



2017

ÅRSREDOVISNING

DESTINATION UPPSALA

INNEHÅLL

INLEDNING | SIDAN 4

ÄGANDE OCH STYRNING | SIDAN 5

DESTINATION UPPSALA AB | SIDAN 6

MÖTEN & EVENEMANG | SIDAN 8

MARKNAD | SIDAN 10

Målgrupp Privatesande

Platsvarumärke Uppsala

Kommunikation och marknadsföring

Webb och sociala medier

UPPDRAG & PROJEKTLEDNING | SIDAN 14

Nya evenemang under 2017

Genomförda evenemang 2017

UPPSALA TOURIST CENTER | SIDAN 20

AFFÄRSSTÖD | SIDAN 21

ÖVRIGT | SIDAN 22

FINANSIELL INFORMATION 2017 | SIDAN 25

Förvaltningsberättelse

Resultaträkning

Balansräkning

Noter

Underskrifter

Revisionsberättelse

Grafisk produktion: Södra tornet
Omslagsbild: Uppsala domkyrka, fotograf Niklas Lundengård
Denna sida: fotograf Niklas Lundengård
Texterna i årsredovisningen har skrivits av
respektive verksamhetsområde



OM BOLAGET

VD HAR ORDET

Besöksnäringen utgör idag en av Sveriges basnäringar och är en betydande jobb- och exportmotor. Vi är en ung näring som saknar en sammanhållen politik. Därför beslutade regeringen hösten 2016 att tillkalla en särskild utredare med uppdrag att utreda framtida utmaningar och möjligheter för besöksnäringen. Resultatet presenterades i december 2017 i [SOU 2017:95](#). Utredningen föreslår följande identifierade strategiska utvecklingsområden; Digitalisering, Kompetensförsörjning, Utveckling, innovation och forskning, Tillgänglighet, Naturturism, Kulturturism, Måltidsturism, Evenemang och stora möten och Företagens villkor.

Destination Uppsala (bolaget) har på liknande sätt identifierat flera av ovan utvecklingsområden och tagit fasta i dem i Uppsala kommuns strategi för besöksnäringen från år 2014.

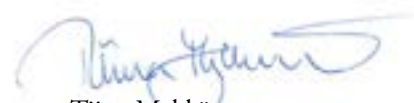
Bolaget mäter turismen främst genom SCBs statistik över kommersiella gästnätter (hotell, stugby, vandrarhem och camping). De preliminära siffrorna för helåret 2017 visar att gästnätterna ökade med 0,4%, jämfört med rikets 2,1%. Hotellgästnätter ökar mer än kommersiella gästnätter totalt. Det betyder i sin tur att någon av de andra logiformerna backar samtidigt som vi ser en stor minskning (-81%) i polska gästnätter. Troligt är att minskningen är relaterad till polska gästarbetare i byggbranschen, snarare än till turistande besökare.

Av alla insatser under 2017 kan några särskilt nämnas:

- Den fasta fysiska turistbyrån har avvecklats till förmån för mer kundanpassat besöksmottagande.
- En omorganisation med anledning av ovan.
- Genomförd utbildningsserie mot näringen med fokus affärsplaner och delarna i ett lyckat evenemang.
- SM-finalerna i bandy värvades tillbaka till Uppsala och bolaget fick uppdraget att projektleda dessa de kommande tre åren.
- 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. Bolaget ska bland annat ansvara för projektet Varumärke Uppsalas besöksnärringsdel, projektleda kommunens större evenemang samt ta emot uppdrag inom sitt verksamhetsområde från länets regionförbund och kommuner, universiteten och andra externa uppdragsgivare.

Bolagets styrelse 2017

Destination Uppsala AB org.nr 556307-5042 likviderades den 12 oktober 2017.

Nya Destination Uppsalas (org. nr 556457-1460) styrelse har under året haft sju ordinarie styrelsemöten. Styrelsen har bestått av följande personer:

Ordinarie ledamöter

Marlene Burwick (ordförande)	Uppsala kommun
Fredrik Ahlstedt	Uppsala kommun
Maria Gardfjell	Uppsala kommun

Adjungerad

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

Sekreterare

Tiina Mykkänen, VD	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 Affärstöd.

Fotograf Mikael Wallerstedt



Fotograf Niklas Lundengård

UPPSALA CONVENTION BUREAU

MÖTEN OCH EVENEMANG

Uppsala Convention Bureau (UCB) är ett team på fyra personer som aktivt ska värva och verka för fler möten och evenemang till Uppsala. Möten och evenemang bidrar till en ökad synlighet och tillväxt för Uppsala och ger samtidigt möjlighet för fler lokalt verksamma att uppleva, lära och bygga nätverk än om arrangemanget genomförs på en annan destination.

Vi vill att hela arbetsprocessen att åta sig ett värdskap, det vill säga ansöka om att ta hit och att genomföra ett möte eller evenemang i Uppsala, ska vara enkel, oavsett om man är verksam inom kommunens egen verksamhet eller är en extern arrangör. Därför finns vi som kostnadsfritt stöd för mötes- och evenemangsarrangörer.

Årsrapport för Uppsalas mötes- och evenemangsindustri

Tillsammans med Uppsalas besöksnäring, föreningsaktiva och lokala värdar, tar UCB varje år fram en [rapport över mötes- och evenemangsåret i Uppsala](#). Målet med rapporten är att skapa ökad förståelse för vad möten och evenemang bidrar med till Uppsala, möjliggöra uppföljning och påverka utvecklingen på lång sikt. Rapporten är även tänkt att vara ett stöd i planeringen av kommande års arrangemang och val av perioder.

Årsrapportering för ökad PR och media

Genom årsrapporten har Uppsala blivit en referens på nationell såväl som internationell nivå. Rapporten har fått stor uppmärksamhet i både bransch- och dagsmedia och används som referensmaterial av kollegor i både Sverige och Norden. För att ytterligare sprida publicitet och för att vi gärna ser att fler tar efter Uppsala, har vi under året översatt 2017 års rapport till engelska.

Årsrapportering för mål och strategier

Internt använder vi rapporten för att göra kloka strategival för att nå de mål vi satt upp för Uppsala, våra partnerföretag och för UCBs verksamhet. Bland målen kan nämnas:

- att UCB ska bidra till en ökad snittstorlek och snittlängd för möten och evenemang i Uppsala
- att UCB ska bidra till en 15% ökning av antalet möten i Uppsala
- att UCB varje år ska generera 8 000 gästnätter till Uppsala
- att Uppsala ska tjäna mest på sina möten och evenemang
- att Uppsalas mötes- och evenemangsindustri ska vara bäst på hållbarhetsarbete
- att öka den digitala lotsningen och stödet till våra lokala arrangörer

De preliminära siffrorna för 2017 visar att totalt 186 (2016:181) organisations- och föreningsmöten, med minst 50 deltagare och minst en natts övernattning, ägde rum i Uppsala kommun. Införsäljning och fortsatt aktiv värkning har under 2017 genererat åtta (2016: 8) positiva kongressbesked och tio (2016: 3) idrottsvenemang till Uppsala. Arrangemangen beräknas generera 20 450 gästnätter (2016: 8 830 gästnätter) och 41 miljoner (2016: 18,9 miljoner) i turistekonomisk omsättning de kommande åren. Under 2017 processades även 82 (2016: 111) inkommande förfrågningar om Uppsala som destination för möten och evenemang samt 45 (2016: 70) evenemangslotsningar.

Strategiska värdskap

Genom nationella och internationella branschaktiviteter lär vi mer om hur föreningarna tänker samt vad de förväntar sig av oss som destination i framtiden. Att vid ett och samma tillfälle få träffa fler föreningar och organisationer och för dem visa upp Uppsala, ligger helt i linje med UCBs strategi för att generera fler möten till staden. Under 2017 hade UCB därför värdskapet för den nationella kundworkshopen Mötets dag, där nationella föreningsföreträdare deltog. Under året skapade vi också idén om ett nordiskt forum i Uppsala i januari 2018, ICCA Scandinavian Association Expert Seminar.

Kompetensutveckling

För att Uppsala ska utvecklas till en mer ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbar destination arbetar UCB med att bidra till kunskaps- och arrangemangsutvecklingen inom Uppsalas mötes- och evenemangsindustri. 2017 genomförde vi för andra året i rad, en ettårig utbildning för föreningar, förbund och företag som arrangerar idrotts- eller kulturevenemang och som vill ta nästa steg i sin utveckling.

Att jobba strukturerat och långsiktigt efter en affärsplan är något som vi ser särskiljer de som verkligen lyckas med sina evenemang. Genom följande utbildningar har vi skapat ett forum för kunskapsutbyte och nätverkande arrangörer emellan. Varje utbildningstillfälle består av föreläsningar och tid för självständigt arbete.

De ämnen som behandlades under årsutbildningen 2017 var:

- Affärsplan - Lägg grunden till ditt evenemang med en genomarbetad affärsplan
- Sponsring - Modern sponsring
- Mätning och analys - För att prioritera och ta rätt beslut
- Volontärer och personal
- Marknadsföring och försäljning
- Evenemangssäkerhet - Bygg ett säkert och tryggt evenemang

Ett draknäste

UCB har också aktivt jobbat för att skapa affärsnytta för lokala arrangörer genom att skapa aktiviteter för att öka lokala och nationella sponsringssamarbeten mellan näringsliv och arrangörer. En del av detta har varit det återkommande så kallade Draknästet. En eftermiddag då vi samlar Uppsalas näringsliv och arrangörer under ett och samma tak för en föreläsning om modern sponsring och möten med arrangörer. Ett tiotal arrangörer får tre minuter på sig att inför de samlade företagen tydliggöra hur ett samarbete dem emellan kan skapa affärsnytta för båda parter. Publiken får därefter ställa frågor och skapa kontakter.

Uppsala som evenemangsstad och besöksmål

Under året samlade UCB Uppsalas besöksmål, anläggningar och evenemangsarrangörer för att lära mer om O-ringen och hur Uppsala på bästa sätt rustar sig för sommaren 2020 då världens största orienteringsäventyr kommer till stan. Under det här forumet skaffade vi oss kunskap om den typiske O-ringendeltagaren och pratade om hur vi med god framförhållning kan planera för extra attraktiva program, öppettider och erbjudanden under orienteringsveckan i juli 2020.

MARKNAD & KOMMUNIKATION

Verksamhetsområde Marknad och Kommunikation ansvarar för att Uppsala i enlighet med platsvarumärket marknadsförs som ett attraktivt besöksmål mot valda målgrupper och marknader. Avdelningen är också ansvarig för bolagets övergripande marknads-kommunikation.

MÅLGRUPP PRIVATRESANDE

Marknadsinsatser mot privatresande har fokuserats mot de primära målgrupper definierade i [Besöksnäringstrategin](#), och i enlighet med [Visit Swedens målgruppskategorisering](#) av besökare.

PLATSVARUMÄRKE UPPSALA

Under 2017 har Platsvarumärke Uppsala visualiserats via portalen www.meruppsala.se där har också en verktygslåda för aktörer i näringen lanserats. DUAB deltar i styrgruppen samt i en arbetsgrupp med syfte att hitta insatser för att stärka platsvarumärket och få fler aktörer att sluta upp och implementera platsvarumärket i respektive kategori.

KOMMUNIKATION OCH MARKNADSFÖRING

Under 2017 har verksamheten arbetet med övergripande marknadsstrategier för bolaget, marknadskommunikation för bolagets olika avdelningar, annonsering och kampanjer mot valda målgrupper, kommunikation i sociala medier och via webbplatsen destinationuppsala.se samt med pressutskick mot lokal- och branschmedia för ökad redaktionell exponering.

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:

- I destinationsstrategin är USA en prioriterad marknad för privatturism vilket var anledningen till att bolaget lanserade och drev en digital kampanj mot privatresande från USA, Beyond Stockholm www.beyondstockholm.com. I projektet, vilket riktade sig främst till amerikaner som definierats som 1. resebenägna och intresserad av att resa till Sverige eller 2. redan bestämt sig för att resa till Sverige (ex. resa runt i landet) och/eller Stockholm, ingick en landningssida specifikt framtagna och optimerad för USA-marknaden samt en sökordskampanj. Uppsala kunde se en ökning med 13% amerikanska besökare under perioden juni-december.
- DUAB har aktivt deltagit i projektet Augmentet Export, vilket drivs av Region Uppsala med mål att utveckla och lansera upplevelser som är intressanta och bokningsbara för utländska besökare. De bokningsbara upplevelserna har i huvudsak utvecklats med inriktning på den amerikanska marknaden för att matcha kampanjen Beyond Stockholm.
- Implementerat en ny strategi för bolagets närvaro i sociala kanaler.
- Ökat insatser i sociala kanaler med syfte att stärka Uppsalas varumärke och inspirera till besök.
- Riktad annonsering via sociala medier, framförallt Facebook.
- Sökordskampanjer.

- Vidareutvecklat exponering av användargenererade bilder i sociala medier via projektet #MyUppsala.
- Monterya som exponerar Uppsala på Stockholm Visitor Center med fokus på att nå internationella besökare i Stockholm som söker utflyktsmål över dagen.
- Annonsering i nationella och lokala medier som Kupé (print), UNT (print och digitalt) och What's On Uppsala (print). Månatlig annonskampanj i SJ:s ombordmagasin Kupé.
- Vidareutvecklat bolagets pressbearbetning via MyNewsdesk.
- Radioreklam i Mix Megapol i samband med Valborg och Bandyfinalen 2018.
- Utomhusreklam på stadsinformationstavlor och vepor i samband med större evenemang.
- Utvecklat och lanserat en ny webbsida för evenemanget Bandyfinalen i Uppsala www.bandyfinalenuppsala.se.
- Större annonskampanj i digitalt och print för Bandyfinalen.
- Produktion av rörligt material i samband med Student Uppsala och Kulturnatten.

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 hur man arrangerar möten och evenemang i Uppsala. På webbplatsen finns också information om turiststatistik, pressmaterial och en mediabank. Besökaren har även möjlighet att boka boende via bokningssystemet Booking.com. Texter och data på webbplatsen används till exempel av Uppsalatidningen som varje vecka publicerar utvalda evenemang.

Under 2017 genomfördes två större uppdateringar/utvecklingsprojekt av webbsidan.

- Utveckling av ett processverktyg för UCB för att effektivisera kontakten med mötes- och evenemangsarrangörer.
- Anpassning för att göra framtida uppdateringar mer kostnadseffektiva och för förbättrad funktionalitet.

Sociala medier har blivit en allt viktigare kanal för bolaget framförallt när det gäller att attrahera potentiella besökare i inspirationsfasen samt effektivare nå ut till fler. Under slutet på 2016 togs en ny strategi för sociala medier fram med fokus på att utveckla kommunikationen på Facebook och Instagram. Strategin implementerades under 2017 och målet är att inspirera lokala hobby- och proffsfotografer att fungera som lokala ambassadörer på Instagram under hashtaggen #myuppsala. På Facebook förflyttades fokus mot en större del "storytelling" och längre berättelser, med både egna och återanvända historier och anekdoter om Uppsala.

I maj lanserades också kampanjsidan Beyond Stockholm www.beyondstockholm.com.

I början av december lanserades en ny webbsida för evenemanget Bandyfinalen www.bandyfinalenuppsala.se.

Blogg

På bloggen publiceras aktuell information om det arbete som bolaget bedriver, samt nyheter från besöksnäringen där turism, evenemang, möten och kongresser är huvudområden. Målgruppen består främst av verksamma inom besöksnäringen i Uppsala kommun och län, politiker och press. Från en del blogginlägg har nyheter spridits vidare genom publicering lokalt i radio, tv och tidningar, men också nationellt via nyhetsbrev riktade till besöksnäringen.

Webbstatistik

Under 2017 hade webbplatsen destinationuppsala.se 346 212 unika besökare, en ökning med 4,02% i jämförelse med 2016. I snitt har webbplatsen under 2017 haft 32 817 unika besökare per månad.

Under år 2017 har större delen av besökarna hittat till webbplatsen via sökmotorer, främst Google (80,37%)(*). Fler än hälften (64,4%) av webbplatsens besökare använder en mobil enhet (mobil/läsplatta) för att surfa in på destinationuppsala.se.

Under 2017 besöktes webbplatsen 499 610 gånger. De flesta av webbplatsens besökare kommer från Sverige (85,41%), och majoriteten av besöken kommer från Uppsala (32,92%) och Stockholmsområdet (33,73%). De största grupperna av utländska besökare kommer från USA, (2,29%), UK (1,60%), Finland (1,21%), Tyskland (1,01%) samt Norge (0,69%).

Webbplatsen beyondstockholm.com driftsattes i augusti 2017 och har haft 1 992 unika besökare samt besökts 2 271 gånger. 76% av besöken kommer från USA. Bolaget samarbetar med Booking.com. Under 2017 genomfördes totalt 507 bokningar motsvarande 1288 gästnätter via Booking.com på destinationuppsala.se.

Sociala medierstatistik

Av de olika sociala medierna arbetar bolaget främst med Facebook och Instagram. Under 2017 har bolaget haft fyra sidor på Facebook som löpande har uppdaterats. Dessa är @destinationuppsala, @kulturnatteniuppsala, @drogfokus samt @bandyfinalenuppsala.

Vid årsskiftet 2017/2018 hade Facebooksidan @destinationuppsala 45 532 fans (+13 498 sedan 2016). Den totala räckvidden för samtliga inlägg publicerade under året var 4 919 276 (-194 990 jämfört med 2016), genomsnittlig räckvidd per inlägg var 19 677 (+735 jämfört med 2016).(*) Det totala engagemanget var 245 745 (-9 368 sedan 2016) och det genomsnittliga engagemanget (likes, delningar, kommentarer) var 983 per inlägg (+38 sedan 2016).

Bolagets konto på Instagram hade vid årsskiftet 8 719 följare (+1 918 jämfört med 2016). Totalt fanns det vid årsskiftet 23 918 bilder hashtaggade med #my-uppsala på Instagram. (+11 466 sedan 2016).

(*) Under sommaren 2017 genomförde Facebook flera förändringar i sin algoritm och nyhetsflöde vilket påverkade möjligheten för företag/organisationer att få organisk räckvidd. Detta är huvudanledningarna till att räckvidden minskade under året trots att antalet fans ökade. I relation till andra företag så var bolagets räckviddstapp relativt låg på årsbasis.



Studenternas IP, fotograf Niklas Lundengård

UPPDRAK OCH PROJEKTLEDNING

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

Under 2017 har vi arbetat med utveckling av projektorganisationens arbete. Teamet har tillsammans identifierat förbättringsområden med målsättning att än mer framgångsrikt projektleda våra uppdrag.

Den projektmodell som används som stöd i projektarbetet är Projektil och MS Project används som projektstyrningsverktyg. Under året har några teammedlemmar gått en individanpassad projektledarutbildning och alla teammedlemmar har gått en tvådagars kurs för att kunna nyttja verktygen fullt ut.

Projekten leds av en övergripande projektledare med flera projektresurser ur teamet. Syftet är att på så sätt effektivt planera bort svagheter och samtidigt ta vara på styrkor och erfarenheter i hela organisationen.

Varje projektledare ansvarar för projektets enskilda budget och uppföljning av såväl operationella som personalkostnader. Målet med uppföljningen, utöver kostnadskontroll, är 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 2017:

Under 2017 tecknades följande nya avtal:

- Bandyfinalerna med genomförande 2018-2020
- Almedalen med genomförande 2017
- Drogfokus med genomförande 2018

Genomförda evenemang 2017

Valborg

Syftet med projektet är att effektivisera kommunens insatser och bidra till ett tryggare och lugnare evenemang. En gemensam målbild har tagits fram för alla som arbetar med Valborg i Uppsala. Målbilden säger att:

”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.”

Projektledningen genomförde tre kategorier av insatser före och under Valborg 2017, med syfte att göra firandet tryggt, snyggt och säkert:

KOORDINERING

Under valborgsfirandet 2017 samverkade ett 40-tal organisationer, som via arbete i fokusgrupper delade information, vidtog åtgärder och koordinerade sina insatser inför och under firandet. Totalt fanns ett tiotal fokusgrupper, bland annat för avstängningar, sjukvård, säkerhet, kollektivtrafiken och informationskoordinering. Polisen och DUAB delade på ansvaret för grupperna.

INSATSER UNDER FIRANDET

Under firandet genomfördes en rad insatser av projektledningen, där Polisen var rådgivande och styrande och bolaget utförare/beställare. Insatserna bestod av vattenutdelning, evenemangsvårdar vid avstängningar, evenemangsvårdar i Ekonomikumparken, kaffeutdelning vid järnvägsövergångar, viss uppbyggnad av servicecenter, trygghetsbelysning, stängsel, toaletter med mera.

INFORMATION

Inom ramen för projektet och i samverkan med Uppsala universitet och Kuratorskonventet togs informationsmaterial fram med syftet att göra Valborg tryggt och välkomnande för besökare och Uppsalabor. Insatserna bestod av vepor med kartor på stan, informationsfoldrar med karta som delades ut före och under firandet, radiojinglar, en webbplats, information i sociala medier och en programtidning.

Linnésamverkan 2017

DUAB projektleder samverkansarbetet, Blomsterövertaskningen och ansvarar för genomförandet av Linnés Trädgårdsfest tillsammans med Uppsala linneanska trädgårdar.

Evenemanget Linnés Trädgårdsfest arrangeras i syfte att bidra till att förstärka traditionen att fira Carl von Linnés födelsedag i Uppsala. Årets fest ägde rum i Linnéträdgården med mat, dans och musik, visningar och föredrag samt familjeaktiviteter. På gatan utanför hölls en trädgårds- och hantverksmarknad med rådgivning och försäljning av växter. Ca 6 000 personer besökte evenemanget.

I anslutning arrangerades också årets Blomsterövertaskning som i år involverade företagen längst besöksstråken och Svartbäcksgatan. De utrustades med informationsmaterial och verkade som Linné-informationsplatser under sommaren.

Stadsodlingsåret som arrangerades av Uppsala kommun utgjorde också en viktig samverkanspartner och Stadsodlingsårets invigning skedde i anslutning till upp-vaktandet av Linné.

Nationaldagsfirandet och Medborgarskapsceremonin den 6 juni

Uppsala kommuns traditionella nationaldagsfirande med tal och sång i Parksnäcken genomfördes med projektledning av DUAB. Evenemanget var välbesökt med ca 1 000 besökare och Uppsala läns landshövding, Göran Enander var en av talarna.

Medborgarskapsceremonin skedde på Uppsala slott där deltog 198 nya medborgare med gäster. Totalt 463 medborgare och gäster bjöds på tal och musikunderhållning i Rikssalen.

Uppsala i Almedalen

Nytt uppdrag för i år och innefattade att planera och koordinera Uppsala i Almedalen, ett samverkansprojekt med mål att organisera en samlad närvaro i Almedalen för att gemensamt marknadsföra Uppsala i enlighet med nya platsvarumärket.

Det gemensamma budskapet var därför ”Mer Uppsala” där alla seminarier gick under tre gemensamt beslutade teman. Fyrspår, Uppsala växer hållbart samt Näringsliv i Uppsala. Partnerskapet bestod av Uppsala kommun, Region Uppsala, Länsstyrelsen, Sveriges Lantbruksuniversitet, Uppsala universitet, Handelskammaren och Företagarna.

Uppsala i Almedalen genomfördes på Donners hotells uteservering den 4 och 5 juli 2017. Under dessa två dagar genomfördes totalt 13 seminarier, en mötesplats och två mingel. Mellan 30-100 deltagare kom på varje seminarium och över 200 personer deltog på de två mingel som arrangerades.

Student Uppsala

Årets evenemang av Student Uppsala genomfördes i samarbete med Uppsala universitet. Evenemanget ägde rum i Universitetsparken samtidigt som Uppsala universitets välkomstmottagning ägde rum inne i universitetshuset. DUABs uppdrag innefattade att planera och genomföra Student Uppsalas – ett välkomstmottagande för nya studenter vid Uppsala universitet där staden Uppsala står som avsändare.

Det övergripande målet för evenemanget är att ge en bred bild av Uppsala som studieort och samtidigt skapa en förflyttning från ”en gammal studentstad med hektiskt studentliv” till en modern storstad där gammalt möter nytt.

- I år utvecklades mässan med fler happenings och tävlingar på plats.
- 37 olika företag och föreningar på plats.
- ca 1 500 studenter besökte monterutställningen.
- Flertalet monterutställare hade tävlingar i sina montrar för att skapa interaktion med besökarna.
- Victor Frisk, influencer, artist och författare höll en föreläsning från scen.

Kulturnatten i Uppsala

Sveriges största kulturnatt projektleds av DUAB och samfinansieras av Uppsala kommun och kulturarrangörer. I uppdraget ingår att initiera, koordinera, leda och marknadsföra evenemanget.

- 2017 års kulturnatt var den 29:e i ordningen.
- I programmet uppmärksammades Finlands 100-års jubileum.
- Programmet innehöll 600 programpunkter (622, 2016), av dessa riktade sig 93 till barn (73, 2016).
- Kultur kunde upplevas på 135 platser runt om i Uppsala, arrangerat av 204 arrangörer.

Många besökare är mycket positiva och tacksamma för evenemanget och arrangörer vittnar om att evenemanget betyder mycket för deras förening.



Nationaldagsfirandet i Stadsträdgården. Fotograf Ana Vera Burin Batarra.

Övriga uppdrag

Miljömärkt event

Miljömärkning av evenemangen är en del av det miljö- och hållbarhetsarbete som bolaget bedriver. Projektledarna har under året använt Håll Sverige Rents verktyg ”Miljömärkt Event” för att arbeta med miljöfrågor.

Verktyget kräver att ett visst antal kriterier uppfylls. Delar som bedöms är till exempel inköp, mat, avfallshantering, klimat, transporter och vatten. Verktyget har gett projektledarna möjlighet att systematiskt planera och genomföra evenemang med större hänsyn till miljön. En utbildning i hållbarhet arrangerades för projektledarna under hösten.

Under 2017 beställde projektledningen för Valborg tillsammans med Uppsala teknolog- och naturvetarkår en miljöanalys av försränningen. Analysen använde Uppsala teknolog- och naturvetarkår som underlag för fortsatt miljöarbete samt miljöcertifiering av försränningen.

Alla våra ansökningar 2017 godkändes och följande evenemang miljömärktes enligt Håll Sverige Rents standard:

- Linnéfirandet
- Nationaldagsfirandet och medborgarskapsceremonin
- Almedalens Uppsala mingel
- Student Uppsala
- Kulturnatten

Elitidrott Uppsala

Elitidrott Uppsala är ett samverkansprojekt som bolaget projektleder på uppdrag av Uppsala kommun. Partnerskapet består utav 20 elitidrottsföreningar, fyra arenaägare, Upplands idrottsförbund och Uppsala kommun.

Syftet med projektet är att skapa bästa möjliga förutsättningar att bedriva hållbar elitidrott i Uppsala. Detta görs genom att jobba med långsiktiga lösningar och fokusera på frågor som utbildning, idrottsmedicin och evenemangsutveckling.

I år arrangerades bland annat tre partnerskapsträffar med teman som inkludering, nätverkande och hur man arbetar med publikfrågor.

Världsklass Uppsala

Världsklass Uppsala är ett unikt samarbete mellan företag, Uppsala kommun, Region Uppsala 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. DUAB ansvarar för projektledning och ekonomi för Världsklass Uppsala.

Under 2017 har Världsklass Uppsala:

- Haft följande 18 medlemmar: Ahlford Advokatbyrå, Akademiska hus, Atrium Ljungberg, Bjerking, Castellum, Destination Uppsala, Fresenius Kabi, Galderma, GE Healthcare, Region Uppsala, Länsförsäkringar Uppsala, Nordea, Rosendals fastigheter, SLU, Uppsala kommun, Uppsala universitet, Vasakronan, och Vattenfall.
- Medverkat till det fjärde genomförandet av konferensen Uppsala Health Summit.
- Beslutat om stöd till 23 olika evenemang och konferenser till ett värde av 4 317 000 kr.
- Avslutat sidoprojekt Öppna Uppsala som startades under 2016. I detta projekt har Världsklass Uppsala stöttat integreringsprojekt. Här beslutades om stöd till 17 olika evenemang och till ett värde av 1 300 000 kr.

Övriga projekt

Hammarskog och Ulva kvarn

Under årets första kvartal överlämnades slutrapporterna för de två förstudier som DUAB genomfört på uppdrag av Stadsbyggnadsförvaltningen på Uppsala kommun. Förstudierna var dels ett beslutsunderlag för utveckling av Hammarskogs friluftsområde dels ett beslutsunderlag för bättre huvudmannaskap/ledarskap och förvaltning av Ulva kvarn.

Då förstudiernas förslag omfattade engagemang från fler förvaltningar inom Uppsala kommun, överlämnades förstudierna från Stadsbyggnadsförvaltningen till kommunstyrelsen för beslut.

Augmented Export

Region Uppsala driver sedan hösten 2016 projektet Augmented Export vars syfte är att utveckla och lansera upplevelser som är intressanta för utländska besökare.

Uppsala kommun, genom DUAB, deltar tillsammans med länets övriga kommuner i projektet. Projektet bygger på ett urval av sex natur- och kulturbaserade uppländska plattformar för utveckling av bokningsbara upplevelser.

DUAB arrangerade under 2017 ett seminarium för besöksnäringen på temat ”Hur vi blir bättre på att ta hand om våra utländska besökare” samt en serie workshops för produktutveckling. Ett tiotal företag med målet att utveckla bokningsbara upplevelser för utländska besökare deltog.

De bokningsbara upplevelserna har i huvudsak utvecklats med inriktning på den amerikanska marknaden för att matcha DUAB kampanj Beyond Stockholm www.beyondstockholm.com

UPPSALA TOURIST CENTER

38 187 kunder besökte Uppsala Tourist Center (Turistbyrå) på Kungsgatan 59 under 2017 och ytterligare 3 313 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.

Turistservice 2.0

DUAB fick i december 2016 i uppdrag av ägarna uppdrag att se över det framtida besöksmottagandet i Uppsala. Detta med anledning av att besökarna i allt större utsträckning använder nya sätt att söka information vilket har resulterat i att antalet besökare på turistbyrån har minskat kraftigt sedan 2010.

För att skapa fritt handlingsutrymme för detta stängdes den fasta turistbyrån på Kungsgatan den 9 december 2017.

Skälet till strängningen är inte kostnadsbesparing utan för att skapa förutsättningar för utveckling och förbättring av besöksmottagandet. Ett utvecklingsarbete har genomförts under Q3 och Q4 där DUAB har ansvarat för processledningen och en oberoende konsultbyrå, Manchester Management, har anlitats för att bistå i arbetet.

Fler än 150 idéer och förslag om framtidens besöksmottagande har inkommit genom intervjuer, workshops, benchmarking, marknadsundersökningar samt trend- och omvärldsbevakning. Dessa idéer och förslag har grupperats i fyra insatsområden baserat på nuläget och uppsatta mål. Insatsområdena är Bättre besöksmottagande, Effektivare och smartare distribution, Bättre kunskap om besökaren och Värdskap i samverkan.

Femton åtgärdsförslag har prioriterats, bearbetats och diskuterats med den referensgrupp som är tillsatt för att medverka i utvecklingsarbetet. Estimerade kostnader för genomförande av dessa åtgärder samt ett finansieringsförslag kommer att presenteras för DUABs styrelse i början av mars 2018. Det första steget mot det framtida besöksmottagandet kommer att starta i mitten av maj 2018.

InfoPoints

En InfoPoint är en bemannad turistserviceplats utmärkt med det vit/gröna InfoPoint-märket. Det kan till exempel röra sig om en butik, ett hotell eller restaurang som kan ge turistisk information där besökarna befinner sig. Under 2017 har turistbyrån arbetat med åtta InfoPoints på strategiska platser i Uppsala kommun.

Mässor och evenemang

Under året har turistbyrån haft utökade öppettider vid större evenemang och mässor.

AFFÄRSSTÖD

Verksamhetsområde Affärsstöd ansvarar för HR, ekonomi, administration, IT och statistik.

HR

Under året har ovanligt många rekryteringar skett i bolaget, delvis på grund av föräldraledigheter och ersättningsrekryteringar, delvis på grund av nyrekryteringar och förändringar i verksamheten. Tjänsten Marknadschef har avvecklats i bolaget och ersatts av mer operativ Marknadsansvarig. Tjänsten ekonomichef har ersatts av en mer operativ tjänst som Ekonom/Administratör. Tjänsten som Turistbyråchef avvecklades på grund av att den fysiska turistbyrån ersattes av ett mer digitalt och mobilt besöksmottagande. Förändringarna ledde till en omorganisation där projektledningen av externa uppdrag gjordes till ett eget verksamhetsområde och turistinformatörerna flyttades in i Marknad och Kommunikationsteamet.

Ekonomi och administration

I januari 2017 slutade bolagets ekonomichef, bolaget såg då inte behovet av att ha en ekonom anställd på 100% och valde då att istället hyra in konsult som ekonomiassistent på 50% samt att köpa in den mer kvalificerande tjänsten med ekonomirapportering från vårt systerbolag Uppsala Konsert & Kongress AB (UKK). Under våren fick bolaget besked från Uppsala Kommun om att projektleda SM finalerna i Bandy 2018-2020 vilket innebar att det då återigen fanns ett behov av en ekonom på heltid i bolaget. Under sensommaren rekryterades därför en ekonom med en mer operativ roll inom ekonomi och administration. Under hösten har all rapportering succesivt lyfts tillbaka in i bolaget från UKK och från och med 2018 sker all redovisning och rapportering i bolaget. Under året har fokus legat på ombolagiseringen som startades i slutet av 2016. Processer kring budget, prognoser och bokslut är delvis nya som helägt kommunalt bolag och vår nya ekonom har förtjänstfullt implementerat nya digitala verktyg som ger en mer fungerande styrning och uppföljning.

Statistik och analys

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

Under 2017 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, SCB och European Cities Marketing (ECM). Diskussioner kring den turistekonomiska utvecklingen och frågor om metodutveckling förs kontinuerligt med dessa parter.

ÖVRIGT

Bolaget som arbetsgivare

Bolaget har under 2017 haft 23 tillsvidareanställda, säsongs- och projektanställda samt ett antal uppdragstagare. Totalt har 44 personer, exkl. lekmannarevisorer, 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/organisationers styrgrupper, arbetsgrupper och/eller styrelser år 2015.

Nationellt

- Bolaget är delägare i den nationella turismorganisation VisitSweden AB och har deltagit i dialogmöten mellan ledningen för den nationella organisationen och verksamhetsansvariga för landets regionala turismorganisationer.
- 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 sedan april 2015.
- UCB ingår i SNCVB (Swedish Network of Convention Bureaus).
- Bolaget ingår i SNDMO (Swedish Network of Destination Management Organisations) och hade posten som interims ordförande under uppbyggnadsfasen.
- Under 2017 har bolaget varit medlem i lokala nätverk som Världsklass Uppsala, affärsnätverket Relation samt Marknadsföreningen i Uppsala.
- 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.



Lennakatten, fotograf Tor Johnsson



Kulturnatten invigning, fotograf: Niklas Lundengård

FINANSIELL INFORMATION 2017

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och verkställande direktören för Nya Destination Uppsala får härmed avge årsredovisning för räkenskapsåret 2017.

Information om verksamheten

Destination Uppsala AB har till ändamål att genom marknadsföring, affärsutveckling och försäljning inom områdena affärsturism, evenemang och privat-turism vara ett strategiskt verktyg för tillväxt, ökade intäkter och sysselsättning inom besöksnäringen i Uppsala kommun.

Företaget har sitt säte i Uppsala.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

- Den fasta fysiska turistbyrån har avvecklats till förmån för mer kundanpassat besöksmottagande. En omorganisation med anledning av ovan.
- Bolaget har genomfört en utbildningsserie mot näringen med fokus affärsplaner och delarna i ett lyckat evenemang.
- SM-finalerna i bandy värvades tillbaka till Uppsala och bolaget fick uppdraget att projektleda dessa de kommande tre åren.
- Alla bolagets evenemang har miljömärkts enligt Håll Sverige Rents kriterier.

Ägarförhållanden

Bolaget är ett helägt dotterbolag till Uppsala Stadshus AB, organisationsnummer 556500-0642, med säte i Uppsala.

Koncernredovisning upprättas av Uppsala Stadshus AB.

Flerårsöversikt (Tkr)

	2017	2016
Nettoomsättning	13 344	0
Resultat efter finansiella poster	1 760	-24
Balansomslutning	19 467	259
Soliditet (%)	9	97

Förändring av eget kapital

	Aktiekapital	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
Belopp vid årets ingång	200 000	189 190		389 190
Årets resultat			977 614	977 614
Belopp vid årets utgång	200 000	189 190	977 614	1 366 804

Förslag till vinstdisposition

Styrelsen föreslår att till förfogande stående vinstmedel (kronor):

balanserad vinst	189 190
årets vinst	977 614
	1 166 804
disponeras så att i ny räkning överföres	1 166 804

Företagets resultat och ställning i övrigt framgår av efterföljande resultat- och balansräkning med noter.

RESULTATRÄKNING

		2017	2016
Rörelsens intäkter (Tkr)			
Nettoomsättning	Not 2	13 344	1
Övriga rörelseintäkter		17 035	0
		30 379	1
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-527	0
Övriga externa kostnader	Not 3	-13 958	-24
Personalkostnader	Not 4	-14 128	0
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-1	0
Övriga rörelsekostnader		-5	0
		-28 619	-24
Rörelseresultat		1 760	-23
Resultat från finansiella poster			
Resultat från övriga värdepapper och fordringar som är anläggningstillgångar		5	0
Räntekostnader och liknande resultatposter		-5	-1
		0	-1
Resultat efter finansiella poster		1 760	-24
Bokslutsdispositioner			
	Not 5	-470	24
Resultat före skatt		1 290	0
Skatt på årets resultat			
		-312	0
Årets resultat		978	0

BALANSRÄKNING

		2017-12-31	2016-12-31
TILLGÅNGAR (Tkr)			
Anläggningstillgångar			
Materiella anläggningstillgångar	Not 6		
Inventarier		79	0
Finansiella anläggningstillgångar			
Fordringar hos koncernföretag	Not 7	79	33
Andra långsiktiga värdepappersinnehav	Not 8	10	0
		89	33
Summa anläggningstillgångar		168	33
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Kundfordringar		469	0
Fordringar koncernföretag		13 997	24
Övriga fordringar	Not 9	31	152
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	Not 10	392	0
		14 889	176
Kassa och bank		4 410	194
Summa omsättningstillgångar		19 299	370
SUMMA TILLGÅNGAR		19 467	403
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		200	200
Fritt eget kapital			
Balanserad vinst eller förlust		189	189
Årets resultat		978	0
		1 167	189
Summa eget kapital		1 367	389
Obeskattade reserver	Not 11	470	0
Kortfristiga skulder			
Förskott från kunder		1 106	0
Leverantörsskulder		3 662	0
Skulder till koncernföretag		1 642	0
Aktuella skatteskulder		351	0
Övriga skulder		5 248	0
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		5 621	14
Summa kortfristiga skulder		17 630	14
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		19 467	403

Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Allmänna upplysningar

Årsredovisningen är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

Byte av redovisningsprincip

Från och med räkenskapsåret 2017 upprättas årsredovisning med tillämpning av årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3). Tidigare tillämpades årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2016:10 Årsredovisning i mindre aktiebolag. Övergången har gjorts i enlighet med föreskrifterna i K3s kapitel 35. Övergången har inte medfört några förändringar i redovisade poster eller belopp.

Intäktsredovisning

Intäkter har tagits upp till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas och redovisas i den omfattning det är sannolikt att de ekonomiska fördelarna kommer att tillgodogöras bolaget och intäkterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Inkomster från uppdrag på löpande räkning redovisas som intäkt i takt med att arbetet utförs och material levereras eller förbrukas innebärande att vinsten från uppdragen avräknas successivt.

Om det inte är sannolikt att betalning kommer att erhållas för belopp som redan har redovisats som intäkt redovisas det belopp som sannolikt inte kommer att erhållas som en kostnad.

I balansräkningen jämförs redovisade intäkter med de belopp som fakturerats beställaren under samma period. Om de fakturerade beloppen överstiger den redovisade intäkten utgör mellanskillnaden en skuld, vilken redovisas som fakturerad men ej upparbetad intäkt. Om intäkten överstiger de fakturerade beloppen utgör mellanskillnaden en fordran vilken redovisas som upparbetad men ej fakturerad intäkt.

Pågående entreprenadarbeten och liknande

Inkomster till fast pris redovisas som intäkt enligt färdigställandemetoden, det vill säga senast när arbetet väsentligen är fullgjort.

I balansräkningen redovisas för ej färdigställda uppdrag nettot av nedlagda kostnader minskat med fakturerade belopp som pågående arbete för annans räkning. Om ett uppdrag befaras gå med förlust redovisas en kostnad omgående i resultaträkningen.

Anläggningstillgångar

Immateriella och materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar.

Avskrivning sker linjärt över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde. Följande avskrivningsprocent tillämpas:
Inventarier, verktyg och installationer 20%

Leasingavtal

Företaget redovisar samtliga leasingavtal, såväl finansiella som operationella, som operationella leasingavtal. Operationella leasingavtal redovisas som en kostnad linjärt över leasingperioden.

Inkomstskatter

Total skatt utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt. Skatter redovisas i resultaträkningen, utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekter redovisas i eget kapital.

Nyckeltalsdefinitioner

Nettoomsättning

Rörelsens huvudintäkter, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar.

Resultat efter finansiella poster

Resultat efter finansiella intäkter och kostnader, men före skatter.

Balansomslutning

Företagets samlade tillgångar.

Soliditet (%)

Justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt) i procent av balansomslutning

Not 2 Nettoomsättningens fördelning	2017	2016
Verksamhetsbidrag Uppsala kommun	21 273	0
Uppdragsavtal Uppsala kommun	8 577	0
Uppdrag Regionförbundet	300	0
Övrig försäljning	229	0
	30 379	0

Not 3 Operationella leasingavtal

Årets leasingkostnader avseende leasingavtal, uppgår till 1 303 560 kronor.

Not 4 Anställda och personalkostnader	2017	2016
Medelantalet anställda		
Kvinnor	16	0
Män	3	0
	19	0

Löner och andra ersättningar	2017	2016
Styrelse och verkställande direktör	1 466	0
Övriga anställda	7 495	0
	8 961	0
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Sociala kostnader		
Pensionskostnader för styrelse och verkställande direktör	162	0
Pensionskostnader för övriga anställda	844	0
Övriga sociala avgifter enligt lag och avtal	2 783	
	3 789	0
Totala löner, ersättningar, sociala kostnader och pensionskostnader	12 750	0

Not 5 Bokslutsdispositioner	2017	2016
Avsättning till periodiseringsfond	-470	0
Mottagna koncernbidrag	0	24
	-470	24

Not 6 Inventarier, verktyg och installationer	2017	2016
Inköp	80	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	80	0
Årets avskrivningar	-1	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1	0
Utgående redovisat värde	79	0

Not 7 Fordringar hos koncernföretag	2017	2016
Ingående anskaffningsvärden	65	65
Tillkommande fordringar	14	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	79	65
Utgående redovisat värde	79	65

Not 8 Andra långfristiga värdepappersinnehav	2017	2016
Ingående anskaffningsvärden	0	0
Inköp	10	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	10	0
Utgående redovisat värde	10	0

Not 9 Övriga fordringar	2017	2016
Övriga poster	31	0

Not 10 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	2017	2016
Förutbetalda Hyreskostnader	193	0
Övriga förutbetalda kostnader	199	0
	392	0

Not 11 Obeskattade reserver	2017	2016
Periodiseringsfond vid 2017 års taxering	470	
Skatteeffekt av schablonränta på periodiseringsfond	0	

Not 12 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2017	2016
Upplupna löner och andra personalkostnader	1 166	0
Övriga upplupna kostnader	529	14
Övriga förutbetalda intäkter	3 926	0
	5 621	14

Nya Destination Uppsala
Org.nr 556457-1460

Uppsala 2018-03-16

Marlene Burwick
Ordförande

Fredrik Ahlstedt
Styrelselemot

Maria Gardfjell
Styrelseledamot

Tiina Mykkänen
Verkställande direktör

Vår revisionsberättelse har lämnats 614 -2018

Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Rebecka Hansson huvudansvarig revisor
Auktoriserad revisor

Maria Wigenfeldt
Auktoriserad revisor

Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i Nya Destination Uppsala AB, org.nr 556457-1460

Rapport om årsredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen för Nya Destination Uppsala AB för år 2017. Bolagets årsredovisning ingår på sidorna 25-33 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av Nya Destination Uppsala ABs finansiella ställning per den 31 december 2017 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 Nya Destination Uppsala AB 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.

Övrig upplysning

Revisionen av årsredovisningen för räkenskapsåret 2016 har utförts av en annan revisor som lämnat en revisionsberättelse daterad 3 april 2017 med omodifierade uttalanden i Rapport om årsredovisningen.

Annan information än årsredovisningen

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och återfinns på sidorna 1-24. Den andra informationen består av information om verksamheten men innefattar inte årsredovisningen och vår revisionsberättelse avseende denna. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen upprättas och att den ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen och verkställande direktören 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 och verkställande direktören 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 och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till 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 Revisorsinspektionens webbplats: www.revisorsinspektionen.se/revisornsansvar. 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 och verkställande direktörens förvaltning för Nya Destination Uppsala AB för år 2017 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

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

Grund för uttalanden

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

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

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets 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. Den verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

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

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

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

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda

ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

En ytterligare beskrivning av vårt ansvar för revisionen av förvaltningen finns på Revisorsinspektionens webbplats: www.revisorsinspektionen.se/revisornsansvar. Denna beskrivning är en del av revisionsberättelsen.

Anmärkning

Utan att det påverkar våra uttalanden vill vi anmärka på att avdragen skatt och sociala avgifter samt mervärdesskatt vid flera tillfällen inte betalats i rätt tid.

Uppsala den 6 april 2018
Öhrlings PricewaterhouseCoopers AB

Rebecka Hansson
Auktoriserad revisor
Huvudansvarig revisor

Maria Wigenfeldt
Auktoriserad revisor

