HALMSTAD

Destination Halmstad AB

Affärsplan 2025

Tillbakablick 2024

Några av 2025 års höjdpunkter

- Lansering av två nya audioguider i plattformen Halmstad Stories - Grötvik och Tylösand.
- USM i simning på Simstadion Brottet.
- Hållbara destinationsutvecklingsprojektet Prins Bertils stig.
- Halmstad ansöker om Årets Stadskärna 2025.
- Hallandsgården firar 100 år.
- Konsten i Halland samlas kring temat vatten - "Vattenreflektioner".
- Konserter av stor internationell karaktär i Halmstad i sommar, Roxette och Sting.
- The Gyllene Tider Experience på Klammerdammsgatan 4 förlängs hela 2025.

Innehåll

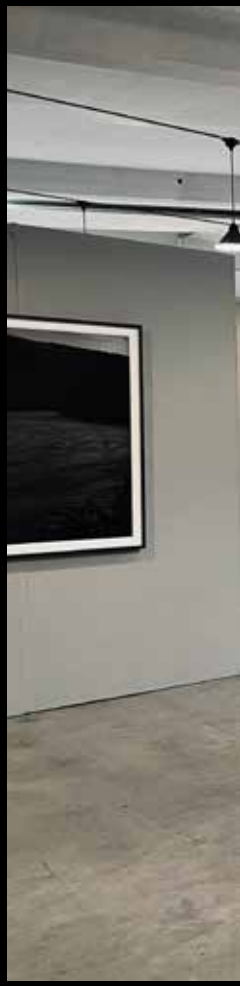
Regionshuvudstaden Halmstad 4–5
Ordförandes inledning 6
Det här gör vi 7
Halmstad har ett guldläge på västkusten 8
Det här jobbar vi för 9–12
- Turismomsättningen 10
- Utländska besökare 11
- Turistkronan 12

Ekonomiska värden 13
SWOT, Visionshus 14–15
Halmstads Teater 16–17
Tematiska visioner 18–19
Bolagets tre övergripande mål 20–22
- Mål 1 20
- Mål 2 21
- Mål 3 22

Tillbakablick 2024 23
VD har ordet 24–25
Attraktionsanalys Halmstad 26
Gästnätter 27
Måluppföljning 28–29
Highlights 2024 30–31
Våra kanaler och marknadsinsatser 32–33
Kontakt 34

Halmstad

Regionhuvudstaden med
den kustnära livsstilen



”Vi står inför en besöksnäring i förändring”

Klimatförändringar, säkerhet, digitalisering, teknisk utveckling, AI och förändrade normer i samhället påverkar oss alla. Vi ser att besökare och turisters beteende- och resmönster liksom förväntan på upplevelser redan har börjat ändras.

Därför får Halmstads platsutveckling en allt större betydelse. Att utveckla attraktiva besöksmål tillsammans med vår besöksnäring gagnar alla oss som bor och verkar här, såväl som besökare och turister. Men, det är också centralt för att locka investerare och talanger.

Vi arbetar både strategiskt och operativt med såväl marknadsföring som destinations- och platsutveckling. Halmstad har av hävd en status som en självklar sommarstad, men vi strävar målmedvetet efter att göra Halmstad till en året-runt-destination.

Destination Halmstads uppdrag att utveckla Halmstad som besöks-, mötes- och evenemangsdestination syftar till att stärka Halmstads varumärke och attraktionskraft, och att skapa affärsnytta. Det gör vi givetvis inte ensamma utan i samverkan med Visit Halland, förvaltningar och bolag i kommunkoncernen och besöksnäringen.

Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad!

Anita A’son-Strandahl (M)

Ordförande Destination Halmstad AB

Det här gör vi

Destination Halmstad AB ägs av Halmstads kommun.
Vi jobbar kontinuerligt med målet att stärka Halmstads varumärke och attraktionskraft. Vårt uppdrag är att utveckla Halmstad som besöks-, mötes och evenemangsdestination. På så vis är vi med och bidrar till en hållbar tillväxt i hela kommunen. Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad.

ORGANISATION

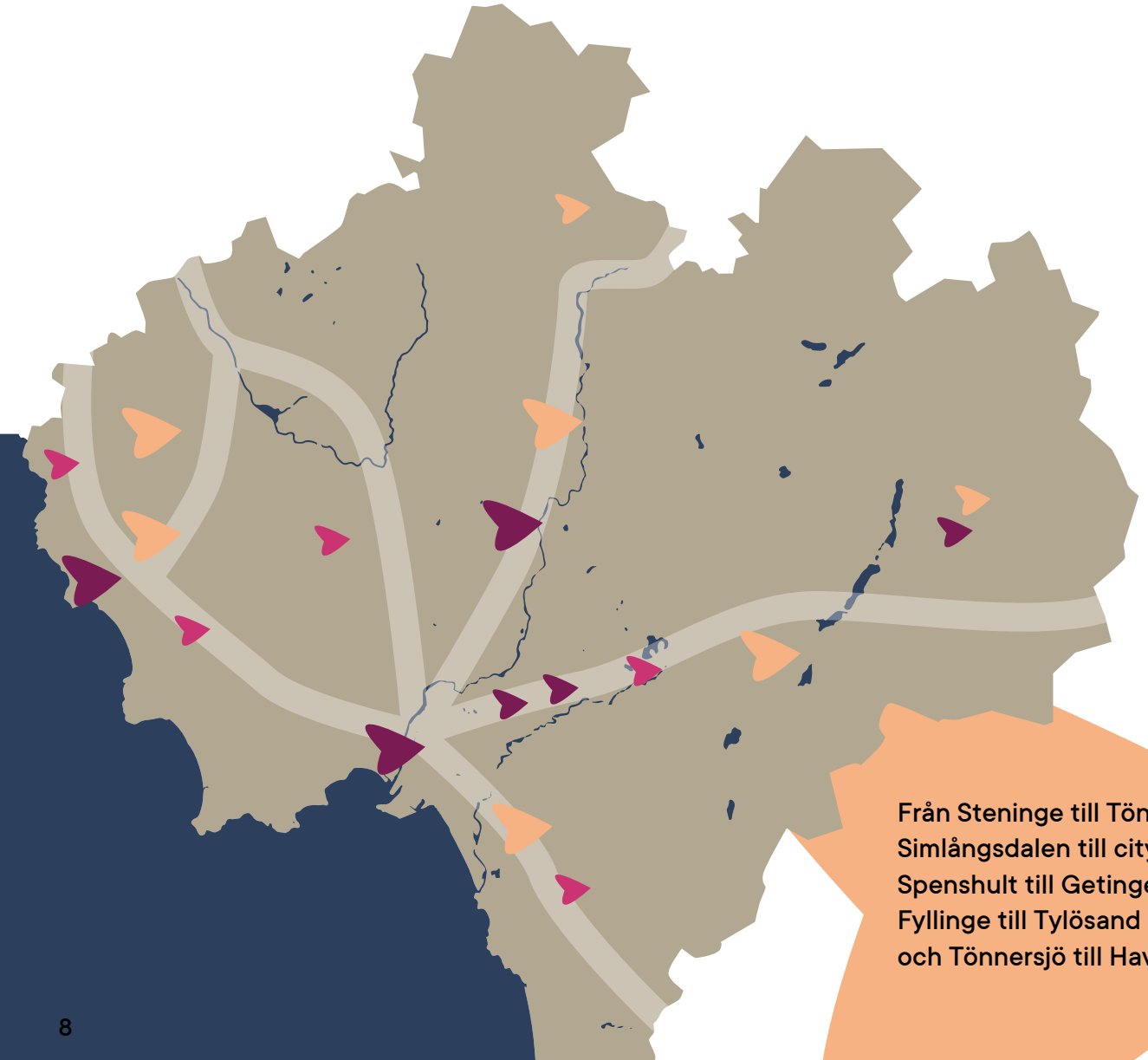
Verksamhetsstöd - arbetar med bolagsövergripande frågor. Det är här strategisk utveckling, administration, ekonomi, ledningsstöd och HR finns.

Destinationsutveckling – utvecklar tillsammans med besöksnäringen och andra intressenter Halmstad som besöks-, mötes- och evenemangsdestination.

Marknad - skapar kommunikation som ska få fler att vilja komma till Halmstad, stanna längre och gärna stanna kvar.

Halmstads Teater – är en central plats för kultur-, nöjes- och mötesverksamhet som bidrar till ett levande city. Här genomförs nationella och internationella arrangemang.

Halmstad har ett guldläge på västkusten



HALMSTAD - HALLAND - NORRA EUROPA

Vi vill bli norra Europas bästa kustdestination. Det är en vision som vi delar tillsammans med övriga halländska kommuner och Visit Halland.

VI ÄR HALLANDS RESIDENSSTAD

I Halmstad finns landshövding, regemente, högskola, länssjukhus, flygplats och hamn. Här finns drygt 11 000 företag. Med mer än 106 000 invånare är vi landets 17:e största kommun. Halmstad är dessutom Sveriges Golfhuvudstad.

Vi har ambitiösa framtidsvisioner. Det pågår ett aktivt arbete med en positionsförflyttning från stark sommardestination till att bli mer känd som regionhuvudstaden med den kustnära livsstilen.

DET ÄR NÄRA TILL ALLT

Det är kontrasterna och närheten som gör Halmstad så unikt. Här finns landsbygd och stadspuls sida vid sida.
Havet, kusten, skogar, sjöar eller vida vidder. Shopping, konst och kultur. Du väljer. Allt detta gör oss till en evenemangs- och mötesstad att räkna med. Och inte minst - en attraktiv plats du vill leva och bo på. Där är destinationsutveckling ett viktigt verktyg för att förverkliga egna och andras drömmar.

Det här jobbar vi för

Halmstad är en fantastisk plats. Den ska vi alla ta hand om och utveckla på ett hållbart sätt. 2016 sattes ambitiösa mål för besöksnäringen i Halmstad. Sedan dess har pandemi, krig, kriser och ekonomin satt käppar i hjulet men vi ser ändå en positiv riktning i samtliga effektmål.

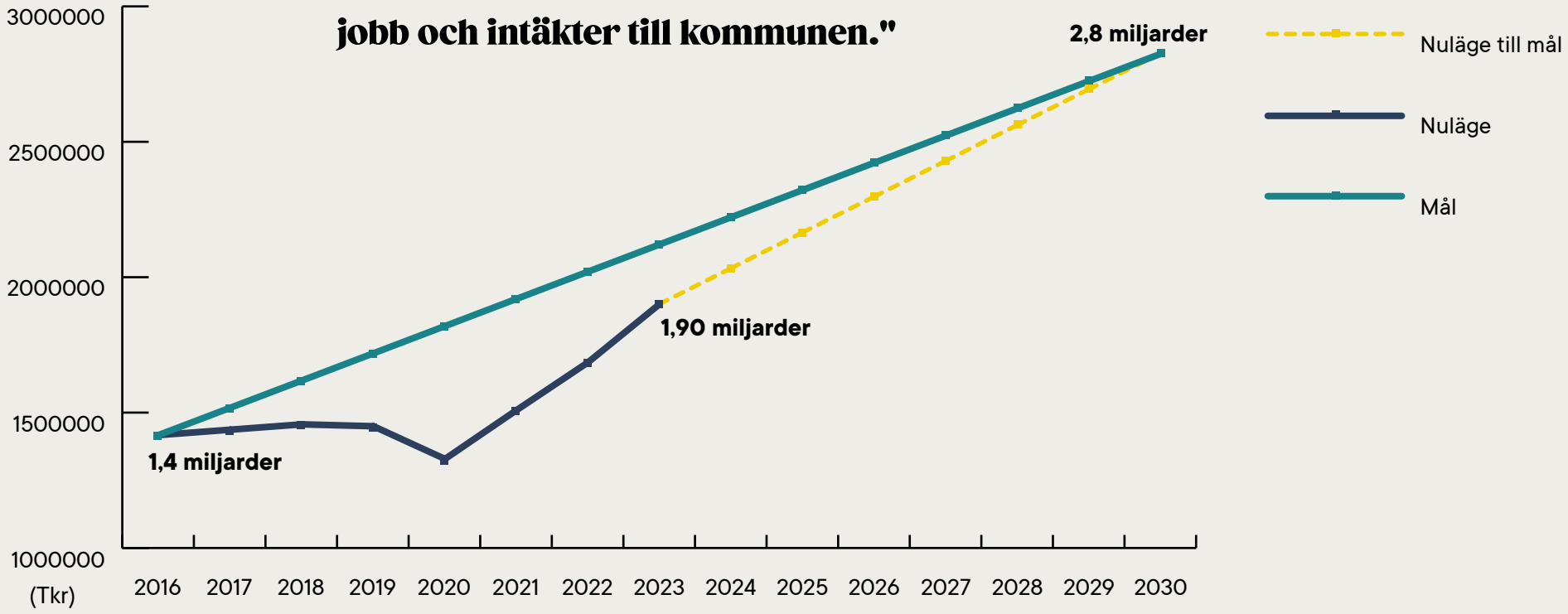
För att kunna nå de höga målen krävs ett tydligare kommunövergripande samarbete för att skapa så goda förutsättningar som möjligt för en blomstrande besöksnäring och attraktiva miljöer som inbjuder till besök.

Under 2024 reviderades besöksnäringsstrategin tillsammans med både kommun, näringsliv och andra aktörer. 2025 börjar inplementeringen av Destinationsstrategi 2030.

DESTINATIONSSTRATEGINS EFFEKTMÅL 2030		
Fördubbla omsättningen i besöksnäringen	Utfall 2016–2023 +33%	Utfall 2016–2022 +19%
Antalet utländska besökare ska fyrdubblas	Utfall 2016–2023 +24%	Utfall 2016–2022 +16%
Aktivitetsdelen av turistkronan ska fördubblas	Utfall 2016–2023 +30%	Utfall 2016–2022 +8%

Status effektmål: Halmstad ska fördubbla turismomsättningen

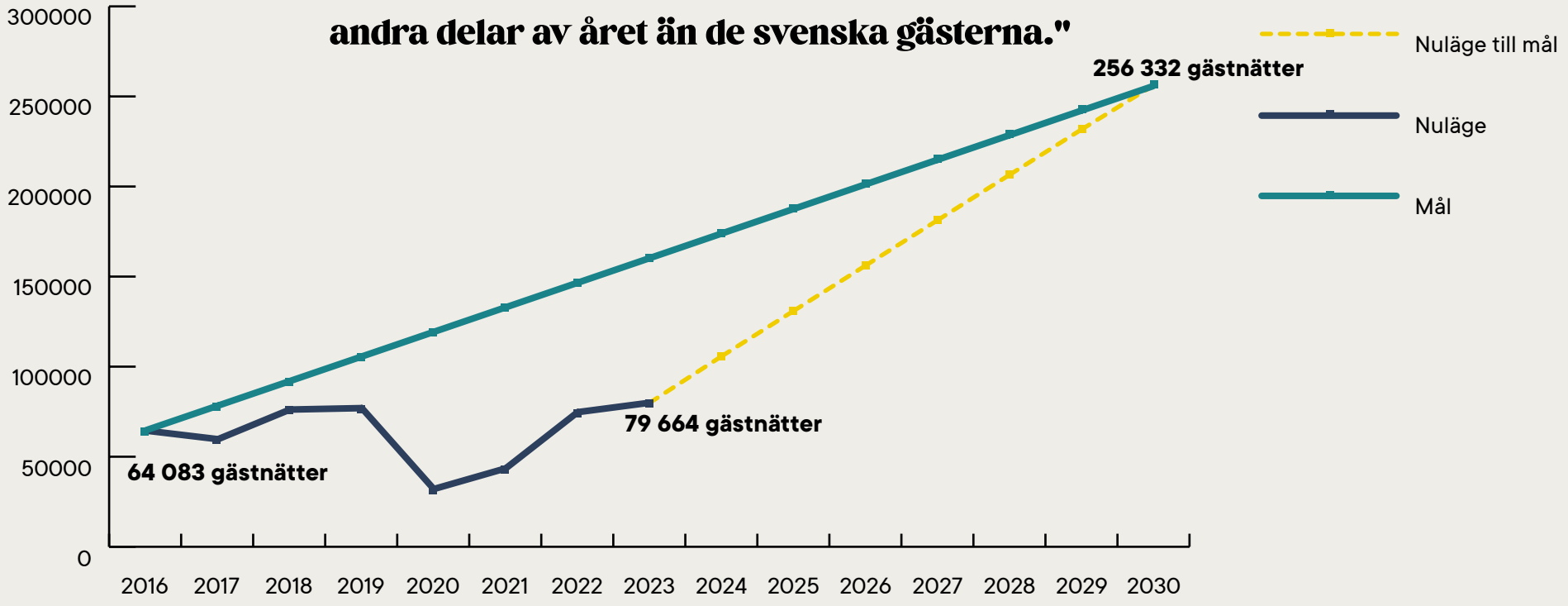
"Ökad omsättning för våra besöksnäringsföretag skapar jobb och intäkter till kommunen."



UTV. 2016-2023: +33%

Status effektmål: Antalet utländska besökare ska fyrdubblas

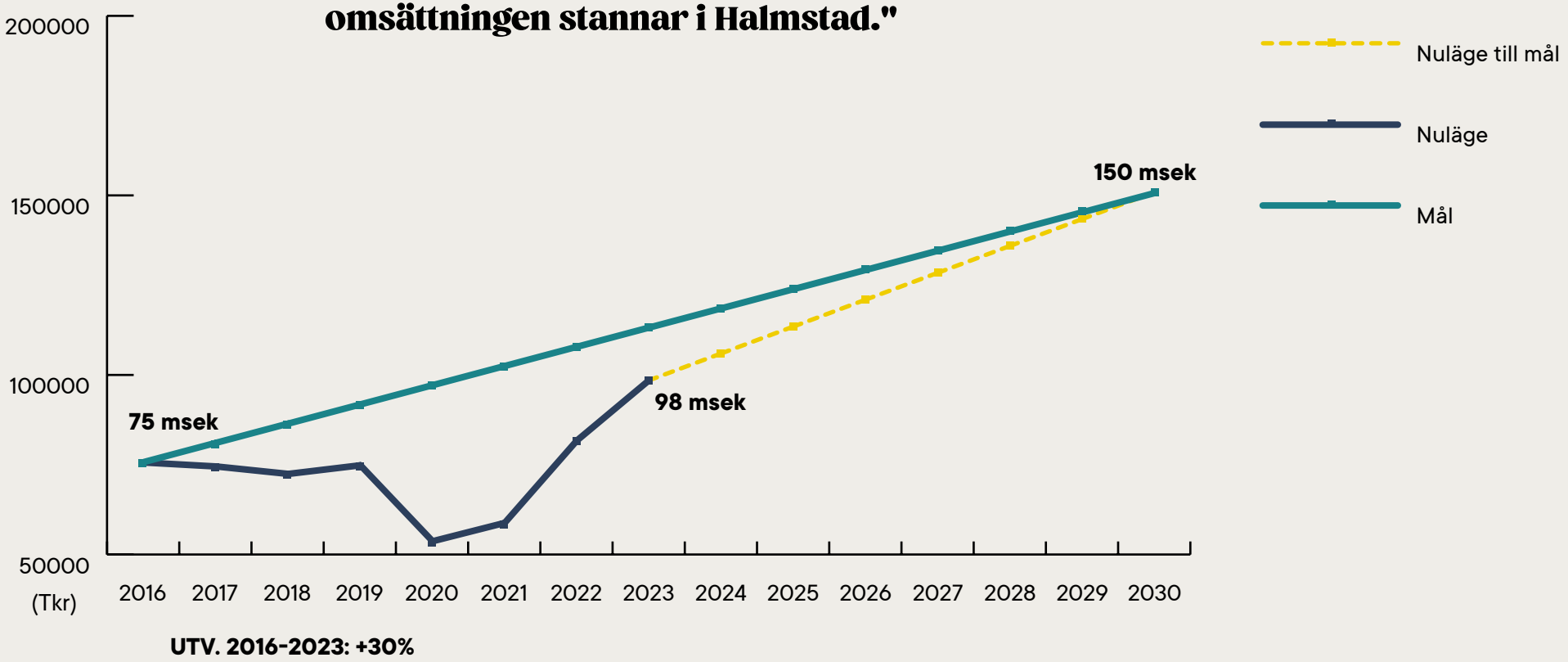
"Utländska gäster spenderar mer, stannar längre och har semester på andra delar av året än de svenska gästerna."



UTV. 2016-2023: +24%

Status effektmål: Aktivitetsdelen av turistkronan ska fördubblas

"Fler bokningsbara upplevelser innebär att mer av turism-omsättningen stannar i Halmstad."



UTV. 2016-2023: +30%

Ekonomiska värden

Destination Halmstads affärsmodell bygger på att skapa goda förutsättningar för högre turistomsättning i besöksnäringen. På så sätt skapas en mer attraktiv destination året runt för både invånare och besökare, som i sin tur ger skatteintäkter och arbetstillfällen till tillbaka

Bolaget och besöksnäringen bidrar bland annat till följande affärsnytta för kommunen:

- Omsättning i besöksnäringen, ca 1,9 miljarder kronor.
- Gästnätter, cirka 800 000.
- 2000 arbetstillfällen inom besöksnäringen, 800 årsverken.
- Return on investment, ROI, till kommunen på 7–10 ggr insatta medel vid stöd av evenemang.

Effekterna av Golfhuvudstaden

Arbetet med Golfhuvudstaden 2024 genererade bland annat 1977 gästnätter med uppskattatvärde på 3,9 miljoner kronor. Förfrågningarna drivs in med hjälp av kampanjer via Meta (Facebook och Instagram), Google-Ads och Google-sök samt våra tolv nyhetsbreven som skickas ut per år.

1 miljon digitala besök

Marknadsavdelningen på Destination Halmstad driver aktivt PR och marknadsföring som lyfter Halmstad som destination och skapar stort värde för staden och besöksnäringen. En central uppgift är att driva trafik till www.destinationhalmstad.se, där stadens utbud av evenemang och aktiviteter samlas.

Under 2025 nådde webbplatsen över en miljon besök, en viktig framgång som stärker både Halmstads varumärke och den lokala besöksnäringen. En stark digital närvaro fortsätter att vara nyckeln för att locka fler besökare och stötta stadens aktörer.

Kunskap
Inspiration
Nätverk

100 000 stolta Halmstadambassadörer

Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad!

Långsiktiga
Handlingskraftiga
Lyhörda

SWOT

STYRKOR

- Halmstad är ett fantastiskt och attraktivt besöksmål.
- Målen, mission och vision är tydliga.
- Här finns stor erfarenhet av att värva evenemang och möten.
- Marknadsföringen är proaktiv med starka egna kanaler.

SVAGHETER

- Halmstads exportmognad behöver öka.
- För säsongsbetonad destination.
- Få internationella gäster.
- Få årligen återkommande musikevenemang.

MÖJLIGHETER

- Coldcation, trygghetsbehov och ekonomi gör att intresset för Sverige och Halmstad ökar.
- Säsongsförlängning och fler internationella gäster.
- Fortsätta utveckla staden som mötes- och evenemangsdestination.
- Tydligare inriktning med uppdaterad Destinationsstrategi 2030.
- Renoveringen av Halmstads Teater möjliggör fler stora möten i Halmstad.

HOT

- Efterdyningarna av pandemin, krig och lågkonjunktur.
- Konkurrens mellan nationella och internationella destinationer.
- Låg kännedom om betydelsen av bolagets insatser för Halmstad.

Visionshuset

Visit Hallands vision	Norra Europas bästa kustdestination
Position	Regionhuvudstaden med den kustnära livsstilen
Tematiska områden	Natur | Kultur | Mat | Kust & hav | Idrott & hälsa
Mission	Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad
Uppdrag	Att utveckla Halmstad som besöks-, mötes- och evenemangsdestination för att stärka halmstads varumärke och attraktionskraft syftande till en ökad hållbar tillväxt
Kommun-vision	Hemstaden | Kunskapsstaden | Upplevelsestaden

Halmstads Teater

I hjärtat av Halmstad hittar du Halmstads Teater. Ända sedan 1954 har vi varit med och skapat nya minnen hos våra besökare. Åren går och den 13 november 2024 fyllde teatern hela 70 år.

Halmstads Teater bjuder numera på mer än teater. Vi har fyllt på med konserter, stand up, spökvandringar, lunchteatrar, klubb-gig, möten, mässor och mycket mer. Vi är en mötesplats där alla är välkomna, stor som liten.

Minst 70 år till!

Kultur och teater är viktigt för vårt psykiska välmående, särskilt för unga. Det främjar empati, kreativitet och ger en plats att bearbeta tankar i en stressig värld.

Halmstads Teater har i över 70 år varit en plats för gemenskap och inspiration. För att kommande generationer ska få samma möjligheter behöver vi bevara och utveckla teatern som en självklar arena för kultur och möten i framtiden.

"Efter den omfattande renoveringen 2024-2025 är Halmstads Teater en topp-modern teater som erbjuder unika lokaler och utrustning. Vi ser fram emot arbetet med att sälja in teatern till fler evenemangs- och mötesarrangörer!"

Henrik Drakenberg,
chef Halmstads Teater

"Naturupplevelser från kust till vildmark"

"Kulturutbud med nationell och internationell ryktbarhet"

NATUR

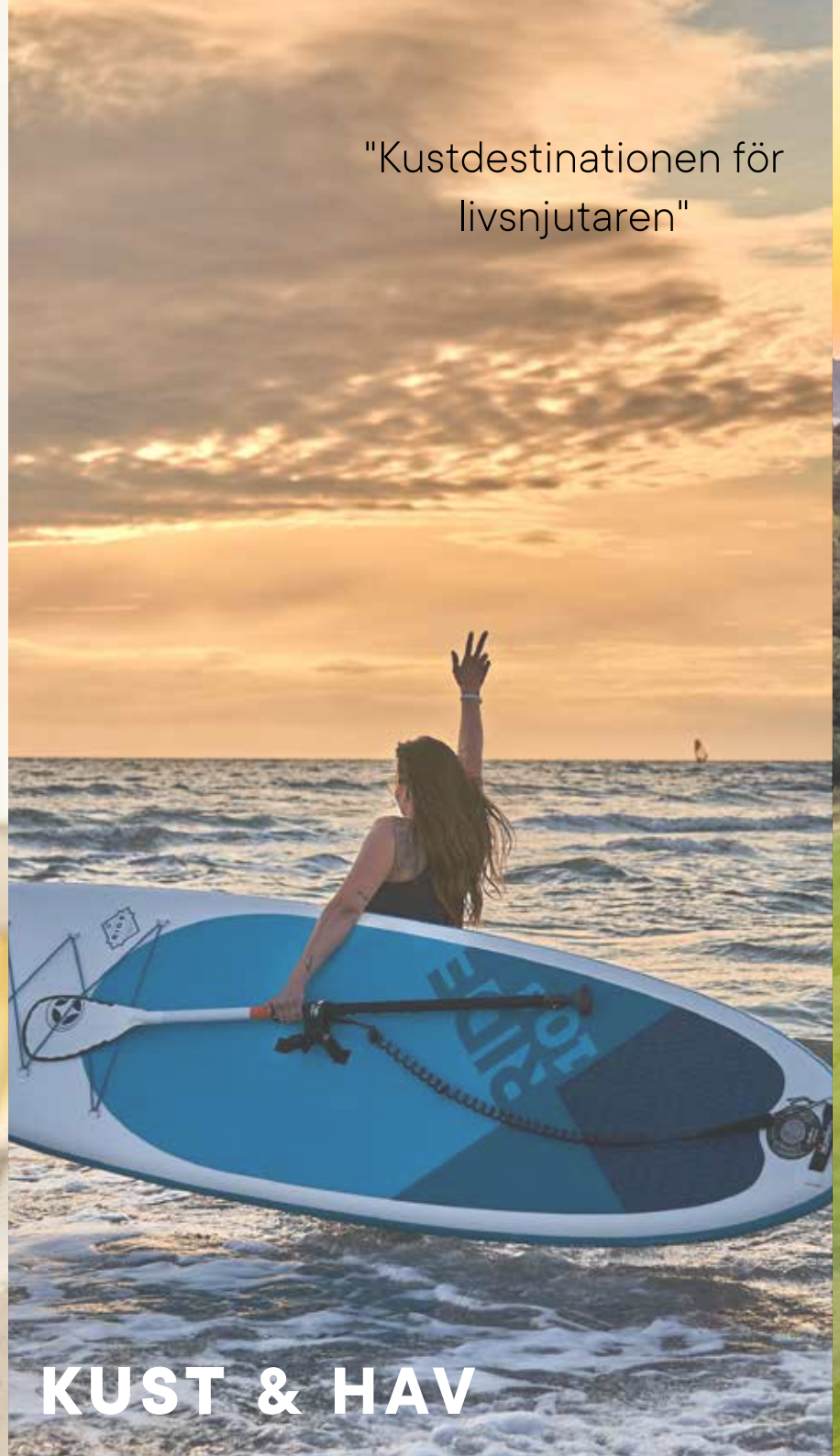
KULTUR

MAT

"Sveriges mest levande matlän"

"Kustdestinationen för livsnjutaren"

"Pionjär inom idrott och hälsa"



KUST & HAV

IDROTT & HÄLSA

Vi ska stärka utvecklingen, marknadsföringen och positioneringen av Halmstad.

REGIONHUVUDSTADEN MED DEN KUSTNÄRA LIVSSTILEN

Ta oss närmare vår övergripande önskvärda position
Fokus på tematiska området Kust & Hav med platsutveckling, aktiviteter, evenemang och kommunikation.

GYLLENE TIDER EXPERIENCE 2025

Erbjuda en aktivitet koppla till ett av Halmstads största varumärken och stärka citys attraktivitet. Dra nytta av den satsningen som gjordes 2024 och filmen sommartider som nu kan streamas.

DANMARK & TYSKLAND

För att utvecklas som destination året runt bör vi ta fler marknadsandelar i Danmark och Tyskland. De spenderar mer, stannar längre och kommer på andra tider under året än svenskar.
I samverkan med Visit halland, och på egen hand, stärka arbetet på dessa marknader.

EVENEMANG - ÅRET RUNT

Peka ut prioriterade större evenemang som linjerar visionshuset

Vinter / Vår: Final 4, Purple Night, Matfesten
Sommar: USM simning, SM Agility, Laxacupen
Höst/ Vinter: Smaka på Halmstad, Gravel Grit´n Grind, Magiska mörker, Jul i Halmstad
Planera & värva:
Arbeta för en Internationell tävling 2026
Goda förutsättningar för SM veckan 2028

Vi ska öka förtroendet hos besöksnäringen.

NY DESTINATIONSSTRATEGI 2030

Med en reviderad och uppdaterad strategi vill vi tillsammans med destinationens alla aktörer agera i gemensam riktning för att nå vår vision om Norra Europas bästa kustdestination 2030.

BESÖKSSERVICE 2.0

Skapa en modern och behovsanpassad besöksservice året runt med värdskapssatsningar, digitalt kommunikationskoncept och AI-chat.

MÖTESSTADEN HALMSTAD

Med en ny citynära mötesanläggning ta tillfället att sälja in Halmstad som en spännande mötesstad som ger fler besökare under perioden september tilll maj.

VAD HÄNDER I HALMSTAD? NÅ UT!

Göra det enkelt att upptäcka och uppleva Halmstad. Stärka kundupplevelsen, användarvänligheten och köpbarheten på våra plattformar och i våra kanaler.

65
företagsbesök

250 **deltagare**
på besöksnäringsträffarna

Vi ska tillsammans utveckla vår bolagskultur med vårt "hjärta" som kompass.

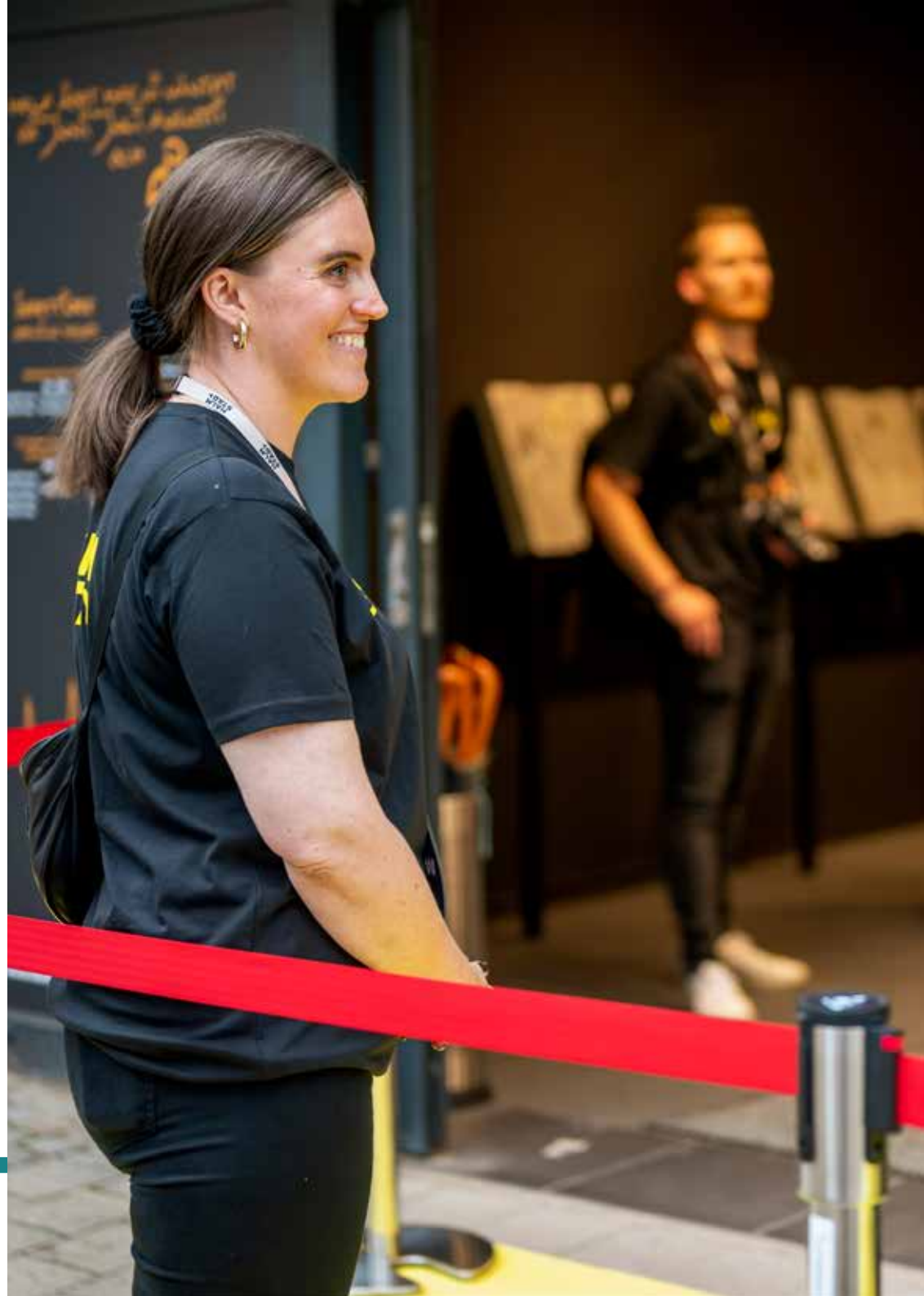
VERKSAMHETSUTVECKLING X4

Vars syfte är att skapa ett bolag och en teamkänsla. Tema för året är vår reviderade destinationsstrategi och visionshuset.

KOMPETENSUTVECKLING

Utreda vilka kompetenser och funktioner som krävs kopplat till nytt ägardirektiv där vi tar ansvar för den strategiska destinationsutvecklingen.

Tillsammans skapar vi tillfällen att älska Halmstad



HALM STAD

Tillbakablick 2024

2024 levde vi livet!

Jag kan med glädje konstatera att Destination Halmstad, trots ett utmanande ekonomiskt år, levererar ett rörelseresultat som är 0,7 miljoner kronor bättre än budget. Detta är ett kvitto på både god framförhållning och att bolagets satsningar burit frukt – tack vare hårt arbete och en tydlig målbild.

Vid årets början såg vi två stora utmaningar framför oss. Den ena var den omfattande ombyggnationen av Halmstads Teater, som skulle innebära att lokalerna inte kunde hyras ut i normal omfattning. Det här krävde att vi i övriga delar av verksamheten redan från start drog ner budgeten för att möta det förväntade intäktsbortfallet.

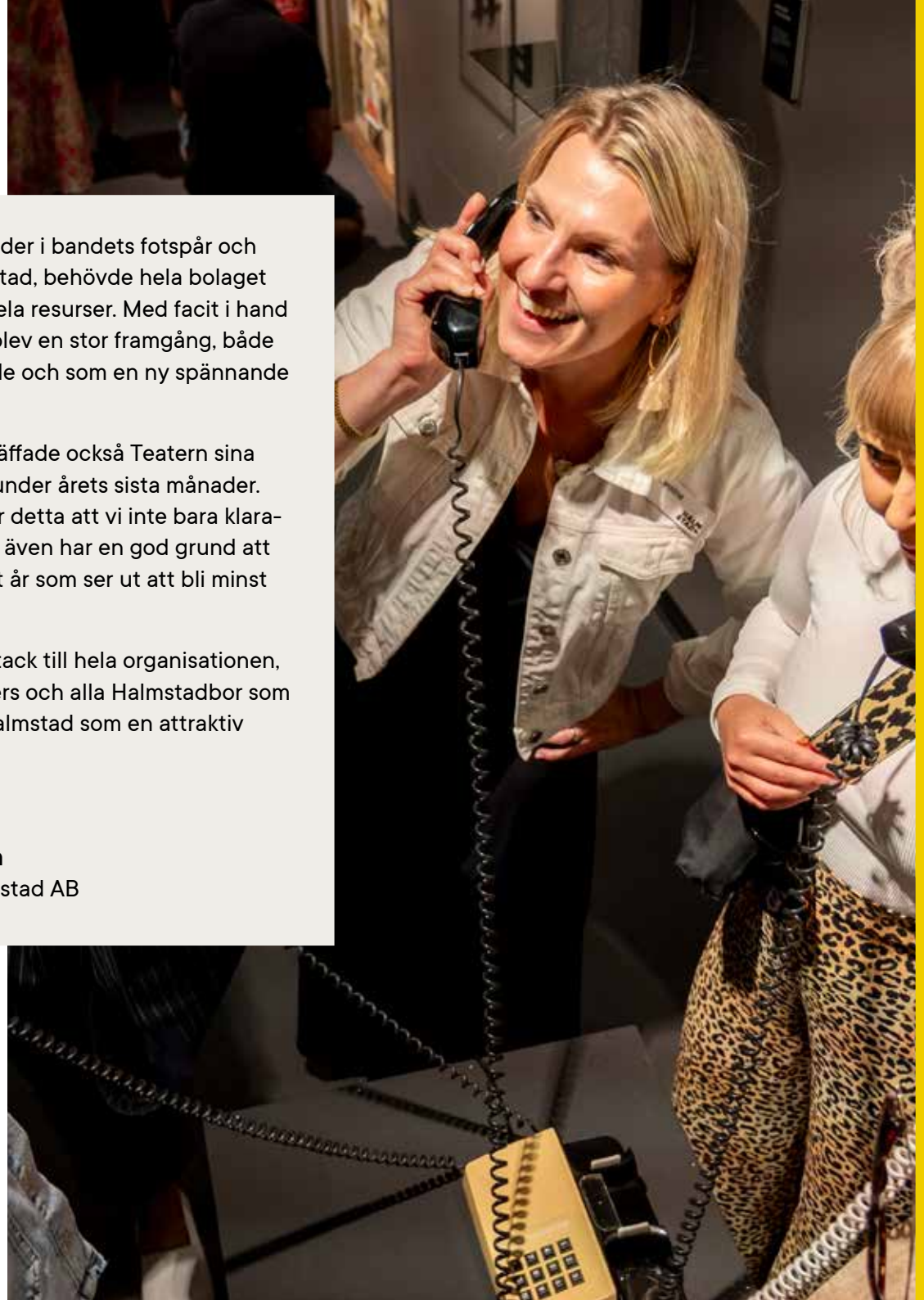
Den andra utmaningen – som också visade sig bli en fantastisk möjlighet – var det unika tillfället att lyfta Halmstad som destination genom Gyllene Tiders historia. Under hösten 2023 stod det klart att bandets första år skulle filmatiseras, med premiär sommaren 2024. Med Per Gessle och Gyllene Tider som några av Halmstads starkaste varumärken kändes det självklart att vi skulle ta vara på den här möjligheten och göra en satsning som både skapar stolthet lokalt och attraherar besökare till vår stad.

För att möjliggöra den här satsningen, bland annat genom utställningen "The Gyllene Tider Experience", audioguider i bandets fotspår och filmpremiären i Halmstad, behövde hela bolaget prioritera och omfördela resurser. Med facit i hand ser vi att satsningen blev en stor framgång, både när det gäller PR-värde och som en ny spännande reseanledning.

Glädjande nog överträffade också Teatern sina intäktsförväntningar under årets sista månader. Sammantaget innebär detta att vi inte bara klarade årets budget, utan även har en god grund att stå på inför 2025 – ett år som ser ut att bli minst lika händelserikt.

Jag vill rikta ett stort tack till hela organisationen, våra samarbetspartners och alla Halmstadbor som bidrar till att stärka Halmstad som en attraktiv destination året om.

Karolina Davidsson
VD, Destination Halmstad AB



MATFEST

ATG

Attraktionsanalys Halmstad

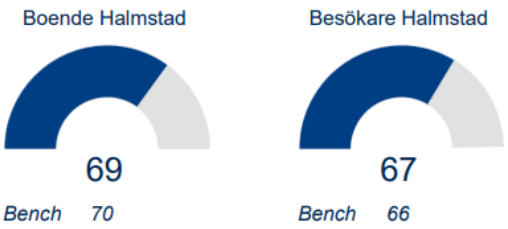
Destinationstracking 2023

Destination Halmstad har givit Upplevelseinstitutet (UI) uppdraget att utvärdera kommunens attraktion som besöksdestination och samtidigt skapa förståelse för hur de egna invånarna uppfattar och uppskattar kommunens erbjudande och attraktioner.

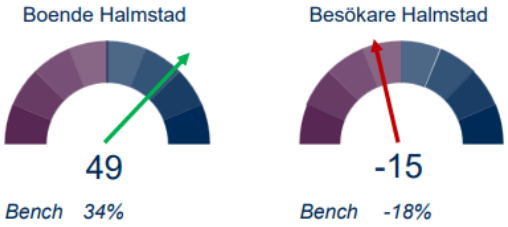
I Destinationstrackningen mäter vi nöjdheten och benägenheten att rekomendera destinationen Halmstad bland invånare och besökare. Nästa mätning görs 2025.

Läs hela Attraktionsanalysen

Nöjd Kund-Index



Net Promoter Score



Har besökt i närtid

22%

Bench 19%

Besöksintention Halmstad

27%

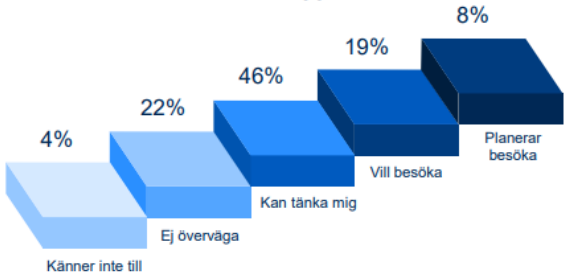
Bench 20%

Attraktionsindex Halmstad

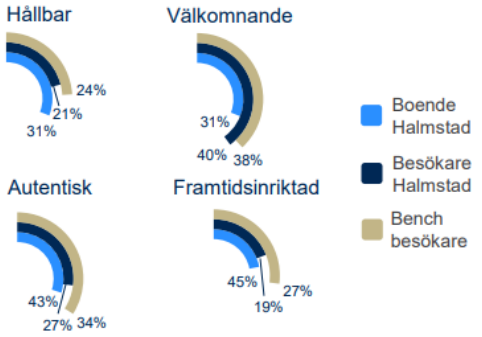
66

Bench 67

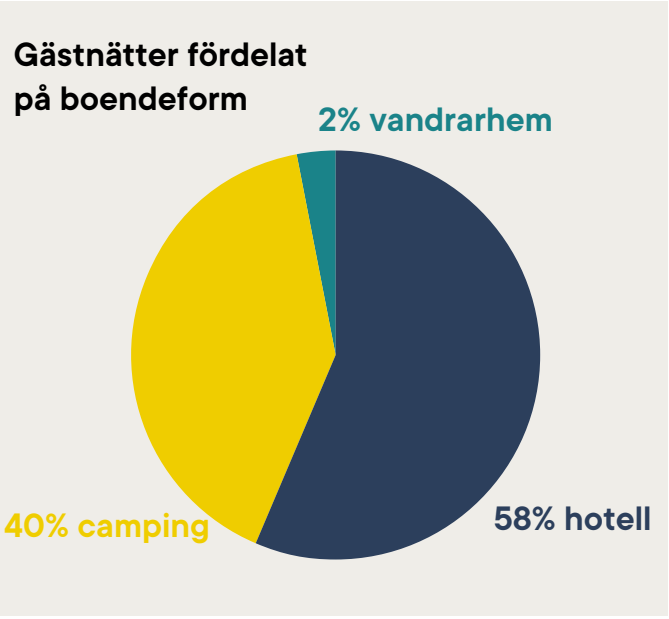
Turisttrappan

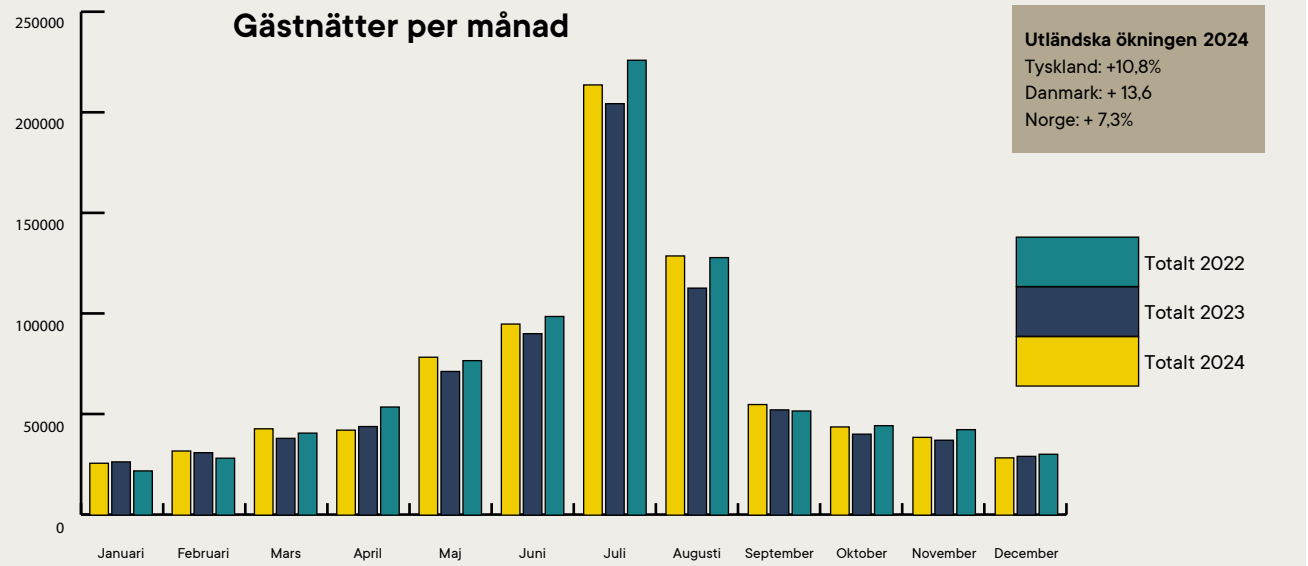


Varumärke



Källa: Upplevelseinstitutet



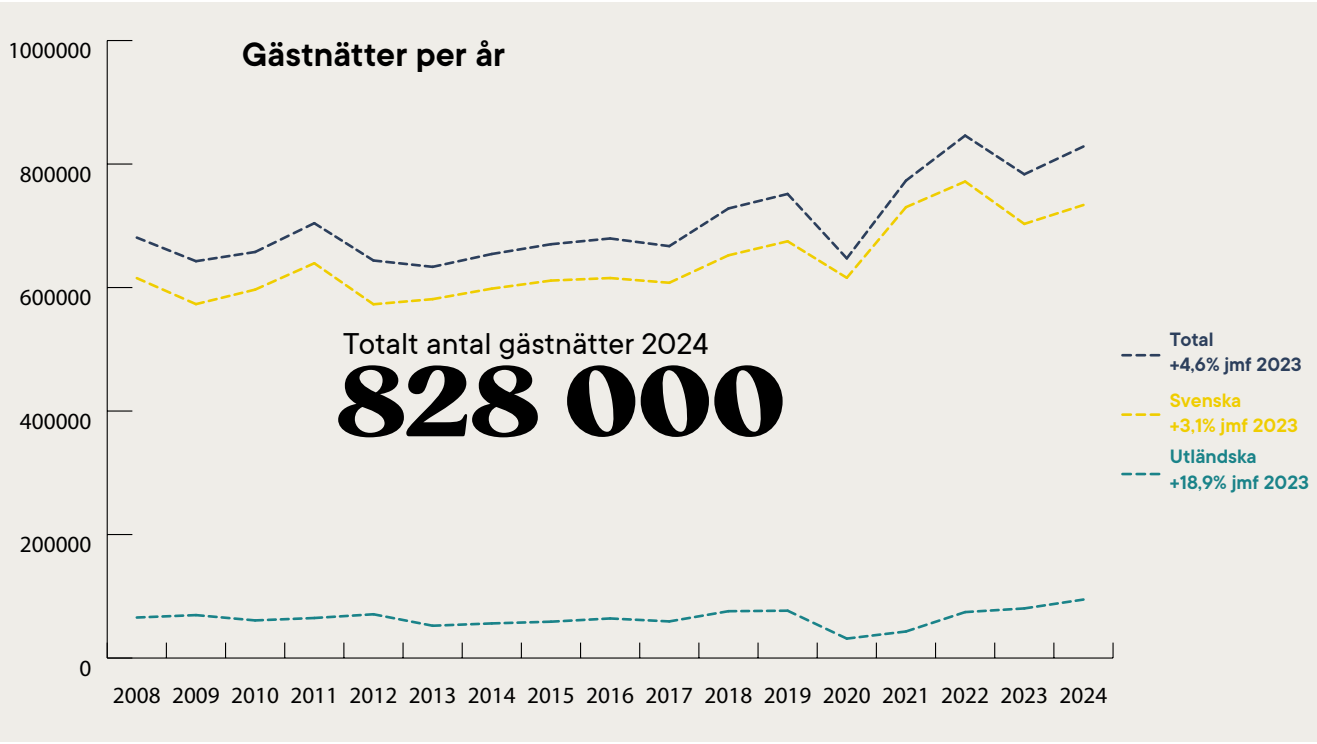


Hur upplever företagen kontakten med Destination Halmstad?

Så många svarar 4 & 5 på en skala 1–5:

2024:	53,4% *
2023:	66,1%
2022:	42,9%

** Vi har en högre svarsgrad med flertalet för oss helt nya kontakter. Vilket indikerar vikten av att fortsätta arbetet med nätverk, kluster och träffar för att stärka förtroendet.*



Källa: SCB/Tillväxtverket

Måluppföljning

Vi ska stärka utvecklingen, marknadsföringen och positioneringen av Halmstad utifrån besöksnäringsstrategin.

Vi ska öka förtroendet hos besöksnäringen.

Målindikatorer

Utveckling gästnätter		Målvärde 750 000
Öka besökare på den danska webbplatsen		Målvärde 25 000
Öka besökare på destinationhalmstad.se		Målvärde 750 000
Marknadskampanjer		Målvärde 7
Antalet genererade förfrågningar, möteskampanj		Målvärde 10
Ansökan nationella eller internationella evenemang		Målvärde 4
Värvade föreningsmöten		Målvärde 6
Return on investement, evenemang och möten.		Målvärde 7–10 ggr medel
Etablera kontakt med nya värdar		Målvärde 15
Företagsbesök		Målvärde 60
Följare LinkedIn		Målvärde 2 700
Antal prenumeranter nyhetsbrev för besöksnäringen		Målvärde 1150
Fler deltagare i matnätverket		Målvärde 30
Genomföra projekt med bredare publik, teatern		Målvärde 2
4 besöksnäringsträffar		Målvärde 200 deltagare
Rekryteringsmässan antal utställare		Målvärde 35

Mål uppfyllt

Mål delvis uppfyllt

Mål ej uppfyllt

Highlights 2024

Marknad

Wow!

Destinationhalmstad.se passerade målet om 750 000 besökare med råge och hade över **1 MILJON** besök.

Lansering av Halmstad Stories i början av maj, en plattform för Halmstads audioguider. Plattformen har sedan start haft nästan **16 000 besök.**

· Halmstad slott
· Historisk stadsvandring
· Friluftsmuseet Hallandsgården
· Vikingarnas centrum
· Slaget vid Fyllebro
· En gyllene roadtrip
· En gyllene promenad genom stan

Några av årets viktiga marknadsinsatser:

Producerat två magasin med Micke Syd Andersson och Pamela Hanné som profiler.

Fyra fotograferingar för att uppdatera vår bildbank med bättre bildmaterial.
Gjort fem filmproduktioner tillsammans med Filmfinity Studios AB: Mötesfilm, Prins Bertils stig sommar/vinterfilmer, film till mötet YEOS samt film för Halmstads stadskärna.

Tolv framgångsrika marknadsföringskampanjer med fokus på säsongsförlängning.

Destinationsutveckling

➤ Under 2024 har vi hart flera planerade medelstora och stora evenemang som har möjliggjorts tack vare evenemangspotten. Exempel på detta i år är Svenska Cupen i handboll (final 4), Summersmash beachvolley SM, VM-kvaltävling i Gravel, Internationell golftävling, Tjejfestivalen i bordtennis, Hallands Matfest för att nämna några. Antikrundan spelades in i augusti på Slottsmöllan med rekordkö!

➤ The Gyllene Tider Experience" öppnade mitt i city 25 juni med kombinerad Tourist Center och utställning om bandets historia. Resultatet på 8000 besökare juni-aug var också i linje med målsättningen. Samtliga län i Sverige var representerade bland besökarna, flest kom från Halland, Skåne, Småland och Västergötland + 200 utländska gäster. Platsen gav även Tourist Center en ökning med 3500 besökare (+180%) jmf med 2023. Filmen för Sommartider landade i Halmstad på Röda Kvarn och Hotell Mårtensson med 500 inbjudna gäster. Vilken lyckad galapremiär där kändisar intog gula mattan mitt i city.

➤ Totalt har vi gett ut stöd och haft evenemangssamarbeten på drygt 2,8 miljoner och ROI:n på dessa är närmare 61,5 miljoner kronor i turistekonomiskt värde. Vilket motsvarar ca 22 gånger pengarna till staden.

➤ Vi fick det fantastiska beskedet om att Halmstad blir värdstad för SM-veckan 2028!

Halmstads Teater

➤ Under 2024 har ett stort byggprojekt genomförts på Halmstads Teater för att anpassa lokalerna till en attraktiv mötesplats. Ett stort arbete är fortfarande igång med att anpassa Halmstads Teater till en attraktiv mötesplats. Prioritet under 2024 har varit delen som handlar om övre foajén. Figaro blir nästa steg under 2025. Personalen på Halmstads Teater har gjort allt för att kunna genomföra alla föreställningar under hösten trots att byggnationen inte varit klar, vilket inneburit att stor kraft lagts på logistik i form av att flytta möbler och byggmateriel mm inför varje föreställning.

➤ Huserat David Batra och Johan Glans med slutsålda genrep, repititioner och turnépremiär för deras 30 års jubileumsshow. Mycket nöjda artister som uttrycker att man alltid har bäst turnépremiär på Halmstads Teater!

➤ Teatern har firat 70–år med en stjärnspäckad vecka med allt från Danny Saucedo till Dödsdansen med Mikael Persbrandt och Lena Endre. Dödsdansen som spelades på teaterns invigningsdag 1954. Under året har det löpande kommunicerats och uppmärksammats digitalt i såväl tävlingar som inlägg att Halmstads Teater fyller 70 år.

➤ Gjort två stora riktade införsäljningsutskick till mötesarrangörer, nya som stammisar.

Våra kanaler

WEBBPLATSER
destinationhalmstad.se
halmstadsteater.se
hylteslingan.se
prinsbertilsstig.se
destinationhalmstad.se/bolaget

FACEBOOK
@DestinationHalmstad
@HalmstadsTeater
@Golfhuvudstaden

INSTAGRAM
@DestinationHalmstad
@Golfhuvudstaden
@HalmstadsTeater_official

TIKTOK
@destinationhalmstad

LINKEDIN
Destination-Halmstad
Halmstads-Teater

YOUTUBE
Destination Halmstad
Destination Halmstad AB – Business

NYHETSBREV
What's On
För besöksnäringen
Halmstads Teater
Golfhuvudstaden

Årsfilm

Marknadsinsatser

2024

Best summer ever &
Gyllene Sommar

Dröm om sommaren

UPPLEV Halmstad Vår/sommar

E6:an budskap

Halmstad Stories

Golfhuvudstadens kampanjer

Över 2000 registrerade evenemang i evenemangskalendern

PR-resor med Visit Halland

Non Silent Retreat
nationell GT-kampanj

Sommarkampanj med platsvarumärket.
"Du behöver inte åka hem"

Halmstads Teater fixar & firar

Jul i Halmstad

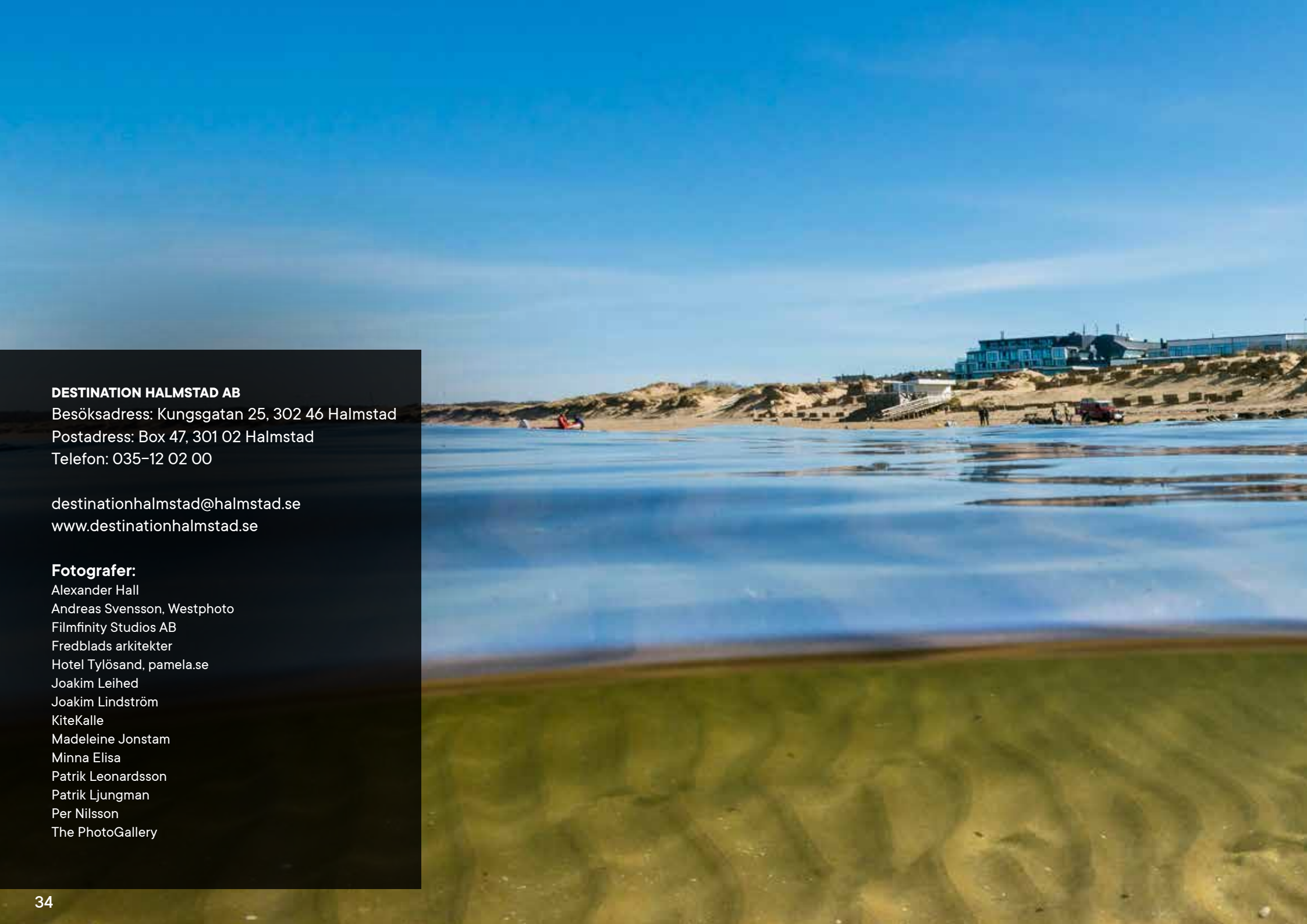
#hållbara halmstad

Möteskampanjer

Skördetid i Halmstad

Trycksaksproduktion till Halmstad Tourist Center

UPPLEV Halmstad höst/vinter



DESTINATION HALMSTAD AB
Besöksadress: Kungsgatan 25, 302 46 Halmstad
Postadress: Box 47, 301 02 Halmstad
Telefon: 035–12 02 00

destinationhalmstad@halmstad.se
www.destinationhalmstad.se

Fotografer:
Alexander Hall
Andreas Svensson, Westphoto
Filmfinity Studios AB
Fredblads arkitekter
Hotel Tylösand, pamela.se
Joakim Leihed
Joakim Lindström
KiteKalle
Madeleine Jonstam
Minna Elisa
Patrik Leonardsson
Patrik Ljungman
Per Nilsson
The PhotoGallery

HALMSTAD

Destination
Halmstad AB