Bil 1). Styrelsen godkände framlagd rapport och lade den därmed till handlingarna. Styrelsen informerades också om att koncernbidrag till bolaget utbetalas först efter årsskiftet 2019/2020 vilket innebär att bolagets kreditlimit utökas under 2019.

## **7 § Bokslut 2018**

Bolagets preliminära bokslut redovisades. Efter granskning av bolagets revisor delges styrelsen underlaget via e-post. Ordinarie ledamöter ombeds skriva under årsredovisningen senast den 28 februari.

## **8 § Intern kontroll: Uppföljning kontrollmål 2018**

Styrelsen godkände framlagd rapport avseende bolagets uppföljning av kontrollmål för 2018 och lade den därmed till handlingarna (Bil 2).

## **9 § Uppföljning insatser och aktiviteter 2018**

Styrelsen godkände framlagd rapport avseende uppföljning av insatser och aktiviteter 2018 (Bil 3) och lade den därmed till handlingarna. Mer detaljerad information om bolagets verksamhet under nämnda år återfinns i bifogad verksamhetsberättelse för 2018 (Bil 4).

## **10 § Insatser och aktiviteter 2019**

Styrelsen godkände framlagt förslag avseende insatser och aktiviteter under 2019 och beslutade därmed att arbeta utifrån föreslagen plan under 2019 och lade den därmed planen till handlingarna (Bil 5).

## **11 § Slutredovisning workshop *Smygehuk ur ett besökarperspektiv***

Bolaget fick vid ägardialog den 8 mars 2018 i uppdrag att inkomma med ett inspel avseende utveckling av Smygehuk som besöksmål. Med besökarperspektivet i fokus genomfördes två workshops, varav en genomfördes internt med bolagets personal och en med styrelsens ledamöter. Ett antal konkreta förslag har tagits fram baserat på workshops och prioriteringar (Bil 6). Styrelsen beslutade att ge VD och PR & marknadsansvarig i uppdrag att förhöra sig om möjligheten att få presentera framtaget underlag samt bolagets identifierade turistiska flaggskepp utöver Smygehuk för kommunstyrelsen.

## **12 § Slutredovisning *Flaggskepp***

Styrelsen beslutade att bolagets fem identifierade turistiska flaggskepp dvs Smygehuk, Trelleborg, Gislövs småbåtshamn, stränder/sydskusten samt stadsnära naturupplevelser i form av sydkustleden/skåneleden/pilgrimsleden ges möjlighet att presenteras för kommunstyrelsen tillsammans med prioriteringsordning och kostnadsberäkningar. Presentationens syfte är att skapa enighet och övergripande kraftsamla kring kommunen som en attraktiv destination att besöka.

## **13 § Trelleborg Rådhus AB**

VD informerade om att bolaget fått direktiv från VD i Trelleborg Rådhus AB dvs moderbolaget i koncernen, att förlänga avtalet med nuvarande revisionsbyrå att omfatta 2019 och 2020 trots att detta avviker från bolagsordningen vad gäller mandatperiod. Under 2020 kommer en gemensam upphandling att göras för både kommunens revision och alla bolag samordnat.

## **14 § Verksamhetsrapport**

Utöver övergripande verksamhetsberättelse för 2018 bifogad enligt punkt 9 ovan rapporterades om följande insatser och aktiviteter:

1. Sydkustleden  
Invigning den 2 juni i samarbete med Team Rynkeby. Kommunen ansvarar för ett lokalt arrangemang med bandklippning. Arbetet fortgår.
2. Turismsamarbete Skånes kommuner  
Ett nätverk mellan alla Skånes destinationer har startats upp. Nätverket delar erfarenheter, hittar samarbetsmöjligheter och tittar på gemensam marknadsföring mot den svenska marknaden. Mottot är "sharing is caring"! Vid uppstartsmötet fick gruppen en dragning om Malmös arbete med internationella influencers. Bolaget avser att inleda dialog med Malmö Turism i syfte att kunna dra nytta av deras arbete genom att erbjuda stadsnära, urbana upplevelser till de influencers som redan besöker Malmö.

3. Annonseringen inför säsongen 2019 är påbörjad.
  - Trelleborg syns med en redaktionell annons/intervju under Visit Swedens "10 Top Destinations in Sweden" i tidningen Scan Magazines januarinummer.
  - Trelleborg syns i en helsidesannons i det tyska magasinet Active Schweden.
  - En Cityguide till Trelleborg är levererad till Öresundsbron. Cityguiden ska finnas tillgänglig online för deras danska BroPass-kunder.
4. Vecka 8 drar PR-arbetet 2019 igång med dagskonferens och workshop i Tourism in Skånes regi. Den 14 februari genomförs en PR-visningsresa på tema Mat med Tourism in Skånes presstab. Under visningsresan besöks Hallongården, Grönby Chark, Hönsinge Hantwerksbryggeri, Smygehus Havsbad, Sydkustens Bryggeri, Sodalicious och Clarion Collection Hotel Magasinet.
5. Visit Trelleborg deltar i arbetet med att ta fram en Grönplan för Trelleborgs kommun. Representanter från bolaget ingår i arbetsgruppen Naturturism och friluftsliv.
6. Arbetet med Smultronställen 2019 är i full gång och beräknas vara klar och levererad till alla besöksmål innan påsk.
7. Planering och förberedelser för sommarens kryssningsanlöp pågår för fullt. Fredagen den 5 juli anlöper M/S Albatros (ankommer 09:00 och avgår 18:00) och måndagen den M/S Artania (ankommer 12:00 och avgår 20:00). Trelleborgs hamn har inlett ett partnerskap med SDK Cruise med fokus på marknadsföring av Trelleborg som kryssningshamn och där Visit Trelleborg utgör en samverkanspartner. Visit Trelleborgs marknadsansvarig har påbörjat arbetet med att tillsammans med Trelleborgs Hamns marknadsavdelning ta fram ett införsäljningsmaterial avseende Trelleborg som kryssningsdestination att användas på internationella kryssningsmässor. Det första tillfället blir vid den stora kryssningsmässan i Miami den 6 april. Kryssningsbranschen ökar stort och är ett bra exempel på s k "Destination snacking" där besökare under kort tid gör nedslag i olika länder för att förhoppningsvis få mersmak och återvända för att semestra under en längre tid.
8. Rekrytering av sommarpersonal pågår. Intentionen är att i så hög grad som möjligt få tillbaka samma personalstyrka som föregående sommarsäsong. För det fall att nyrekrytering måste till kommer kommunens arbetsmarknadsförvaltnings rekryteringstjänst att nyttjas.
9. Planering inför sommaraktiviteter i form av Palmbuss och Palmtåg pågår med förhoppning om att buss och tåg kommer att ha hållplats på Stortorget även den här sommaren.
10. Arbetet inom Travel Trade med fokus på internationella researrangörer pågår. Aktuella teman är Pilgrimsvandring, kyrkor och kloster och tema Starka Kvinnor (Ting Ute & Inne, Hallongården och Trelleborg (kvinnliga vikingar!)) är identifierade som intressanta aktörer inom det sistnämnda temat.
11. Nytt projekt inom Tourism in Skåne har startat benämnt Gastrolution of Skåne. Kickoff hölls på Tejarps Gård utanför Klågerup den 31 januari. Syftet är att sätta Skåne på den gastronomiska världskartan genom skånska mat- och dryckesevenemang. Projektet har fokus på identifiering, samverkan och evenemangsutveckling.  
Lisa Lemke höll ett inspirerande föredrag om sin resa, sitt Skrea Backe och Falkenbergs Matdagar som lockar massor av besökare. Framhöll vikten av samverkan och värdskap i världsklass – kollegor, inte konkurrenter = konkullegor!
12. Brittiska groundhoppers återkommer till Trelleborg 7-9 juni för att besöka fotbollsarenor i området.
13. Clarion Collection Hotel Magasinet har haft visning av sina nya hotellrum (22 rum, totalt 58). Hotellet har öppett hus den 9 februari med Visit Trelleborg på plats med turistinformation.



14. Ett 20-tal deltagare/näringsidkare bjöds in till ett frukostwebinarium den 7 februari. Mötet, under rubriken Shoppingsturism arrangerades av näringslivsenheten på Trelleborgs kommun, Trelleborg Citysamverkan och Visit Trelleborg gemensamt. Organisatörer av själva webinariet var Svensk Handel, Tillväxtverket och Visit Sweden. Besöksnäringens betydelse för sysselsättning och skatteintäkter betonades. Antalet utländska besökare ökar konstant i Sverige, fem viktiga faktorer för nöjda besökare har identifierats: Shoppingmöjligheter - God lokalproducerad mat - VÄRDSKAPET - Bra Boende - Trygghet. Under 2017 spenderade utländska besökare 63 miljarder kronor i svenska butiker, motsvarande 47 procent av reskassan.

Utländska besökare är dock inte lika digitala som svenskar vilket t ex gör att det är viktigt med olika sorters betalsätt. Det är också viktigt för butiksanställda att lära sig mer om sin egen destination för att på så sätt bli goda ambassadörer för destinationen.

Kortversionen avseende rapporten om shoppingsturism finns på

<https://www.svenskhandel.se/rapporter/shoppingturism/>

### **15 § Digital strategi för AB Visit Trelleborg**

Styrelsen godkände utskickat förslag till digital strategi för AB Visit Trelleborg (Bil 7) och lade den därmed till handlingarna.

### **16 § Fyrområdet Smygehuk**

Bolagets VD fick vid styrelsesammanträde den 28 september 2018 styrelsens uppdrag att inleda dialog med serviceförvaltningen avseende rivning av det s k brygghuset beläget på fyrområdet vid Smygehuk. VD har tillsammans med serviceförvaltningens fastighetschef träffat ansvarig för drift av Smygehuk vandrarhus (medlem i Svenska Turistföreningen, STF) samt representant för STF. Visit Trelleborg tog initiativ till att samordna processen kring arbetet med att ta fram en utvecklingsplan för hela fyrområdet i nära samarbete med serviceförvaltningen, Smygehuk vandrarhus och STF.

Inför dagens styrelsesammanträde har det kommit till bolagets kännedom att fastigheten där vandrarhus och bostadshus, fyr och övriga byggnader finns belägna, vilken idag är i kommunal ägo, ska avyttras. Då fyrplatsen är strategiskt viktig för Smygehukområdet beslutade styrelsen att skyndsamt inleda dialog med kommunledningen avseende processen för avyttring inför kommande turistsäsong.

### **17 § Marknadsföring/Skyltning evenemang och aktiviteter**

Styrelsen beslutade att bordlägga fråga om marknadsföring/skytning evenemang och aktiviteter till nästkommande styrelsesammanträde.

### **18 § Svedala företagsmässa**

Bolagets personal fick vid föregående styrelsesammanträde i uppdrag att undersöka möjligheten att delta i den företagsmässa som avses genomföras i Svedala den 12 april. Kontakt har tagits med mässans arrangör som ser positivt på att bolagets medverkan som partner. Då ett partnerskap inte är möjligt inför årets mässa tar bolaget sikte på att inför nästa år undersöka förutsättningarna. Bolaget kommer däremot att finnas på plats i en monter på företagsmässan, dels för att knyta kontakter inför framtiden dels för att marknadsföra Trelleborg som destination.

### **19 § Informationsärenden**

VD informerade om följande ärenden som inkommit till bolaget:

- Protokollsutdrag från kommunfullmäktige (KS 2018/718) angående bolagsstyrning i Trelleborgs kommun (Bil 8).
- Protokollsutdrag från kommunfullmäktige angående styrelser och mandatperiod för kommunens bolag (KS 2018/859). Det beslutades att mandatperioden för kommunens bolagsstyrelser ska vara ett år, att styrelsen i AB Visit Trelleborg ska bestå av fem ordinarie ledamöter och fem suppleanter samt att bolagsordningarna revideras med anledning av detta.
- Protokollsutdrag från kommunfullmäktige (KS 2017/1225) angående budget 2019-2021 med investeringsbudget 2019-2030 för Trelleborgs kommun. Kommunfullmäktige beslutade här att ta bort finansieringen av Visit Trelleborg ur den kommunala budgeten. Bolagets verksamhet ska i och med detta finansieras via koncernbidrag.
- Återremittering från samhällsbyggnadsnämnden avseende handlingsplan för att minska spridningen av mikropilaster till samtliga nämnder och bolag för kostnadsberäkningar och



kostnadsuppskattningar. Då bolaget inte är direkt berörda och inte bedriver någon verksamhet i form av att bolaget hanterar mikroplaster beslutade styrelsen att återremissen besvaras med beskrivningen ovan som grund.

## 20 § Övriga frågor

- Britta Brinck-Nehlin informerade om förberedelser för ett Leader-projekt, "Bondens marknad". En ansökan är på gång med LRF som projektägare. Projektet planerar att startas upp under augusti månad.

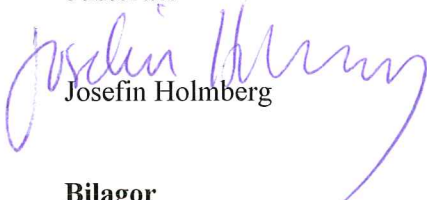
**OBS! Styrelsen enade sig om att ställa in nästkommande sedan tidigare inplanerat styrelsesammanträde den 8 mars.** Som ersättning för det inställda sammanträdet kommer en skriftlig rapport att skickas ut via e-post i vecka 11.

Årets bolagsstämma hålls fredagen den 29 mars kl 11.00.

### Vid protokollet

  
Ditte Fagerlund

### Justeras:

  
Josefin Holmberg

  
Ann-Marie Flink

### Bilagor

- Bilaga 1 – Ekonomisk rapport per den 31 december 2018
- Bilaga 2 – Uppföljning kontrollmål 2018
- Bilaga 3 – Uppföljning insatser och aktiviteter 2018
- Bilaga 4 – Verksamhetsberättelse 2018
- Bilaga 5 – Insatser och aktiviteter 2019
- Bilaga 6 – Slutredovisning workshop *Smygehuk ur ett besökarperspektiv*
- Bilaga 7 – Digital strategi för AB Visit Trelleborg
- Bilaga 8 – Bolagsstyrning i Trelleborgs kommun (KS 2018/718)



## Resultatrapport

2018-12-31

	Budget 2018	Utfall 2018	Utfall 2017	Utfall 2016	Utfall 2015
<b>TSEK</b>					
<b>Arets resultat</b>	0	0	179	90	102
Resultat	-198	-281	308	168	189
Intäkter	7 066	7 135	8 094	9 306	9 541
varav anslag TK	6 877	6 885	7 899	8 674	8 916
Kostnader	7 264	7 415	7 786	9 138	9 352

	INTÄKT Budget 2018	KOSTNAD Budget 2018	INTÄKT Utfall kr 2018	KOSTNAD Utfall kr 2018	INTÄKT Utfall kr 2017	KOSTNAD Utfall kr 2017
<b>Anslag</b>						
Övergripande	6 277 000		6 277 000	0	6 357 000	
Extra anslag	600 000		600 000	0	600 000	
Markn.för. webb, palmbuss/tåg	0		7 776	0	852 000	
Värd palmbussen	0		0	0	90 000	
SUMMA	6 877 000	0	6 884 776	0	7 899 000	0
<b>Intäkt</b>						
Övr ers. o intäkter (ränta..)	23 000		26 204	0	23 455	
SUMMA	23 000	0	26 204	0	23 455	0
<b>Kostnader</b>						
<b>Personal &amp; styrelse</b>						
Lön och soc.avg. ordinarie pers.		4 338 000	49 305	4 011 635		4 034 900
Pensionskostnader		355 000	0	598 430		338 446
Styrelsearvode och soc. avg.		282 000	0	238 305		232 356
Övriga personalkostnader		150 000	0	198 237		221 922
Utbildning		20 000	0	4 900		4 790
SUMMA	0	5 145 000	49 305	5 051 507	0	4 457 414
<b>Marknadsföring, aktiviteter &amp; webb</b>						
Destinationen (markn.+aktiv.)		180 000	0	473 843		592 909
Besöksnäringen (markn.+aktiv.)		20 000	0	13 821		101 663
Webbutveckling och underhåll.		77 000	0	97 990		179 330
SUMMA	0	277 000	0	585 654	0	873 902
<b>Lokalkostnad</b>						
Hyra Kontinentgatan		396 000	0	395 808		390 780
Övriga lokalkostnader		65 000	0	72 275		64 711
SUMMA		461 000	0	468 083	0	455 491

	INTÄKT Budget 2018	KOSTNAD Budget 2018	INTÄKT Utfall kr 2018	KOSTNAD Utfall kr 2018	INTÄKT Utfall kr 2017	KOSTNAD Utfall kr 2017
<b>Övriga kostnader</b>						
IT, tele, kopiatorer		250 000		253 787		246 382
Bank, revisor, advokat		66 000		33 798		65 810
Bolagsverket & Webselect (UC)		35 000	0	32 806		35 525
Mötesverksamhet		15 000	0	5 959		12 179
Repr., konferens, medlemsavg.		20 000	0	14 850		7 980
Bil, resor		100 000	0	90 317		96 138
Kontorsmaterial		10 000	0	2 996		9 728
Utskick, porto		10 000	0	4 996		7 212
Övriga främmande tjänster, konsult		40 000	0	37 305		60 703
Övr. kostn. Förbr.inven. FTC 2017		160 000	0	154 666		215 770
<b>SUMMA</b>		<b>706 000</b>	<b>0</b>	<b>631 481</b>	<b>0</b>	<b>757 427</b>
<b>Turism</b>						
<b>Smygehuk turistinformation</b>						
Hyra Smygetorp		55 426	0	55 427		30 354
Övriga lokalkostnader		15 000	0	10 313		13 336
Tele, data		10 000	0	9 530		8 964
Ext. evenemang, kommission	1 000		0	0	818	
Försäljning (varor)	28 000	15 000	29 135	15 892	28 115	14 942
Extrapersonal sommar, löner+soc		155 000	0	154 800		245 000
Övrigt		20 000	0	6 657		21 734
<b>SUMMA</b>	<b>29 000</b>	<b>270 426</b>	<b>29 135</b>	<b>252 618</b>	<b>28 933</b>	<b>334 330</b>
<b>Trelleborg turistcenter</b>						
Sommar, löner+soc och bussvärdar		265 000	0	320 400		390 000
Försäljning (varor/tjänster)	125 000	80 000	129 216	80 517	126 732	85 427
Kommission, provision	12 000		15 954	0	16 186	
Övrigt		60 000	0	25 007		57 259
<b>SUMMA</b>	<b>137 000</b>	<b>405 000</b>	<b>145 170</b>	<b>425 924</b>	<b>142 918</b>	<b>707 686</b>
<b>Summa totalt</b>	<b>7 066 000</b>	<b>7 264 426</b>	<b>7 134 590</b>	<b>7 415 268</b>	<b>8 094 306</b>	<b>7 786 250</b>
<b>Resultat</b>		<b>-198 426</b>		<b>-280 678</b>		<b>308 056</b>



# RAPPORT INTERN KONTROLL

## AB VISIT TRELLEBORG

### KONTROLLMÅL 2018

– ATT RAPPORTERA TILL KOMMUNSTYRELSEN MED ÅRSBOKSLUT FÖR 2018

Godkänd av AB Visit Trelleborgs styrelse 2019-02-08.

Styrelsen i AB Visit Trelleborg antog den 20 april 2018 rutiner, riktlinjer samt policy för bolagets arbete med intern kontroll samt enade sig om följande kontrollmål/uppföljning för år 2018:

#### 1 EKONOMI

##### RESULTAT/BUDGETUPPFÖLJNING – ATT EKONOMISK RAM HÅLLS

Bolagets budget beslutas årligen av styrelsen vid styrelsesammanträde under hösten före verksamhetsåret. Under verksamhetsåret sker uppföljning löpande varje månad vilken delges styrelsen via e-post. Därutöver behandlas aktuell resultatrapport på ordinarie styrelsesammanträden. Uppföljningen består av en resultatrapport med ackumulerade värden för perioden, jämförelsesiffror för samma period föregående år, helårsprognos samt helårsbudget. Alla poster finns förklarade, likaså budgetavvikelser på mer än 5 000 kr.

## 2 PERSONAL

## LÖNEHANTERING/ARBETSMILJÖ

## Bakgrund

Bolaget har under 2018 bestått av åtta tillsvidareanställda varav fem arbetar heltid och tre personer innehar deltid som tjänstgöringsgrad (75%).

Inför högsäsongen under sommarmånaderna juni, juli och augusti rekryterades 2018 sju visstidsanställda för arbete på Trelleborgs Turistcenter samt Smygehuk Turistinformation inkl två bussvärdar vilka bemannade Palmbussen. Rekryteringsprocessen avseende sommarpersonal påbörjas årligen tidigt på våren. Inför rekryteringen 2018 tog bolaget hjälp av Arbetsmarknadsförvaltningens rekryteringsservice. I organisationen fanns under sommaren 2018 även tre kommunala sommarjobbare under tre treveckorsperioder, sammanlagt nio veckor, vilka anställs och avlönas av Trelleborgs kommun.

## Sjukfrånvaro 2018

	Antal sjukdagar	Sjuklön	Soc.avgifter
Totalt	106,5	85 088,55	26 734,82
Jan	9	5 602	1 760
Feb	13,75	15 560	4 888
Mar	6	4 043	1 270
Apr	6	3 724	1 170
Maj	1	0	0
Jun	10	8 403	2 640
Jul	14,25	11 437	3 593
Aug	6,5	2 302	723
Sep	4,25	4 256	1 337
Okt	13,5	5 802	1 823
Nov	7	7 901	2 482
Dec	15,25	16 054	5 044

## Kommentarer

- Totalt antal arbetsdagar 2018: 2 317
- Sjukfrånvaro 2018: 4,6 %
- Ingen arbetsrelaterad sjukfrånvaro är inrapporterad till bolaget.

## Riskanalys vid ev långvarig sjukfrånvaro

Hög risk för stängd turistinformation vid långvarig sjukfrånvaro hos personal bakom disk. Omfördelning av arbetsuppgifter inom personalstyrkan är möjlig till viss gräns. Det är också problematiskt att hitta extrapersonal som kan hoppa in. Ett annat riskmoment är långvarig sjukfrånvaro inom ekonomi/personal/administration bl a avseende löneutbetalningar. Skulle behov uppstå i dagsläget ersätter VD på Trelleborgs Energi. Om ett mer långvarigt behov skulle uppstå och då ingen internkommunal lösning är möjlig avseende ekonomiområdet som helhet anlitas personal från ett bemanningsföretag.

## LÖNEREVISION

Som kollektivavtalsbunden arbetsgivare är bolaget skyldigt att göra återkommande översyn av lönerna. Lönerevision i AB Visit Trelleborg sker årligen. Lönerevisionen sker genom lönesättande samtal och baserar sig på en helhetsbedömning avseende prestation och resultat som den anställde uppvisat under verksamhetsåret. För anställda som är anslutna till arbetstagarorganisationen Vision skickas information av årets lönerevision över till nämnda arbetstagarorganisation.

Lönerevision enligt ovan sker avseende tillsvidareanställd personal med månadslön. För visstidsanställd personal med månadslön görs överenskommelse avseende lön innan anställningens tillträde i innevarande års löneläge. Visstidsanställd sommarpersonal innehar timlön vilken överenskommits i anställningsavtal innan anställningens början.

Lönesamtal sker med tillsvidareanställd personal i april månad. Ny lön gäller från och med 1 april.

## Lönehantering

Varje månad fyller den anställde i en månadsrapport som är ett underlag för utbetalning av lön. I den rapporteras ev. sjukfrånvaro, semester, körersättning och utlägg m.m. Timanställd personal rapporterar dessutom antal arbetade timmar. Månadsrapporten ska vara undertecknad av den anställde och därefter lämnas den för granskning. Månadsrapport för timanställda granskas först av närmaste arbetsledare, och alla månadsrapporter granskas av ekonomifunktionen. När alla månadsrapporter är granskade lämnas dessa över till bolagets VD för attest. Därefter rapporterar bolagets controller uppgifterna i löneprogrammet HOGIALÖN PLUS och tar ut underlag för avstämning innan den definitiva lönekörningen. Löneutbetalning signeras av två i bolaget.

## ARBETSMILJÖ

I Arbetsmiljölagen står beskrivet hur arbetsmiljön och arbetsförhållandena för arbetstagaren ska vara. Exempelvis står det att arbetsmiljön ska vara tillfredställande med hänsyn till arbetets natur och att arbetsförhållandena ska vara anpassade till människors olika fysiska och psykiska förutsättningar. Arbetsgivaren och arbetstagaren ska samverka för att uppnå en god arbetsmiljö. Visit Trelleborg följer de policys som Trelleborgs kommun har tagit fram dvs:

### Arbetsmiljöpolicy

- Policy mot våld, hot och trakasserier
- Policy mot kränkande särbehandling och trakasserier
- Policy för terminalglasögon
- Policy för rökfri arbetsplats
- Policy avseende friskvårdsförmåner
- Policy för arbetsanpassning och rehabilitering
- Alkohol och drogpolicy

### Exempel på bolagets åtagande

- Terminalglasögon – Trelleborgs kommuns policy följs dvs enligt föreskrifterna AFS 1998:1 om belastningsergonomi, AFS 1991:8 om belysning samt AFS 1998:5 om arbete med bildskärm har de personer som arbetar mer än en timme om dagen vid bildskärm rätt till synundersökning samt vid behov terminalglasögon. Bolaget bekostar synundersökning hos valfri leg.optiker, glas till terminalglasögon samt subventionerar både med 500 kr.
- Friskvårdsförmån – gäller medarbetare i bolaget som köper friskvårdsinsatser av enklare slag och där förmånen kan betraktas som skattefria enligt Skatteverkets regler. Bolaget lämnar en skattefri



friskvårdsförmån på upp till 2 000 kr per år. Förmånen gäller alla tillsvidareanställda samt visstidsanställda vars anställningstid uppgår till 1 år. bolaget får själv komma överens med resp leverantör av friskvårdstjänster.

- Ergonomi – alla arbetsplatser anpassas till människan för att förebygga risker för ohälsa och olycksfall. En god arbetsmiljö med god ergonomi erbjuds alla anställda t ex vad gäller kontorsstol, skrivbord, belysning och dator/datorutrustning.
- Skyddsombud – finns utsedd person bland de anställda.
- Företagshälsovård – Trelleborgs kommun har ett avtal med Previa om företagshälsovård, bolaget har i sin tur överenskommelse med Previa om punktinsatser om/när behov uppstår.

Ingen arbetsmiljöfråga av karaktär har inträffat under 2018. Avseende risken för ensamarbete på Trelleborg Turistcenter och Smygehuk Turistinformation har bolaget vidtagit åtgärder i form av viss schemaändring samt även lunchstängning.

### PERSONALMÖTEN

- Kontorsmöten - samtliga i personalen måndagar 8.45 – 10.00 året runt. Personal stationerade på Smygehuk Turistinformation behöver dock inte vara närvarande sommartid. Minnesanteckningar skrivs och mailas ut till all personal. Veckomöten genomförs oberoende av om VD är på plats eller inte.
- En planeringsdag alt två-dagars kombinerat studiebesök/planeringsdagar årligen.

### AVTALSFÖRSÄKRINGAR

Bolaget har tecknat följande försäkringar:

- Pensionsförsäkring
- Tjänstegrupplivförsäkring
- VD & Styrelseansvarsförsäkring

Bolaget har även avtal med följande aktörer:

- KPA Pensionsförsäkring AB – pensionsbolag inom kommun och landsting
- Pensionsvalet – valcentral för att anställda ska kunna göra ett medvetet och informerat pensionsval.
- S&P Underwriting Agency AB/RSG Construction & Specialty AB – försäkringsprodukter för bolag för verksamheter inom det offentliga.

### KOMPETENSUTVECKLING – KURSER, KONFERENSER, SEMINARIER

Bolagets personal har under 2018 deltagit i:

**Competence Academy Tourism (CAT)** - ett samarbete mellan Tourism in Skåne och Region Blekinge som med stöd av Europeiska Socialfonden (ESF) syftar till att kompetensutveckla företag inom besöksnäringen.

Utbildningsområden:

- Digitalisering
- Affärsutveckling
- Tjänsteutveckling och innovation
- Ekonomi
- Världskap och merförsäljning

**Competence Academy Public Sector (CAPS)** - ett projekt med fokus på kompetenshöjande insatser för kommunala tjänstepersoner för att utveckla Skåne till en destination i framkant. Europeiska Socialfonden (ESF) har beviljat medel till projektet och arbetet leds av Tourism in Skåne.

Fokusområden:

- Coacher – digitala, värdskap och affärsutveckling
- Destinationsutveckling och processledning
- Besöksnäringen ur ett investeringsperspektiv
- Hållbart ledarskap och medarbetarskap
- Omvärldskunskap
- Best practice internationellt/nationellt

**Öresundsbron Business Meeting**, "Synergier som framgångskoncept"

**Sveriges kommuner och landsting** – "Fokus på besöksnäringen", vår/höst

**Competence Boost Tourism in Skåne** – Google Analytics

**Internet i fokus** – nya trender i branschen

**PwC Kunskapsdag** – seminariedag för ekonomer

**Omställningsfonden** – seminarium personalfrågor

**Visitadagen 2018**

**Sveriges kommuner och landsting** – "Besöksnäringen på agendan"

Utöver detta har personalen möjlighet att avsätta tid varje vecka för fortbildning via föreläsningar på Youtube.

Medarbetarsamtal – samtliga i personalen i oktober månad.

---

## UPPFÖLJNING AV LÖNERELATERADE KOSTNADER

Uppgifterna förs in vid årets slut dvs

- Kostnadsersättningar och förmåner
- Lagstadgade arbetsgivaravgifter
- Avgifter pensioner o premier enl avtal
- Kostnader för sjuk- och hälsovård
- Kostnader för utbildning av personal
- Övriga personalkostnader t ex personalrepresentation, kostnader för friskvård samt enklare personalvårdande kostnader som t ex frukt, kaffe och fikabröd.

### 3 VERKSAMHET

#### VERKSAMHETSPLAN – UPPFÖLJNING AV DEN DAGLIGA VERKSAMHETEN

Verksamhetsplan 2017-2019 för AB Visit Trelleborg godkändes av bolagets styrelse den 10 mars 2017.

Övergripande mål: Att verka för att kommunen upplevs som en hållbar och attraktiv destination med gott värdskap. Målet är att öka den turismekonomiska omsättningen i kommunen. Ökningen fram till 2019 bör vara minst 15% i omsättningsökning.

- **Verksamhetsområde BESÖKSSERVICE:** Målet är att genom ett professionellt mottagande skapa en positiv bild av Trelleborg och få besökare att känna sig välkomna och vilja komma tillbaka. Våra besökare och kunder ska uppleva att de får bästa tänkbara värdskap av oss.
- **Verksamhetsområde MARKNADSAKTIVITETER:** Målet är att skapa en attraktiv marknadsföringsmix i strategiskt utvalda kanaler för att locka så många besökare som möjligt till Trelleborg. Genom broschyrmaterial, annonser, webbsida, sociala medier och innehåll på tips- och rejtingsajter ska rätt målgrupp nås vid rätt tillfälle. [www.visittrelleborg](http://www.visittrelleborg) ska vara navet i kommunikationen.
- **Verksamhetsområde UTVECKLING AV BESÖKSNÄRINGEN:** Målet är att bolaget tillsammans med besöksnäringen ska arbeta för att få fram hållbara produkter som ska locka nya besökare samt få befintliga besökare att stanna längre.
- **Verksamhetsområde BESÖKSMÅL OCH RESEANLEDNINGAR:** Målet är att i samband med besöksnäringen, nämnder, förvaltningar och bolag bidra till hållbar utveckling av befintliga besöksmål och reseanledningar samt skapande av nya.
- **Verksamhetsområde EVENEMANG:** Målet är att stödja befintliga evenemang och bidra till utveckling av dessa samt värva nya evenemang och möten som stimulerar den turismekonomiska omsättningen.

#### AKTIVITETS- OCH INSATSPLANER

Aktivitets- och insatsplan 2017 godkänd av styrelsen den 3 februari 2017.

Aktivitets- och insatsplan 2018 godkänd av styrelsen den 17 november 2017.

#### Rapportering och uppföljning

Uppföljning av årliga aktivitetsplaner sker vid nästkommande års styrelsesammanträde.

Verksamhetsrapportering sker muntligen till styrelsen vid varje styrelsesammanträde och tas därmed till protokollet. I förekommande fall informeras styrelsen via e-post mellan ordinarie styrelsesammanträden. Styrelseprotokoll inkl verksamhetsrapporter skickas via e-post till kommunstyrelsen samt VD i Trelleborg Rådhus AB.

Utförlig verksamhetsberättelse med beskrivning av genomförda aktiviteter och insatser, resultat och aktiviteter samt förvaltningsberättelse bifogas årsredovisningen.

Uppföljning av bolagets interna kontroll rapporteras till kommunstyrelsen samtidigt som årsbokslutet.

Årlig granskning av lekmannarevisionen huruvida verksamheten sköts på ett ändamålsenligt och från ekonomisk synpunkt tillfredsställande sätt och om bolagets interna kontroll är tillräcklig.

Årlig(a) ägardialog(er) med styrelsen i Trelleborg Rådhus AB.



# Uppföljning

## Insatser & aktiviteter 2018

Ej utförda insatser och aktiviteter är markerade med rött och kommenteras vid respektive punkt.

### Verksamhetsområde BESÖKSSERVICE

- Trelleborg Turistcenter – utvidga rekryteringsbasen avseende sommar- och extrapersonal i syfte att rekrytera personal med olika kompetenser utöver erforderlig lokalkännedom och språkkunskaper, t ex digital kompetens. Se över souvenirsortimentet i stort och ta fram fler Trelleborgssouvenirer av god kvalitet. Bättre synliggöra möjligheten att köpa färjebiljetter exempelvis via sponsrade inlägg på Facebook.
- Smygehuk Turistinformation – utveckla kostnadseffektiv turistinformation utifrån besökarens krav och önskemål.
- Formulera en digital strategi.
- **Besöksservice online - Höja kvaliteten på informationen i CBIS. Basinformation på minst engelska, tyska och polska. Fortsatt utveckling av visittrelleborg.se och satsning på chatfunktion.**  
*Kommentar: CBIS är databasen där alla evenemang och sevärdheter beskrivs med text och bild. Evenemangen uppdateras kontinuerligt men vi har inte hunnit med att gå igenom alla sevärdheter. Det är ett stort arbete som vi ev behöver extern hjälp för att genomföra. Vi överväger att ge uppdraget åt en praktikant under 2019. Vi har inte kapacitet att underhålla information på fyra språk utan har beslutat att enbart översätta till engelska. Våra trycksaker som ligger i pdf-format på visittrelleborg.se är översatta även till tyska.*
- Pop Up-besöksservice – bemannad turistinformation i anslutning till lokala evenemang vid minst fyra tillfällen.
- Kryssningsanlöp – ha beredskap och organisation för mottagarorganisation vid ev kryssningsanlöp.
- **Informationsskyltar – inventera och se över turistinformationsskyltar i kommunen**  
*Arbetet är påbörjat i det samarbete vi haft med Kultur- och fritidsförvaltningen men kommer att fortsätta enligt 2019 års aktivitetsplan.*

### Verksamhetsområde MARKNADSAKTIVITETER

#### INHEMSK MARKNAD

- Färre övergripande trycksaker i större upplaga för att minska våra tryckkostnader.
- Stegvis fokusera om från tryckt till digital annonsering. Jobba digitalt med "always on" (ständig närvaro) och "native ads" (redaktionella annonser) nationellt och regionalt.
- Fortsatt satsning på film.
- Uppdatera bildbanken med nya foton.
- Öka och etablera vår närvaro på tips- och rejtingsajter.
- **Inventera bloggare och digitala influencers med koppling till Trelleborg.**  
*Vi har fokuserat på Instagramkonton med koppling till Trelleborg, turism och besöksnäring i Skåne.*
- Arbeta för att alla etablerade besöksmål i Trelleborg finns med på Google och Facebook

## INTERNATIONELLA MARKNADER

- I samverkan med Trelleborgs hamn ta fram marknadsföringsmaterial om Trelleborg som kryssningshamn.
- *Anpassa våra filmer för engelskspråkiga länder samt Tyskland och Polen. Filmerna är i stort språkneutrala och vi har bedömt att ingen insats har behövts.*
- Delta i Tourism in Skånes/Visit Swedens marknadsföringskampanjer i Tyskland, Danmark och Polen.
- Aktivt delta i press- och PR-arbete i samarbete med Tourism in Skåne & Visit Sweden.

## Verksamhetsområde UTVECKLING AV BESÖKSNÄRINGEN

Besöksnäringens utarbete koncept avseende syfte och mål för ett besöksnäringensråd samt vilka som ska ingå i ett sådant. Styrelsen beslutade den 16 november att ersätta inrättandet av ett besöksnäringensråd med en hotell/boendegrupp. Syftet är att istället för ett råd där medlemmarna väljs brett från näringen inrätta ett råd med representanter från hotell och andra större boendeanläggningar. Hotell och boendeanläggningar utgör i mångt och mycket stommen i det turistiska arbetet och kan genom samverkan både med varandra och med bolaget utvecklas ytterligare. Syftet med att bilda en hotell/boendeanläggningsgrupp är att:

- Stärka Trelleborg som destination generellt,
  - Samordna kapacitet och resurser,
  - Stärka banden med Visit Trelleborg,
  - Gemensamt arbeta för att det skapas större evenemang,
  - Diskutera gemensamma frågor t ex gästnattsstatistik,
  - Samverka kring marknadsaktiviteter
- 
- Inspirationsträffar vår/höst
  - Bidra till utökad dialog och samverkan mellan boendeanläggningar och andra aktörer med fokus på hållbar produktutveckling och säsongsförlängning.
  - Digital coaching - för egen och besöksnäringens räkning öka bolagets kunskap om digitala kanaler och sprida kunskapen vidare.
  - CAT – deltagande tillsammans med besöksnäringensföretag i kompetensutvecklingsprojektet Competence Academy Tourism och dess utbildningar.
  - Nätverk – delta i nätverk på såväl lokal, regional som nationell nivå t ex lokala företagarföreningar och affärsnätverk samt nätverk inom ramen för Tourism in Skåne, MalmöLund-regionen, Greater Copenhagen samt Visit Sweden.
  - Aktivt delta i Travel Trade-arbetet (arbete med internationella researrangörer) i samarbete med Tourism in Skåne & Visit Sweden. Stötta näringen i utveckling av produkter inom affärsområdet.
  - Deltagande i Leaderprojektet "Regional Fisketurism Trelleborg – en förstudie".

## Verksamhetsområde BESÖKSMÅL OCH RESEANLEDNINGAR

- Smygehuk – delta i processen kopplad till beslutad utvecklingsplan för Smygehuk 2017-2020
- *Trelleborg & Trelleborgs museum - inventera och utveckla produkter för researrangörer och individuella resande i samarbete med kulturförvaltningen. Inventeringen är gjord. Inga nya produkter har utvecklats.*
- Sydkusten & Sveriges sydligaste stad
- Urban Outdoor:
  - aktivt delta i arbetet med utveckling av Sydkustleden och Skåneleden
  - lyfta Pilgrimsleden som en reseanledning
  - delta i samarbetet kring RÅSK

- Kultur & Edutainment: se Trelleborgen & Trelleborgs museum ovan
- Sport & Idrott
- Skånsk landsbygd nära storstad

## Verksamhetsområde EVENEMANG

- Groundhopping 2018
- Ungdomsturnering basket
- Trelleborgsgalan
- Fastighetsmässa 2018
- Allsång på Smygehuk
- Sveriges sydligaste motorträffar
- Palmbuss
- Palmtåg
- Smygeexpressen
- Framtagande av Evenemangsstrategi för Trelleborgs kommun



# Verksamhetsberättelse

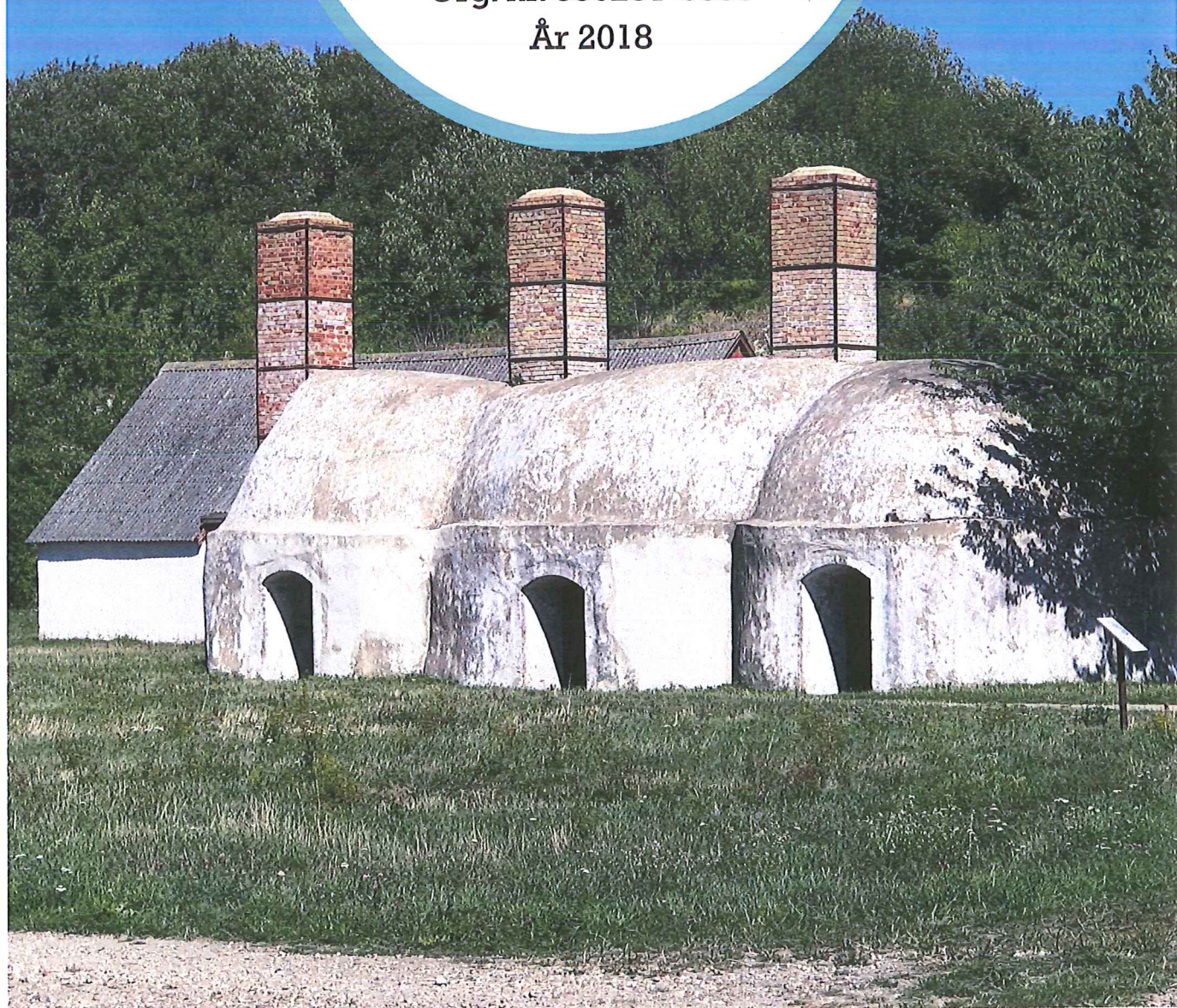


## visit Trelleborg

AB Visit Trelleborg

Org. nr. 556231-6835

År 2018





AB VISIT TRELLEBORG

# VERKSAMHETSBERÄTTELSE 2018

## SAMMANFATTNING AV ÅRET

Den 19 december 2016 beslutade kommunfullmäktige att godkänna ändringar i ägardirektiv och bolagsordning för bolaget och bolaget ombildades till ett renodlat destinationsbolag i syfte att koncentrera arbetet kring turism, besöksnäring och evenemang. Nytt ägardirektiv och ny bolagsordning trädde därmed i kraft den 1 januari 2017. Från och med den 1 januari 2018 ingår AB Visit Trelleborg i en aktiebolagsrättslig koncern med Trelleborg Rådhus AB som dess moderbolag.

AB Visit Trelleborgs ägardirektiv innebär att bolaget har som uppdrag att i samverkan med besöksnäringen samt kommunens nämnder, förvaltningar och bolag utveckla, profilera och marknadsföra Trelleborgs kommun som destination för att därigenom bidra till hållbar tillväxt och ökad turismekonomisk omsättning. Bolaget ska också stödja befintliga evenemang samt utveckla och värva nya evenemang och möten som stimulerar den turismekonomiska omsättningen.

Bolaget har identifierat följande verksamhetsområden som stöd för uppdragets utförande:

- Besöksservice (Trelleborg Turistcenter, Smygehuk Turistinformation, besöksservice online etc)
- Marknadsaktiviteter (broschyrmaterial, webb, annonsering, innehåll på tips- och rejtingsajter, film)
- Utveckling av besöksnäringen (bidra till utveckling av hållbara produkter, fördjupad samverkan)
- Besöksmål & Resealedningar (bidra till att det skapas fler resealedningar samt att befintliga besöksmål utvecklas, bidra till säsongsförlängning)
- Evenemang (bidra till utveckling av befintliga samt värva nya som stimulerar den turismekonomiska utvecklingen)

En verksamhetsplan för 2017-2019 togs fram under våren 2019 i vilken ett av de övergripande målen är att den turismekonomiska omsättningen fram till 2018 bör öka med minst 15% (Nyckeltal: "Kommunala turismeffekter i Trelleborgs kommun" – HUI Research). Enligt verksamhetsplanen ska varje verksamhetsområde förses med en årligen uppdaterad aktivitetsplan där det framgår vilka insatser och aktiviteter som ska bedrivas under året.

### STYRELSE

Styrelsen i AB Visit Trelleborg består av sju ordinarie ledamöter och lika många ersättare. Samtliga ledamöter utses av kommunfullmäktige. Vid bolagsstämman den 20 april fastställdes kommunfullmäktiges beslut att följande personer för tiden till och med ordinarie årsstämma 2019 ingår i bolagets styrelse:

#### ORDINARIE LEDAMÖTER

Josefin Holmberg (C), ordförande  
Catharina von Blixen-Finecke (M), vice ordförande  
Kenneth Johansson (S)  
Eva Höckert (S)  
Rickard Johansson (SÖS)  
Britta Brinck-Nehlin (M)  
Mathias Andersson (SD)

#### ERSÄTTARE

Alf Rosengren (S)  
Lena Bönnemark (M)  
Jalila Polus (S)  
Annette Ståhlberg (SÖS)  
Roger Persson (M)  
Emelie Karlsson (SD)  
Anne-Sophie Samnegård (MP)

### PERSONAL

Bolaget har under 2018 haft åtta personer tillsvidareanställda. Dessutom har det under sommarmånaderna säsonganställts ytterligare sju personer knutna till bolagets besöksservice i Trelleborg respektive Smygehuk samt som Palmbussvärdar. Inför årets turistsäsong utvidgades rekryteringsbasen avseende sommar- och extrapersonal i syfte att rekrytera personal med olika kompetenser utöver erforderlig lokalkännedom och språkkunskaper t ex digital kompetens vilket fallit väl ut. Avseende besöksservice online har fokus legat på att utveckla [visittrelleborg.se](http://visittrelleborg.se) med tillhörande chattfunktion.



## 1 SERVICE

Mål: genom ett professionellt mottagande skapa en positiv bild av Trelleborg och få besökare att känna sig välkomna och vilja komma tillbaka. Våra besökare och kunder ska uppleva att de får bästa tänkbara värdskap av oss.

## TRELLEBORG TURISTCENTER 2018

År	2014	2015	2016	2017	2018
Antal besökare	25624	23747	29678	28364	30770

Vi ser ständigt en kraftig ökning av internationella besökare på Trelleborgs Turistinformation. De, precis som lokalbefolkningen och det ökade antalet besökare från Malmö, uppskattar den personliga servicen, att det finns kunddatorer och broschyrer. I takt med att antalet besökare ökar ser vi även en ökad souvenirförsäljning.

Trelleborgs Turistcenter har även biljettförsäljning vilket uppskattas av både lokalbor och tillresta besökare. Vi säljer:

- Färjebiljetter till Stena Line Sverige, TT-Line och Unity Line Sverige .
- Biljetter till lokala evenemang, t ex teater, konserter och Trelleborgsgalan.
- Biljetter till Trelleborg FF:s hemmamatcher.

Trelleborg Turistcenter säljer och tar emot Citykortet, vilket inte minst märks under decembermånad då många lokalbor kommer in för att köpa den populära julklappen.

Visit Trelleborg utbildade och handledde tre ungdomar inom ramen för kommunala sommarjobb 2018. Arbete på Trelleborg Turistcenter stod i fokus men ungdomarna gavs också möjlighet att finnas på plats vid olika evenemang etc. Även två värdar knutna till Palmbussen rekryterades, utbildades och anställdes av Visit Trelleborg.

## SMYGEHUK TURISTINFORMATION 2018

2018 var andra sommaren på Smygetorp. Kommentarererna angående flytten från Köpmansmagasinet är fortsatt positiva. Turistinformationen och den personal Visit Trelleborg har på plats har blivit ett tydligare nav i verksamheten på Smygehuk. Personalens upplevelse är också att de befinner sig mer centralt i området, har bättre överblick vad som sker och vad som behöver åtgärdas.

Cirka 7.200 (10 300 säsongen 2017) besökare tittade in och fick hjälp med lokala, regionala och nationella frågor. Det minskade besöksantalet beror på minskat antal öppetdagar, öppettimmar, lunchstängt och det varma vädret.

Smygetorp var öppet helger under maj och september och däremellan dagligen.

#### TURISTSERVICE ONLINE

Många kundkontakter har skett online.

Chatfunktionen på [www.visittrelleborg](http://www.visittrelleborg) är igång under ordinarie öppettider. Chatten har under året genererat ca 150 kontakter. 80% av dessa är svenskar. Den största delen, cirka 16%, av frågorna har rört Smygehuk. 17% av användarna chattar från mobilen och 84% från desktop.

Visit Trelleborg har hög nåbarhet via Messenger, Facebooks chatfunktion, där meddelanden besvaras i princip dygnets alla vakna timmar. Svarsfrekvensen är 100% med högst två timmars svarstid

Mail besvaras inom samma dygn under ordinarie öppettider.

#### POP UP, INFOPOINTS & SKYLTNING

Visit Trelleborg möter besökare och sprider information även utanför våra två turistcentra och digitala kommunikationsvägar. Våra trycksaker distribuerades under året till ca 100 partners i besöksnäringen. Vi medverkade vid Palmfestivalen, TFF-dagen, Hamnens dag och Mitt i byn och sommarvärdarna stod med vår turistcykel på olika platser i kommunen.

Via underleverantörer ansvarar Visit Trelleborg för underhåll och uppdatering av kommunens infoskyltar. Bolaget har också en egen skylt inne på Trelleborgs Centralstation med text på svenska, engelska, tyska och polska, en vid Hamngatan 9 och en skylt i Smyge hamn om sevärdheter i området.

Visit Trelleborg tar i samarbetet med Gislöv och Skåre hamn fram infoblad om småbåtshamnarna som ersatt tidigare skyltar. Under 2017 påbörjades ett samarbete med Tekniska förvaltningen för att förse kommunens badplatser med infoskyltar. 2018 sattes den första skylten upp i Beddingestrand.

## 2 MARKNAD

## BROSCHYRER

2018 hade vi en betydligt mindre budget för trycksaker. Vi tittade därför över produktionen och minimerade mängden tryckt information. Denna styrdes istället om till digitala kanaler.

Alla Visit Trelleborgs trycksaker produceras internt inom bolaget. Bolagets medarbetare utformar innehåll och formger, skriver texter, fotograferar och färdigställer originalen till tryckeriet.



Sveriges sydligaste



Smultronställen

## SVERIGES SYDLIGASTE

2018 gjorde vi en heltäckande guidebroschyr, "Sveriges sydligaste" som omfattar Trelleborg, Smygehuk, Söderslätt och Backlandet samt innehåller kartor. Den är producerad för att hålla även 2019 så att vi först 2020 behöver göra en ny guide.

Sveriges sydligaste trycks i en svensk och en tysk/engelsk upplaga.

## SMULTRONSTÄLLEN

Under många år har vi efter önskemål från besöksnäringen gjort en heltäckande karta över Skånes sydvästra kommuner. Det gjorde vi även 2018 och kunde då med glädje välkomna Svedala kommun tillbaka till samarbetet. Smultronställen på Söderslätt & Skånes sydkust omfattade 2018 Trelleborg, Skurup, Svedala och Vellinge kommun. 81 boende och 233 upplevelseleverantörer finns listade och utmärkta på kartan.

Visit Trelleborg står för projektledning och produktion, övriga kommuner betalar tryck och distribution.

Smultronställen trycktes i en svensk och en tysk/engelsk upplaga.



## ÖVRIGT TRYCKT MATERIAL

I samarbete med Kartguiden tar Visit Trelleborg även fram kommunens officiella karta över tätorterna samt en rivkarta över Trelleborgs centrum.

## ANNONSERING

2018 minskade vi vår tryckta annonsering till förmån för digital synlighet. Vi medverkade dock i:

- Trelleborgs Allehanda – Sommarbilaga, Galabilaga och Näringslivsbilaga
- I samarbete med Trelleborgs museer gjorde vi en helsidesannonsering i den bilaga som Trelleborgs Allehanda producerade i samarbete med Ystad Allehanda.
- Kartguidens rivkarta – vår annons bestod i en listning av alla restauranger och boende i centrum.



*Helsidesannons i samarbeide med Trelleborgs museer.*

## ONLINE

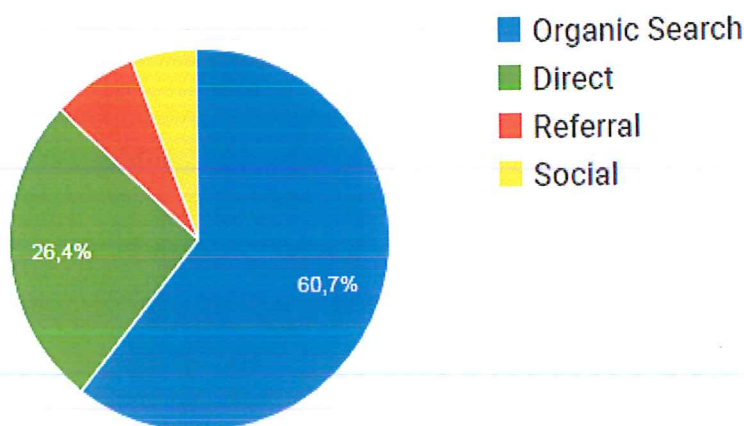
På [www.visittrelleborg.se](http://www.visittrelleborg.se) arbetas det kontinuerligt med SEO (Search Engine Optimizing) och digitalt innehåll skapas på både svenska och engelska för spridning i egna samt i Tourism in Skånes/Visit Swedens kanaler.

Onlinearbetet har resulterat i ett ökat antal besök, antal följare och engagemang. Inte minst lokalt har Visit Trelleborg arbetat upp en trogen följarskara som gillar, delar och hjälper till att sprida evenemang och inlägg.

Besökarna på webbsidan är mest kvinnor, 35-60 år. 85% är från Sverige och därefter följer Tyskland, USA och Danmark. Ca 84% besöker sidan från en mobiltelefon.

2018 hade vi 53 800 unika sidvisningar varav 86% var nya besökare.

Besökare hittar oss främst via Google och andra sökmotorer, det som kallas organisk sökning. Diagrammet visar hur besökarna har hittat till [www.visittrelleborg.se](http://www.visittrelleborg.se).



*Organic search: trafik från sökmotorer. Direct search: webbadressen skrivs direkt i sökfältet eller ligger som ett bokmärke. Referral search: hänvisningstrafik, dvs andra webbsidor, bloggar m m som länkar till [visittrelleborg.se](http://visittrelleborg.se). Social search: trafik som länkats från sociala medier*

Visit Trelleborg har ca 1700 följare på **Facebook**. Fokus ligger på att ha relevanta inlägg med bra innehåll för att skapa engagemang hos följarna, vilket premieras av Facebook. Merparten av följarna är 45-54 år och bor i Trelleborg, Malmö, Skurup och Svedala. 2018 gjordes en hel del nationell annonsering på Facebook. Fokus lades på att sponsra strategiskt utvalda inlägg samt att gilla, dela och kommunicera med nyckelpersoner som ökar Visit Trelleborgs synlighet i sociala media.

Visit Trelleborg har 859 följare på **Instagram**. De är mycket aktiva som gärna taggar och lägger upp foton med #visittrelleborg. De flesta följarna är från Trelleborg, Malmö, Höllviken och Helsingborg.

Visit Trelleborg finns även på **Google My Business** med öppettider, 360-gradersvy samt övrig relevant information. Här finns även möjlighet till frågor och svar via Google.

Visit Trelleborg finns även på **Trip Advisor** med våra Turistcenter samt även med området Smygehuk. Här besvarar vi de positiva och negativa omdömen som besökarna ger.

Visit Trelleborg finns även på **Youtube** där producerade filmer läggs upp.

## FILM

2018 fortsatte vi att arbeta med två av de filmer som producerades 2017. Vi producerade även ny film som tillsammans med gammalt material klipptes till en ny sekvens med tema Trelleborg Sydligast. Resultatet blev tre filmer med följande teman:

- Smygehuk
- Trelleborg
- Trelleborg Sydligast (\* ny)

Filmerna visades på Pågatågen tisdagar och torsdagar under vecka 26-32 (dvs i samband med perioden för Skånetrafikens sommarkort). Cirka 5 miljoner tågresenärer såg filmerna under de sju veckorna.

### INTERNATIONELL MARKNADSFÖRING

Visit Trelleborg är partner i Tourism in Skånes internationella marknadsarbete vilket även inkluderar pressarbete och bearbetning av researrangörer. 2018 har samarbetet med Visit Sweden enbart omfattat den danska marknaden. I Tyskland, Polen, England, Österrike och Nederländerna har Tourism in Skåne själva hanterat kontakter med partners, press och researrangörer. Visit Trelleborg medverkade 2018 på Danmark samt tematiskt samarbeta på övriga marknader. Bolaget satsade 150 000 SEK plus omkostnader i samband med pressresor på utlandsmarknaderna. Resultatet rapporteras på Tourism in Skånes stora vårmöte som vanligen hålls i april. Länkar till rapporterna medföljer kommande styrelseprotokoll och kan även hittas på [www.skane.com](http://www.skane.com).

Visit Trelleborg har inlett ett samarbete med Öresundsbron och tagit fram en guide till Trelleborg med omnejd som ska finnas tillgänglig online för danska BroPass-kunder. Öresundsbron har 2018 påbörjat arbetet med att fler rabatterbjudande från Trelleborgs kommuns besöksnäring för att locka fler danska besökare. Försäljningsarbetet kommer att fortsätta 2019.

### PRESSARBETE

Visit Trelleborg ingår i Tourism in Skånes PR-grupp där bolaget årligen presenterar nyheter och planerar upplägg för internationella pressresor. Visit Trelleborgs del i arbetet är att planera det lokala innehållet, göra nödvändiga bokningar och vid behov stå för värdskapet.

2018 har pressarbetet förändrats då fokus primärt lagts på enskilda resor med självgäde journalister/influencers. Detta innebär att destinationens roll i ökad utsträckning består i att utforma rekommenderade dagsprogram, photospots och lokala profiler. Detta arbete har gjorts i ett nytt verktyg som heter Travefy. Travefy är en onlinebaserad databas där våra utvalda PR-stjärnor läggs in för att sedan kunna ingå i individuellt anpassade pressresor.

2018 hade Visit Trelleborg pressresor från, Tyskland, Danmark, Polen, Nederländerna och Spanien. Skåne marknadsförs intensivt som en mat- och dryckesdestination så många besök har haft ett kulinariskt tema. Deltagarna i dessa pressresor besöker t ex Hällåkra Vingård, Hallongården och Hönsinge Hantwerksbryggeri. Ett annat tema är aktiv semester vilket i Trelleborg ofta resulterar i att journalisterna cyklar längs sydkusten. De mer lokala företeelserna som lockar pga sin unicitet är Smygehuk och Trelleborgens,

### TRAVEL TRADE

Travel Trade är aktiviteter mot researrangörsledet. Visit Trelleborg ingår i Tourism in Skånes Travel Trade grupp som:

- Planerar och genomför Famtrips (visningsresor).
- Informerar besöksnäringen om vad arbete med researrangörsledet kan ge.
- Stöttar företagen i utveckling av lämpliga produkter/upplevelser för researrangörsledet.

Under 2018 har Travel Trade-gruppen med representanter från alla Skånes turistdestinationer träffats regelbundet. Gruppen leds av Tourism in Skåne som också är ansvariga för att föra gruppens arbete vidare och matcha produktutbudet med intresserade researrangörer främst i Tyskland.



2018 har gruppen bl a arbetat med konceptet "Pilgrimsvandringar" som ett specifikt tema. Detta har presenterats och erbjudits ett antal tyska researrangörer. Marialeden är en av flera vandringsleder i Sverige och utgår från Franciskaner klosterruin och klosterträdgården i Trelleborg. Exempel på aktörer, intressanta sevärdheter och upplevelser längs Marialeden är Te Deum/Christens Gård i Stora Slågarp och Fru Alstad kyrka som är en pilgrimskyrka där besökare kan erbjudas visning/guidning.

Tidigare framtaget upplevelsepaket hos Hallongården har fortsatt en plats i den produktmanual som presenteras för researrangörerna. Liknande paket håller på att arbetas fram hos Maglarpsbullen. Trelleborgen är ytterligare en arena där det pågår dialog för att etablera löpande utbyte med researrangörer.

## 3 BESÖKSNÄRING

Mål: bolaget ska tillsammans med besöksnäringen arbeta för att få fram hållbara produkter som ska locka nya besökare samt få befintliga besökare att stanna längre.

## UTBILDNING

## CAT &amp; CAP

Competence Academy Tourism och Competence Academy Public Sector. Projekten är ett samarbete mellan Tourism in Skåne och Region Blekinge som med stöd av Europeiska Socialfonden syftar till att kompetensutveckla små företag inom besöksnäringen och kommunens anställda. Utbildningsinsatserna sker bl a inom följande områden:

- Digitalisering
- Affärsutveckling
- Ekonomi
- Värdskap

## DIGITAL COACHING TILL BESÖKSNÄRINGEN

Under året har 10 företag i kommunen fått personlig digital coaching och besök på plats i sin verksamhet. Underlag har även skickats ut med förslag på digital strategi individuellt anpassat till varje företag. Företagen har också kunnat få hjälp och rådgivning via telefon och mail.

## SAMVERKAN

## Nätverksträffar (TFK, TFF)

- Bolaget är medlem i Trelleborgs Företagarklubb (TFK) och deltar på klubbens frukost/lunchmöten/företagsbesök.
- Bolagets VD är medlem i Viqtoría – Föreningen för företagsamma kvinnor och deltar när tillfälle ges på föreningens nätverksträffar.
- Bolaget deltar i Trelleborg FF:s affärsnätverksträffar.
- Bolaget ser dessa nätverk som en stark resurs och goda möjligheter att knyta kontakter med det lokala näringslivet.

## Citysamverkan

Trelleborg Citysamverkan ek för: Arbetet med att utveckla centrum fortsatte under året inom ramen för arbetet i Trelleborg Citysamverkan där kommun, fastighetsägare och handlare tillsammans främjar utveckling och förnyelse i stadskärnan. Ordinarie föreningsstämma avhölls den 24 april. Visit Trelleborgs VD tjänstgör som adjungerad sekreterare i styrelsen. Cityledaren, som arbetar på uppdrag av Trelleborg Citysamverkan, hyr kontorsplats i bolagets lokaler.

---

### LEADER SÖDERSLÄTT

Visit Trelleborg representerar Trelleborgs kommun och offentlig sektor i Leader Söderslätts styrelse.

Trelleborgs representanter är:

- Jeppa Olanders, privat sektor
- Ulla Britt Olofsson, ideell sektor
- Petra Strandberg, offentlig sektor

Visit Trelleborg medverkar i Leaderprojekt Sportfiske som lämnades in under året under beteckningen Regional fisketurism i Trelleborg. Syftet är att i en förstudie samla information som ska ligga till grund för en utvärdering av förutsättningarna för sportfisketurism i Trelleborg samt identifiera ev åtgärder som kan öka möjligheterna för etablering av sportfisketurism. Projektet leds av Sportfiskarna Regionkontor Syd i Malmö och bolaget är med som partner i projektet.

---

### DIALOG

---

#### INSPIRATIONSTRÄFFAR VÅR & HÖST

Visit Trelleborg bjöd 2018 in till två besöksnäringsträffar. Vårträffen den 24 april hölls på Trelleborgen och handlade om att hitta nya affärsmöjligheter på internationella marknader. Lena Andersson och Jeanette Innala från Tourism in Skåne berättade om hur de samarbetar med Skånes besöksnäring för att nå internationella resande genom PR, marknadsföring och samarbete med researrangörer. Dessutom fick besökarna höra Trelleborgens spännande historia och fick en bild av vikingarnas liv och leverne i Trelleborg med omnejd. Smygehus Havsbud berättade om sin verksamhet och ett gammalt anrikt badhotells utveckling för att möta 2000-talets resenärer. Visit Trelleborg summerade ett år som destinationsbolag och rapporterade resultat för 2017.

Höstträffen hölls den 24 oktober, även denna på Trelleborgen. Anette Jernström talade om ett vinnande bemötande, att ge minnesvärd service och hur attityden kan bli en konkurrensfördel. Ting Ute & Inne som startade redan 1990 berättade om sitt företag och dess utveckling.

Träffarna hade totalt ca 200 besökare.

---

#### TRELLEBORG AB

Visit Trelleborg blev 2018 kontaktade av Trelleborg AB som vill att deltagarna i internutbildningar inom "Trelleborg AB University Group" ska få fler Trelleborgsnära upplevelser. Visit Trelleborg har inlett ett samarbete med nyckelpersoner inom koncernen med ansvar för bokningar. En guidad tur i Trelleborgs kommun med besök på ett antal anläggningar som matchar Trelleborg AB:s krav har genomförts för att stimulera samarbetet mellan koncernen och den lokala besöksnäringen.



### VISIT TRELLEBORGS GULDPALM 2018

Visit Trelleborgs styrelse har enats om följande kriterier:

”Årets nominerade ska med ett kreativt och innovativt arbetssätt bidra till ett ökat antal besökare i Trelleborgs kommun. De nominerade ska vara en god förebild för andra inom besöksnäringen och aktivt delta i nätverksbyggande samverkan samt sprida kunskap och erfarenhet. Ekonomin ska vara god och det ska finnas ambitioner att utveckla verksamheten.”

Priset utdelas på Trelleborgsgalan av AB Visit Trelleborgs styrelseordförande.

Efter intervjuer med föreslagna kandidater gjordes en omröstning bland ordinarie styrelseledamöter som utmynnade i tre nominerade i kategorin: Lilla Beddinge Teater, Maglarpsbullen och Ting Ute & inne.

Vinnare 2018: Lilla Beddinge Teater!

## 4 RESEANLEDNINGAR

**Mål: I samverkan med besöksnäring, nämnder/förvaltningar och bolag utveckla, profilera och marknadsföra Trelleborg som destination.**

2018 har Visit Trelleborg identifierat fem turistiska flaggskepp i Trelleborgs kommun. Definitionen på ett flaggskepp är att det är ett besöksmål som kommunen har rådighet över och kan utveckla så att den kan fungera som dragare, höja Trelleborgs attraktionskraft och attrahera fler besökare, nya målgrupper och marknader. Genom att utveckla flaggskeppen förbättras även affärsmöjligheterna för mindre aktörer i kommunen.

De 5 turistiska flaggskepp Visit Trelleborg identifierat är:

- Smygehuk
- Trelleborgen/Vikingar
- Småbåtshamnar
- Sydkusten/Stränder
- Sydkustled/Skåneled

Visit Trelleborgs förhoppning är att tanken om de 5 turistiska flaggskeppen under 2019 förankras i Trelleborgs kommun och kompletteras med förvaltningsövergripande åtgärdsprogram för varje flaggskepp. Bolaget har dock arbetat med denna struktur under 2018 och då genomfört följande:

#### SMYGEHUK

Via Smygehuk Turistinformation är bolaget ständigt närvarande i området, stöttar eventarrangörer, samordnar, rapporterar underhållsbehov m.m. 2018 har bolaget även haft en serie workshops med egen personal och bolagets styrelse med syfte att se Smygehuk ur ett besökarperspektiv och ur olika målgruppers synvinkel för att komma fram till förbättringar och utvecklingsprojekt.

Under hösten initierade bolaget ett utvecklingsarbete avseende fyrplatsen tillsammans med serviceförvaltningen, Svenska Turistföreningen och områdets arrendator.

#### TRELLEBORGEN/VIKINGAR

Intresset för Trelleborgen och den vikingatida historien i vårt närområde är stort, inte minst på den globala marknaden. Visit Trelleborg arbetar i nära samarbete med Trelleborgen för att använda den intresseväckande bilden av vikingar för att synliggöra Trelleborg för turister och besökare. Under 2018 har flera press- och visningsresor arrangerats på Trelleborgen. I dessa sammanhang inkluderas Trelleborgs museums utställning "Öga mot öga" med den unika "tandvikingen" och runstenen Tullstorpsstenen. Detta upplägg ger en känsla av närhet till vikingarna och vår historia som är helt unik för Trelleborg!

Bolaget genomförde även tillsammans med Trelleborgen och lokala näringsidkare ett event i samband med premiären av familjeäventyrsfilmen Harald Blåtand. Bolaget har också medverkat till den vikingashow som hölls i samband med Trelleborgs Hamns årliga konferens och den elduppvisning som presenterades av Citysamverkan under julsmygningen.

---

#### SMÅBÅTSHAMNAR

Visit Trelleborg är inte huvudaktör när det gäller utvecklingen av småbåtshamnarna men vi sitter i verksamhetsråden och bidrar med en turistisk synvinkel.

---

#### SYDKUSTEN/STRÄNDER

Visit Trelleborg marknadsför Trelleborg som Sveriges sydligaste stad med närhet till kust, bad och natur. 2018 har vi i samverkan möjliggjort Palmbussen som kör mellan Trelleborg och Smygehuk med stopp längs kusten. Palmbussen är en uppskattad attraktion som väcker uppmärksamhet även i media. Inne i Trelleborg har Palmtåget rullat på gatorna med en inläst guidning som berättar om stadens sevärdheter.

---

#### SYDKUSTLED/SKÅNELED

##### *Sydkostleden*

Den 2:e juni 2019, kommer Sydkustleden att invigas. En ny nationell cykelled som ska knyta ihop Sydostleden med Kattegattleden längs den skånska kusten. Sydkustleden kommer att gå mellan Simrishamn och Helsingborg och binder samman de tre nationella cykelturismlederna i Sverige, som tillsammans utgör en total cykelsträcka på 90 mil. Lederna utgör ett unikt erbjudande till nationella och internationella besökare. Visit Trelleborg har 2018 varit involverad i arbetet med upplevelser och turistinformation längs leden samt medverkat i invigningsgruppen.

##### *Skåneleden*

Skåneledens 5 delleder utgör 125 mil vandringsled genom Skånes omväxlande natur och rika kulturutbud. Trelleborg är redan en del av nord-sydleden och 2018 har arbetet med att binda ihop Trelleborg och Vellinge kommun med en sträcka längs kusten påbörjats. Visit Trelleborg har haft dialog med markägarna längs den tilltänkta sträckan. Planeringsmöte med Vellinge Kommun och Stiftelsen Skånska landskap som handhar Skåneleden har genomförts. Det interna arbetet i kommunen är ett samarbete mellan Hållbar utveckling, Tekniska förvaltningen och Visit Trelleborg. Ledsträckningen planeras vara färdig 2020 om finansiering finns.



## 5 EVENEMANG

**Mål: Stödja befintliga evenemang och bidra till utveckling av dessa samt värva nya evenemang och möten som stimulerar den turismekonomiska omsättningen.**

I samarbete med kultur- och fritidsförvaltningen har bolaget under året uppdaterat befintlig sammanställning över kommunens olika arenor, lokaler etc samt arbetat fram ett underlag till en evenemangsstrategi för Trelleborgs kommun.

Evenemang vi varit delaktiga i är bl a:

---

#### SWEDISH GROUNDHOP, 8-10 JUNI

- De brittiska entusiastiska groundhoppars kom tillbaka till Trelleborg efter en omtyckt och positiv upplevelse 2017. Deras passion och hobby är att besöka nya arenor/idrottsplatser och se hela matcher.
- 2018 inleddes på fredagen med Wallander-guidning och föreläsning i Ystad och på kvällen blev vi väldigt väl mottagna av Ystads IF som spelade mot Löderup.
- Lördag. Efter ett besök på Sveriges sydligaste punkt Smygehuk, där våra gäster mottog ett certifikat, styrde TFF-bussen mot Klågerup där hemmalaget spelade mot Hallands Nation från Lund.

Återigen ett härligt mottagande av arrangörerna!

Kl 16 bevitnades matchen mellan hemmalaget Anderslöv och gästerna från Skegrie. Anderslövs Boik slog på stort och hela styrelsen deltog när dom bjöd in i klubbhuset före matchstart.

Efter matchen hade man arrangerat gemensam middag och en trivsamt lördagskväll på Anderslövs Gästis.

- Första matchen på söndagen spelades kl 12 i Bunkeflo där malmölaget FC Bellevue gästade. Hög gästvänlighet och härlig vy mot Öresundsbron uppskattades. Innan hemfärden till Storbritannien från Kastrup åkte vi tillbaka till Trelleborg och Vångavallen. Historiskt att det var första matchen i damfotboll som räknades in i statistiken!

TFFs damer besegrade Janstorp och vi fick information av klubbdirektören.

- Vi har fått mycket positiv respons från britterna som gillar både arenorna och våra vackra platser och fina kustvyer.

Inte minst kommentarerna, inläggen och bilderna på diverse bloggar och andra sociala medier är många och det finns ett stort värde i deras uppfattning om hur fint Trelleborg med omgivningar är.

Denna positiva spridning ger ringar på vattnet och kan ge faktiska effekter i form fler nyfikna brittiska turister!

---

#### NÄRINGSLIVSMÄSSAN, 23 MAJ

Den 23:e maj arrangerades för sjunde året i rad Näringslivsmässan av Trelleborgs FF och Visit Trelleborg. Mässan hölls för första gången på Parken.

Ett hundratal företag lyssnade på intressanta föredrag, nätverkade B2B och minglade vid både frukost- och lunchträffarna.

---

### SVENSKA OPELKLUBBENS ÅRLIGA TRÄFF, 25-29 JULI

- Ca 120 bilar och 250 medlemmar i Svenska Opelklubben deltog vid den årliga sammankomsten på Dalabadet 25-29 juli.
- Vid invigningen på kvällen den 29:e höll kommunalrådet Torbjörn Karlsson ett välkomsttal.
- Det organiserades "cruising-turer" i södra Skåne på fredagen och mycket av den fria tiden tillbringades i centrala Trelleborg. Det fantastiska vädret inbjöd naturligtvis till många bad nära deras boende på Dalabadet.
- Lördagen var den stora dagen med en bilutställning på eftermiddagen och den gemensamma festen på Parken på kvällen. "Våra" London-bussar transporterade festdeltagarna mellan Dalabadet och Parken tur och retur.
- Arrangörerna var mycket nöjda med hela evenemanget och deltagarna återkommer gärna till Trelleborg och sprider säkert budskapet!

---

### TRELLEBORGSGALAN, 15 NOVEMBER

Bolaget är representerat i Trelleborgsgalans styrgrupp som planerade och genomförde den 12:e galan som ägde rum den 15:e november. Även ansvaret för

sponsorintäkterna ligger hos Visit Trelleborg genom försäljning av sponsorpaket till de företag som vill exponera sig på hemsida, tryckta bilagan och på galans storbildsskärmar. Totala antalet företagssponsorer uppgick till 30 st.

---

### PREMIÄR HALVDAN VIKING, 26 OKTOBER

Grandbiografen, Trelleborgen, Sibylla Algatan och Visit Trelleborg gjorde ett gemensamt event i samband med Sverige premiären av familjeäventyrsfilmen "Halvdan Viking". Eventet föregicks av en tävling i sociala medier, sponsrade inlägg om vikingar, Trelleborgen och filmen samt pressarbete. På själva premiären fanns Visit Trelleborg på plats på Grandbiografen och sände live via Facebook iklädda vikingakläder. På plats fanns även inhyrda "riktiga" vikingar som stod vakt vid entrén och gjorde en uppvisningsstrid innan filmen började.

---

### FACEBOOK

Visit Trelleborg samlar in evenemang från arrangörer i hela kommunen och gör dagliga inlägg på vår Facebooksida Visit Trelleborg. Vi arbetar löpande för att, med hjälp av såväl organisk som sponsrad spridning, synliggöra evenemangsutbudet och attrahera fler besökare.

Exempel på ytterligare evenemang Visit Trelleborg varit involverade i är:

- Palmbussen
- Palmtåget
- SmygeExpressen
- Allsång på Smygehuk
- Motorträffar på Smygehuk

## SAMVERKAN

## KOMMUNALA FÖRVALTNINGAR OCH BOLAG

Visit Trelleborgs verksamhetsområden berör i hög grad också de kommunala förvaltningarna samt övriga kommunala bolag. Frekventa kontakter och samarbeten har bolaget främst med tekniska förvaltningen, kultur- och fritidsförvaltningen samt samhällsbyggnadsförvaltningen men även med bildningsförvaltningen genom deltagande i projekt "Raka vägen". Bolaget samverkar även med Söderslättsgymnasiet specifikt inom ramen för skolans handelsprogram med inriktning service och turism.

Bolaget ingår också i den grupp som leds av kommunens säkerhetschef och kan därigenom ta del av det säkerhetsförebyggande arbete som ske samt får ta del av information inom området från i gruppen ingående förvaltningar och bolag. Under hösten inleddes också bolagets arbete med den nya dataskyddsförordningen (GDPR) som börjar gälla i alla EU:s medlemsstater den 25 maj 2018. Den ersätter då tidigare nationella bestämmelser t ex Personuppgiftslagen (PUL). Alla företag, kommuner och föreningar som hanterar personuppgifter berörs av de nya reglerna. Detta innebär att bolaget, dvs ytterst bolagets styrelse, är personuppgiftsansvarig. Gemensamma styr- resp arbetsgrupper har bildats för kommunens förvaltningar och bolag och ett dataskyddsbud har anställts för att hjälpa förvaltningar och bolag i processen.

Visit Trelleborg har samverkat med Kultur- och fritidsförvaltningen samt Trelleborgs Bibliotek kring Facebookannonsering. Detta har lett till en större spridning av våra event som även har nått besökare i hela Skåne.

## VERKSAMHETSÅR I KOMMUNENS TRE SMÅBÅTSHAMNAR

Bolaget ingår i de verksamhetsråd som sedan många år finns i de tre småbåtshamnarna Skåre, Gislöv och Smyge. I verksamhetsråden ingår representanter från förenings- resp näringsliv i de olika hamnarna. Tekniska förvaltningen är sammankallande. Verksamhetsråden har under året genomfört fem möten i respektive småbåtshamn.

## TOURISM IN SKÅNE

Visit Trelleborg är representerade i de olika samarbetsgrupper Tourism in Skåne leder:

- Chefsnätverk, VD
- PR & Marknad, PR & marknadsansvarig
- Travel Trade, Eventansvarig
- Digital utveckling, Webbansvarig

## MALMÖLUND SAMARBETET

Visit Trelleborg deltar i samarbetet kring turism och näringsliv i MalmöLundregionen

## EVENT IN SKÅNE

Visit Trelleborg har ett löpande samarbete med Event in Skåne och deltar i de nätverksträffar som anordnas.



## RESULTAT

### GÄSTNÄTTER

Statistik avseende gästnätter rapporteras från SCB först i april 2019.

### GÄSTBÅTAR

- Skåre: 132
- Smyge: 292
- Gislöv: 1599

### STÄLLPLATSER

- Skåre skansar: ca 700
- Västra småbåtshamnen:

### AKTIVITETER

- Palmbussen: 20 000
- Palmtåget: 18 000

# INSATSER OCH AKTIVITETER 2019

**Övergripande mål: Att verka för att kommunens upplevs som en hållbar och attraktiv destination med gott värdschap. Öka den turismekonomiska omsättningen i kommunen med minst 15% i omsättningsökning och 15% i antal nya årsverken fram till 2019.**

## STRATEGIER FÖR ATT NÅ MÅLET:

- Lokal samverkan
- Gott värdschap
- Hållbar destinations- och produktutveckling
- Omvärldsbevakning
- Stärka varumärket Trelleborg i samverkan med Trelleborgs kommun
- Nära samarbete med Tourism in Skåne
- Nära dialog med kommunala förvaltningar och bolag
- Ligga i framkant avseende vår tekniska plattform

Varje verksamhetsområde ska förse med en årligen uppdaterad aktivitetsplan där det framgår vilka insatser och aktiviteter som ska bedrivas under året.

## VERKSAMHETSOMRÅDE BESÖKSSERVICE

**Mål: genom ett professionellt mottagande skapa en positiv bild av Trelleborg och få besökare att känna sig välkomna och vilja komma tillbaka. Våra besökare och kunder ska uppleva att de får bästa tänkbara värdschap av oss.**

- Fortsatt fokus på värdschap och ett vinnande bemötande i alla kontakter (personliga möten, telefon, online, mail).
- Sommar- och extrapersonal rekryteras ska utöver erforderlig lokalkännedom och språkkunskaper ha digital kompetens.
- Ansvar för chat och messenger fördelas på fler i enlighet med den digitala strategin.
- Kontinuerlig kontroll av reaktioner och kommentarer på Trip Advisor. Arbeta för att bibehålla de höga betygen.
- Kvalitetssäkra innehållet i CBIS.
- Pop Up-besöksservice – bemannad turistinformation i anslutning till lokala evenemang.
- Två planerade kryssningsanlöp. Visit Trelleborg ansvarar för organisation och mottagande samt att passagerarna får en positiv bild av Trelleborg innan, under och efter besöket.
- Inventera informationsskyltar och ta fram en kommunövertäckande plan för skyltning av turistinformation. Se över avtalet med Kartguiden. Fortsatt samarbete med Tekniska förvaltningen kring skyltar vid badplatserna.

## VERKSAMHETSOMRÅDE MARKNADSAKTIVITETER

**Mål:** skapa en attraktiv marknadsföringsmix i strategiskt utvalda kanaler för att locka så många besökare som möjligt till Trelleborg. Genom broschyrmaterial, annonser, webbsida, sociala media och innehåll på tips- och rejtingsajter ska rätt målgrupp nås vid rätt tillfälle. [www.visittrelleborg.se](http://www.visittrelleborg.se) ska vara navet i kommunikationen.

### INHEMSK MARKNAD

#### Lokalt – Trelleborg & Söderslätt

Syfte: att engagera lokalbefolkningen att gilla och dela vårt budskap i sociala medier, locka besökare till lokala evenemang och besöksmål, värva ambassadörer som talar väl om Trelleborg och stolt visar upp hembygden för besökare.

- Aktiva Facebook- och Instagramflöden som med värme och humor sprider information om besöksmål, attraktioner, evenemang samt engagerar, skapar identitet och gemenskap.
- Trycksaker som informerar och stimulerar besök till hela området året om.

#### Regionalt – Malmö & Skåne

Syfte: att skapa en positiv bild av Trelleborg som utflyktsmål och handelsstad för skåningar som vill söka sig från de större städernas stress och likriktade shoppingutbud för att upptäcka något nytt. Erbjuda alternativa upplevelser åt Malmös hotellgäster.

- Annonsering i SDS stora sommarbilaga "Sommar i Skåne"
- Riktade annonser på Facebook och Instagram
- Synlighet på skärmar på Pågatågen
- Pressinfo till dagspress, lokaltidningar m m.
- Undersöka samarbetsmöjligheter med större hotell i Malmö.

#### Nationellt – Sverige

Syfte: locka svenskar som vill semestra i Sverige genom att belysa Sveriges sydkust, de långa säsongerna, golfen, lokal mat, närhet till storstad i trygg miljö m m. Stärka den hållbara inhemska turismen som gynnar klimatet.

- Samverkan med övriga skånska destinationer i kampanjer, partnerskap m m.
- Annonsering i t ex Magasinet Skåne, Resmål, kvällstidningarnas resebilagor
- Riktade annonser på Facebook och Instagram.
- Läsvärda inlägg med lokal prägel, tipslistor, 10-i-toppinlägg och uppdaterad info på [www.visittrelleborg.se](http://www.visittrelleborg.se) som kan spridas via Facebook.

### GLOBAL MARKNAD

- Utforma erbjudande riktade mot "den globala resenären" med drivkrafterna 1) nyfikna upptäckaren, 2) aktiva naturälskaren och 3) vardagssmitande livsnjutaren.
- medverka i marknadsföringsaktiviteter, kampanjer, pressbesök, mediebearbetning och visningsresor för återförsäljare, i partnerskap med VisitSweden och Tourism in Skåne.
- Bearbeta närmarknaderna Tyskland, Danmark och Polen genom samarbete med rederierna och Öresundsbron.
- Annonser i Activ Schweden och Scan Magazine.
- Förse anlöpande kryssningsfartyg med marknadsföringsmaterial innan anlöpen.



#### VERKSAMHETSOMRÅDE UTVECKLING AV BESÖKSNÄRINGEN

**Mål: Bolaget ska tillsammans med besöksnäringen arbeta för att få fram hållbara produkter som ska locka nya besökare samt få befintliga besökare att stanna längre.**

- Bilda en Hotell & boendegrupp.
- Inspirationsträffar vår/höst
- Aktivt delta i Travel Trade-arbetet (arbete med internationella researrangörer) i samarbete med Tourism in Skåne & Visit Sweden. Stötta näringen i utveckling av produkter inom affärsområdet.
- Aktivt arbete med besöksnäringen längs Sydkustleden med fokus på cykelturism.
- Strukturerade företagsbesök med fast agenda – aktuellt 2019 & samarbetsmöjligheter
- Digital coaching - för egen och besöksnäringens räkning öka bolagets kunskap om digitala kanaler och sprida kunskapen vidare.
- Deltagande i kompetensutvecklingsprojekten CAT – Competence Academy Tourism och CAPS – Competence Academy Public Sector.
- Delta i nätverk på lokal, regional och nationell nivå, t ex lokala företagarföreningar och affärsnätverk, Tourism in Skåne, MalmöLund-regionen, Greater Copenhagen och Visit Sweden.
- Medverka i Leaderprojekt med anknytning till bolagets verksamhet.
- Utse kandidater och vinnare av årets GULDPALM!

#### VERKSAMHETSOMRÅDE BESÖKSMÅL OCH RESEANLEDNINGAR

**Mål: I samverkan med besöksnäringen, nämnder, förvaltningar och bolag bidra till hållbar utveckling av befintliga besöksmål och reseanledningar samt skapandet av nya.**

Visit Trelleborg har identifierat fem flaggskepp som har potential att utgöra basen i destinationens attraktionsutbud. 2019 kommer bolaget att verka för utveckling av dessa.

##### 1) SMYGEHUK

- medverka i beslutad utvecklingsplan för Smygehuk 2017-2020
- ta fram utvecklingsplan av fyrplatsen i samarbete med Serviceförvaltningen och STF
- fortsatt arbete med Smygehuk Turistinformation som ett nav för kommunikation, underhåll och samordning på Smygehuk

##### 2) TRELLEBORGEN

- produktblad med utbud riktat till turister och grupper på svenska och engelska
- bidra till Trelleborges utbud av turisminriktad verksamhet
- synliggöra Trelleborgs vikingatida historia genom storytelling, film och pr.

##### 3) GISLÖVS HAMN

- bidra till utvecklingen av Gislövs hamn till sydkustens bästa gästhamn
- medverka i verksamhetsrådet
- ökad kontakt med näringsidkare och andra aktörer i området

#### 4) STRÄNDER/SYDKUSTEN

- synliggöra utbudet året om genom att lyfta såväl sol och bad som fågelliv, fiskesport och friluftsliv.
- samarbeta med besöksnäringen längs kusten och kommunala förvaltningar för att öka attraktionskraften

#### 5) SYDKUSTLEDEN/SKÅNELEDEN

- medverka i destinationsutvecklingsgruppen för Sydkustleden
- bidra till invigningen av Sydkustleden 2/6-2019
- samverka med Trelleborgs kommuns förvaltningar för att göra Skåneleden och Sydkustleden så attraktiva som möjligt.

#### VERKSAMHETSOMRÅDE EVENEMANG

**Mål: Stödja befintliga evenemang och bidra till utveckling av dessa samt värva nya evenemang och möten som stimulerar den turismekonomiska omsättningen.**

- Kryssningsanlöp 5 och 8 juli
- Allsång på Smygehuk
- Motorträffar på Smygehuk
- Palmbussen, ökat utbud
- Palmtåg
- Invigning Sydkustleden
- Slaget om Trelleborgen i samband med kryssningsanlöpen
- Samarbete med Citysamverkan
- Arbeta för ny bilträff på Dalabadet 2020
- Undersöka återinförandet av Sydkustloppet och Trelleborg Open
- Eventuell medverkan i Trelleborgsgalan

## FLAGGSKEPP SMYGEHUK

Konkreta förslag baserat på workshops och prioritering:

- Infrastrukturen i Smygehuk förbättras med bättre parkeringsmöjligheter, laddstolpar för bil och cykel samt en angöringspunkt för turistbussar.
- En tydlig entré som inkluderar en områdesskylt byggs i närheten av parkeringsytan.
- Vandrarhemmet i Smygehuk byggs ut med fler bäddar. Ev kan ett mindre antal ställplatser anläggas i dess närhet.
- Ett servicehus behövs i området.
- Fler sociala ytor som grillplatser, picnicbord under tak och fasta solsängar behövs tillsammans med förskönande planteringar, papperskorgar m m för att förlänga besökarens vistelsetid i området. Likaså fri WiFi.
- En riktig restaurang med alkoholtillstånd. Matbodar med lokala produkter och rätter.
- Bodar där lokala producenter kan hyra in sig och sälja lokala produkter, konsthantverk m m.
- Hamnen behöver byggas om.
- Förstärk Smygehuk som ett utflyktsmål för barnfamiljer genom en temalekplats (pirater eller Nils Holgersson är lämpliga tema), matutbud som riktar sig mot målgruppen, t ex en pannkakslada.



## TRANSPORT, INFRASTRUKTUR

40

**BIL & MC**

Parkering med laddstolpar

10

**BUSS**

Hållplats

19

**CYKLAR**

Cykelställ, laddstolpar, enkel  
cykelservice, förvaringsskåp

35

**TURISTBUSSAR**

Parkering, samlingspunkt

47

**HUSBILAR**

Ställplats, laddstolpar

9

**VANDRING**

Skåneled, förvaringsskåp, vatten

## BOENDE

32

**STÄLLPLATS**

49

**VANDRARHEM**

Utbyggnad, fler bäddar

24

**CAMPING**

Husbil, vagn, stuga, tält

18

**GÄSTHAMN**

21

**HOTELL**

15

**ANNORLUNDA BOENDE**

Fort, kalkugnar m m

## SERVICE, FACILITETER

41

### SERVICEHUS

WC, dusch, skötbord, färskvatten

36

### SOCIALA YTOR

Grillplatser, bänkar, picnicbord, sol & liggstolar

36

### RENHÅLLNING

Papperskorgar, återvinningar, hundlatrin, sopkärl med lock

10

### BUTIK MED BASVAROR

39

### DIGITAL SERVICE

WiFi över hela området, laddning

## INFORMATION

39

### ENTRÉSKYLT

Tydlig entré, områdeskarta

17

### TRYCKT TURISTINFO

29

### SKYLTAR

30

### DIGITAL TURISTINFO

12

### KARTOR

33

### FYSISK TURISTINFO

## MAT & DRYCK

41

RESTAURANG

9

MATSÄCK inomhus

29

FLER MATSTÄLLEN

24

KIOSK m godis & basvaror

24

KAFFE, FIKA, GLASS

33

LOKAL MAT

## ALLMÄNT

27

BILFRITT

51

OMBYGD HAMN

15

PLANTERINGAR

37

SNYGGT ANLAGDA YTOR

28

INTERNATIONELLT



## UPPLEVELSER

43

FAMILJ: temalekplats (natur, pirat), klappa djur, pannkakslada, Nils Hogersson-tema

25

HAVET: fiske från land, fisketurer med båt, båtturer, vrakdykning, undervattenskikare, marint liv

12

NATUR: naturum, naturstig, ormrervat, ormsafari, fågelskådning

33

NÖJE: scen, nöjesplats, musik; från allsång till klassiskt

40

SHOPPING: bodar, lokala produkter, lokala souvenirer, konst, hantverk

25

BAD: saltvattenbassäng, strandbad, tångrensning, spektakulär brygga jmf Kastrup Søbad

21

AKTIVT: minigolf, promenadstigar, Skåneled, Sydkustled

19

DIGITALT: besöksapp, wifi, selfiespot

7

RELAX: kallbadhus, spa

42

MAT: matbodar, lokal mat, variation, fiskrestaurang, äggakaga

17

BÅTLIV: marina, bra båthamn, segling, kite, surf, havskajak

36

SEVÄRT: udden, kalkugen, Köpmansmagasinet, Villan, fyren, museum

# DIGITAL STRATEGI FÖR VISIT TRELLEBORG

## VAD ÄR SYFTET MED VISIT TRELLEBORGS DIGITALA NÄRVARO:

- Att inspirera och öka kännedomen om Trelleborg med omnejd
- Att erbjuda besöksservice
- Att identifiera potentiella besökare
- Att bidra till ökad bokning/försäljning/gästnätter
- Att bygga varumärket Trelleborg

## VILKA ÄR VÅRA MÅLGRUPPER?

### Primära målgrupper:

- Kvinnor 35-65 år i Sverige  
*Utgör den största och mest aktiva gruppen i våra befintliga kanaler och är även identifierad som den grupp som bokar och planerar semester och fritid. Bland dessa återfinns även en stor del lokalbefolkning.*
- Turister på plats  
*Besökare i Trelleborg som vill ha snabb information om boende, upplevelser, besöksmål och service.*
- Evenemangs- och upplevelseanknutna målgrupper  
*Kommunikation kring evenemang och upplevelser riktas mot utvalda intressegrupper, t ex intresserade av vikingar, fiske, idrott m m*
- Tyskland och Polen: WHOPS och Familjer med intresse för historia, kultur, natur och bad/hav.

### Sekundära målgrupper:

- Lokala invånare  
*Lokalbefolkning som har gäster på besök eller planerar inför besök*
- Rese- och bussresearrangörer  
*Researrangörer är en viktig målgrupp som vi arbetar mot via Tourism in Skåne. Information om anläggningar och upplevelser intressanta för branschen ska inkludera fakta riktad till denna målgrupp.*

## VILKA UTMANINGAR HAR VÅRA MÅLGRUPPER OCH VILKET INNEHÅLL BEHÖVER VI TILLHANDAHÅLLA GENOM VÅRA KANALER?

- Trelleborg befinner sig i en region med stora möjligheter. Vi är omgivna av välkända resmål som Köpenhamn, Malmö och Österlen:
  - utbudet är stort och vi behöver hjälpa våra kunder att välja Trelleborg.
  - kunskapen om Trelleborg är låg och vi behöver öka den genom information.
- Det finns en negativ uppfattning om Trelleborg lokalt och regionalt
  - vi behöver visa upp en välkomnande bild av Trelleborg som präglas av värme, charm och glädje.
- För många internationella resenärer är Trelleborg det första mötet med Sverige
  - vi behöver tillhandahålla lättillgänglig praktisk information på flera språk

## HUR NÄR VI DEM?

- Sökoptimerad webbplats – [www.visittrelleborg.se](http://www.visittrelleborg.se)
- Google
- TripAdvisor
- Facebook
- Instagram
- YouTube

Visit Trelleborgs årliga handlingsplan omfattar strategi och målgrupp för respektive kanal.

## VILKA METODER SKA VI ANVÄNDA?

- Sökoptimering
- Egen Facebookkanal
- Egen Instagramkanal
- Egen YouTubekanal
- Strategisk Facebookannonsering
- Kommunikation och interaktion i sociala medier
- Målgruppsanpassat innehåll med fokus på mottagarens behov och villkor
- Lokala tv-skärmar
- Tilldelning av API till besöksnäringen

## HUR SKA VI MÄTA RESULTATET AV VÅRA DIGITALA AKTIVITETER?

- Google Analytics
- Imbox (chat- & statistikverktyg)
- Statistik från våra kanaler i sociala media

Visit Trelleborgs årliga handlingsplan specificerar våra nyckeltal.

## VILKA RESURSER BEHÖVER VI?

- Webbansvarig ansvarar för att driva arbetet med webbsida, innehåll och sociala medier
- Marknadsansvarig och personal på Trelleborg och Smygehuk Turistcenter deltar i att skapa innehåll och underhålla databasen CBIS.
- Externa resurser är webbyrå, samarbetspartners för film och översättare.
- Samarbetspartners är Tourism in Skåne, Visit Sweden, rederierna och digitalt mogna besöksnäringens företag i Trelleborg med omnejd
- Budget – se Visit Trelleborgs årliga budget



## RUTINER FÖR RISKHANTERING

- Webb:  
Support- och driftavtal med CDAB kring server, vilket omfattar backup en gång per dygn, historik sparas i fjorton dagar, WordPress uppdateras kontinuerligt. Support- och driftavtal med Visit Technology Group gällande databas  
Två administratörer av sidan.  
Fyra administratörer av databasen.
- Facebook:  
Kontinuerlig genomgång av flödet samt rensning av innehåll som strider mot vår policy.  
Tre administratörer på kontot
- Instagram  
Kontinuerlig genomgång av flödet samt rensning av olämpligt innehåll.  
Tre administratörer på Visit Trelleborg  
En administratör på Visit Smygehuk
- TripAdvisor  
Mailbevakning av recensioner
- Google  
Manuell bevakning av recensioner 1 gång/vecka.
- YouTube  
Startas upp 2019

## HANDLINGSPLAN

Till strategin ska knytas en handlingsplan som revideras löpande. Handlingsplanen ska vara realistisk gällande resurser och konkret gällande aktiviteter.



## Bolagsstyrning i Trelleborgs kommun

### 1. Bakgrund

En stor del av kommunens verksamhet drivs i aktiebolagsform. En grundförutsättning för kommunens bolagsverksamhet är att den – liksom kommunens övriga verksamhet – leder mot av kommunfullmäktige uppsatta mål. Det är därför naturligt att bolagsverksamheten samordnas med kommunens övriga verksamhet så långt det är möjligt och lämpligt.

Kommunallagen ställer krav på kommunalt inflytande och kontroll över all kommunal verksamhet, även den som ägs och bedrivs i bolagsform. De kommunalt ägda bolagen representerar stora tillgångar som kommunfullmäktige har ett politiskt och ekonomiskt ansvar för. Ansvaret kräver en löpande uppsikt över bolagens utveckling, resultat och ställning.

Det är viktigt att skapa goda förutsättningar för de verksamheter som kommunen äger och förvaltar oavsett om de bedrivs i bolags- eller förvaltningsform. Därför bör kommunen kommunicera en klar och tydlig bild om syftet med ägarskapet, samt vilken utveckling som är önskvärd i bolagen. Genom att, i dialog med bolagens ledning, använda och utveckla de formella styrinstrumenten lägger vi grunden för en kultur som gör det möjligt att styra och följa upp att verksamheten i bolagen utvecklas i önskad riktning.

### 2. Syfte

Syftet med detta dokument är att det tillsammans med övriga styrdokument ska vara ett verktyg för kommunens värdeskapande ägarstyrning av kommunens bolag. Dokumentet anger också rollfördelningen mellan de olika organen kommunfullmäktige, kommunstyrelsen, Trelleborgs Rådhus AB:s styrelse, bolagsstämmorna och bolagsstyrelserna.

**Dokumentet är bindande och ska i likhet med styrdokumenterna bolagsordning och ägardirektiv antas på bolagens bolagsstämma.**

### 3. Legala förutsättningar

I 10 kap.1 § kommunallagen anges förutsättningarna för att överlämna kommunala angelägenheter till ett aktiebolag. Bestämmelsen innebär att den verksamhet som överlämnas till bolaget ska falla inom den kommunala kompetensen. Det är således inte möjligt för en kommun att genom bolagsbildning vidga den kommunala kompetensen.

I 10 kap 3 § kommunallagen uppställs ett antal krav på kommunal bolagsverksamhet.

För delägda bolag gäller enligt 10 kap 4 § kommunallagen att kraven ska tillämpas i en omfattning som är rimlig med hänsyn till ägarförhållandena, aktieägaravtal och andra avtal, verksamhetens art och omständigheterna i övrigt.

Kommunstyrelsen har enligt 6 kap 1 a-b §§ kommunallagen uppsiktsplikt över de kommunala bolagen. Se vidare under punkten 5.3 nedan.

#### **4. Värdeskapande ägarstyrning**

Värdeskapande ägarstyrning innebär att kommunen ska utveckla och samordna kommunens bolagsverksamhet så att den skapar största möjliga samhällsnytta. Genom öppenhet och tillit för respektive organs roll kan ett mervärde skapas för kommunen, dess bolag och invånare.

Som ett led i den värdeskapande ägarstyrningen är ett antal av kommunens helägda bolag organiserade i en aktiebolagsrättslig koncern med Trelleborgs Rådhus AB som dess moderbolag.

Styrningen ska ske genom en samordnad planerings- och uppföljningsprocess som leder bolagsverksamheten mot av kommunfullmäktige uppsatta mål.

#### **5. Ägarroll**

##### *5.1 Kommunfullmäktige*

Kommunfullmäktige har den övergripande och lagstadgade ägarrollen för samtliga bolag där kommunen har ett ägarintresse. Det är kommunfullmäktige som beslutar om en kommunal verksamhet ska bedrivas i bolagsform och fastställer vilket ändamål och vilka befogenheter som ska gälla för bolagets verksamhet. Formellt utövar kommunfullmäktige sin ägarroll gentemot bolagen genom att:

- fastställa bolagsordningar
- fastställa direktiv
- utse styrelseledamöter
- utse lekmannarevisorer
- ta ställning i frågor av principiell beskaffenhet eller annars av större vikt innan beslut fattas i bolaget
- ha rätt att ställa interpellation eller fråga till ordförande i kommunalt bolag



### *5.2. Kommunfullmäktiges kontroll över verksamheten*

Av kommunallagen framgår att kommunfullmäktige ska få ta ställning innan ett kommunalt bolag fattar beslut som är av principiell beskaffenhet eller annars av större vikt. För att säkra fullmäktiges kontroll gäller följande.

Om bolag som ingår i koncernen avser fatta beslut om:

- åtgärder som innebär ny eller ändrad inriktning av verksamheten
- att ingå avtal/överenskommelser som medför en väsentlig förändring av balansräkningen
- att ingå avtal/överenskommelser som har strategisk eller principiell betydelse
- att avyttra betydande del av bolagets verksamhet

ska styrelsen i Trelleborgs Rådhus AB först avgöra om frågan är av sådan principiell beskaffenhet eller av större vikt att kommunfullmäktige ska ta ställning i frågan innan bolaget fattar sitt beslut. Bolagen ansvarar för att se till att berörda frågor kommer in till Trelleborgs Rådhus AB för beredning.

### *5.3 Kommunstyrelsen*

Kommunstyrelsens uppdrag är att leda och samordna planering och uppföljning av hela kommunkoncernen genom en gemensam planerings- och uppföljningsprocess för bolag och nämnder.

Kommunstyrelsen utser ombud för kommunens aktier i Trelleborgs Hamn AB, AB Trelleborgshem och Trelleborgs Rådhus AB vid bolagsstämmor och lämnar instruktion till hur ombuden ska rösta på stämman.

Kommunstyrelsen har uppsiktsplikt över de kommunala bolagen och ska göra en årlig bedömning av bolagens verksamhet utifrån det ändamål och de befogenheter som anges i bolagsordningen. Om kommunstyrelsen bedömer att ett bolag under året har avvikit från sitt ändamål och sina befogenheter ska kommunstyrelsen lämna förslag till kommunfullmäktige om nödvändiga åtgärder.

### *5.4. Rapportering till kommunstyrelsen*

Bolagens styrelser och verkställande direktörer ska i förvaltningsberättelsen redogöra för hur den verksamhet som bolaget bedrivit under året har förverkligat det kommunala ändamålet.

Kommunstyrelsen har rätt att ta del av bolagens handlingar och räkenskaper samt i övrigt inspektera bolagen och deras verksamhet. Bolagen ska lämna kommunstyrelsen den information om verksamheten som den begär. Den närmare omfattningen av informationen fastställs i samråd med bolagens styrelser.

### 5.5 Trelleborgs Rådhus AB

Bolaget utövar på uppdrag av kommunfullmäktige ägarrollen över bolagen som ingår i koncernen genom att styra, leda och samordna kommunens verksamheter i bolagsform mot kommunens mål.

Trelleborgs Rådhus AB utser ombud för bolagets aktier i de verksamhetsdrivande dotterbolagen vid bolagsstämmor och lämnar instruktion till hur ombuden ska rösta på stämman.

Styrelsen i Trelleborgs Rådhus AB ansvarar för koncernens gemensamma planerings- och uppföljningsprocess.

Styrelsen i Trelleborgs Rådhus AB har beredningsansvar för:

- bolagsordningar för bolagen som ingår i koncernen
- ägardirektiv till bolagen som ingår i koncernen
- kommunfullmäktiges yttrande i frågor av principiell beskaffenhet eller annars av större vikt innan beslut fattas i bolagen som ingår i koncernen

### 5.6. Rapportering till Trelleborgs Rådhus AB

Bolagen i koncernen ansvarar för att till Trelleborgs Rådhus AB lämna in:

- a) Protokoll från styrelsens sammanträden (löpande efter varje sammanträde)
- b) Bolagets affärsplan/verksamhetsplan
- c) Uppgifter om bolagets verksamhet, måluppfyllelse och ekonomi minst i samband med delårsredovisningar och årsredovisning
- d) Bolagets årsredovisning
- e) Revisionsberättelse och granskningsrapport
- f) Övriga handlingar av vikt för Trelleborgs Rådhus AB

Bolagen ska dessutom, i ett så tidigt skede som möjligt, informera Trelleborgs Rådhus AB om viktigare händelser och risker som påverkar eller kan komma att påverka bolagets anseende, ekonomi eller utveckling.

### 5.7 Bolagsstämma

Bolagsstämman är bolagets högsta beslutande organ och det är på stämman som ägaren utövar sitt rättsliga inflytande över bolaget enligt aktiebolagslagen. Detta innebär att tillämpliga styrdokument som kommunfullmäktige beslutat om, exempelvis bolagsordning och ägardirektiv, även ska antas på bolagsstämma för att bli rättsligt bindande för bolaget.

Årsstämma ska fastställa årsredovisningen (och i förekommande fall koncernredovisningen) och besluta om hur bolagets vinst eller förlust ska disponeras. Årsstämman ska även pröva frågan om ansvarsfrihet för styrelsen och verkställande direktören.

Stämmoombudet har till uppgift att företräda kommunens eller Trelleborgs Rådhus AB:s aktier i ärendena på stämman, enligt instruktion.

### *5.8 Bolagsstyrelser*

Bolagsstyrelsernas huvuduppdrag är att säkerställa att målen i ägardirektivet nås, genom att bryta ner dem i affärsplaner och strategier.

Enligt aktiebolagslagen är det bolagsstyrelsen som ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter.

Bolagsstyrelserna ska upprätta en arbetsordning för sitt arbete. Styrelsen i koncernbolagen rapporterar till Trelleborgs Rådhus AB enligt utfärdade anvisningar.

Bolagsstyrelserna ska i VD-instruktion ange arbets- och ansvarsfördelningen mellan styrelsen och den verkställande direktören.

Bolagsstyrelserna i koncernbolagen ska vid rekrytering av VD samråda med Trelleborgs Rådhus AB:s VD och presidium. Beslut om anställning samt övriga frågor som rör VD:s anställningsförhållande beslutas av respektive bolagsstyrelse efter samråd med VD i Trelleborgs Rådhus AB.

## **6. Formella styrdokument**

### *6.1 Bolagsordning*

Bolagsordningen är det grundläggande styrdokumentet vid ägarstyrning och anger det kommunala ändamålet med verksamheten, det vill säga dess syfte och uppdrag samt de förutsättningar som gäller vid uppdragets utförande (de kommunala befogenheterna som gäller för respektive bolag). Utöver ett antal grundläggande regler för aktiekapital, styrelsesammansättning, räkenskapsår och vilka ärenden som ska förekomma på årsstämma, ska det anges att kommunfullmäktige ska få ta ställning innan ett kommunalt bolag fattar beslut som är av principiell beskaffenhet eller annars av större vikt.

### *6.2 Ägardirektiv*

Kommunen utövar styrning över sina bolag genom ägardirektiv. Som namnet antyder är ett ägardirektiv ett ensidigt riktat direktiv till bolaget från ägaren om dennes krav och förväntningar på bolaget.

Ägardirektiven för respektive bolag anger riktning, ramar och mål för det specifika bolaget, med utgångspunkt i det kommunala ändamålet, och kommunens mål. Direktiven ska upprättas i samråd med bolagen för att dessa ska kunna ta ansvar för de uppgifter och mål som har lagts på dem. Antagna ägardirektiv utgör utgångspunkt för bolagens affärsplaner, strategier, budget och andra styrande dokument.

Ägardirektiven skall vara strukturerade på likartat sätt för samtliga bolag med följande rubriker:

- Inledning
- Syfte och uppdrag
- Mål



- Ekonomi
- Beslut om ägardirektiv

För bolag som delägs eller där inflytande utövas tillsammans med andra ska liknande ägardirektiv upprättas i en omfattning som är rimlig med hänsyn till andelsförhållanden, verksamhetens art och omständigheter i övrigt.

### 6.3 Övriga styrdokument

Utöver de styrdokument som är tvingande för bolagen att anta ska bolagen känna till de övergripande styrdokument och policys som gäller för kommunens verksamheter och verka för att dessa i tillämpliga delar följs och arbetas in i bolagets egna policys, direktiv och riktlinjer.

## 7. Ägardialoger

Kommunens informella styrning över bolagen sker genom ägardialoger. Planeringsprocessen i de verksamhetsdrivande dotterbolagen inleds med ägardialoger mellan styrelsen i Trelleborgs Rådhus AB och bolagsstyrelsernas presidier.

### *Ägardialog 1 (februari/mars):*

Utgångspunkten för ägardialogen är kommunens mål, planeringsförutsättningar, bolagens nulägesbeskrivning, måluppfyllelse och ekonomi. I dialog enas man om förslag till eller revidering av ägardirektiv, vilket kommunfullmäktige sedan fattar beslut om.

### *Ägardialog 2 (april/maj):*

Återkoppling från bolagen hur kommunens mål ska nås.

Det åligger bolagsstyrelsernas presidier att löpande förankra utfallet av ägardialogerna i sina respektive styrelser. VD:arna i dotterbolagen ska hålla VD i Trelleborgs Rådhus AB löpande informerad om sin verksamhet och om frågor av större vikt, för vidare rapportering till styrelsen i Trelleborgs Rådhus AB.

## 8. Övrigt

### *8.1 Offentlighetsprincipen*

Allmänheten har som huvudregel rätt att ta del av samtliga handlingar hos bolaget enligt de regler som gäller för allmänna handlingars offentlighet. Denna rättighet får endast inskränkas om det finns stöd i offentlighets- och sekretesslagen.

### *8.2 Finansiering*

Bolagen skall följa finanspolicy antagen av kommunfullmäktige.

### *8.3 Budget*

Bolagen ska årligen fastställa verksamhetsplan och budget för nästkommande räkenskapsår. Fastställd verksamhetsplan och budget ska

tillställas kommunen enligt av kommunstyrelse och kommunfullmäktige fastställda anvisningar och tidplaner.

#### *8.4 Upphandling*

Bolaget har ett självständigt ansvar för den egna upphandlingsverksamheten. Om det finns samordningsfördelar vid gemensamma upphandlingar, tillsammans med kommunen eller andra organisationer, ska dessa nyttjas.

#### *8.5 Arvoden*

Kommunfullmäktige beslutar om arvoden till styrelseledamöter, suppleanter och lekmannarevisorer.