



tillväxt  
verket



**Fakta om  
svensk turism**

2016

### **Vi stärker Sverige genom att stärka företagens konkurrenskraft**

Tillväxtverket ska skapa så bra förutsättningar som möjligt för företag i hela landet att vara konkurrenskraftiga. Det innebär att vi öppnar dörrar och river barriärer – för ett Sverige där fler företag vill, kan och vågar.

Kunskap, nätverk och finansiering är våra viktigaste verktyg. Tillväxtverkets insatser skapar direkta resultat hos de företag och aktörer som vi samverkar med, men även förutsättningar för företag och regioner att möta framtidens utmaningar. Vårt största enskilda uppdrag är att bidra till att EU-medel investeras i projekt för regional konkurrenskraft och sysselsättning.

**Tillväxtverkets publikationer** kan laddas ner på [tillvaxtverket.se](http://tillvaxtverket.se). Vill du beställa en tryckt publikation eller söker du en publikation som publicerades innan 2015 hänvisar vi till vår webbshop <http://publikationer.tillvaxtverket.se>.

© **Tillväxtverket**

Stockholm, juni 2017

Produktion: Ruth

ISBN 978-91-88601-23-0

Rapport 0225

**Har du frågor om denna publikation, kontakta:**

Sofi Sjöberg. Telefon, växel 08-681 91 00

# Förord

Turismen fortsätter att utvecklas positivt både nationellt och internationellt. 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.

Samtidigt som turismen växer globalt och de nationella siffrorna under lång tid har pekat uppåt möter besöksnäringen också stora utmaningar för att nå sin fulla tillväxtpotential, både vad gäller omsättning och nya arbetstillfällen. Det kan handla om såväl frågor kring samverkan och gemensamma utvecklingsprocesser mellan privata och offentliga aktörer, som konkreta hinder för de enskilda företagen. Turismen sker i alla delar av landet och är därför en viktig fråga för regional tillväxt. En tillväxt där hela befolkningens kompetens, entreprenörskap och erfarenheter tas till vara kräver innovativa lösningar som skapar förutsättningar för livskraftiga företag, i hela Sverige, året om.

Som ett led i det arbetet krävs beslutsunderlag som beskriver turismens utveckling och tillväxtpotential. Utvecklingsarbete måste bygga på kunskap och analys. Vårt mål är att de data som finns samlade i Fakta om svensk turism ska bidra till detta. Med hjälp av ökad kunskap om näringen kan vi fortsätta vårt arbete för utveckling av turism och resande som en viktig och växande sektor för svensk ekonomi.

Stockholm i juni 2017

Gunilla Nordlöf  
Generaldirektör

# Sammanfattning av turismen 2016

Svenska och utländska besökare omsatte 296 miljarder i Sverige 2016. Turismens andel av svensk ekonomi var oförändrad på 2,7 procent men fortsatte att växa i relation till Sveriges totala export och sysselsättning. Den främsta drivkraften är en stark fortsatt ökning av utländsk konsumtion.

Turismen fortsatte att växa även under 2016, med ökad export och sysselsättning som följd av detta. Under 2016 växte turismens exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige) med 12,7 procent eller 13,5 miljarder kronor. Sveriges totala export av varor och tjänster ökade med 1,9 procent under samma period. Under 2016 ökade också turismens exportvärde som andel av Sveriges totala export till 6,2 procent, en andel som vuxit från 3,9 procent sedan år 2000.

Under 2016 stärktes sysselsättningen inom besöksnäringen i förhållande till den totala sysselsättningsutvecklingen i Sverige. Antalet sysselsatta inom turism ökade med närmare 11 000 personer till 168 900. Detta motsvarade en ökning med 6,9 procent vilket kan jämföras med Sveriges totala sysselsättningsökning för 2016 med 1,7 procent.

## De utländska besökarna fortsätter att öka

Turismen i och till Sverige har utvecklats positivt under en lång tid. Sedan 1995 har antalet övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem ökat med 78 procent. På dessa boendeformer har utlandsmarknaderna ökat snabbast med 120 procent, medan den inhemska marknaden ökat med 67 procent. Under 2016 fortsatte denna trend, om än i något lugnare takt än rekordåret 2015 då de utländska övernattningarna ökade med hela 10,4 procent. 2016 var ökningen 2,8 procent.

Under de senaste fem åren är det framför allt de utomeuropiska resenärerna som svarat för ökningen av utländska gästnätter, och som i genomsnitt ökat med omkring 14 procent per år. Under 2016 ökade den utomeuropeiska turis-

men med 10,9 procent vilket innebar att den utomeuropeiska marknadsandelen nu uppgår till 5 procent jämfört med 4 procent år 2012. I faktiska övernattningar betyder det 1,4 miljoner fler övernattningar. Övernattningarna från USA ökade med 3 procent och Kina med 25 procent. Däremot minskade övernattningarna från Indien under 2016 med 5,1 procent, efter en ökning med 18,9 procent under 2015.

## Ökningar i nästan hela landet

Totalt ökade övernattningarna i Sverige med 2,9 procent under 2016. Procentuellt var ökningen störst i Gotlands län med 11,5 procent följt av Gävleborgs län med 7,0 procent. I absoluta tal var ökningen störst i Stockholms län med 462 000 fler övernattningar följt av Skåne med 355 000 fler övernattningar under 2016. Sedan 2008 har övernattningarna i de tre storstadsregionerna tillsammans ökat med 43 procent, samtidigt som volymerna i övriga landet stigit med 16 procent. I Malmö har gästnätterna ökat med 53 procent, i Stockholmsregionen med 43 procent och i Göteborg med 39 procent sedan 2008.

## Fortsatt stark tillväxt för privatresandet

Ytterligare en långsiktig trend som fortsatte att stärkas under 2016 var att antalet sålda rum på hotellen till privatresenärer ökade betydligt mer än till affärsresenärerna. Sedan 2010 har andelen privatresenärer ökat från 37 procent till 43 procent på hotellen. Antalet sålda rum ökar för båda målgrupperna, med 4 procent vardera under 2016.

Den långsiktiga trenden med en växande andel privatresande är också tydlig i de data som redovisar svenska fritids- och affärsresenärers konsumtion i Sverige. Sedan år 2000 har fritidsresenärernas konsumtion ökat med drygt 80 procent jämfört med affärsresenärernas ökning med cirka 20 procent. Svenska fritidsresenärer stod för nästan tre fjärdedelar av svenskarnas totala turismkonsumtion i Sverige under 2016. Sedan 2000 har andelen ökat från 65 procent till 74 procent.

## Marknadsutvecklingen i sammanfattning

Sammantaget har tillväxten under 2016 förstärkt en långsiktig utvecklingstrend. Fler utländska besökare, framför allt från de utomeuropeiska marknaderna, en ökad koncentration till storstadsregionerna och en starkare tillväxt av privatresandet.

<b>Utmaningar och utveckling</b> .....	<b>7</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Turismens omsättning</b> .....	<b>11</b>
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Turismens exportvärde</b> .....	<b>20</b>
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Turismens effekter på sysselsättningen</b> .....	<b>25</b>
<b>Kapitel 4</b>	
<b>Internationell turism</b> .....	<b>29</b>
<b>Kapitel 5</b>	
<b>Turism i Sverige</b> .....	<b>32</b>
<b>Kapitel 6</b>	
<b>Inkommande turism</b> .....	<b>46</b>
<b>Definitioner och källor</b> .....	<b>61</b>

# Utmaningar och utveckling

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". Det finns goda förutsättningar att svara upp mot målet. Turismen, och framför allt antalet utländska besökare, växer och det finns potential för fortsatt tillväxt och utveckling. Samtidigt står destinationer och företag inför många utmaningar. Det handlar om såväl frågor som behöver lösas kring samverkan och gemensamma utvecklingsprocesser, som konkreta hinder för de enskilda företagen. Vi behöver också ökade kunskaper om globala trender och internationella besökares behov för att Sverige ska ha chans att hänga med på en föränderlig och hårt konkurrensutsatt global marknad.

## Varför turism?

Turism och resande bidrar till att skapa förståelse och broar mellan människor från olika platser och kulturer samtidigt som turismen är handelsskapande och välståndsbyggande. Med en hållbar turismutveckling skapas ett långsiktigt breddat utbud av besöksmål, aktiviteter, hotell, restauranger och butiker, och därmed attraktivare miljöer inte bara för besökare, utan även för boende och företag som vill etablera sig. Turism och resande ger inkomster och skapar arbetstillfällen. Turismen ger samhället skatteintäkter och bidrar till att utveckla en bättre och mer attraktiv infrastruktur.

## En föränderlig omvärld

En stor del av den utveckling som sker på turismområdet har sin bakgrund i ett förändrat beteende hos konsumenterna. Människor söker, bokar och delar med sig av sina resor på andra sätt än för bara några år sedan. Resenärer blir också mer resvana och ställer allt högre krav på service, komfort, hållbarhet och på innehållet i själva upplevelsen, samtidigt som de själva i större utsträckning sköter planering och bokning.

## Destinationsutveckling kräver samordning

Besöksnäringen är starkt beroende av samspelet mellan privata och offentliga aktörer, eftersom besökarnas upplevelser i hög grad byggs kring platser och tjänster som utvecklas och tillhandahålls av det offentliga, såsom transporter och infrastruktur, stads- och kulturmiljöer, rekreationsområden och lokal offentlig service.

Ofta är det en offentlig aktör som har samordningsansvar för destinationsutveckling, regionalt eller lokalt. För att utvecklingsarbetet ska nå framgång måste besöksnäringens behov integreras i de offentliga planprocesser som drivs med långsiktiga perspektiv.

## Konkurrens- och attraktionskraft

Ett annat sätt att beskriva nödvändigheten av samspel mellan privat och offentlig sektor är utifrån termerna konkurrenskraft respektive attraktionskraft. Den gängse bilden av konkurrenskraft, som något som i första hand skapas i företag, måste när det gäller turismen kompletteras med en annan komponent, nämligen platsens eller aktivitetens attraktionskraft. I samspel mellan det offentliga och företag är det den avgörande faktorn för framgång; det räcker inte med företagets egna insatser utan det krävs ett utvecklat samarbete mellan många olika aktörer för att skapa attraktionskraft för en plats eller en destination.

## Regler och regeltillämpning hinder för tillväxt

Turismens förutsättningar påverkas inte bara av regional och lokal planering och samverkan, utan också av lagstiftning, regelverk och regeltillämpning inom en rad olika politikområden. Vissa regler är branschspecifika, andra generella, och den samlade regelbördan bidrar till att turismföretagen ser lagar och myndighetsregler som det största hindret för tillväxt.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Förutsättningar för turismföretag i Sverige. Företagens villkor och verklighet 2014, Tillväxtverket, 2015.



## **Kunskap och statistik förutsättning för framgång**

Utvecklingsarbete måste bygga på kunskap och analys, vilket är särskilt viktigt vid offentlig finansiering och offentliga beslutsprocesser där samhället har ett ansvar för att maximera nyttan av de resurser som sätts in. I takt med att turismens betydelse uppmärksammas och att allt fler utvecklingsinsatser initieras, ökar också efterfrågan på kunskap, statistik och beslutsunderlag.

Vidare består turism- och besöksnäringen till stor del av små entreprenörer som har begränsade resurser att ta fram och tolka den marknadskunskap som krävs för att utveckla verksamheten. De är beroende av destinationsorganisationer och regionala turismorganisationer, som i sin tur är beroende av bra statistik och marknadsanalyser.

Sammantaget behövs kunskap i form av statistik, undersökningar, indikatorer och modeller för att bedöma om insatser ger effekt, och fungerar som verktyg för att kunna bedriva ett effektivt utvecklingsarbete. Vidare behövs metoder och modeller för att inkludera och synliggöra turismens effekter i samhällsplaneringen.

## **Hållbar turism – en global utmaning**

Turismens sannolikt största utmaning framöver är att åstadkomma en hållbar utveckling: ekonomiskt, socialt och miljömässigt. Det globala resandet och den miljömässiga hållbarheten kommer att kräva särskild omsorg, mot bakgrund av klimatförändringar och lokala miljömässiga påfrestningar i olika delar av världen, i kombination med den snabba tillväxten av den globala turismen. Det internationella resandet och turismen är till sin natur gränsöverskridande och därför måste också lösningar för ett hållbart resande till stor del sökas inom ramen för internationella samarbeten och regelverk. Ett globalt perspektiv utesluter dock inte ett nationellt, regionalt, lokalt, branschrelaterat och företagsmässigt ansvar för utveckling av hållbara lösningar.

Sverige behöver följa den globala utvecklingen, men vi behöver i lika hög grad arbeta för att själva bidra med lösningar. Det är både en fråga om konkurrenskraft, där konsumenter i allt högre grad efterfrågar hållbara lösningar, och en fråga om socialt ansvar. För att åstadkomma detta krävs insatser som rör mänskliga rättigheter, integration, mångfald och tillit; det är nödvändigt att inkludera lokalbefolkningen i utvecklingen av turism om den ska kunna ske långsiktigt hållbart.

Exempel på andra områden där mer arbete kan göras är forskning och teknikutveckling för mer miljömässiga transporter, implementering av hållbarhetsystem på destinationsnivå, ”enkla” och innovativa lösningar på företagsnivå inom bland annat områden som energi, avfallshantering och kemikalieförbrukning samt olika former av certifieringssystem för hållbar turism.

## Samordning för att klara utmaningarna

För att nå regeringens turismpolitiska mål och hantera de utmaningar som både destinationer och företag möter behövs samordning, inte bara på regional nivå och destinationsnivå, utan även nationellt. Samhället avsätter stora resurser till insatser för att främja utvecklingen av turismen i Sverige, och dessa insatser behöver i möjligaste mån samordnas för att bli så effektiva som möjligt. Detta ställer i sin tur krav på gemensam kunskap, gemensamma analyser och gemensamma prioriteringar.

För att åstadkomma samordning tas löpande samordningsinitiativ av olika aktörer, ibland på regeringens uppdrag, men minst lika ofta på andra grunder. Myndigheter och statliga bolag, stora och små branschorganisationer, regionalt tillväxtansvariga och regionala turismorganisationer, Sveriges Kommuner och Landsting samt universitet och högskolor som bedriver verksamhet inom turism är exempel på aktörer som har genomfört och planerar att genomföra samverkans- och samordningsinsatser. Arbetet är, och måste vara, långsiktigt, då det berör ett stort antal aktörer och politik- och samhällsområden på olika nivåer, under ständig utveckling.



## Kapitel 1:

# Turismens omsättning

Uppgifterna i detta och efterföljande kapitel (Turismens exportvärde och Turismens effekter på sysselsättningen) är hämtade från satelitkontoberäkningarna för svensk turism. För fakta om beräkningarna, se sidan 62.

Turismen i Sverige omsatte totalt 296 miljarder kronor under 2016. Det motsvarar en ökning på 6,6 procent jämfört med året innan. De utländska besökarnas konsumtion i Sverige ökade med närmare 13 procent. De svenska besökarnas konsumtion ökade med 2,8 procent under motsvarande period.

## Fortsatt ökning av turismkonsumtionen i Sverige

Den totala turismkonsumtionen i Sverige ökade med 18,3 miljarder kronor eller 6,6 procent under 2016 och uppgick totalt till 296 miljarder. Sedan år 2000 har den totala turismkonsumtionen i Sverige ökat med totalt 146 miljarder kronor eller 97 procent i löpande priser, vilket motsvarar en genomsnittlig årlig utveckling på 4,3 procent sedan 2000.

Turismens exportvärde, det vill säga värdet av utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade med 13,5 miljarder kronor eller 12,7 procent och uppgick till 119,6 miljarder kronor under 2016. Sedan år 2000 har turismens exportvärde ökat med 79 miljarder kronor eller 194 procent i löpande priser. Exportvärdets andel av den totala turismkonsumtionen har ökat från 27 till 40 procent.

Även förädlingsvärdet och antalet sysselsatta med turism har ökat sedan 2000. 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 inom själva turismen.

TABELL 1

Årsboks slut för svensk turism. Nyckeltal 2000–2016 (löpande priser, miljoner kr). Preliminära data 2015 och 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB

	Total turismkonsumtion i Sverige	Svenskars turismkonsumtion i Sverige	Utländska besökarens 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	169 494	124 912	44 582	59 952	132 500	2,8
2004	175 072	126 684	48 387	60 733	130 100	2,7
2005	191 378	135 583	55 795	63 220	130 900	2,7
2006	212 675	145 632	67 044	69 983	140 100	2,8
2007	221 251	146 736	74 515	72 528	143 800	2,7
2008	234 798	161 422	73 375	77 810	147 300	2,7
2009	236 181	165 576	70 606	79 066	148 900	2,8
2010	231 350	158 710	72 460	77 811	140 900	2,6
2011	244 467	168 291	76 176	83 654	144 500	2,7
2012	253 427	173 404	80 024	88 552	153 600	2,8
2013	252 382	170 875	81 507	88 514	151 600	2,7
2014	262 572	169 116	93 456	90 019	152 000	2,7
2015	277 728	171 628	106 099	95 046	158 000	2,7
2016	296 003	176 405	119 598	100 811	168 900	2,7
2015/16, i %	6,6%	2,8%	12,7%	6,1%	6,9%	
2000/16, i %	97%	61%	194%	94%	29%	

## Turismen skapar stora intäkter

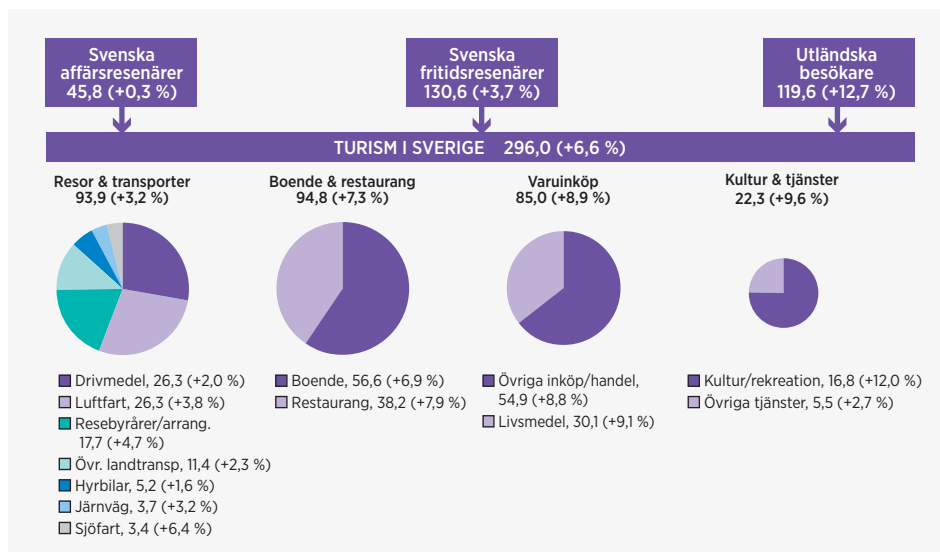
Under 2016 spenderade utländska besökare 119,6 miljarder kronor och svenska fritids- och affärsresenärer 176,4 miljarder kronor i Sverige, pengar som fördelar sig mellan de olika branscherna enligt figuren på nästa sida. Mest pengar spenderade resenärerna på boende och restaurang som kunde tillgodoräkna sig intäkter på 94,8 miljarder kronor eller 32,0 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 93,9 miljarder kronor eller 31,7 procent av den totala turismkonsumtionen.

Varuhandeln med shopping och inköp av livsmedel svarade för 85,0 miljarder kronor eller 28,7 procent av totalen. Konsumtionen av kultur och övriga tjänster var med en omsättning på 22,3 miljarder kronor eller 7,5 procent av totalen den minsta sektorn. 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 närmare 60 procent. Exportvärdet, utländska besökarens konsumtion, utgjorde drygt 40 procent av den totala konsumtionen.

FIGUR 1

Fördelning av turismkonsumtionen i Sverige 2016 (miljarder kronor) med förändring från 2015 (procent).

Källa: Tillväxtverket/SCB



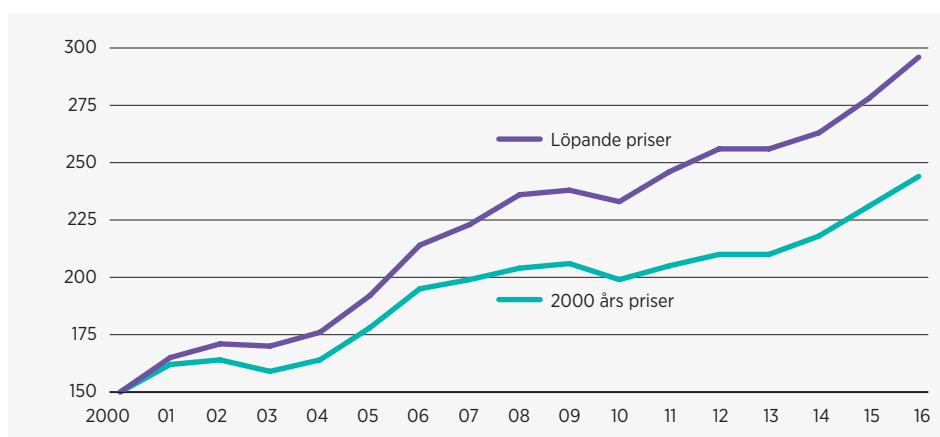
## Turismens omsättning har ökat med 97 procent sedan år 2000

Den totala omsättningen för turismen i Sverige har ökat med 97 procent i löpande priser sedan 2000. Uttryckt i fasta priser (med hänsyn till inflationen) har ökningen varit 63 procent.

FIGUR 2

Utveckling av turismens totala omsättning i Sverige (miljarder kronor).

Källa: Tillväxtverket/SCB



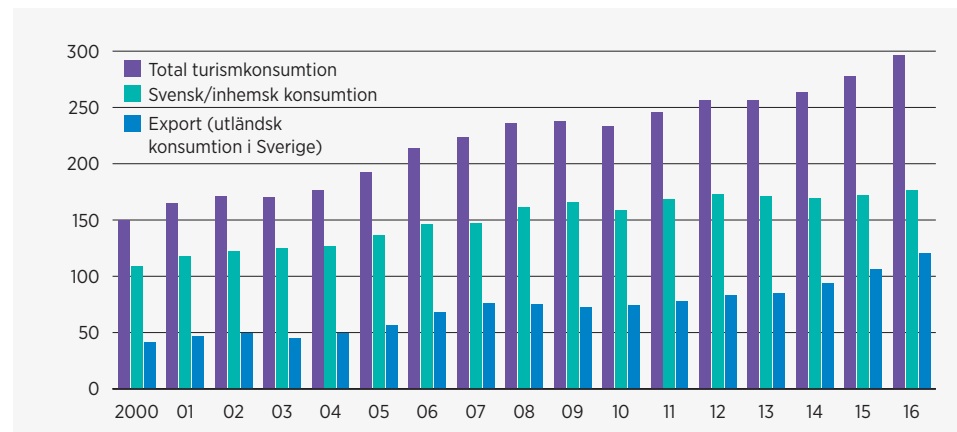
## Utländsk turismkonsumtion ökar starkt

Medan den totala omsättningen för svensk turism ökat med 97 procent sedan 2000, har turismens exportvärde, det vill säga den utländska turismkonsumtionen i Sverige, ökat med 194 procent i löpande priser. Under 2016 ökade den utländska turismkonsumtionen i Sverige med närmare 13 procent jämfört med föregående år. Den inhemska turismen har under perioden 2000 till 2016 ökat med drygt 60 procent och jämfört med fjolåret ökade den inhemska turismkonsumtionen med 2,8 procent.

**FIGUR 3**

Turismkonsumtion i Sverige (löpande priser, miljarder kronor).

Källa: Tillväxtverket/SCB



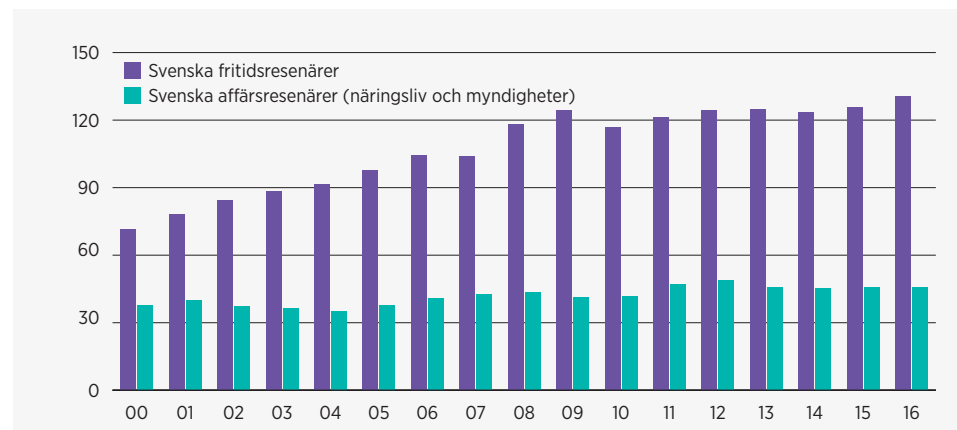
## Fritidsresenärernas konsumtion ökar mer än affärsresenärernas

Under 2016 ökade de inhemska fritidsresenärernas konsumtion i Sverige med 3,7 procent medan de inhemska affärsresenärernas konsumtion ökade med 0,3 procent. Sedan 2000 har fritidsresenärernas konsumtion ökat med drygt 80 procent jämfört med affärsresenärernas ökning med cirka 20 procent. Svenska fritidsresenärer stod för närmare tre fjärdedelar av svenskarnas totala turismkonsumtion i Sverige under 2016. Sedan 2000 har andelen ökat från 65 procent till 74 procent. Affärsresenärernas andel har därmed under samma period minskat från nästan 35 till cirka 26 procent.

**FIGUR 4**

Svenska fritids- och affärsresenärers totala turismkonsumtion i Sverige (löpande priser, miljarder kronor).

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Turismkonsumtion ökar i förhållande till total konsumtion

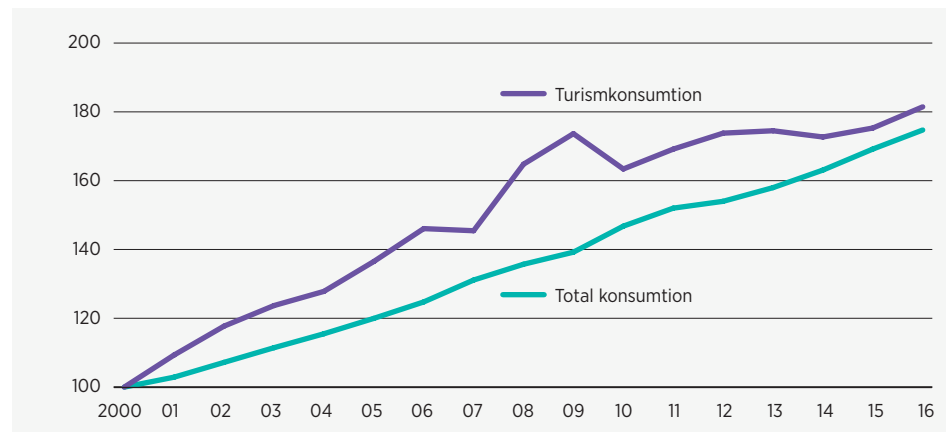
Svenskarnas privata turismkonsumtion i Sverige har ökat med 82 procent sedan 2000. Under samma period har hushållens totala konsumtion av varor och tjänster ökat med cirka 74 procent i löpande priser.

**FIGUR 5**

Index för de svenska hushållens turismkonsumtion i Sverige i förhållande till hushållens totala konsumtion av varor och tjänster (löpande priser).

Index år 2000 = 100

Källa: Tillväxtverket/SCB



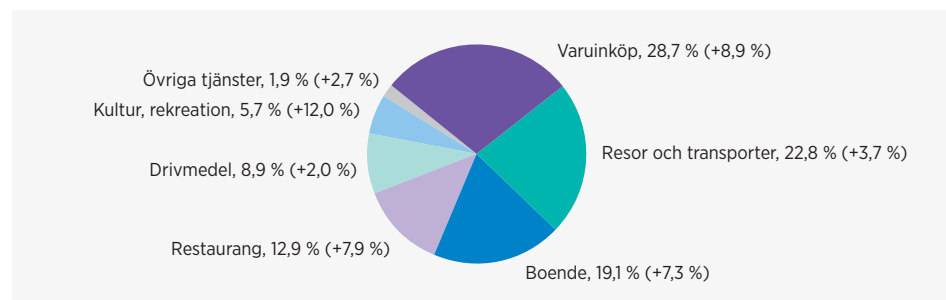
## Varuinköp, boende samt resor och transporter de största utgiftsposterna

Av de 296 miljarder kronor som svenska och utländska besökare omsatte i Sverige under 2016 spenderades närmare 85 miljarder, motsvarande 29 procent, inom varuhandeln på till exempel shopping och livsmedel. Drygt 32 procent, motsvarande 95 miljarder, spenderades på boende och restaurang varav boendekostnaderna uppgick till 57 miljarder (19%) och kostnaderna för utemåltider till 38 miljarder (13%). Resor och transporter med utgifter för exempelvis tågbiljetter, flygbiljetter, hyrbilar men exklusive utgifter för drivmedel, svarade för 23 procent av de totala utgifterna. Dock har resor och transporters andel av den totala turismkonsumtionen minskat med 6 procentenheter sedan år 2000. Drivmedel, i huvudsak till privata personbilar, svarade för 9 procent av utgifterna.

**FIGUR 6**

Total turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2016 med förändring från 2015 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



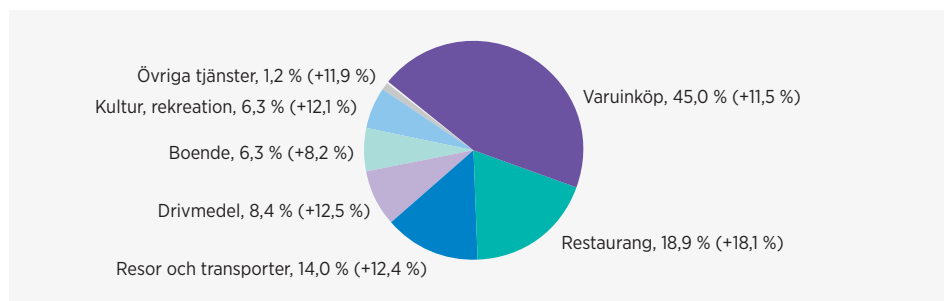
## Utländska besökare spenderar mest på varuinköp

Utländska besökare spenderade totalt 119,6 miljarder kronor i Sverige under 2016. De ägnade sig i större utsträckning än de svenska resenärerna åt shopping och varuinköp vilket stod för 45 procent av den utländska turismkonsumtionen, motsvarande 53,8 miljarder kronor. Den näst största utgiftsposten för de utländska besökarna var restaurangbesök som uppgick till 22,6 miljarder kronor. Resor och transporter stod för 14 procent av den utländska konsumtionen och drivmedelsförsäljning uppgick till drygt 8 procent motsvarande 10 miljarder kronor.

**FIGUR 7**

Utländsk turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgifter 2016 med förändring från 2015 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



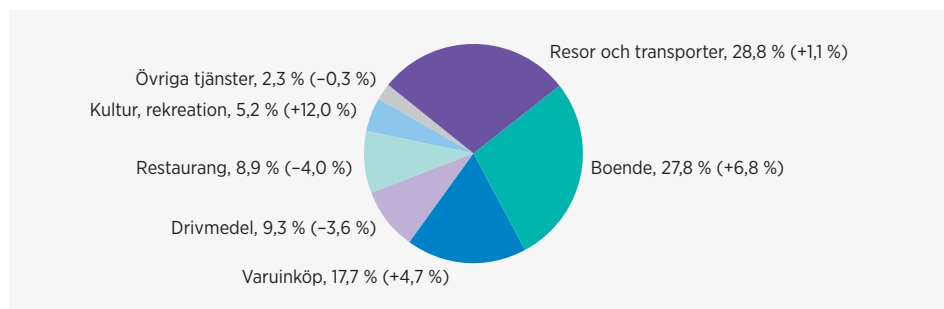
## Svenska besökare spenderar mest på resor och transporter samt boende

Den största utgiftsposten för svenska besökare som totalt spenderade 176 miljarder kronor i den svenska besöksnäringen 2016 var resor och transporter. Det svarade för närmare 29 procent, motsvarande 50,9 miljarder av den totala svenska turismkonsumtionen. Boende och restaurang svarade för 37 procent av den totala konsumtionen som uppgick till 64,7 miljarder kronor, varav boendekostnader uppgick till 49 miljarder och utemåltider till 15,6 miljarder. Varuinköp svarar för en mycket mindre andel (18%) för de svenska besökarna jämfört med de utländska (45%).

**FIGUR 8**

Svensk turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgiftsområden 2016 med förändring från 2015 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



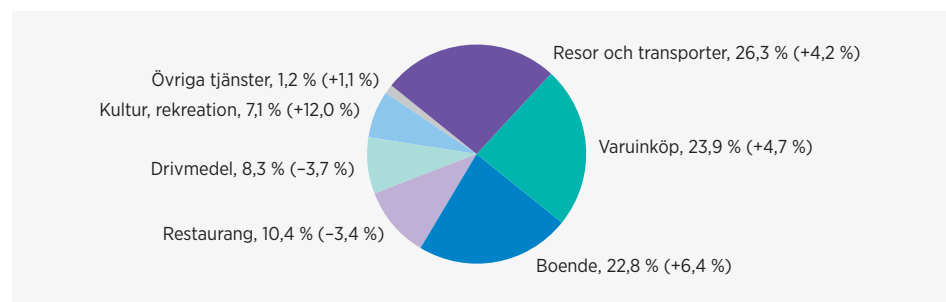


Svenska fritidsresenärer spenderade störst andel av sin konsumtion under 2016 på resor och transporter vilket uppgick till 26 procent, motsvarande 34,4 miljarder kronor. De svenska fritidsresenärerna spenderade en något högre andel (7%) på kultur och rekreation än de utländska besökarna. Jämfört med 2015 ökade de svenska fritidsresenärerna sin konsumtion inom kultur och rekreation med 12 procent. För svenska affärsresenärer är de två stora utgiftsposterna boende samt resor och transporter, inklusive drivmedel. Boendekostnaderna stod för 42 procent av affärsresenärernas turismkonsumtion, motsvarande 19,3 miljarder kronor.

FIGUR 9

Turismkonsumtion svenska fritidsresenärer i Sverige fördelad på olika utgifter 2016 med förändring från 2015 i procent.

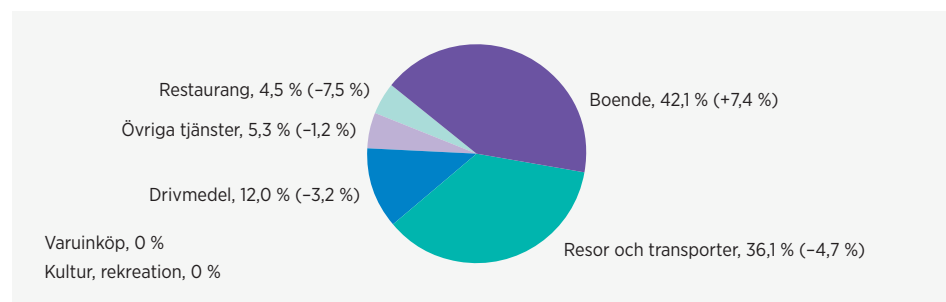
Källa: Tillväxtverket/SCB



FIGUR 10

Turismkonsumtion svenska affärsresenärer i Sverige fördelad på olika utgifter 2016 med förändring från 2015 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



Förädlingsvärde är värdet av ett företags produktion minus värdet av insatsvarorna som har använts, som till exempel kostnader för inköp av råvaror, bränsle och halvfabrikat. Förädlingsvärde kan också beskrivas som det mervärde som förädlingsarbetet medför.

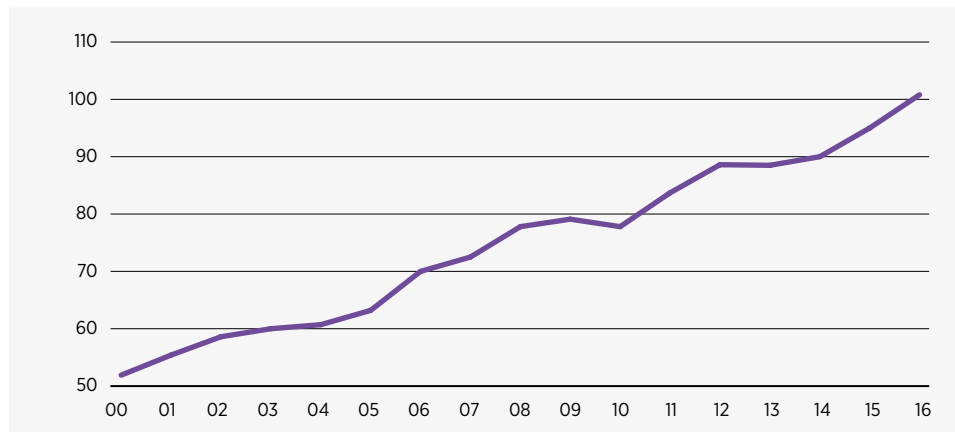
## Turismens förädlingsvärde uppgick till mer än 100 miljarder år 2016

Turismens totala förädlingsvärde uppgick till 100,8 miljarder kronor i Sverige under 2016. Hotell och restaurang stod för den största delen av förädlingsvärdet med 29,3 miljarder kronor, följt av varuhandeln med 23,8 miljarder kronor. Det totala förädlingsvärdet för den svenska turismen har sedan 2000 ökat från 51,9 miljarder till drygt 100 miljarder kronor eller med drygt 94 procent i löpande priser. Under motsvarande period har förädlingsvärdet för hela näringslivet i Sverige ökat med 93,5 procent. Mellan 2015 och 2016 ökade turismens förädlingsvärde med drygt 6 procent vilket ligger i nivå med det totala näringslivets förädlingsvärde som också ökade med 6 procent.

**FIGUR 11**

Turismens förädlingsvärde (löpande priser, miljarder kronor).

Källa: Tillväxtverket/SCB



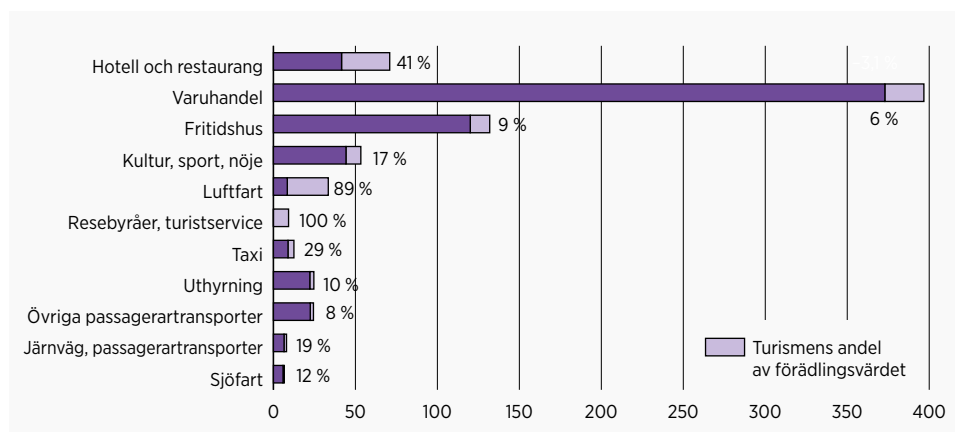
## Turism viktigast för resebyråer och researrangörer

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. Därefter följer luftfarten där 89 procent av förädlingsvärdet kom från turismkonsumtion under 2016. Att andelen turism inom hotell och restaurang inte var högre än 41 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 6 procent vilket är oförändrat jämfört med året innan.

**FIGUR 12**

Totalt förädlingsvärde och turismens andel för olika branscher 2016 (miljarder kronor).

Källa: Tillväxtverket/SCB



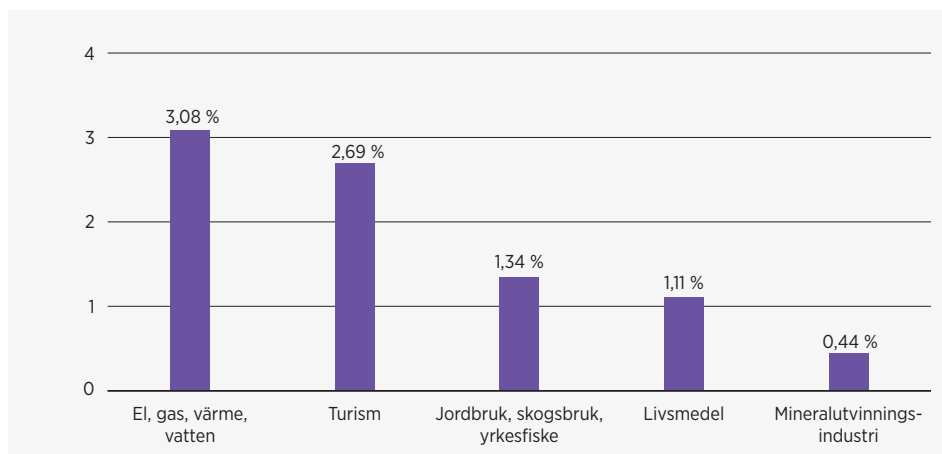
## Turismen står för 2,7 procent av BNP

Under 2016 genererade turismkonsumtionen 2,7 procent av Sveriges BNP. 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 inom själva turismen. Syftet med figuren nedan är att illustrera och sätta turismens andel av BNP i relation till några jämförbara näringar. De utvalda näringarna 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.

**FIGUR 13**

Andel av/relation till BNP för några jämförbara sektorer/närings 2016 (procent).

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Kapitel 2:

# Turismens exportvärde

Utländska besökare bidrar till svensk tjänsteexport genom inflöde av resevaluta. Utgifter som resenärer från ett land har när de besöker ett annat land resulterar i import- och exportvärden i ländernas betalningsbalanser. Svenskers 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.

Turismen är viktig för Sverige ur exportsynpunkt. Under 2016 genererade turismen 120 miljarder kronor i exportvärden i form av utländska besökare som konsumerar i Sverige och därigenom skapar ett inflöde av utländsk valuta i landet. Sedan år 2000 har turismens exportvärde ökat med 194 procent i löpande priser. Turismens andel av Sveriges totala export uppgår nu till drygt 6 procent.

## Turismens exportvärde ökade med 13 procent under 2016

Under 2016 uppgick turismens exportvärde, det vill säga utländska besökares konsumtion i Sverige, till 119,6 miljarder kronor. Det motsvarar en ökning med närmare 13 procent jämfört med föregående år. Sedan 2000 har turismens exportvärde ökat med 194 procent i löpande priser och är den del av turismens omsättning som ökar snabbast.

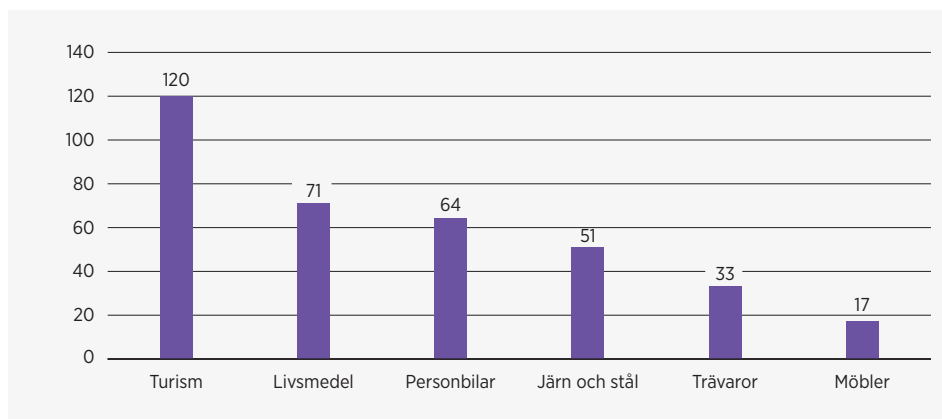
## Turismens exportvärde dubbelt så stort som järn- och stålexporten

Turismens exportvärde på 120 miljarder kronor kan till exempel jämföras med järn- och stålexporten som under 2016 uppgick till 51 miljarder, eller med den totala fordonsindustrin som exporterade till ett värde av 156 miljarder kronor, varav personbilsexporten motsvarade ett värde av 64 miljarder. Syftet med figurerna nedan är att illustrera värdets relativa storlek i förhållande till andra viktiga varuområden. De utvalda sektorerna/näringsarna tjänar i detta sammanhang endast som exempel och syftar inte till att ge en heltäckande bild av alla delar av den svenska exporten.

**FIGUR 14**

Turismens exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige) 2016 i jämförelse med exportvärden för några viktiga varuområden (miljarder kronor).

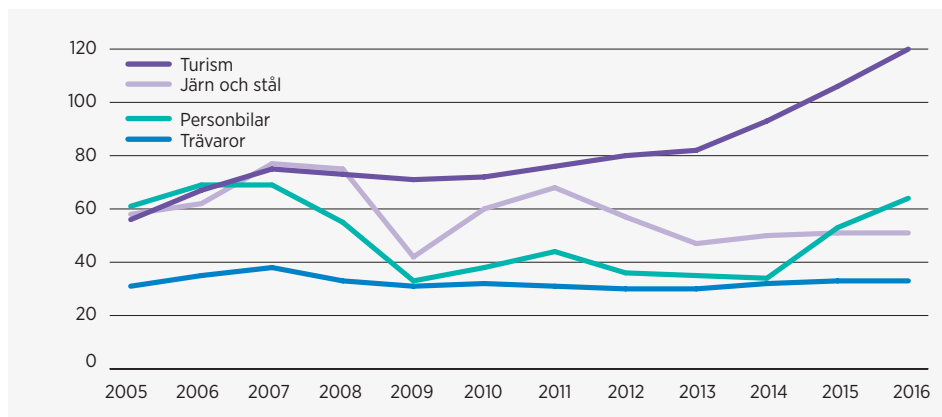
Källa: Tillväxtverket/SCB



**FIGUR 15**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



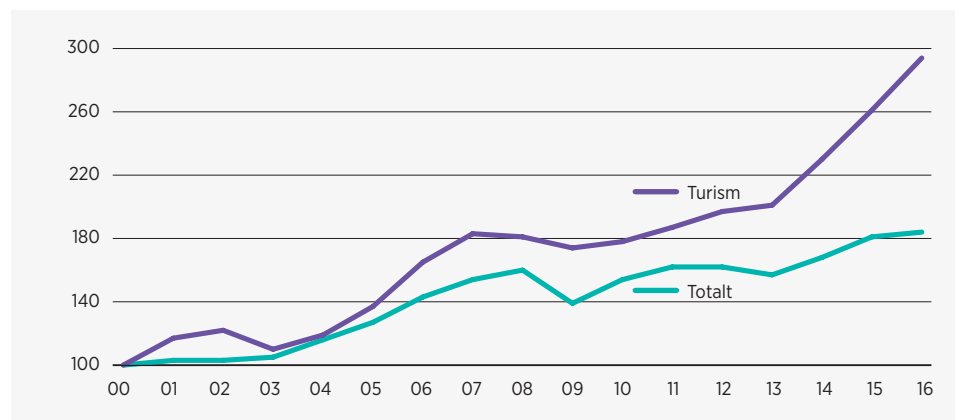
## Turismens exportvärde ökar snabbare än Sveriges totala export

Efter en kraftig nedgång under 2009, ökade Sveriges totala export av varor och tjänster igen mellan 2010 och 2016, bortsett från en mindre nedgång under 2013. Sedan 2000 har Sveriges totala export av varor och tjänster haft en god utveckling och ökat med 84 procent i löpande priser. Under motsvarande period har turismens exportvärde ökat mer än dubbelt så mycket, totalt med 194 procent i löpande priser.

**FIGUR 16**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



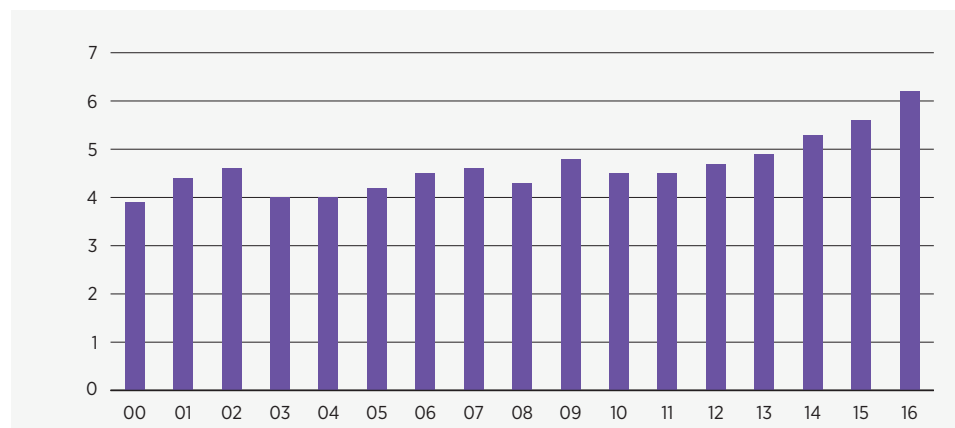
## Turismens andel av den totala exporten ökar

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 6,2 procent under 2016.

**FIGUR 17**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



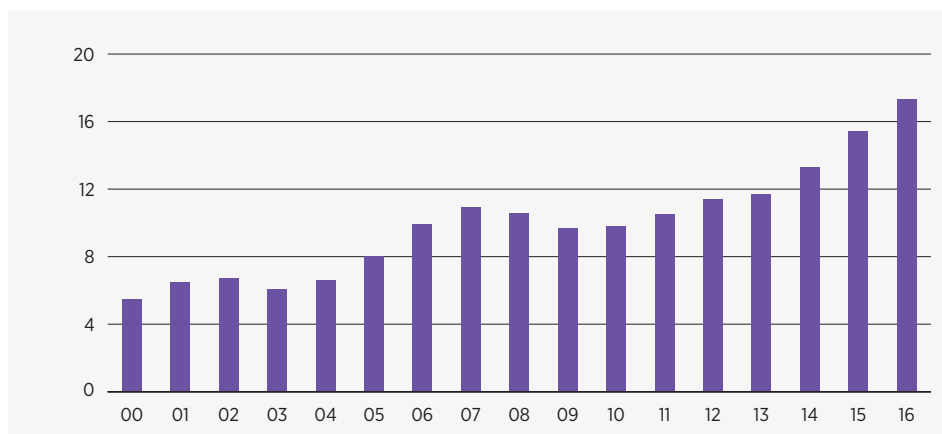
## Turismen skapar stora momsintäkter till statskassan

Under 2016 uppgick momsen på utländska besökares konsumtion i Sverige till 17,3 miljarder kronor. Detta är en ökning med cirka 11,8 miljarder kronor eller med över 200 procent sedan år 2000. En betydande del av denna ökning har kommit efter 2010.

FIGUR 18

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



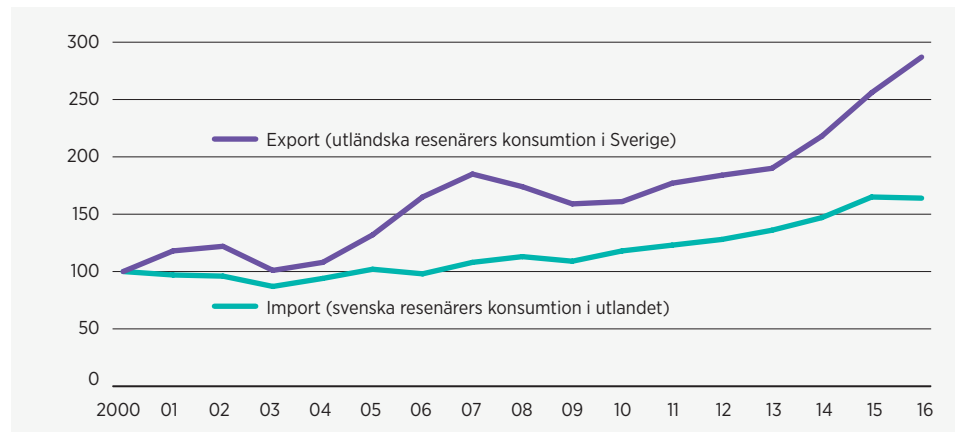
## Turismen till Sverige ökar snabbare än svenskarnas turism utomlands

Utgifter som resenärer från ett land har när de besöker ett annat land resulterar i import- och exportvärden i ländernas betalningsbalanser. Tjänstebalansen som beskriver skillnaden mellan export och import av tjänster innehåller även posten resevaluta, eller resor, tidigare kallat turistnettot. Exporten av resor består av utländska resenärers konsumtion vid resande i Sverige medan importen motsvarar svenskarnas utgifter vid resande utomlands. Exportvärdet för resevaluta har haft en snabbare utveckling än importen sedan 2000. Exporten har ökat med 187 procent sedan 2000 samtidigt som importvärdet ökat med 64 procent. Exportvärdet minskade under finanskrisen medan importvärdet stod i princip still. Därefter har importvärdet men framför allt exportvärdet fortsatt att öka.

**FIGUR 19**

Index för resevalutautveckling.  
Index år 2000 = 100

Källa: Sveriges Riksbank/SCB



Det betyder att de sammantagna utgifterna för utländska besökare i Sverige ökar i förhållande till svenskars utgifter vid resor utomlands. Dock är svenskarnas sammantagna utgifter vid resor utomlands fortfarande större än utländska besökares utgifter vid resor i Sverige. Exportvärdet uppgick till 108 miljarder år 2016 och importvärdet uppgick till 123,8 miljarder.



## Kapitel 3:

# Turismens effekter på sysselsättningen

Turismen utvecklas positivt både nationellt och internationellt. Det finns potential för fortsatt tillväxt i hela landet, inte bara genom ökad omsättning utan också med många viktiga jobb. Under 2016 var medelantalet sysselsatta inom turismsektorn 169 000 vilket motsvarar en ökning med 7 procent jämfört med året innan. Hotell- och restaurangbranschen är den största arbetsgivaren med 48 procent av alla sysselsatta inom turism.

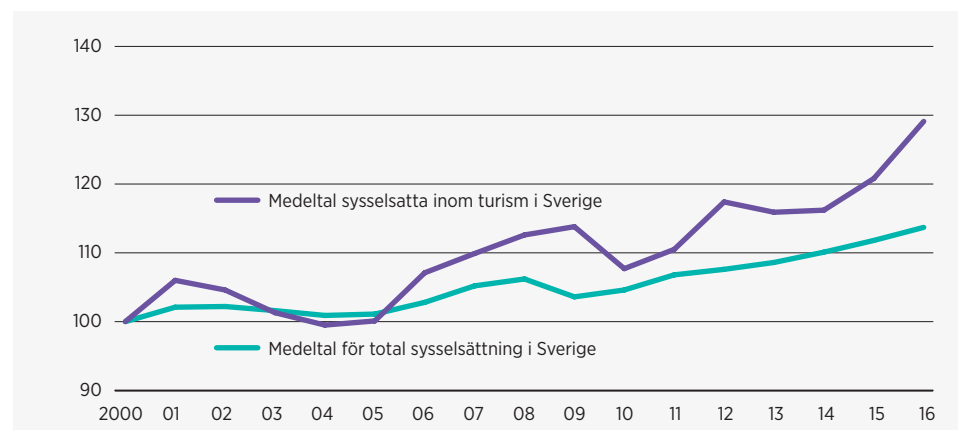
## Turismen bidrar till ökad sysselsättning

Under 2016 var medelantalet sysselsatta inom turismsektorn 169 000. Antalet personer som var sysselsatta med turism ökade med 6,9 procent under 2016 jämfört med den totala sysselsättningen i Sverige som ökade med 1,7 procent. Sedan 2000 har sysselsättningen inom turismen ökat med 29 procent. Sveriges totala sysselsättning har under motsvarande period ökat med 14 procent. En betydande del av turismens ökning har kommit efter 2010.

**FIGUR 20**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



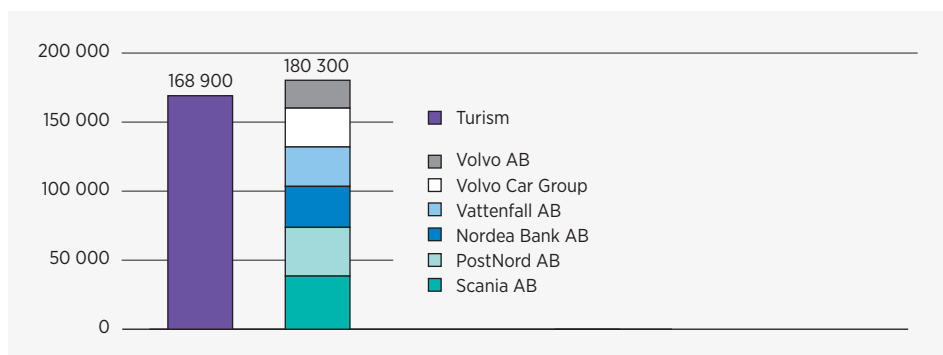
## Många sysselsatta inom turism

För att illustrera turismens betydelse för sysselsättningen i Sverige jämförs medelantalet sysselsatta med turism under 2016 med motsvarande uppgifter för ett antal stora företag och deras verksamheter i Sverige under 2016. Som framgår av figuren nedan ligger antalet sysselsatta som resultat av turismen bara strax under nivån med det sammanlagda antalet för storföretagen.

**FIGUR 21**

Antal sysselsatta inom turism i Sverige 2016, jämfört med antal sysselsatta för sex stora bolag i Sverige.

Källa: Tillväxtverket/SCB och respektive bolag



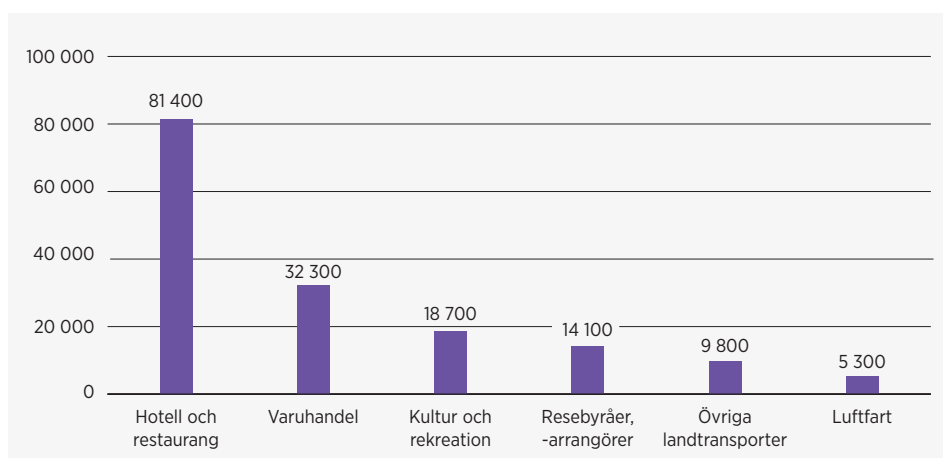
## Flest sysselsatta inom hotell och restaurang

Av de totalt 169 000 sysselsatta med turism under 2016, arbetade flest inom hotell- och restaurangbranschen. Branschen sysselsatte 81 400 i medeltal vilket motsvarar drygt 48 procent av alla sysselsatta med turism. Den näst största branschen var varuhandeln med 32 300 personer följt av kultur och rekreation med 18 700 personer.

**FIGUR 22**

Antal sysselsatta (personer, medeltal) med turism inom olika branscher 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



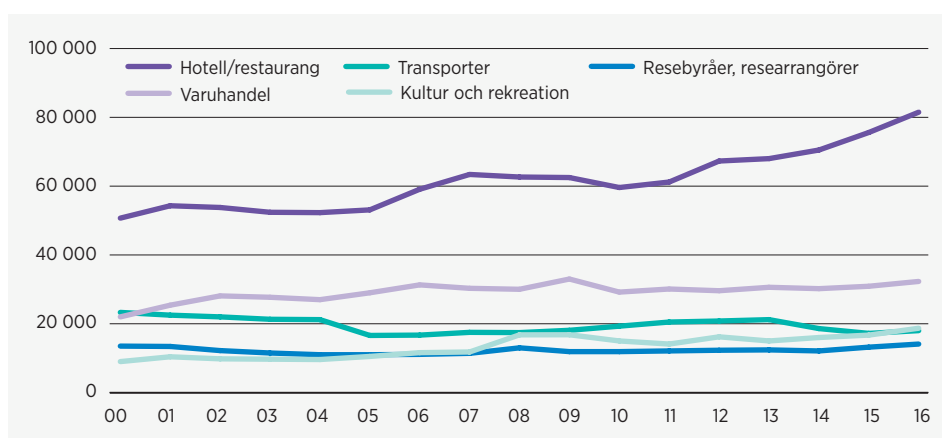
## Flest nya arbeten inom hotell och restaurang

Sedan år 2000 har antalet sysselsatta med turism, i absoluta tal, ökat mest inom hotell- och restaurangbranschen där 30 800 fler sysselsatta har tillkommit. Det motsvarar en ökning med 61 procent. Inom varuhandeln har motsvarande ökning varit 10 300 sysselsatta, en ökning med 47 procent. Den bransch som haft den procentuellt starkaste tillväxten är kultur och rekreation, som har ökat med 108 procent eller med 9 700 sysselsatta sedan 2000. Inom transportsektorn har sysselsättningen minskat med 23 procent under samma period.

FIGUR 23

Utveckling av antal sysselsatta (personer medeltal) med turism inom olika branscher.

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Positiv sysselsättningsutveckling

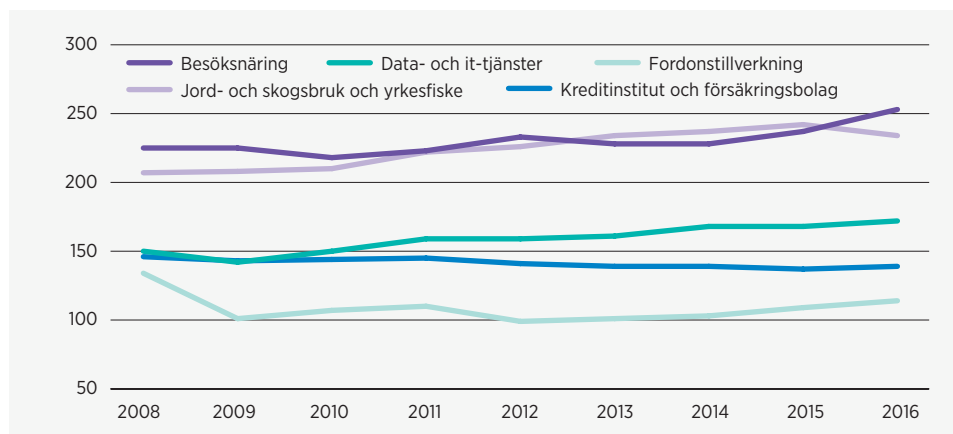
Sedan 2008 har antalet arbetade timmar inom besöksnäringen ökat med 12,7 procent, till 253 miljoner timmar. Sett till några andra viktiga näringar i Sverige kan man konstatera dels att utvecklingen varit förhållandevis positiv och dels att turism är en viktig källa till sysselsättning. Antalet arbetade timmar ligger i nivå med de för jordbruk, skogsbruk och fiske. Sedan 2008 har antalet arbetade timmar inom fordonsindustrin minskat från 134 miljoner till 114 miljoner, en minskning med nästan 15 procent. Dock har utvecklingen vänt och sedan 2013 ökar antalet arbetade timmar igen, totalt med 16 procent jämfört med 2012.

Syftet med figuren 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.

**FIGUR 24**

Utveckling av antalet arbetade timmar inom turism i jämförelse med utvecklingen för några utvalda näringsgrenar (miljoner timmar).

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Kapitel 4:

# Internationell turism

Det globala resandet nådde 1,24 miljarder internationella ankomster under 2016, en ökning med 51 miljoner eller 4,3 procent jämfört med 2015. Resandet till och inom samtliga världsdelar utom för Mellanöstern ökade. Enligt FNs världsturismorganisation, UNWTO, förutspås en global ökning av det internationella resandet till totalt 1,36 miljarder resor år 2020.

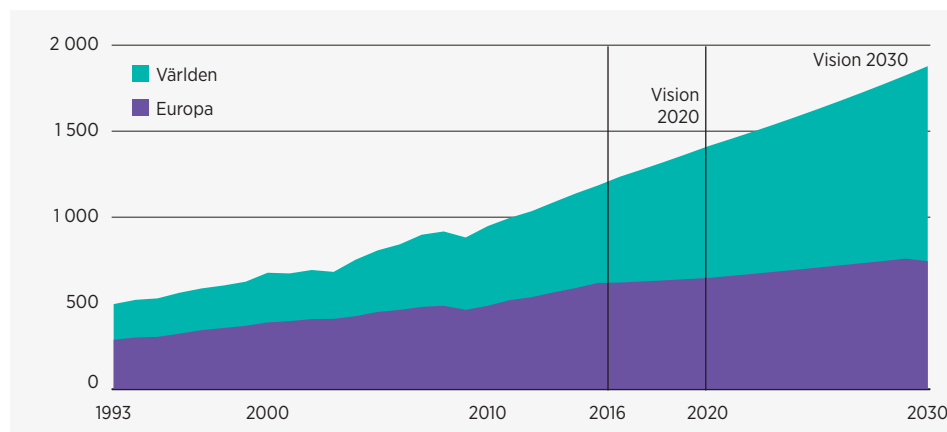
## Världsturismorganisationen förutspår fortsatt tillväxt

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". UNWTO förutspår 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. Resandet till och inom Europa förutspås öka med drygt 50 procent till totalt 744 miljoner resor 2030.

**FIGUR 25**

UNWTOs vision för det internationella resandet fram till 2020 och 2030, samt utfall fram till 2016. 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 5 procent förväntas vara den region där resandet 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 samt Europa förväntas öka minst och få en årlig tillväxt med 2,6 respektive 2,3 procent fram till 2030.

**FIGUR 26**

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

Källa: UNWTO



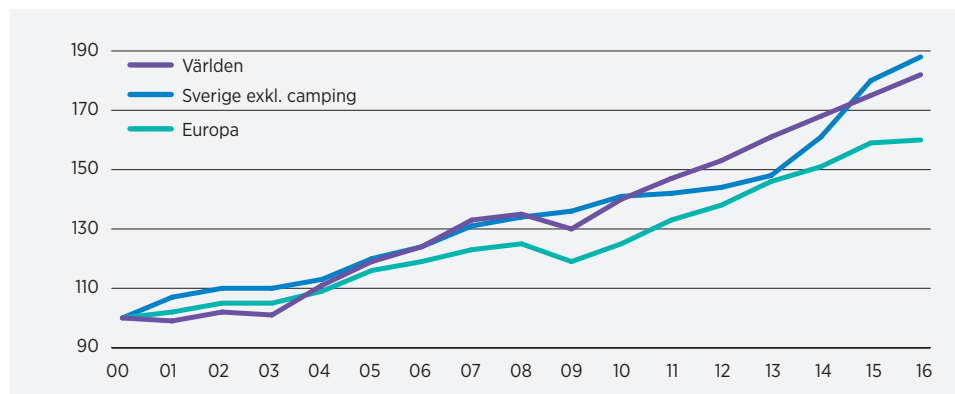
## Långsiktig ökning i Sverige

Enligt UNWTO har det internationella resandet i världen ökat med 75 procent sedan 2000. Totalt beräknades antalet internationella ankomster i världen vara 1,24 miljarder 2016. Under senare år har en stark tillväxt i framför allt Asien och Afrika svarat för en stor del av ökningen på världsbasis. I Europa har ökningen sedan 2000 varit drygt 60 procent. Utländsk turism till Sverige mätt i antal utländska övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem har under samma period ökat med drygt 88 procent. Under 2016 ökade det internationella resandet med 3,9 procent globalt och med 2 procent i Europa. Som en jämförelse ökade antalet övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem med 4,5 procent under samma period (2,8 procent på samtliga boendeformer).

**FIGUR 27**

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

Källa: UNWTO



## Internationella ankomster ökade med 4 procent under 2016

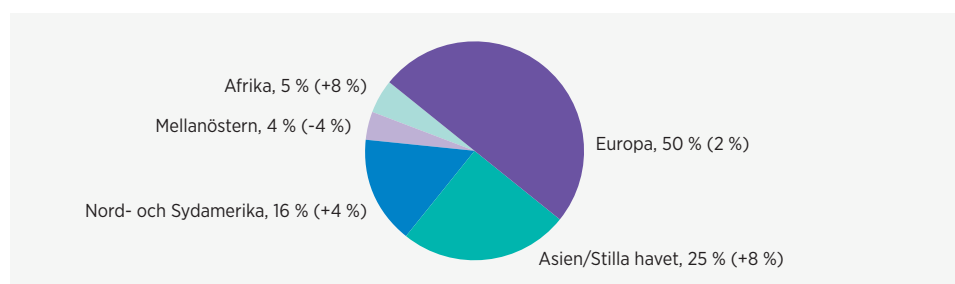
Det globala resandet nådde 1,24 miljarder internationella ankomster under 2016, en ökning med 46 miljoner eller 3,9 procent jämfört med 2015. Resandet till och inom samtliga världsdelar utom Mellanöstern ökade. Stillahavsregionen och Afrika var de världsdelar där resandet ökade mest under 2016.

I Europa ökade de internationella ankomsterna med 12 miljoner under 2016 motsvarande en ökning med 2 procent. Stillahavsregionen ökade med 24 miljoner internationella ankomster vilket motsvarar 8 procent. Nord- och Sydamerika ökade med 8 miljoner eller 4 procent sammanlagt. Afrika ökade med 4 miljoner eller 8 procent. Mellanöstern hamnade på totalt på 54 miljoner vilket är en minskning med 4 procent jämfört med år 2015.

**FIGUR 28**

Andel internationella ankomster med övernattning fördelat per världsdel 2016, med förändring från 2015 i procent.

Källa: UNWTO



## Kapitel 5:

# Turism i Sverige

Turism i Sverige utgörs av summan av inhemska och inkommande besökare i Sverige. Se även definitionerna på sidan 62. Kapitlet bygger på data från Inkvarteringsstatistiken och från Gästhamnsstatistiken. För fakta om undersökningarna, se sidan 63.

Antalet övernattningar i Sverige ökar för såväl svenska som utländska besökare under 2016. Övernattningarna ökar framför allt i storstadsregionerna och de flesta övernattningar sker under sommarmånaderna. Sedan början av 1990-talet har kapaciteten på hotell, stugbyar och vandrarhem ökat med nästan 100 000 bäddar.

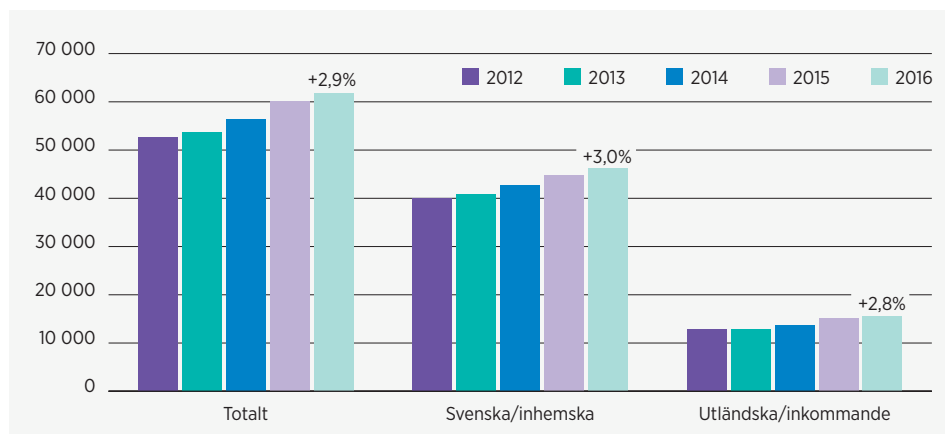
## Antalet kommersiella övernattningar ökade 2016

Antalet övernattningar i Sverige 2016 för samtliga boendeformer (hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser) ökade med 1,8 miljoner eller med 2,9 procent jämfört med föregående år till totalt 61,8 miljoner. De svenska övernattningarna ökade med 3,0 procent till 46,2 miljoner och de utländska med 2,8 procent till 15,6 miljoner. Under perioden 2012 till 2016 ökade antalet övernattningar med totalt 9,1 miljoner eller 17 procent.

**FIGUR 29**

Övernattningar per marknadsområde på samtliga boendeformer (1 000-tal) med procentuell förändring 2015–2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB





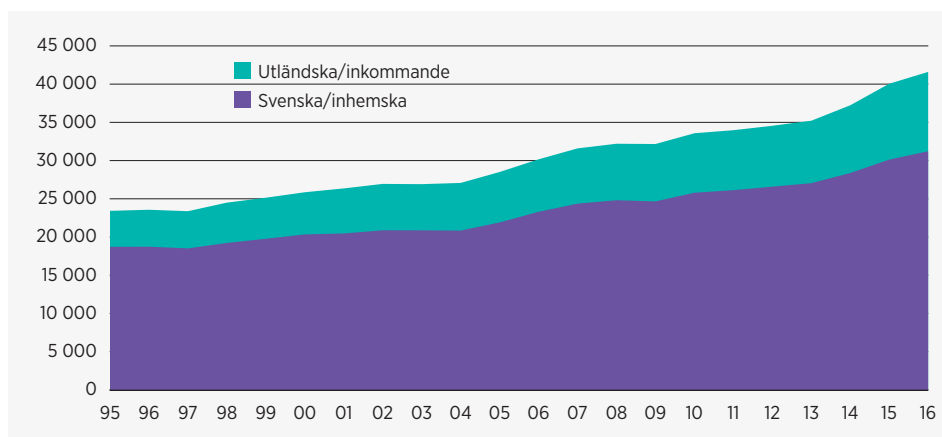
## Gästnätterna från utlandet ökar snabbast

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 78 procent. På dessa boendeformer har utlandsmarknaderna ökat snabbast med 120 procent, medan den inhemska marknaden ökat med 67 procent. Andelen utländska övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem har totalt ökat från 20,1 till 24,9 procent mellan 1995 och 2016.

**FIGUR 30**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



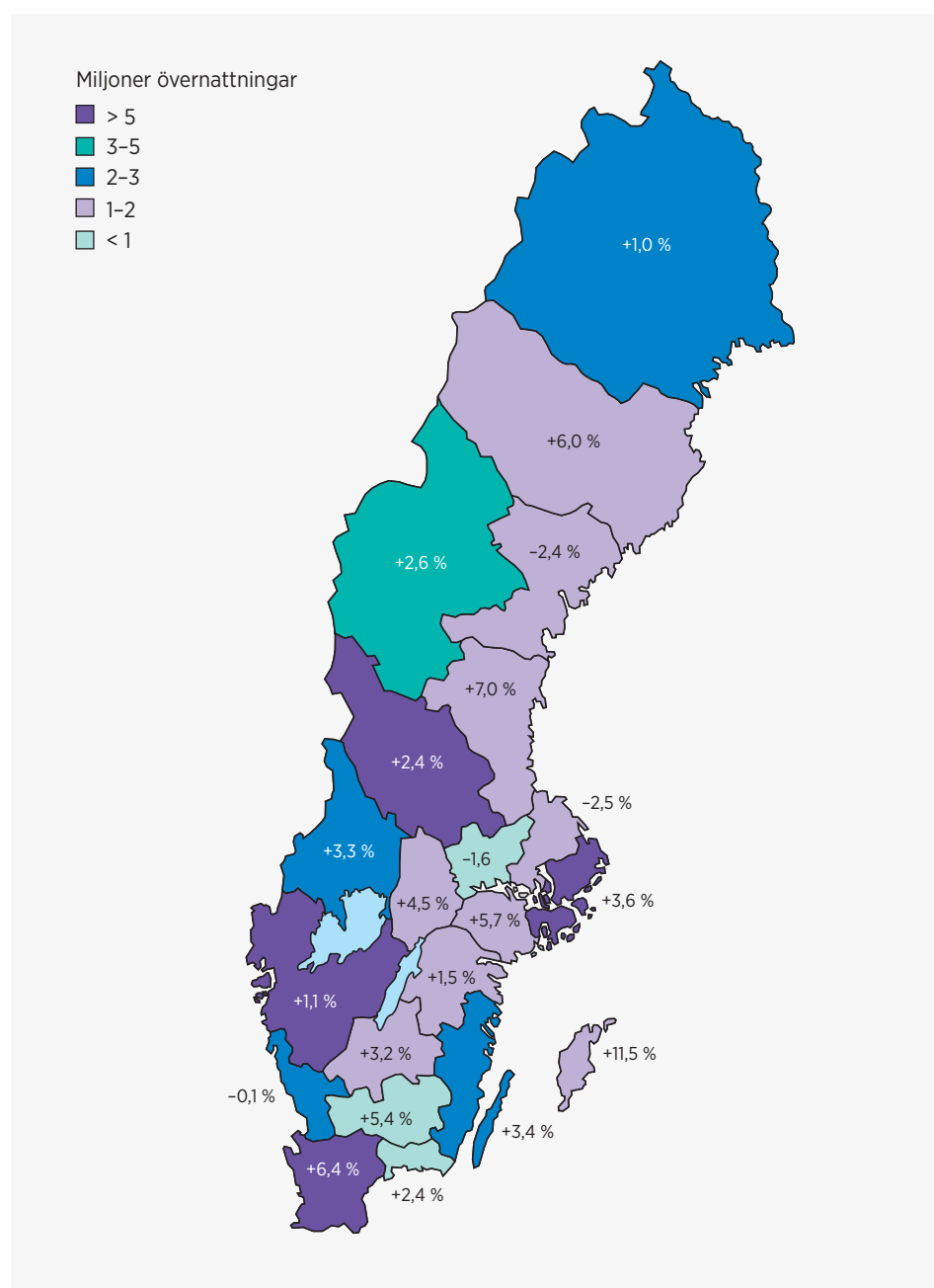
## Ökningar i nästan hela landet under 2016

Sett till samtliga boendeformer skedde flest övernattningar under 2016 i de tre storstadsregionerna. Störst var Stockholms län med 13,4 miljoner övernattningar följt av Västra Götaland med 9,8 miljoner, Skåne med 5,9 miljoner. Därefter kommer Dalarna med 5,1 miljoner och Jämtland med 3,0 miljoner. Procentuellt var ökningen från året innan störst i Gotlands län med 11,5 procent följt av Gävleborg med 7,0 procent. I absoluta tal var ökningen störst i Stockholms län med 462 000 övernattningar följt av Skåne med 355 000 övernattningar.

**FIGUR 31**

Övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016 med procentuell förändring 2015–2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



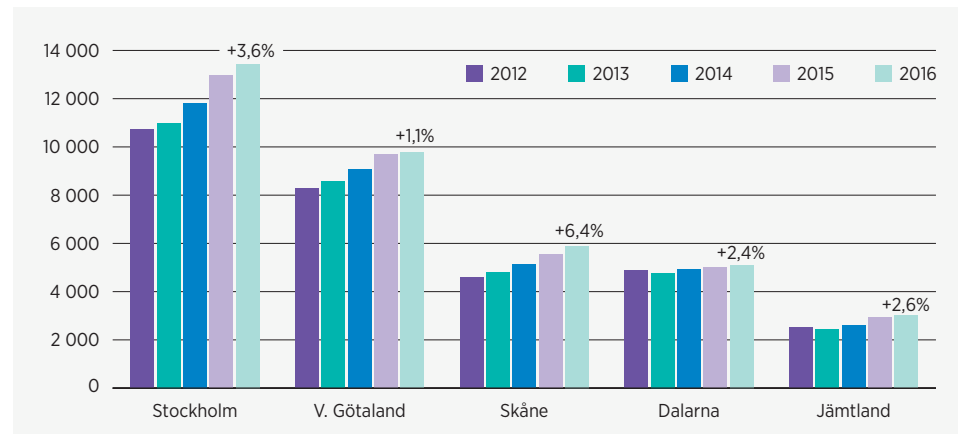
## Storstadsregionerna står för nästan hälften av övernattningarna

De tre storstadsregionerna stod tillsammans för en stor andel, 52 procent, av den totala ökningen om knappt 1,8 miljoner övernattningar under 2016. De ökade sin andel av det totala antalet övernattningar från 46,9 procent år 2015 till 47,1 procent år 2016. Sedan 2012 har Stockholms län ökat mest i absoluta tal med en ökning på 2,7 miljoner övernattningar. Bland de fem största turismregionerna är det procentuellt sett Skåne, Stockholm och Jämtland som ökat mest sedan 2012, med ökning på totalt 28 procent, 25 procent respektive 20 procent. Västra Götaland och Dalarna ökade under samma period med 18 respektive 5 procent.

**FIGUR 32**

Övernattningar i de fem största regionerna i Sverige på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring mellan 2015 och 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



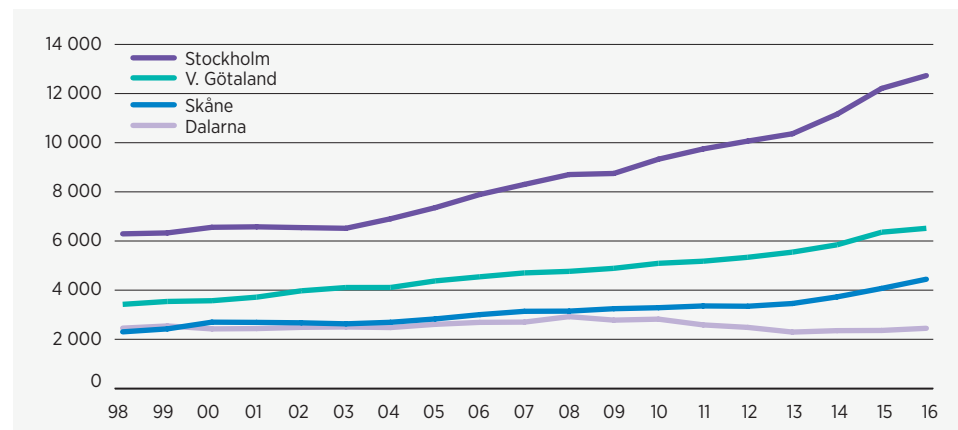
## Storstadsregionerna ökar långsiktigt

Övernattningarna i de tre storstadsregionerna har nästan fördubblats sedan 1998 på de tre boendeformerna hotell, vandrarhem och stugbyar sammantaget. Under motsvarande period har volymerna i övriga landet ökat med 43,4 procent. I Stockholms län har volymerna ökat med 102 procent och i Västra Götaland med 90 procent sedan 1998. Motsvarande ökning för hela riket är 70 procent.

**FIGUR 33**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Hotell ökar medan vandrarhem och stugbyar minskar

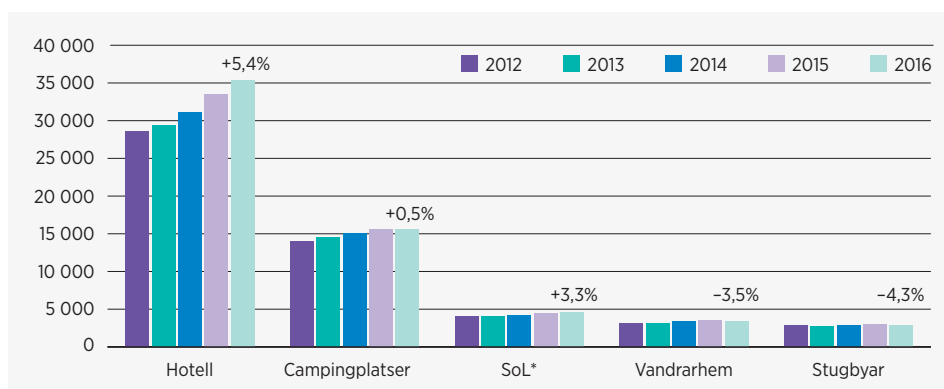
Det totala antalet övernattningar i Sverige för samtliga boendeformer ökade med 2,9 procent till 61,8 miljoner under 2016. Störst procentuell ökning hade hotellen med 5,4 procent. Däremot minskade antalet övernattningar på vandrarhem (-3,5 procent) och stugbyar (-4,3 procent). Hotellen svarade för 35,3 miljoner eller 57 procent av samtliga övernattningar 2016 och campingplatserna för 15,6 miljoner eller 25 procent. Under perioden 2012 till 2016 har övernattningarna på hotell ökat med 24 procent, på campingplatser med 11 procent. Även på kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) och vandrarhem har antalet övernattningar ökat med 11 procent vardera sedan 2012. Övernattningar i stugbyar har däremot minskat med 2 procent under samma period.

**FIGUR 34**

Övernattningar per boendeform (1 000-tal) med procentuell förändring mellan 2015 och 2016.

\* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter.

Källa: Tillväxtverket/SCB



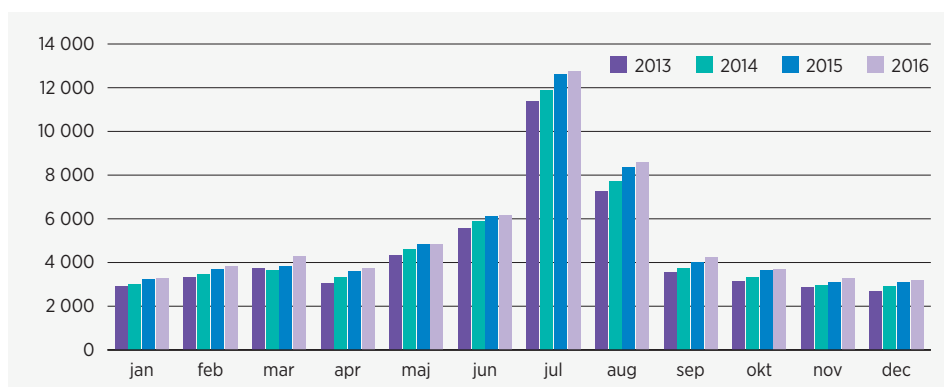
## Ökning under årets alla månader

Sommarmånaderna juni–augusti 2016 genererade totalt 27,5 miljoner övernattningar i Sverige, motsvarande 44 procent av årets totala volymer på samtliga boendeformer. Mellan 2015 och 2016 ökade antalet övernattningar under årets alla månader, förutom en marginell minskning under maj. Mars och november var de månader som ökade mest med 12,2 respektive 7,2 procent. Under perioden 2013 till 2016 är det sommarmånaderna juli och augusti som ökat mest i absoluta tal med drygt 1,3 miljoner gästnätter respektive. Under samma period är det dock april och december som ökat mest procentuellt sett med ökningarna runt 20 procent vardera.

**FIGUR 35**

Övernattningar per månad på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser (1 000-tal) med procentuell förändring mellan 2015 och 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Svenska besökare står för 75 procent av övernattningarna

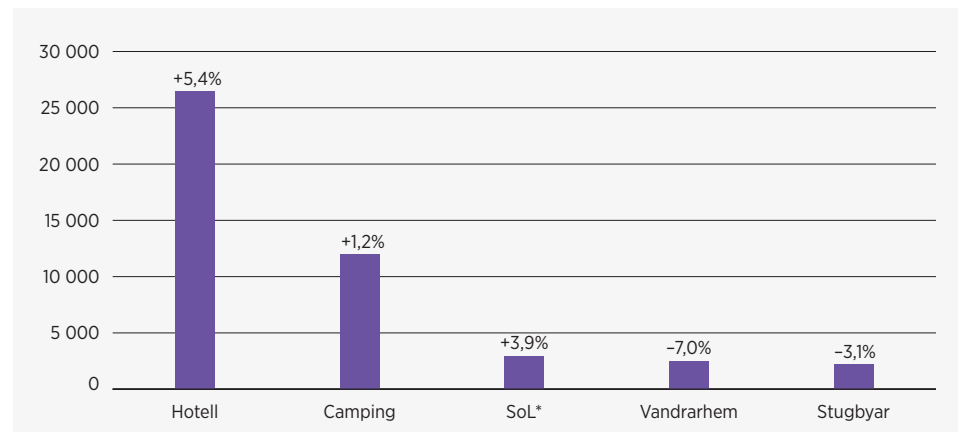
Antalet svenska övernattningar i Sverige på samtliga boendeformer ökade med totalt 3,0 procent till 46,2 miljoner under 2016 och svarade för knappt 75 procent av samtliga övernattningar. Antalet svenska övernattningar på hotell ökade med 5,4 procent, camping med 1,2 procent och SoL 3,9 procent. För vandrarhem och stugbyar skedde en minskning med 7,0 procent respektive 3,1 procent.

**FIGUR 36**

Inhemska/svenska övernattningar per boendeform 2016 (1 000-tal) med procentuell förändring 2015–2016.

\* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB



## De svenska gästnätterna på Gotland ökade 12,4 procent

Flest svenska övernattningar under 2016 gjordes i Stockholms län med 8,7 miljoner övernattningar, Västra Götalands län med 6,7 miljoner, Skåne med 4,5 miljoner och Dalarna med 4,4 miljoner. Nästan alla regioner i Sverige hade ökningarna av de inhemska övernattningarna under 2016. Procentuellt var ökningarna störst i Gotlands län med 12,4 procent och i Kronoberg med 9,8 procent. Som framgår av tabellen nedan varierar dock de inhemska övernattningarna som andel av det totala antalet övernattningar kraftigt mellan de olika länen. Högst andel inhemska volymer hade Gävleborg med 90,7 procent. Lägst andel hade Kronoberg med 60,5 procent.

**TABELL 2**

Antal och andel inhemska/ svenska övernattningar samt totalt antal övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016 med förändring från 2015 i procent.

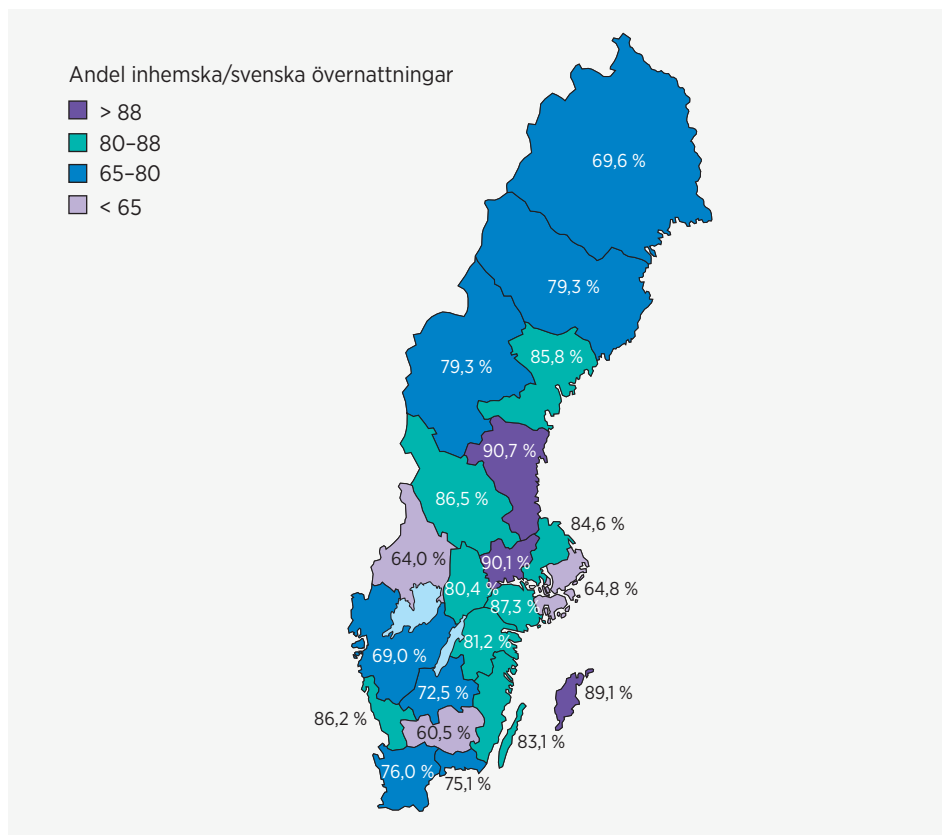
Källa: Tillväxtverket/SCB

Region	Inhemska			Totalt	
	Andel, % per region	Antal	Förändring 2015/16 i %	Antal	Förändring 2015/16 i %
Gävleborgs län	90,7%	968 399	6,5%	1 067 182	7,0%
Västmanlands län	90,1%	644 841	0,9%	715 522	-1,6%
Gotlands län	89,1%	917 509	12,4%	1 029 446	11,5%
Södermanlands län	87,3%	950 507	6,7%	1 089 150	5,7%
Dalarnas län	86,5%	4 413 390	3,3%	5 103 851	2,4%
Hallands län	86,2%	2 330 914	-2,0%	2 702 653	-0,1%
Västernorrlands län	85,8%	1 001 255	-2,1%	1 167 373	-2,4%
Uppsala län	84,6%	962 907	-3,2%	1 137 795	-2,5%
Kalmar län	83,1%	2 335 952	3,9%	2 810 834	3,4%
Östergötlands län	81,2%	1 461 919	0,3%	1 800 246	1,5%
Örebro län	80,4%	1 020 496	4,7%	1 269 443	4,5%
Västerbottens län	79,3%	1 385 960	9,2%	1 748 070	6,0%
Jämtlands län	79,3%	2 378 488	2,2%	3 000 164	2,6%
Skåne län	76,0%	4 473 171	5,3%	5 888 137	6,4%
Blekinge län	75,1%	721 144	2,7%	959 736	2,4%
Jönköpings län	72,5%	1 228 249	5,1%	1 693 806	3,2%
Norrbottnens län	69,6%	1 609 521	1,9%	2 313 054	1,0%
Västra Götalands län	69,0%	6 749 341	0,3%	9 777 379	1,1%
Stockholms län	64,8%	8 708 632	3,2%	13 438 009	3,6%
Värmlands län	64,0%	1 369 562	8,5%	2 140 861	3,3%
Kronobergs län	60,5%	570 574	9,8%	943 746	5,4%
<b>Hela landet</b>	<b>74,8%</b>	<b>46 202 731</b>	<b>3,0%</b>	<b>61 796 457</b>	<b>2,9%</b>

**FIGUR 37**

Andel inhemska/svenska övernattningar av totalt antal övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



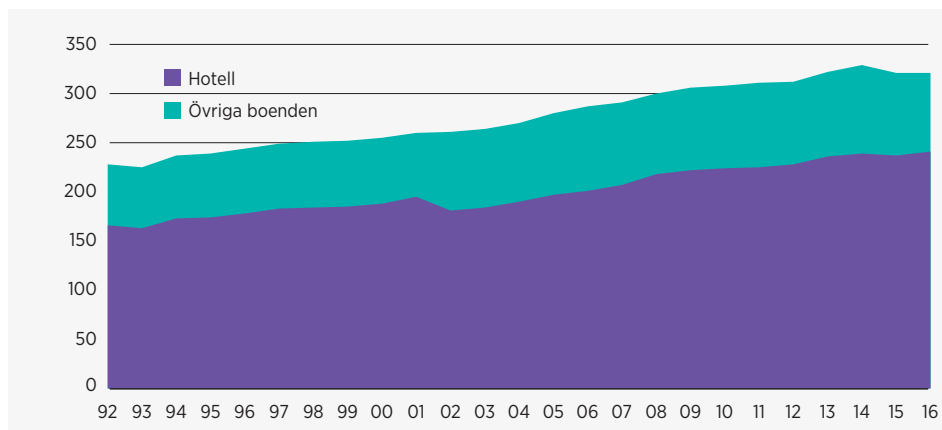
## 92 000 fler bäddar sedan början av 1990-talet

Antalet bäddar på svenska hotell, stugbyar och vandrarhem var totalt sett i princip oförändrat mellan 2015 och 2016. På hotellen ökade antalet bäddar med cirka 4 000 medan de i övriga boendeformer minskade med ungefär lika mycket. Hotellen svarade för 75 procent av den totala bäddkapaciteten på de tre boendeformerna under 2016. Sedan 1992 har antalet bäddar sammanlagt för de tre boendeformerna ökat med 41 procent eller med cirka 90 000.

**FIGUR 38**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



TABELL 3

Nyckeltal för kapacitet 2016

Källa: Tillväxtverket/SCB

	Hotell	Stugbyar	Vandrarhem	Campingplatser
Antal anläggningar	2 011	271	823	1 082
Antal rum/stugor	119 855	7 526	-	108 538 tomter 11 769 stugor
Antal bäddar	240 883	37 223	42 361	-
Övernattningar, miljoner	35,3	2,8	3,4	15,6
Beläggingsgrad rum/stugor	58%	39%	-	-
Beläggingsgrad bäddar	46%	27%	28%	-

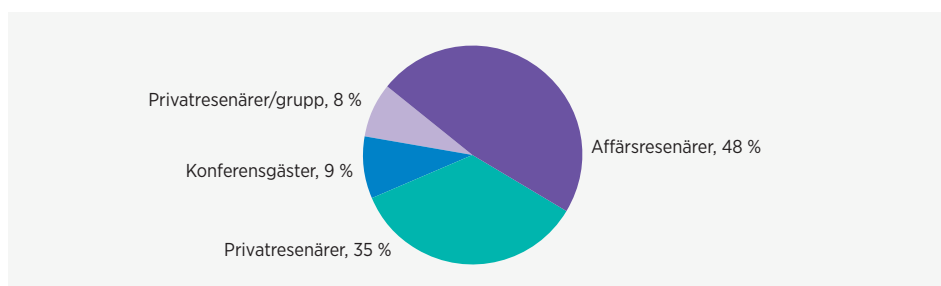
## Andelen sålda rum på hotell till privatresenärer ökar

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 samma rum. När man redovisar antalet sålda rum per målgrupp dominerar därför konferens- och affärsresenärerna. Tillsammans stod de för 57 procent av de sålda rummen på hotellen under 2016. Däremot är det privatresenärerna som ökat i betydelse sedan 2010. Mellan 2010 och 2016 ökade andelen privatresenärer från 37 procent till 43 procent. 2016 ökade antalet sålda rum till privatresenärerna med 4 procent, ökningen för konferens- och affärsresenärerna var också cirka 4 procent.

FIGUR 39

Målgruppsfördelning, belagda/sålda rum på hotellen 2016 (procent).

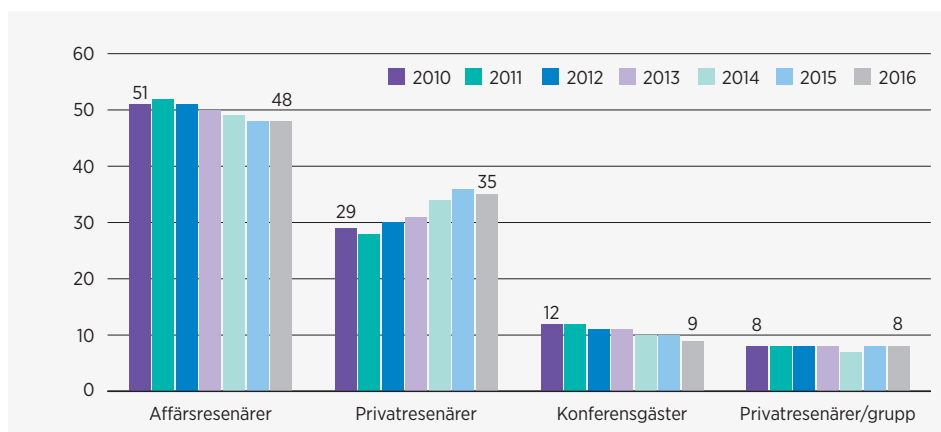
Källa: Tillväxtverket/SCB



FIGUR 40

Utveckling av målgruppsfördelning, andel belagda/sålda rum på hotellen (procent), samt andel av totalen 2010 och 2016.

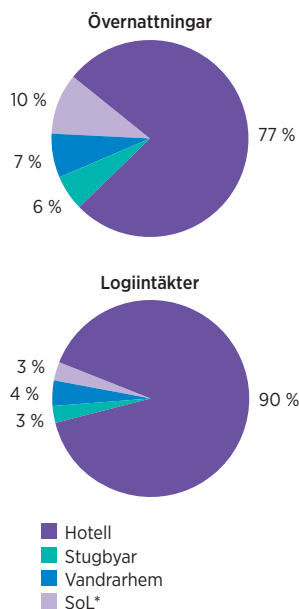
Källa: Tillväxtverket/SCB





FIGUR 41

Övernattningar och intäkter fördelade per boendeform 2016 (procent).



\* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB

## Störst ökning av logiintäkter på hotellen

Hotellen svarade för 77 procent av övernattningarna 2016 exklusive camping. Motsvarande siffra för logiintäkterna var 90 procent. Förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL), som är den näst största boendeformen mätt i antal övernattningar, stod för 10 procent av volymerna och för drygt 3 procent av logiintäkterna. Totalt ökade logiintäkterna i löpande priser för alla boendeformerna med 8,1 procent eller med nästan 1,9 miljarder kronor under 2016. Logiintäkterna för hotellen stod för den absolut största delen av ökningen med drygt 1,82 miljarder kronor. Intäkterna för stugbyar och kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) ökade något, 7 respektive 80 miljoner. Intäkterna för vandrarhem minskade med 39 miljoner.

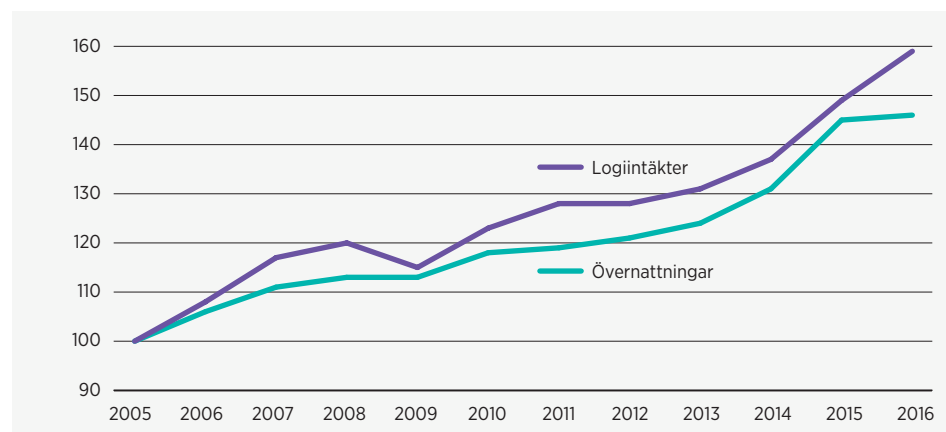
## Logiintäkterna har ökat mer än volymerna sedan 2005

Mätt i fasta priser (med hänsyn till inflationen) har logiintäkterna på hotell, stugbyar och vandrarhem ökat med nästan 60 procent sedan 2005. Under motsvarande period har antalet övernattningar på dessa boendeformer ökat med 46 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 2016 ökade logiintäkterna på de tre boendeformerna med 7 procent medan övernattningarna ökade med knappt 1 procent. (Hotell + 5,4%, Vandrarhem -3,5%, Stugbyar -4,3%).

FIGUR 42

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Logiintäkter per capita 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 på Gotland och i Jämtland.

**TABELL 4**

Totala logiintäkter på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser, fördelat på invånare, 2016 samt förändring från 2015 (procent).

Källa: Tillväxtverket/SCB

Region	Logiintäkter per invånare, SEK	Totala logiintäkter per region (1 000-tal) SEK	2015/16, i %
Gotland	5 894	341 876	14,6%
Jämtland	5 699	733 344	2,2%
Stockholm	4 030	9 143 877	8,6%
Dalarna	3 783	1 076 334	3,4%
Norrbottnen	3 233	810 078	0,3%
Västra Götaland	2 332	3 897 978	8,5%
Kalmar	2 147	520 282	6,8%
Västerbotten	2 076	552 066	6,5%
Värmland	2 013	562 180	9,0%
Halland	1 979	633 860	9,1%
Skåne	1 849	2 448 468	11,7%
Jönköping	1 821	642 260	12,6%
Västernorrland	1 796	440 977	1,2%
Östergötland	1 726	780 465	9,7%
Kronoberg	1 671	325 314	16,6%
Blekinge	1 583	250 780	10,3%
Örebro	1 393	410 943	6,6%
Gävleborg	1 385	394 234	6,8%
Uppsala	1 352	488 610	4,7%
Södermanland	1 286	370 425	8,8%
Västmanland	1 055	282 446	1,2%
<b>Riket</b>	<b>2 512</b>	<b>25 106 794</b>	<b>8,1%</b>

## Viss ökning av gästnätterna i de svenska gästhamnarna

Riksföreningen Gästhamnar i Sverige genomför en undersökning i syfte att mäta beläggningen i svenska gästhamnar. Den är ett viktigt komplement till Inkvarteringsstatistiken för att beskriva turismens utveckling i Sverige. Totalt registrerades 370 330 båt­nätter (en båt en natt) i svenska gästhamnar under 2016, varav 63 procent var svenska. Antalet svenska båt­nätter var 233 309 och antalet människor ombord på dessa båtar var 606 643 personer. Jämfört med 2015 steg antalet gäst- och båt­nätter marginellt, både svenska och utländska. Fördelningen mellan svenska och utländska båt­nätter var oförändrad med andelar på 63 respektive 37 procent.

**TABELL 5**

Båt­nätter samt personer ombord i gästhamnar per nationalitet, privata fritidsbåtar 2016.

Källa: Tillväxtverket/ RGS

Nationalitet	Antal båt­nätter	Antal personer
Sverige	233 309	606 643
Norge	44 440	115 551
Finland	11 110	28 888
Danmark	25 923	67 405
Tyskland	37 033	96 292
Holland	7 406	19 258
Övriga Europa	7 406	19 258
Världen	3 703	9 629
<b>Totalt</b>	<b>370 330</b>	<b>962 924</b>

## Fyra av tio båtätter i gästhamnar sker i Västra Götaland

Totalt registrerades 962 925 övernattningar (en gäst en natt) och 370 330 båtätter (en båt en natt) i de svenska gästhamnarna under 2016. Flest antal båtätter registreras i storstadslänen. Västra Götaland har flest, 151 906 båtätter, vilket motsvarar 41 procent av samtliga båtätter i Sverige. Stockholm län och Skåne län svarade för 18 respektive 11 procent av de svenska båtätterna.

TABELL 6

Båtätter i gästhamnar, privata fritidsbåtar per region 2016.

Län	Antal båtätter	Andel i procent
Västra Götaland	151 906	41,0%
Stockholm	66 698	18,0%
Skåne	42 237	11,4%
Kalmar	29 831	8,1%
Norbotten	3 143	0,8%
Blekinge	18 091	4,9%
Gävleborg	3 309	0,9%
Västmanland**	4 260	1,2%
Östergötland*	8 423	2,3%
Halland	7 059	1,9%
Gotland	8 517	2,3%
Södermanland	17 588	4,7%
Värmland	2 808	0,8%
Uppsala	3 715	1,0%
Västerbotten	813	0,2%
Västmanland	1 140	0,3%
Dalarna	210	0,1%
Jönköping	258	0,1%
Örebro	325	0,1%
<b>Hela landet</b>	<b>370 330</b>	<b>100,0%</b>

Källa: Tillväxtverket/ RGS

\* Östergötland inkluderar gästhamnar från Jönköpings län

\*\* Västmanland inkluderar gästhamnar i Dalarna som ingår i Strömsholms kanalsystem

TABELL 7

Gästnätter i gästhamnar, privata fritidsbåtar per region 2016.

Region	Antal personer	Andel i procent
Västra Götaland	394 956	41,0%
Stockholm	173 415	18,0%
Skåne	109 816	11,4%
Kalmar	77 560	8,1%
Norbotten	8 172	0,8%
Blekinge	47 037	4,9%
Gävleborg	8 603	0,9%
Västmanland**	11 076	1,2%
Östergötland*	21 899	2,3%
Halland	18 353	1,9%
Gotland	22 144	2,3%
Södermanland	45 729	4,7%
Värmland	7 301	0,8%
Uppsala	9 659	1,0%
Västerbotten	2 114	0,2%
Västmanland	2 964	0,3%
Dalarna	546	0,1%
Jönköping	671	0,1%
Örebro	910	0,1%
<b>Hela landet</b>	<b>962 925</b>	<b>100,0%</b>

Källa: Tillväxtverket/ RGS

## Sverige på en 14:e plats i världen för internationella kongresser

Med 103 internationella möten 2016 låg Stockholm på en 18:e plats bland världens största kongresstäder. Som land placerade sig Sverige på en 14:e plats med totalt 260 internationella möten. ICCA (International Congress and Convention Association) uppmätte 12 212 roterande internationella möten och kongresser som ägde rum under 2016, vilket motsvarar en ökning med 136 möten jämfört med 2015. Då det saknas globala siffror från andra mötessegment uppfattas ICCA-statistiken ofta felaktigt som en ranking för mötesbranschen som helhet, även om de bara täcker ett smalt segment av den totala mötesmarknaden. För att ingå i statistiken måste mötena organiseras av ICCA-medlemmar, hållas regelbundet, ha minst 50 delegater och rotera mellan minst tre länder.

**TABELL 8**

Antal internationella möten/kongresser per land 2016.

Ranking	Land	Antal möten
1	USA	934
2	Tyskland	689
3	Storbritannien	582
4	Frankrike	545
5	Spanien	533
6	Italien	468
7	Kina	410
7	Japan	410
9	Nederländerna	368
10	Kanada	287
10	Portugal	287
12	Österrike	268
13	Sydkorea	267
<b>14</b>	<b>Sverige</b>	<b>260</b>
15	Brasilien	244
16	Australien	211
17	Polen	195
18	Belgien	194
19	Argentina	188
20	Schweiz	184

Källa: ICCA

**TABELL 9**

Antal internationella möten/kongresser per stad 2016.

Ranking	Stad	Antal möten
1	Paris	196
2	Wien	186
3	Barcelona	181
4	Berlin	176
5	London	153
6	Singapore	151
7	Amsterdam	144
7	Madrid	144
9	Lissabon	138
10	Seoul	137
11	Prag	126
12	Bangkok	121
13	Dublin	118
14	Köpenhamn	115
15	Peking	113
16	Budapest	108
17	Buenos Aires	103
<b>18</b>	<b>Stockholm</b>	<b>101</b>
19	Hong Kong	99
20	Rom	96

Källa: ICCA

## Kapitel 6:

# 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 62. Kapitlet bygger på data från Inkvarteringsstatistiken, Gästhamnsstatistiken samt statistik om utländskt ägande av fritidshus i Sverige. För fakta om undersökningarna, se sidan 63.

Idag görs drygt var fjärde övernattning på samtliga kommersiella boendeformer i Sverige av en besökare från utlandet. Norrmän och tyskar är de som övernattar mest i Sverige. Samtidigt minskar övernattningarna från våra nordiska grannländer. Sett över tid har den utländska andelen av marknaden ökat mer än den inhemska. Procentuellt sett är det den utomeuropeiska marknaden som ökar mest.

## Ökning av utländska övernattningar i Sverige 2016

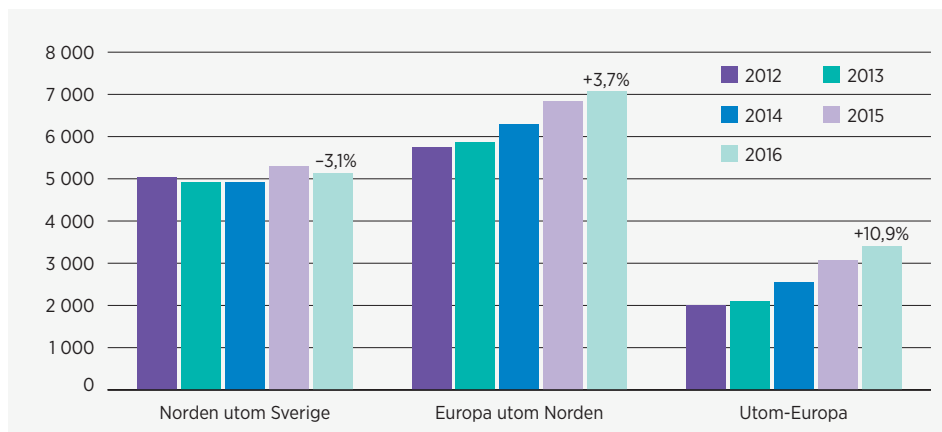
Antalet utländska övernattningar i Sverige på samtliga boendeformer uppgick till totalt 15,6 miljoner under 2016. Detta innebär en ökning med 0,5 miljoner övernattningar eller 2,8 procent. Sedan 2012 har övernattningarna totalt ökat med 22 procent.

Övernattningarna från de nordiska grannländerna minskade under 2016 med 164 000 övernattningar eller med 3,1 procent. Europa utom Norden, som är det enskilt största marknadsområdet utanför Sverige, ökade med drygt 250 000 övernattningar eller med 3,7 procent. Det utomeuropeiska marknadsområdet står för omkring en femtedel av alla utländska övernattningar (22 procent), och är det som ökat mest sedan 2012 (70 procent). Jämfört med 2015 ökade de utomeuropeiska gästnätterna med 10,9 procent.

FIGUR 43

Övernattningar från utlandet på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser fördelade per marknadsområde (1 000-tal), med förändring mellan 2015 och 2016 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



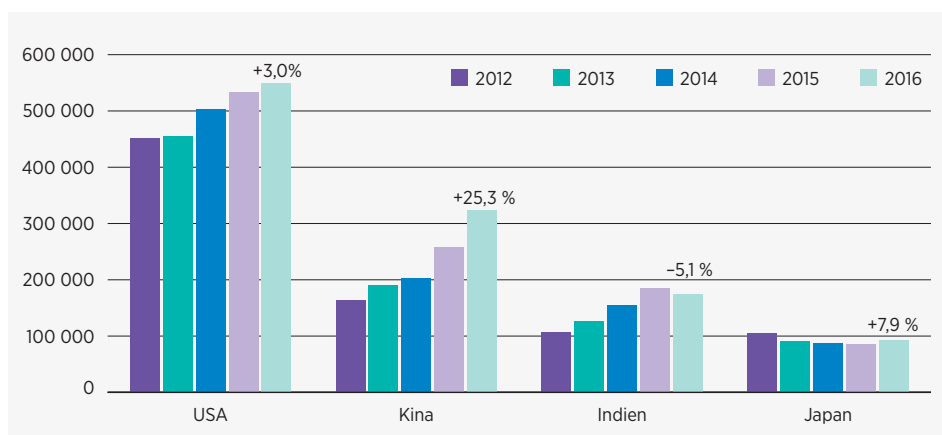
## USA vanligaste utomeuropeiska marknaden

Den största utomeuropeiska marknaden är USA. Under 2016 gjordes nästan 550 000 övernattningar i Sverige av personer från USA, en ökning med 3 procent jämfört med året innan. Näst vanligast är övernattningar från Kina som under 2016 ökade med 25 procent till 323 000. Sedan 2012 har antalet övernattningar från USA ökat med 21 procent, medan övernattningarna från Kina nästan fördubblats. Indien gick starkt fram mellan 2012 och 2015, då man ökade antalet övernattningar från 108 000 till 185 000. Under 2016 skedde en viss minskning från Indien till 175 000, motsvarande 5,1 procent.

FIGUR 44

Övernattningar från de fyra största utomeuropeiska marknaderna/länderna på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser, med förändring mellan 2015 och 2016 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



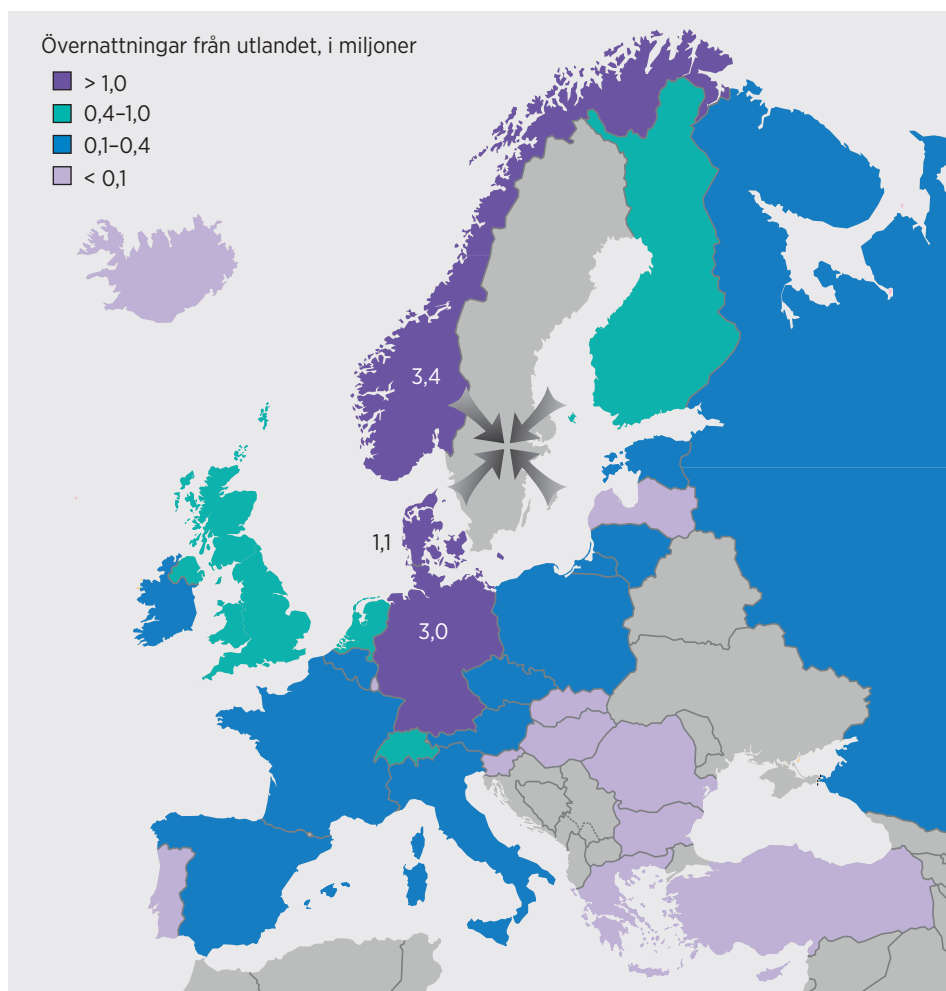
## Norge och Tyskland de absolut största utlandsmarknaderna

De största utländska marknaderna var även under 2016 Norge med 3,4 miljoner övernattningar, följt av Tyskland med 3,0 miljoner och Danmark med 1,1 miljoner. Både Norge och Danmark minskade dock sina övernattningar under 2016, med 109 000 respektive 63 000. Gästnätterna från Tyskland och Storbritannien ökade under 2016 med 3,3% respektive 11,2 % motsvarande 98 000 respektive 86 000 gästnätter i absoluta tal. Sedan 2012 har de allra flesta länder ökat antalet övernattningar. Undantagen är Danmark som uppvisar en marginell men stadig minskning sedan 2012 och Ryssland som minskat med 45 procent.

**FIGUR 45**

Övernattningar från utlandet per marknad/land på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB

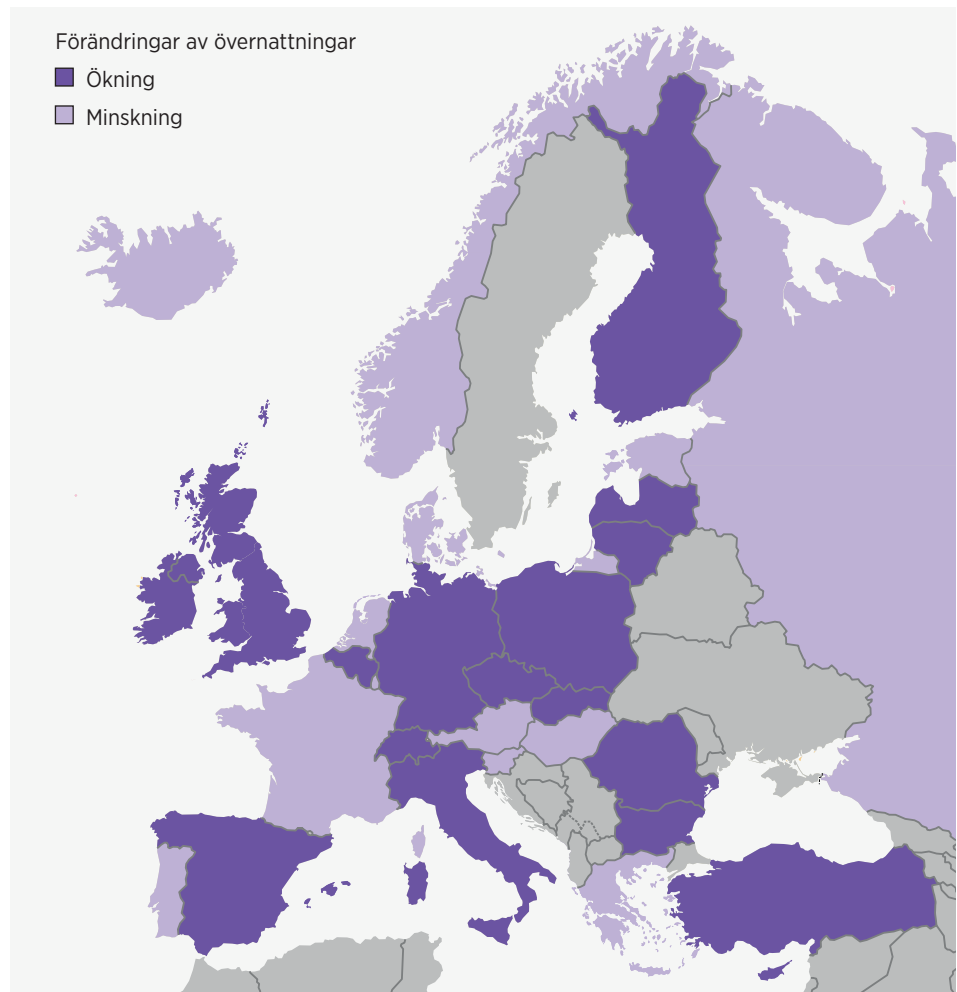




**FIGUR 46**

Förändringar av övernattningar från utlandet per marknad/land på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016 jämfört med 2015.

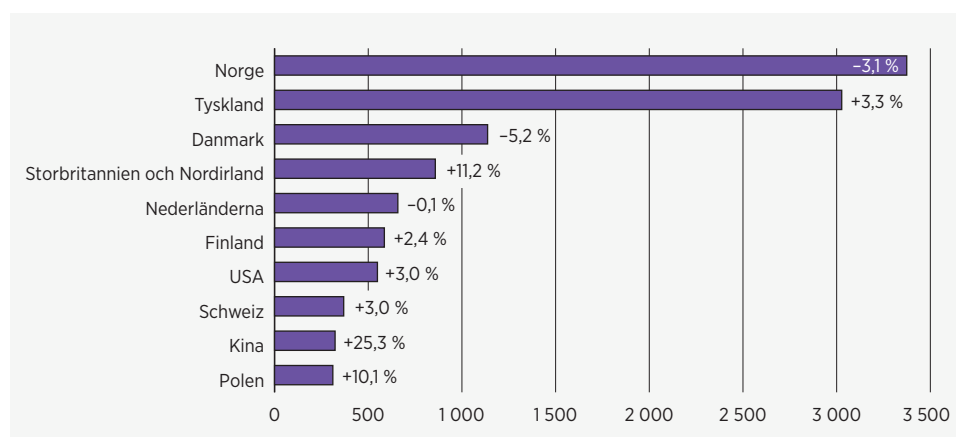
Källa: Tillväxtverket/SCB



**FIGUR 47**

Övernattningar från de tio största utländska marknaderna/länderna på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016 (1 000-tal), med förändring från 2015 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



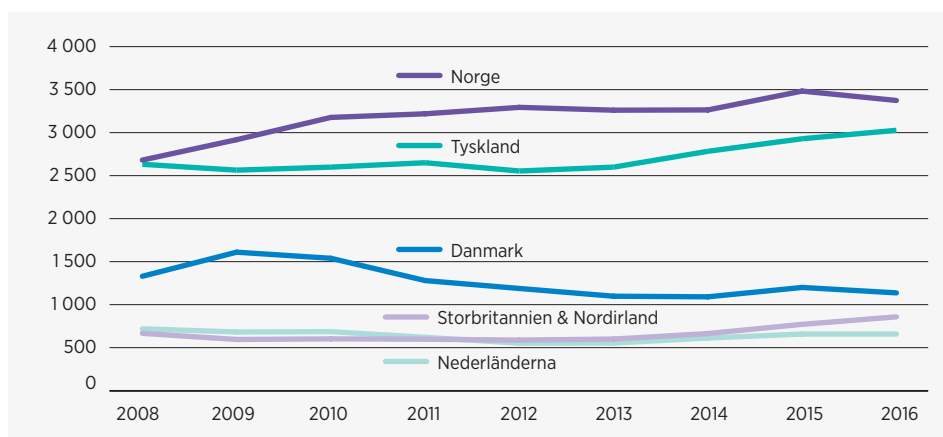
## Norge och Tyskland har ökat kraftigt sedan 2008

Av de fem största utlandsmarknaderna ökade Tyskland samt Storbritannien under 2016, med 3,3 procent respektive 11,2 procent. Nederländerna minskade marginellt medan Norge minskade med 3,1 procent och Danmark med 5,2 procent. Sedan 2008 har dock övernattningar från Norge ökat totalt sett med 25,8 procent, eller 692 000 övernattningar. Under samma period ökade Tyskland med 395 000 övernattningar eller 15,0 procent. Danmark och Nederländerna har minskat sedan 2008, med 14,5 procent respektive 8,5 procent.

**FIGUR 48**

Övernattningar från de fem största utländska marknaderna/länderna på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser (1 000-tal).

Källa: Tillväxtverket/SCB



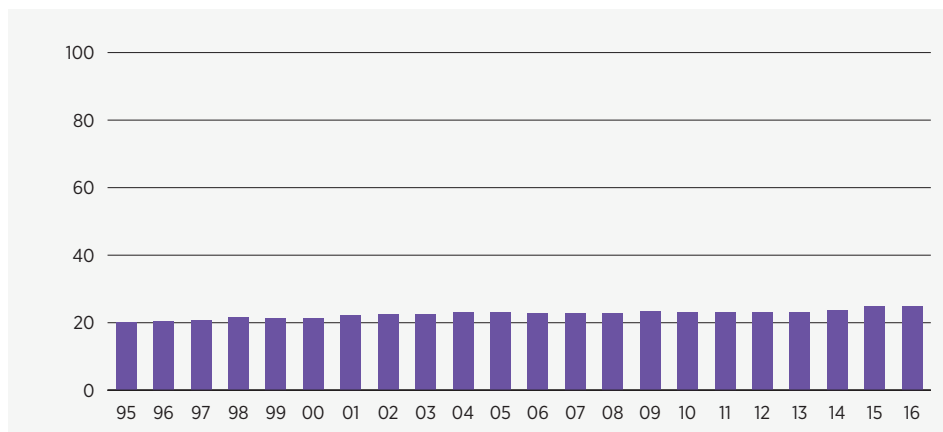
## Ökning av andelen utländska övernattningar sedan 1995

Mellan åren 1995 och 2005 ökade andelen utländska övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem från 20,1 procent till 23,1 procent, för att sedan öka i något måttligare takt mellan 2005 och 2016. Under 2016 var ungefär var fjärde övernattning på hotell, stugbyar och vandrarhem från utlandet.

**FIGUR 49**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Antalet övernattningar från utlandet ökade mest på hotellen

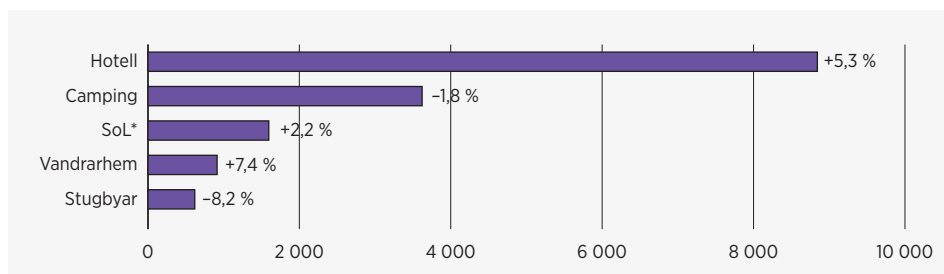
Av de kommersiella boendeformerna var hotell den boendeform som noterade flest övernattningar av utländska besökare. Det var också den boendeform där antalet utländska övernattningar ökade mest under 2016. Antalet utländska övernattningar på hotell ökade med 442 000 till 8,8 miljoner, eller 57 procent av alla utländska övernattningar. Vandrarhem var den boendeform som ökade mest i relativa tal, med 7,4 procent. Utländska övernattningar minskade i stugbyar med 8,2 procent och på campingplatser med 1,8 procent.

**FIGUR 50**

Övernattningar från utlandet per boendeform 2016 (1 000-tal), med förändring från 2015 i procent.

\* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB



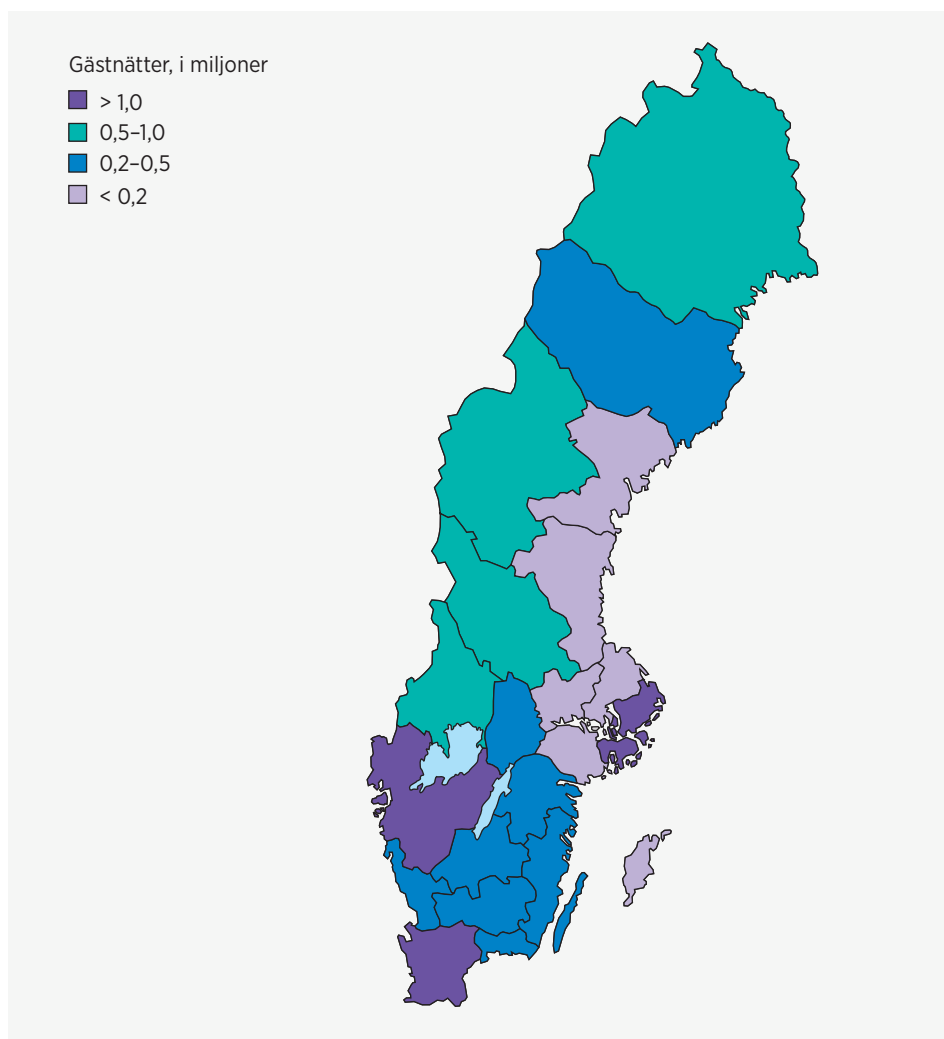
## Många gästnätter från utlandet i de tre storstadsregionerna

Stockholms län med mer än 4,7 miljoner övernattningar, följt av Västra Götaland med 3,0 miljoner och Skåne 1,4 miljon utländska övernattningar var de län som hade högst antal utländska övernattningar. Förutom de tre storstadsregionerna gjordes flest övernattningar från utlandet i Värmland, Norrbotten, Dalarna och i Jämtland.

**FIGUR 51**

Övernattningar från utlandet per län på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



Andelen utländska övernattningar i förhållande till totalt antal övernattningar i varje län varierar dock kraftigt över landet. Högst andel utländska övernattningar hade Kronoberg med 40 procent, följt av Värmland med 36 procent och Stockholms län med 35 procent. Lägst andel hade Gävleborg med 9 procent. Se även tabellen på nästa sida.

## Störst ökning av utländska övernattningar i Halland

Totalt ökade de utländska gästnätterna i de kommersiella boendeformerna med 2,8 procent eller med 420 000 övernattningar under 2016. Detta motsvarar närmare 24 procent av den totala ökningen på knappt 1,8 miljoner gästnätter totalt i Sverige under 2016. Störst procentuell ökning av utländska gästnätter hade Halland med 13,2 procent, följt av Gävleborgs län med 11,7 procent. Störst minskning hade Västmanlands län med nästan 20 procent färre utländska övernattningar jämfört med 2015. De tre storstadsregionerna ökade alla under 2016 och svarade tillsammans för 9,2 miljoner eller 59 procent av alla utländska övernattningar.

**TABELL 10**

Övernattningar från utlandet och totalt antal övernattningar per region på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016, med förändring från 2015 samt andel utländska övernattningar av totalt antal övernattningar.

Källa: Tillväxtverket/SCB

Region	Utländska/inkommande			Totalt	
	Andel, % per region	Antal	Förändring 2015/16, i %	Antal	Förändring 2015/16, i %
Kronobergs län	39,5%	373 172	-0,6%	943 746	5,4%
Värmlands län	36,0%	771 299	-4,7%	2 140 861	3,3%
Stockholms län	35,2%	4 729 377	4,3%	13 438 009	3,6%
Västra Götalands län	31,0%	3 028 038	2,9%	9 777 379	1,1%
Norrbottnens län	30,4%	703 533	-1,1%	2 313 054	1,0%
Jönköpings län	27,5%	465 557	-1,5%	1 693 806	3,2%
Blekinge län	24,9%	238 592	1,4%	959 736	2,4%
Skåne län	24,0%	1 414 966	10,2%	5 888 137	6,4%
Jämtlands län	20,7%	621 676	4,5%	3 000 164	2,6%
Västerbottens län	20,7%	362 110	-4,5%	1 748 070	6,0%
Örebro län	19,6%	248 947	4,0%	1 269 443	4,5%
Östergötlands län	18,8%	338 327	6,7%	1 800 246	1,5%
Kalmar län	16,9%	474 882	0,8%	2 810 834	3,4%
Uppsala län	15,4%	174 888	1,9%	1 137 795	-2,5%
Västernorrlands län	14,2%	166 118	-3,8%	1 167 373	-2,4%
Hallands län	13,8%	371 739	13,2%	2 702 653	-0,1%
Dalarnas län	13,5%	690 461	-3,3%	5 103 851	2,4%
Södermanlands län	12,7%	138 643	-0,9%	1 089 150	5,7%
Gotlands län	10,9%	111 937	4,7%	1 029 446	11,5%
Västmanlands län	9,9%	70 681	-19,6%	715 522	-1,6%
Gävleborgs län	9,3%	98 783	11,7%	1 067 182	7,0%
<b>Hela landet</b>	<b>25,2%</b>	<b>15 593 726</b>	<b>2,8%</b>	<b>61 796 457</b>	<b>2,9%</b>

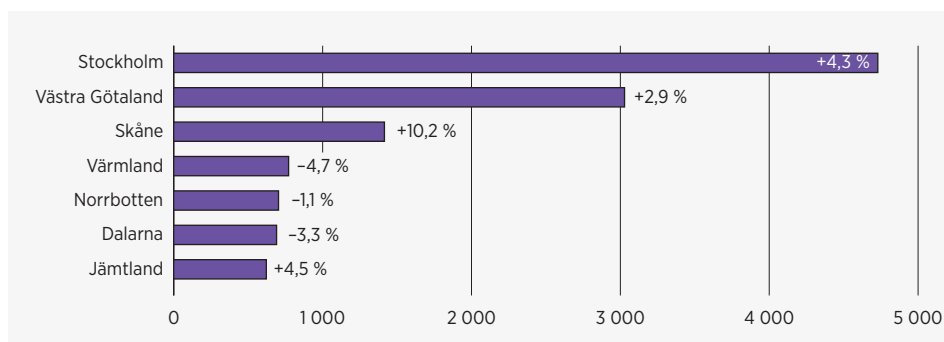
## Nästan var tredje övernattning från utlandet sker i Stockholms län

Stockholms län svarade för drygt 30 procent av alla utländska övernattningar i Sverige och volymerna ökade med 4,3 procent under 2016. Av de sju största regionerna var det i Skåne som övernattningarna ökade mest i relativa tal, plus 10,2 procent. I Värmland minskade antalet utländska övernattningar med 4,7 procent.

FIGUR 52

Övernattningar från utlandet i de sju största regionerna på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser 2016 (1 000-tal) med procentuell förändring 2015-2016

Källa: Tillväxtverket/SCB



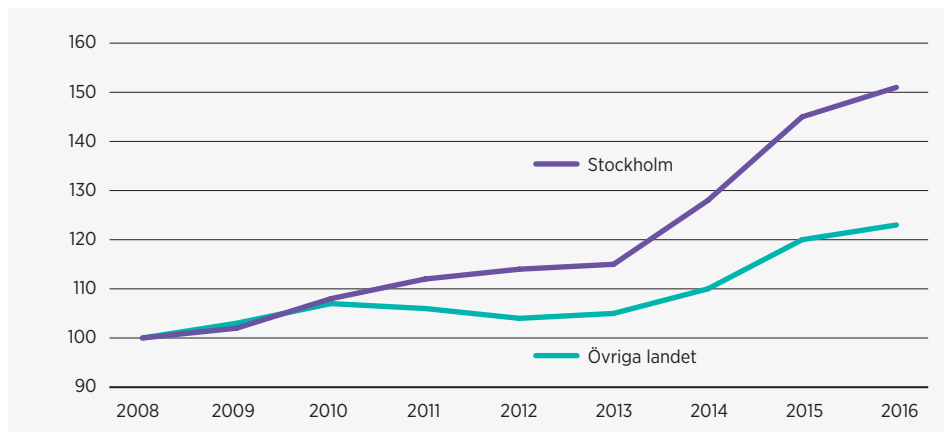
## Nästan hälften av ökningen sedan 2008 har skett i Stockholms län

Sedan 2008 har antalet utländska övernattningar i Sverige ökat med 30 procent eller 3,6 miljoner. Under motsvarande period har antalet utländska övernattningar i Stockholms län ökat med 1,6 miljoner eller med 51 procent. Nästan hälften av den totala ökningen av de utländska övernattningarna i Sverige sedan 2008 har därmed skett i Stockholms län.

FIGUR 53

Index för procentuell ökning av utländska övernattningar i Stockholms län i jämförelse med övriga landet på hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser. Index 2008 = 100.

Källa: SCB/Tillväxtverket



## Hög andel utländska båtnätter i gästhamnarna

Riksföreningen Gästhamnar i Sverige genomför en undersökning i syfte att mäta beläggningen i svenska gästhamnar. Den är ett viktigt komplement till Inkvarteringsstatistiken för att beskriva turismens utveckling i Sverige. Under 2016 var antalet utländska båtnätter (en båt en natt) i de svenska gästhamnarna 137 021, eller 37 procent av samtliga båtnätter. De största utlandsmarknaderna (mätt i andel av totalt antal utländska båtnätter) var Norge med 32 procent, Tyskland med 27 procent och Danmark med 19 procent. Sett till antalet utländska övernattningar (en gäst, en natt) var fördelningen per land densamma. Totalt registrerades 356 281 utländska övernattningar under 2016.

**TABELL 11**

Båtnätter i svenska gästhamnar, privata fritidsbåtar per utlandsmarknad/land 2016.

Land	Antal	Andel i procent
Norge	44 440	32%
Tyskland	37 033	27%
Danmark	25 923	19%
Finland	11 110	8%
Holland	7 406	5%
Övr Europa	7 406	5%
Världen	3 703	3%
<b>Totalt</b>	<b>137 021</b>	<b>100%</b>

\* Beräknat på de hamnar som lämnat statistik på nationer, totalt 165

Källa: Tillväxtverket/ RGS

**TABELL 12**

Gästnätter i svenska gästhamnar, privata fritidsbåtar per utlandsmarknad/land.

Land	Antal	Andel i procent
Norge	115 551	32%
Tyskland	96 292	27%
Danmark	67 405	19%
Finland	28 888	8%
Holland	19 258	5%
Övr Europa	19 258	5%
Världen	9 629	3%
<b>Totalt</b>	<b>356 281</b>	<b>100%</b>

\* Beräknat på de hamnar som lämnat statistik på nationer, totalt 165

Källa: Tillväxtverket/ RGS

## Utländskt ägande av fritidshus ökar

Som ett komplement till Inkvarteringsstatistiken och gästhamnsstatistiken beskriver statistik över det utländska fritidshusägandet i Sverige också utvecklingen av den inkommande turismen till Sverige. Under 2016 fanns det totalt 576 806 fritidshus i Sverige. 37 492 eller närmare 7 procent hade utländska ägare. Under 2016 ökade antalet fritidshus med ägare från Norge, medan antalet med ägare från Danmark och Nederländerna minskade något.

**TABELL 13**

Fritidshus med utländska ägare i Sverige 2016.

Källa: SCB

Fritidshus med utländska ägare från:	Antal	Andel av totalt antal fritidshus med utländska ägare i %	Förändring 2015/16, i %
Danmark	11 025	29,4	-2,1
Norge	11 711	31,2	2,1
Tyskland	10 111	27,0	0,0
Nederländerna	1 393	3,7	-1,4
Övriga länder	3 252	8,7	2,7
<b>Totalt</b>	<b>37 492</b>	<b>100,0</b>	<b>0,1</b>

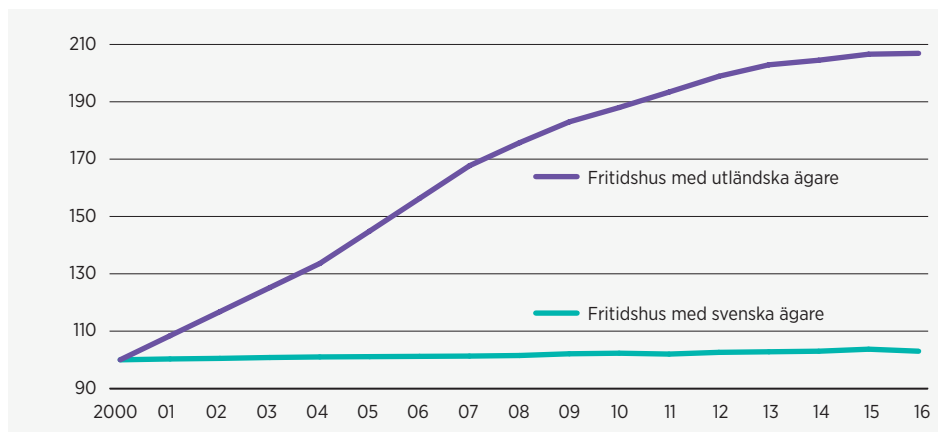
## Fördubbling av antalet fritidshus med utländska ägare sedan 2000

Sedan 2000 har antalet fritidshus i Sverige ökat med totalt 39 860, från 536 946 till 576 806, motsvarande drygt 7 procent. Under samma period har antalet fritidshus med utländska ägare ökat kraftigt, från 18 100 till 37 492 vilket motsvarar en ökning med 107 procent. Motsvarande ökning av antalet fritidshus med svenska ägare var 3 procent. Av de utländska ägarna kom sammanlagt 91 procent från Danmark, Norge, Tyskland och Nederländerna.

**FIGUR 54**

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

Källa: SCB





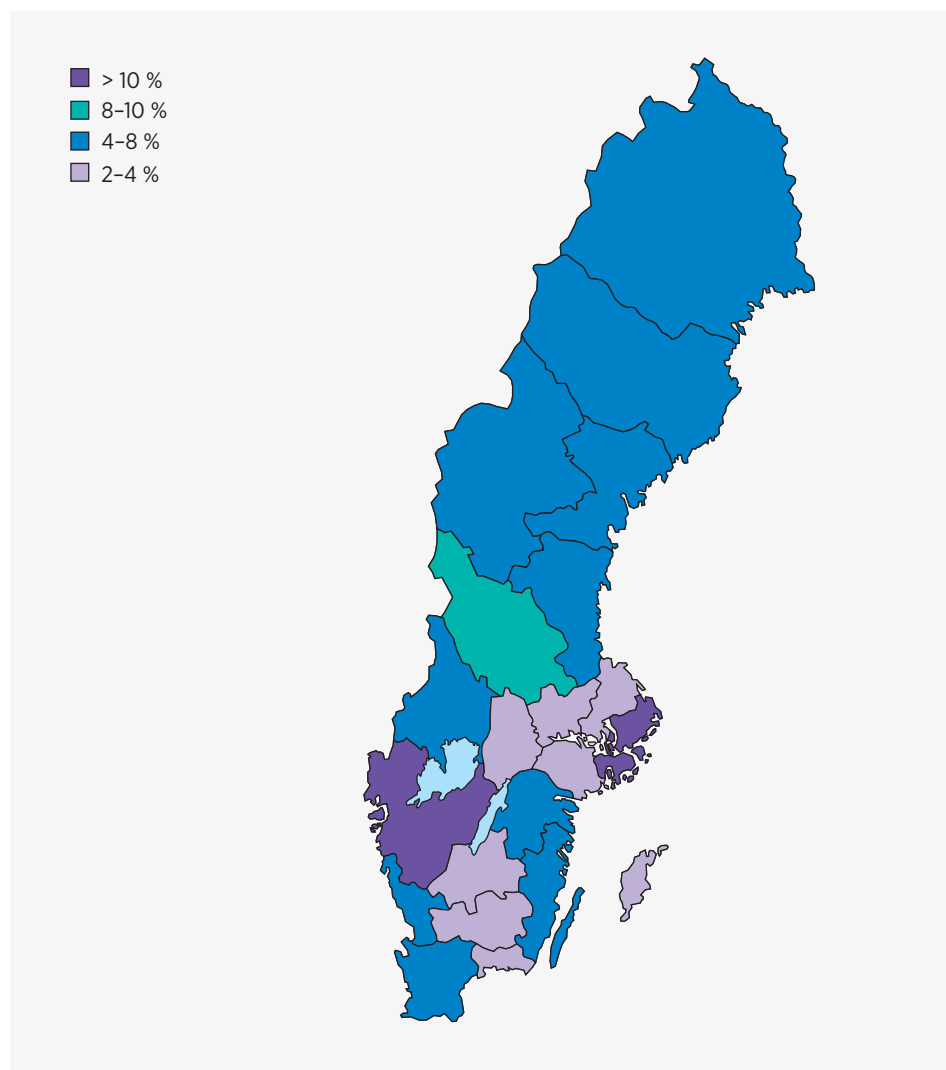
## Flest fritidshus med utländska ägare i Västra Götaland och Stockholm

Fritidshus med utländska ägare finns i första hand i storstadsregionerna och Dalarna. Under 2016 var antalet störst i Västra Götaland med 74 662 eller nästan 13 procent av alla fritidshus i landet med utländska ägare, följt av Stockholm med 70 948 motsvarande 12 procent. Även Dalarna hade en hög andel, drygt 8 procent, liksom Skåne 7 procent.

**FIGUR 55**

Riksandel av totalt antal fritidshus med utländska ägare i Sverige 2016 i procent.

Källa: Tillväxtverket/ SCB

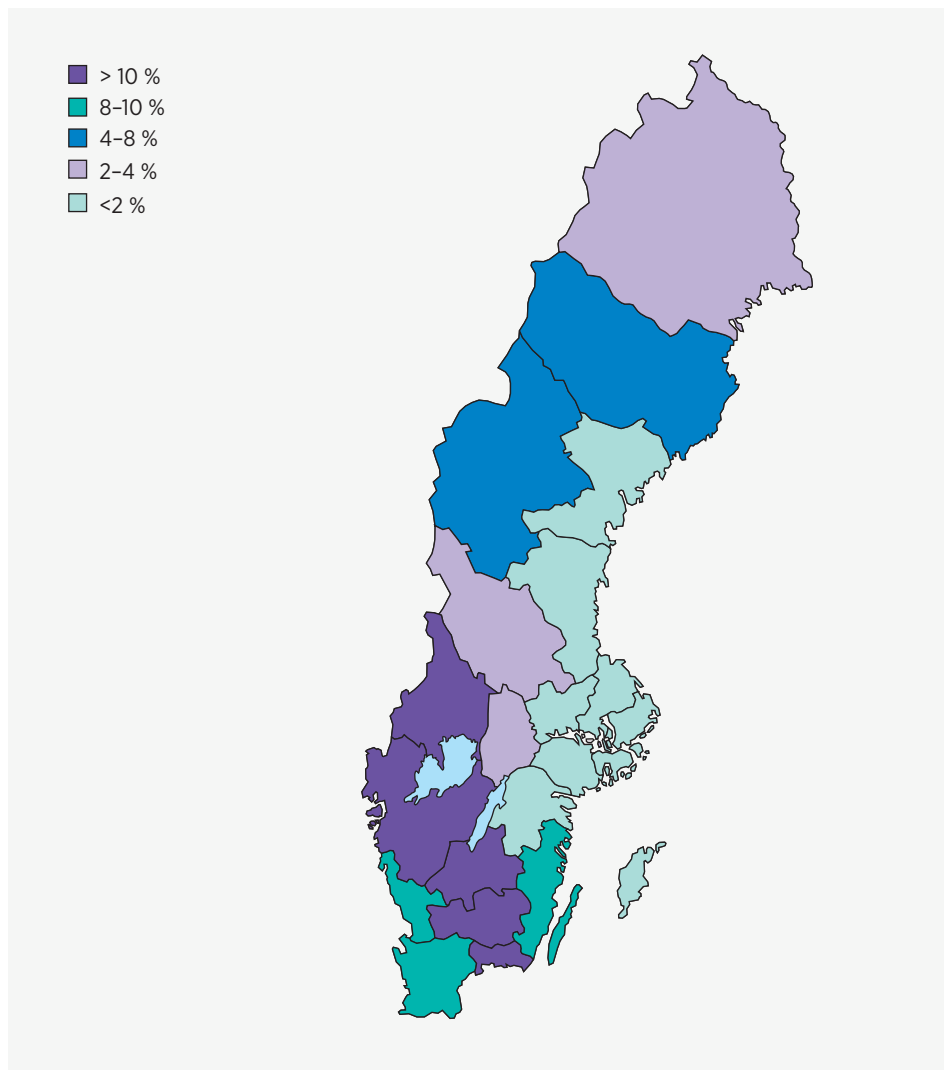


Sett till andelen utlandsägda fritidshus per region låg Kronobergs län högst där 40 procent av fritidshusen var utlandsägda. Andra regioner där en stor del av fritidshusen hade utländska ägare var Värmland med 24 procent. Gotland, Södermanland, Västmanland, Stockholm och Uppsala var de regioner i Sverige som hade lägst andel fritidshus med utländska ägare, med mindre än en procent av beståndet.

**FIGUR 56**

Regional andel av totalt antal fritidshus med utländska ägare i Sverige 2016 i procent.

Källa: Tillväxtverket/ SCB



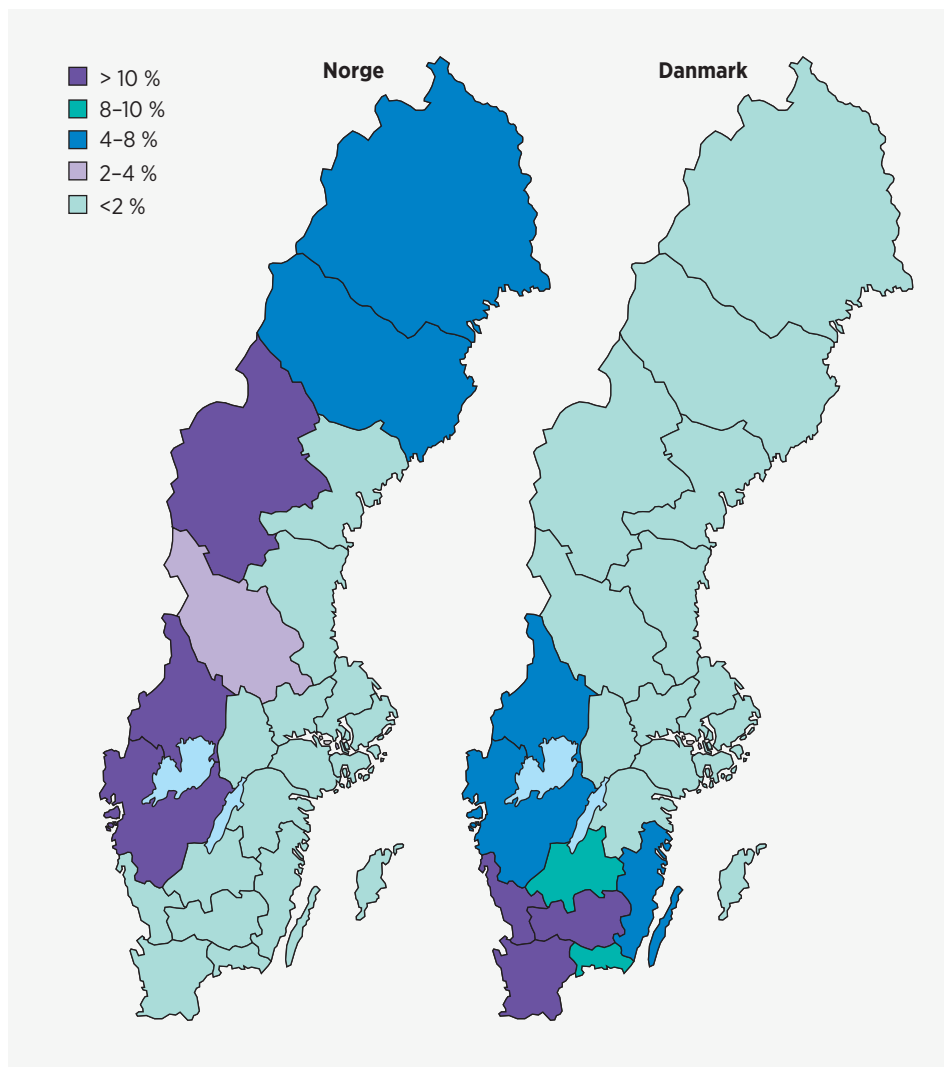
## Flest utländska fritidshusägare från Norge

Under 2016 hade 11 711 fritidshus i Sverige ägare från Norge, i första hand fritidshus i de västra och norra delarna av landet. Flest fritidshus, 40 procent av dessa, låg i Västra Götalands län. Därefter följde Värmland med 32 procent och Jämtland med närmare 12 procent. Under samma period hade 11 025 svenska fritidshus danska ägare. Ägandet var koncentrerat till regioner i södra och västra Sverige. Flest hus låg i Kronoberg, 29 procent, följt av Skåne med närmare 25 procent.

**FIGUR 57**

Fördelning av fritidshus per län med utländska ägare från Danmark respektive Norge i procent.

Källa: Tillväxtverket/ SCB



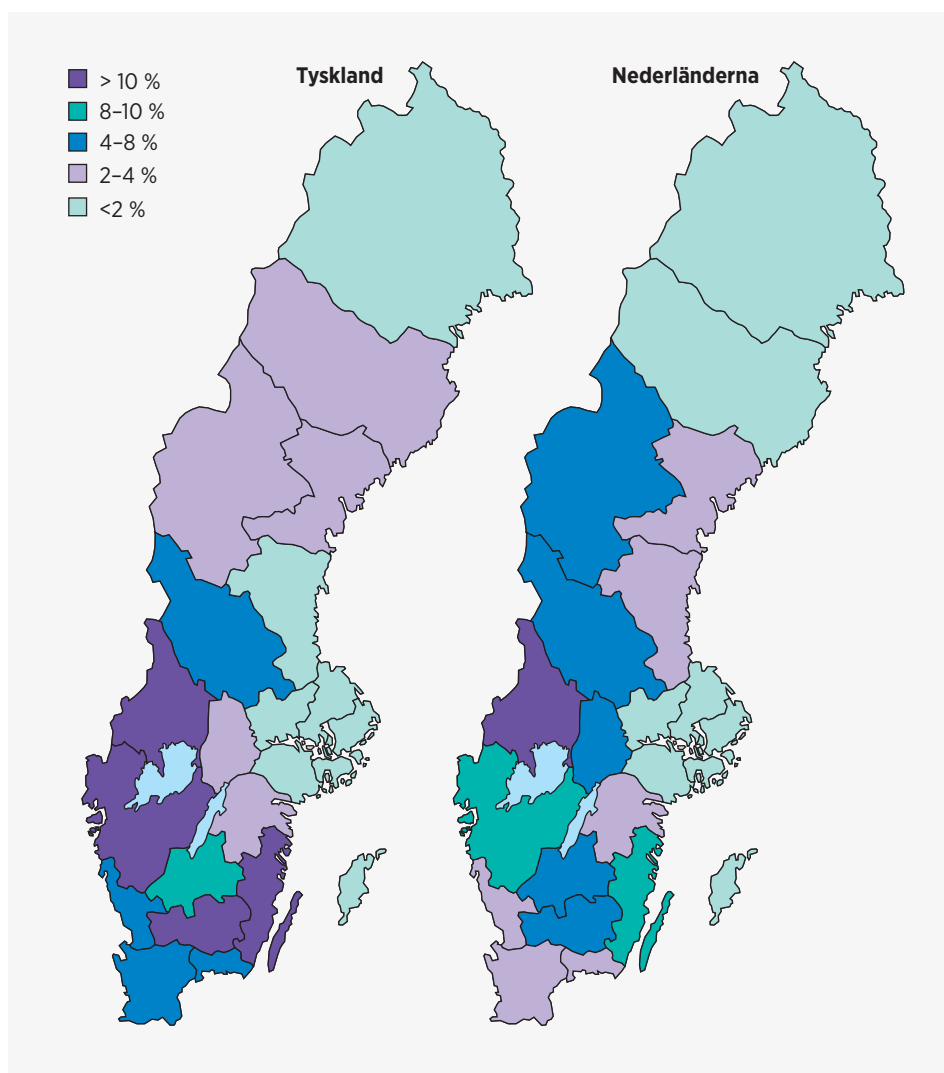
## Flest ägare från Tyskland och Nederländerna i söder och väster

Antalet fritidshus med tyska ägare var 10 111 under 2016. Ägandet var koncentrerat till regioner i södra och västra Sverige. 20 procent av dessa låg i Kalmar län, 16 procent i Västra Götaland och 13 procent i Kronoberg. De totalt 1 393 fritidshusen med ägare från Nederländerna var starkt koncentrerade till Värmland. 41 procent av husen låg i Värmland.

**FIGUR 58**

Fördelning av fritidshus per län med utländska ägare från Tyskland respektive Nederländerna i procent.

Källa: Tillväxtverket/ SCB



# 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 produktionssidan. 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. Förenta Nationernas världsturismorganisation, UNWTO, (United Nations World Tourism Organization), har i samverkan med flera internationella organisationer utarbetat rekommendationer för de begrepp som används i turismstatistiken. Rekommendationerna finns redovisade i publikationen "Turismens begreppsnyckel" som finns att hämta på [www.tillvaxtverket.se/publikationer](http://www.tillvaxtverket.se/publikationer). Definitionerna för några av de grundläggande begreppen 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 som summan av de inhemska och inkommande volymerna i Sverige under rubriken "Turism i Sverige". Den inkommande turismen redovisas också separat under avsnittet "Inkommande turism"

#### *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 antal internationella ankomster.

## **Källor till Fakta om svensk turism 2016**

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

### **World Tourism Organization (UNWTO)**

UNWTO 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 ekonomi, export och sysselsättning 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 arbetats fram av UNWTO i samarbete med OECD och näringsorganisationer. 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.

### **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. SCB har nyligen reviderat tidsserierna för resevalutan.

### **Inkvarteringsstatistik**

Inkvarteringsstatistiken är en del av Sveriges officiella statistik och produceras på Tillväxtverkets uppdrag av 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 belägningsgrad fördelade över tid och för olika delar av Sverige. Varje månad lämnar drygt 4 000 anläggningar data. Statistiken återrapporteras till dem som lämnat uppgifter. 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.

### **Gästhamnsstatistik**

Gästhamnsstatistiken samlas in av Riksföreningen Gästhamnar Sverige på uppdrag av Tillväxtverket. 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.

Gästhamnsstatistiken från år 2015 och framåt är inte jämförbar med tidigare år till följd av att Riksföreningen Gästhamnar i Sverige har bytt insamlingsmetod mellan 2014 och 2015 i syfte att öka kvaliteten i statistiken.

### **Statistik om fritidshus**

Statistiska Centralbyrån (SCB) sammanställer statistik över ägandet av fritidshus i Sverige. Uppgifterna innehåller information om ägarens nationalitet och var i landet fritidshuset är belägna.

### **ICCA-statistik**

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

## Källor

Tillväxtverket

Samt uppgifter från:

- World Tourism Organization (UNWTO)
- Nationalräkenskaperna (NR) vid SCB
- Sveriges Riksbank/SCB
- Riksföreningen Gästhamnar i Sverige (RGS)
- Statistiska Centralbyrån (SCB)
- International Congress and Convention Association (ICCA)



## **Vi stärker Sverige genom att stärka företagens konkurrenskraft**

Tillväxtverket ska skapa så bra förutsättningar som möjligt för företag i hela landet att vara konkurrenskraftiga. Det innebär att vi öppnar dörrar och river barriärer – för ett Sverige där fler företag vill, kan och vågar.

Kunskap, nätverk och finansiering är våra viktigaste verktyg. Tillväxtverkets insatser skapar direkta resultat hos de företag och aktörer som vi samverkar med, men även förutsättningar för företag och regioner att möta framtidens utmaningar. Vårt största enskilda uppdrag är att bidra till att EU-medel investeras i projekt för regional konkurrenskraft och sysselsättning.