

2016

ÅRSREDOVISNING

DESTINATION UPPSALA



INNEHÅLL

INLEDNING | sidan 4

ÄGANDE OCH STYRNING | sidan 5

DESTINATION UPPSALA AB | sidan 6

MÖTEN & EVENEMANG | sidan 8

MARKNAD | sidan 11

Privatturism

Varumärke Uppsala

Kommunikation och marknadsaktiviteter

Webb och sociala medier

UPPDRAG & PROJEKTLEDNING | sidan 14

Nya evenemang under 2016

Övriga uppdrag från Uppsala kommun

UPPSALA TURISTBYRÅ | sidan 20

AFFÄRSSTÖD | sidan 21

ÖVRIGT | sidan 22

FINANSIELL INFORMATION 2014 | sidan 25

Förvaltningsberättelse

Resultaträkning

Balansräkning

Noter

Revisionsberättelse

Grafisk produktion: Destination Uppsala

Omslagsbild: Allt ljus på Uppsala 2106, fotograf Niklas Lundengård

Denna sida: Linnés födelsedagsfirande, fotograf Ana Vera Burin Batarra

Texterna i årsredovisningen har skrivits av
respektive verksamhetsområde



VD HAR ORDET

Besöksnäringen utgör idag en av Sveriges basnäringar. Enligt FN:s världsturismorganisation ökade turismen i världen med omkring 4 procent år 2016. Det är marginellt mer än ökningen av de utländska övernattningarna i Sverige och EU. I Sverige ökade antalet utländska övernattningar med drygt 3 procent, vilket är en mer dämpad utveckling jämfört med de senaste åren. Det visar preliminära siffror för 2016.

Destination Uppsala (bolaget) mäter turismen främst genom SCBs statistik över kommersiella gästnätter (hotell, stugby, vandrarhem och camping) samt Tillväxtverkets redovisning av turistekonomisk omsättning.

För Uppsala innebar år 2016 att den positiva utvecklingen sen år 2011 bröts. De kommersiella gästnätterna minskade med 3,1 % enligt preliminära siffror.

Av alla insatser under 2016 kan några särskilt nämnas:

- Bolaget med org.nr 556307-5042 har likviderats, personal och imkråm flyttas över till ett nytt bolag. Därmed har bolaget fått nya ägardirektiv samt styrelse.
- Genomförd utbildningsserie mot näringen med fokus på kunskap inom sponsring
- Bolaget uppdrogs av Stadsbyggnadsförvaltningen att göra en förstudie till utredning om framtiden för Hammarskogs- och Ulva kvarns friluftsområden.
- Det målmedvetna arbetet i Convention Bureau bidrog bl.a. till en andra placering enl. ICCAs ranking över internationella möten i Sverige och till 8830 gästnätter i Uppsala kommun.
- Alla evenemang har miljömärkts enligt Håll Sverige Rents kriterier.

Ett varmt tack till alla medarbetare för gott samarbete under året.

Tack alla kunder, samarbetspartners och leverantörer som på olika sätt medverkat i bolagets många projekt och framgångar.

Tiina Mykkänen

VD, Destination Uppsala

ÄGANDE OCH STYRNING

Enligt ägardirektiven ska bolaget vara en samlande och drivande aktör för att öka antalet besökare i Uppsala och skapa ökad affärsnytta för den lokala besöksnäringen. Destinationsbolaget ansvarar för att driva stadens turistbyrå, att projektleda kommunens större evenemang och för att samarbeta med den lokala näringen i syfte att utveckla mötesindustrin via partnerskapet Uppsala Convention Bureau. Vidare ansvarar bolaget för besöksnäringens frågor för varumärket Uppsala.

Bolagets styrelse 2016

Under året har bolagets styrelse haft fem ordinarie och ett konstituerande styrelsemöte samt ett strategimöte. Styrelsen har bestått av följande personer:

Ordinarie ledamöter

Marlene Burwick (ordförande)	Uppsala kommun
Fredrik Ahlstedt	Uppsala kommun
Sara Arons	Sveriges lantbruksuniversitet (SLU)
Pernilla Björk	Uppsala universitet (UU)
Göran Brocknäs	Handelskammaren i Uppsala län
Joachim Danielsson	Uppsala kommun
Matti von Magius	Uppsala Handelsförening
Ann-Sophie Myrefelt	Radisson Blu/Hotellgruppen
Arne Skoglund	Uppsala Citysamverkan
Christer Svensson	Nordea

Suppleanter

Johan Edstav	Regionsförbundet Uppsala län
Liisa Eriksson Hundertmark	Fyrishov AB
Maria Gardfjell	Uppsala kommun
Mohamad Hassan	Uppsala kommun
Cajsa Johansson	Företagarna
Staffan Littmarck	Uppsala Arena

Adjungerad

Tiina Mykkänen, VD	Destination Uppsala
--------------------	---------------------

Sekreterare

Karin Modéen	Destination Uppsala
--------------	---------------------

DESTINATION UPPSALA AB



Destination Uppsala AB (DUAB) har som huvuduppgift att positionera Uppsala som destination genom att sälja och marknadsföra staden till valda marknader och målgrupper för att skapa intäkter och utveckling för Uppsalas besöksnäring.

Bolaget ansvarar bland annat för att driva stadens turistbyrå, projektleda kommunens större evenemang och samarbeta med den lokala näringen för att utveckla mötesindustrin via partnerskapet Uppsala Convention Bureau.

Verksamheten i sin helhet är uppdelad under fyra rubriker; Möten & Evenemang, Marknad, Uppsala Tourist Center och Affärsstöd.

På och vid Fyrisån, fotograf Niklas Lundengård



MÖTEN & EVENEMANG

Det skall vara enkelt att arrangera möten och evenemang i Uppsala. Hela arbetsprocessen i att åta sig ett värdskap, ansöka om att ta hem och att genomföra ett möte eller evenemang, ska vara enkel, oavsett om man är verksam inom kommunens egen verksamhet eller är en extern arrangör. I Uppsala har vi därför verksamheten Möten & Evenemang och inom den, en Convention Bureau och Evenemangslots som stöd för arrangörer.

Mötes- och evenemangsåret 2016

Möten & Evenemang har som enda verksamhet i Uppsala en samlad mötes- och evenemangsstatistik för staden. Målet med den årsrapport som årligen publiceras av verksamheten är att skapa ökad förståelse för vad möten och evenemang bidrar med till Uppsala, vara ett stöd i planeringen av kommande års arrangemang, möjliggöra uppföljning samt påverka av utvecklingen på lång sikt.

De preliminära siffrorna för 2016 visar att 180 organisations- och föreningsmöten, med minst 50 deltagare och minst en natts övernattning, ägde rum i Uppsala kommun. Rapporten används också för att ranka Uppsala som mötesstad på internationell och nationell nivå, genom organisationerna ICCA och SNCVB. I båda fallen omfattas möten med minst 50 deltagare som roterar mellan minst tre länder (ICCA) eller mellan minst tre städer (SNCVB). Den nationella rankingen omfattar dessutom endast de möten som löper över minst två dagar, med andra ord med minst en natts övernattning. Antalet nationella möten placerade för andra året i rad, Uppsala i absoluta toppen. I den internationella rankingen tog Uppsala klivet förbi Göteborg och intog en svensk andraplacering, efter Stockholm. Antalet idrottsmästerskap på SM, NM, EM och VM-nivå var ett 20-tal under 2016, majoriteten var svenska mästerskap.

Värvning och införsäljning

Införsäljning och fortsatt aktiv värvning har under 2016 genererat åtta (2015: 8) positiva kongressbesked och tre (2015: 11) idrottsevenemang till Uppsala. Arrangemangen beräknas generera 8 830 gästnätter (2015: 13 200 gästnätter) och 18,9 miljoner (2015: 21,5 miljoner) i turistekonomisk omsättning de kommande åren.

Under 2016 processades även 111 (2015: 105) inkommande förfrågningar om Uppsala som destination för möten och evenemang samt 70 (2015: 54) evenemangslotsningar.

Strategiska värdskap

Inför verksamhetsåret 2016 vann Uppsala Convention Bureau också hem värdskapet för två kundworkshops. Att vid ett och samma tillfälle få träffa föreningar och organisationer för att visa upp Uppsala, ligger helt i linje med partnerskapets strategi för att generera fler möten till staden. Kriterierna för att medverka i dessa två workshops är att varje destination tar med sig en person i beslutsfattande ställning, från en organisation vars kongress regelbundet roterar mellan minst tre svenska städer/europeiska länder. Workshops med möjligheter att förena både kunskapsutbyte och ren affärsnytta. Det är ett bra tillfälle att i ett mindre sammanhang lära mer om hur föreningarna tänker samt vad de förväntar sig av oss som destinationer i framtiden.

- Nationell kundworkshop, SNCVBs Mötets Dag
- Internationell kundworkshop, 3rd ICCA Client Supplier Workshop

Kompetensutveckling - en hållbar mötes- och evenemangstad

Verksamheten Möten & Evenemang arbetar för att Uppsala ska utvecklas till en än mer ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbar destination genom att bidra till kunskaps- och arrangemangsutvecklingen inom Uppsalas mötes- och evenemangsindustri.

Under 2016 har Möten & Evenemang arrangerat en utbildning i modern sponsring för Uppsalas idrotts- och kulturarrangörer, elitidrottsföreningar och sponsrande företag. Under 2016 har sammantaget 12 utbildningstillfällen och ett gemensamt studiebesök på Nordea Masters genomförts.

Under året arrangerades även workshops och föreläsningsträffar tillsammans med både lokala mötes- och evenemangsambassadörer såväl som partners i besöksnäringen. Temat för Mötesrådet var "ekonomisk, miljömässig och social hållbarhet" och genomfördes med hjälp av representanter från Uppsala stadsmision och Håll Sverige rent.

MARKNAD

Verksamhetsområde Marknad ansvarar för bolagets övergripande marknadskommunikation och projektleder kommunens större evenemang samt uppdrag från länets regionförbund och kommuner, universiteten och andra externa uppdragsgivare.

PRIVATRESANDE

De viktigaste händelserna inom privatresesegmentet 2016 är beviljat stöd till ett EU-projekt "Augmented export" som är ett fyraårigt samverkansprojekt med syftet att utbilda privatresenäringen att bli mer exportmogna. DUAB har ansvaret för att en ambassadörsutbildning tas fram för länets företag inom besöksnäringen.

- I samarbete med Uppsala universitet, Regionförbundet Uppland och Uppsala länsmuseum startade bolaget 2015 en europeisk målgruppsanalys, "Kultur & Kreativa näringar", med syfte att kartlägga och segmentera de besökare som har ett intresse för kulturhistoria och kulturarv. Den redovisades och presenterades under 2016 och används också som bakgrundsmaterial i både Hammarskog och Ulva Kvarns utveckling, två projekt som företaget projektleder.

Under sommaren 2016 har DUAB haft en stor kampanj på alla Mälartåg och i deras ombordmagasin där syftet var att locka besökare till Uppsala

VARUMÄRKE UPPSALA

Arbetet med varumärket Uppsala har under 2016 satts och visualiserats. DUABs roll är nu att i en arbetsgrupp sätta samman en verktygslåda för näringen. Innehållet är bilder, filmklipp texter m.m.

Inför Almedalen 2017 har bolaget fått uppdraget att projektleda Uppsalas närvaro där syftet är att sätta varumärket Uppsala på kartan.

KOMMUNIKATION OCH MARKNADSFÖRING

Marknadsavdelning har det övergripande ansvaret för bolagets kommunikation. Under 2016 har verksamheten arbetat med övergripande marknadsstrategier för bolaget, marknadsföring av Varumärket Uppsala samt destinationen som resmål för privatresenärer. De traditionella varumärkesevenemangen samt idrotts- och kulturevenemang, som enligt destinationsstrategins kriterier är "toppevenemang" och som lockar till besök av prioriterade målgrupper och marknader nationellt och internationellt, har prioriterats.

Marknadsavdelningen har också haft det kommunikativa ansvaret för de olika externa uppdrag som tilldelats bolaget, i syfte att säkerställa att rätt budskap kommuniceras till rätt målgrupp, i rätt kanal och vid rätt tillfälle.

Ett urval av marknadsaktiviteter som genomförts under året:

- En monter för Uppsala på Stockholm Visitor Center, som moderniserades med nytt utseende under våren.
- En digital turistguide, webbsida och applikation på fem olika språk tillsammans med arrivalguides.com.
- Printannonsering i nationella och lokala magasin som bl. a. Kupé, Inrikes, Hit&Dit samt lokala dagstidningar som UNT och Uppsalatidningen. Redaktionell text i form av reportage om Uppsala i tidningarna Hit&Dit och i Kupé. Destination Uppsala har också lyfts i kalendarium (tips på aktiviteter i Uppsala, 3 nummer). Affischering med så kallade streamers har gjorts ombord på 15 stycken tåg och dessa har setts av en övervägande majoritet av resenärerna. Ca 580,000 personer har rest med tågen under perioden.
- Radioreklam i Rix FM och Studentradion.
- Digitalannonsering via banners, Googleannonsering och Facebookannonsering.
- Ett digitalt kulturtest "Vilken kulturpersonlighet är du?" i samband med Kulturnatten samt en digital ljushälsning i samband med Allt ljus på Uppsala.
- Utomhusreklam på stadsinformationstavlor och vepor i samband med större evenemang.
- Destinationsdagen arrangerades som en utbildning i digital närvaro (trip-advisor m.fl.) och samlade representanter från offentlig sektor, näringsliv och föreningar/organisationer. Under dagen gav både externa och interna föreläsare med sig av sina erfarenheter.
- Pressmeddelanden, debattreplikor och annat redaktionellt underlag.
- Journalist- och bloggbesök.

Utöver det har marknadsavdelningen också arbetat med bolagets övergripande kommunikation i form av, sociala medier och webbplatsen destinationuppsala.se.

DUAB har också medverkat i upphandlingen av nya kommunikationsbyråer för kommunen och de avtal som knyts gäller från årsskiftet 2016/2017.

WEBB OCH SOCIALA MEDIER

Webbplatsen destinationuppsala.se är bolagets viktigaste kommunikationskanal. Här hittar besökaren information om turistmål, logi, evenemang och möten i Uppsala. På webbplatsen finns också information om turiststatistik, pressmaterial och en mediabank. Besökaren har även möjlighet att boka boende via bokningssystemet Booking.com. Texterna på webbplatsen används i trycksaker, bl.a. evenemangs- och sevärdhetsguiden What's on Uppsala, den digitala destinationsguiden ArrivalGuides och i Uppsalatidningen.

I samband med varumärket Uppsalas "verktygslåda" har DUAB varit med som sakkunnig i utvecklingen av en ny bildbank.

Webbstatistik

- Under 2016 har antalet unika besökare på webbplatsen ökat med ca 3,6 % i jämförelse med 2015. I snitt har webbplatsen haft 32 800 unika besökare per månad.
- Den större delen av besökarna har hittat till webbplatsen via Google (76 %).
- Fler än hälften (58,6 %) av webbplatsens besökare använder en mobil enhet för att surfa in på destinationuppsala.se, vilket är en ökning med 6 % sedan 2015.
- De flesta av webbplatsens besökare kommer från Sverige (85 %), närmare bestämt från Uppsala- och Stockholmsområdet. De största grupperna av utländska besökare kommer från USA, Storbritannien, Tyskland och Finland.

Booking.com

Bolaget samarbetar med Booking.com. I december 2016 var totalt 26 anläggningar i Uppsala anslutna till bokningssystemet och under året genomfördes totalt 561 bokningar motsvarande 1 382 gästnätter via Booking.com på destinationuppsala.se.

Blogg

För att bolaget, i enlighet med Strategi för besöksnäringen, kontinuerligt ska ge företag och andra intresserade inom besöksnäringen underlag för att kunna skapa fler och bättre affärer, ersattes det ursprungliga nyhetsbrevet med en företagsblogg. Målgruppen består främst av verksamma inom besöksnäringen i Uppsala kommun och län, politiker och press.

På bloggen publiceras aktuell information om det arbete som bolaget bedriver, samt nyheter från besöksnäringen där turism, evenemang, möten och kongresser är huvudområden. Även nyheter från små och stora intressenter, statistik, trendspaningar, kommunikation och marknadskunskap publiceras. Under året har vi startat med "Niklas tipsar" som ett led att utbilda näringen i digitala trender och för att öka den digitala närvaron.

Från en del blogginlägg har nyheter spridits vidare genom publicering lokalt i radio, tv och tidningar, men också nationellt via nyhetsbrev riktade till besöksnäringen.

Sociala medier

Av de olika sociala medierna arbetar bolaget främst med Facebook, Instagram och Twitter. Under 2015 har bolaget haft fem sidor på Facebook som löpande har uppdaterats. Dessa är Destination Uppsala, Student Uppsala, KulturNatten i Uppsala, Allt ljus på Uppsala och Linnés Uppsala.

Vid årsskiftet 2016/2017 hade den officiella Facebooksidan Destination Uppsala 32 034 följare (+12 000 jämfört med 2015). Den totala räckvidden för sidan var 5 114 266, genomsnittlig räckvidd per inlägg var 19 012.

Destination Uppsalas konto på Instagram hade vid årsskiftet 6 800 följare och kontot på Twitter 1 511 följare.



UPPDRAG OCH PROJEKTLEDNING

Verksamhetsområde Marknad ansvarar för planering och genomförande av ett flertal av Uppsala kommuns större evenemang samt bolagets samverkansprojekt och uppdrag från andra externa uppdragsgivare.

Under 2016 har förbättringsarbetet med att effektivisera projektorganisationens arbete fortsatt. Ett arbete som har involverat hela marknadsteamet som tillsammans har identifierat förbättringsområden med målsättning att än mer framgångsrikt projektleda våra uppdrag.

Den projektmodell som används som stöd i projektarbetet är Projektil. Det är främst projektfaserna och stöddokumentet projektdirektiv som har upptagits i arbetet under året, med syfte att skapa tydliga projektbeställningar och vara ett stöd för projektledaren och projektbeställaren i den initiala projektuppgiften.

I projektuppdraget Tusen vintrar - Uppsala vinterfestival har ett nytt upplägg med en breddad projektorganisation prövats, med en övergripande projektledare och flera projektresurser. Syftet med detta är att på ett effektivt sätt planera bort svagheter och ta till vara på styrkor och erfarenheter tvärs genom organisationen.

Fortsatt arbetar varje projekt med enskilda budgetar och uppföljning av såväl operationella som personalkostnader. Målet med uppföljningen av personalkostnader och antal timmar är, utöver kostnadskontroll, att skapa förutsättningar att hålla en jämnare arbetsbörda mellan projektledare under året samt att tydliggöra vilka resurser som finns tillgängliga för nya uppdrag.

Nya evenemang under 2016:

- Tusen vintrar Uppsala vinterfestivalen
- Allt ljus på Uppsala

Utöver dessa evenemang har vi gjort ett antal mindre förstudier och uppdrag:

- Birdie (Uppdraget handlade om att skapa förutsättningar för att evenemanget flyttar till nya IFU Arena 2017.)
- Förstudie Tematisering Studiebesök
- Förstudie utveckling av besöksmål Hammarskog (pågår)
- Förstudie utveckling av besöksmål Ulva kvarn (pågår)
- Öppen hamn (Ett mindre uppdrag från Uppsala kommun som handlade om att göra en utredning och analys kring utvecklingsmöjligheter av evenemanget Öppen hamn inför kommande år, 2017.)

Tusen vintrar

Destination Uppsala fick i uppdrag av Uppsala kommun att projektleda och arrangera uppföljaren till den tidigare Isfestivalen (arrangerad av Uppsala kommun 2011 och 2013). Eftersom det finns få naturliga kopplingar mellan is och Uppsala beslutade styrgruppen att festivalen skulle utvecklas till en bredare Vinterfestival, en stadsfestival på vintern. Festivalkonceptet togs fram av en extern upphandlad byrå. Tusen vintrar pågick mellan 13-21 februari i centrala Uppsala. Det övergripande målet var;

- att skapa en unik vinterfestival med stark lokal koppling, med fokus på

kreativitet, det moderna och mångkultur i vinterstaden, med syftet att visa att Uppsala är attraktivt året runt.

- att informera och inspirera kommunens institutioner, förenings- och näringslivet samt andra aktörer som vill medverka med aktiviteter inom festivalens koncept, att "jacka i" med sina verksamheter och bli en del av festivalen.
- ett natur-, kultur- och idrottsevenemang.
- en festivalen som "händer" i hela centrala Uppsala, på definierade platser/områden i city
- Ca 120 programpunkter
- Ca 40 unika aktiviteter
- Ca 30 medarrangörer

Utdrag ur programmet:

- Invigning med bl.a. uppträdande av Twiggy Frostbite och fackeltåg (13/2)
- Konst i Islandet, isskulpturpark i Stadsträdgården och Resecentrum (13 – 21/2)
- OK Linnés sprintorientering i samarbete med hittaute.nu (13 – 21/2)
- Tusen vintrars musikfest med popsoul, jazzpop och folkrock arrangerades på Bistro Hijazz tillsammans med Studieförbundet Bilda Öst (15/2 och 17 – 18/2)
- Nattklubben Hello winter, en vinterfest med isbarer som arrangerades av Uppsala Beer & Whiskey festival i samarbete med Birgerjarl (13/2)
- Familjelördag med snögraffiti på Borggården (20/2)
- Kortfilmsvisningar på Slottsbiografen arrangerades av Uppsala Kortfilmfestival (17/2)

En mätning av evenemanget visade att 24 % av kommunens befolkning besökte någon aktivitet på festivalen vilket skulle innebära ungefär 38 000 personer i åldern 18 år och uppåt. Till denna siffra tillkommer alla medföljande barn. Kännetecken om festivalen var bra, 74 % kände till festivalen, något lägre bland de yngre.

Student Uppsala

Bolaget har på uppdrag av Uppsala kommun planerat och genomfört Student Uppsala, en välkomstmottagning för nya studenter på Uppsala universitet och Sveriges Lantbruksuniversitet, med staden Uppsala som avsändare.

Det övergripande målet var att ge en bredare bild av Uppsala som studieort och skapa en förflyttning från "en historisk studentstad med hektiskt studentliv" till en modern storstad där gammalt möter nytt inom kultur, idrott och vetenskap, med fokus både på boende, företag, föreningar, kultur- och idrottsliv.

Evenemanget genomfördes i samband med Uppsala universitets välkomstdag och arrangerades på Uppsala Konsert & Kongress. Programmet anpassades utifrån besökarnas flöde och en kvällskoncert hölls på nattklubben Birgerjarl.

- Inom evenemanget arrangerades en mässa tillsammans med närings- och föreningslivet
- Ca 1200 – 1500 studenter besökte monterutställningen (vilket motsvarade ca 75% av de som fick inbjudan)
- Under mässan delade utställarna ut erbjudande samt arrangerade tävlingar/aktiviteter, vilket skapade interaktion i montrarna
- Hip hop-artisten Silvana Imam underhöll på scen, kvällskoncert på Birgerjarl

Övriga uppdrag från Uppsala kommun

Valborg

Sedan 2014 projektleder bolaget de insatser som syftar till att öka säkerheten under Valborgsfirandet i Uppsala. Under 2015 har bolaget genom samverkan och effektivisering av kommunens insatser fortsatt med arbetet i syfte att bidra till ett tryggare, säkrare och renare evenemang.

Arbetet utgår från en gemensam målbild:

”Vi ska arbeta tillsammans för att alla valborgsbesökare, såväl förstagångsbesökare som uppsalabor, studenter och alumner, upplever ett varmt, personligt och tryggt bemötande. Vi ska tillhandahålla tydlig och relevant information om traditionella programpunkter som ur ett historiskt och kulturellt perspektiv motsvarar ett gediget Valborgsfirande i Uppsala. Valborg i Uppsala ska uppfattas som tryggt, snyggt och säkert samt locka till flera besök i framtiden.”

Ett urval av de insatser som genomfördes för att uppnå målbilden:

- Möten med representanter från ca 30 organisationer som på olika sätt arbetar med eller berörs av Valborgsfirandet.
- Riskanalys i samarbete med alla berörda parter samt polisen.
- Planering och genomförande av infrastruktur i Ekonomikumparken.
- Planering och utförande av ett servicecenter i samarbete Polisen, Råd och Stöd m.fl. i syfte att arbeta proaktivt med problemområden och förutse var händelser kan komma att ske under firandet.
- Miljöarbete.
- Kampanjen Varannan vatten för att minska onykterhet.

Enligt de utvärderingar som gjorts har bland annat

- Mängden sopor i Ekonomikumparken som ligger utanför soptunnor minskat med 30 m³ från föregående år.
- Antalet personer intagna på sjukhusets tillnyktringsenhet minskat de senaste fyra åren från 25 till 14 st.
- Antalet vattenflaskor som delats ut ökat från 40 000 till 72 800 de senaste fyra åren.
- Antalet unika besökare på valborgiupsala.se ökat med 4 901 besökare 2016.

KulturNatten i Uppsala

Bolaget har fortsatt haft ansvaret att initiera, koordinera, leda och marknadsföra Sveriges största kulturnatt. Projektet samfinansieras av Uppsala kommun, kulturarrangörer och näringsliv.

2016 års kulturnatt var den 28:e i ordningen. I programmet uppmärksammades att tryckfriheten i Sverige fyllde 250 år. Inför kulturnatten genomfördes en enkät som gick ut till uppsalaborna samt en workshop som båda handlade om kulturnattens framtid och utveckling. Detta resulterade i att några insatser vidtogs i syfte att förlänga kulturnatten, att få ut mer information på engelska samt att få fram ny webb och kvalitetssäkring.

- Programmet innehöll 622 programpunkter (689, 2015), av dessa riktade sig 73 till barn (73, 2015).
- Kultur kunde upplevas på 157 platser runt om i Uppsala, arrangerat av 215 arrangörer.



Mösspättagning, Valborg, fotograf Anna Vera Burin Batarra

Miljömärkt event

Bolaget vill vara en positiv kraft och ett föredöme i arbetet att skapa ett hållbart samhälle. Inom det miljö- och hållbarhetsarbete som bolaget bedriver ingår miljömärkning av de evenemang som på uppdrag av kommunen och andra aktörer ska planeras och genomföras.

För att certifiera ett evenemang som Miljömärkt event enligt Håll Sverige Rent ska ett antal kriterier inom planering, inköp, mat, avfallshantering, klimat, transporter och vatten uppfyllas. Under 2016 har bolaget i samverkan med Uppsala kommun arbetat aktivt med miljöarbete och kommunikation kring detta under samtliga genomförda evenemang.

Följande evenemang miljömärktes enligt Håll Sverige Rents standard under 2016:

- Tusen vintrar – Uppsala vinterfestival
- Linnéfirandet 23 maj
- Nationaldagsfirandet och medborgarskapsceremonin
- Student Uppsala
- Kulturnatten
- Allt ljus på Uppsala

Allt ljus på Uppsala

Uppsala city har genomfört fyra Allt ljus på Uppsala med start november 2008 i samverkan med Uppsala kommun och näringslivet. Fr.o.m. 2016 har Destination Uppsala tagit över projektledningen av evenemanget.

Den 4 – 27 november 2016 arrangerades den uppskattade ljusfestivalen Allt ljus på Uppsala för femte gången. Under evenemanget belystes ett flertal platser i centrala Uppsala. Syftet är att uppmuntra Uppsalabor och besökare att ta sig ut i city under en av årets mörkaste månader, samt att visa upp en ny teknik och innovativa sätt att arbeta med ljus.

Allt ljus på Uppsala arrangeras av Uppsala kommun och Uppsala City i samarbete med ljussättare, värdar, samarbetspartners och medarrangörer. Destination Uppsala projektleder och marknadsför evenemanget.

Under Allt ljus på Uppsala kunde besökarna ta del av:

- Åtta ljusinstallationer i city
- Jubileumsobjektet Domkyrkans ljussättning kunde ses från hela Uppsala
- Framtidens ljussättare, ett antal installationer av landskapsarkitektstudenter på Sveriges lantbruksuniversitet (SLU).
- 40 programpunkter med koppling till ljus

Linnésamverkan 2016

Linnésamverkan arrangerade Linnés Trädgårdsfest i anslutning till Linnés födelsedag. Drygt 6 000 personer besökte firandet i Linnéträdgården och fick information om Linnésommarens händelser. Marknadsföringsaktiviteter genomfördes tillsammans med Destination Uppsalas marknadsavdelning. Linnésamverkan gjorde två studiebesök, till Råshult och Leiden, i syfte att utbyta erfarenheter och underhålla Linnénätverket.

Nationaldagsfirandet och Medborgarskapsceremonin, 6 juni.

Destination Uppsala ansvarade för projektledningen av Uppsala kommuns 6 junifirande. 145 nya medborgare med gäster välkomnades till Sverige och

Uppsala med tal och musikunderhållning i Rikssalen. Drygt 1000 personer deltog vid det traditionella firandet i Parksnäcken där bland andra gymnasie- och kunskapslyftsminister Aida Hadzialic talade.

Förstudie

- En förstudie av Uppsala kommuns studiebesöksverksamhet med en jämförelse med fyra andra orter i Sverige. Interesseinventering för samverkan med andra organisationer i Uppsala, samt ett förslag till utvecklingsprocess.
- Förstudie utveckling av besöksmål Hammarskog (pågår) och Förstudie utveckling av besöksmål Ulva kvarn
- Stadsbyggnadsförvaltningen ska utreda framtiden för Hammarskogs- och Ulva kvarns friluftsområden. Destination Uppsala har fått i uppdrag att göra en förstudie, innehållande en process från vision och varumärkeslöfte till förslag till budget och marknadsvärdering.

Elitidrott Uppsala 2016

Elitidrott Uppsala är ett samverkansprojekt som bolaget projektleder på uppdrag av Uppsala kommun. Syftet med projektet är att skapa bästa möjliga förutsättningar att bedriva hållbar elitidrott i Uppsala och drivs som ett partnerskap mellan 20 elitidrottsföreningar, fyra arenaägare, Upplands idrottsförbund och Uppsala kommun.

Projektet har under 2016 haft fyra fokusområden; evenemangsutveckling, sponsring, idrottsmedicin och boende för elitidrottare.

Under året har dessa huvudsakliga mål uppnåtts:

- Implementering av den publikundersökning som genomfördes hösten 2015. Almtuna, Uppsala basket, Sirius fotboll och Storvreta IBK har deltagit och omvandlat resultatet från undersökningen till handlingsplaner i syfte att skapa fler nöjda besökare. Implementeringen gjordes i samarbete med Rättighetsbyrån.
- Övriga föreningar har erbjudits hjälp med enklare publikundersökningar och Ashkan Kiani (Liljefors vårdcentral) utredde hur de olika elitidrottsföreningarna jobbar med idrottsmedicin samt gav rådgivning till föreningarna.
- Martin Söderberg (Uppsala 86ers) utredde förutsättningarna för att gå vidare i boendefrågan.
- 18 av 26 medlemsorganisationer har deltagit i den sponsringsutbildning som Destination Uppsala genomfört tillsammans med Passion Lab under nio tillfällen under 2016.

Världsklass Uppsala

Destination Uppsala ansvarar för projektledning och ekonomi för Världsklass Uppsala. Världsklass Uppsala är ett unikt samarbete mellan företag, kommun, landsting och stadens båda universitet som stöttar arrangemang inom vetenskap, idrott och kultur. Syftet är att stärka Uppsalas attraktionskraft såväl nationellt som internationellt, samt att främja sådant som är positivt för staden.

Under 2016 har Världsklass Uppsala:

- Haft följande 18 medlemmar; Ahlford Advokatbyrå, Akademiska hus, Atrium Ljungberg, Bjerking, Castellum, Destination Uppsala, Fresenius Kabi, Galderma, GE Healthcare, Landstinget, Länsförsäkringar, Nordea, Rosendals fastigheter, Sveriges lantbruksuniversitet, Uppsala kommun, Uppsala universitet, Vasakronan och Vattenfall.
- Medverkat till det tredje genomförandet av konferensen Uppsala Health Summit.
- Beslutat om stöd till 19 olika evenemang och konferenser till ett värde av 4 890 000.

UPPSALA TOURIST CENTER

42 000 kunder besökte Uppsala Tourist Center (Turistbyrån) på Kungsgatan 59 under 2016 och ytterligare 4000 kunder fick svar på sina frågor om Uppsala och Uppland via telefon, post och mailkontakter. Turistbyrån bistår med kartor över staden och dess besöksmål och ger tips om evenemang, boende och sevärdheter. Turistbyrån besöks av såväl Uppsalabor som svenska och utländska turister, studenter, forskare och hemvändare, som efterfrågar information om Uppsala och länet, närliggande besöksmål i andra län och större städer i Sverige.

Souvenirer

Turistbyråns utbud i butiken har varit mycket uppskattat från turister men även från företag som önskar gåvor, talargåvor och presenter när personal och privatpersoner reser utomland. Presentbutiken har en blandning av typiska souvenirer som magneter, nyckelringar och dalahästar, men också kvalitetsprodukter av textil och trä. Produkter med Uppsalaanknytning är mycket populära och här finns ett sortiment av brickor, muggar och handdukar. Uppsalalyktan/Liljeforslyktan är en mycket populär julgåva. Även Pelle Svanslös har sin plats, med mjukisdjur och böcker.

Bildskärmar på eventytan

Under 2016 har Uppsala Tourist Center haft besöksmål som Gamla Uppsala museum och Vallonbruken med flera som köpt reklamplats på Turistbyråns skärmar.

Info Points

Under 2016 har Uppsala Tourist Center startat fyra stycken InfoPoints i Uppsala Kommun. InfoPoints är enklare, bemannade turistserviceplatser, knutna till Uppsala Tourist Center. Dessa kan besökare hitta till när Turistbyrån har stängt eller om du inte har möjlighet att ta sig in till Kungsgatan i centrala Uppsala. InfoPoints tillhandahåller broschyrer och kartor samt svarar på frågor och ger tips på aktuella evenemang, sevärdheter och aktiviteter i Uppsala och länet. Dessa är:

- Akademiska Sjukhuset ing. 70
- Shell/7 eleven Vaksalagatan
- Gamla Uppsala Museum
- Fyrishov Stugby och Camping

Mässor och evenemang

Under Valborg och Kulturnatten har Uppsala Tourist Center extra öppet. Turistinformatörer fanns även på plats vid universitetets studentmässor och vid evenemanget Student på UKK.

AFFÄRSSTÖD

Verksamhetsområde Affärsstöd ansvarar för ekonomi, administration, IT och statistik. Under 2016 har fokus fortsatt legat på effektivitet och kostnadsmedvetenhet inom bolaget. Processer kring budget, prognoser och bokslut är nu implementerade och etablerade, vilket ger en väl fungerande styrning och uppföljning.

Statistik och analys

Bolaget sammanställer och analyserar kontinuerligt inkvarteringsstatistik från SCB, som omfattar kommersiella boendeanläggningar. Därutöver samlas statistik in för besöksmål och evenemang i Uppsala. På webbplatsen publiceras aktuell turismstatistik för Uppsala kommun.

Under 2016 har bolaget månadsvis överlämnat rapporter på utvecklingen av kommersiella gästnätter i Uppsala kommun till kommunledningskontoret. Underlag och sammanställningar på den turistekonomiska utvecklingen har även lämnats ut på förfrågan från näringslivet, Uppsala kommun och press.

Bolaget har haft återkommande kontakt med nationella/internationella organisationer som verkar inom besöksnäringen, såsom Tillväxtverket, Statistiska centralbyrån (SCB) och European Cities Marketing (ECM). Diskussioner kring den turistekonomiska utvecklingen och frågor om metodutveckling förs kontinuerligt med dessa parter. Därutöver har bolaget tagit initiativ till och varit aktivt i ett destinationsnätverk där ett tjugotal större kommuner medverkar och där turismstatistik varit en central fråga på agendan.

Under 2016 fortsatte statistiksamarbetet Regionalt forum för turismanalys, som bildades 2014. De regionala turismorganisationerna i Örebro, Södermanland, Västmanland, Uppsala län, samt Östergötlands län ingick i samarbetet. I slutet av 2016 beslutades att samarbetet läggs ned inför 2017.

ÖVRIGT

Bolaget som arbetsgivare

Bolaget har under 2016 haft 22 tillsvidareanställda, säsongs- och projektanställda samt ett antal uppdragstagare. Totalt har 62 personer fått ersättning under året. Samtliga tillsvidareanställda medarbetare har under året haft ett utvecklingssamtal med närmaste verksamhetschef och lönesamtal med VD. Under utvecklingssamtalen har kompetensutveckling och individuella målsättningar diskuterats.

Under året har varje medarbetare fått ett friskvårdsbidrag som har kunnat utnyttjas efter individuell preferens.

Nationell och internationell samverkan

Bolagets mål är att representanter från Uppsala ska finnas med i minst fem nationella/internationella nätverks/organisationer.

Nationellt

- Bolaget är delägare i den nationella turismorganisation VisitSweden AB.
- Visita är besöksnäringens bransch- och arbetsgivarorganisation. Bolaget är medlem i Visitas branschorganisationsdel, som har till sin uppgift att auktorisera Sveriges turistbyråer. Bolagets VD sitter i styrelsen för Visita Mellersta.
- UCB ingår i SNCVB (Swedish Network of Convention Bureaus).
- Under 2016 har bolaget varit medlem i lokala nätverk som Världsklass Uppsala, affärsnätverket Relation samt Marknadsföreningen i Uppsala, där bolagets kommunikator sitter som ordinarie ledamot i styrelsen och ordförande i programkommittén fr.o.m. april 2015.
- Bolaget lämnar kontinuerligt uppgifter till SCB och Tillväxtverket för myndighetens statistikbearbetning och statistikredovisning.

Internationellt

- Bolaget är medlem i turismorganisationen för Europas större städer – ECM, där också UCB har ett medlemskap i dess Convention Forum.
- Bolaget är också medlem i ICCA, International Congress and Convention Association.





FINANSIELL INFORMATION 2016

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Likvidatorn för Destination Uppsala AB får härmed avge sin årsredovisning för år 2016. Om inget annat särskilt anges, redovisas alla bel

Verksamheten

Bolaget har till ändamål att genom varumärkesprofilering av Uppsala, samt marknadsföring, affärsutveckling och försäljning inom områdena affärsturism, evenemang och privatturism vara ett strategiskt verktyg för tillväxt, ökade intäkter och sysselsättning inom besöksnäringen i Uppsala kommun. Bolagets säte är i Uppsala.

Bolaget ägs av Uppsala kommun, Regionförbundet Uppsala län, Uppsala Universitet, SLU, företag och institutioner i Uppsala län.

Väsentliga händelser under 2016:

- Bolaget med org.nr 556307-5042 trätt i likvidation, personal och inkråm flyttas över till ett nytt bolag. Därmed har bolaget fått nya ägardirektiv samt styrelse.
- Genomförd utbildningsserie mot näringen med fokus på kunskap inom sponsring
- Bolaget uppdrogs av Stadsbyggnadsförvaltningen att göra en förstudie till utredning om framtiden för Hammarskogs- och Ulva kvarns friluftsområden.
- Det målmedvetna arbetet i Convention Bureau bidrog bl.a. till en andra placering enl. ICCAs ranking över internationella möten i Sverige och till 8830 gästnätter i Uppsala kommun.
- Alla evenemang har miljömärkts enligt Håll Sverige Rents kriterier.

Väsentliga händelser efter balansdagen

Bolaget har lämnat in ansökan om frivillig likvidation vilken registrerades hos Bolagsverket i januari 2017. Bolagsverket har utsett Andreas Sjödin till bolagets likvidator.

Resultatutveckling under de tre senaste åren

	2016	2015	2014
Omsättning	27 689 500	25 358 997	31 481 694
Resultat efter finansiella intäkter och kostnader	122 179	310 847	-290 085
Soliditet	12%	4%	7%

Resultatdisposition

Till bolagsstämmans förfogande står:

Ansamlad vinst	102 117
Årets vinst	122 179
	224 296

Likvidatorn föreslår att den ansamlade vinsten behandlas enligt följande:

Överförs i ny räkning: 224 296

RESULTATRÄKNING

		2016	2015
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	Not 2	27 689 500	25 358 997
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-600 008	-516 177
Övriga externa kostnader	Not 3	-14 596 570	-12 089 607
Personalkostnader	Not 4	-12 249 843	-12 615 510
Avskrivningar av anläggningstillgångar	Not 5	-112 911	-256 918
Övriga rörelsekostnader		-7 679	-4 594
Rörelseresultat		122 489	307 243
Resultat från finansiella investeringar		0	0
Ränteintäkter		1 654	8 352
Räntekostnader		-1 964	-4 743
Resultat från finansiella poster		-310	162 326
Resultat efter finansiella poster		122 179	310 847
Resultat före skatt		122 179	310 847
ÅRETS RESULTAT		122 179	310 847

BALANSRÄKNING

		2016-12-31	2015-12-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>	Not 5		
Inventarier		63 871	63 871
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Lämnade depositioner		13 666	13 666
Andra långsiktiga värdepappersinnehav	Not 6	10 000	10 000
Summa anläggningstillgångar		87 537	200 448
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
<i>Varulager</i>			
Handelsvaror		216 289	178 058
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar		118 994	24 779 645
Fordringar koncernföretag		198 206	0
Aktuella skattefordringar		212 817	212 817
Övriga fordringar		794 800	320 194
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 7	839 236	647 829
Kassa och bank		12 243 122	12 184 702
Summa omsättningstillgångar		14 623 464	38 323 245
SUMMA TILLGÅNGAR		14 711 001	38 523 693
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital		235 880	235 880
Reservfond		1 264 120	1 264 120
Summa bundet kapital		1 500 000	1 500 000
<i>Fritt eget kapital</i>			
BALANSERAT RESULTAT		102 117	-208 730
Årets resultat		122 179	310 847
Summa fritt eget kapital		224 296	102 117
Summa eget kapital		1 724 296	1 602 118
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Leverantörsskulder		1 618 587	1 175 816
Skulder till koncernföretag		1 438 078	0
Övriga kortfristiga skulder		7 559 899	12 947 036
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	Not 8	2 370 141	22 798 723
Summa kortfristiga skulder		12 986 705	36 921 575
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		14 711 001	38 523 693
Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser			
Företagsinteckningar		Inga	Inga

Tilläggsupplysningar

Not 1 Redovisningsprinciper

Destination Uppsala ABs årsredovisning har upprättats enligt årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

Redovisningsprinciperna är oförändrade i jämförelse med föregående år. Tillgångar och skulder har upptagits till anskaffningsvärdet där inget annat anges.

Anläggningstillgångar

Materiella anläggningstillgångar avskrivs systematiskt över den bedömda nyttjandetiden. Inventarier skrivs av över 5 år.

Tjänsteuppdrag

Tjänsteuppdrag till fast pris redovisas i enlighet med inkomstskattelagens bestämmelser. Inkomster och utgifter från uppdrag till fast pris redovisas under uppdragets löptid som pågående arbeten i balansräkningen och resultatredovisas först då uppdraget slutförts.

För tjänsteuppdrag på löpande räkning redovisas inkomsten som är hänförlig till ett utfört tjänsteuppdrag som intäkt i takt med att arbete utförs och material levereras eller förbrukas.

Leasingavtal

Samtliga leasingavtal där företaget är leasetagare redovisas som operationell leasing (hyresavtal), oavsett om avtalen är finansiella eller operationella. Leasingavgiften redovisas som en kostnad linjärt över leasingperioden.

Varulager

Varulagret värderas enligt inkomstskattelagens bestämmelser till det lägsta av 97 procent av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Anskaffningsvärdet fastställs med användning av först in, först ut-metoden (FIFU).

Kundfordringar och övriga fordringar

Fordringar redovisas som omsättningstillgångar med undantag för poster med förfallodag mer än 12 månader efter balansdagen, vilka klassificeras som anläggningstillgångar. Fordringar tas upp till det belopp som förväntas bli inbetalt efter avdrag för individuellt bedömda osäkra fordringar.

Nyckeltalsdefinitioner

Soliditet

Eget kapital och obeskattade reserver (med avdrag för uppskjuten skatt) i förhållande till balansomslutningen.

Not 1 Nettoomsättningens fördelning

	2016	2015
Försäljningsintäkter	4 174 757	2 739 523
Uppsala kommun	19 445 200	18 832 600
Uppdrag Regionförbundet	0	280 000
Uppdragsavtal Uppsala kommun	4 069 543	3 506 874
	27 689 500	25 358 997

Not 2 Operationella leasingavtal

Framtida minimileaseavgifter, som ska erläggas avseende icke uppsägningsbara leasingavtal		
Förfaller till betalning inom ett år	0	882 308
Förfaller till betalning senare än ett men inom 5 år	0	442 616
Förfaller till betalning senare än fem år	0	0
Under perioden kostnadsförda leasingavgifter	1 601 998	1 230 185

I bolagets redovisning utgörs den operationella leasingen i allt väsentligt av hyrda lokaler, samt kopieringsmaskiner. Avtalen om hyra av lokaler löper på fyra respektive fem år. Avtalen om kopiering löper på fyra år.

Not 3 Medelantalet anställda

Kvinnor	15	20
Män	4	5
	19	25

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2016			2015		
	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader	Pensionskostnader	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader	Pensionskostnader
Styrelse och VD	1 201 473	377 503	189 027	1 172 619	368 437	187 467
Övriga anställda	7 233 678	2 249 914	596 279	7 283 450	2 184 923	608 318

Styrelseledamöter och ledande befattningshavare

Antal styrelseledamöter på balansdagen	10	10
Antal verkställande direktörer och andra ledande befattningshavare	1	1

Not 4 Materiella anläggningstillgångar

Inventarier	2016-12-31	2015-12-31
Ingående anskaffningsvärde	1 213 286	1 172 873
Årets inköp	0	40 413
Utrangerat under året	0	0
Utgående anskaffningsvärde	1 213 286	1 213 286
Ingående avskrivningar	1 036 504	779 586
Årets avskrivningar	112 911	256 917
Utrangerat	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	1 149 415	1 036 503
Utgående planenligt restvärde	63 871	176 782

Not 5 Andra långsiktiga värdepapperinnehav

100 aktier i SVETRAC	10 000	10 000
----------------------	--------	--------

Not 6 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

Förutbetalda hyreskostnader	306 540	164 410
Övriga förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	532 696	483 419
	839 236	647 829

Not 7 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

Upplupna personalrelaterade kostnader	462 912	690 723
Övriga upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2 371 141	22 301 056
	2 834 053	22 991 779

Not 8 Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser

Företagsinteckningar	Inga	Inga
----------------------	------	------

Not 9 Väsentliga händelser efter balansdagen

Bolaget har lämnat in ansökan om frivillig likvidation vilken registrerades hos Bolagsverket i januari 2017. Bolagsverket har utsett Andreas Sjödin till bolagets likvidator.

Underskrifter

Uppsala 2017-03-27



Andreas Sjödin,
Likvidatorn

Vår revisionsberättelse har avgivits 2017-03-27
Öhrling PriceWaterhouseCoopers AB



Maria Wigenfeldt
Auktoriserad revisor

Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i Destination Uppsala AB i likvidation, org.nr 556307-5042

Rapport om årsredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen för Destination Uppsala AB i likvidation för år 2016.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2016 och av dess finansiella resultat för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till Destination Uppsala AB i likvidation enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för att årsredovisningen upprättas och att den ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Vid upprättandet av årsredovisningen ansvarar styrelsen för bedömningen av bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ än att göra något av detta.

Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om huruvida årsredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller fel och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen.

En ytterligare beskrivning av vårt ansvar för revisionen av årsredovisningen finns på Revisorsnämndens webbplats: www.revisorsinspektionen.se/rn/showdocument/documents/rev_dok/revisors_ansvar.pdf. Denna beskrivning är en del av revisionsberättelsen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Uttalanden

Utöver vår revision av årsredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens förvaltning för Destination Uppsala AB i likvidation för år 2016 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamot ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till Destination Uppsala AB i likvidation enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av bolagets egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets ekonomiska situation, och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med årsredovisningslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

En ytterligare beskrivning av vårt ansvar för revisionen av förvaltningen finns på Revisorsnämndens webbplats: www.revisorsinspektionen.se/rn/showdocument/documents/rev_dok/revisors_ansvar.pdf. Denna beskrivning är en del av revisionsberättelsen.

Uppsala den 27 mars 2017



Maria Wigenfeldt
Auktoriserad revisor



Destination Uppsala AB
Stationsgatan 20 A
SE 753 40 Uppsala

tel +46(0)18-727 48 00
org.nr. 556307-5042
www.destination uppsala.se

Destination
Uppsala.