

ETT ÅR MED SVENSK CAMPING

Årsredovisning 2011 för Sveriges Camping- och
Stugföretagares Riksorganisation Ekonomisk Förening



En strålande framtid

2011 var entusiasmens och framtidstrons år. Under året togs många strategiskt viktiga beslut som kommer prägla svensk camping under lång tid framöver. Man kan säga att vi under 2011 lade grunden till en ny spännande fas i svensk campings utveckling. Trevlig läsning.





Innehåll

VD HAR ORDET	SID 4
ÅRET I KORTHET	SID 6
NÅGRA PROJEKT UNDER 2011	SID 8
ÅRET I SIFFROR	SID 12
VERKSAMHETSBERÄTTELSE	SID 15
RESULTATRÄKNING	SID 20
BALANSRÄKNING	SID 21
NOTER	SID 22
REVISIONSBERÄTTELSE	SID 24



VD HAR ORDET

LARS ISACSON är VD för SCR

”Nu tar vi den marknadsposition som är vår”

2011 var ett händelserikt år för SCR och dess medlemmar. Det var full fart ute på campingplatserna och i konferensrummen fattades många viktiga beslut som kommer ha stor betydelse under de kommande åren. SCR:s VD Lars Isacson ger här sin bild av året som gick och hur han ser på framtiden.

LARS ISACSON ÅTERKOMMER till det flera gånger: det händer mycket i branschen nu och det gäller att hänga med. Eller för att citera honom ordagrant ”det gäller att ha klipp i steget”. Lars menar att campingbranschen just nu genomgår en tydlig mognadsprocess och att utvecklingspotentialen hela tiden upptäcks av nya aktörer. Det har kommit in mer pengar i branschen via investeringar utifrån och konceptualiseringar och kedjebildningar blir allt vanligare.

En av förra årets stora utmaningar var att skapa en tydlig överblick över dessa skeenden. Allt för att aktivt

kunna styra utvecklingen istället för att stå bredvid med mössan i hand.

– Den stora fördelen campingbranschen har är att andra näringar redan gått igenom liknande mognadsprocesser – till exempel hotellen. Vi har ett facit att titta på. Det ger oss förstås ett utmärkt utgångsläge att kunna fatta genomtänkta och kloka beslut, säger Lars.

EN VIKTIG GRUNDSTEN i SCR:s framtidsbygge är att medlemmarna själva äger sin distributionskanal – det vill säga webbplatsen camping.se. Det skapar stora möjlig-



heter för affärsutveckling och conceptualisering menar Lars. Och just affärsutveckling visade sig vara en av de fyra delar som medlemmarna vill arbeta mer aktivt med under de kommande åren enligt en enkät som skickades ut under 2011 och som sammanställdes under SCR:s höstmöte i Piteå.

EN ANNAN DEL SOM kom fram under mötet var en önskad positionsförflyttning på marknaden.

– Det är så tydligt idag att camping är en tillväxtmotor för svensk besöksnäring. Men alla har inte den synen och för att vi ska kunna utvecklas som bransch krävs en förstående och informerad omvärld. Det gäller till exempel de som arbetar med att tolka plan- och bygglagen på länsstyrelsen eller hur bankerna ser på camping. Det är ju inte en fritidssysselsättning campingföretagarna håller på med – det är näringsliv, det är företagande. Vi vill kort och gott ta den marknadsposition som är vår.

För att nå dit krävs att branschen arbetar än mer koncentrerat med de två sista punkterna som medlemmarna själva lyfte fram på höstmötet: ledarskap och marknadsföring.

EN HÄNDELSE SOM VERKLIGEN kommer att ge stora möjligheter till att nå ut ännu bredare är lanseringen av Camping Key Europe. Ett jättestor projekt som Lars tror stenhårt på. Redan 2012 kommer en dryg miljon europeiska gäster ha det nya kortet och 2014 ligger målet på att vara uppe i två miljoner. Kortet ägs till 50 procent av SCR och tre andra nordiska campingplatsorganisationer och till 50 procent av två organisationer i Tyskland och Holland. De två sistnämnda kan beskrivas som motsvarigheter till de svenska Motormännen. Sammanlagt har dessa över 20 miljoner medlemmar.

– Kortet knyter ihop producenter och konsumenter på ett smart sätt. Det ger oss en unik möjlighet att marknadsföra Sverige som campingdestination. Vi har helt enkelt säkrat en affärsmodell i SCR som sträcker sig långt in i framtiden.

Redan idag innehåller kortet en olycksfalls- och ansvarsförsäkring, rabatter på campingplatser och färjor samt mängder av andra erbjudanden. Och det arbetas för fullt för att ge det ännu mer innehåll. Lars ser att kortet i framtiden utvecklas i rasande takt.

– Inom tre år är det här är en mobil applikation i telefonen som gör att du kan arbeta med positionsbestämning via GPS. Erbjudanden kan då skickas ut till telefonen när den befinner sig i närheten av någon camping eller annan aktör som har ett erbjudande kopplat till kortet.

LARS BERÄTTAR ATT DET finns ett jätteintresse för kortet ute i

Europa. Både bland camping- och konsumentorganisationer.

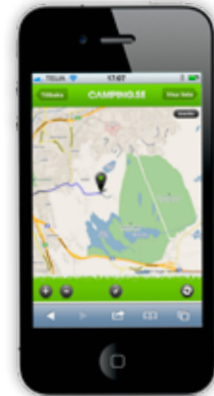
Om man sammanfattar vad Lars säger kan man konstatera att campingnäringen har ett stort driv i tillväxten och möjligheterna att utvecklas och hitta nya nischer är enorma. Så visst har Lars rätt när han säger att det gäller att ha klipp i steget för att hänga med. Och det gäller inte minst SCR själva.

– Vi måste vara lyhörda mot vad våra medlemmar behöver. För alla har inte samma behov. En mindre campingplats har vissa behov och en större kedja har helt andra. Vi ska tillgodose alla olika medlemsgrupper och ge dem affärsnytta. Ett medlemskap i SCR ska helt enkelt innebära att man tjänar pengar. Det ska se bättre ut på sista raden.

“Det är så tydligt idag att camping-
en är en tillväxt-
motor för svensk
besöksnäring.”

2011 på ett uppslag

Det händer mycket på ett år i en organisation med 461 aktiva medlemmar. På detta uppslag finns ett axplock från förra året.



Lansering av camping.se för iPhone och Android ger positiv gensvar, inte minst i media. När sommaren är slut har 100 000 besökare tittat på 1 miljon sidor.

Beslut om design för det nya kortet efter en omröstning där tre olika bidrag från lika många länder deltog. Det vinnande förslaget kommer från ANWB, den holländska organisationen i Camping Key Alliance.



Arbetet med nästa års katalog inleds samtidigt som planeringen för nästa version av camping.se.

Camping.se sponsrar TV-program i Kanal 5 och Kanal 9.

JANUARI	FEBRUARI	MARS	APRIL	MAJ	JUNI
KVARTAL 1			KVARTAL 2		
JANUARI	FEBRUARI	MARS	APRIL	MAJ	JUNI
<p>Marknadsåret inleds med det stora katalogutskicket till 265 000 hushåll i Sverige, Norge och Danmark. Därefter följde en intensiv period med PR-, mäss- och andra marknadsaktiviteter.</p> <p>Jury för Stena Line Challenge väljer ut 10 vinnande familjer som får en 14 dagars husbilsemester i Sverige tillsammans.</p> <p>Eva-Lena Milton, utbildningsansvarig på SCR, blir invald i det nationella programrådet för det nya gymnasiala yrkesprogrammet Hotell & Turism. Programmet startar hösten 2011.</p> <p>SCR och Folkspel/ Bingolotto fördjupar samarbetet som påbörjades 2011.</p>	<p>Ny version av webbterminalen för kortsystemet lanserades.</p> <p>Ett särskilt nätverk för holländska medlemmar startas.</p> <p>Gemensamt projekt med de nordiska campingplatsernas branschorganisationer med målet att göra Norden till Europas främsta husbilsdestination.</p> <p>Intensiv mässperiod i Tyskland, Danmark och Nederländerna.</p> <p>Campingplatsens uppslagsbok, 72 sidor campingkunskap, skickas till medlemmarna.</p>	<p>Årskonferens med föreningsstämma i Karlskrona tillsammans med Blekinge Campingvärdar. 150 deltagare från 70 campingplatser. Här presenterades studien Svensk Camping 2020 av HUI Research. Studien är en del i branschens strategiarbete.</p> <p>Premiär för nya SVEA med fler sidor och ny form.</p> <p>EFCO&HPA sammanträder i Dublin.</p> <p>TUR-mässan i Göteborg blev en stugupplevelse i 120 kvm.</p> <p>Kampanjer i Tyskland, Holland Finland, Norge och Danmark tillsammans med Visit Sweden.</p> <p>Sonja Stuesson, Öland, utses till årets campingföretagare.</p>	<p>Högsäsong för utbildningar. Under året har mer än 500 personer deltagit i olika kurser och utbildningar.</p> <p>Pressträff i Kungsträdgården under blommande körsbärsträd.</p>	<p>Test av integrationen mellan SCR Online och bokningssystemet TURBO inleds.</p> <p>Vårkampanjen "första natten gratis vid bokning av minst tre nätter".</p>	<p>Utländska journalistresor i Skåne och Småland.</p> <p>Hyrd stuga är svenskarnas drömmester visar undersökning som SCR genomfört som en del i stugmarknadsföringen.</p>



Nya SVEA ser dagens ljus i mars.

JULI

Högtryck på camping.se som under vecka 27 når över 100 000 unika besökare för första gången.

Fortsatta nyhetsbrev till svenska och internationella mottagare.

Högtryck på camping.se som under vecka 27 når över 100 000 unika besökare för första gången.

Rådgivningen har jour.

Nya webb-tv-inspelningar, men nu i ett nytt format. Reseinspiration och resereportage. Premiär våren 2012.



Höstkonferens på Pite Havsbad med 40 representanter från regioner, campingplatser och SCR. Arbete med medlemsundersökningen som gjorts under hösten. Fyra arbetsgrupper tillsattes, inom positionering, marknad/PR, företagsutveckling och ledarutveckling.

PR-aktivitet om vintersäsongen får uppmärksamhet i både tidningar, radio och tv.

I slutet av november var det premiär för en ny vinterportal på camping.se med erbjudanden från många av de 160 vinteröppna campingplatserna.



Stena Line Tyskland börjar sälja ett 8-dagars och ett 15-dagars rundturspaket på den tyska marknaden, handplockat med resa och boende på campingplatsen.

JULI

AUGUSTI

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER

KVARTAL 3

KVARTAL 4

JULI

AUGUSTI

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER

En majoritet av klassificeringsbesöken genomförs den här perioden.

Branschrådgivningsfunktionen är nu omorganiserad. Under sommaren har ett 15-tal journalister från tysk och nederländsk media besökt SCR-medlemmar. Besöken pågick ända in till mitten av september.

Ett nytt katalogkoncept presenteras för medlemmarna. Fler sidor, en ny stugmodul, nya priser, högre produktkvalitet och ny karta är några av nyheterna.

Stor medlemsundersökning genomförs inför årets höstkonferens med strategitema. Men den markerar också starten för nästa etapp i SCR:s strategiarbete som inleddes under 2010 med framtidsstudien Svensk Camping 2020.



Mässåret avslutas med ELMIA Husvagn & Husbil i september. Gemensam presskonferens med HRF på mässan.

Projekt avseende prisstrategier i campingnäringen tillsammans med Handelshögskolan i Göteborg.

I en medlemsenkät frågade vi om beläggningen inför vintersäsongen. 58 procent såg ökad beläggning.

Det är nu klart att Camping Key Europe ersätter Camping Card Scandinavia från 1 januari. Redan från start har kortet en miljon användare.

Tryck av 2012 års katalog och ett nytt år väntar.



Strategiarbete och Svensk camping 2020

Året som gick präglades av ett intensivt strategiarbete hos SCR. Målet har varit att stärka medlemmarnas möjligheter att utvecklas och bygga konkurrenskraftiga verksamheter.

REDAN 2010 TOGS en nationell strategi fram för svensk besöksnäring. Denna slog fast en målsättning; 2020 ska den svenska besöksnäringen fördubbla sin omsättning till mer än 500 miljarder kronor. Som en följd av detta drog SCR på hösten 2010 tillsammans med HUI Research igång en framtidsstudie – Svensk Camping 2020. Resultatet av denna presenterades på föreningsstämman 2011.

Sedan dess har SCR arbetat med att ta fram en egen strategi för hur branschen ska möta framtida utmaningar.

SOM ETT LED I DETTA ARBETE genomfördes 2011 en stor medlemsundersökning. Målet var att ta reda på vilka utmaningar medlemmarna själva ansåg att de stod inför den närmsta tiden. Undersökningens resultat låg sedan som grund för höstkonferensen som hölls på Pite Havsbad i oktober. Här analyserades resultatet och fyra strategiska utvecklingsområden för fortsatt tillväxt i branschen togs fram; företagsutveckling, ledarskap, marknadsföring och positionsförflyttning.

Höstkonferensen kommer under 2012 att följas upp med fyra workshops som syftar att höja kompetensen och

FAKTA

Några intressanta punkter ur undersökningen

- 38,4 procent av medlemmarna kommer att investera en miljon kronor eller mer de närmaste tre åren.
- 40 procent anger att de behöver externt investeringskapital.
- 82,3 procent anser att det är mycket viktig eller viktig att samverka med andra företag för att nå sina mål.
- Charterbolag, hotell, privata stuguthyrare nämns som de största konkurrenterna.
- 40 procent av medlemmar ser mycket positivt på framtiden.

medvetenheten kring samtliga fyra utvecklingsområden. Därefter sätts det upp ett program för branschen att förhålla sig till. Programmet kommer att presenteras på föreningsstämman i Karlstad 2012. Sedan börjar det omfattande arbetet med att omsätta programmet till praktisk handling. Ett arbete som kommer att ställa stora krav på förändringsvilja, men som också kommer att leda till en starkare bransch.



Utveckling av branschrådgivningen

SCR:s medlemmar har mycket varierande behov och att kunna hjälpa dem i sitt företagande är en stor och viktig utmaning för SCR.

BRANSCHRÅDGIVNING Att erbjuda rådgivning inom flera olika områden samt jourservice vid akuta ärenden är en strategisk funktion inom SCR. Under 2011 har funktionen branschrådgivning organiserats om med ett tydligare fokus på vissa utvalda områden och dessutom har den förstärkts med ytterligare en person. Här följer en kort beskrivning av gruppens huvudsakliga arbetsområden inom vilka SCR-medlemmar kan begära konsultation:

FAKTA

Detta är branschrådgivningen

- Tre personer arbetar med branschrådgivning på SCR.
- SCR är branschmedlem i Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare (SHR). Det innebär att alla medlemmar också har tillgång till branschrådgivning via SHR.
- Personal inom branschrådgivningen sköter också klassificering av svenska campingplatser.
- Exempel på ärenden under 2011: bistått medlemmar vid omvandling från arrende till tomträtt, bygg och planfrågor, förhandlingar med leverantörer, nybyggnation, markarbeten och designstudier av nya campingplatser.

LÖPANDE FRÅGESTÄLLNINGAR Avtal, fastighetsfrågor, planfrågor, miljöfrågor, fastighetstaxering och klassificeringsfrågor.

AVTAL Köpeavtal, arrendeavtal, extern arrendator, upplåtelse av mark, exploateringsavtal, gemensamhetsanläggningar, Sami, Stim och samfällighet.

MILJÖBALKEN Frågor om miljöbalken som påverkar långsiktiga investeringar.

KLASSIFICERING Frågor som rör Svensk campingstandard.

FASTIGHETSFRÅGOR Byggnader (planering), rådgivning vid ny- och ombyggnation, modulbank (ritningar på moduler till exempel familjerum), planering, avtal, aktivitetsanläggningar, VA-frågor, avloppsrening, energioptimering, handikappvänlighet och tillgänglighet.

PLAN OCH BYGG- SAMT MILJÖFRÅGOR En genomgång av nya plan- och bygglagen som trädde i kraft 2 maj 2011, samt ett arbete för att påverka framtida ändringar i lagstiftningen.



Camping Key Europe – nyckeln till nya marknader

Under 2011 färdigställdes en affärsmodell som kommer ha stor betydelse för den svenska campingbranschen och den öppnar nya marknadsföringskanaler ut i Europa.

SCR:S ARBETE MED att ta fram ett nytt europeiskt campingkort kom under 2011 in i sin slutfas. Det har varit ett flera år långt projekt som nu har resulterat i lanseringen av kortet Camping Key Europe.

Bakom kortet står campingplatsorganisationer i Sverige, Norge, Danmark och Finland samt konsumentorganisationer i Tyskland och Holland. Och det är samarbetet mellan konsumenter och producenter som är den stora fördelen med kortet. Syftet är att skapa bra affärer för bägge grupperna.

En stor fördel för SCR:s medlemmar är att de nu kan flytta fram positionerna i Europa och nå många fler konsumenter direkt. Den tyska samarbetspartnern ADAC har över 17 miljoner medlemmar och kan jämföras med vårt svenska Motormännen. Den holländska motsvarigheten har omkring 4,5 miljoner medlemmar.

Under första kvartalet 2012 kommer 1,1 miljoner kort att skickas ut. Och ännu fler samarbetspartners är på gång in.

FAKTA

Litet kort med stort innehåll

- Ersätter Camping Card Scandinavia i Sverige.
- Används i samma kundsystem (Daylight) som dagens campingkort.
- Säljs i Sverige av campingplatser och på camping.se
- Innehavaren får tillgång till värdefulla erbjudanden och en självriskfri olycksfallsförsäkring och ansvarsförsäkring.
- Ägs av det samägda bolaget Camping Key Alliance som får sitt kontor i Göteborg.

Mer info på www.campingkeyeurope.com



Online-bokningen nådde ny milstolpe

Bokningsplattformen SCR Online växer med nya samarbetspartners och etablerar sig som ett mycket viktigt strategiskt instrument inför framtiden.

2006 INLEDDE SCR en strategisk satsning för att skapa en nationell digital försäljningsplattform för campingnäringen, SCR Online.

Idag säljer cirka 160 campingplatser boende i systemet via camping.se. Totalt hanterades omkring 8 500 bokningar 2011 och under året har en integration mellan SCR Online och ytterligare ett lokalt bokningssystem blivit

FAKTA

SCR Online i praktiken

- Vanligaste bokningstiden är söndagar klockan 22–23.
- Snittpris per bokning: 1 477 SEK.
- Internationella bokningar: 27 procent.
- Målsättningen är att 100 procent av SCR:s medlemmar ska finnas bokningsbara i SCR Online.

klart, vilket är en milstolpe för projektet. Att branschen äger sin egen försäljningsplattform innebär en unik möjlighet. Det kommer på sikt att ha en positiv inverkan på branschens marginaler, flexibilitet och självstyre. Utbudet i SCR Online är nu också tillräckligt stort för en mer kraftfull säljdrivande marknadsföring, nationella erbjudanden och distribution i andra kanaler.

Det är SCR:s avsikt att utbudet, som idag finns i SCR Online och på camping.se, också ska bli tillgängligt i externa kanaler samt på campingplatsernas egna webbplatser.

Redan nu går det att boka via visitsweden.com och arrivalguides.com. Stena Lines bokningsorganisation har också direkt tillgång till utbudet. Framöver kommer fler externa kanaler, både svenska och europeiska, att ingå i försäljningsstrategin.



Ett talrikt år i back- spegeln

Ibland säger en siffra mer än tusen ord. Här är förra årets mest talrika.

15 000

Så många anställda har branschen under säsong.

10 423

Antal sålda
Camping Card
Scandinavia på
camping.se

8 946

Antal bokningar
i SCR Online.

191 304

Gäster som
prenumererar på
nyhetsbrev.

3% ÖVRIGA

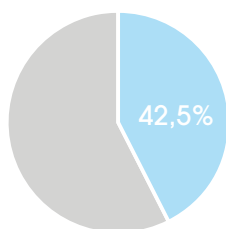
5% TYSKLAND

76% SVERIGE

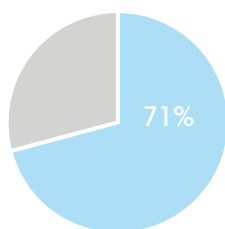
Fördelning av gäster i procent.

265 000

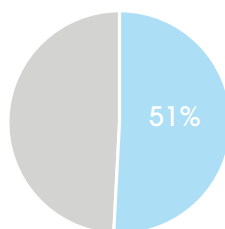
Antal svenska, norska och danska hushåll
som fick katalogen i första utskicket i januari.



Marknadsandel
alla gäster
maj–augusti.

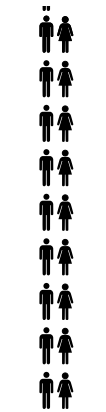


Marknadsandel
norska gäster
under juli.



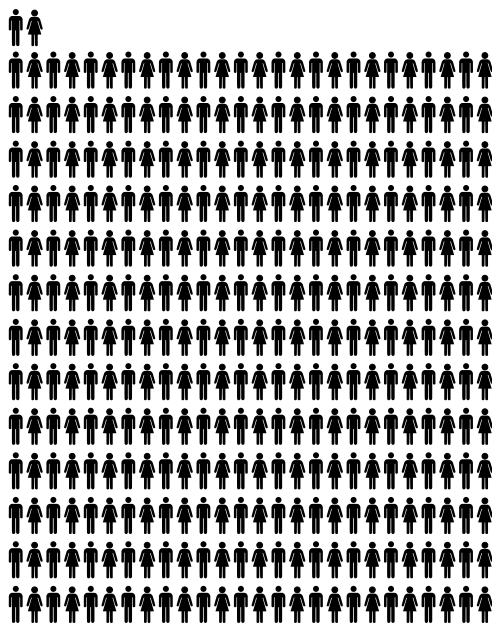
Marknadsandel
svenska gäster
under juli.

Enligt de preliminära siffrorna från SCB ökar antalet gästnätter på svenska campingplatser med **2,3** procent. Totalt ökar antalet gästnätter i Sverige för alla boendeformer (hotell, stugbyar, vandrarhem, privatuthyrning och camping) med **0,9** procent. De slutliga siffrorna kommer i april 2012.



18,1

Så många anställda har SCR.



340

Så många har gått SCR:s Frontutbildning.

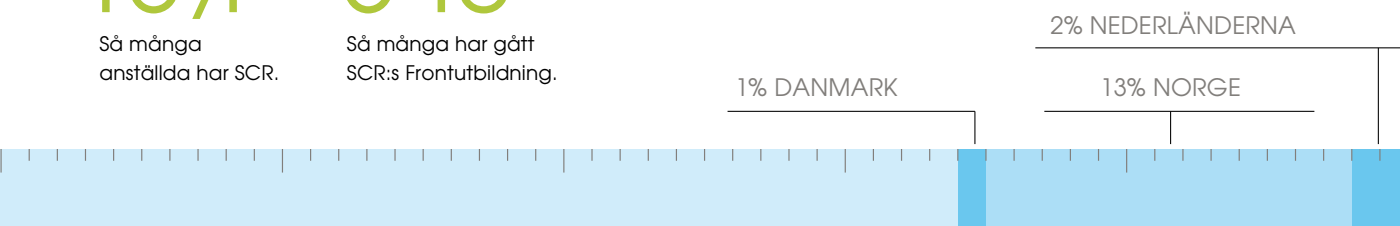


15,5%

Så mycket har stugnätterna på campingplatserna ökat de senaste 36 månaderna.



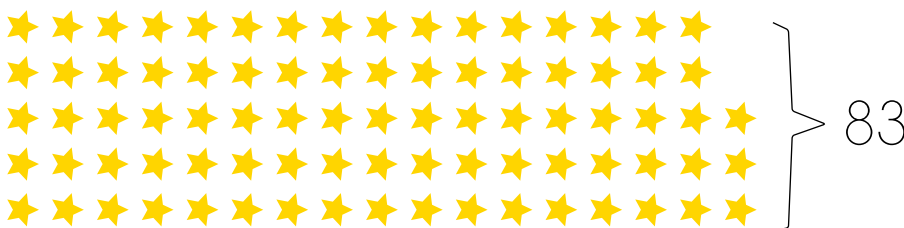
Antal annonsörer i katalogen.



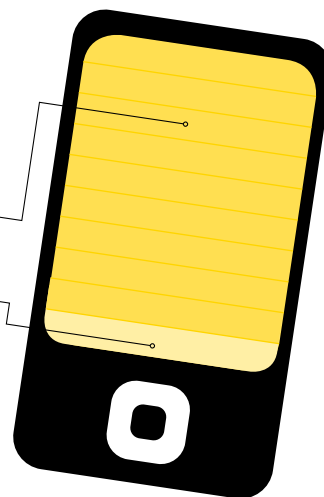
Antal femstjärniga campingplatser.



Antal fyrstjärniga campingplatser.



Mobilversionen av camping.se hade
1 000 000 sidvisningar och
100 000 besök.







VERKSAMHETSBERÄTTELSE

SÄTE

SCR har sitt säte i Göteborg.

VERKSAMHETEN

SCR grundades 1967 och är branschorganisation för svenska campingplatser.

SCR bedriver verksamhet som branschföreträdare samt inom områdena rådgivning, utbildning och marknadsföring. En viktig del i SCR:s verksamhet är att tillhandahålla rådgivning som underlättar medlemmens företagande. Rådgivningen berör områden som drift av campingplatser, juridik, bygglov och miljöbalksfrågor. Utbildningsverksamhet bedrivs med företagande och service i fokus, men också inom aktuella temaområden. SCR marknadsför svensk camping i Sverige och utomlands. SCR säljer också boende och boenderelaterade tjänster till privatpersoner på uppdrag av SCR:s medlemmar via den gemensamma försäljningsplattformen SCR Online.

SCR är regionalt representerat via personal som utgår från Örebro, Karlstad, Piteå och Göteborg.

Årets verksamhet

CAMPING CARD SCANDINAVIA

Intäkterna från försäljning av campingkort inklusive avtalet med Caravan Club uppgick till 28,3 MSEK 2010 (26,9 MSEK). Det nya campingkortsystemet som infördes 2009 har under 2011 hanterat 1 388 000 korttransaktioner.

KLASSIFICERINGSRESULTAT

Under 2011 besöktes 114 (263) campingplatser för klassificering. Klassificeringsnämnden har under året sammanträtt vid två tillfällen.

Tabellerna visar antal campingplatser som uppnått de olika nivåerna.

RESULTAT, STAPLAR

Nivå	Hygien	Miljö	Service	Rekr.anl.	Aktivitet
5	8	2	12	14	37
4	82	93	103	34	35
3	181	194	179	83	46
2	73	56	50	150	99
1	2	1	3	63	44
0	2	1	1	4	87

RESULTAT, STJÄRNOR

Stjärnor	2011	2010	2009	2008	2007
5	10	9	10	12	11
4	83	75	101	182	141
3	181	182	251	222	195
2	70	78	43	12	95
1	1	2	2	1	3
0	1	1	2	0	0
VM	2	2	2	2	2
	348	349	411	431	447

UTBILDNING

Grundutbildningen har genomförts vid 4 (5) tillfällen med 52 (44) deltagare från 32 (34) anläggningar. 340 (411) personer har genomgått frontutbildningen. Dessutom har det genomförts temautbildningar inom säkerhet vid tre tillfällen med 53 (39) deltagare från 29 (13) anläggningar, tema städ vid tre tillfällen med 39 (12) deltagare från 13 (5) anläggningar. Årets nyhet var en temadag i försäljning som genomfördes vid 2 tillfällen med 35 deltagare från 23 anläggningar. 145 personer har genomgått e-learning utbildning på Medlemsnätet.

I SCR:S, SLAO:S och SHR:S gemensamma utbildningsprogram, Upplevelseakademin, kan medlemmarna ta del av respektive organisations utbildningsprogram.

Marknadsföring

Temat för 2011 års marknadsarbete var ”året runt”. I olika insatser har de fina möjligheterna till semesterupplevelser även på vår, höst och vinter lyfts fram. För att underbygga temat genomfördes en kampanj med ett rabatterbjudande under maj och september. I enlighet med beslut på för- eningsstämman 2010 i Leksand har också stugprodukten lyfts fram ytterligare och finns från och med 2012 också med i katalogen i en särskild stugmodul. I december 2011 lanserades ett vinterkoncept på camping.se. I Sverige riktas marknadskommunikationen framförallt till målgrupperna; barnfamiljer, 55-plus och äventyrare.

SCR arbetar med marknadsföring efter en modell med tre hörnstenar: presentera, inspirera och sälja.

PRESENTERA

Marknadsföra SCR:s medlemmar i Sveriges ledande sök- medier i både tryckta och digitala kanaler (katalog, webb, mobil).

INSPIRERA

Inspirera till boende genom målgruppsinriktade marknads- och kommunikationsinsatser i form av tex PR-arbete, mässor, webb-tv, annonsering, och nyhetsbrev.

SÄLJA

Vi ska sälja boende via branschens medlemsägda natio- nella försäljningsplattform, SCR Online, men även skapa indirekta bokningar för medlemsföretagen.

KATALOG

Vecka två, 2011, distribuerades det första utskicket av Sveriges största campingkatalog till cirka 265 000 hushåll (211 000). Totalupplagan var 1 050 000 exemplar i tre språkeditioner, varav 700 000 svenska, 200 000 tyska och 150 000 engelska.

Årets katalogtema byggde på de fyra årstiderna. Den engelska och tyska katalogen har anpassats ytterligare för den europeiska marknaden. Det innebar ännu mer Sverige- information och förslag på sevärdheter i hela Sverige. Katalogen innehöll också flera nya annonsformat, bland annat en tresidig panoramaannons och ett annonstorg med ett 30-tal mindre annonser som syns både i katalogen och på camping.se.

WEBB

camping.se hade under året 958 000 unika besökare. Detta motsvarar en ökning med 19,6 procent. Totalt gjordes 2,4 miljoner besök på någon av SCR:s webb- kanaler – camping.se, camping.se/plus, camping.se/play och stuga.nu – under 2011.

I maj lanserades en mobil version av camping.se för iPhone och Android. Gästen kan bland annat söka boende och korterbjudanden via telefonens GPS. Under året har SCR inlett arbetet med nästa version av camping.se som har premiär till sommaren 2012.

MARKNAD EUROPA

SCR har ett samarbetsavtal med VisitSweden avseende mark- nadsföring i Tyskland, Nederländerna, Norge, Danmark m fl. Avtalet omfattar mässamverkan, annonsering, PR, katalogdistribution, Call center, kampanjer och försälj- ning av boende i Visit Swedens kanaler. Drygt 25 procent av branschens gästnätter är internationella.

PR

SCR arbetar löpande med PR genom aktivt PR-arbete som omfattar journalistresor, pressmeddelanden och en årligt återkommande pressträff. 2011 års pressträff genomfördes i Kungsträdgården tillsammans med Husvagnsbranschens Riksförbund. Närvarade gjorde också företrädare för sam- arbetsprojektet med Högskolan för Design och Konsthant- verk i Göteborg.

Under året har det genomförts ett 15-tal tyska och hol- ländska journalistbesök på svenska campingplatser. Under 2011 blev det samlade mediavärdet av SCR:s PR-insatser i Sverige 30,2 MSEK exklusive lokal-tv och radio, enligt mätning genomförd av Infopaq.

FÖRSÄLJNING AV BOENDE VIA SCR ONLINE

SCR Online är försäljningsplattformen för campingboende som är öppen för alla medlemmar. Via camping.se erbjuds idag Sveriges största bokningsbara utbud av camping och stugor. SCR Online är en strategisk viktig del av den digi- tala marknadsföringen. Under 2011 sålde 150 camping- platser boende för totalt 11,8 MSEK (7,1 MSEK). Via SCR Online erbjuds även en komplett bokningsfunktion till campingplatsens egen webbplats.

Anläggningar som säljer boende via SCR Online är också bokningsbara via partners som visitSweden.com, arrivalguides.com och facebook.com.

MÄSSOR

2011 medverkade SCR på cirka 15 olika mässor i Sverige och utomlands. Det är i linje med 2010.

NYHETSRETV

Under året har SCR skickat 25 nyhetsbrev till svenska och internationella gäster. Vid årets utgång uppgick antalet prenumeranter till 191 304 (140 615).

Exempel på kampanjer och marknadsaktiviteter

Pressträff i Kungsträdgården Ett 20-tal journalister besökte SCR:s och HRF:s pressträff i Kungsträdgården i april.

PR-KAMPANJ

SCR har varit huvudpartner tillsammans med Visit Sweden i en PR-kampanj på den holländska marknaden. Andra medverkande var regionförbundet i Kalmar, destination Småland, Smålands Turism och Astrid Lindgrens Värld.

CAMPING.SE FÖR IPHONE OCH ANDROID

Lansering av en version av camping.se för iPhone och Android. Under året har den använts av 100 000 besökare som tillsammans besökt 1 miljon sidor.

FÖRSTA NATTEN GRATIS

Första natten gratis var en gemensam kampanj för alla som säljer boende via SCR Online. Gäster som bokade minst tre nätter via camping.se fick under perioderna maj och september en natt gratis.

TV

SCR:s billboard gick i Kanal 5 och Kanal 9 under vecka 17 till 20. Kampanjen var lyckad och gav direkt effekt på camping.se.

SAMARBETE MED HÖGSKOLAN FÖR DESIGN OCH KONSTHANTVERK

SCR genomförde ett samarbetsprojekt kring framtidens campingupplevelse med HDK i Göteborg. Resultatet uppmärksammades i media och ställdes bland annat ut på pressträffen och TUR-mässan.

E-HANDELSBUTIK MED GRILLFOKUS

Grillen är en viktig del av semestern och SCR erbjuder via ett samarbete förmånliga kortpriser på delar av Webers sortiment.

TUR-MÄSSA MED STUGTEMA

SCR:s monter på TUR-mässan dominerades 2011 av stuginteriörer samt en utställning av HDK-elever.

STENA LINE CHALLENGE

SCR deltog 2011 i projektet Stena Line Challenge. En resa i Sverige med tyska gäster i tio husbilar. Under resan gjordes ett flertal artiklar för tysk press, gästerna bloggade om sina upplevelser och projektet marknadsfördes offensivt i Tyskland.



Under året genomfördes en mängd PR-kampanjer.



Camping.se lanserades på både iPhone och Android.



Kampanj via SCR Online – få första natten gratis.



Presenterade program i Kanal 5 och Kanal 9 under 2011.



SCR:s samarbete med Weber gav billiga grillar.



HDK-elever bidrog med nytänkande till 2011 års Turmässan.



Tio husbilar åkte Sverige runt med tyska turister. En resa som gav flera artiklar i tysk press.

Organisation

STYRELSE OCH REVISORER

Styrelsen har under verksamhetsåret haft följande sammansättning:

Årtalet anger vid vilken föreningsstämma valperioden utgår.

ORDFÖRANDE

Eva Werkelin, Visby, 2012

VICE ORDFÖRANDE

Peter Angergård, Göteborg, 2013

LEDAMÖTER

Pär Allanson, Falun, 2013

Michael Carlsson, Västervik, 2013

Annika Hofmann, Göteborg, 2012

Thomas Berg, Karlskrona, 2012

David Pantzar, Gränna, 2012

Catrin Sörenson, Färjestaden, 2012

Clemens Wantschura, Norrköping, 2013

REVISORER

Mona Granath, Trollhättan, 2012

Ulf Nordentjell, Karlstad, 2012

REVISORSSUPPLEANTER

Patrik Carlén, Uddevalla, 2012

Ingela Grytfors, Uddevalla, 2012

VALBEREDNING

Erling Mikaelsson, Byske, *sammankallande*, 2012

Gunnar Stenberg, Karlskrona, 2012

Sten Fylkner, Stockholm, 2012

Eva Bylander, Eldsberga, 2012

STYRELSENS ARBETSSÄTT

Styrelsen har under året sammanträtt 9 gånger varav 2 telefonmöten. Arbetsutskottet har sammanträtt vid 6 tillfällen varav 4 telefonmöten.

Arbetsutskottet har i första hand svarat för beredning av ärenden till styrelsen, men också fattat beslut i frågor som delegerats av styrelsen, samt deltagit i SCR:s externa verksamhet.

SCR:S ARBETSUTSKOTT 2011

Eva Werkelin, Visby

Peter Angergård, Göteborg

Michael Carlsson, Västervik

ÅRSKONFERENS OCH FÖRENINGSTÄMMA

Årets föreningsstämma och årskonferens hölls i Karlskrona i samarbete med Blekinge Campingvärdar. Föreningsstämma hölls den 30 mars.

HÖSTKONFERENS

I oktober genomfördes höstkonferensen på Pite Havsbad med deltagare från regioner, styrelse samt SCR.

RESEGARANTI

SCR har inte ställt resegaranti för 2011, men alla medlemmar i SCR har möjlighet att delta i SHR:s resegaranti genom branschmedlemskapet.

EFCO&HPA

SCR är medlem i det europeiska samarbetsorganet European Federation of Campingsite Organisations and Holiday Parks Associations, EFCO&HPA. SCR har under 2011 representerats av Peter Angergård och Lars Isacson. SCR har under 2011 deltagit vid två EFCO-möten. Lars Isacson har också varit medlem i EFCO&HPA Management Committee.

PÄR ALLANSON

Falun

CLEMENS WANTSCHURA

Norrköping

EVA WERKELIN

Visby

ANNIKA HOFMANN

Göteborg

PETER ANGERGÅRD

Göteborg

THOMAS BERG

Karlskrona

DAVID PANTZAR

Gränna



NORDISKT CAMPINGRÅD

SCR är medlem i Nordiskt Campingråd. Finland har varit värdland under året. SCR har representerats av Peter Angergård och Lars Isacson.

SVENSK TURISM

SCR är delägare i Svensk Turism AB som ansvarar för näringsens ägarfrågor i VisitSweden som samägs med den svenska staten. SCR representeras i styrelsen för Svensk Turism av SCR:s styrelseordförande Eva Werkelin.

HUI RESEARCH FD TURISMENS UTREDNINGSSINSTITUT

Under 2010 gick Turismens Utredningsinstitut och Handelns Utredningsinstitut ihop och bildade ett gemensamt bolag. Lars Isacson är styrelseledamot i bolaget som ägs av Svensk Handel och SHR till lika delar.

SHR

Sedan 2009 är alla SCR-medlemmar också branschmedlemmar i Sveriges Hotell- och Restaurangföretagare (SHR). Arbetsgivarmedlemskap inklusive kollektivavtal kan tecknas separat av enskild medlem och ingår inte i branschmedlemskapet.

Medlemmar

Antalet medlemmar i SCR per 2011-12-31 uppgick till 461 (462).

MEDLEMSINFORMATION

Tidningen SVEA har utkommit med fyra nummer i totalt 12 000 exemplar. Inför 2011 arbetades hela tidningen om med ny form och nytt innehåll. Antalet sidor utökades till 40 (24). Tidningen distribueras i första hand till medlemmar, men också till kommuner och turistorganisationer i Sverige. E-postnyhetsbrevet, Nytt från SCR, skickades 11 gånger under 2011. SCR:s uppslagsbok har skickats ut till alla medlemmar.

REGIONAL VERKSAMHET

SCR:s fem campingkonsulenter har i likhet med tidigare år bistått medlemmarna under året.

BRANSCHRÅD GIVNING

SCR:s branschrådgivare har bistått medlemmarna under året med frågor som rör drift, nybyggnadsplaner, miljöbalksfrågor samt myndighetskontakter.

ASSOCIERADE PARTNERS

SCR har under året haft 80 (76) Associerade Partners och ordnat en gemensam träff för Associerad Partner där partnerarbetet utvärderats och utvecklats.

PRISTAGARE

SCR:s campingpris Mellan Tummen och Pekingret delades 2011 ut för 22:a gången. Priset tilldelas person, företag eller organisation som har gjort särskilt förtjänstfulla insatser för utveckling av svensk camping. Årets pristagare blev Sonja Sturesson, Sonjas Camping, Öland. 2009 instiftades även stipendiet Tummen Upp, ett sätt för SCR att uppmärksamma en ung företagare inom campingnäringen. Vinnaren 2011 blev Fredrik Hedlund, Fyrishov.

Personal

Medelantalet anställda personer uppgick till 18,1 (18,5).

LÖNER

I redovisningen nedan ingår ersättning till anställd personal, arvoden till styrelseledamöter, arbetsgrupper samt personer med tillfällig tjänstgöring, exempelvis under mässor. Styrelsen omfattar de personer som fått årsarvoden 2011. Lönebeloppet är inklusive års- och arbetsarvoden varav årsarvoden, för hela styrelsen uppgår till 217 000 SEK, samt skattepliktiga traktamenten och reseersättningar. I enlighet med föreningsstämmans beslut har arvoden till styrelsens ordförande varit 62 000 SEK. VD:s årslön uppgick till 1 026 448 SEK. Därutöver har VD tjänstebil.

VD erhåller pensionspremie enligt normal ITP-standard. Beloppen inkluderar lön och arvoden inklusive skattepliktiga traktamenten och reseersättningar, dock inte värden av förmåner.

LÖNER OCH ERSÄTTNINGAR 2011

TSEK	2011	2010
Styrelse och VD	1 490	1 509
Anställda	7 613	7 039
Övriga	179	468
TOTALT	9 282	9 016

FLERÅRSJÄMFÖRELSE

TSEK	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
Intäkter	59 082	53 745	46 929	41 033	41 135	35 609	38 508	35 410	37 323	34 917
Summa eget kapital	5 275	5 114	4 755	4 879	5 054	4 845	4 410	2 765	4 119	3 953
Obeskattade reserver	736	763	763	835	835	835	575	0	0	260
Resultat före finansiella	710	801	403	442	780	1 289	3 094	-796	275	1 576
Resultat efter finansiella	352	495	109	67	426	972	2 601	-1 289	-211	997
Balansomslutning	12 476	13 314	21 131	20 384	13 609	15 608	13 353	14 837	11 962	10 379
Soliditet	46,0%	42,5%	25,1%	26,9%	41,6%	34,9%	36,1%	18,6%	34,4%	39,9%
Avkastning på totalt kapital	6,0%	6,0%	1,9%	2,2%	5,7%	8,3%	23,2%	neg	2,3%	15,2%
Avkastning på eget kapital	6,0%	8,7%	2,1%	1,2%	7,5%	17,8%	53,9%	neg	neg	24,1%

NYCKELTALSDEFINITIONER

Soliditet: Eget kapital och obeskattade reserver i förhållande till balansomslutningen.

Avkastning på totalt kapital: Resultat före avdrag för räntekostnader i förhållande till balansomslutningen.

Avkastning på eget kapital: Resultat efter finansiella poster i förhållande till eget kapital och obeskattade reserver.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION, SEK

Styrelsen föreslår att till föreningsstämmans förfogande stående medel:

Balanserad vinst	2 168 346
Årets resultat	214 758
Totalt att disponera	2 383 104

Disponeras enligt följande:

Balanseras i ny räkning	2 383 104
--------------------------------	------------------

RESULTATRÄKNING

RÖRELSENS INTÄKTER, SEK

	NOT	2011	2010
Nettoomsättning		58 035 274	52 997 363
Övriga rörelseintäkter		1 046 922	747 268
Summa intäkter mm		59 082 196	53 744 631

RÖRELSENS KOSTNADER

Direkta kostnader		-25 946 801	-23 026 655
Övriga externa kostnader	1	-16 365 150	-13 798 023
Personalkostnader	2	-14 112 465	-14 015 072
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	3	-1 947 293	-2 103 755
Summa rörelsens kostnader		-58 371 709	-52 943 505

RÖRELSERESULTAT

710 487 **801 126**

Resultat från finansiella poster

Resultat från andelar i koncernföretag		-	1 663
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		51 429	78 435
Räntekostnader och liknande resultatposter		-409 505	-385 814
Summa resultat efter finansiella poster		-358 076	-305 716

RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER

352 411 **495 410**

Bokslutsdispositioner	4	27 000	-
Summa resultat före skatt		379 411	495 410

Skatt på årets resultat		-164 653	-178 338
-------------------------	--	----------	----------

ÅRETS RESULTAT

214 758 **317 072**

BALANSRÄKNING

TILLGÅNGAR, SEK	NOT	2011-12-31	2010-12-31
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Dataprogram	5	506 411	1 012 820
Övriga immateriella anläggningstillgångar	6	384 000	1 186 685
		890 411	2 199 505
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	7	810 150	1 342 205
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i dotter- och intresseföretag	8	840 000	840 000
Summa anläggningstillgångar		2 540 561	4 381 710
Omsättningstillgångar			
Varulager m.m.			
Varor och förnödenheter		589 302	427 423
Pågående tjänsteuppdrag	9	1 980 351	1 797 156
		2 569 653	2 224 579
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		669 701	1 450 967
Aktuella skattefordringar		564 256	250 728
Övriga fordringar		810 672	412 267
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		3 633 596	4 367 459
		5 678 225	6 481 421
Kassa och bank	10	1 687 095	226 773
Summa omsättningstillgångar		9 934 973	8 932 773
SUMMA TILLGÅNGAR		12 475 534	13 314 483
EGET KAPITAL OCH SKULDER, SEK			
	NOT	2011-12-31	2010-12-31
Bundet eget kapital			
Inbetalda insatser och emissionsinsatser		2 892 000	2 946 000
Fritt eget kapital			
Balanserad vinst eller förlust		2 168 346	1 851 274
Årets resultat		214 758	317 072
		2 383 104	2 168 346
SUMMA EGET KAPITAL		5 275 104	5 114 346
Obeskaffade reserver	12	736 000	763 000
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	10	–	852 902
Skulder till kreditinstitut		292 754	728 461
Leverantörsskulder		3 249 831	2 309 649
Skulder till koncernföretag		93 202	98 802
Övriga skulder		321 657	313 806
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		2 506 986	3 133 516
Summa kortfristiga skulder		6 464 430	7 437 136
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		12 475 534	13 314 483
Ställda säkerheter			
För egna skulder och avsättningar			
Företagsinteckningar		13 000 000	13 000 000
Kundfordringar (factoring)		292 754	728 461
Summa		13 292 754	13 728 461
Ansvarförbindelser		Inga	Inga

TILLÄGGSUPPLYSNINGAR

REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

Allmänna upplysningar

Årsredovisningen har upprättats enligt årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd. Fordringar upptas till det belopp, som efter individuell bedömning beräknas bli betalt. Om inte annat framgår är redovisningsprinciperna oförändrade jämfört med föregående år.

Intäktsredovisning

Inkomsten redovisas till verkligt värde av vad företaget fått eller kommer att få.

Pågående tjänsteuppdrag

Framtagande av campingkatalog för medlemmars räkning redovisas som pågående uppdrag. Värdering har skett till nedlagda kostnader med avdrag för fakturerade intäkter.

Varulager

Varulagret har värderats till det lägsta av dess anskaffningsvärde och verkligt värde på balansdagen.

Skatter

Redovisade inkomstskatter innefattar skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år samt justeringar avseende tidigare års aktuella skatt. Skatteskulder/-fordringar värderas till vad som enligt företagets bedömning ska erläggas till eller erhållas från skattemyndigheten. Bedömningen görs enligt de skatteregler och skattesatser som är beslutade. För poster som redovisas i resultaträkningen, redovisas även därmed sammanhängande skatteeffekter i resultaträkningen. Uppskjuten skatt avseende framtida skatteeffekter redovisas inte i resultat- och balansräkningarna.

NOTER

NOT 1

Leasingavtal

Samtliga leasingavtal redovisas som hyresavtal (operationella leasingavtal).

NOT 2

Anställda och personalkostnader

Specificerad redovisning har lämnats i förvaltningsberättelsen.

NOT 3

Avskrivningar

Anläggningstillgångar skrivs av enligt plan över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde. Följande avskrivningsprocent tillämpas:

Immateriella anläggningstillgångar

Förvärvade programvaror	20%
Klassificering av campingplatser	33%
Hemsida	20%

Materiella anläggningstillgångar

Inventarier	20–25%
-------------	--------

NOT 4

Bokslutsdispositioner

	2011	2010
Avsättning till periodiseringsfond	-208 000	-
Återföring från periodiseringsfond	485 000	-
Förändring av överavskrivningar	-250 000	-
Summa	27 000	-

NOT 5

Dataprogram	2011-12-31	2010-12-31
Ingående anskaffningsvärden	2 125 484	2 125 484
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 125 484	2 125 484
Ingående avskrivningar	-1 112 664	-606 252
Årets avskrivningar	-506 409	-506 412
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1 619 073	-1 112 664
Utgående redovisat värde	506 411	1 012 820

NOT 6

Övriga immateriella anläggningstillgångar

	2011-12-31	2010-12-31
Ingående anskaffningsvärden	3 625 105	3 625 105
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	3 625 105	3 625 105
Ingående avskrivningar	-2 438 420	-1 489 332
Årets avskrivningar	-802 685	-949 088
Utgående ackumulerade avskrivningar	-3 241 105	-2 438 420
Utgående redovisat värde	384 000	1 186 685

NOT 7

Inventarier, verktyg och installationer

	2011-12-31	2010-12-31
Ingående anskaffningsvärden	2 673 122	2 791 153
Inköp	127 698	19 850
Försäljningar och utrangeringar	-50 462	-137 881
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 750 358	2 673 122
Ingående avskrivningar	-1 330 917	-733 533
Försäljningar och utrangeringar	28 701	50 875
Årets avskrivningar	-637 992	-648 259
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1 940 208	-1 330 917
Utgående redovisat värde	810 150	1 342 205

NOT 8

Andelar i koncernföretag	Org nr	Säte	Beräknat eget kapital
Nordisk Campingservice AB (helägt vilande dotterbolag)	556291-8333	Uddevalla	120 000
Svensk Turism AB	556452-7157	Stockholm	7 799 000
	Kapitalandel %	Rösträttsandel %	Bokfört värde
Nordisk Campingservice AB	100	100	120 000
Svensk Turism AB	25	25	720 000
Summa			840 000

NOT 9

Pågående tjänsteuppdrag	2011-12-31	2010-12-31
Nedlagda kostnader	2 344 136	2 051 363
Fakturerade delbelopp	-363 785	-254 207
Summa	1 980 351	1 797 156

NOT 10

Checkräkningskredit	2011-12-31	2010-12-31
Beviljat belopp på checkräkningskredit uppgår till	4 000 000	4 000 000
Utnyttjad kredit uppgår till	-	892 902

NOT 11

Förändring av eget kapital	Inbetalda insatser	Balanserat resultat	Årets resultat
Belopp vid årets ingång	2 946 000	1 851 274	317 072
Förändring av insatskapital	-54 000		
Disposition av föregående års resultat		317 052	-317 052
Årets resultat			214 758
Belopp vid årets utgång	2 892 000	2 168 326	214 778

NOT 12

Obeskattade reserver	2011-12-31	2010-12-31
Akkumulerade överavskrivningar	250 000	-
Periodiseringsfond vid 2006 års taxering	-	485 000
Periodiseringsfond vid 2007 års taxering	278 000	278 000
Periodiseringsfond vid 2012 års taxering	208 000	-
Summa	736 000	763 000

GÖTEBORG 7 FEBRUARI 2012

Eva Werkelin <i>Ordförande</i>	Lars Isacson <i>Verkställande direktör</i>
Pär Allanson	Peter Angergård
Thomas Berg	Michael Carlsson
Annika Hofmann	David Pantzar
Catrin Sörenson	Clemens Wantschura

REVISIONSBERÄTTELSE

Till föreningsstämman i Sveriges Camping & Stugföretagares Riksorganisation Ekonomisk Förening. Org nr 716408-5602.

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNING

Vi har reviderat årsredovisningen för Sveriges Camping och Stugföretagares Rikorganisation Ekonomisk Förening för år 2011.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen

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

Revisorernas ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur föreningen upprättar årsredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i föreningens interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen.

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

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av föreningens finansiella ställning per 31 december 2011 och av dess finansiella resultat för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att föreningsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen.

RAPPORT OM ANDRA KRAV ENLIGT LAGAR OCH ANDRA FÖRFATTNINGAR

Utöver vår revision av årsredovisningen har vi även reviderat förslaget till dispositioner beträffande föreningens vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Sveriges Camping och Stugföretagares Riksorganisation Ekonomisk Förening för år 2011.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande föreningens vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt lagen om ekonomiska föreningar.

Revisorernas ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande föreningens vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande föreningens vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med lagen om ekonomiska föreningar.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i föreningen för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldiga mot föreningen. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med lagen om ekonomiska föreningar, årsredovisningslagen eller föreningens stadgar.

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

Uttalanden

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

Uddevalla 7 februari 2012

MONA GRANATH
Auktoriserad revisor

ULF NORDENFJELL
Revisor









SCR · Box 5079 · Mässans Gata 10 · SE-402 22 Göteborg
Tel +46(0)31-355 60 00 · Fax +46(0)31-355 60 03 · info@scr.se · www.scr.se

