

ETT ÅR MED

SVENSK CAMPING

2014

Årsredovisning för SCR Svensk Camping Ekonomisk Förening



SCR
SVENSK CAMPING

INNEHÅLL

VD har ordet	4
Kort om SCR	5
Vision 2020	5
Verksamhet	6
Året i siffror	10
Verksamhet	12
Medarbetare	16
Styrelse	17
Ekonomisk redovisning	20

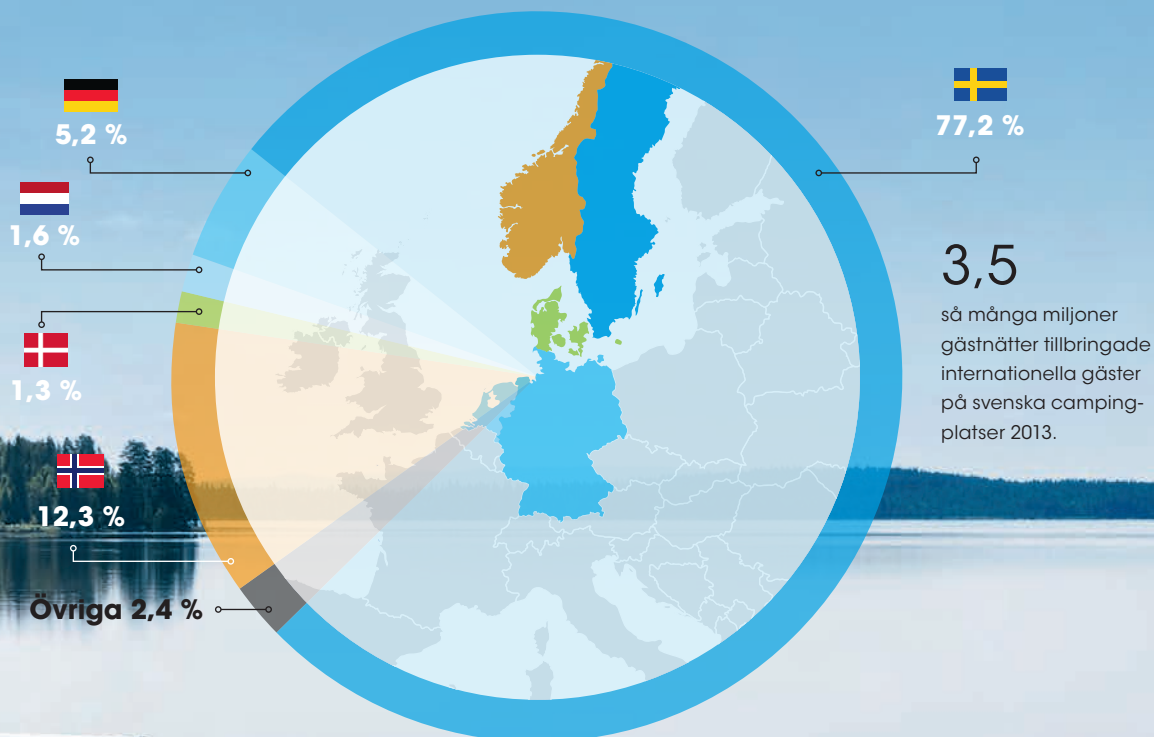


Styrelsen för SCR Svensk Camping Ekonomisk Förening får härmed avge föreskriven årsredovisning över verksamheten under räkenskapsåret 1 januari – 31 december 2014.

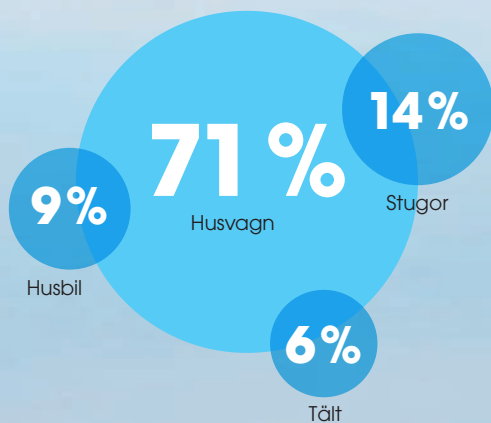
SVERIGES STÖRSTA SEMESTERBOENDE

Antal gästnätter på svenska campingplatser fortsätter att öka. Totalt hade branschen 14 497 000 gästnätter 2013, en ökning med 3,3 procent. Preliminära siffror indikerar att antalet gästnätter på Sveriges campingplatser ökade med 4,8 procent till 15,2 miljoner under 2014. Mest ökar husbilsboendet som de senaste fem åren ökat med mer än 40 procent.

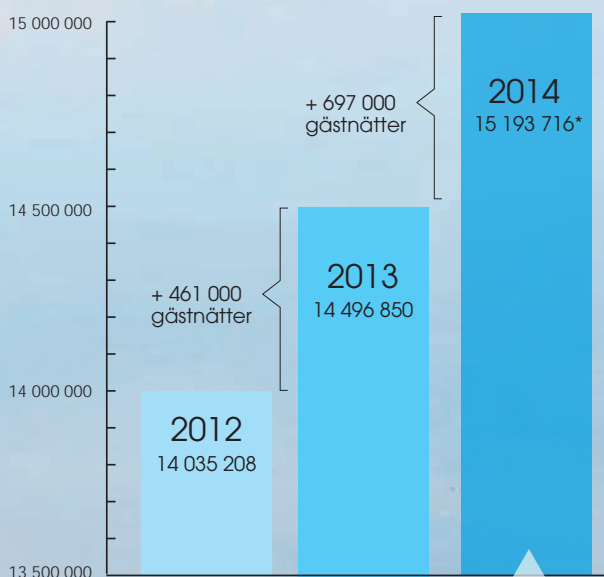
HÄRIFRÅN KOMMER GÄSTERNA



SÅ BODDE GÄSTERNA



GÄSTNÄTTER PÅ CAMPINGPLATSERNA



BRANSCHENS MARKNADSANDEL I TURISTSVERIGE UNDER JUNI-AUG. PROCENT AV ALLT KOMMERSIELLT BOENDE I SVERIGE.

46%

*Preliminära siffror för 2014 visar på en ökning av antalet gästnätter på svenska campingplatser med:

+4,8%



Mitt i en kraftfull framåtrörelse

När man ska sammanfatta ett år inser man ganska snabbt att ett årsskifte är en fiktiv slutpunkt. Det finns inget tydligt före och efter. Vi befinner oss i en kontinuerlig framåtrörelse som svepte igenom 2014 och fortsätter föra oss framåt. En sammanfattning av ett år blir därför som en ögonblicksbild av en utvecklingsprocess.

Den absolut tydligaste delen av denna framåtrörelse är att campingnäringen fortsätter att växa. Vår roll som den kanske starkaste motorn i svensk besöksnäring blev än tydligare 2014. Eller vad sägs om dessa preliminära siffror från SCB: Totalt växte antalet gästnätter på campingplatser med 4,8 procent till 15,2 miljoner. Under den svenska högsäsongen skedde nästan hälften av alla kommersiella övernattningar på en campingplats. Siffrorna talar sitt tydliga språk – utan campingnäringen stannar Semestersverige.

MÖJLIGGÖR TILLVÄXT

En sådan tillväxt ställer inte bara höga krav på oss och våra medlemmar utan även på beslutsfattare som påverkar hur vi kan agera på marknaden. Ska vi fortsätta att växa gäller det att underlätta och förbereda. Under 2014 drog vi därför igång Projekt Hinderröjning. Inom ramen för detta har vi identifierat företeelser som upplevs stå i vägen för utveckling och tillväxt. Vårt sätt att närma oss detta är

dialog. Vi samtalar med kommuner och tillsynsmyndigheter för att skapa förståelse och samsyn. Ett grundläggande arbete som kommer att fortsätta under 2015.

WEBBEN ALLT STARKARE

En annan rörelse vars konturer blivit ännu skarpare under 2014 är hur försäljningen via webben fortsätter växa. I vår vision "20 punkter för 2020" (se alla punkter här intill), som vi antog för tre år sedan, slog vi fast att webben ska vara vår största säljkanal 2020. Och vi är på väg dit. Under 2014 ökade försäljningen via SCR Online och Camping.se med 82 procent! Vår position här är mycket gynnsam. Branschen äger själv den största distributionskanalen, Camping.se. Vi kommer

fortsätta att utveckla denna kraftfullt och i marknadsföring driva försäljningen till webben.

**"VI VERKAR I EN BRANSCH
MED SJÄLVFÖRTROENDE
OCH UTVECKLINGSIVER."**

KRAFTFULLT VERKTYG

En grundbult i vår verksamhet är Camping Key Europe. Europas största campingkort som nu finns i 17 länder. Det är inte bara en viktig del i vår finansiering, utan också det kraftfullaste verktyget för att lära känna våra gäster. När kortet används korrekt skapas data som är ovärderlig. Under 2014 vässades analysarbetet av denna data. Alla campingplatser får den nya Campingrapporten varannan



vecka. En sammanställning av vilka deras besökare var. Här skapas insikter som genererar effektivare marknadsföring och utvecklingsbeslut som bygger på fakta.

NÖJDA MEDLEMMAR

Under 2014 genomförde vi också en stor medlemsundersökning. Denna bekräftade att vi är på rätt väg. Ett nöjdhetsindex på 69 är ett kvitto på det. Undersökningen ger oss också möjlighet att satsa hårdare på de områden som medlemmarna tycker är viktiga. På följande sidor kan du läsa mer i detalj vad som hänt under 2014. Framtidsvisionen är tydlig. Vi verkar i en bransch med självförtroende och utvecklingsiver. 2015 kommer bli spännande.

Trevlig läsning!



LARS ISACSON, VD SCR SVENSK CAMPING

Lars Isacson



VERKSAMHET SCR Svensk Camping grundades 1967 och är branschorganisation för Sveriges camping- och stugföretagare. SCR ger medlemmarna utbildning och rådgivning, samt marknadsför svensk camping i Sverige och utomlands. SCR Svensk Camping är medlem i Nordiskt Campingråd, European Federation of Camping-site Organisations and Holiday Park Associations (EFCO&HPA) och Svensk Turism.

MEDLEMMAR SCR Svensk Campings ca 450 medlemmar hittar du över hela Sverige.

VISION 2020 - 20 PUNKTER FÖR 2020

1. Webben har blivit branschens dominerande kommunikationskanal
2. Försäljningen sker huvudsakligen via webben
3. Vi har koll på alla nya kommunikationskanaler
4. Vi genomför regelbundet målgrupps- och köpmotivanalyser
5. Det finns ett väl utvecklat nationellt, regionalt och lokalt pr-arbete
6. Vi arbetar med nya säsongsbenämningar och tematiseringar
7. Säljkompetensen och exportmognaden har ökat
8. Vi sammanställer varje år en omvärlds- och trendrapport med branschstatistik
9. Vi vet hur man arbetar med strategisk prissättning och vilka effekter det ger
10. Branschens närvaro i det offentliga samtalet har ökat markant
11. Vår bransch är attraktiv på arbetsmarknaden
12. Vi har utvecklat riktlinjer för nya medlemskriterier
13. Branschen arbetar efter konkreta affärs- och marknadsplaner
14. Vi har väl utarbetade verktyg för kvalitetssäkring av anläggningarna
15. Det finns fleråriga tillväxtprogram att delta i
16. Vi har kunskap om vilka offentliga medel som finns att ansöka om och hur det går till
17. Branschen och myndigheter har ett självklart samarbete
18. Vi har ett flertal duktiga mentorer och rådgivare knutna till oss
19. Vi erbjuder ledar- och organisationsutvecklingsprogram
20. Vi lyfter fram goda exempel på lyckade satsningar

Vision 2020 antogs på antogs på föreningsstämman 2012 i Karlstad.

Nöjda medlemmar

Under 2014 genomförde SCR Svensk Camping, tillsammans med TNS Sifo, en stor medlemsundersökning. Resultatet: En klart övervägande majoritet är nöjda med sitt medlemskap.

Undersökningen visar på ett nöjdhetsindex på 69. Detta är högre än medelvärdet för andra organisationer som gör samma typ av mätningar.

Högst betyg gavs åt arbetet med PR, opinionsbildning, medlemservice och marknadsföring av medlemsanläggningar via Camping.se och katalogen Svensk Camping.

FÖRBÄTTRINGSOMRÅDEN

I undersökningen kan man också utläsa att det finns olika förväntningar och nöjdhet, i första hand utifrån storlek på anläggningen och utifrån hur länge man varit medlem. Detta pekar på att det finns ett behov av att medlemsanpassa SCR Svensk Campings tjänster i ännu högre grad. Medlemsunder-

sökningen visade på fler förbättringsområden, exempelvis rådgivning kring försäljning och marknadsföring, större fokus på hinderröjning regionalt och lokalt samt klassificeringssystemet.

MEDLEMMAR SOM ÄR AKTIVA OCH I HÖGRE GRAD UTNYTTJAR DE TJÄNSTER SOM SCR KAN ERBJUDA ÄR OCKSÅ MER NÖJDA

När det gäller klassificeringssystemet behöver medlemmarna få bättre möjligheter att använda det för att utveckla sin egen verksamhet, men också för att marknadsföra värdet av klassificeringen gentemot gästen.

ÅTERKOMMANDE UNDERSÖKNING

Medlemsundersökningen kommer att bli återkommande och fungera som ett viktigt verktyg för att utveckla verksamheten på ett sätt som gynnar alla medlemmar. SCR Svensk Camping kommer fortsätta föra en

MEDLEMSUNDERSÖKNING 2014

- Majoriteten av medlemmarna är nöjda med sitt medlemskap, index 69.
- Medelstora anläggningar, 200-399 tomter är mest nöjda, index 83.
- Medlemmar som inte är med i klassificeringen är mindre nöjda, index 48.
- 75 % av medlemmarna rekommenderar andra i väldigt hög grad ett medlemskap.
- 83 % av medlemmarna säger att de definitivt avser att stanna kvar som medlem.

ÅTGÄRDSPAKET UTIFRÅN MEDLEMSUNDERSÖKNING

- Anpassning av tjänster.
- Regional och lokal samverkan.
- Satsning på digital marknadsföring och försäljning.
- Satsning på gästservice på Camping.se.
- Förändrad modell för Camping Key Europe.
- Förbättrade marknadsvillkor långsiktigt.

kontinuerlig dialog med medlemmarna för att säkerställa att värdet av medlemskapet blir ännu större i framtiden. ■

Klassificeringsresultat 2014

Klassificeringen är ett viktigt verktyg för att kunna driva en kontinuerlig utveckling av svensk camping som näring. Campingplatserna deltar i vårt klassificeringssystem på frivillig basis. Oavsett klassificeringsresultat så uppfyller alla SCR Svensk Camping-anslutna campingplatser vissa grundkrav.

STJÄRNOR

Stjärnorna summerar betygen för kategorierna hygien, miljö, service och rekreationsanläggningar. Det ger gästen en snabb uppfattning om vilken standard de kan förvänta sig på campingplatsen.

STAPLAR

De fem staplarna med färgklossar betygsätter campingplatsen utifrån fem aspekter som vi vet är viktiga för semesterupplevelsen. Betygsskala: 1-5.



Så här ser ett maxbetyg ut enligt klassificeringssystemet.

SÅ HÄR HAR STJÄRNOR FÖRDELAT SIG DE SENASTE FEM ÅREN

RESULTAT, STJÄRNOR ★★★★★					
Stjärnor	2010	2011	2012	2013	2014
5	9	10	11	11	11
4	75	83	83	87	91
3	182	181	172	167	162
2	78	70	60	43	43
1	2	1	1	2	2
0	1	1	0	0	2

STAPELRESULTAT 2014

RESULTAT, STAPLAR					
Nivå	Hygien	Miljö	Service	Rekr. anl.	Aktivitet
5	8	2	10	17	41
4	87	106	108	39	52
3	168	159	158	77	50
2	43	41	30	128	72
1	3	1	3	46	30
0	4	4	4	6	68
Antal cpl	313	313	313	313	313

KLASSIFICERINGSSYSTEMET Under året har ett omfattande arbete genomförts med hjälp av undersökningar, medlemmar, klassificeringsnämnd och klassificeringsbolag. Målsättningen är att öka relevansen samt öka förståelsen av systemet för gästen, medlemmen och de som genomför klassificeringen.



Klassificeringssystemet ska bli lättare att förstå.

INTERNATIONELLT 2014 har SCR Svensk Camping varit drivande i ett nytt projekt avseende en strategisk studie om campingnäringens framtidsfrågor i Europa, detta genom samarbetsorganisationen EFCO&HPA.



Bättre utvecklingsmöjligheter

En viktig del i SCR Svensk Campings arbete är att bistå medlemmar som stöter på problem och utmaningar i driften och utvecklingen av sin verksamhet. 2014 togs ett samlat grepp kring alla sådana utmaningar i nya Projekt Hinderröjning.

Under 2014 drog ett strukturerat och proaktivt arbete igång med frågor som medlemmar upplever som svårhanterliga vid utveckling av sin verksamhet. Detta innebär ett närmare samarbete med myndigheter för att skapa bättre förutsättningar. Det kan bland annat gälla problem att få tillstånd till utbyggnad, att få ställa upp villavagnar eller få skyltning till campingplatsen.

DIALOG MED KOMMUNER

En av de viktigaste delarna är samarbetet med kommunerna för att lösa planläggningsfrågor. Kommunerna förstår ofta nödvändigheten av långsiktiga villkor för branschens företag, men lagstiftningen har inte hängt med. Inte sällan uppstår konflikt mellan campingföretagets verksamhet och länsstyrelsen som är kommunernas tillsynsmyndighet. Det är också så att olika länsstyrelser behandlar den här typen av frågor på olika sätt.



Projekt Hinderröjning ska göra det lättare för campingföretagare att utveckla sin verksamhet.

SCR Svensk Camping har i detta arbete fört dialog med flera kommuner. Bland dessa finns Gotland och Strömstad, som nu tillsammans sökt och fått pengar från Boverket för att se över hur plan- och bygglagen kan tolkas när det gäller campingplatser.

Målet är att campingföretagare ska kunna få svar direkt om det är möjligt eller inte med en utbyggnad. Utan att behöva investera i en dyr planprocess som kan sluta i ett nej. ■

PROJEKT HINDERRÖJNING

- Planarbete, praxis i tillämpningar av plan- och bygglagen
- Strandskyddsfrågor
- Skyltning och vägvisning
- Upplåtelseformer (friköpt tomt, arrende eller tomträtt)
- Kommunal campingpolicy
- Fastighetsskatt

Stärkt regionalt samarbete



SCR Svensk Campings medlemsundersökning 2014 visar att en klar majoritet av medlemmarna tycker att det är "mycket viktigt" eller "utomordentligt viktigt" med samverkan mellan SCR Svensk Camping och regionala föreningar/nätverk.

Därför drog under 2014 ett arbete igång med att ta fram en tydlig sådan samverkansmodell.

En styrgrupp från styrelsen håller på med detta arbete, som enligt planen kommer att presenteras för medlemmarna under

2015. Syftet med de regionala föreningarna och nätverken är främst erfarenhetsutbyte, kompetensutveckling, gemensam marknadsföring, social samvaro och möjligheten att driva branschfrågor lokalt.

60 procent av medlemmarna är organiserade i regionala föreningar eller nätverk. Dessa är generellt mer engagerade i, och nöjda med SCR Svensk Camping, än de som inte är regionalt organiserade, allt enligt den under 2014 genomförda medlemsundersökningen. ■

MEDIEFÖRSÄLJNING Medieförsäljning är idag en väsentlig del av verksamheten och dess finansiering. Annonsutrymme finns tillgängligt i katalog och på webben. Externa annonsörer bokade 2014 media för 5,95 MSEK. Tack vare den stora ökningen av antalet besökare på Camping.se har visningen av kundernas annonser ökat med 50 procent under 2014.

KATALOGEN

Årgång 31 av Svensk Camping är den största hittills. Tillsammans med det nya magasinet Gone Camping innehåller katalogen 214 sidor. Den totala upplagan är 675 000 exemplar.



STUGKAMPANJ Cirka 200 campingplatser deltog under 2014 i en kampanj som bland annat bestod av digitala annonser, en ny stugguide på Camping.se och möjlighet att sälja boende i ett nytt stugbokningssystem. Den externa annonskampanjen lockade 55 000 nya unika stugintresserade gäster till Camping.se.

Semesterboende till 18 000 familjer 2014

Intresset för att boka sitt boende på Camping.se tog ett stort kliv under året. Totalt ökade försäljningen via SCR Online och Camping.se med 82 procent.

Under sex sommarveckor i rad hade Camping.se mer än 100 000 unika besökare per vecka. Trafikökningen gynnar både campingplatser och annonsörer vars presentationer och annonser har visats mer än någonsin. Totalt ökade försäljningen via SCR Online och Camping.se med 82 procent. Trafiken på Camping.se ökade samtidigt med 26 procent.

DIGITAL MARKNADSFÖRING

Bakom resultatet ligger flera faktorer, som till exempel ökad digital marknadsföring, förbättrad integration mellan katalog och webb, reseprogrammet Gone Camping och ett aktivt arbete med e-postmarknadsföring. I april lanseras också en komplett tjänst för bokning och betalning av boende i mobilen.

Med ett ökat antal bokningar ökar också



Att boka campingsemestern via nätet blir allt mer attraktivt.

behovet en professionell och effektiv gästservice, speciellt under sommarperioden, och under året har arbetet inletts med att förstärka och utforma den här funktionen.

Utöver försäljning via Camping.se sköts också onlineförsäljning åt ett 50-tal campingplatser på deras egna webbplatser. Även bokningar i det här nätverket av webbplatser

omfattas av vår gästservice. 216 medlemmar sålde under året boende via SCR Online.

TEKNISK UTVECKLING

Den kraftiga tillväxten ställer nya krav på teknisk utveckling och för att kunna bibehålla tillväxttakten krävs också ökade resurser till marknadsföring. ■



Det blev ett stort genomslag i medierna efter pressträffen på Operakällaren och husvagnsvisningen i Kungsträdgården i Stockholm i början av maj.

Framgångsrikt PR-arbete

PR-arbetet fortsatte i hög takt under året. Utöver sedvanligt PR-arbete, den numera traditionsenliga pressträffen i Stockholm, genomfördes också ett 20-tal internationella journalistresor. PR-värdet enbart i Sverige uppgår till cirka 47 MSEK per år och vi har haft en stark utveckling även internationellt. ■



Gone Camping är inte enbart en programserie för webben utan också ett resemagasin och en app.

Fortsatt satsning på Gone Camping

2014 producerades tredje säsongen av den flerfaldigt prisbelönta programserien Gone Camping. Formatet utvecklas vidare och finns nu även som app och magasin.

Under 2014 har det redaktionella marknadsföringskonceptet Gone Camping växt avsevärt. Tv-programmet har kompletterats med en app för iPhone och Android samt ett magasin som tryckts i 425 000 exemplar. Magasinet har bland annat distribuerades tillsammans med katalogen Svensk Camping och Fiskejournalen.

WEBB-SUCCÉ

Programserien har nu producerats i över 30 avsnitt. Serien fanns under 2014 tillgänglig på Camping.se, Youtube.com och TV Play. I de nyproducerade avsnitten är det precis som tidigare reseprogramledaren Martin Örnroth, som med avstamp på campingplatser, guidar tittarna runt i Sverige och Europa.



APP LANSERADES

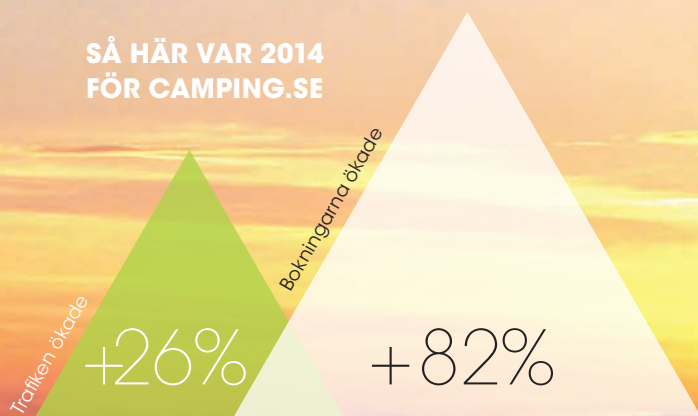
Under året lanserades även en app inom ramen för konceptet. Den finns att ladda ner för både iPhone och Android och underlättar för tittarna att hitta avsnitt som handlar om företeelser i närheten av där de befinner sig.

NY SÄSONG 2015

Gone Camping kommer att fortsätta inspirera och väcka reslust under 2015, i april börjar nya avsnitt publiceras i de olika distributionskanalerna. ■

SCR SVENSK CAMPING

SÅ HÄR VAR 2014 FÖR CAMPING.SE



Totalt hade Camping.se 2,2 miljoner besök 2014.

44 %

av alla bokningar hos våra medlemmar har föregåtts av ett besök på Camping.se.

25 %

av bokningarna är internationella.

11 %

av gästerna bokar med mobilen eller surfplattan.



SCR Svensk Campings
medlemsföretag
sysselsätter ca 8 300 personer.

606 personer har gått någon av SCR:s grund- och frontutbildningar | 22 pressresor besökte svenska campingplatser
3,8 miljoner e-postmeddelanden för att marknadsföra medlemmarna | 53 campingplatser använder SCR online även

CAMPING 2014 | SIFFROR

HÄRIFRÅN KOMMER SCR SVENSK CAMPINGS INTÄKTER

71 % GÄSTER

Via Camping Key
Europe och
online-bokningen

17 % MEDLEMMAR

Via serviceavgifter, annonsering
och kampanjmedverkan

11 % EXTERNA ANNONSÖRER

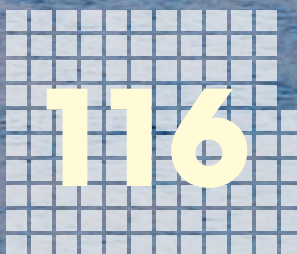
Via annonsering och Associerade Partners

1 % ÖVRIGA



Andel medlemmar som är med
i Svensk Campingstandard (SCS).

70%



så många campingplatser har
fått besök av inspektörerna från
Svensk Klassificering AB.



Under 2014 fanns 56
SCR Svensk Camping
Associerad Partner.

9 bemannade mässor i Europa | 425 000 kataloger på svenska | 250 000 kataloger på engelska och tyska
för bokning på den egna webbplatsen | 200 campingplatser har sålt boende via SCR Online / Camping.se

KORTERBJUDANDEN Via Camping-keyeurope.com och i Camping Key Europe-appen kan alla gäster med Camping Key Europe idag ta del av hundratals erbjudanden från företag i hela Europa. Från och med 2015 används samma system på Camping.se, vilket underlättar uppdatering och ger våra kortpartners exponering i hela Europa.

17

Kortet gällde under 2014 i 17 länder. Och fler är på väg in i samarbetet.

NYTT INFORMATIONSMATERIAL

2014 togs det fram ett nytt informationsmaterial för Camping Key Europe. Materialet omfattar lathund för personal och exponeringsmaterial till receptioner.



Ännu större affärsnytta med

Varje incheckning med Camping Key Europe är en unik möjlighet till mer kunskap om våra gäster. Var är gästen bosatt, hur gammal är hon eller han och vilken campingplats bodde gästen senast på?

Under 2014 genomfördes ett pilotprojekt där 80 medlemmar deltog. Under en försöksperiod sammanställdes statistik från Camping Key Europe i anläggningsunika rapporter som mejlades ut till deltagarna.

Reaktionerna på försöket var i stort sett genomgående positiva, vilket resulterat i att försöket blivit permanent. Nu får samtliga medlemmar den så kallade Campingrapporten varannan vecka. Med hjälp av rapporten finns stora möjligheter att bättre lära känna sina gäster.

ATTRAKTIV STATISTIK

Det är inte bara enskilda anläggningar som kommer kunna dra nytta av den statistik som kommer från Camping Key Europe. Självklart använder även SCR Svensk Camping som organisation siffrorna internt, men framför allt finns möjlighet att sätta dem i en omvärldskontext.

2015 kommer försök att göras med rapportunderlag för destinationer och regioner. Rapporten ska tillhandahålla information om turistströmmar och visa på campingplatsernas andel av besöksnäringen lokalt och regionalt.

Redan under 2014 påbörjades ett samarbete med två regioner, där den ena vill jobba med att analysera utländska turistens beteende och den andra vill titta på campingnäringen som företeelse regionalt.



Camping Key Europe bygger upp en stor kunskapsbas om gästerna.

NY E-TJÄNST Under året lanserades en ny e-tjänst som gör det enkelt för gästerna att köpa kortet direkt på medlemmens webbplats. Medlemmen tillgodgörs försäljning precis som om kortet sålts över disk i receptionen. Under året valde mer än 100 medlemmar att börja sälja Camping Key Europe via den nya tjänsten.

1 000 000



2014 såldes drygt 1 miljon kort,
2013 såldes 850 000 kort.



Camping Key Europe

Detta innehåller campingrapporten

Statistik över vilken boendeform gästerna har.

Anläggningens del av gästnätterna i länet, och länets del av antalet gästnätter i hela riket.

Översiktlig sammanställning av gästernas ålder.

HÄR ÄR DINA GÄSTER

BESÖKARRAPPORT FÖR ÅSA CAMPING O HAVSBAD SIDA 1 AV 2

Gäller perioden: 201301 till 201312

För att kunna locka fler gäster till din anläggning i framtiden är det bra att veta vilka som kommer till dig idag. SCR har ett omfattande källmaterial som hjälper dig i ditt analysarbete. Här nedan finns ett urval fakta.

SÅ HÄR FÖRDELAS BOENDET PÅ DIN ANLÄGGNING

Topp 10 GÄSTERNAS HEMPOSTORTER

Norra Halland, Bohuslän och sydöstra Västergötland	2 803
Övriga Västergötland	1 578
Göteborg	583
Postort utomlands	501
Närke	403
Norra Småland	380
Dalsland och Värmland	251
Jönköping	227
Södra centrala Skåne	197
Halmstad	175
Övriga	2 374

I HELA HOLLAND HÄR ÅSA CAMPING O HAVSBAD:

1,9% av gästnätterna
1,1% av campingnätterna
8,4% av gästnätterna
8,3% av campingnätterna

I HELA SVERIGE HÄR HOLLAND:

HÄR HAR DINA GÄSTER VARIT INNAN DE KOM TILL DIG

- Hofsten SweCamp Resort
- Apelvikens Camping
- Råå Vallar
- KronoCamping Lidköping

ÅLDERN PÅ DINA GÄSTER

Vill du veta mer?
Kontakta Niklas Meeusch på SCR så skickar vi en fullständig rapport till du kan gå på djupet i besöksstatistiken.
Tel: +46(0)31-555 60 00

Maj: Niklas Meeusch@scr.se
Tel: +46(0)31-555 60 00

En topp tio-lista över gästernas hemorter.

Anläggningar gästerna besökt.

Topp fem-lista över gästernas hemländer.

HÄR ÄR DINA GÄSTER

BESÖKARRAPPORT FÖR ÅSA CAMPING O HAVSBAD SIDA 2 AV 2

Gäller perioden: 201301 till 201312

Topp 5 HEMLÄNDER

Sverige	7 415
Norge	881
Tyskland	827
Dänmark	721
Nederländerna	315
Övriga	114

Låt oss sammanfatta:
SÅ HÄR SER DIN MEDLEMSKAPET UT:
Din gäst är 35-44 år och bor oftast 2 vuxna och 0 barn i Husvagn och i snitt 5,7 nätter. Gästen är bosatt i Sverige och uppger sig vara intresserad av Äventyr och natur.

AKTUELL INFO FRÅN SCR

Din kortförsäljning ÅSA CAMPING O HAVSBAD för år 2014: **762** Camping Key Europe (100% av besöksstatistiken) för totalt för år 2014.

Vill du veta mer?
Kontakta Niklas Meeusch på SCR så skickar vi en fullständig rapport till du kan gå på djupet i besöksstatistiken.
Tel: +46(0)31-555 60 00

Maj: Niklas Meeusch@scr.se
Tel: +46(0)31-555 60 00

Sammanställning av anläggningens kortförsäljning.

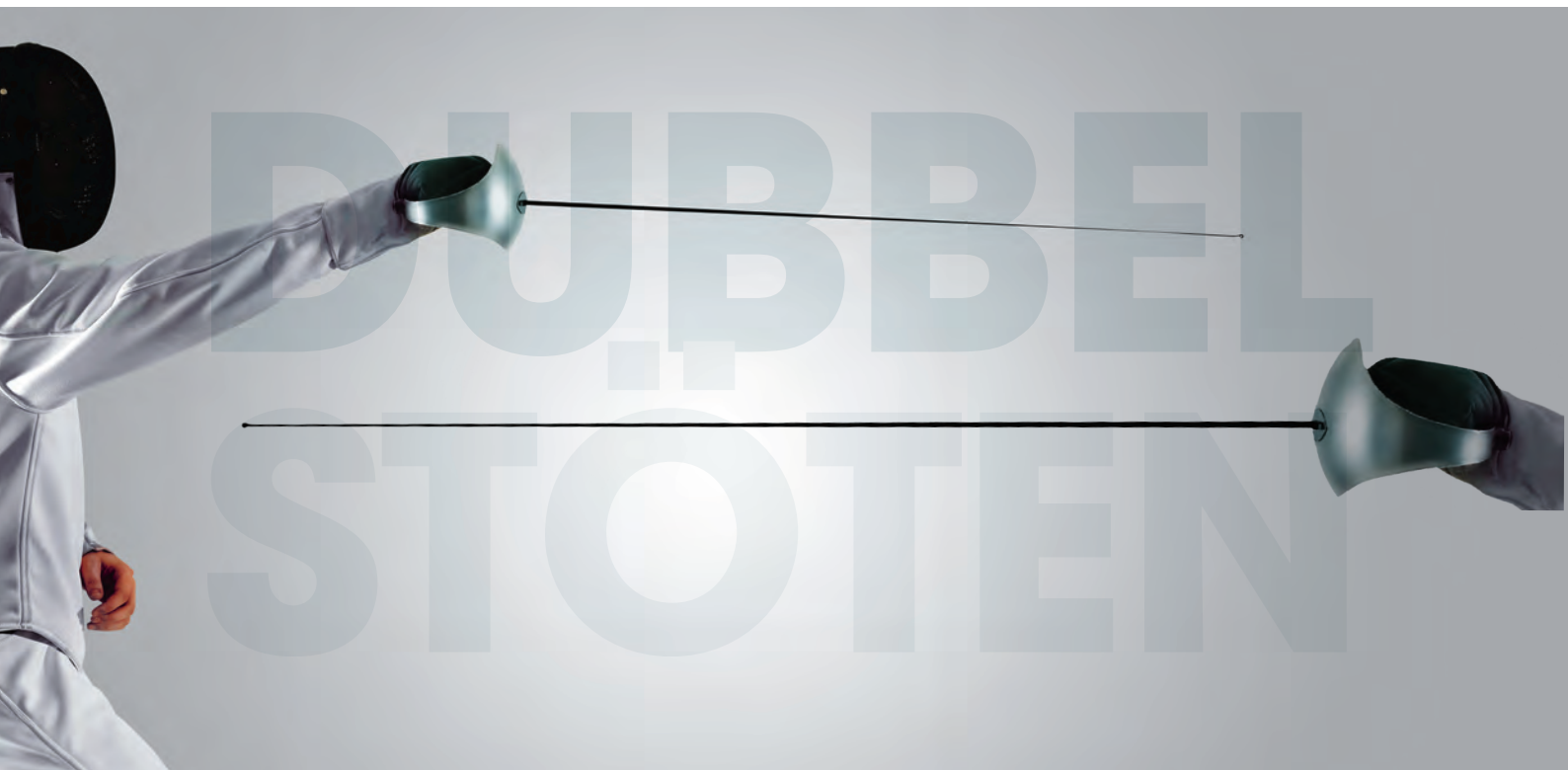
CAMPING KEY EUROPE

- Kortet ägs av de tyska och holländska konsumentorganisationerna ADAC och ANWB, SCR Svensk Camping, Camping Finland, NHO Reiseliv i Norge samt danska Camping Rådet.
- Till kortet kopplas erbjudanden som gäller lokalt, regionalt, nationellt eller

internationellt. Det kan vara rabatter på campingboende, transporter, upplevelser eller produkter.

- I kortet ingår även olycksfallsförsäkring och ansvarsförsäkring som kompletterar hemförsäkringen alternativt tar hela kostnaden om gästen råkar skada person eller egendom.





Inför valet hösten 2014 var många i campingbranschen oroliga över vad som skulle hända efter ett eventuellt regeringskifte.

Visita samlade branschen i kampanjen Dubbelstöten

Inför förra årets riksdagsval genomförde besöksnäringorganisationen Visita sin största kampanj någonsin. Målet var att bevara en låg restaurangmoms och stoppa en planerad fördubbling av arbetsgivaravgiften för ungdomar. SCR Svensk Camping deltog.

Med facit i hand slog kampanjen väl ut. Åtminstone till hälften: den lägre restaurangmomsen blir kvar. Dock kommer den planerade fördubblingen av arbetsgivaravgiften fortfarande att genomföras. Besöksnäringen är en av de viktigaste branscherna för att skapa sysselsättning bland ungdomar.

VIKTIGT FÖR GLESBYGDEN

En undersökning SCR Svensk Camping gjorde under året bekräftade hur otroligt viktiga campingföretagen är som arbetsgivare för ungdomar. Hela 65 procent av alla anställda hos medlemmarna är under 26 år. Ungdomar som i de allra flesta fall får pröva på yrkeslivet

för allra första gången i sitt liv. Under sommaren anställs mer än 5 500 ungdomar, ofta i glesbygden.

SAMVERKAN

Den genomförda undersökningen visade att kostnaderna för medlemsföretagen skulle öka med 100 MSEK om momsen och arbetsgivaravgiften höjdes. Även Svenska Skidåläggnings gjorde en liknande undersökning och hela besöksnäringen, med Visita i spetsen, arbetade tillsammans för att informera om effekterna. Dåvarande justitieministern Beatrice Ask höll också en presskonferens i ämnet på Lisebergsbyn Kärralund. ■



Nysatsning på Associerad Partner

Under året omarbetades tjänsten Associerad Partner som erbjuder branschleverantörer möjligheten att bygga affärsrelationer med campingplatser. Idag finns det 56 partners och de har nu möjlighet att välja

ett differentierat medlemskap i Brons-, Silver och Guld-nivå.

Under 2015 förbättras exponeringstorna ytterligare för alla partners i samband med lanseringen av nya SCR.se. ■

Prisregn i Borgholm

2014-års föreningsstämma och årsmöte hölls i Borgholm den 1–2 april. En av årets stora nyheter var den ledarskapsdag som inledde årsmötet. I Borgholm jubilerade också SCR Svensk Campings campingföretagarpris som delades ut för 25:e gången tillsammans med fyra andra priser.

ÅRETS CAMPINGFÖRETAGARE

Priset som också kallas Mellan Tummen och Pekingret tilldelas person, företag eller organisation som har gjort särskilt förtjänstfulla insatser för utveckling av svensk camping. 2014-års vinnare blev Åsa Nilsson, verksamhetschef på Sikfors Konferens och Fritidsby i Piteå. Hon får priset för ett enastående engagemang för hela campingbranschen och för den region där hon är verksam.

FYRA PRISER TILL

Men även fyra ytterligare priser delades ut. De är instiftade för att visa på det stora förändringsarbete som pågår för att möta även kommande generationers behov av upplevelser, service och gästfrihet.

ÅRETS BRANSCHFÖRFLYTTARE

Dennis Bederoff på Tillväxtverket. Han prisas för att under många år systematiskt ha arbetat med att utveckla och förflytta campingbranschens positioner på flera områden.

ÅRETS MARKNADFÖRARE

Anna Barkevall, vd på Böda Sand på Öland. Hon får priset för att ha vågat möta nya målgrupper genom tv-serien Böda Sand som lockat till sig många nya besökare.

ÅRETS LEDARE

Magnus Ahlback, vd på Nickstabadets camping i Nynäshamn. Han prisas för att få personalen att känna sig delaktiga, engagerade och ansvarstagande och för att på det sättet ta tillvara på personalens potential.

ÅRETS INNOVATÖR

Granö Becksin Lodge i Västerbotten. Priset får anläggningen för att ha skapat en unik destination med unika boenden och aktiviteter som lockar internationella besökare.

TUMMEN UPP

2009 instiftades stipendiet Tummen Upp, för att uppmärksamma en ung företagare inom campingnäringen. 2014 delades priset ut till Rebecca Nilsson på Haverdals camping i Halland.

VACKER GLASSKULPTUR

Priserna består av glasskulpturer designade av Maria Pettersson och är tillverkade på glasbruket Bergdala Studioglas. Jury för priserna Årets campingföretagare och Årets unga företagare är Eva Werkelin, ordförande SCR, Peter Angergård vice ordförande SCR, Eva Östling VD Visita. För övriga priser består juryn av Peter Angergård, Åsa Nilsson, Ulf Nordentjell, Catrine Sörenson och Karin Högman. ■

NAMNBYTE SCR – Sveriges Camping- och Stugföretagares Riksorganisation har bytt till namn till SCR Svensk Camping.



Två av besökarna ett medlemsmöte var Henrik Andersson och Sofia Stål som arbetade sin första sommar på Karlsborgs Camping.

MEMLEMSMÖTEN Under vintern 2014 höll SCR Svensk Camping elva medlemsmöten, utspridda från Piteå i norr till Ystad i söder. Mötena lockade närmare 200 medlemmar från cirka 140 anläggningar.



SVEA Bransch- och medlemstidningen SVEA har givits ut med fyra nummer i totalt 12 000 ex. Tidningen skickas till medlemmar, turistbranschen, stat och kommun med flera.

INTERNATIONELL KAMPANJ 2014 gick startskottet för en av Turistsveriges största internationella marknadsföringskampanjer. Totalt investeras över 80 miljoner kronor under tre år i marknadsföring i Tyskland, Nederländerna, Norge och Danmark. Alla medlemmar finns presenterade på kampanjens webbportal Swedishmoments (.de, .nl, .no, .dk). Projektet drivs av Visit Sweden och förutom SCR Svensk Camping medverkar också Stena Line och flera svenska destinationer.



Lyckliga pristagare under SCR Svensk Campings årskonferens i Borgholm.

Medarbetare

Det är vi som varit engagerade i SCR Svensk Campings verksamhet under året.



Bertil
Persson
Rådgivare



Christer
Jansson
Rådgivare



Christina
Lysell *
Rådgivare



Conny
Sundström
Rådgivare



Eva
Eriksson
Reception



Therese
Fundell
*Gästservice och
bokning*



Eva-Lena
Milton
Rådgivare



Eva
Svärd
Marknadsansvarig



Håkan
Gusteus
Kvalitetschef



Johan
Uhrbom
Bokningsansvarig



Jörgen
Bergström
Affärsutvecklingschef



Karin
Högman *
Informationsansvarig



Karin
Lindgren *
Webbkommunikatör



Lars
Isacson
Vd



Linda
Sundling
Ekonomichef



Martin
Juhos
Marknadschef



Mattias
Jighede
*Ansvarig CKE
Sverige*



Niklas
Masuch
Affärsutveckling IT



Peter
Jansson
*Administrativ chef
Vvd*



Peter
Wallin
Rådgivare



Sara
Gesterling
Webbredaktör



Sofie
Gren
Ekonomiassistent



Ulrika
Francke
Medlemsservice

* delvis föräldraledig under 2014

Styrelse och revisorer

Styrelsen har sammanträtt åtta gånger varav ett telefonmöte. Arbetsutskottet har sammanträtt vid fem tillfällen varav två 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 Svensk Campings externa verksamhet.

Ordförande

Eva Werkelin, Visby, 2015

Vice ordförande

Peter Angergård, Åsa, 2015

Ledamöter

Pär Allanson, Falun, 2015

Michael Carlsson, Västervik, 2015

Thomas Berg, Karlskrona, 2016

Catrin Sörensson, Färjestaden, 2016

Clemens Wantschura, Norrköping, 2015

Lena Kempe, Strömstad, 2016

Andreas Häggqvist, Stockholm, 2016

Arbetsutskottet

Eva Werkelin, Visby

Peter Angergård, Åsa

Michael Carlsson, Västervik

Valberedning

Gunnar Stenberg, Karlskrona, 2015

Sten Fylkner, Stockholm, 2015, sammank.

Eva Bylander, Eldsberga, 2015

Marie Lindqvist-Holmlund, Skellefteå, 2015

Revisorer

Mona Granath, Uddevalla, 2015

Ulf Nordentjell, Karlstad, 2015

Revisorssuppleanter

Patrik Carlen, Uddevalla, 2015

Ingela Grytfors, Uddevalla, 2015

Årtalet anger vid vilken föreningsstämma valperioden utgår.

Från vänster: Pär Allanson, Catrin Sörensson, Michael Carlsson, Clemens Wantschura, Thomas Berg, Eva Werkelin, Peter Angergård, Lena Kempe, Andreas Häggqvist.







Ekonomisk redovising ►►

Förvaltningsberättelse

Information om verksamheten

SCR Svensk Camping Ekonomisk Förening är bransch- och medlemsorganisationen för svenska camping- och stugföretagare. Verksamheten grundades 1967.

Verksamheten är bred och erbjuder medlemmarna anpassade produkter och tjänster inom marknadsföring, försäljning, rådgivning och utbildning. Organisationen företräder även branschen i nationella och internationella sammanhang i syfte att skapa långsiktigt hållbara förutsättningar för tillväxt och utveckling. Klassificeringssystemet Svensk Camping Standard, kundkortet Camping Key Europe och partnerskapsprogrammet Associerad partner ingår också i verksamheten – samt att stödja arbetet i regionala föreningar och nätverk.

SCR Svensk Camping har kontor i Göteborg (säte), Örebro, Karlstad och Boden vilka bemannas av sammanlagt 23 medarbetare.

Händelser under räkenskapsåret och efter dess utgång

Campingboendet fortsatte under 2014 att öka – med 14,5 miljoner gästnätter stärkte branschen sin plats som Sveriges största semesterboende. Bokningarna via Camping.se och SCR Online slog nya rekord och ökade med 82 procent. En omfattande medlemsundersökning visade att medlemmarna är nöjda med sitt medlemskap (nöjdhetsindex 69) och pekade ut vilka områden de anser är viktiga att utveckla vidare. Campingrapporten lanserades

och ger medlemmarna tillgång till sin egen gäststatistik i syfte att ge kunskap om gästerna för faktabaserad utveckling av verksamheten och målgruppsanpassad marknadsföring. Under året intensifierades också det internationella samarbetet med både standard- och eu-frågor på agendan och genom satsningen på "Projekt Hinderröjning", som startade under året, utökades samarbetet med Sveriges kommuner i syfte att underlätta tillväxt för näringen. Klassificeringssystemet har reviderats och i samband med Visitas stora kampanj om Dubbelstöten genomfördes en undersökning kring effekterna på medlemsanläggningarna. Branschen har även fått uppmärksamhet genom rapporten "Första jobbet" som tagits fram av alliansen.

SCR Svensk Campings totala omsättning har ökat jämfört med föregående år vilket främst orsakats av onlinebokningen. Efter räkenskapsårets slut har inga väsentliga händelser som påverkat årsredovisningen inträffat.

Medlemsinformation

SCR Svensk Camping är en ekonomisk förening som ägs av 455 medlemmar som alla verkar inom campingnäringen i Sverige.

Framtida utveckling

Verksamheten följer det 20-punktsprogram, med tydligt definierade mål att uppnå inför år 2020 i linje med svensk besöksnäringens mål att dubbla omsättningen, som medlemmarna enhälligt tog beslut om under föreningsstämman i Karlstad 2012.

FLERÅRSÖVERSIKT

FLERÅRSJÄMFÖRELSE, TSEK	2014	2013	2012	2011	2010
Intäkter	74 438	63 426	59 330	59 082	53 745
Resultat före finansiella poster	866	1 073	- 321	710	801
Resultat efter finansiella poster	137	530	- 733	352	408
Balansomslutning	14 068	16 544	18 533	12 476	13 314
Eget kapital	5 108	5 070	4 778	5 275	5 114
Obeskattade reserver	458	458	458	549	763
Soliditet %	39	33	28	47	43
Avkastning på totalt kapital %	6	7	neg	6	6
Avkastning på eget kapital %	3	10	neg	6	9

För definitioner av nyckeltal, se Redovisnings- och värderingsprinciper.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION, SEK	
Styrelsen föreslår att till föreningsstämmans förfogande stående medel:	
Balanserad vinst	2 346 422
Årets vinst	61 622
Totalt att disponera	2 408 044
Disponeras så att	
i ny räkning överföres	2 408 044

Föreningens resultat och ställning i övrigt framgår av efterföljande resultat- och balansräkning med tilläggsupplysningar.

RESULTATRÄKNING

RÖRELSENS INTÄKTER, SEK	NOT 1	2014	2013
Nettomsättning		73 759 777	61 403 654
Övriga rörelseintäkter		678 588	2 021 949
Summa intäkter m m		74 438 365	63 425 603
RÖRELSENS KOSTNADER			
Direkta kostnader		-37 693 367	-28 200 770
Övriga externa kostnader	2	-17 207 690	-16 830 571
Personalkostnader	3	-17 835 531	-16 496 912
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	4,5,6	-835 608	-824 049
		-73 572 196	-62 352 302
RÖRELSERESULTAT		866 169	1 073 301
Resultat från finansiella poster			
Resultat från andelar i intresseföretag	7	11 573	37 915
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		62 890	44 077
Räntekostnader och liknande resultatposter		-803 770	-625 708
		-729 307	-543 716
RESULTAT EFTER FINANSIELLA POSTER		136 862	529 585
Resultat före skatt		136 862	529 585
Skatt på årets resultat		-75 240	-111 361
ÅRETS RESULTAT		61 622	418 224

BALANSRÄKNING

TILLGÅNGAR, SEK	NOT 1	2014-12-31	2013-12-31
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
Immateriella anläggningstillgångar			
Dataprogram	6	570 396	713 000
Övriga immateriella anläggningstillgångar	5	1 699 828	2 249 295
		2 270 224	2 962 295
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	4	409 870	454 916
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i dotterbolag	8	120 000	120 000
Andelar i intresseföretag	7	100 283	68 710
Andra långfristiga värdepappersinnehav	9	720 000	720 000
		940 283	908 710
Summa anläggningstillgångar		3 620 377	4 325 921
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Varulager m m			
Varor och förnödenheter		288 343	234 867
Pågående tjänsteuppdrag	10	2 537 540	2 954 807
Förskott till leverantörer		63 706	0
		2 889 589	3 189 674
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		2 348 488	2 633 572
Aktuella skattefordringar		429 080	389 040
Övriga fordringar		850 991	1 198 730
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	11	1 580 965	3 278 486
		5 209 524	7 499 828
Kassa och bank	12	2 348 310	1 528 655
Summa omsättningstillgångar		10 447 423	12 218 157
SUMMA TILLGÅNGAR		14 067 800	16 544 078
EGET KAPITAL OCH SKULDER, SEK			
EGET KAPITAL			
Bundet eget kapital			
Inbetalda insatser och emissionsinsatser		2 700 000	2 724 000
Fritt eget kapital			
Balanserad vinst		2 346 422	1 928 199
Årets resultat		61 622	418 224
		2 408 044	2 346 423
SUMMA EGET KAPITAL		5 108 044	5 070 423
Obeskattade reserver	14	458 000	458 000
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	12	958 509	1 504 027
Skulder till kreditinstitut		719 676	1 282 514
Leverantörsskulder		4 075 974	4 776 946
Skulder till koncernföretag		82 194	82 703
Övriga skulder		431 097	284 318
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	15	2 234 306	3 085 147
Summa kortfristiga skulder		8 501 756	11 015 655
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		14 067 800	16 544 078
STÄLLDA SÄKERHETER			
För egna skulder och avsättningar			
Företagsinteckningar		13 000 000	13 000 000
Belånade kundfordringar		1 020 564	1 273 203
		14 020 564	14 273 203
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga

TILLÄGGSUPPLYSNINGAR – NOTER

NOT 1

REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

Allmänna upplysningar

Årsredovisningen upprättas för första gången i enlighet med BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning.

Ingen av de poster som ingår i balansräkningen erfordrar omräkning på grund av inträdet i de nya redovisningsreglerna (BFNAR 2012:1). Ingångsbalansräkningen utgörs därmed av utgående balans från föregående räkenskapsår.

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

Pågående tjänsteuppdrag till fast pris utgörs av framtagandet av årlig campingkatalog för medlemmarnas räkning. Värdering har skett enligt färdigställandemetoden, vilket innebär, till nedlagda kostnader avseende dels inköpta tjänster och dels eget arbete med avdrag för fakturerade intäkter.

Immateriella tillgångar

Företaget redovisar internt upparbetade immateriella anläggningstillgångar enligt aktiveringsmodellen. Det innebär att samtliga utgifter som avser framtagandet av en internt upparbetad immateriell anläggningstillgång aktiveras och skrivs av under tillgångens beräknade nyttjandeperiod, under förutsättningarna att kriterierna i BFNAR 2012:1 är uppfyllda.

Anläggningstillgångar

Immateriella anläggningstillgångar

Förvärvade programvaror	5 år
Hemsidor	5 år

Materiella anläggningstillgångar

Inventarier, verktyg och installationer 5 år

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, justeringar avseende tidigare års aktuella skatt och förändringar i uppskjuten skatt.

Värdering av samtliga skatteskulder/fordringar sker till

nominella belopp och görs enligt de skattregler och skattesatser som är beslutade eller som är aviserade och med stor säkerhet kommer att fastställas.

För poster som redovisas i resultaträkningen, redovisas även därmed sammanhängande skatteeffekter i resultaträkningen. Skatteeffekter av poster som redovisas direkt mot eget kapital, redovisas mot eget kapital.

Uppskjuten skatt beräknas enligt balansräkningsmetoden på alla väsentliga temporära skillnader som uppkommer mellan redovisade och skattemässiga värden på tillgångar, skulder och avsättningar. Uppskjuten skattefordran avseende underskottsavdrag eller andra skattemässiga avdrag redovisas i den utsträckning det är sannolikt att avdraget kan avräknas mot överskott vid framtida beskattning.

I företaget redovisas på grund av sambandet mellan redovisning och beskattning den uppskjutna skatteskulden på obeskattade reserver, som en del av de obeskattade reserverna.

Koncernförhållanden

Föreningen är ett moderföretag, men med hänvisning till undantagsreglerna i årsredovisningslagen 7 kap 3§ upprättas ingen koncernredovisning.

Nyckeltalsdefinitioner

Intäkter

Rörelsens huvudintäkter, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar.

Resultat efter finansiella poster

Resultat efter finansiella intäkter och kostnader, men före extraordinära intäkter och kostnader.

Balansomslutning

Företagets samlade tillgångar.

Eget kapital

Företagets nettotillgångar, dvs skillnaden mellan tillgångar och skulder.

Soliditet (%)

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

Avkastning på totalt kap. (%)

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i procent av balansomslutningen.

Avkastning på eget kap. (%)

Resultat efter finansiella poster i procent av justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt).

NOT 2

Leasingavtal

Samtliga leasingavtal redovisas som hyresavtal (operationella leasingavtal).

NOT 3

Anställda och personalkostnader	2014	2013
Medeltalet anställda		
Kvinnor	10	8
Män	11	11
	21	19
Löner och andra ersättningar		
Styrelse och vd	1 645 758	1 684 315
Övriga anställda	9 861 196	8 874 850
	11 506 954	10 559 165
Sociala kostnader		
Pensionskostnader för övriga anställda (varav vd 383 610)	1 657 625	1 444 328
Övriga sociala avgifter enligt lag och avtal	3 971 930	3 764 227
	5 629 555	5 208 555
Totala löner, ersättningar, sociala kostnader och pensionskostnader	17 136 509	15 767 720
Könsfördelning bland ledande befattningshavare		
Andel kvinnor i styrelsen	33%	33 %
Andel män i styrelsen	67%	67 %

NOT 4

Inventarier, verktyg och installationer	2014	2013
Ingående anskaffningsvärden	1 402 102	2 785 840
Inköp	98 495	330 790
Försäljningar/utrangeringar	-25 160	-1 714 528
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 475 437	1 402 102
Ingående avskrivningar	-947 186	-2 521 432
Försäljningar/utrangeringar	25 160	1 714 528
Årets avskrivningar	-143 541	-140 282
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1 065 567	-947 186
Utgående redovisat värde	409 870	454 916

NOT 5

Övriga immateriella anläggningstillgångar	2014	2013
Ingående anskaffningsvärden	6 368 497	5 775 737
Inköp	0	592 760
Försäljningar/utrangeringar	-822 800	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	5 545 697	6 368 497
Ingående avskrivningar	-4 119 202	-3 435 435
Försäljningar/utrangeringar	822 800	0
Årets avskrivningar	-549 467	-683 767
Utgående ackumulerade avskrivningar	-3 845 869	-4 119 202
Utgående redovisat värde	1 699 828	2 249 295

NOT 6

Dataprogram	2014	2013
Ingående anskaffningsvärden	2 838 484	2 217 344
Inköp	0	621 140
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2 838 484	2 838 484
Ingående avskrivningar	-2 125 484	-2 125 484
Årets avskrivningar	-142 604	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-2 268 088	-2 125 484
Utgående redovisat värde	570 396	713 000

NOT 7

Andelar i intresseföretag	Kapitalandel	Rösträttsandel	Antal aktier	Bokfört värde	Org nr	Säte
Namn						
Camping Key Alliance HB	20	20		80 283	969759-8390	Göteborg
Camping Key Alliance AB	20	20	200	20 000	556988-6376	Göteborg
				100 283		
Resultatandel från Camping Key Alliance HB uppgår till 11 573 (37 915) kr.						

NOT 8

Aktier i koncernföretag	Kapitalandel	Rösträttsandel	Bokfört värde	Org nr	Säte
Namn					
Nordisk Campingservice AB	100	100	120 000	556291-8333	Uddevalla
			120 000		

NOT 9

Specifikation andelar finansiella anläggningstillgångar	Rösträttsandel	Antal andelar	Bokfört värde	Org nr	Säte
Namn					
Svensk Turism AB	9,65	7 200	720 000	556452-7157	Stockholm
			720 000		

NOT 10

Pågående tjänsteuppdrag	2014-12-31	2013-12-31
Nedlagda kostnader	2 601 292	2 998 807
Fakturerade intäkter	-63 752	-44 000
	2 537 540	2 954 807

NOT 11

Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	2014-12-31	2013-12-31
Upplupna annonsintäkter	772 600	878 720
Upplupen intäkt bidrag	0	1 150 000
Diverse förutbetalda kostnader	808 365	1 249 766
	1 580 965	3 278 486

NOT 12

Checkräkningskredit	2014-12-31	2013-12-31
Beviljat belopp på checkräkningskredit uppgår till	4 000 000	4 000 000
Utnyttjad kredit på balansdagen uppgår till	958 509	1 504 027

NOT 13

Förändring av eget kapital	Inbetalda insatser	Balanserat resultat	Årets resultat
Belopp vid årets ingång	2 724 000	1 928 199	418 224
Disposition av föregående års resultat		418 224	-418 224
Årets resultat			61 622
Belopp vid årets utgång	2 724 000	2 346 423	61 622

NOT 14

Obeskattade reserver	2014-12-31	2013-12-31
Akkumulerade överavskrivningar	250 000	250 000
Periodiseringsfond vid 2012 års taxering	208 000	208 000
	458 000	458 000
Skatteeffekt av schablonränta på periodiseringsfond	686	490

NOT 15

Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	2014-12-31	2013-12-31
Upplupen semesterlöneskuld	1 082 185	1 228 644
Upplupna sociala avgifter	702 060	633 289
Upplupen provision annonsering	0	267 095
Upplupen kostnad Visit Sweden	190 000	437 000
Diverse upplupna kostnader	260 061	519 119
	2 234 306	3 085 147

Göteborg 5 mars 2015

Eva Werkelin
Ordförande

Lars Isacson
Vd

Pär Allanson

Peter Angergård

Thomas Berg

Michael Carlsson

Andreas Häggqvist

Lena Kempe

Catrin Sörenson

Clemens Wantschura

Vår revisionsberättelse har lämnats den 9 mars 2015

Mona Granath
Auktoriserad revisor

Ulf Nordentjell
Förtroendevald revisor

Revisionsberättelse

Till föreningsstämman i SCR Svensk Camping Ekonomisk Förening. (Organisationsnummer 716408-5602)

Rapport om årsredovisning

Vi har utfört en revision av årsredovisningen för SCR Svensk Camping Ekonomisk Förening för år 2014. Föreningens årsredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 20–26.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen

Det är styrelsen och verkställande 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. För den auktoriserade revisorn innebär detta att hon utfört revisionen enligt International Standards of Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att den auktoriserade revisorn 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 2014 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 samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för SCR Svensk Camping Ekonomisk Förening för år 2014.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande föreningens resultat, 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 och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens och verkställande direktörens förslag till dispositioner beträffande föreningens vinst 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 resultatet enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Uddevalla den 2015-03-09

Mona Granath
Auktoriserad revisor

Ulf Nordentjell
Förtroendevald revisor

Tack alla
medlemmar, gäster
och samarbetspartners
för ett spännande år.



SCR

Org. nr. 716408-5602

Box 5079

Mässans Gata 10

402 22 Göteborg

031-355 60 00

info@scr.se

www.scr.se


SCR
SVENSK CAMPING