
Fakta om svensk turism

Turismens effekter på
ekonomi, export och
sysselsättning samt
volym, beteenden,
utbud och efterfrågan

Fakta & statistik



2014

Innehåll

Förord	3
Nyckeltal 2014	4
Sammanfattning av turismen 2014	7
Utmaningar och utveckling	10
Turismens effekter på ekonomin	14
Turismens exportvärde	24
Turismens effekter på sysselsättningen	28
Internationell turism	32
Turism i Sverige	35
Inhemsk turism	47
Internationella kongresser	82
Definitioner och källor	84

Fler exemplar av denna publikation kan beställas på www.tillvaxtverket.se/publikationer

© Tillväxtverket
Stockholm, juni 2015
Huvudförfattare: Peter Terpstra
Produktion: Ordförrådet AB
Tryck: DanagårdLITHO AB
Info 0613
ISBN: 978-91-87903-27-4

Förord

Tillväxtverket är ansvarig myndighet för turism och besöksnäringsfrågor och genomför insatser för främjande av turistföretagande och entreprenörskap. Tillväxtverket har också som uppgift att ta fram och sprida kunskap om turismens utveckling i Sverige med ett särskilt ansvar för inkvarteringsstatistiken som ingår i Sveriges officiella statistik.

Det globala resandet fortsatte att utvecklas positivt under 2014. I Sverige ökade turismens totala omsättning med 5,2 procent eller med 13,2 miljarder kronor under 2014. Turismens exportvärde, det vill säga utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade med hela 12,5 procent eller med 10,7 miljarder kronor och bidrog därmed till att skapa tillväxt i Sverige.

Enligt internationella bedömningar kommer det globala resandet och turismen att öka med cirka tre procent per år fram till 2030. Sverige har goda förutsättningar att ta del av denna ökning då våra basresurser i form av attraktiva resmål och anläggningar samt natur och kultur i förädlad form ligger i linje med vad både fritids- och affärsresenärer förväntas efterfråga.

Många är beroende av beslutsunderlag. Såväl myndigheter, enskilda näringsidkare, turismorganisationer, turismkonsulter som forsknings- och utredningsinstitut använder ofta de källor som används i denna publikation för analyser av specifika frågeställningar.

Turism är en mycket komplex företeelse och det finns sällan några enkla metoder att beskriva den. I denna publikation belyses turismen och resandet från ett stort antal olika perspektiv.

Vårt mål är att de data som finns samlade i *Fakta om svensk turism* ska bidra till ökad kunskap och en fortsatt utveckling av turismen och resandet som en viktig och växande marknad och exportsektor för svensk ekonomi.

Stockholm i juni 2015

Gunilla Nordlöf
Generaldirektör

Peter Terpstra
Turismanalytiker

Nyckeltal 2014

Fakta om svensk turism 2014 visar hur turismen och resandet utvecklats volymmässigt ur ett antal aspekter och vilken betydelse den haft för utvecklingen av Sveriges ekonomi, export och sysselsättning. Uppgifterna har hämtats från flera olika datakällor, vilka anges i slutet av publikationen, i kapitlet Definitioner och källor.

Nedan följer ett antal nyckeltal som sammanfattar de resultat som redovisas i publikationen. Mer detaljerade uppgifter om resultaten för 2014 och utvecklingen de senaste åren redovisas i respektive kapitel.

Turismens effekter på ekonomi, export och sysselsättning

(procentuell förändring från 2013 och 2000, i löpande priser)

Nyckeltal från sidorna 14 till 31

- 268,6 miljarder kronor i total konsumtion, plus 5,2 % (plus 78,9 % från 2000)
- 96,5 miljarder kronor i exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige), plus 12,5 % (plus 137,5 % från 2000)
- 159 200 sysselsatta (personer, medeltal), plus 4,9 % (plus 21,7 % från 2000)
- 12,4 miljarder kronor i momsintäkter från utländsk konsumtion i Sverige, plus 15,9 % (plus 125,7 % från 2000)
- 172,0 miljarder kronor, total svensk/inhemsk turismkonsumtion i Sverige, plus 1,4 % (plus 57,2 % från 2000)
- 125,0 miljarder kronor, turismkonsumtion svenska hushåll/fritidsresenärer i Sverige, plus 1,1 % (plus 74,7 % från 2000)

- 47,0 miljarder kronor, turismkonsumtion näringsliv & myndigheter (svenska affärsresenärer) i Sverige, plus 2,5 % (plus 24,1 % från 2000)
- 92,6 miljarder kronor i förädlingsvärde, plus 5,1 % (plus 78,6 % från 2000)
- 6,9 procent av svenska hushålls totala konsumtion är turismkonsumtion i Sverige
- 2,8 procent, turismens relation till/andel av Sveriges totala BNP

Turism i Sverige och inhemsk turism

(procentuell förändring från 2013 och 2009)

Nyckeltal från sidorna 35 till 50

- 56,4 miljoner, totalt antal övernattningar på hotell, stugbyar, vandrarhem, campingplatser och SoL,¹ plus 5,0 % (plus 10,6 % från 2009)

varav:

- 42,7 miljoner, antal svenska/inhemska övernattningar, plus 4,4 % (plus 10,3 % från 2009)
- 21,5 miljarder kronor i logiintäkter på hotell, stugbyar, vandrarhem och SoL,¹ plus 4,4 % (plus 24,3 % från 2009)
- 328 000 bäddar på hotell, stugbyar och vandrarhem, plus 1,9 % (plus 7,3 % från 2009)
- 1,3 miljoner övernattningar i svenska gästhamnar, plus 16,9 %

¹ Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Inkommande turism

(procentuell förändring från 2013 och 2009)

Nyckeltal från sidorna 51 till 81

- 13,7 miljoner, totalt antal utländska övernattningar på hotell, stugbyar, vandrarhem, campingplatser och SoL,¹ plus 6,7 % (plus 11,5 % från 2009)

varav:

- 4,9 miljoner övernattningar från Norden utom Sverige, minus 0,1 % (minus 2,6 % från 2009)
- 6,3 miljoner övernattningar från Europa utom Norden, plus 7,2 % (plus 6,9 % från 2009)
- 2,5 miljoner övernattningar från länder utanför Europa, plus 21,0 % (plus 81,7 % från 2009)
- 37 060 fritidshus med utländska ägare i Sverige, plus 0,8 % (plus 11,7 % från 2009)
- 19,9 miljoner utländska en- och flerdagsbesökare i Sverige, plus 6,0 %

varav:

- 10,8 miljoner utländska flerdagsbesökare i Sverige, minus 3,5 %
- 9,2 miljoner utländska endagsbesökare i Sverige, plus 20,5 %

¹ Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Sammanfattning av turismen 2014

Turismen fortsatte att växa i relation till Sveriges totala ekonomi, export och sysselsättning

Turismen fortsatte att växa sig stark även under 2014. Det var framför allt i förhållande till många andra sektorer och i relation till Sveriges totala ekonomi, export och sysselsättning som turismens betydelse fortsatte att öka.

Under 2014 växte bland annat turismens exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige) med hela 12,5 procent eller med 10,7 miljarder kronor samtidigt som Sveriges totala export av varor och tjänster ökade med 5,1 procent. Under 2014 ökade också turismens exportvärde som andel av Sveriges totala export till 5,5 procent. En andel som vuxit från 3,9 procent sedan år 2000.

Under 2014 stärktes även turismens effekter på sysselsättningen i förhållande till den totala sysselsättningsutvecklingen i Sverige. Mätt i medeltal sysselsatta personer ökade den totala sysselsättningen i Sverige med 0,9 procent, samtidigt som antalet sysselsatta som ett resultat av turismen ökade med 5,2 procent.

Volymerna från utlandet ökar snabbast

Turismen i Sverige har haft en positiv utveckling under en lång tid. Sedan 1995 har antalet övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem ökat med nästan 60 procent. Antalet utländska övernattningar har under perioden ökat med drygt 88 procent och de inhemska volymerna med drygt 50 procent. Under 2014 förstärktes denna trend och de utländska övernattningarna ökade med hela 6,7 procent. En så kraftig tillväxt har inte registrerats sedan slutet av 1990-talet.

Under de senaste fem åren är det framför allt de utomeuropeiska marknaderna som svarat för tillväxten, som i genomsnitt ökat med 13 procent per år. Under 2014 ökade de utomeuropeiska marknaderna med hela 21 procent varav övernattningarna från USA ökade med 10,5 procent, Kina med 6,5 procent och Indien med 22,4 procent.

Ökad koncentration till storstadsregionerna

Antalet övernattningar ökade i nästan samtliga regioner i Sverige under 2014. Totalt ökade övernattningarna med fem procent. En så kraftig ökning har inte registrerats på snart tio år. Procentuellt var ökningen störst i Stockholms län med 7,6 procent följt av Skåne med 7,3 procent. Även i absoluta tal var ökningen störst i Stockholms län med 835 400 fler övernattningar följt av Västra Götaland med 500 000 fler övernattningar under 2014.

Sedan 2008 har övernattningarna i de tre storstadsregionerna tillsammans ökat med nästan 21 procent. Under motsvarande period har volymerna i övriga landet ökat med 6,4 procent. I Stockholms län har volymerna ökat med drygt 26 procent i Västra Götaland med nästan 17 procent och i Skåne med nästan 21 procent sedan 2008.

Privatresandet ökar snabbare än affärsresandet

Ytterligare en lönsam trend som stärktes under 2014 var att antalet sålda rum på hotellen till enskilda privatresenärer ökade betydligt mer än till affärsresenärerna. Under 2014 ökade antalet sålda rum till enskilda privatresenärer med drygt 13 procent och till affärsresenärerna med 1,6 procent. Sedan 2008 har antalet sålda rum till enskilda privatresenärer ökat med mer än 50 procent samtidigt som försäljningen till affärsresenärerna bara ökat med knappt sex procent.

Den långsiktiga trenden med en ökad andel privatresande är också tydlig i de data som redovisar svenska fritids- och affärsresenärers konsumtion i Sverige. Sedan 2000 har de svenska fritidsresenärernas turismkonsumtion i Sverige ökat med drygt 53 miljarder kronor eller med nästan 75 procent. Under motsvarande period har affärsresenärernas konsumtion i Sverige ökat med 9,1 miljarder kronor eller med drygt 24 procent.

Marknadsutvecklingen

Sammantaget har tillväxten under 2014 förstärkt den långsiktiga utvecklingen. Fler utländska besökare, framför allt från de utomeuropeiska marknaderna, en ökad koncentration till storstadsregionerna och en starkare tillväxt av privatresandet än affärsresandet, ger en bild av den dominerande marknadsutvecklingen och därmed inom vilka områden det finns en potential för tillväxt.

Utmaningar och utveckling

Varför turism

Förutom att turism och resande bidrar till att skapa förståelse och broar mellan människor från olika platser och kulturer är den också ett handelsskapande och välståndsbyggande verktyg. Med en hållbar utveckling, skapas också ett bredare utbud av natur- och kulturaktiviteter, restauranger och besöksmål och därmed attraktivare boendemiljöer. Turism och resande ger inkomster för många företag och skapar arbetstillfällen. Den ger samhället skatteinkomster och är en förutsättning för att skapa och utveckla en större och mer attraktiv infrastruktur.

Samordning av offentliga insatser

Samhället har som ägare och förvaltare av många attraktionsresurser, som till exempel nationalparker, kulturminnen och infrastruktur, en avgörande inverkan på turismens möjligheter att utvecklas. Turismens förutsättningar påverkas också av en mängd andra beslut, lagstiftning och regelverk som regleras inom många olika politikområden. Samhället avsätter också betydande resurser inom en rad olika sektorer och nivåer för att direkt eller indirekt främja turismen och resandet. Dessa resurser behöver samordnas för att bli effektiva.

Målet för regeringens turismpolitik är att *Sverige skall ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktigt konkurrenskraftig turistnäring, som bidrar till en hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet.* För att uppnå dessa mål förutsätts en gemensam strategi och en effektiv samordning över sektorgränserna och av de insatser som genomförs hos myndigheter som primärt inte arbetar med turism och resande, men vars verksamhet har betydelse för turismens utveckling eller vice versa.

Konkurrens- och attraktionskraft

Den gängse bilden av konkurrenskraft som något som i första hand skapas i företagen måste när det gäller turismen kompletteras med en annan utslagsgivande faktor. Denna består framför allt av platsens eller aktivitetens attraktionskraft som i samspel med företagen är den avgörande faktorn för framgång.

Det är den helhet som karaktäriserar platsen eller aktiviteten, det vill säga natur- och kulturmiljö, evenemang, värdskap, fysisk miljö, infrastruktur etcetera, som skapar attraktionskraften. För att skapa konkurrenskraft krävs därför ett utvecklat samarbete mellan många olika aktörer. Det gäller inte bara företag inom olika branscher utan i högsta grad även offentliga aktörer som för turismen och resandet har en väsentligt tyngre och mer avgörande roll än för många andra sektorer inom ekonomin.

Planera för turism

Turismen behöver goda villkor för att utvecklas. Turismen i Sverige är fortfarande relativt outvecklad och i många sammanhang har dess potential för utveckling ännu inte beaktats. Till exempel vid planeringen av infrastruktur och dess utformning är det fortfarande den varuproducerande industrins och kollektivtrafikens behov som prioriteras. Det saknas ofta kunskap om turismen och de långväga persontransporternas behov och förutsättningar. Dessa frågor bör därför tillvaratas på ett bättre sätt. Ett annat exempel är det uppenbara sambandet mellan den fysiska miljöns utformning och turismens förutsättningar att utvecklas. En estetisk utformning av den fysiska miljön påverka inte bara hur besökare uppfattar platsen utan skapar också attraktivare boendemiljöer.

På många platser har i första hand funktionalitet och tekniska krav prioriterats på bekostnad av den estetiska utformningen. Här har också det offentliga med ansvar för frågor såsom markanvändning, rastplatser, planteringar, belysning, parkering, skyltning, tekniska installationer och inte minst renhållningen ett viktigt ansvar. Ofta är intentionerna hos de förvaltningar som ansvar för dessa frågor goda, men man saknar ofta insikt i och kunskap om den egna förvaltningens avgörande betydelse för turismens förutsättningar att utvecklas.

Det förekommer också att man hantera de turistiska utvecklingsfrågorna separerade från övriga planerings-, investerings-, och utvecklingsfrågor.

För att nå framgång förutsätts därför ett ökat samarbete mellan näringen, turismföreträdare, samhällsplanerare och övriga förvaltningar. Gemensamma miljömål, omsorg om den fysiska miljön, hög kvalitet på aktiviteter och arrangemang samt bevarande av och tillgängliga natur- och kulturmiljöer har en avgörande betydelse för att skapa attraktionskraft.

Kunskap och statistik en förutsättning för framgång

I takt med att turismens betydelse uppmärksammas, ökar också intresset hos både offentliga och privata aktörer för att engagera sig på området. Målet för turismpolitiken i kombination med både offentliga och privata insatser, ställer särskilda krav på hur turismens betydelse och utveckling ska mätas, eftersom effekterna sällan eller aldrig syns i den befintliga produktionsstatistiken. Varken offentliga eller privata insatser kan bidra till framgång om de inte bygger på kunskap. Det behövs kunskap i form av statistik och undersökningar för att bedöma om insatserna ger effekt, men också för att kunna bedriva en effektiv marknads-, produkt- och destinationsutveckling.

Näringen består av några mycket stora företag men framförallt ett stort antal små entreprenörer. Dessa har ytterst begränsade resurser att själva ta fram den marknadskunskap som krävs för att kunna bedriva en framgångsrik verksamhet. En av de viktigaste insatserna för att främja turistföretagande och entreprenörskap är därför att förse dessa företag med relevanta beslutsunderlag och marknadsfakta i form av turismstatistik och undersökningar.

Kunskapen om vad som skapar attraktionskraft måste öka

Om Sverige skall ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktigt konkurrenskraftig turistnäring, förutsätts mer än att turismen växer i relation till Sveriges övriga ekonomi, export och sysselsättning. Det som krävs för att skapa en långsiktigt hållbar tillväxt är en starkt internationell konkurrenskraft. Sverige har goda förutsättningar att ta del av den förväntade ökningen av turismen och resandet på global nivå,

men för att uppnå detta krävs att kunskapen om vad som skapar attraktionskraft ökar. Det är inte i första hand hos de entreprenörer som är verksamma inom sektorn, utan framför allt hos de offentliga aktörerna som denna kunskap måste stärkas. Detta eftersom de offentliga har en betydligt tyngre och mer avgörande inverkan på sektorns möjligheter att utvecklas än man har för många andra sektorer inom den svenska ekonomin.

En global utmaning

Det globala resandet och turismens största utmaning framöver är hur man åstadkommer en för miljön hållbar utveckling. Det internationella resandet och turismen är till sin natur gränsöverskridande och därför måste också lösningar för ett miljövänligare resande sökas inom ramen för internationella samarbeten och regelverk. Det är inte antalet resenärer eller resandet i sig som behöver begränsas utan det är den klimatpåverkan som i första hand transporterna ger upphov till som måste reduceras.

Det går inte enbart att förlita sig på att förändringar i resenärernas efterfrågan ska styra utvecklingen i rätt riktning. Det ligger också ett mycket stort ansvar hos sektorns olika aktörer att anpassa utbudet. Flygbolag, rederier, bussbolag och biluthyrare kan genom att ställa hårda krav på sina leverantörer driva teknikutvecklingen framåt och därmed samtidigt tillvarata sina egna intressen. Det är också avgörande att det offentliga bidrar till att stimulera ett samspel mellan forskning, investeringskapital och företag för att medverka till det kostnadskrävande teknikutvecklingsarbetet.

Turismens effekter på ekonomin

Uppgifterna i detta och efterföljande kapitel (Turismens exportvärde och Turismens effekter på sysselsättningen) är hämtade från satellitkontoberäkningarna för svensk turism. För fakta om beräkningarna, se sidan 86. 2014 års redovisning av satellitkontoberäkningarna för turismen bygger på en tidigare publicerad men nu i sin helhet reviderad tidsserie av data för perioden 2008 till 2013. Revideringen har resulterat i en genomsnittlig nedskrivning av de tidigare redovisade värdena med cirka sex procent per år under perioden. För närmare information om revideringen, se sidan 86.

Fortsatt ökning av turismkonsumtionen i Sverige

Den totala turismkonsumtionen i Sverige ökade med 13,2 miljarder kronor eller 5,2 procent under 2014. Sedan 2000 har den totala turismkonsumtionen i Sverige ökat med totalt 118,5 miljarder kronor eller 78,9 procent i löpande priser, vilket motsvarar en genomsnittlig årlig utveckling på 4,3 procent under de senaste femton åren.

Turismens exportvärde, det vill säga värdet av utländska besökarens konsumtion i Sverige, ökade med 10,7 miljarder kronor eller 12,5 procent och uppgick till 96,5 miljarder kronor under 2014. Sedan 2000 har turismens exportvärde ökat med 55,9 miljarder kronor eller 137,5 procent i löpande priser, vilket motsvarar en genomsnittlig årlig utveckling på cirka 6,5 procent. Exportvärdets andel av den totala turismkonsumtionen har sedan 2000 ökat från 27 till 36 procent. Även förädlingsvärdet och antalet sysselsatta med turism har ökat sedan 2000. Turismens relation till/andel av Sveriges totala BNP har sedan 2000 pendlat mellan 2,6 och 2,8 procent, vilket visar att turismens andel ligger på en ganska konstant nivå i förhållande till

den totala ekonomin. Förändringar inom den övriga ekonomin påverkar dock turismens andel av BNP mer än upp- eller nedgångar inom själva turismen.

Årsbokslut för svensk turism. Nyckeltal 2000–2014 (löpande priser, miljoner kr)

	Total turism- konsumtion i Sverige	Svenskars turism- konsumtion i Sverige	Utländska besökares konsumtion i Sverige (export)	Förädlingsvärde	Sysselsatta med turism (personer, medeltal)	Andel av/relation till total BNP, %
2000	150 102	109 470	40 632	51 881	130 800	2,7
2001	165 434	118 089	47 344	55 407	138 700	2,8
2002	171 101	121 661	49 441	58 572	136 800	2,8
2003	169 779	124 912	44 867	59 952	132 500	2,8
2004	175 526	126 684	48 841	60 733	130 100	2,7
2005	192 052	135 583	56 469	63 220	130 900	2,7
2006	213 735	145 632	68 104	69 983	140 100	2,8
2007	222 550	146 736	75 814	72 528	143 800	2,7
2008	236 063	161 422	74 640	77 810	148 200	2,7
2009	237 613	165 576	72 038	79 066	149 900	2,8
2010	232 780	158 710	74 070	77 811	142 000	2,6
2011	246 311	168 291	78 020	83 654	145 700	2,7
2012	256 015	173 404	82 612	88 552	155 300	2,8
2013	255 399	169 610	85 789	88 135	151 800	2,7
2014	268 562	172 049	96 513	92 638	159 200	2,8
13/14%	5,2	1,4	12,5	5,1	4,9	
00/14%	78,9	57,2	137,5	78,6	21,7	

Preliminära data

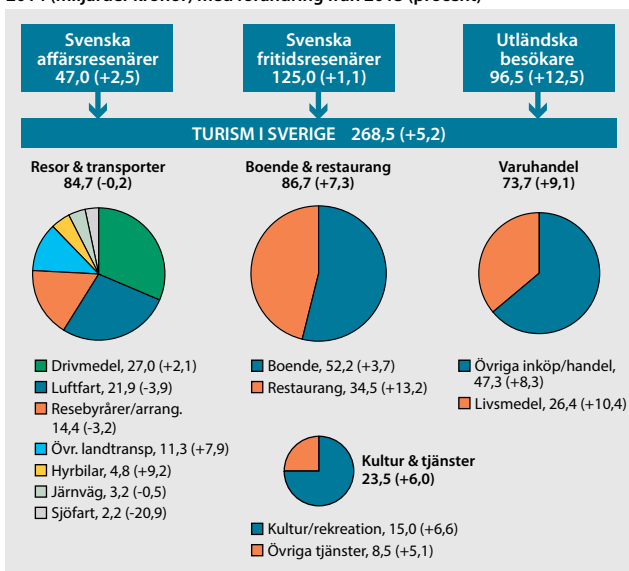
Källa: Tillväxtverket/SCB

Turismen skapar stora intäkter

Under 2014 spenderade utländska besökare 96,5 miljarder kronor och svenska fritids- och affärsresenärer 172 miljarder kronor i Sverige, pengar som fördelar sig mellan de olika branscherna enligt figuren nedan. Mest pengar spenderade resenärerna på boende och restauranger som kunde tillgodoräkna sig intäkter på 86,7 miljarder kronor eller 32,3 procent av totalen. Nästan lika mycket spenderades på resor och transporter med utgifter för exempelvis tågbiljetter, flygbiljetter, hyrbilar och drivmedel. Denna del av konsumtionen svarade för 84,7 miljarder kronor eller 31,5 procent av den totala turismkonsumtionen. Varuhandeln med shopping och inköp

av livsmedel svarade för 73,7 miljarder kronor eller 27,4 procent av totalen. Konsumtionen av kultur och övriga tjänster var med en omsättning på 23,5 miljarder kronor en mindre sektor, men samtidigt en av de sektorer som har vuxit snabbast sedan 2000. Kultur och natur i förädlad form är också aktiviteter som bidrar till den attraktionskraft som driver resandet och därmed övriga sektorer framåt. Av den totala konsumtionen svarade svenska resenärer för 64 procent, varav fritidsresenärerna spenderade merparten. Exportvärdet, utländska besökares konsumtion, utgjorde 36 procent av den totala konsumtionen.

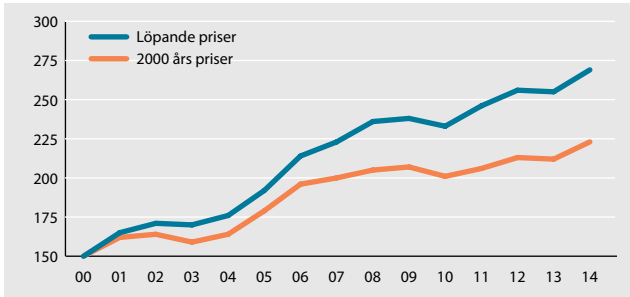
Fördelning av turismkonsumtionen i Sverige 2014 (miljarder kronor) med förändring från 2013 (procent)



Källa: Tillväxtverket/SCB

Stor ökning av turismens omsättning sedan 2000

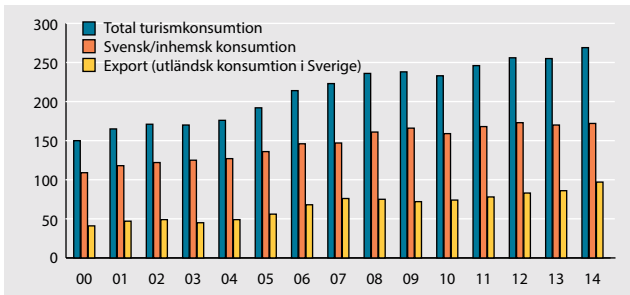
Den totala omsättningen för turismen i Sverige har ökat med nästan 79 procent i löpande priser sedan 2000. Uttryckt i fasta priser (med hänsyn till inflationen) har ökningen varit nästan 50 procent.

Utveckling av turismens totala omsättning i Sverige (miljarder kronor)

Källa: Tillväxtverket/SCB

Utländsk konsumtion i Sverige har ökat mer än dubbelt så mycket som den inhemska

Samtidigt som den totala omsättningen för svensk turism ökat med nästan 79 procent sedan 2000, har den inhemska turismkonsumtionen i Sverige ökat med drygt 57 procent i löpande priser. Under samma period har turismens exportvärde, utländska besökares konsumtion i Sverige, ökat med drygt 137 procent, det vill säga mer än dubbelt så mycket som den inhemska.

Turismkonsumtion i Sverige (löpande priser, miljarder kronor)

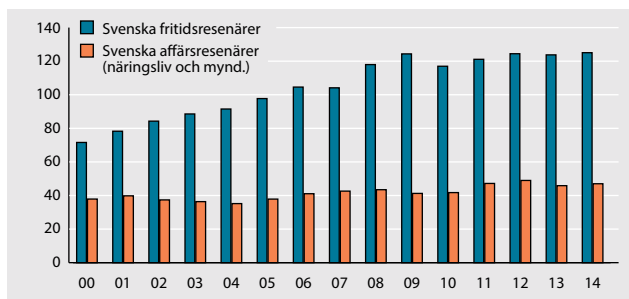
Källa: Tillväxtverket/SCB

Fritidsresenärernas konsumtion har ökat mer än affärsresenärernas

Under 2014 ökade de inhemska fritidsresenärernas konsumtion i Sverige med 1,1 procent och de inhemska affärsresenärernas med 2,5 procent. Men sedan 2000 har fritidsresenärernas konsumtion ökat betydligt mer än affärsresenärernas.

Sedan 2000 har fritidsresenärernas konsumtion ökat med cirka 75 procent jämfört med affärsresenärernas ökning med cirka 24 procent. Svenska fritidsresenärer stod för nästan tre fjärdedelar av svenskarnas totala turismkonsumtion i Sverige under 2014. Sedan 2000 har andelen ökat från 65 procent till 73 procent. Affärsresenärernas andel har därmed under samma period minskat från nästan 35 till cirka 27 procent.

Svensk turismkonsumtion i Sverige (löpande priser, miljarder kronor)

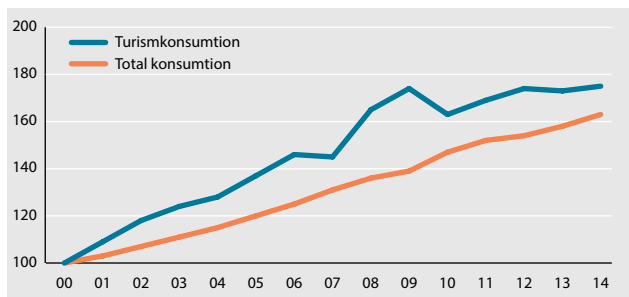


Källa: Tillväxtverket/SCB

Hushållens turismkonsumtion i Sverige har ökat mer än hushållens totala konsumtion

Svenskarnas privata turismkonsumtion i Sverige har ökat med 75 procent sedan 2000. Under samma period har hushållens totala konsumtion av varor och tjänster ökat med cirka 63 procent i löpande priser.

Index för hushållens turismkonsumtion i Sverige i förhållande till hushållens totala konsumtion av varor och tjänster (löpande priser). Index 2000 = 100

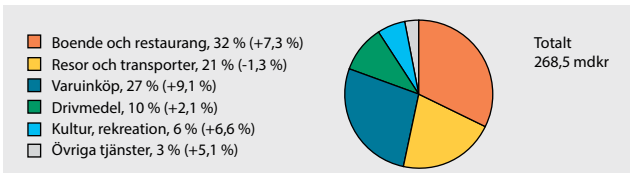


Källa: Tillväxtverket/SCB

Boende och restaurang den största utgiftsposten för resenärer

Av de 268,6 miljarder kronor som svenska och utländska fritids- och affärsresenärer omsatte i Sverige under 2014 spenderades drygt 32 procent på boende och restaurang. För utländska besökare och svenska fritidsresenärer ingår i denna post vissa utgifter för övernattningar i egna fritidshus. Den näst största posten är varuinköp med shopping och livsmedel. Varuinköpen svarade för drygt 27 procent av de totala utgifterna under 2014. Resor och transporter med utgifter för exempelvis tågbiljetter, flygbiljetter, hyrbilar men exklusive utgifter för drivmedel, svarade för 21 procent av de totala utgifterna och är den post vars andel har minskat mest sedan 2000. Drivmedel, i huvudsak till privata personbilar, svarade för cirka tio procent av utgifterna och är också en post vars andel har minskat sedan 2000. Utgifter för kultur och rekreation är efter övriga tjänster den minsta posten men samtidigt den utgiftspost som ökat mest sedan 2000.

Total turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2014 med förändring från 2013 i procent

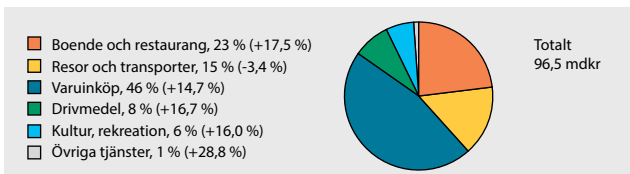


Källa: Tillväxtverket/SCB

Utländska besökare spenderar mest på varuinköp

Utländska besökare, som spenderade totalt 96,5 miljarder kronor i Sverige under 2014, ägnade sig i större utsträckning än de svenska resenärerna åt shopping och varuinköp. Varu-

Utländska besökares konsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2014 med förändring från 2013 i procent



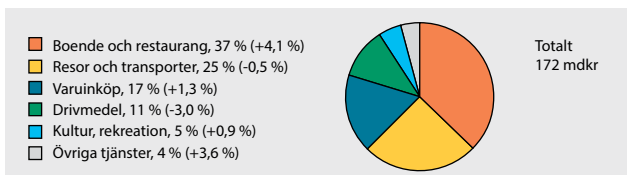
Källa: Tillväxtverket/SCB

inköp och shopping var den största utgiftsposten för de utländska besökarna och stod för 46 procent.

Svenska affärsresenärer spenderar mest på resor och transporter

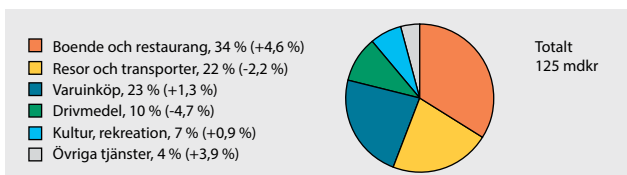
Den största utgiftsposten för svenska fritidsresenärer var boende och restaurang som svarade för 34 procent av den totala konsumtionen som uppgick till 125 miljarder kronor under 2014. De svenska fritidsresenärerna spenderade en något högre andel på kultur och rekreation än de utländska besökarna. Även de svenska affärsresenärerna spenderade en stor andel av sin totala konsumtion på totalt 47 miljarder kronor på boende och restaurang, men utgifter för resor och transporter inklusive drivmedel svarade tillsammans för nästan hälften av den totala konsumtionen under 2014.

Svenska fritids- och affärsresenärers totala turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2014 med förändring från 2013 i procent



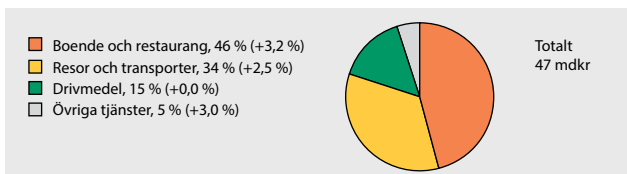
Källa: Tillväxtverket/SCB

Svenska fritidsresenärers turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2014 med förändring från 2013 i procent



Källa: Tillväxtverket/SCB

Svenska affärsresenärers turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2014 med förändring från 2013 i procent

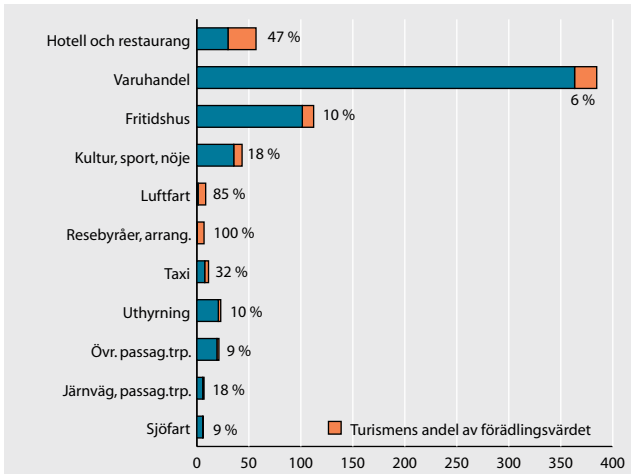


Källa: Tillväxtverket/SCB

Turism viktigast för resebyråer och researrangörer

Många branscher berörs på något sätt av turism och resande. Allra viktigast är den för resebyråer och researrangörer där turismen står för 100 procent av förädlingsvärdet,¹ därefter följer luftfarten där 85 procent av förädlingsvärdet kom från turismkonsumtion under 2014. Att andelen turism inom hotell och restaurang inte var högre än 47 procent beror på att en stor andel av konsumtionen på restaurangerna görs av lokalbefolkningen som definitionsmässigt inte omfattas av turismen. Inom varuhandeln var turismens andel av det totala förädlingsvärdet sex procent.

Totalt förädlingsvärde och turismens andel för olika branscher 2014 (miljarder kronor)



Källa: Tillväxtverket/SCB

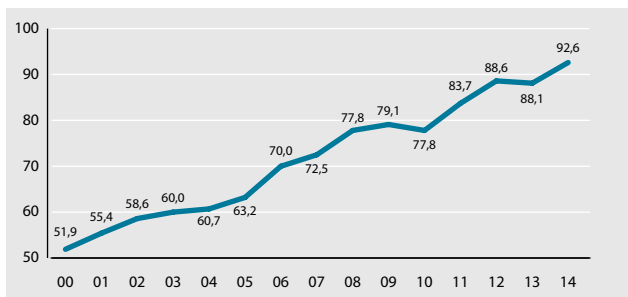
Turismens förädlingsvärde

Turismens totala förädlingsvärde¹ uppgick till 92,6 miljarder kronor under 2014. Hotell och restaurang hade det högsta förädlingsvärdet med 26,9 miljarder kronor, följt av varuhandeln med 21,3 miljarder kronor. Det totala förädlingsvärdet för den svenska turismen har sedan 2000 ökat från 51,9 miljarder till 92,6 miljarder kronor eller med nästan 79 procent i löpande

¹ Förädlingsvärde är lika med värdet av vad ett företag eller sektor tillför genom sin verksamhet, uttryckt som värdet av ett företags eller sektors samlade produktion minus värdet av de insatsvaror som har använts.

priser. Under motsvarande period har förädlingsvärdet för hela näringslivet i Sverige ökat med 72 procent. Mellan 2013 och 2014 ökade turismens förädlingsvärde med 5,1 procent samtidigt som det totala näringslivets förädlingsvärde ökade med 3,5 procent.

Turismens förädlingsvärde (löpande priser, miljarder kronor)

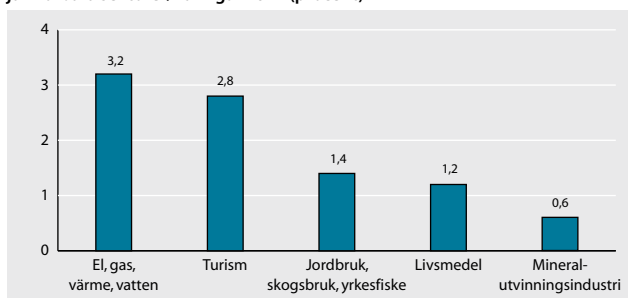


Källa: Tillväxtverket/SCB

Turismens andel av BNP högre än för jordbruk, skogsbruk, yrkesfiske och livsmedelsindustrin tillsammans

Turismens andel av Sveriges totala BNP har sedan 2000 pendlat mellan 2,6 och 2,8 procent, vilket visar att turismens andel ligger på en ganska konstant nivå i förhållande till den totala ekonomin. Förändringar inom den övriga ekonomin påverkar dock turismens andel av BNP mer än upp eller nedgångar

Andel av/relation till BNP för några jämförbara sektorer/närings 2014 (procent)



Källa: Tillväxtverket/SCB

inom själva turismen. Syftet med figuren ovan är att illustrera och sätta turismens andel av BNP i relation till några jämförbara sektorer/näringsar. De utvalda sektorerna/näringsarna tjänar i detta sammanhang endast som exempel på olika delar av den totala ekonomins relation till det totala BNP-värdet och syftar inte till att ge en heltäckande bild.

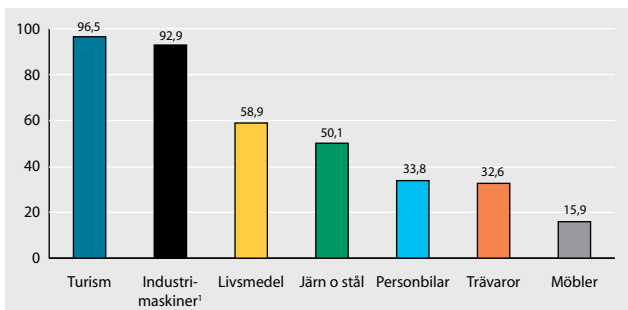
Turismens exportvärde

Turismens exportvärde högre än för flera viktiga varuområden

Utgifter som resenärer från ett land har när de besöker ett annat land resulterar i import- och exportvärden i ländernas betalningsbalanser. Svenskars utgifter i utlandet är lika med import och utländska besökares utgifter i Sverige är lika med export i den svenska betalningsbalansen. Utländska besökare skapar ett inflöde av utländsk valuta till Sverige och utländsk turism i Sverige kan därmed betraktas som en exportsektor som vilken annan varu- eller tjänsteexporterande sektor som helst. Även under 2014 var turismens exportvärde högre än för flera viktiga varuområdens exportvärden. Turismens exportvärde uppgick till 96,5 miljarder kronor och var därmed högre än för till exempel livsmedelsexporten (58,9 mdkr) och järn- och stålexporten (50,1 mdkr).

Syftet med figurerna nedan är att illustrera och sätta turismens exportvärde i relation till exportvärdet för några viktiga

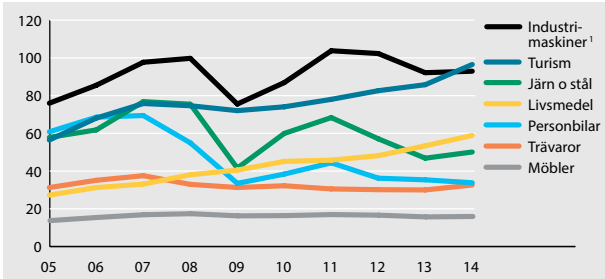
Turismens exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige) 2014 i jämförelse med exportvärden för några viktiga varuområden (miljarder kronor)



¹ Kraftalstrande maskiner, för särskilda industrier och för metallbearbetning

Källa: Tillväxtverket/SCB

Turismens exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige) i jämförelse med exportvärden för några viktiga varuområden (löpande priser, miljarder kronor)



¹ Kraftalstrande maskiner, för särskilda industrier och för metallbearbetning

Källa: Tillväxtverket/SCB

varuområden och därmed illustrera värdets relativa storlek i förhållande till andra viktiga delar av den svenska exporten. De utvalda sektorerna/näringarna tjänar i detta sammanhang endast som exempel och syftar inte till att ge en heltäckande bild av alla delar av den svenska exporten.

Turismens exportvärde ökar fortare än Sveriges totala export

Efter en kraftig nedgång med nästan 14 procent under 2009, ökade Sveriges totala export av varor och tjänster igen mellan 2010 och 2012, för att sedan åter minska med 2,7 procent under 2013. Under 2014 ökade turismens exportvärde med 12,5 procent och Sveriges totala export med 5,1 procent. Sedan 2000 har Sveriges totala export av varor och tjänster haft en god utveckling och ökat med nästan 66 procent. Under

Index för turismens exportvärde i jämförelse med Sveriges totala export av varor och tjänster (löpande priser). Index 2000 = 100



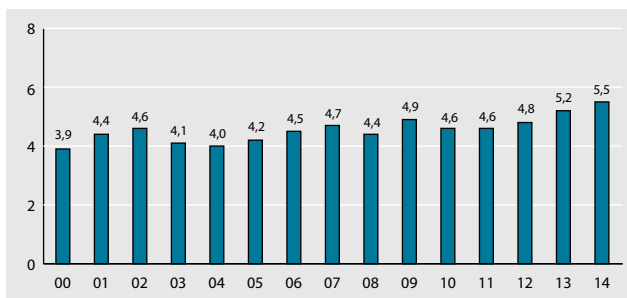
Källa: Tillväxtverket/SCB

motsvarande period har turismens exportvärde ökat mer än dubbelt så mycket eller med 137,5 procent i löpande priser.

Turismens andel av den totala exporten ökar

Den snabba utvecklingen av turismens exportvärde i förhållande till det totala exportvärdet av varor och tjänster har inneburit att turismens andel av den totala exporten ökat under perioden, från 3,9 procent år 2000 till 5,5 procent under 2014.

Turismens exportvärde som andel av Sveriges totala export av varor och tjänster (procent)

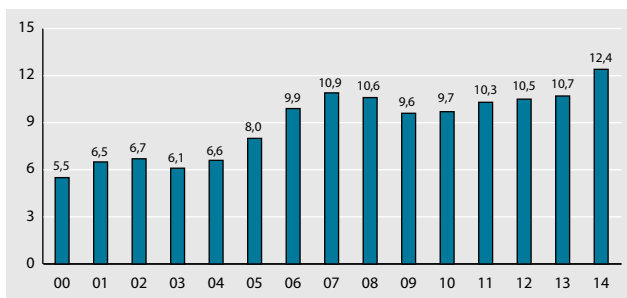


Källa: Tillväxtverket/SCB

Turism den enda exportsektor som skapar direkta momsintäkter till statskassan

Under 2014 uppgick momsen på utländska besökares konsumtion i Sverige till 12,4 miljarder kronor, vilket var en ökning med cirka 6,9 miljarder kronor eller med nästan 126 procent sedan 2000.

Momsintäkter av utländska besökares konsumtion i Sverige (löpande priser, miljarder kronor)



Källa: Tillväxtverket/SCB

Exportvärdet för resevalutan i bytesbalansen ökar snabbare än importvärdet

Statistiska centralbyrån (SCB) har reviderat tidsserierna för resevalutan från 2006 och framåt. Avsikten har varit att öka kvaliteten i beräkningarna av Sveriges bytesbalans och detta har resulterat i förändringar för posten resor, dvs resevalutaposten. I de nya beräkningarna har delar som inte hör till posten resor kunnat identifieras och tas bort och därmed har de absoluta värdena för importen (svensk konsumtion vid resor utomlands) och för exporten (utländsk konsumtion vid resor till Sverige) skrivits ner. Även om revideringen medfört att skillnaden mellan import- och exportvärdena ökat så har exportvärdet haft en snabbare utveckling och ökat med drygt 133 procent sedan 2000 samtidigt som importvärdet ökat med drygt 72 procent.

Index för resevalutautveckling. Index 2000 = 100



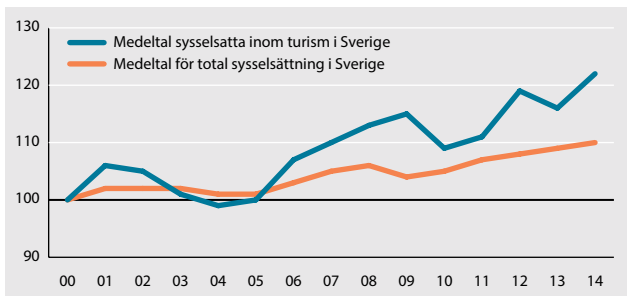
Källa: Sveriges Riksbank/SCB

Turismens effekter på sysselsättningen

Turismen bidrar till ökad sysselsättning

Under 2014 ökade antalet personer som var sysselsatta med turism med 4,9 procent samtidigt som den totala sysselsättningen i Sverige ökade med 1,4 procent. Sedan 2000 har sysselsättningen inom turismen ökat med 28 400 personer eller med nästan 22 procent. Sveriges totala sysselsättning har under motsvarande period ökat med cirka tio procent.

Index för turismens sysselsättningsutveckling i jämförelse med den totala sysselsättningsutvecklingen i Sverige. Index 2000 = 100

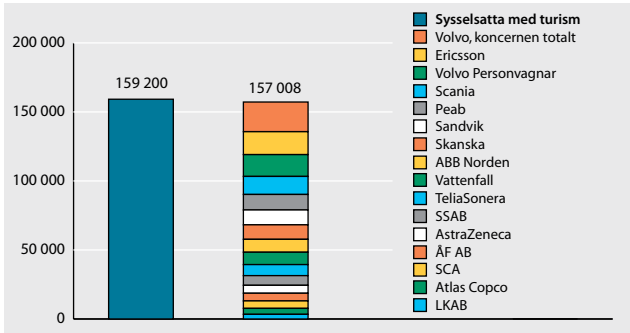


Källa: Tillväxtverket/SCB

Fler sysselsatta med turism än i många storföretag tillsammans

För att illustrera turismens betydelse för sysselsättningen i Sverige jämförs medelantalet sysselsatta med turism under 2014 med motsvarande uppgifter för ett antal stora företag och deras verksamheter i Sverige under 2014. Som framgår av figuren nedan översteg antalet sysselsatta som resultat av turismen det sammanlagda antalet för storföretagen.

Jämförelse av antal sysselsatta i Sverige 2014

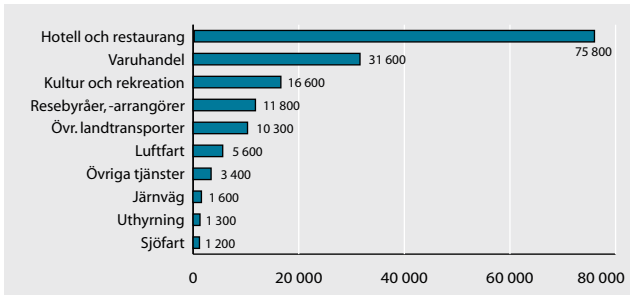


Källa: Tillväxtverket och respektive bolag

Flest sysselsatta med turism inom hotell och restaurang

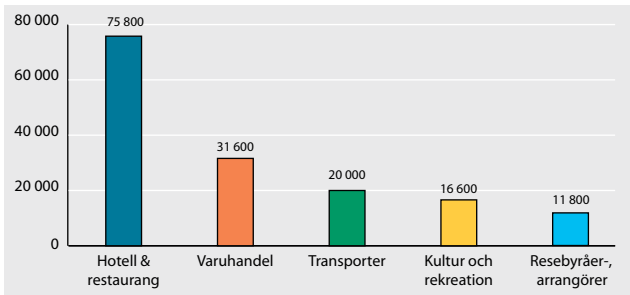
Av totalt 159 200 personer sysselsatta som ett resultat av turismen under 2014, arbetade flest inom hotell- och restaurang-

Antal sysselsatta (personer, medeltal) med turism i olika branscher år 2014



Källa: Tillväxtverket/SCB

Antal sysselsatta (personer, medeltal) med turism inom olika sektorer 2014



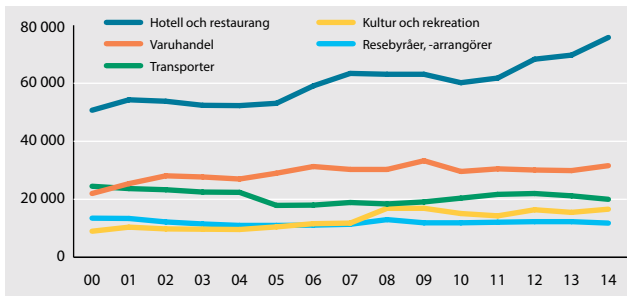
Källa: Tillväxtverket/SCB

branschen. Branschen sysselsatte 75 800 personer som ett resultat av turismen vilket motsvarar drygt 47 procent av alla sysselsatta med turism. De näst största sektorerna var rese- och transportbranscherna med 31 800 sysselsatta och varuhandeln som sysselsatte 31 600 personer eller vardera sektor med cirka 20 procent av totalen.

Flest nya arbeten inom hotell och restaurang

Sedan 2000 har antalet sysselsatta med turism ökat mest i absoluta tal inom hotell- och restaurangbranschen. Drygt 25 000 fler sysselsatta har tillkommit, vilket motsvarar en ökning med nästan 50 procent. Inom varuhandeln har motsvarande ökning varit 9 600 sysselsatta, en ökning med nästan 44 procent. Den sektor som haft den procentuellt starkaste tillväxten är kultur- och rekreation, som har ökat med nästan 85 procent eller med 7 600 sysselsatta sedan 2000. Inom resebyrå- och researrangörersbranscherna och inom transportsektorn har sysselsättningen minskat med 12,6 respektive 18,4 procent sedan 2000.

Utveckling av antal sysselsatta (personer, medeltal) med turism inom olika sektorer



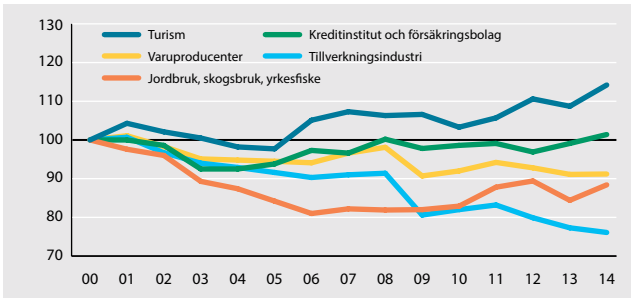
Källa: Tillväxtverket/SCB

Sysselsättningen i många basnäringar minskar – men ökar inom turismen

Samtidigt som sysselsättningen inom många traditionella basnäringar i Sverige har minskat, har turismen bidragit till fler arbetstillfällen i många tjänstebranscher. Sedan 2000 har turismen bidragit till en ökning av antalet arbetade timmar med drygt 14 procent. Inom till exempel tillverkningsindustrin har antalet arbetade timmar minskat med nästan 24

procent under motsvarande period. Inom jordbruk, skogsbruk och yrkesfisket har antalet arbetade timmar minskat med nästan 12 procent och inom varuproduktionen med nästan nio procent sedan 2000. Den sektor, förutom turismen i exemplen nedan, som haft en positiv utveckling sedan 2000 är kreditinstitut och försäkringsbolag där antalet arbetade timmar ökat med 1,4 procent.

Index för utveckling av antalet arbetade timmar inom turismen i jämförelse med utvecklingen för några utvalda näringsgrenar. Index 2000 = 100



Källa: Tillväxtverket/SCB

Syftet med figuren ovan är att illustrera turismens effekter på sysselsättningen över tid i relation till sysselsättningsutvecklingen inom några utvalda näringsgrenar. De utvalda näringsgrenarna tjänar i detta sammanhang endast som exempel och syftar inte till att ge en heltäckande bild av alla delar av den svenska sysselsättningsutvecklingen.

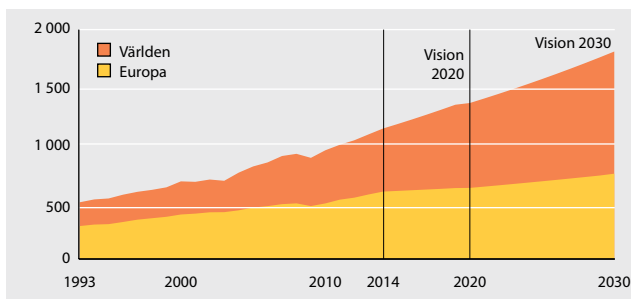
Internationell turism

Världsturismorganisationen förutspår fortsatt tillväxt

2011 publicerade FNs världsturismorganisation, World Tourism Organization (UNWTO), en ny vision för det globala resandets förväntade utveckling fram till 2020 och 2030

”Tourism Towards 2030”. Enligt UNWTO förutspås en global ökning av det internationella resandet med nästan 45 procent till totalt 1,36 miljarder resor till 2020. Till 2030 förväntas det globala resandet ha ökat med drygt 90 procent till totalt 1,8 miljarder resor. Motsvarande ökning för resandet till och inom Europa förutspås med nästan 30 procent till totalt 620 miljoner resor 2020, och med drygt 50 procent till totalt 744 miljoner resor 2030.

UNWTOs vision för det internationella resandet fram till 2020 och 2030, samt utfall fram till 2014. Antal resor med minst en övernattning (miljoner)



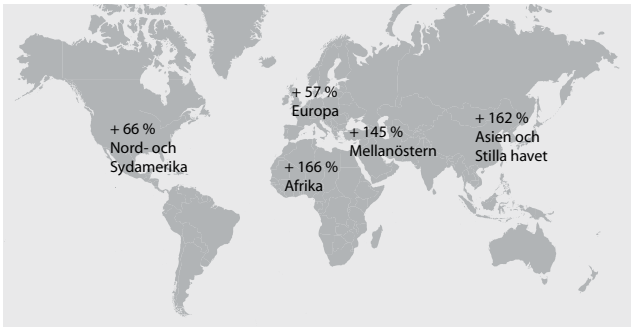
Källa: UNWTO

Europa, Nord- och Sydamerika förväntas öka mindre än övriga världen

Som illustreras i kartan nedan är det, med undantag för Asien och stillahavsregionen, de världsdelar som idag har lägst andel av det internationella resandet som kommer att öka mest fram

till 2030. Afrika med en årlig tillväxt på cirka fem procent förväntas vara den region där resande ökar mest fram till 2030. Asien och stillahavsregionen som redan idag står för cirka 22 procent av det globala resandet förväntas öka med nästan lika mycket, 4,9 procent per år. Mellanöstern förväntas också få en hög tillväxt med 4,6 procent årligen. Nord- och Sydamerika och Europa förväntas öka minst och få en årlig tillväxt med 2,6 respektive 2,3 procent fram till 2030.

UNWTOs vision för utvecklingen av det internationella resandet per världsdel från 2010 till 2030

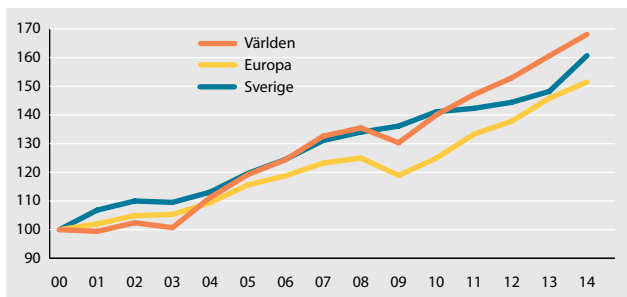


Källa: UNWTO

Långsiktig ökning i Sverige

Enligt World Tourism Organization (UNWTO) har det internationella resandet i världen ökat med 68 procent sedan 2000. Totalt beräknades antalet internationella ankomster i världen vara drygt 1,1 miljarder 2014. Under senare år har en stark tillväxt i framför allt Asien svarat för en stor del av ökningen på världsbasis. I Europa har ökningen sedan 2000 varit drygt 50 procent. Utländsk turism till Sverige mätt i antal utländska övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem har under samma period ökat med drygt 60 procent. Under perioden har Sverige som destination därmed haft en något sämre genomsnittlig utveckling än i övriga världen totalt, men en bättre tillväxt än i Europa som helhet. Under 2014 ökade det internationella resandet med 4,7 procent globalt, med 3,9 procent i Europa samtidigt som antalet utländska övernattningar i Sverige ökade med totalt 6,7 procent.

Index för det internationella resandet i världen och i Europa med övernattning (UNWTO) samt utländska volymer på hotell, stugbyar och vandrarhem i Sverige (Tillväxtverket/SCB). Index 2000=100

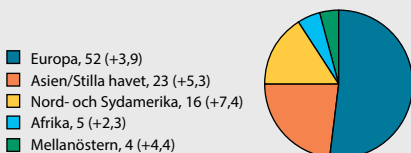


Källa: Tillväxtverket/SCB, UNWTO

Antalet ankomster ökade mest i Nord- och Sydamerika under 2014

Det globala resandet nådde 1,1 miljarder internationella ankomster under 2014, en ökning med 51 miljoner eller 4,7 procent jämfört med 2013. Resandet till och inom samtliga världsdelar ökade. Nord- och Sydamerika var de världsdelar där resandet ökade mest under 2014. Även i Mellanöstern som haft en svag eller vikande utveckling under senare år ökade resandet med 4,4 procent. I Europa noterades den största ökningen i absoluta tal, plus 22 miljoner internationella ankomster vilket motsvarande en ökning med 3,9 procent. Asien med stillahavsregionen och Afrika ökade med 5,3 respektive 2,3 procent under 2014.

Andel internationella ankomster med övernattning fördelat per världsdel 2014, med förändring från 2013 i procent



Källa: UNWTO

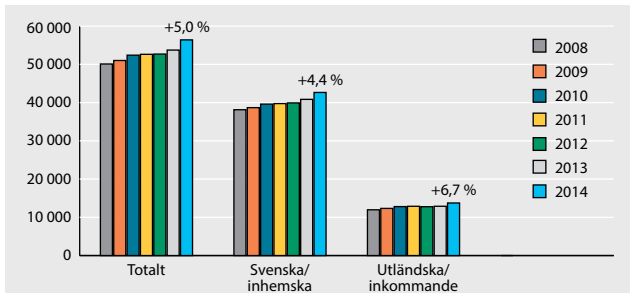
Turism i Sverige

Turism i Sverige utgörs av summan av de inhemska och inkommande volymerna i Sverige. Se även definitionerna på sidan 84. Kapitlet bygger på data från Inkvarteringsstatistiken och från Gästhamnsstatistiken. För fakta om undersökningarna, se sidorna 87 och 88.

Antalet kommersiella övernattningar ökade 2014

Antalet övernattningar på svenska hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser ökade med drygt 2,7 miljoner eller med fem procent till totalt 56,4 miljoner under 2014. De svenska övernattningarna ökade med 4,4 procent till 42,7 miljoner och de utländska med 6,7 procent till 13,7 miljoner. Under perioden 2008 till 2014 ökade antalet övernattningar med totalt 6,3 miljoner eller 12,6 procent. Svenska övernattningar ökade med 11,9 procent och de utländska med 14,9 procent.

Övernattningar per marknadsområde på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



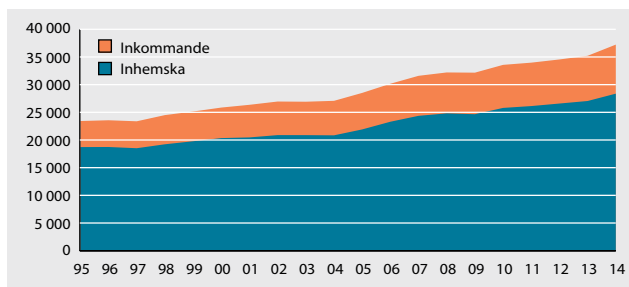
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Volymerna från utlandet ökar snabbast

Turismen i Sverige har haft en positiv utveckling under en lång tid. Sedan 1995 har de totala volymerna på hotell, stugbyar och vandrarhem ökat med nästan 60 procent. På dessa boendeformer har utlandsmarknaderna ökat snabbast med drygt 88 procent, medan den inhemska marknaden ökat med drygt 50 procent. Andelen utländska övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem har totalt ökat från 20,1 till 23,8 procent mellan 1995 och 2014.

Övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem (1 000-tal)



Källa: Tillväxtverket/SCB

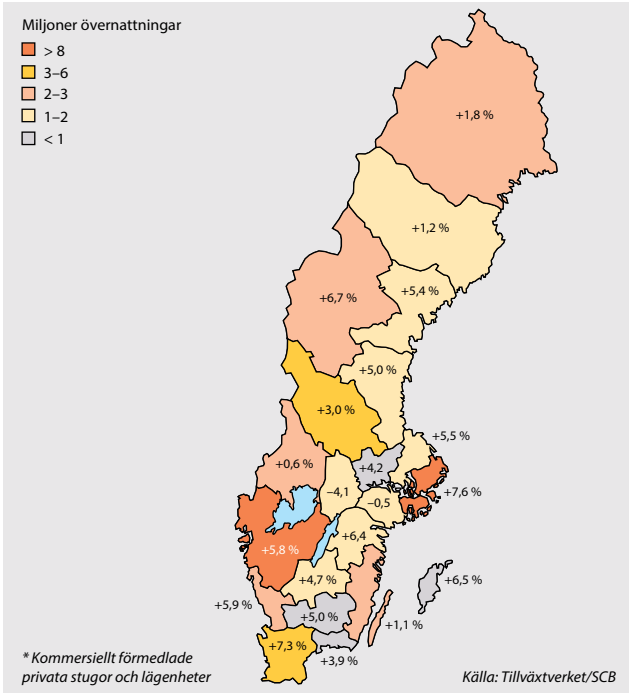
Ökningar i nästan hela landet under 2014

Flest övernattningar på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser under 2014 genomfördes i de tre storstadsregionerna. Störst var Stockholms län med 11,8 miljoner övernattningar följt av Västra Götaland med 9,1 miljoner, Skåne med 5,1 miljoner, Dalarna med 4,9 miljoner och Halland med 2,6 miljoner. Procentuellt var ökningen störst i Stockholms län med 7,6 procent följt av Skåne med 7,3 procent. Även i absoluta tal var ökningen störst i Stockholms län med 835 400 övernattningar följt av Västra Götaland med 500 000 övernattningar.

Storstadsregionerna ökar mer än övriga landet

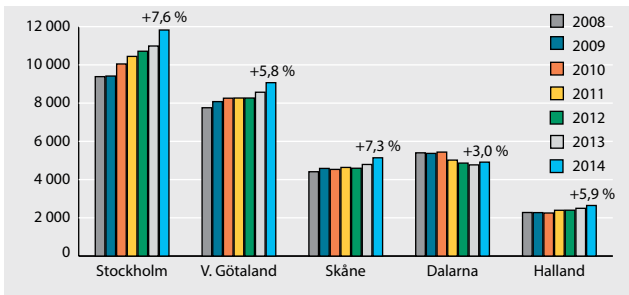
De tre storstadsregionerna stod tillsammans för en stor andel, 63 procent, av den totala ökningen om drygt 2,7 miljoner övernattningar under 2014 och ökade sin andel av det totala antalet från 45,3 procent 2013 till 46,2 procent. Både Dalarna och Halland, som tillsammans med de tre storstadsregionerna utgör del av de fem största regionerna, noterade ökningar, 3,0 pro-

Övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser 2014 med procentuell förändring 2013–2014



cent respektive 5,9 procent under 2014. Sett till den senaste sju-årsperioden har dock utvecklingen varit mer positiv i de tre storstadsregionerna än i de båda övriga.

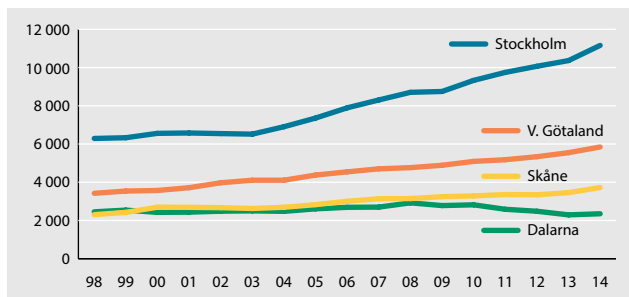
Övernattningar i de fem största regionerna i Sverige på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



Storstadsregionerna ökar långsiktigt

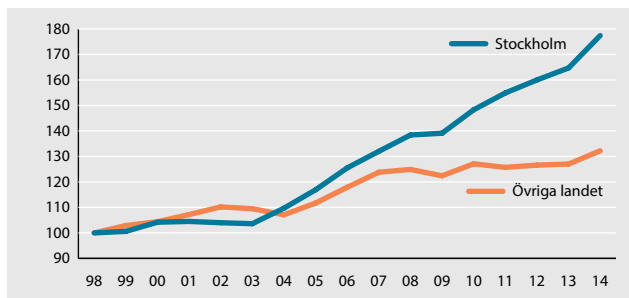
Sedan 1998 har övernattningarna på hotell, stugbyar och vandrarhem i de tre storstadsregionerna tillsammans ökat med drygt 72 procent. Under motsvarande period har volymerna i övriga landet ökat med drygt 32 procent. I Stockholms län har volymerna ökat med drygt 77 procent och i Västra Götaland med drygt 70 procent sedan 1998.

Övernattningar i fyra av de största regionerna i Sverige på hotell, stugbyar och vandrarhem (1 000-tal)



Källa: Tillväxtverket/SCB

Index för övernattningar i Stockholms län och i övriga landet på hotell, stugbyar och vandrarhem. Index 1998 = 100



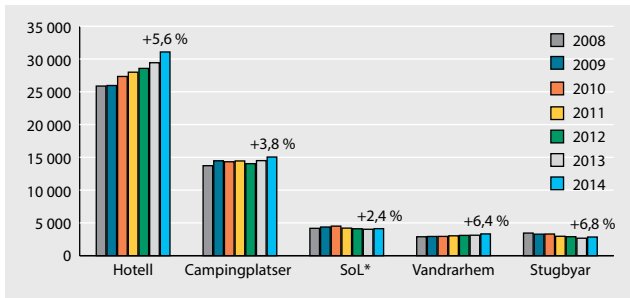
Källa: Tillväxtverket/SCB

Störst ökning i stugbyar och på vandrarhem under 2014

Antalet övernattningar i Sverige på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) och campingplatser ökade med totalt fem procent till 56,4 miljoner under 2014. Störst procentuell ökning hade stugbyarna med 6,8 procent. Även antalet övernattningar i de övriga boendeformerna ökade under 2014. På vandrarhemmen och

hotellen ökade antalet övernattningar, med 6,4 respektive 5,6 procent och för kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) var ökningen 2,4 procent. Hotellen svarade för 31,1 miljoner eller drygt 55 procent av samtliga övernattningar 2014 och campingplatserna för 15 miljoner eller nästan 27 procent. Under perioden 2008 till 2014 har övernattningarna på hotellen ökat med drygt 20 procent, på vandrarhemmen med 15 procent och på campingplatserna med 9,6 procent. Övernattningarna i kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) och i stugbyarna har däremot minskat med 1,2 respektive 17,5 procent under motsvarande period.

Övernattningar per boendeform (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



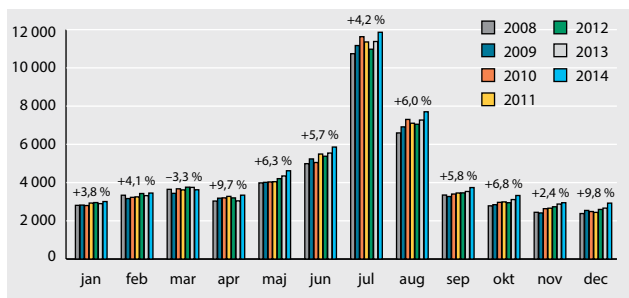
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Långsiktig ökning under höst- och vintermånader

Sommarmånaderna juni–augusti 2014 genererade totalt 24,2 miljoner övernattningar i Sverige motsvarande 45 procent av årets totala volymer på hotell, stugbyar, vandrarhem, förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) och campingplatser. Under 2014 ökade antalet övernattningar under årets alla månader utom under mars månad som minskade med 3,3 procent. April och december var de månader som ökade mest med respektive 9,7 och 9,8 procent. Under perioden 2008 till 2014 är det sommarmånaderna juli och augusti som ökat mest i antal övernattningar, båda med respektive 1,1 miljoner övernattningar. Procentuellt är det dock höst och vintermånaderna oktober till december som ökat mest sedan 2008, cirka 20 procent.

Övernattningar månad för månad på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



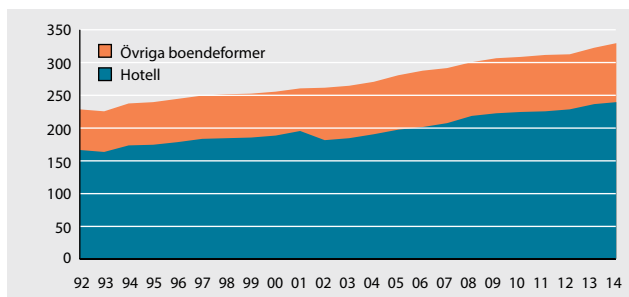
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

100 000 fler bäddar sedan början av 1990-talet

Antalet bäddar på svenska hotell, stugbyar och vandrarhem ökade med totalt 1,9 procent till drygt 328 000 under 2014. På hotellen ökade antalet bäddar med 1,3 procent och på vandrarhemmen och i stugbyarna med sammanlagt 3,6 procent. Hotellen svarade för nästan 73 procent av den totala bäddkapaciteten på de tre boendeformerna och för 83 procent av övernattningarna under 2014. Sedan 1992 har antalet bäddar sammanlagt för de tre boendeformerna ökat med 44 procent eller med cirka 100 000.

Bäddar på hotell, stugbyar och vandrarhem (1 000-tal)



Källa: Tillväxtverket/SCB

Nyckeltal för kapacitet 2014

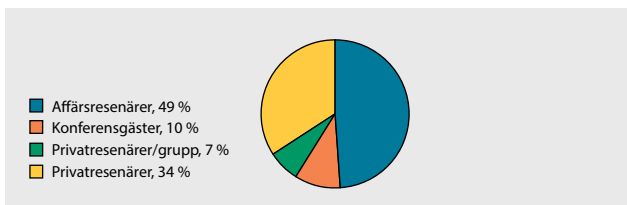
	Hotell	Stugbyar	Vandrar- hem	Camping- platser	
Antal anläggningar	2 003	266	822	1 081	
Antal rum/stugor	113 944	7 812	-	107 924	tomter stugor
Antal bäddar	228 387	39 857	44 544	-	
Övernattningar	28,6	2,9	3,1	14,0	miljoner
Beläggningsgrad rum/stugor	50 %	34 %	-	-	procent
Beläggningsgrad bäddar	38 %	24 %	24 %	-	procent

Källa: Tillväxtverket/SCB

Ökat antal sålda rum till privatresenärer

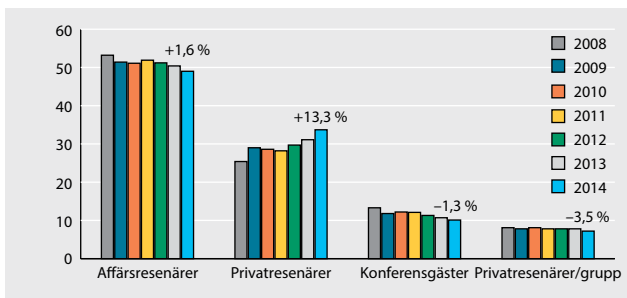
När konferens- och affärsresenärer övernattar bor det oftast en gäst i varje rum. När privatresenärer övernattar är det betydligt vanligare att flera personer bor i varje rum. När man redovisar antalet sålda rum per målgrupp dominerar därför konferens- och affärsresenärerna som tillsammans stod för 59 procent av de sålda rummen på hotellen under 2014. Under 2014 ökade antalet sålda rum till privatresenärerna med

Målgruppsfördelning, belagda/sålda rum på hotellen 2014 (procent)



Källa: Tillväxtverket/SCB

Utveckling av målgruppsfördelning, andel belagda/sålda rum på hotellen (procent) med procentuell förändring 2013–2014



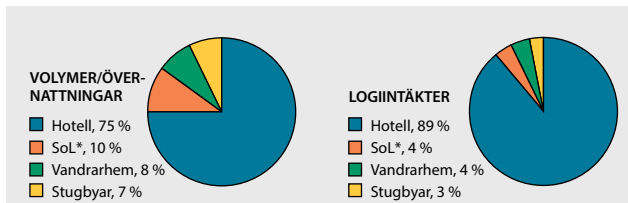
Källa: Tillväxtverket/SCB

nästan tio procent, men till konferens- och affärsresenärerna var ökningen endast 1,1 procent. Privatresenärernas andel av den totala beläggningen har sedan 2008 ökat betydligt mer, med nästan 40 procent, än konferens- och affärsresenärernas som endast ökat med 1,9 procent under motsvarande period.

Störst ökning av logiintäkter på vandrarhemmen

Hotellen svarade för 75 procent av övernattningarna på svenska hotell, stugbyar, vandrarhem och kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL), och för nästan 90 procent av de totala logiintäkterna under 2014. Förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL), som är den näst största boendeformen av de fyra mätt i antal övernattningar, stod för 10 procent av volymerna och för fyra procent av logiintäkterna. Totalt ökade logiintäkterna i löpande priser för de fyra boendeformerna med 4,4 procent eller med nästan 907 miljoner kronor under 2014. Logiintäkterna på hotellen ökade med nästan 750 miljoner kronor eller 4,1 procent och på vandrarhemmen med nästan 94 miljoner kronor eller med nästan 11 procent. Logiintäkterna i stugbyarna ökade med drygt 34 miljoner kronor och för kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) ökade logiintäkterna med nästan 31 miljoner kronor under 2014.

Volymer och intäkter fördelade per boendeform 2014 (procent)



* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

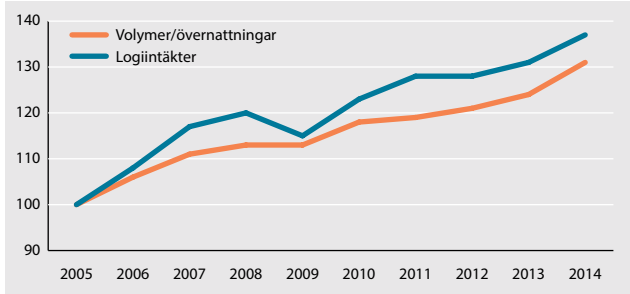
Källa: Tillväxtverket/SCB

Logiintäkterna har ökat mer än volymerna sedan 2005

Mätt i fasta priser (dvs. med hänsyn till inflationen) har logiintäkterna på hotell, stugbyar och vandrarhem ökat med drygt 37 procent sedan 2005. Under motsvarande period har antalet övernattningar på dessa boendeformer ökat med drygt 30 procent. Under 2009 föll logiintäkterna medan volymerna

var i stort sett samma som under 2008. Sedan 2009 har både logiintäkterna och volymerna fortsatt att öka. Under 2014 ökade volymerna på de tre boendeformerna med 5,7 procent och logiintäkterna med 4,4 procent.

Index för logiintäkter (2005 års priser) och volymer/övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem. Index 2005 = 100



Källa: Tillväxtverket/SCB

Logiintäkter ett mått på turismens regionala betydelse

Det är vanligt att man använder volymer mätt i antal kommersiella övernattningar som en indikator på turismens utveckling lokalt och regionalt. Enbart denna variabel har dock ett begränsat förklaringsvärde. På nationell nivå kan volymdata kompletteras med ekonomiska data om import- och exportvärden, förädlingsvärde, sysselsättning med mera. Detta är inte möjligt på samma sätt lokalt och regionalt. De logiintäkter som redovisas i inkvarteringsstatistiken är dock ytterligare en variabel som kan användas för att mäta turismens regionala och lokala betydelse. Även om logiintäkterna i absoluta tal är störst i storstadsregionerna så är turismens regionala betydelse, mätt i logiintäkter per capita, högre både i Jämtland och på Gotland.

**Totala logiintäkter på hotell, stugbyar, SoL* och
vandrarhem per region, fördelat per invånare, 2014**

Region	Logiintäkter per invånare, SEK	Totala logiintäkter per region (1 000-tal SEK)	13/14, procent
Jämtland	5 192	657 203	6,6
Gotland	5 054	289 122	5,0
Stockholm	3 494	7 673 651	4,9
Dalarna	3 485	970 960	0,5
Norrbottnen	2 980	744 423	6,0
Kalmar	2 108	496 004	7,5
Västra Götaland	1 970	3 212 192	3,9
Västerbotten	1 918	502 941	15,1
Värmland	1 842	505 672	4,3
Halland	1 733	537 650	11,2
Västernorrland	1 693	411 256	4,0
Skåne	1 566	2 015 938	4,6
Jönköping	1 552	533 835	2,0
Östergötland	1 477	652 202	4,0
Kronoberg	1 422	268 553	2,7
Blekinge	1 319	202 969	3,1
Uppsala	1 257	438 568	2,0
Södermanland	1 214	340 264	1,4
Gävleborg	1 203	336 361	2,7
Örebro	1 181	339 625	-3,4
Västmanland	1 007	263 397	2,5
Hela landet	2 233	21 465 177	4,4

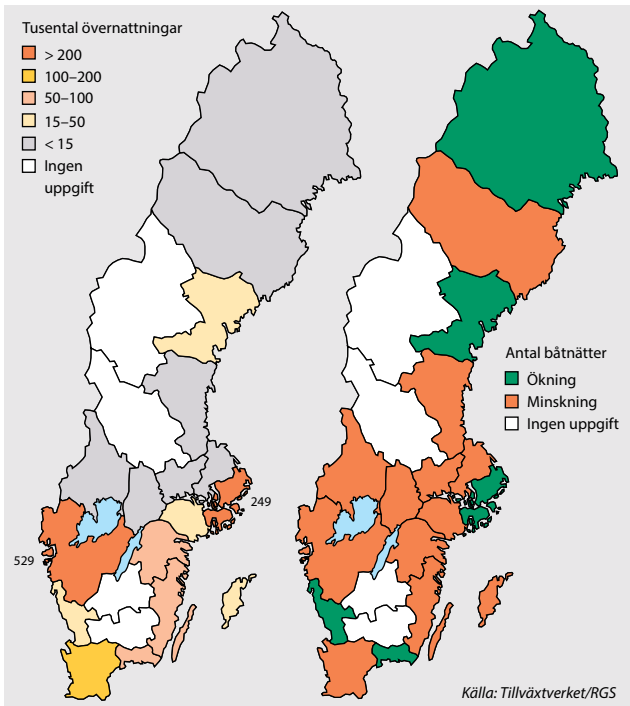
*Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Mer än fyra av tio övernattningar i gästhamnarna görs i Västra Götaland

Totalt registrerades nästan 1,3 miljoner övernattningar (en gäst en natt) och drygt 495 000 båtnätter (en båt en natt) i de svenska gästhamnarna under 2014. Drygt 41 procent av alla övernattningar genomfördes i Västra Götaland, följt av Stockholms län med 19,3 procent. Övriga 40 procent hade en god spridning över landet, varav Skåne och Kalmar län stod för 9,6 respektive 6,7 procent av det totala antalet. Flertalet regioner uppvisade ett minskat antal båtnätter (en båt en natt) även om antalet övernattningar ökade med totalt 16,9 procent under 2014.

Antal övernattningar och förändring av antal båtnätter 2013–2014, privata fritidsbåtar per region 2014



Övernattningar i gästhamnar, privata fritidsbåtar per region 2014

Region	Antal	Andel i procent	13/14, procent
Västra Götaland	529 048	41,1	13,6
Stockholm	248 683	19,3	28,1
Skåne	124 096	9,6	17,3
Kalmar	85 917	6,7	6,6
Blekinge	55 654	4,3	20,1
Östergötland ¹	53 407	4,1	8,6
Södermanland	43 717	3,4	15,6
Västernorrland	42 984	3,3	23,8
Halland	28 031	2,2	26,1
Gotland	24 495	1,9	17,4
Gävleborg	13 687	1,1	13,7
Värmland	10 280	0,8	16,8
Uppsala	9 347	0,7	16,9
Norrbottnen	7 967	0,6	21,1
Örebro	3 638	0,3	12,1
Västerbotten	3 378	0,3	17,0
Västmanland ²	3 253	0,3	16,4
Hela landet	1 287 582	100,0	16,9

¹ Östergötland inkluderar gästhamnar från Jönköpings län.

Källa: Tillväxtverket/RGS

² Västmanland inkluderar gästhamnar i Dalarna som ingår i Strömsholms kanalsystem.

Båtnätter i gästhamnar, privata fritidsbåtar per region 2014

Region	Antal	Andel i procent	13/14, procent
Västra Götaland	203 480	41,1	-3,9
Stockholm	95 647	19,3	8,4
Skåne	47 729	9,6	-0,7
Kalmar	33 045	6,7	-9,8
Östergötland ¹	20 541	4,1	-8,1
Blekinge	21 405	4,3	1,6
Södermanland	16 814	3,4	-2,2
Västernorrland	16 532	3,3	4,8
Halland	10 781	2,2	6,7
Gotland	9 421	1,9	-0,7
Gävleborg	5 264	1,1	-3,8
Värmland	3 954	0,8	-1,2
Uppsala	3 598	0,7	-1,0
Norrbottnen	3 064	0,6	2,5
Örebro	1 399	0,3	-5,2
Västerbotten	1 299	0,3	-1,0
Västmanland ²	1 251	0,3	-1,5
Hela landet	495 224	100,0	-1,1

¹ Östergötland inkluderar gästhamnar från Jönköpings län.

Källa: Tillväxtverket/RGS

² Västmanland inkluderar gästhamnar i Dalarna som ingår i Strömsholms kanalsystem.

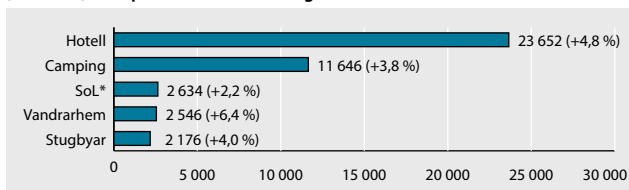
Inhemsk turism

Inhemsk turism innefattar de som har sin hemvist i ett givet land och reser i det landet. Se även definitionerna på sidan 85. Kapitlet bygger på data från Inkvarteringsstatistiken. För fakta om statistiken, se sidan 87.

De inhemska volymerna ökade under 2014

Antalet inhemska/svenska övernattningar i Sverige på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) och campingplatser ökade med totalt 4,4 procent till 42,7 miljoner under 2014 och svarade för drygt 75 procent av samtliga övernattningar. Alla boendeformer visade ökning under 2014. De procentuella ökningarna var 6,4 procent på vandrarhemmen, 4,8 procent på hotellen, 4,0 procent i stugbyarna, 3,8 procent på campingplatserna och för kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) var ökningen 2,2 procent under 2014.

Inhemska/svenska övernattningar per boendeform 2014
(1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Gävleborg och Västernorrland har högst andel inhemsk turism

Flest inhemska övernattningar under 2014 gjordes i Stockholms län 7,8 miljoner, och Västra Götalands län 6,5 miljoner, följda av Dalarna 4,2 miljoner och Skåne 3,9 miljoner. Nästan alla regioner i Sverige hade ökning av de inhemska övernattningarna under 2014. Procentuellt var ökningarna störst i Jämtland med 8,9 procent på Gotland med 7,9 procent. Som framgår av tabellen nedan varierar dock andelen inhemska övernattningar av totalt antal övernattningar kraftigt över landet. Högst andel inhemska volymer hade Gävleborg med 91,7 procent, följt av Västernorrland och Gotland, båda med 89,0 procent.

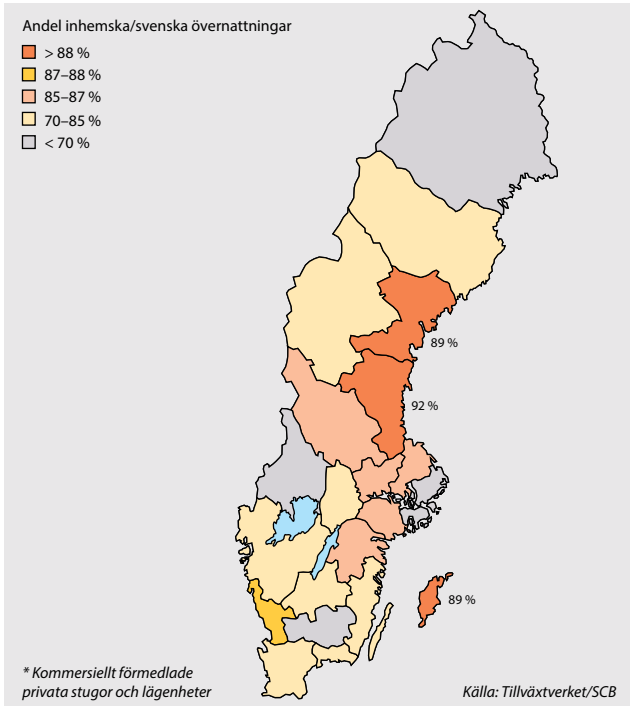
Andel och antal inhemska/svenska övernattningar samt totalt antal övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser 2014 med procentuell förändring 2013–2014

Region	Inhemska			Totalt	
	Andel, % per region	Antal	Förändring 13/14, %	Antal	Förändring 13/14, %
Gävleborg	91,7	921 796	5,3	1 004 928	5,0
Västernorrland	89,0	989 684	5,4	1 111 501	5,4
Gotland	89,0	790 034	7,9	887 783	6,5
Halland	88,5	2 341 981	5,7	2 645 775	5,9
Dalarna	86,5	4 248 869	3,2	4 912 641	3,0
Västmanland	86,0	612 582	4,2	711 891	4,2
Södermanland	86,0	874 765	0,3	1 017 612	-0,5
Uppsala	85,1	952 542	5,3	1 119 439	5,5
Östergötland	83,1	1 321 147	6,2	1 590 273	6,4
Kalmar	82,2	2 148 274	-0,4	2 613 246	1,1
Örebro	81,5	892 636	-2,9	1 094 653	-4,1
Jämtland	79,0	2 057 455	8,9	2 602 768	6,7
Västerbotten	78,0	1 234 188	3,6	1 583 031	1,2
Skåne	76,7	3 945 191	5,6	5 140 333	7,3
Blekinge	75,2	670 360	3,5	891 878	3,9
Västra Götaland	71,5	6 484 017	4,9	9 069 647	5,8
Jönköping	71,4	1 068 066	4,9	1 495 437	4,7
Norrbottnen	68,2	1 494 167	1,1	2 191 442	1,8
Stockholm	66,3	7 840 006	6,2	11 822 869	7,6
Värmland	61,7	1 254 333	-1,0	2 033 643	0,6
Kronoberg	59,5	511 536	4,7	860 429	5,0
Hela landet	75,6	42 653 629	4,4	56 401 219	5,0

*Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

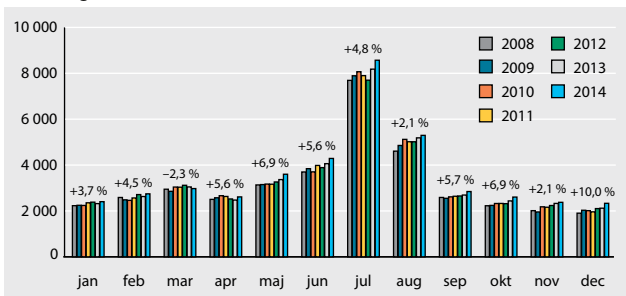
Andel inhemska/svenska övernattningar av totalt antal övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser 2014



Sommarmånaderna står för mer än 40 procent av volymerna

Av årets totala volymer står de tre sommarmånaderna juni–augusti för nästan 43 procent. Antalet inhemska övernattningar ökade under årets alla månader utom under mars månad, som minskade med 2,3 procent under 2014. Sedan 2008 är det december månad som ökat mest i relativa tal, med nästan 23 procent. I absoluta tal är det juli månad som ökat mest med nästan 880 000 övernattningar.

Inhemska/svenska övernattningar per månad på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Inkommande turism

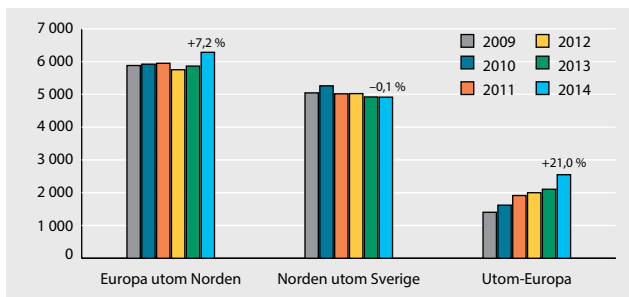
Inkommande turism innefattar de som reser i ett givet land och har sin hemvist i ett annat land. Se även definitionerna på sidan 85. Kapitlet bygger på data från Inkvarteringsstatistiken, Gästhamnsstatistiken, Statistik om utländskt ägande av fritidshus i Sverige och Inkommande besökare i Sverige, IBIS. För fakta om undersökningarna, se sidorna 87 och 88.

Stor ökning av utländska övernattningar i Sverige 2014

Antalet utländska övernattningar i Sverige på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) och campingplatser var totalt 13,7 miljoner under 2014 och motsvarande en ökning med nästan 860 000 övernattningar eller totalt 6,7 procent, en ökning av antalet övernattningar som var högre än hela den föregående femårsperioden tillsammans. Sedan 2009 har övernattningarna totalt ökat med 11,5 procent. Det utomeuropeiska marknadsområdet har ökat kontinuerligt sedan 2009, totalt med nästan 82 procent, från 1,4 till 2,5 miljoner. Jämfört med 2013 var ökningen under 2014 hela 21 procent. Det utomeuropeiska marknadsområdets andel av totalt antal utländska övernattningar har ökat från 11,4 procent 2009 till 18,5 procent under 2014.

Övernattningarna från de nordiska grannländerna har minskat med drygt 130 000 övernattningar eller med 2,6 procent sedan 2009. Europa utanför Norden, som är det enskilt största marknadsområdet utanför Sverige har ökat med drygt 420 000 övernattningar eller med 6,9 procent sedan 2009 och ökade med 7,2 procent mellan 2013 och 2014.

Övernattningar från utlandet på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser fördelade per marknadsområden (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



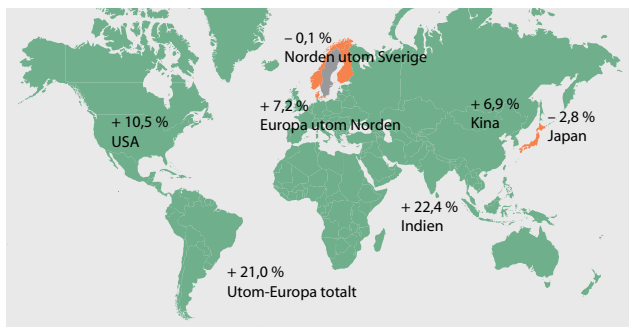
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Fjärrmarknaderna ökar mest

Av de fyra största utomeuropeiska marknaderna har USA, Kina och Indien ökat kontinuerligt sedan 2009. USA har ökat med drygt 40 procent, Kina med drygt 107 procent och Indien med drygt 207 procent. Den fjärde största fjärrmarknaden, Japan, har visat en ojämn utveckling och hade 2014 nästan sex procent färre övernattningar än 2009. Totalt har övernattningarna från de utomeuropeiska marknaderna ökat med nästan 82 procent sedan 2009, samtidigt som de totala volymerna från utlandet ökat med 11,5 procent under samma period.

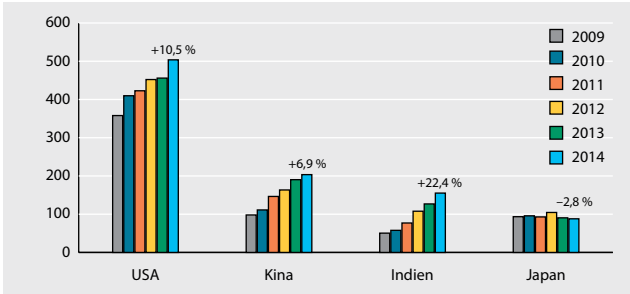
Övernattningar från utlandet per marknadsområde på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser 2014 med procentuell förändring 2013–2014



* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Övernattningar från de fyra största utomeuropeiska marknaderna/länderna på hotell, stugbyar, vandrarhem, Sol* och campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



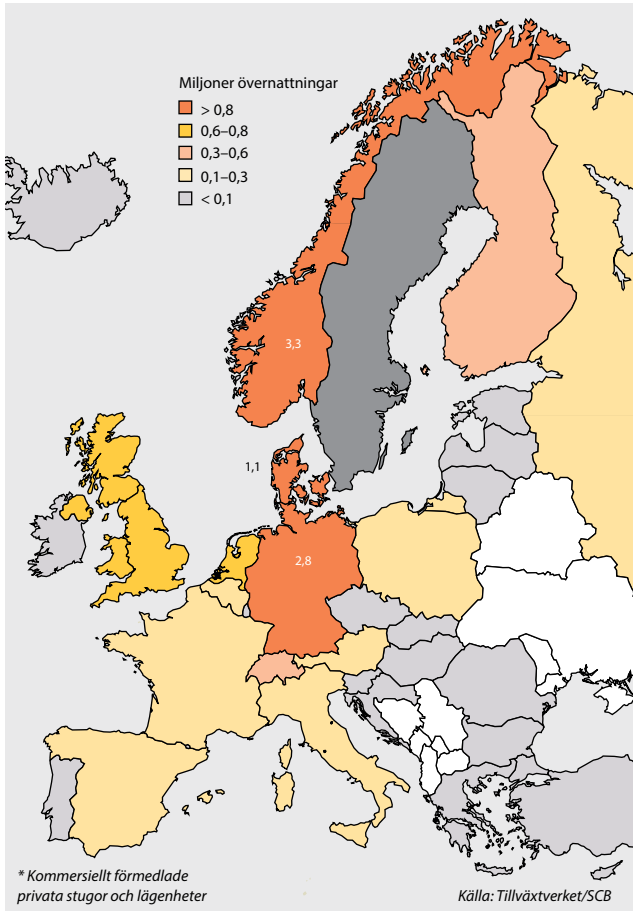
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

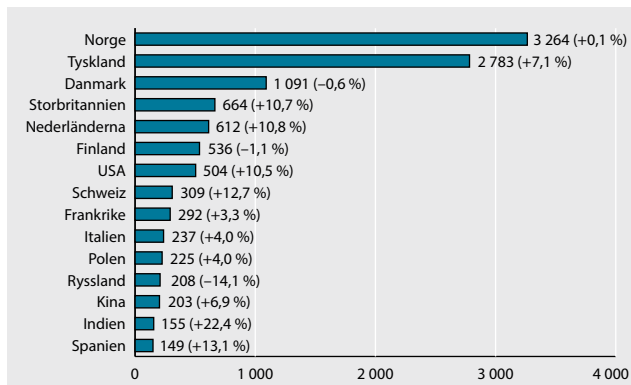
Norge och Tyskland de största utlandsmarknaderna

De största utländska marknaderna var även under 2014 Norge med 3,3 miljoner övernattningar, följt av Tyskland med 2,8 miljoner och Danmark med 1,1 miljoner. Av de femton största utlandsmarknaderna under 2014 ökade övernattningarna från samtliga länder utom Danmark, Finland och Ryssland. De marknader som ökade mest i absoluta tal var Tyskland, plus 184 000 övernattningar, följt av Storbritannien med plus 64 000 övernattningar. I relativa tal ökade Indien och Spanien mest, med 22,4 respektive 13,1 procent. De marknader som minskade mest under 2014 var Ryssland med 34 000 färre övernattningar eller minus 14,1 procent och Danmark med minus 7 000 övernattningar eller 0,6 procent.

Övernattningar från utlandet per marknad/land på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser 2014



Övernattningar från de femton största utländska marknaderna/länderna på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



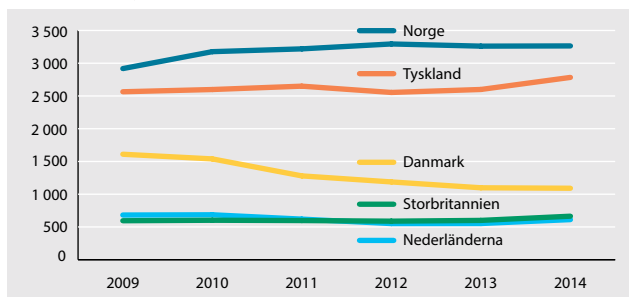
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Norge ökar och Danmark minskar

Av de fem största utlandsmarknaderna på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) och campingplatser, ökade samtliga utom Danmark där antalet övernattningar minskade med 0,6 procent under 2014. Sedan 2009 har den norska marknaden ökat mest, med 346 000 övernattningar eller nästan 12 procent. Storbritannien och Tyskland har också ökat, med 11,7 respektive 8,5 procent. Danmark har under perioden minskat med nästan 520 000 övernattningar eller drygt 32 procent och Nederländerna med nästan 70 000 övernattningar eller drygt 10 procent.

Övernattningar från de fem största utländska marknaderna/länderna på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser (1 000-tal)



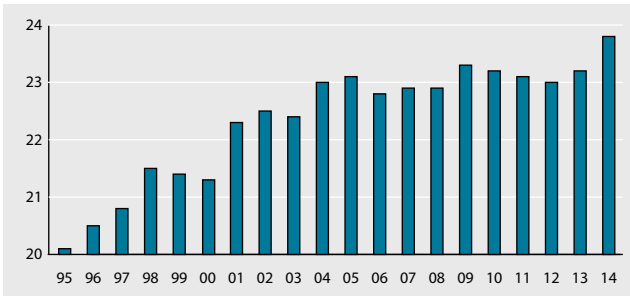
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Ökning av andelen utländska övernattningar

Andelen utländska övernattningar på hotell, stugbyar, vandrarhem var 23,8 procent 2014. Mellan åren 1995 och 2005 ökade andelen från 20,1 procent till 23,1 procent, för att sedan inte förändras nämnvärt mellan åren 2005 och 2013. Mellan åren 2013 och 2014 ökade dock andelen från 23,2 procent till 23,8 procent.

Utländska övernattningsars procentuella andel av totalt antal övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem

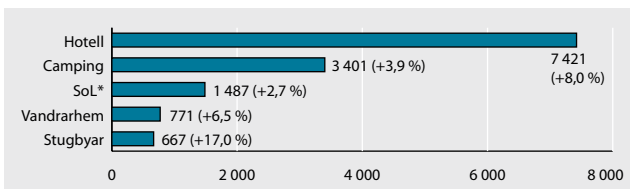


Källa: Tillväxtverket/SCB

Antalet övernattningar från utlandet ökade mest på hotellen

Av de kommersiella boendeformerna var hotell den boendeform som noterade flest övernattningar av utländska besökare och var också den boendeform där antalet utländska övernattningarna ökade mest under 2014. Antalet utländska övernattningar på hotell var 7,4 miljoner eller drygt hälften av alla utländska övernattningar och ökningen under 2014 var åtta procent. Stugbyar var den boendeform som ökade mest i relativa tal, med 17,0 procent. På vandrarhemmen var ökningen 6,5 procent. Campingplatserna, som svarade för 3,4 miljoner

Övernattningar från utlandet per boendeform 2014 (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

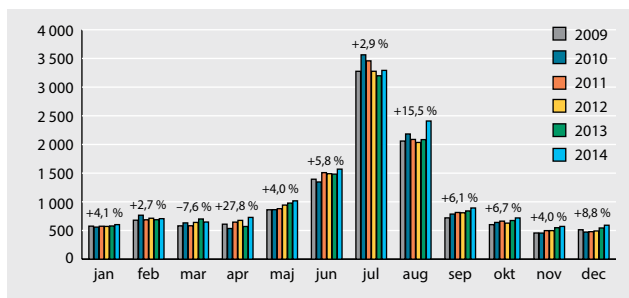
Källa: Tillväxtverket/SCB

övernattningar ökade med 3,9 procent och i kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) ökade antalet övernattningar från utlandet med 2,7 procent till 1,5 miljoner under 2014.

Störst ökning av utländska övernattningar under vår och höst

Under 2014 ägde mer än hälften eller 7,3 miljoner av övernattningarna från utlandet rum under sommarmånaderna juni-augusti. Det var en liten volymmässig ökning jämfört med 2013. Sedan 2009 har andelen utländska övernattningar under sommarmånaderna minskat, från 55,4 procent till 52,9 procent 2014. Det är juli månad som inte visat någon ökning medan augusti är den enskilda månad som visat störst ökning under perioden. Det är vår- och höstmånaderna som haft den största procentuella ökningen under perioden 2009 till 2014.

Övernattningar från utlandet månad för månad på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser (1000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



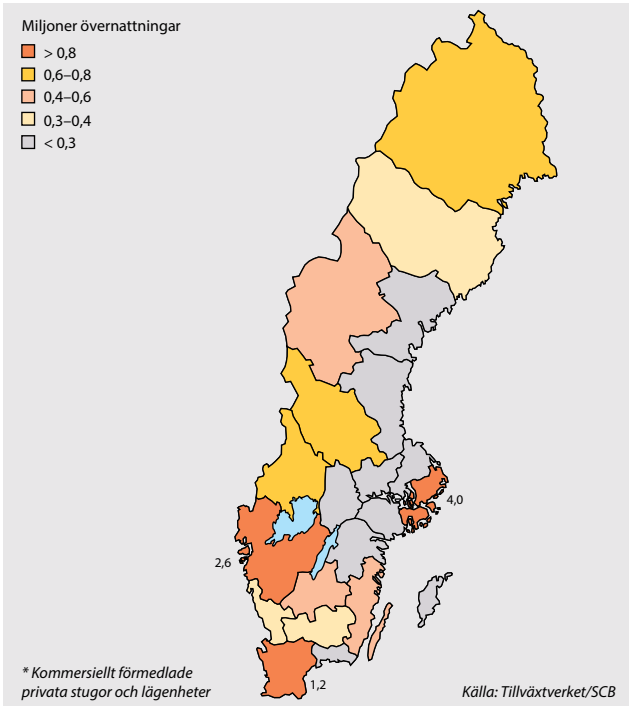
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Höga volymer från utlandet i de tre storstadsregionerna

Förutom höga volymer i de tre storstadsregionerna spenderades flest övernattningar från utlandet i Värmland, Norrbotten och Dalarna. Stockholms län med nästan fyra miljoner övernattningar var störst, följt av Västra Götaland med nästan 2,6 miljoner och Skåne 1,2 miljon utländska övernattningar. Andelen utländska övernattningar i förhållande till totalt antal övernattningar i varje region varierar dock kraftigt över landet. Högst andel utländska volymer hade Kronoberg med

Övernattningar från utlandet per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser 2014



40,5 procent, följt av Värmland med 38,3 procent och Stockholms län med 33,7 procent. Lägst andel hade Gävleborg med 8,3 procent. Se även tabellen på sidan 60.

Störst ökning av utländska övernattningar i Skåne

Totalt ökade de utländska volymerna i de kommersiella boendeformerna med 6,7 procent eller med nästan 860 000 övernattningar under 2014. I tre av fyra regioner ökade antalet utländska övernattningar under 2014. Störst procentuell ökning hade Skåne med 13,3 procent, följt av Stockholms län med 10,6 procent. De tre storstadsregionerna ökade alla under 2014 och svarade tillsammans för 7,8 miljoner eller drygt 56 procent av alla utländska övernattningar. För de inhemska övernattningarna var motsvarande relation för de tre storstadsregionerna 43 procent.

Övernattningar från utlandet och totalt antal övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, Sol* och campingplatser 2014, med procentuell förändring 2013–2014 samt andel utländska övernattningar av totalt antal övernattningar per region

Region	Utländska/Inkommande			Totalt	
	Andel, % per region	Antal	Förändring 13/14, %	Antal	Förändring 13/14, %
Kronoberg	40,5	348 893	5,5	860 429	5,0
Värmland	38,3	779 310	3,1	2 033 643	0,6
Stockholm	33,7	3 982 863	10,6	11 822 869	7,6
Norrbottnen	31,8	697 275	3,4	2 191 442	1,8
Jönköping	28,6	427 371	4,2	1 495 437	4,7
Västra Götaland	28,5	2 585 630	8,2	9 069 647	5,8
Blekinge	24,8	221 518	5,1	891 878	3,9
Skåne	23,3	1 195 142	13,3	5 140 333	7,3
Västerbotten	22,0	348 843	-6,5	1 583 031	1,2
Jämtland	21,0	545 313	-0,8	2 602 768	6,7
Örebro	18,5	202 017	-9,2	1 094 653	-4,1
Kalmar	17,8	464 972	8,6	2 613 246	1,1
Östergötland	16,9	269 126	7,1	1 590 273	6,4
Uppsala	14,9	166 897	6,2	1 119 439	5,5
Södermanland	14,0	142 847	-5,3	1 017 612	-0,5
Västmanland	14,0	99 309	3,7	711 891	4,2
Dalarna	13,5	663 772	2,0	4 912 641	3,0
Halland	11,5	303 794	7,3	2 645 775	5,9
Gotland	11,0	97 749	-3,6	887 783	6,5
Västernorrland	11,0	121 817	5,2	1 111 501	5,4
Gävleborg	8,3	83 132	0,9	1 004 928	5,0
Hela landet	24,4	13 747 590	6,7	56 401 219	5,0

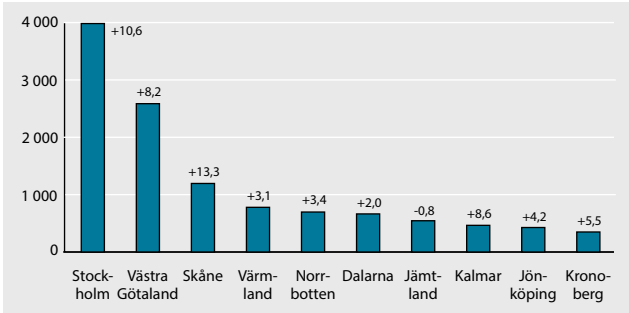
*Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Nästan var tredje övernattning från utlandet i Stockholms län

Stockholms län svarade för nästan 30 procent av alla utländska övernattningar i Sverige och volymerna ökade med 10,6 procent under 2014. Av de tio största regionerna var det i Skåne som övernattningarna ökade mest i relativa tal, plus 13,3 procent, följt av Stockholms län och sedan Kalmar län som ökade med 8,6 procent. Av de tio största regionerna var det bara Jämtland som visade en liten minskning med 0,8 procent.

Övernattningar från utlandet i de tio största regionerna på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser 2014 (1 000-tal) med procentuell förändring 2013–2014



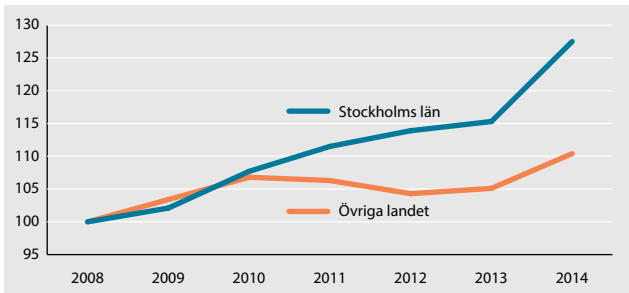
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Nästan hälften av ökningen sedan 2008 har skett i Stockholms län

Sedan 2008 har antalet utländska övernattningar i Sverige ökat med totalt nästan 15 procent. I regionerna utanför de tre storstadsregionerna har antalet utländska övernattningar ökat med nästan 924 000 eller drygt 10 procent. Under motsvarande period har antalet utländska övernattningar i Stockholms län ökat med 860 000 eller med drygt 27 procent. Nästan hälften av den totala ökningen av de utländska övernattningarna i Sverige sedan 2008 har därmed skett i Stockholms län. Av ökningen i Stockholms län svarar de utomeuropeiska marknaderna för 70 procent av den totala ökningen sedan 2008.

Index för procentuell ökning av utländska övernattningar i Stockholms län i jämförelse med övriga landet på hotell, stugbyar, vandrarhem, SoL* och campingplatser. Index 2008 = 100



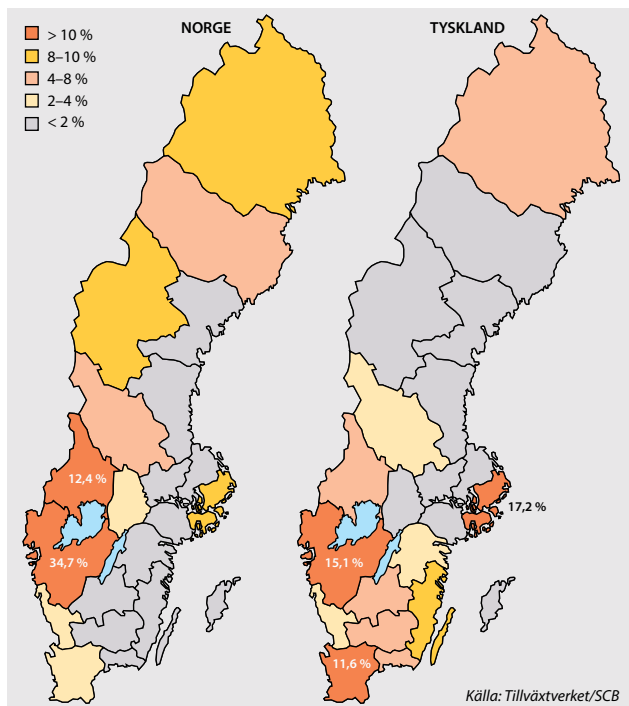
* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

Västra Götaland i topp för normmännen

Den regionala fördelningen av antalet utländska övernattningar varierar över landet. Normmännen, som svarade för 3,3 miljoner eller 24 procent av alla utländska övernattningar i Sverige under 2014, och därmed var den enskilt största utlandsmarknaden, övernattade i första hand i Västra Götaland, Värmland, Norrbotten och Jämtland. Av de fyra största regionerna är det Jämtland som med en ökning på 37 procent av antalet övernattningar från Norge ökat mest sedan 2008. För Tyskland, den näst största utlandsmarknaden med nästan 2,8 miljoner eller drygt 20 procent av de utländska övernattningarna i Sverige, noterades flest övernattningar i storstadsregionerna, totalt 44 procent. Den region i Sverige där antalet övernattningar från Tyskland ökat mest sedan 2008 är Norrbotten, med drygt 50 procent.

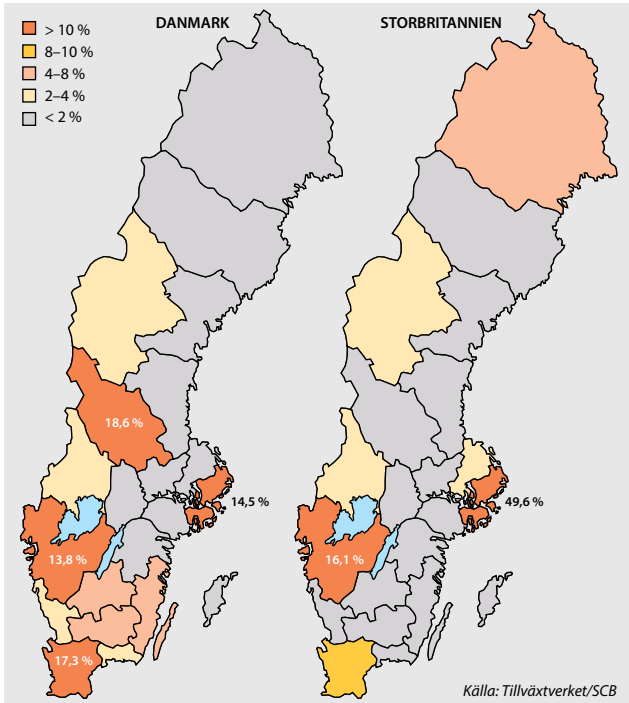
Regional andel av totalt antal övernattningar i Sverige från Norge och Tyskland under 2014 i procent



Övernattningarna från Danmark flest i Dalarna

Danska besökare med 1,1 miljoner övernattningar, var den tredje största utlandsmarknaden under 2014. Dalarna tog emot 18,6 procent av samtliga övernattningarna från Danmark, följt av Skåne, Stockholms län och Västra Götaland. Sedan 2008 har antalet övernattningar från Danmark minskat med 18 procent i Sverige. En stor del av denna minskning har skett i Dalarna där antalet övernattningar minskat med 18 procent under perioden. Nästan hälften av totalt 664 000 övernattningar från Storbritannien noterades i Stockholms län, följt av Västra Götaland, som tog emot 16,1 procent av övernattningarna under 2014. Sedan 2008 har antalet övernattningar från Storbritannien legat på samma nivå. Av de regioner som visat ökning från Storbritannien under denna period är det i Norrbotten som ökningen varit störst, med 13 500 fler övernattningar sedan 2008.

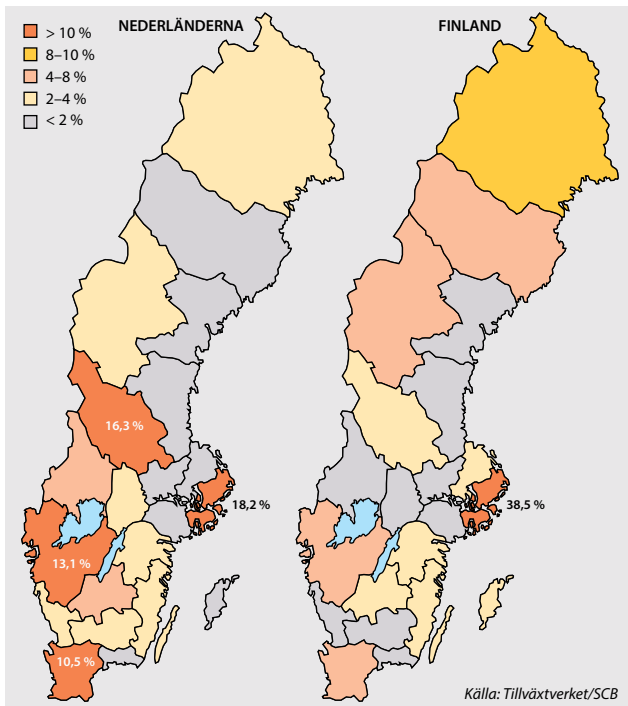
Regional andel av totalt antal övernattningar i Sverige från Danmark och Storbritannien under 2014 i procent



God spridning av övernattningarna från Nederländerna och Finland

Från Nederländerna med drygt 610 000 övernattningar under 2014 var det förutom i Stockholms län och Dalarna en ganska hög koncentration till Syd- och Västsverige. Sedan 2008 har antalet övernattningar från Nederländerna minskat med nästan 15 procent. Den region där minskningen varit störst är Dalarna, minus 27 000 övernattningar. Av de regioner som visat ökning är det Stockholms län som ökat mest, plus 3 500 övernattningar eller 3,3 procent sedan 2008. Under 2014 var övernattningarna från Finland flest i Stockholms län följt av Norrbotten. Sedan 2008 har antalet övernattningar från Finland ökat med 70 000 eller 15 procent. Av de regioner som visat ökning är det Stockholms län som ökat mest, plus 41 400 övernattningar eller drygt 25 procent sedan 2008.

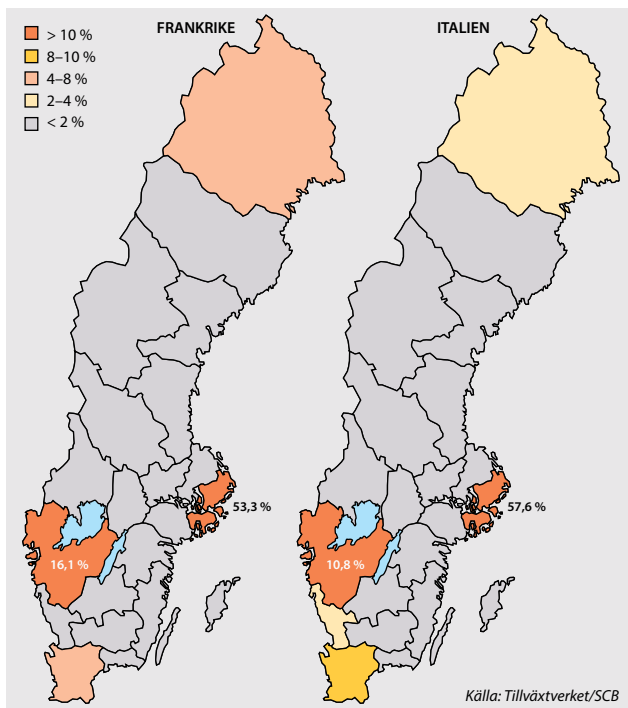
Regional andel av totalt antal övernattningar i Sverige från Nederländerna och Finland under 2014 i procent



Frankrike och Italien ökar i Norrbotten

Av drygt 290 000 övernattningar från Frankrike under 2014, genomfördes drygt hälften i Stockholms län. Övernattningarna från Frankrike har haft en ganska ojämn utveckling sedan 2008 och ökat med totalt 7,3 procent, som är mindre än den totala ökningen från utlandet med cirka 15 procent. Förutom i Stockholms län och i Västra Götaland är det i Norrbotten som antalet övernattningar från Frankrike ökat mest sedan 2008. De regionala andelarna av övernattningarna från Italien liknar de från Frankrike. Drygt 80 procent av ländernas övernattningar sker i de tre storstadsregionerna samt i Norrbotten. Från Italien har övernattningarna totalt minskat med drygt tio procent sedan 2008. Övernattningarna i både Stockholms län och i Västra Götaland har minskat, men ökat kraftigt i Norrbotten och i Halland med nästan 63 procent respektive 128 procent sedan 2008.

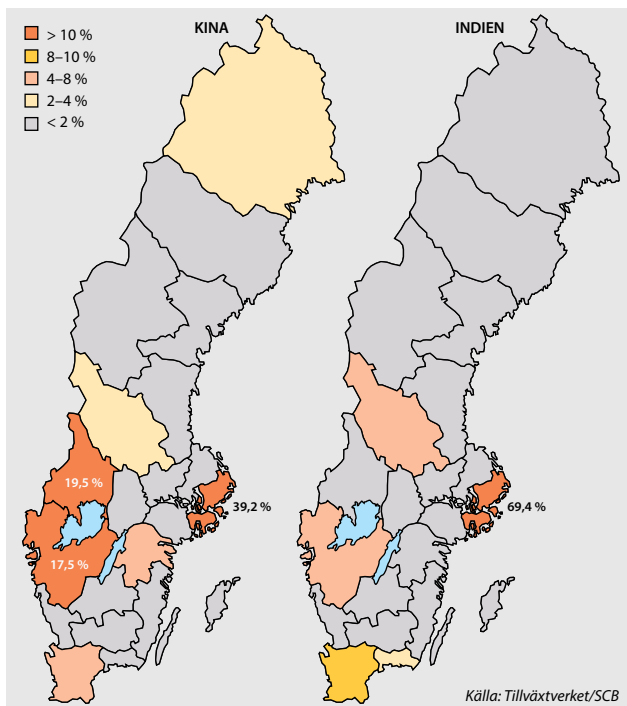
Regional andel av totalt antal övernattningar i Sverige från Frankrike och Italien under 2014 i procent



Kina och Indien växer kraftigt

Kina och Indien är de största utomeuropeiska marknaderna efter USA och har båda vuxit kraftigt med drygt 100 respektive nästan 200 procent sedan 2008. Övernattningarna från Kina har en större spridning över landet än från övriga utomeuropeiska marknader och är förutom i de tre storstadsregionerna många i både Värmland och i Östergötland. De regioner som vuxit snabbast i relativa tal är Norrbotten och Östergötland. I antal övernattningar är det förutom i Stockholms län, Värmland och Västra Götaland som ökat mest sedan 2008. Övernattningarna från Indien är tydligt koncentrerade till Stockholms län med nästan 70 procent av de totala volymerna. Det är också i Stockholms län som flest nya övernattningar tillkommit, plus 81 000 eller nästan 80 procent av den totala tillväxten sedan 2008.

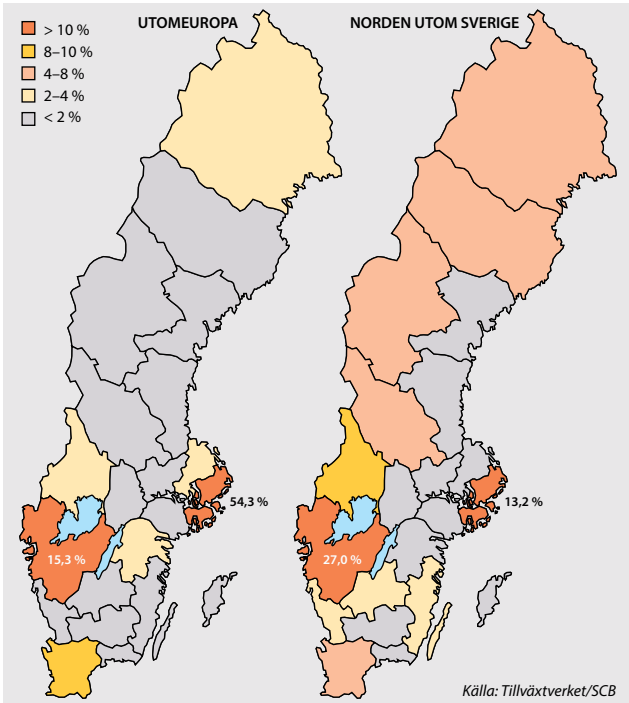
Regional andel av totalt antal övernattningar i Sverige från Kina och Indien under 2014 i procent



Fyra av fem långväga besökare övernattar i storstadsregionerna

Med 2,5 miljoner övernattningar under 2014 svarade de utomeuropeiska marknaderna för drygt 18 procent av samtliga övernattningar från utlandet. Det är en ökning från 12 procent sedan 2008. Drygt 54 procent genomfördes i Stockholms län som tillsammans med Västra Götaland och Skåne svarade för nästan 80 procent av samtliga utomeuropeiska övernattningarna under 2014. Sedan 2008 har övernattningarna från de utomeuropeiska marknaderna ökat med drygt en miljon eller med 75 procent. Cirka 80 procent av ökningen sedan 2008 har skett i de tre storstadsregionerna. Även i Värmland, Norrbotten och Östergötland har antalet övernattningar ökat mycket. En majoritet av övernattningarna från våra nordiska grannländer sker utanför de tre storstadsregionerna men Västra

Regional andel av totalt antal övernattningar i Sverige från samtliga utomeuropeiska marknader/länder och från Norden utom Sverige under 2014 i procent



Götaland är den enskilt största regionen med en andel på 27 procent. Under 2014 svarade övernattningarna från våra nordiska grannländer för drygt 35 procent av samtliga övernattningar från utlandet som är en minskning från 38 procent sedan 2008.

Hög andel utländska båtnätter i gästhamnarna

Under 2014 var antalet utländska båtnätter (en båt en natt) i de svenska gästhamnarna 192 000 eller nästan 39 procent av samtliga båtnätter. Andelen är högre än för andra kommersiella övernattningsformer. De största utlandsmarknaderna mätt i andel av totalt antal utländska båtnätter var Norge med 32 procent, Tyskland med 28,4 procent och Danmark med drygt 17 procent. Antalet utländska övernattningar (en gäst en natt) ökade med 18,7 procent under 2014. Totalt registrerades nästan 500 000 övernattningar under 2014 och samtliga utlandsmarknader utom Norge och övriga världen ökade.

Båtnätter i svenska gästhamnar, privata fritidsbåtar per utlandsmarknad/land 2014

Marknad/land	Antal	Andel i procent	12/13, procent
Norge	61 408	32,0	-23,6
Tyskland	54 475	28,4	14,6
Danmark	32 685	17,1	6,9
Finland	17 828	9,3	55,5
Nederländerna	11 390	5,9	35,2
Övriga Europa	11 885	6,2	21,3
Övriga Världen	1 981	1,0	-23,1
Totalt	191 652	100,0	0,5

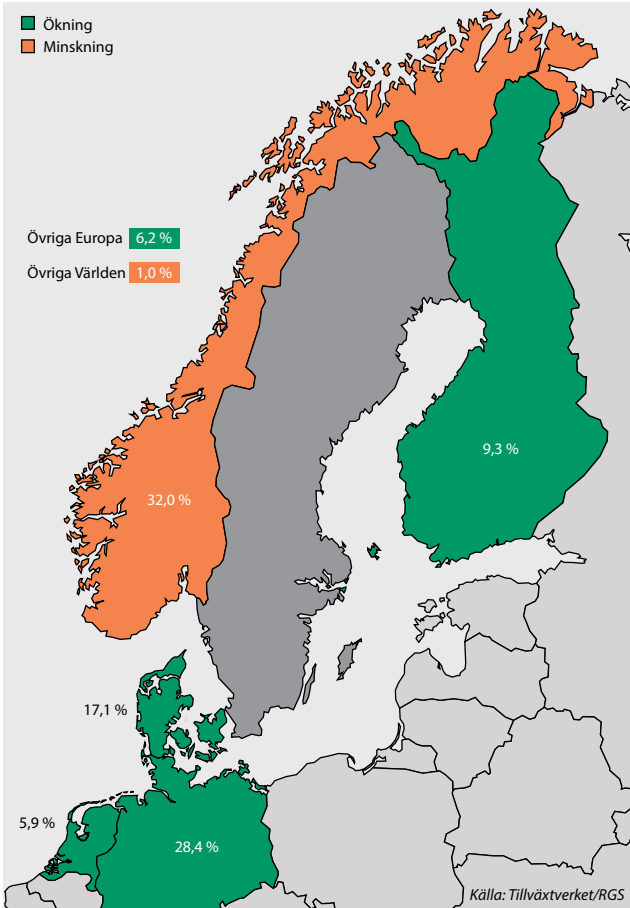
Källa: Tillväxtverket/RGS

Övernattningar i svenska gästhamnar, privata fritidsbåtar per utlandsmarknad/land 2014

Marknad/land	Antal	Andel i procent	12/13, procent
Norge	159 660	32,0	-9,7
Tyskland	141 634	28,4	35,4
Danmark	84 980	17,1	26,3
Finland	46 353	9,3	83,8
Nederländerna	29 614	5,9	59,8
Övriga Europa	30 902	6,2	43,4
Övriga Världen	5 150	1,0	-9,2
Totalt	498 293	100,0	18,7

Källa: Tillväxtverket/RGS

Marknadsandel av totalt antal båtningar/övernattningar från utlandet samt förändring av antal utländska båtningar/övernattningar i svenska gästhamnar, privata fritidsbåtar mellan 2013 och 2014



Utländskt ägande av fritidshus ökar

Under 2014 fanns det totalt 571 300 fritidshus i Sverige varav 37 060 eller 6,5 procent hade utländska ägare. Jämfört med 2013 ökade antalet fritidshus med utländska ägare med nästan 300 eller 0,8 procent. Under 2014 ökade antalet fritidshus med ägare från Norge och från övriga världen, medan antalet med ägare från Danmark, Tyskland och Nederländerna minskade något.

Fritidshus med utländska ägare i Sverige 2014

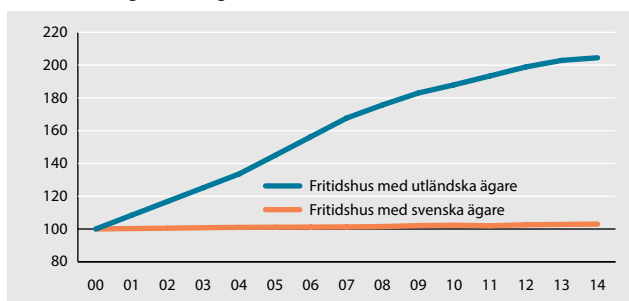
Fritidshus med utländska ägare från:	Antal	Andel av totalt antal fritidshus med utländska ägare i %	13/14, procent
Danmark	11 451	30,9	-1,3
Norge	11 024	29,7	3,9
Tyskland	10 096	27,2	-0,4
Nederländerna	1 423	3,8	-0,8
Övriga länder	3 064	8,3	3,0
Totalt	37 058	100,0	0,8

Källa: SCB

Fördubbling av antalet fritidshus med utländska ägare sedan 2000

Sedan 2000 har antalet fritidshus i Sverige ökat med totalt 34 300, från 537 000 till 571 300, motsvarande 6,4 procent. Under samma period har antalet fritidshus med utländska ägare ökat kraftigt, från 18 100 till 37 060, en ökning med 104,5 procent. Motsvarande ökning av antalet fritidshus med svenska ägare var 15 400, från 518 800 till 534 200, motsvarande tre procent. Av de utländska ägarna kom sammanlagt nästan 92 procent från Danmark, Norge, Tyskland och Nederländerna.

Index för utveckling av antal fritidshus med utländska samt svenska ägare i Sverige. Index 2000 = 100

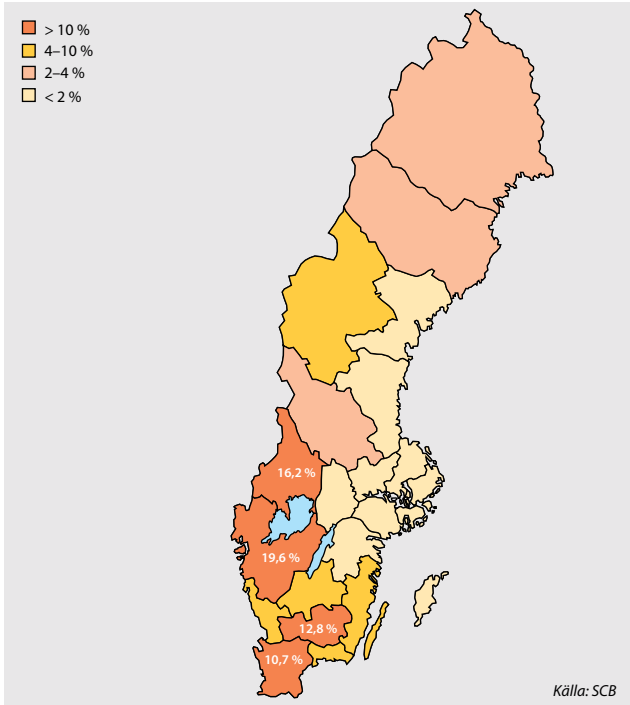


Källa: SCB

Flest fritidshus med utländska ägare i Västra Götaland

Fritidshus med utländska ägare finns i första hand i regionerna i landets södra och västra delar. Under 2014 var antalet störst i Västra Götaland med 7 250 eller nästan 20 procent av samtliga fritidshus i landet med utländska ägare. Även Värm-

Regional andel av totalt antal fritidshus med utländska ägare i Sverige, 2014 i procent

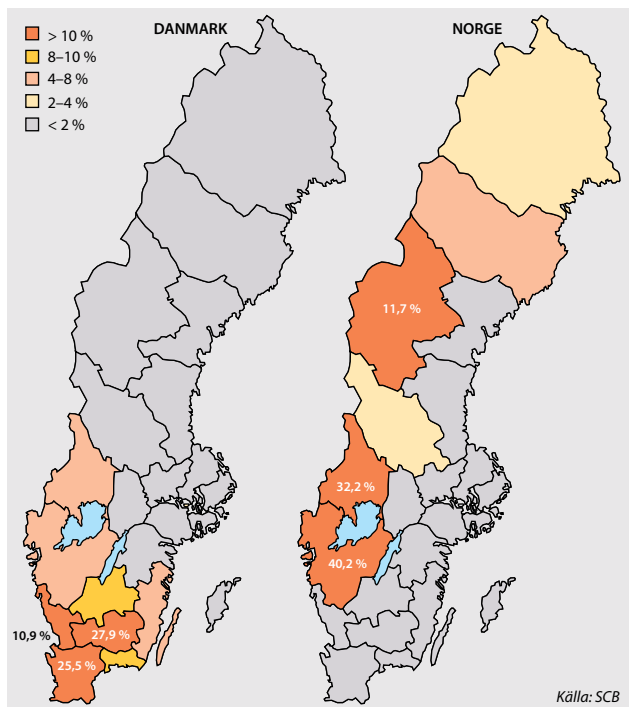


land hade en hög andel 16,2 procent, liksom Kronoberg 12,8 procent och Skåne med 10,7 procent. I Kronoberg hade drygt 40 procent av regionens fritidshus utländska ägare. Andra regioner där en stor del av fritidshusen hade utländska ägare var Värmland med nästan 24 procent, Jönköpings län med 15 procent och Blekinge med nästan 12 procent. Stockholms län och Uppsala län var de regioner i Sverige som hade lägst andel fritidshus med utländska ägare av totalt antal fritidshus, båda med 0,3 procent.

Flest utländska fritidshusägare från Danmark

Under 2014 hade 11 450 fritidshus i Sverige ägare från Danmark. Ägandet var koncentrerat till regioner i södra och västra Sverige. Andelarna av de danskägda fritidshusen i Sverige var högst i Kronoberg 27,9 procent, följt av Skåne med 25,5

Regional andel av totalt antal fritidshus med utländska ägare från Danmark och Norge, 2014 i procent

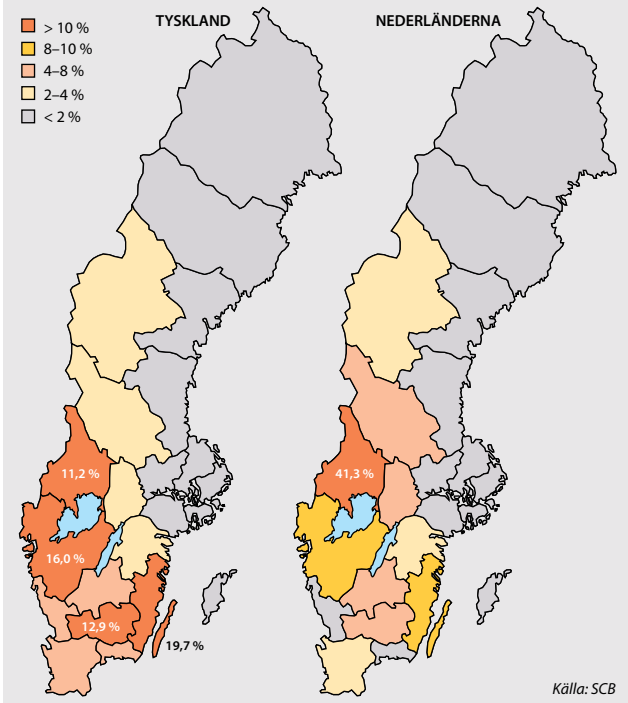


procent och Halland med 10,9 procent. Norrmän ägde i första hand fritidshus i de västra och norra delarna av landet. Av totalt 11 024 fritidshus med norska ägare hade Västra Götaland den högsta andelen med 40,2 procent. Därefter följde Värmland med 32,2 procent och Jämtland med 11,7 procent.

Fritidshusägare från Tyskland och Nederländerna flest i södra och västra Sverige

Antalet fritidshus med tyska ägare var 10 100 under 2014. Ägandet var koncentrerat till regioner i södra och västra Sverige med högst andelar i Kalmar län med 19,7 procent, Västra Götaland med 16 procent och Kronoberg med 12,9 procent. De totalt 1 423 fritidshusen med ägare från Nederländerna var starkt koncentrerade till Värmland där andelen var 41,3 procent och till Västra Götaland med 9,8 procent.

Regional andel av totalt antal fritidshus med utländska ägare från Tyskland och Nederländerna, 2014 i procent



Ökad kunskap om utländska besökare

För att öka kunskapen om den inkommande turismen i Sverige har Tillväxtverket sedan 2011 genomfört en nationell gränsundersökning, Inkommande besökare i Sverige, IBIS. Undersökningen ska bland annat ge svar på frågor om totala volymer, marknader, målgrupper, syften med resan, konsumtion, transportmedel m.m.

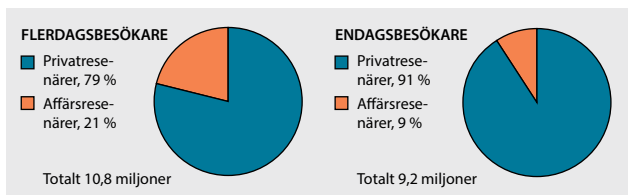
Undersökningen bygger på löpande intervjuer med utländska privat- och affärsresenärer när de lämnar Sverige och har genomförts vid de större gränspassagera. Resultatredovisningen bygger på antalet besök i Sverige. Termen ”besökare” eller ”resenär” syftar på den som genomfört ett besök eller resa till Sverige. En unik person bosatt i ett annat land kan göra flera besök eller resor till Sverige och därmed vara besökare i

Sverige vid flera tillfällen under ett år. För mer fakta om gränsundersökningen, se sidan 88.

19,9 miljoner utländska besökare i Sverige 2014

Under 2014 genomfördes totalt 19,9 miljoner besök i Sverige av personer bosatta i utlandet. Jämfört med 2013 var det en ökning med 1,1 miljoner eller sex procent. Av de totalt 19,9 miljoner besökarna var 16,8 miljoner eller 84 procent privatresenärer och 3,1 miljoner eller 16 procent affärsresenärer. Privatresenärerna ökade med nio procent medan affärsresenärerna minskade med åtta procent jämfört med 2013. Antalet flerdagsbesökare var 10,8 miljoner eller 54 procent av samtliga besökare och 9,2 miljoner eller 46 procent var endagsbesökare. Flerdagsbesöken minskade med 3,5 procent jämfört med 2013 medan endagsbesöken ökade med 20 procent. Av flerdagsbesökarna var 8,4 miljoner eller 79 procent privatresenärer och 2,2 miljoner eller 21 procent affärsresenärer. Av endagsbesökarna var 8,5 miljoner eller 91 procent privatresenärer och 890 000 eller nio procent affärsresenärer.

Utländska besökare i Sverige, miljoner och andelar i procent 2014

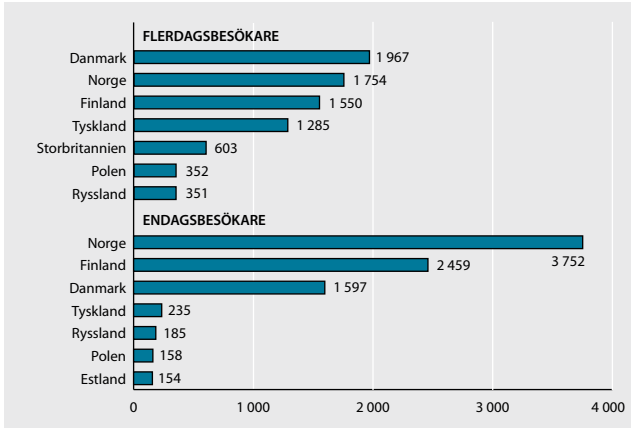


Källa: Tillväxtverket

Flest flerdagsbesökare från Danmark

Danmark var den enskilt största marknaden med närmare två miljoner flerdagsbesökare. Efter Danmark följde Norge med 1,8 miljoner, Finland med 1,6 miljoner och Tyskland med 1,3 miljoner besökare. Dessa fyra marknader svarade tillsammans för drygt 60 procent av alla flerdagsbesök i Sverige under 2014. Av endagsbesökarna under 2014 kom 3,8 miljoner från Norge, följt av 2,5 miljoner från Finland och 1,6 miljoner från Danmark. Tillsammans kom 83 procent av samtliga endagsbesökare från dessa tre marknader.

Antal utländska besökare i Sverige från de sju största utlandsmarknaderna/länderna 2014 (1000-tal)

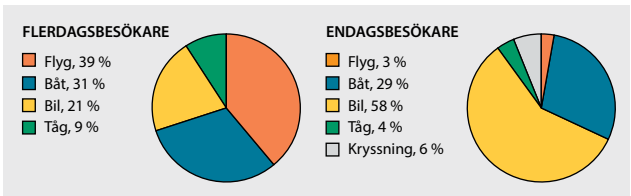


Källa: Tillväxtverket

Flygresor betydelsefulla för utländska besökare

Flyget var det vanligaste färdmedlet för utländska flerdagsbesökare. Av samtliga flerdagsbesökare under 2014 reste 39 procent med flyg, 31 procent med färja samt 21 procent med bil. Av samtliga endagsbesökare reste 58 procent med bil och 29 procent med färja.

Utländska besökare i Sverige och transportmedel, privat- och affärsresenärer, 2014

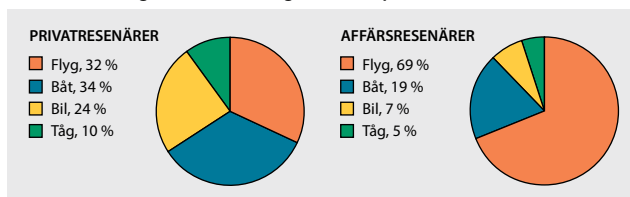


Källa: Tillväxtverket

Flyg vanligast för affärsresenärer

Av de totalt 2,2 miljoner övernattande utländska affärsresenärerna reste 69 procent med flyg vid besöket i Sverige under 2014 och 19 procent reste med färja. För övernattande privatresenärer var resor med färja och flyg de vanligaste färdmedlen. Dessa färdmedel svarade för 34 respektive 32 procent av samtliga privatresor med övernattning medan resor med bil svarade för 24 procent.

Utländska flerdagsbesökare i Sverige och transportmedel, 2014

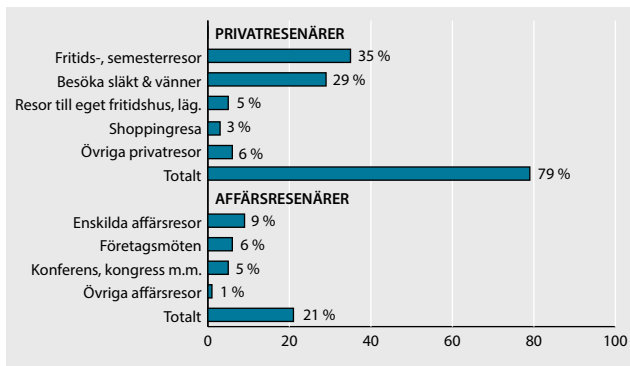


Källa: Tillväxtverket

Semesterresor och att besöka släkt och vänner det vanligaste syftet vid resor till Sverige

Semesterresor och att besöka släkt och vänner var det dominerande syftet för samtliga flerdagsbesökare att resa till Sverige och för de flerdagsbesökare som var privatresenärer. För de flerdagsbesökare som var affärsresenärer var enskild affärsresa det vanligaste syftet, följt av företagsmöten.

Utländska flerdagsbesökare i Sverige och huvudsakligt syfte med resan, andel av totalt antal flerdagsbesök, 2014

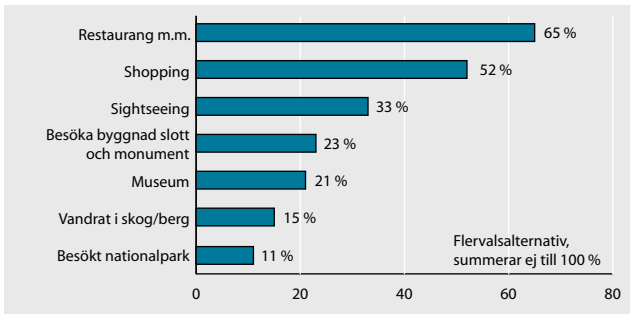


Källa: Tillväxtverket

Traditionella aktiviteter dominerar

Förutom att besöka restauranger, barer, caféer med mera, ägnade sig mer än hälften av flerdagsbesökarna åt shopping. Nästan en tredjedel ägnade sig åt sightseeing och närmare en fjärdedel uppgav att de besökt byggnader, slott och monument. En femtedel uppgav att de hade besökt museum. Efter dessa aktiviteter följer naturnära aktiviteter som att vandra i skog och berg samt besök i nationalpark/naturrum.

Utländska flerdagsbesökare i Sverige och de mest frekventa aktiviteterna, privat- och affärsresenärer, 2014

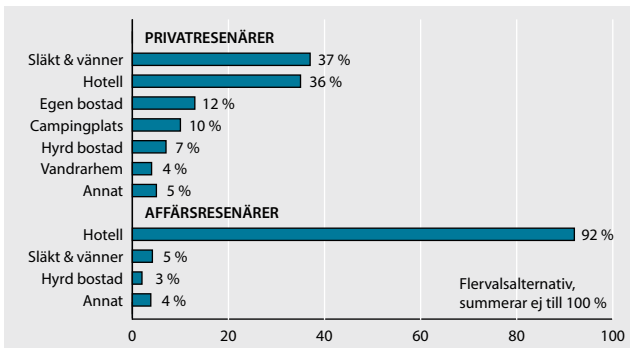


Källa: Tillväxtverket

Privatresenärer bor ofta privat och affärsresenärer kommersiellt

Närmare hälften av privatresenärerna uppgav att de bott hos släkt och vänner eller i egen bostad, d.v.s. i icke-kommersiella

Utländska besökare i Sverige och boendeformer, 2014



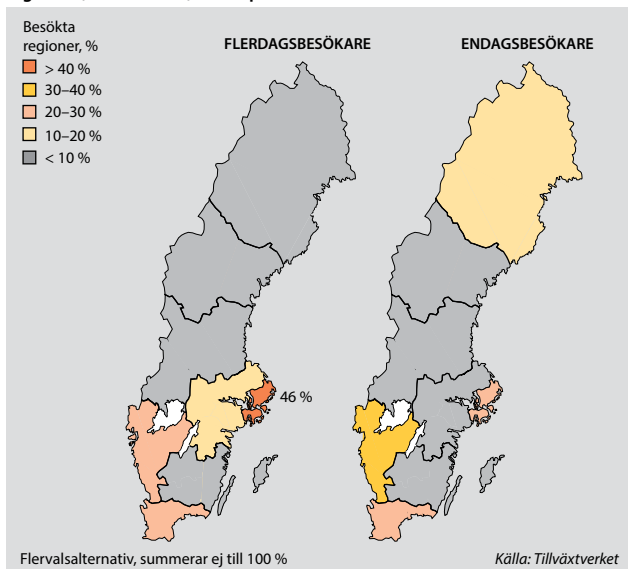
Källa: Tillväxtverket

boendeformer, under vistelsen i Sverige. För affärsresenärerna dominerade boende på hotell med 92 procent av samtliga affärsresenärer medan fem procent svarade att de bott hos släkt och vänner.

Många besökare har vistats i någon av storstadsregionerna

På frågan var besökarna vistats i Sverige var det möjligt att ange flera regioner. 85 procent av samtliga 19,9 miljoner utländska besökare angav att de under sin resa besökt någon av de tre storstadsregionerna och 31 procent att de besökt någon av regionerna utanför storstadsregionerna. Bland endagsbesökarna var Västsverige den mest besökta regionen med 33 procent eller totalt tre miljoner. För flerdagsbesökare var Stockholms län den mest besökta regionen dit 46 procent reste, närmare fem miljoner.

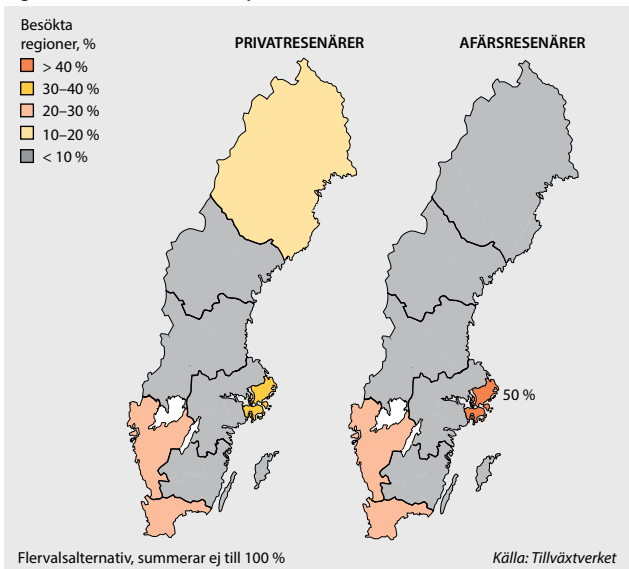
Utländska besökare i Sverige och besökta regioner (riksområden) 2014 i procent



Över hälften av affärsresenärerna besökte Stockholms län

Av samtliga utländska affärsresenärer, totalt 3,1 miljoner, besökte 50 procent Stockholms län och 21 procent Väst-sverige. Även bland privatresenärerna, totalt 16,9 miljoner, var Stockholms län den region som tog emot flest besökare, 34 procent, följt av Västsverige med 26 procent och Sydsverige med 23 procent.

Utländska besökare i Sverige och besökta regioner (riksområden) 2014 i procent



Internationella kongresser

Stockholm på nittonde plats i världen 2014

Stockholm låg på nittonde plats bland världens största kongresstäder år 2014 med 95 internationella möten. Göteborg med 47 möten placerade sig på plats 54 och Uppsala med 26

Antal internationella möten/kongresser per stad/land 2014

Stad	Antal möten	Land	Antal möten
1 Paris	214	1 USA	831
2 Wien	202	2 Tyskland	659
3 Madrid	200	3 Spanien	578
4 Berlin	193	4 Storbritannien	543
5 Barcelona	182	5 Frankrike	533
6 London	166	6 Italien	452
7 Singapore	142	7 Japan	337
8 Amsterdam	133	8 Kina	332
9 Istanbul	130	9 Nederländerna	307
10 Prag	118	10 Brasilien	291
11 Bryssel	112	11 Österrike	287
12 Lissabon	109	12 Kanada	265
13 Köpenhamn	105	13 Australien	260
14 Peking	104	14 Sverige	238
15 Seoul	99	15 Portugal	229
16 Hong Kong	98	16 Schweiz	226
17 Budapest	97	17 Republiken Korea	222
Rom	97	18 Argentina	191
19 Stockholm	95	19 Turkiet	190
20 Taipei	92	20 Belgien	187
23 Helsingfors	84	22 Danmark	164
48 Oslo	52	23 Finland	162
54 Göteborg	47	36 Norge	114
93 Uppsala	26		
141 Lund	17		
152 Malmö	16		
318 Umeå & Linköping	6		

Källa: ICCA

möten på plats 93. Längre ner på rankinglistan placerade sig Lund på plats 141 och Malmö på plats 152 samt Umeå och Linköping båda på plats 318. Av de nordiska städerna placerade sig Köpenhamn högst, på plats 13 med 105 internationella möten.

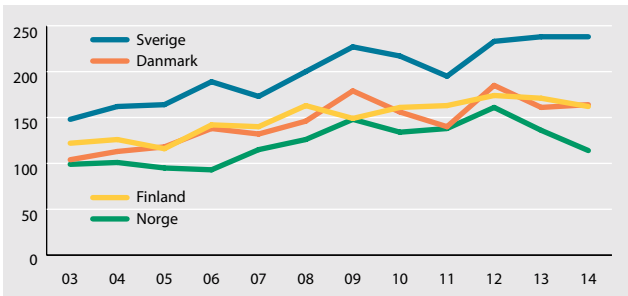
Sverige på fjortonde plats bland kongressländerna i världen 2014

I Sverige anordnades sammanlagt 238 internationella kongresser under 2014 och detta gav Sverige plats 14 bland världens länder. Av grannländerna kom Danmark på plats 22, Finland på plats 23 och Norge på plats 36. I topp på listan låg USA med 831 internationella möten följt av Tyskland med 659.

Sverige värd för flest möten i Norden

Under perioden 2003 till 2014 är Sverige det land i Norden (exkl. Island) som stått värd för flest internationella möten och Sverige har också haft en större ökning av antalet möten än de andra nordiska länderna. I Sverige ökade antalet med 90 möten eller 61 procent under perioden. Bland de övriga nordiska länderna ökade Danmark med 56 procent, Finland med 33 procent och Norge med drygt 15 procent mellan 2003 och 2014.

Antal internationella möten/kongresser i Norden



Källa: ICCA

Definitioner och källor

Vad är turism

Enligt Förenta Nationerna och den internationellt vedertagna definitionen omfattar turism människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften. Definitionen omfattar därmed i princip alla aktiviteter och den konsumtion som är direkt kopplad till resandet, inklusive affärsresandet.

Det är den som konsumerar och inte vad som produceras som per definition avgör vad som är turism. Detta ska ställas mot den traditionella metoden att redovisa olika sektorer, näringars eller branschers effekter på ekonomin, där man mäter effekterna från produktionsidan. Den ekonomi som uppstår som ett resultat av turism och resande fördelar sig på en mängd olika branscher. Men det är i princip bara en bransch där 100 procent av värdet kan hänföras till turism och resande och det är resebyrå- och researrangörsledet. Av samma skäl är det bara runt hälften av hotell- och restaurangbranschens aktiviteter som utgör en del av turismen eftersom resterande värde, framför allt på restaurangerna, uppkommer som ett resultat av lokalbefolkningens konsumtion och därmed per definition inte är turism.

Begreppsbildning

Begreppsbildningen är en kritisk faktor för god informationskultur och kunskapsutveckling. Det är svårt att utveckla och arbeta med turismstatistik och statistiskbaserad information om definitioner och begreppsbildningen inte är distinkt och inarbetad både hos den som producerar och den som använder informationen. World Tourism Organization, UNWTO, har i samverkan med flera internationella organisationer utar-

betat rekommendationer för begreppen som används i turismstatistiken. Rekommendationerna finns redovisade i publikationen ”Turismens begreppsnyckel” som finns att hämta på www.tillvaxtverket.se/publikationer. Ett par av de grundläggande begreppen och former av turism, och hur de definieras redovisas nedan.

Former av turism

När man talar om resor som passerar landsgränser, delar man upp turismen i tre bestämda grundformer. Inhemsk turism, Inkommande turism och Utgående turism. ”Land” i denna definition kan bytas ut mot region, kommun eller annat administrativt område.

I denna publikation sker redovisningen med hänvisning till de två första grundformerna var för sig, men även som summan av de inhemska och inkommande volymerna i Sverige under rubriken ”Turism i Sverige”.

Inhemsk turism

Innefattar dem som har sin hemvist i ett givet land och reser i det landet.

Inkommande turism

Innefattar dem som reser i ett givet land och har sin hemvist i ett annat land.

I kapitlet ”Internationell turism” redovisas volymerna i termer av antal utlandsresor med minst en övernattning eller antal internationella ankomster.

Källor till Fakta om svensk turism 2014

Nedan beskrivs kortfattat de källor, undersökningar och den statistik som används i *Fakta om svensk turism*.

World Tourism Organization (UNWTO)

Förenta Nationernas världsturismorganisation UNWTO (United Nations World Tourism Organization) är baserad i Madrid. UNWTO samlar in, analyserar och publicerar data om turismens utveckling på global nivå. UNWTO har också i samverkan med flera internationella organisationer utarbetat rekommendationer för de definitioner och begrepp som används i turismstatistiken.

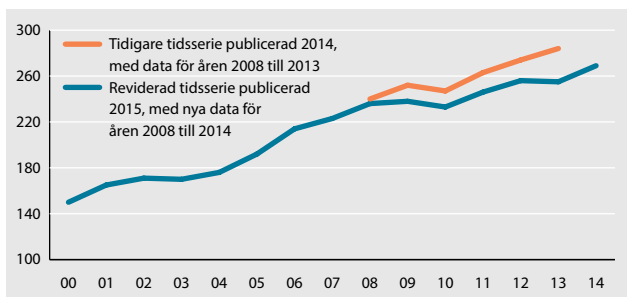
Satellitkontoberäkningar för turismen (TSA)

Sverige har anslutit sig till den av Förenta Nationerna internationellt vedertagna definitionen av turism. Sedan 2000 mäts turismens effekter på ekonomin, exporten och sysselsättningen i Sverige genom så kallade satellitkontoberäkningar, där den del av konsumtionen som härrör från turism från de olika branscherna i nationalräkenskaperna samlas. Satellitkontot mäter värdet av såväl svenska som utländska resenärers direkta konsumtion av svenska varor och tjänster. Metoden för satellitkontoberäkningar, Tourism Satellite Account (TSA) är en internationellt vedertagen metod som har tagits fram av FN-organet World Tourism Organization (UNWTO) i samarbete med OECD och näringsens organisationer. I Sverige görs beräkningarna på Tillväxtverkets uppdrag av Nationalräkenskaperna på Statistiska centralbyrån (SCB). I likhet med övriga nationalräkenskaper revideras tidsserierna varje år, därför är tidigare tidsserier inte jämförbara med de senast publicerade uppgifterna.

Revidering av satellitkontoberäkningarna för turismen

2014 års redovisning av satellitkontoberäkningarna för turismen bygger på en tidigare publicerad men nu i sin helhet reviderad tidsserie av data för perioden 2008 till 2013. Revideringen har resulterat i en genomsnittlig nedskrivning av de tidigare redovisade värdena med cirka sex procent per år under perioden. För att illustrera hur revideringen har påverkat utvecklingen av turismens totala omsättning över tid, se figuren nedan.

Utveckling av turismens totala omsättning i Sverige (miljarder kronor)



Källa: Tillväxtverket/SCB

Det som legat till grund för revideringen är en ny EU-förordning (ENS-omläggningen) som styr produktionen av nationalräkenskaperna inom EU. Beslut om den nya förordningen togs av EU:s ministerråd och parlament i maj 2013 och publicerades hösten 2014.

En annan avgörande faktor är att Statistiska centralbyrån (SCB) har reviderat tidigare publicerade tidsserier för resevalutan som utgör en viktig källa vid beräkningen av turismens exportvärde. Avsikten har varit att öka kvaliteten i beräkningarna av Sveriges bytesbalans och detta har resulterat i förändringar för posten resor, dvs resevalutaposten. I de nya beräkningarna har delar som inte hör till posten resor kunnat identifieras och tagits bort och därmed har de absoluta värdena för både importen (svensk konsumtion vid resor utomlands) och exporten (utländsk konsumtion vid resor till Sverige) påverkats och skrivits ner.

Resevalutastatistik i bytesbalansen

På Riksbankens uppdrag producerar Statistiska centralbyrån (SCB) kvartalsvis statistik om resevalutautvecklingen som en del i statistiken över betalningsbalansen. I resevalutastatistiken redovisas köp och försäljning av valuta. Köp av svensk valuta skapar ett exportvärde och köp av utländsk valuta ett importvärde. Svenskers utgifter vid resor utomlands är därmed lika med import och utländska besökares utgifter i Sverige är lika med export. Statistiska centralbyrån (SCB) har nyligen reviderat tidsserierna för resevalutan, se ovan.

Inkvarteringsstatistik

Inkvarteringsstatistiken är en del av Sveriges officiella statistik och produceras på Tillväxtverkets uppdrag av Statistiska centralbyrån (SCB). Statistiken omfattar boende på hotell, stugbyar, vandrarhem, campingplatser och kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL). Den visar bland annat volymer för antal övernattningar (gästnätter), gästens nationalitet, antal sålda rum, genomsnittlig rumsintäkt och beläggningsgrad fördelade över tid och för olika delar av Sverige. Varje månad lämnar drygt 4 000 anläggningar data. Statistiken återrapporteras till dem som lämnat uppgifter. Utöver dessa är det många som är beroende av statistiken för att ha goda beslutsunderlag. Såväl beslutsfattare, myndigheter, enskil-

da näringsidkare, turismorganisationer, turismkonsulter som utredningsinstitut använder statistiken för egna analyser. SCB publicerar på Tillväxtverkets uppdrag delar av inkvarteringsstatistiken i en statistikdatabas som finns fritt tillgänglig på Internet. Data på kommunnivå eller för andra speciella indelningar kan beställas direkt hos SCB under förutsättning att sekretessbestämmelserna så tillåter.

Nationell gränsundersökning (IBIS)

Tillväxtverket påbörjade IBIS-undersökningen "Inkommande besökare i Sverige" under 2011. Syftet med undersökningen är bland annat att ge svar på frågor om utländska besökares syften med resan, konsumtion, transportmedel samt marknader och målgrupper. Målet är att kunskapen om utländska besökares resande till och i Sverige ska bidra till en effektivare produktutveckling och marknadsföring av Sverige som destination. Undersökningen bygger på cirka 20 000 personliga intervjuer årligen med utländska privat- och affärsresenärer när de lämnar Sverige. Resultatredovisningen bygger på antalet besök i Sverige. Termen "besökare" eller "resenär" syftar på den som genomfört ett besök eller resa till Sverige. En unik person bosatt i ett annat land kan göra flera besök eller resor till Sverige och därmed vara "besökare" i Sverige vid flera tillfällen under ett år. Undersökningen genomförs på Tillväxtverkets uppdrag av undersökningsföretaget Markör Marknad och Kommunikation AB. I denna publikation redovisas preliminära data och kommande tidserier kan därför komma att revideras. Ytterligare resultat och närmare information om undersökningen finns i den senast publicerade rapporten "IBIS 2014" (Rapport 0188) som finns att hämta eller beställa på Tillväxtverkets webbplats.

Gästhamnsstatistik

Gästhamnsstatistiken samlas in av Riksföreningen Gästhamnar Sverige. Statistiken, som visar båtnätter (en båt en natt) och övernattningar (en gäst en natt) fördelade på region och gästens hemland, samlas in i klassificerade gästhamnar längs de svenska kusterna och redovisas årligen.

Statistik om fritidshus

Statistiska Centralbyrån (SCB) sammanställer statistik över ägandet av fritidshus i Sverige. Uppgifterna innehåller infor-

mation om ägarens nationalitet och var i landet fritidshusen är belägna.

ICCA-statistik

International Congress and Convention Association, ICCA, redovisar årligen internationell statistik över möten som återkommer regelbundet och har över 50 deltagare.

Källa

Tillväxtverket

samt uppgifter från:

World Tourism Organization (UNWTO)

Nationalräkenskaperna (NR) vid SCB

Sveriges riksbank/SCB

Riksföreningen Gästhamnar Sverige (RGS)

Statistiska centralbyrån (SCB)

International Congress and Convention Association (ICCA)

Citera gärna, men ange alltid källan

Tillväxtverket

Swedish Agency for Economic and Regional Growth

Tel 08-681 91 00

www.tillvaxtverket.se

**Tillväxtverket arbetar för att
stärka företagens konkurrenskraft.**

Tillväxtverket sprider kunskap om turismens utveckling

Tillväxtverket är ansvarig myndighet för turism och besöksnäringens frågor och genomför insatser för främjande av turistföretagande och entreprenörskap. Tillväxtverket har också som uppgift att ta fram och sprida kunskap om turismens utveckling i Sverige med ett särskilt ansvar för inkvarteringsstatistiken som ingår i Sveriges officiella statistik.

Du hittar mer fakta om turismens utveckling i Sverige på Tillväxtverkets webbplats www.tillvaxtverket.se under rubriken *Fakta och statistik* och *Turism*, där det också går att beställa eller hämta denna publikation.