

**Årsredovisning**  
för  
**Destination Glasriket AB**  
556597–5868  
Räkenskapsåret  
2025

<b>Innehåll</b>	<b>Sida</b>
-Förvaltningsberättelse	2
-Resultaträkning	8
-Balansräkning	9
-Noter	11
-Underskrifter	12

Styrelsen och verkställande direktören för Destination Glasriket AB avger följande årsredovisning för räkenskapsåret 2025.

Årsredovisningen är upprättad i svenska kronor, SEK. Om inte annat särskilt anges, redovisas alla belopp i hela kronor (kr). Uppgifter inom parentes avser föregående år.

## Förvaltningsberättelse

### Verksamheten

#### Förord från ordförande

År 2025 har varit ett år präglad av utveckling och nya möjligheter. I en omvärld som kännetecknas av både osäkerhet och snabb omställning har vi fortsatt att stärka Glasrikets position som en attraktiv och hållbar destination.

Trots globala utmaningar ser vi en fortsatt stark efterfrågan på resande, där besökare i allt högre grad söker genuina och hållbara upplevelser något som ligger väl i linje med Glasrikets unika erbjudande. Under året har vi arbetat målmedvetet med marknadsföring, samverkan och utveckling av nya produkter och tjänster, inte minst genom satsningar som Boka Glasriket.

Jag vill rikta ett varmt tack till våra medarbetare, medlemsföretag, kommuner och samarbetspartners för ert engagemang och ert bidrag till utvecklingen av Glasriket. Tillsammans skapar vi en stark grund för fortsatt besökande i framtiden.

Vi ser nu fram emot att fortsätta arbetet under 2026 med samma driv, samverkan och framtidstro.

Tobias Fagergård  
Ordförande

#### Omvärld – Resenären

Enligt Visit Sweden så har det globala resande växt under 2025, hela 80 miljoner av dem är nyfikna på Sverige. Som vi alla upplevt så är världen i förändring och vi med den. Idag präglas vi av en ekonomisk osäkerhet, en snabb digitalisering och en accelererande grön omställning. Den yngre generationen ställer allt högre krav på hållbarhet och socialt ansvar.

Trots läget i världen så har inte reslusten dämpats. Resenärerna väljer att lägga pengarna på resor men letar mer prisvärda alternativ och reser mer utanför säsong. Resande prioriteras alltså och den globala turismen förutspås öka. Global osäkerhet omformar våra perspektiv bland annat genom att vi söker:

- **Meningsfullhet:** I osäkra tider söker människor trygghet hos varumärken som delar deras värderingar
- **Gemenskap:** I en alltmer komplex och snabbföränderlig värld söker människor små, nischade grupper för gemenskap, oavsett plats.
- **Identitet.** Synen på identitet blir alltmer flexibel, från kön och etnicitet till kultur. Detta har ökat acceptansen för mångfald och gett en dynamisk bild av individens roll i samhället. Samtidigt lever många i samhällen där demokrati och öppenhet inte är garanterade.
- **Individualism:** Människor känner sig alltmer överväldigade av globala utmaningar, vilket driver ett ökat fokus på det som kan kontrolleras på det personliga planet
- **Hedonistiskt nu-tänk:** Världen verkar gå åt fel håll, och vi får ständigt höra om allt dåligt som händer. Pandemin visade oss hur osäkert livet är och detta ledde till attityden: Varför planera långsiktigt när framtiden är så osäker? Vi lever för nuet och oroar oss inte för framtiden, eller tänker att morgondagen fixar sig själv.

Sammanfattningsvis kommer resetrenderna för 2025 att formas av en kombination av teknologiska framsteg, förändrade konsumentpreferenser och ett ökat fokus på hållbarhet och välmående. När resenärer söker mer personliga, autentiska och ansvarsfulla reseupplevelser, måste branschen anpassa sig och för att möta dessa förändrade krav.

## AI

AI gör besöksnäringen mer personlig, hållbar och konkurrenskraftig och den skapar bättre upplevelser för både gäster och aktörer. Den håller snabbt på att förändra besöksnäringen genom att göra upplevelser mer personliga, effektiva och tillgängliga. AI används redan idag för att analysera gästdata, förutse trender och hjälpa företag att förstå vad resenärer vill ha innan de själva vet det. För gäster innebär AI smartare rekommendationer, snabbare service via chattbotar och enklare bokningar. För företag inom besöksnäringen betyder det bättre planering, effektivare marknadsföring, automatiserade processer och möjlighet att fokusera mer på värdskapet. AI hjälper också destinationer att skapa hållbara flöden, minska belastning på populära platser och utveckla nya attraktiva upplevelser baserat på faktiska behov och beteenden. (texten är framtagen av AI).

## Öppet API

Under 2025 har arbetet med att skapa ett nationellt/internationellt API startat. En öppen databas där alla aktörer som vill kan hämta uppgifter om företag/aktörer i besöksnäringens bransch. Visit Sweden har fått uppdraget att genomföra arbetet i Sverige med hjälp av regioner och destinationer. Vårt uppdrag är att hjälpa till med att få med våra företag i databasen. Vi kommer samtidigt att själva lägga in utvalda företag i databasen, de som är exportmogna. Sedan fyller vi på efter hand. Vårt mål är att så många företag som möjligt själva ska gå in och lägga till sig. Hur de ska göra hjälper vi till med. API ett sätt för olika program och tjänster att prata med varandra och utbyta information på ett strukturerat och säkert sätt. Exempel på API är Booking, Google Maps, Tripadvisor osv.

## Statistik

Glasriket ökade sina gästnätter med 8,2% under 2025. Den svenska marknaden stod för ökningen, hela 16,7%. Däremot minskade den utländska marknaden med 9,4%, det var tyskarna som stod för den minskningen. Nederländerna ökade något, likaså normmännen. Det innebär det motsatta från föregående år.



Statistiken är omdiskuterad och vi vet att mycket av gästnätterna men framför allt konsumtionen inte finns med i data. En ambition är att hitta fler metoder för att mäta effekten av turismen på mer än ett sätt.

## Vad har vi gjort (ett axplock)?

### Marknadsföring

Under 2025 har en mycket stor del av marknadsföringsmaterialet producerats internt, vilket inneburit ett ökat resursuttag men också:

- Ökad kontroll över uttryck och innehåll
- Fördjupad kunskap om målgrupper och kanaler

- Viktiga insikter inför framtida prioriteringar mellan in house-produktion och externa samarbeten samt mer insikt i vad vi faktiskt bäst når ut med i en ständigt dynamisk digital arena. Arbetet med rörligt material, sociala medier och landningssidor har bidragit till ökad synlighet, högre engagemang och mer relevant trafik till Glasrikets digitala plattformar. I år har vi försökt lyfta Glasriket lite extra som en året runt destination i och med våra insatser för både Glasriket Glöder och Jul i Glasriket då dessa ligger utanför högsäsong. Vi deltog på Seniorfestivalen i Malmö med Destination Kosta. Vi genomförde en glasauktion som blev väldigt uppskattad.

## Content och produktion

Under året har både planerat och organiskt innehåll publicerats kontinuerligt, med särskilt hög intensitet i samband med evenemang och kampanjperioder. Foto och film har använts i allt större utsträckning, inte minst genom realtidsuppdateringar från evenemang där innehåll producerades och publicerades direkt på plats.

Ny film för digital spridning (i sin helhet eller som enstaka klipp) har tagits fram. Årets film fick temat "Hantverk i Glasriket" med syfte att lyfta Glasriket som en destination som är stark på just hantverk. Denna film är möjlig tack vare Region Kalmar Läns bidrag till content produktion där 50 000kr har gått till filmproduktion.

En hel dag med extern fotograf (Alexander Hall) gjordes under början av augusti. Dessa bilder används både i internationell marknadsföring samt används till material på vår web, trycktmaterial och sociala kanaler och annonser. Denna fotodag är också finansierad av Region Kalmar Län med ett bidrag till foto på 20 000kr.

Arbetet har bidragit till ökad synlighet, högre engagemang och stärkt närvaro i sociala medier, samtidigt som landningssidor och kampanjer använts för att styra trafik till Glasrikets webbplatser.

## PR och Mediaexponering

I samarbete med Region Kalmar har vi haft 3 besök av resejournalister samt 1 som på eget initiativ tagit kontakt med oss. Det internationella marknadsföringsarbetet vi gör tillsammans via Visit Småland har resulterat i ett flertal artiklar i utländska medier. Vill du veta mer så kan du ta del av kvartalsrapporterna som presentera mer ingående i vilka sammanhang Glasrikets har syns. Vi har som vanligt projektlett Glasrikemagasinet, det blev ett magasin på tre språk och 164 000 exemplar. Något fler tyska än föregående år, då efterfrågan var stor.

Vi testade att göra Glasriketkartan helt in house under 2025. vilket innebar både ett ökat arbetsomfång och värdefulla insikter inför framtida produktioner.

## Glasriket glöder

Vi har under tre år prioriterat Glasriket Glöder som ett evenemang som kan växa och inkludera hela näringen. För 2025 sökte vi projektmedel om 100 000 kronor för ett pilotprojekt med syfte att nå en ny målgrupp: danska besökare i åldern 25–45 år, utanför

högsäsong. Marknadsföringsinsatserna gentemot Danmark genomfördes med ett antal digitala insatser. Motsvarande insatser genomfördes även på den svenska marknaden. Under eventet var vi ute och filmade och fotade i realtid för kommande år för att få aktuellt material från platserna. I vanlig ordning samordnade vi marknadsföringen av Glaskonst 2025. SM i Glasblåsning genomfördes i Målerås, även där var vi på plats och filmade och fotade. Vi genomförde en mycket uppskattad adventskalender på Facebook och Instagram, med giveaways från våra aktörer.

## Platsutveckling

Under året har en arbetsgrupp jobbat fram ett förslag till en gemensam strategi, Platsutveckling Glasriket – En strategi för en lyckad platsutveckling som stärker Glasriket. Syftet med strategin är att vi ska ha en gemensam grund att stå på, en struktur som beskriver hur VI gemensamt ska ta Glasriket framåt. Strategin har varit ute på remiss. Fortsättning följer under 2026.

Vi har påbörjat en dialog med samtliga kommuner som är berörda av Utvandarleden för att uppdatera det digitala materialet som ligger till grund för leden. Detta måste uppdateras och korrigeras då befintligt material ej är anpassat för digital visning.

## Boka Glasriket i fokus

Under 2025 påbörjade vi projektet ”Paketering kulturhistoria i en ny tappning” eller Boka Glasriket som är arbetsnamnet. Målet är att skapa paket som attraherar både våra nationella och internationella besökare. Paketeringen ska också bidra till en ökad försäljning under hela året, och att företagen ska gå samman och korsbefrukta sina produkter.

I projektet ingår det en serie utbildningar för de företag som går in Boka Glasriket, med teman som:

*Helhet, samverkan och Glasriket*

*Produktidéer och målgrupper*

*Prissättning och paketering Internationell marknad och export mognad*

*Kvalité, löfte och hållbarhet*

*Marknadsföring och kommunikation*

Vi investerade i bokningssystemet GoToHub. GoToHub är en försäljningslösning som erbjuder produkter, upplevelser, tjänster och aktiviteter till gäster, från olika aktörer, från en och samma plats. Systemet erbjuder även resegarantin för alla företag som finns med. Det är ser vi som en stor fördel, att även våra mindre företag har råd att paketera sig med andra. Systemet är provisionsbaserat, den sker vid en såld produkt.

Boka Glasriket är fönstret som presenterar vad som finns att göra och som är direkt bokningsbar från vår webbsida, glasriket.se.

Projektet finansieras av SydostLeader. Projektet ”paketering, kulturhistoria i ny tappning” beviljades av LAG styrelsen den 28 feb 2025. Den totala finansieringen är 999 658 kronor. Projektet betalas ut av Jordbruksverket.

Det formella beslutet från Jordbruksverket, som betalar ut stödet, togs inte innan 2025 års slut.

Det innebär att bolaget enligt redovisningsregelverket K2 inte har kunnat intäktsföra bidraget på 400 109 kronor för kostnader på 2025 års resultat. Stödet betalas ut först under 2026.

## Samverkan med våra kommuner

- I mars deltog vi på Emmabodamässan, målgrupp invånare och företag.
- Vi har svart på Nybro kommuns remiss Näringslivsstrategi 2025–2028.
- Internremiss ÖP Nybro

- I maj deltog vi på Skog och maskinmässa tillsammans med Emmaboda kommun och Företagarna Emmaboda.
- Juni nyinvigning av Duvemåla café.
- Juni Åseda Truckmeet tillsammans med Uppvidinge kommun.
- Juli, monter på Diggiloo i Kosta - Oktober Kultur och föreningsdagen i Nybro
- December, föredrog på Kulturpolitik konferens i Nybro. Kalmar läns kulturaktörer möttes för att diskutera kulturens roll i samhällsutvecklingen. Vi deltar i projektet RISE Lessebo stationsområde. Vårt uppdrag är att komplettera med våra kunskaper inom destinationsutveckling-besöksnäring.

Tack för året 2025 och vi ser fram emot ytterligare ett år med utveckling av platsen och dess besöksnäring!

## **Samverkan med våra företag**

Under året har vårt fokus legat på Boka Glasriket. Det har resulterat i många möten i grupp och enskilt.

Vi ställde ut på Seniorfestivalen (seniormässan) i Malmö tillsammans med Destination Kosta. Vi har genomfört Glaskonst och Glasriket Glöder tillsammans med våra företag.

Weronica Stålered

VD

Företaget har sitt säte i Nybro

<b>Flerårsöversikt (Tkr)</b>	<b>2025</b>	<b>2024</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
Nettoomsättning	2 699	2 864	2 625	3 097
Resultat efter finansiella poster	-478	-78	325	188
Soliditet (%)	82	84	85	80

Definitioner av nyckeltal, se noter

### Förändringar i eget kapital

	<b>Aktiekapital</b>	<b>Balanserat resultat</b>	<b>Årets resultat</b>	<b>Summa eget kapital</b>
Belopp vid årets ingång	400 000	1 137 243	2 052	1 539 295
Balanseras i ny räkning		2 052	-2 052	0
Årets resultat			-478 105	-478 105
Belopp vid årets utgång	400 000	1 139 295	-478 105	1 061 190

### Resultatdisposition

Medel att disponera:

Balanserat resultat	1 139 295
Årets resultat	<u>-478 105</u>
	661 190

Förslag till disposition:

Balanseras i ny räkning	<u>661 190</u>
	661 190

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

<b>Resultaträkning</b>	<b>Not</b>	<b>2025-01-01 2025-12-31</b>	<b>2024-01-01 2024-12-31</b>
<b>Rörelseintäkter</b>			
Nettoomsättning		2 698 980	2 863 524
Övriga rörelseintäkter		493 964	52 533
<b>Summa rörelseintäkter</b>		<b>3 192 944</b>	<b>2 916 057</b>
<b>Rörelsekostnader</b>			
Övriga externa kostnader		-2 654 051	-2 264 513
Personalkostnader	2	-1 054 306	-789 426
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar		- 7 908	-12 436
<b>Summa rörelsekostnader</b>		<b>-3 716 264</b>	<b>-3 066 375</b>
<b>Rörelseresultat</b>		<b>- 523 320</b>	<b>-150 318</b>
<b>Finansiella poster</b>			
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		47 276	79 784
Räntekostnader och liknande resultatposter		-1 587	-7 068
<b>Summa finansiella poster</b>		<b>45 688</b>	<b>72 716</b>
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-477 632</b>	<b>-77 602</b>
<b>Bokslutsdispositioner</b>			
Förändring av periodiseringsfonder		0	87 600
<b>Summa bokslutsdispositioner</b>		<b>0</b>	<b>87 600</b>
<b>Resultat före skatt</b>		<b>-477 632</b>	<b>9 998</b>
<b>Skatter</b>			
Skatt på årets resultat		-473	-7 946
<b>Årets resultat</b>		<b>-478 105</b>	<b>2 052</b>

<b>Balansräkning</b>	<b>Not</b>	<b>2025-12-31</b>	<b>2024-12-31</b>
<b>TILLGÅNGAR</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
<b>Materiella anläggningstillgångar</b>			
Inventarier, verktyg och installationer	3	0	7 908
<b>Summa materiella anläggningstillgångar</b>		<b>0</b>	<b>7 908</b>
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>0</b>	<b>7 908</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
<b>Kortfristiga fordringar</b>			
Kundfordringar		31 250	3 563
Övriga fordringar		280 346	67 920
<b>Summa kortfristiga fordringar</b>		<b>311 596</b>	<b>71 483</b>
<b>Kassa och bank</b>			
Kassa och bank	4	984 026	1 763 273
<b>Summa kassa och bank</b>		<b>984 026</b>	<b>1 763 273</b>
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>1 295 622</b>	<b>1 834 756</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>1 295 622</b>	<b>1 842 664</b>

<b>Balansräkning</b>	<b>Not</b>	<b>2025-12-31</b>	<b>2024-12-31</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>			
<b>Bundet eget kapital</b>			
Aktiekapital		400 000	400 000
<b>Summa bundet eget kapital</b>		<b>400 000</b>	<b>400 000</b>
<b>Fritt eget kapital</b>			
Balanserat resultat		1 139 295	1 137 243
Årets resultat		-478 105	2 052
<b>Summa fritt eget kapital</b>		<b>661 190</b>	<b>1 139 295</b>
<b>Summa eget kapital</b>		<b>1 061 190</b>	<b>1 539 295</b>
<b>Obeskattade reserver</b>			
Periodiseringsfonder		0	0
<b>Summa obeskattade reserver</b>		<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>			
Leverantörsskulder		0	0
Skatteskulder		11 455	13 547
Övriga skulder		63 231	23 369
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		159 746	266 453
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>234 432</b>	<b>303 369</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>1 295 622</b>	<b>1 842 664</b>

## Noter

### Not 1 Redovisningsprinciper

#### Allmänna upplysningar

Årsredovisningen är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd (BFNAR 2016:10) om årsredovisning i mindre företag.

#### Avskrivning

Tillämpade avskrivningstider:

#### Materiella anläggningstillgångar

Inventarier, verktyg och installationer 5 år

#### Ställda säkerheter

	2025-12-31	2024-12-31
Företagsinteckning	300 000	300 000
	<b>300 000</b>	<b>300 000</b>

### Not 2 Medelantalet anställda

	2025	2024
Medelantalet anställda	1	1

### Not 3 Inventarier, verktyg och installationer

	2025-12-31	2024-12-31
Ingående anskaffningsvärde	62 177	62 177
Inköp		
Utrangeringar		
<b>Utgående ack. anskaffningsvärden</b>	<b>62 177</b>	<b>62 177</b>
Ingående avskrivningar	-54 269	-41 833
Årets avskrivningar	-7 908	-12 436
Utrangeringar		
<b>Utgående ack. avskrivningar</b>	<b>-62 177</b>	<b>-54 269</b>
<b>Utgående redovisat värde</b>	<b>0</b>	<b>7 908</b>

### Not 4 Checkräkningskredit

	2025-12-31	2024-12-31
Beviljat belopp på checkräkningskredit uppgår till	300 000	300 000

### Not 5 Definition av nyckeltal

#### Soliditet

Justerat eget kapital i procent av balansomslutning

## Noter

Årsredovisningen beslutades 2026-04-20.

Underskriven den dag som framgår av min elektroniska underskrift

Tobias Fagergård  
Ordförande

Lars Altgård

Johan Jonsson

Simon Bring

Weronica Stålered  
Verkställande direktör

Min revisionsberättelse har lämnats den dag som framgår av min elektroniska underskrift.

Bruno Tagesson  
Auktoriserad revisor

# Signering

Följande parter har signerat detta dokument

**Namn:** WERONICA STÅLERED

**Datum:** 2026-04-20 22:00

**Signerat kryptografiskt SHA-256 hashvärde:**

A3CF1415A5D5F51AF82D0451DFAFF22B15CA6AD0BFDD1481F2150707E7AFF043

**Namn:** Tobias Fagergård

**Datum:** 2026-04-22 09:08

**Signerat kryptografiskt SHA-256 hashvärde:**

A3CF1415A5D5F51AF82D0451DFAFF22B15CA6AD0BFDD1481F2150707E7AFF043

**Namn:** LARS ERIK SVENNING ALTGÅRD

**Datum:** 2026-04-21 09:57

**Signerat kryptografiskt SHA-256 hashvärde:**

A3CF1415A5D5F51AF82D0451DFAFF22B15CA6AD0BFDD1481F2150707E7AFF043

**Namn:** JOHAN KARL LENNART JONSSON

**Datum:** 2026-04-22 16:32

**Signerat kryptografiskt SHA-256 hashvärde:**

A3CF1415A5D5F51AF82D0451DFAFF22B15CA6AD0BFDD1481F2150707E7AFF043

**Namn:** SIMON SYLVESTER SEVERIN BRING

**Datum:** 2026-04-21 07:47

**Signerat kryptografiskt SHA-256 hashvärde:**

A3CF1415A5D5F51AF82D0451DFAFF22B15CA6AD0BFDD1481F2150707E7AFF043

**Namn:** BRUNO ROGER TAGESSON

**Datum:** 2026-04-23 11:43

**Signerat kryptografiskt SHA-256 hashvärde:**

A3CF1415A5D5F51AF82D0451DFAFF22B15CA6AD0BFDD1481F2150707E7AFF043