



**Fakta om  
svensk turism**

2017

### **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, juli 2018

Digital: ISBN 978-91-88601-73-5

Rapport 0254

Foto omslag: Jonas Kullman

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

Martin Daniels, Sofi Sjöberg.

Telefon, växel 08-681 91 00

# Förord

Turism och besöksnäring är en växande sektor som genererar konsumtion inom flera olika branscher i svensk ekonomi. Turism sker i alla delar av landet, vilket betyder att besöksnäringen i Sverige är viktig för tillväxt och sysselsättning regionalt. Enligt internationella bedömningar kommer det globala resandet att öka med cirka tre procent per år fram till 2030 och Sverige har goda förutsättningar att ta del av denna ökning. Vår attraktionskraft som besöksland ligger såväl i storstäderna som i natur- och kulturtillgångar runtom i hela landet, som erbjuder det som framtidens besökare förväntas efterfråga.

Turismens tillväxtpotential möter samtidigt en stor utmaning i att växa hållbart. Sverige är ett land med stora avstånd som kräver en klimatsmarta transportlösningar för att hela Sverige ska kunna ta del av turismens tillväxt. Det handlar också om att etablera den grundservice som krävs för en destinations attraktionskraft för såväl lokalbefolkning som för besökare och företag, med tillgänglighet till kommersiell service, skola, vård och omsorg samt bostäder. Kan det bli praktiskt för människor att bo på landsbygd och glesbygd, med enkla transporter, god digital infrastruktur och tillgänglighet till service, då blir det också möjligt att starta och driva företag där.

För att besöksnäringen ska kunna nå sin fulla potential krävs en fungerande samverkan mellan det offentliga och det privata med tydliga roller och ansvarsområden som tar tillvara de styrkor som turism- och besöksnäring erbjuder och på ett effektivt sätt löser de utmaningar näringen står inför.

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 juli 2018

Christina Henryson  
Avdelningschef Kunskapsutveckling

# Sammanfattning

Turismen omsatte 317 miljarder kronor i Sverige 2017. Turismens andel av svensk ekonomi var i stort sett oförändrad på 2,8 procent av BNP men fortsatte att växa i relation till Sveriges totala export och sysselsättning. Den främsta drivkraften är en stark fortsatt ökning av utländsk konsumtion.

År 2017 blev ett starkt år för turismen i Sverige. De samlade turismutgifterna, alltså svenska och utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade med 7,4 procent jämfört med 2016 till totalt 317 miljarder kronor. Det är den kraftigaste ökningen sedan 2006. Turismen växer i takt med svensk ekonomi i stort, men visar en starkare utveckling vad gäller export och sysselsättning.

Under 2017 växte turismens exportvärde (utländska besökares konsumtion i Sverige) med 11,4 procent till totalt 134 miljarder kronor. Sveriges totala export av varor och tjänster ökade med 7 procent under samma period. Under 2017 ökade också turismens exportvärde som andel av Sveriges totala export till 6,4 procent, en andel som vuxit från 3,9 procent sedan år 2000. Turismens exportvärde har under perioden 2000 till 2017 ökat med 93 mdkr eller närmare 230 procent i löpande priser. Av turisternas totala konsumtionsutgifter på 317 miljarder stod utländska besökare för 42 procent. Denna andel har succesivt stigit under 2000-talet. År 2000 var andelen 27 procent.

Under 2017 stärktes även turismens effekter på personer i arbete i förhållande till den totala sysselsättningsutvecklingen i Sverige. Antalet sysselsatta som ett resultat av turism ökade med närmare 10 600 personer till 175 800. Detta motsvarar en ökning med 6,4 procent vilket kan jämföras med Sveriges totala sysselsättningsökning för 2017 på 2,3 procent.

## **Fortsatt ökning av gästnätter på kommersiella boendeanläggningar i Sverige**

Under 2017 ökade antalet gästnätter på kommersiella boendeanläggningar i Sverige för såväl svenska som utländska besökare. Totalt ökade gästnätterna med 2 procent jämfört med föregående år till 63,2 miljoner. I absoluta tal motsvarar detta 1,4 miljoner fler gästnätter jämfört med fjolåret. De svenska gästnätterna ökade med 2 procent, eller 800 000, till totalt 47 miljoner och de

utländska med 4 procent, eller 600 000, till totalt 16,2 miljoner. Sedan 2010 har det totala antalet gästnätter ökat med 19 procent. De svenska har ökat med 17 procent och de utländska med 25 procent.

## **Gästnätter från långväga marknader ökar snabbare**

Utvecklingen 2017 visar på ett svalare intresse från våra nordiska grannländer samtidigt som gästnätter från långväga besökare fortsätter att öka. Trenden är att gästnätterna från långväga besökare ökar i snabbare takt och därmed utgör en allt större del av den inkommande turismen till Sverige. Som helhet står det utomeuropeiska marknadsområdet nu för 24 procent av alla utländska övernattningar och är det som ökat mest sedan 2010 (139 procent) då andelen var 13 procent. Jämfört med 2016 ökade de utomeuropeiska gästnätterna med 14 procent. Marknadsområde Europa (utom Norden) ökade under samma period med 2 procent.

## **Storstadsregionerna ökar långsiktigt**

De tre storstadslänen stod tillsammans för 47 procent av det totala antalet gästnätter och en stor andel, 58 procent, av den totala ökningen om drygt 1,4 miljoner övernattningar under 2017. Stockholms län ökade med 5 procent, Västra Götaland med 2 procent medan antalet gästnätter i Skåne var oförändrat jämfört med fjolåret. I ett längre perspektiv är det storstadsregionerna som ökar mest. Sedan 2010 har gästnätterna i Stor-Stockholm, Stor-Göteborg och Stor-Malmö ökat med 40 procent, 33 procent samt 45 procent respektive jämfört med 21 procent för genomsnittet för riket.

## **Fortsatt stark tillväxt för privatresandet**

Antalet sålda rum på hotell ökade för både privat- och affärsresenärer med fyra procent vardera under 2017. Sedan 2010 har andelen privatresenärer ökat från 37 procent till 44 procent på hotellen. Den långsiktiga trenden med en växande andel privatresande är också tydlig i de data som redovisar svenska fritids- och affärsresenärers konsumtion i Sverige. Sedan 2000 har fritidsresenärernas konsumtion ökat med närmare 90 procent i löpande priser jämfört med affärsresenärernas konsumtion som under motsvarande period ökat med cirka 30 procent. Svenska fritidsresenärer stod för tre fjärdedelar av svenskarnas totala turismkonsumtion i Sverige under 2017. Sedan 2000 har andelen ökat från 65 procent till 73 procent.

<b>Kapitel 2</b>	
<b>Turism och resande i världen</b> .....	<b>7</b>
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Turismkonsumtion i Sverige</b> .....	<b>9</b>
<b>Kapitel 4</b>	
<b>Turismens exportvärde</b> .....	<b>16</b>
<b>Kapitel 5</b>	
<b>Sysselsättning</b> .....	<b>21</b>
<b>Kapitel 6</b>	
<b>Gästnätter på kommersiella boendeanläggningar</b> ...	<b>24</b>
<b>Kapitel 7</b>	
<b>Gästhamnsstatistik</b> .....	<b>37</b>
<b>Kapitel 8</b>	
<b>Fritidshusboende</b> .....	<b>39</b>
<b>Avslutande diskussion</b> .....	<b>41</b>
<b>Definitioner och källor</b> .....	<b>44</b>

## Kapitel 2:

# Turism och resande i världen

Det globala resandet nådde 1,323 miljarder internationella ankomster under 2017, en ökning med 84 miljoner eller 7 procent jämfört med 2016. Enligt FN:s världsturismorganisation, UNWTO, förutspås en global ökning av det internationella resandet till totalt 1,8 miljarder resor till 2030.

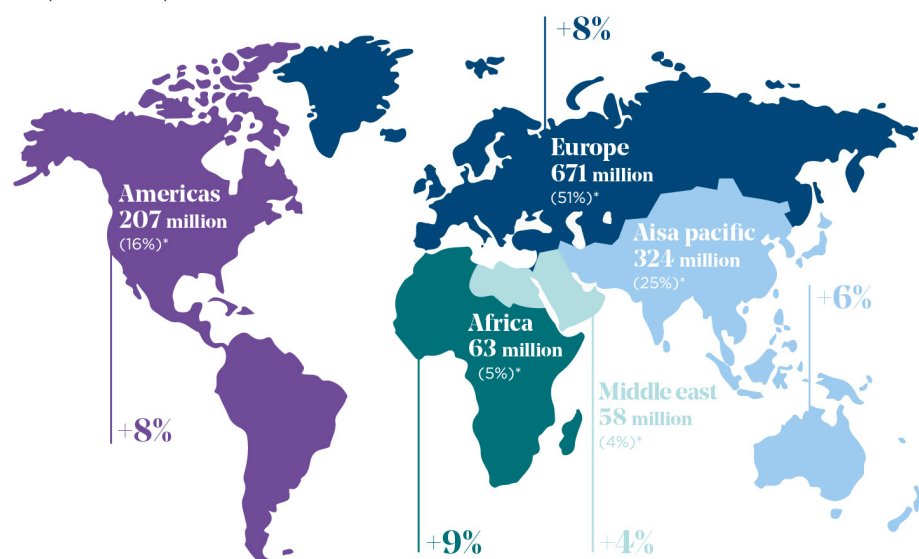
## Antalet ankomster ökade mest i Afrika och Europa under 2017

Det globala resandet nådde 1,323 miljarder internationella ankomster under 2017, en ökning med 84 miljoner eller 7 procent jämfört med 2016. Resandet till och inom samtliga världsdelar ökade. Afrika, Nord- och Sydamerika och Europa var de världsdelar där resandet ökade mest under 2017 med ökningarna om 9 respektive 8 procent.

FIGUR 2.1

Internationella turistankomster 2017, andel och procentuell förändring jämfört med 2016.

Källa: UNWTO



## Världsturismorganisationen förutspår fortsatt tillväxt

2011 publicerade FN:s världsturismorganisation, World Tourism Organisation, UNWTO, en ny vision för det globala resandets förväntade utveckling fram till 2020 och 2030, "Tourism Towards 2030". Till 2030 förväntas det globala resandet ha ökat med drygt 90 procent till totalt 1,8 miljarder resor. Resandet till och inom Europa förutspås växa med drygt 50 procent till totalt 744 miljoner resor 2030.

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

Afrika med en årlig tillväxt på cirka fem procent förväntas vara den region där resandet ökar mest fram till 2030. Asien och Stillahavsregionen som idag står för cirka 25 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.





## Kapitel 3:

# Turismkonsumtion i Sverige

Turismen i Sverige omsatte totalt 317 miljarder kronor under 2017. Det motsvarar en ökning på 7,4 procent jämfört med året innan. De utländska besökarnas konsumtion i Sverige ökade med 11,4 procent och de svenska besökarnas konsumtion ökade med 4,6 procent.

## Fortsatt ökning av turismkonsumtionen i Sverige

Den totala turismkonsumtionen i Sverige ökade med 21,8 miljarder kronor eller 7,4 procent under 2017 och uppgick till 317 miljarder. Sedan år 2000 har turismkonsumtionen i Sverige ökat med totalt 167 miljarder kronor eller 111 procent i löpande priser, vilket motsvarar en genomsnittlig årlig ökning på omkring 4,5 procent sedan 2000.

Turismens exportvärde, det vill säga värdet av utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade med 13,5 miljarder kronor eller 11,4 procent och uppgick till 134 miljarder kronor under 2017. Sedan år 2000 har turismens exportvärde ökat med 93 miljarder kronor eller 229 procent i löpande priser. Exportvärdets andel av den totala turismkonsumtionen har under samma period ökat från 27 till 42 procent.

Turismens andel av Sveriges 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.

TABELL 3.1

Nyckeltal 2000–2017, löpande priser, miljarder kronor.

Källa: Tillväxtverket/SCB

År	Total turismkonsumtion i Sverige	Svensk turismkonsumtion i Sverige	Utländsk turismkonsumtion i Sverige	Turismens 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	77 457	147 302	2,7
2009	236 181	165 576	70 606	78 661	148 900	2,8
2010	231 350	158 710	72 460	77 406	140 900	2,6
2011	244 467	168 291	76 176	83 133	144 500	2,7
2012	253 427	173 404	80 024	87 789	153 600	2,8
2013	252 382	170 875	81 507	87 431	151 600	2,7
2014	262 572	169 116	93 456	90 018	152 000	2,7
2015	276 510	170 011	106 499	96 052	154 100	2,7
2016	295 566	175 438	120 128	102 976	165 200	2,7
2017	317 389	183 542	133 847	109 713	175 800	2,8
2016/17 i %	7,4%	4,6%	11,4%	6,5%	6,4%	
2000/17 i %	111%	68%	229%	111%	34%	

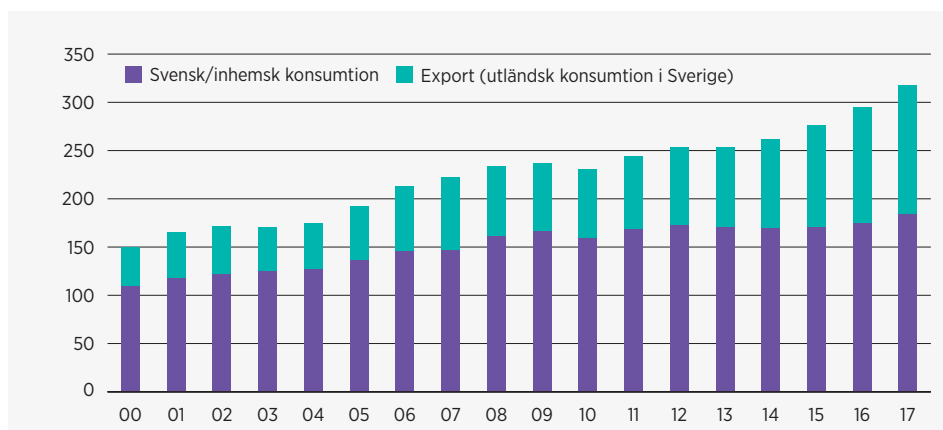
## Stark konsumtionsökning från utländska turister

De samlade turismutgifterna, alltså svenska och utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade med 7,4 procent till 317 miljarder (motsvarande en volymökning på 5,5 procent) vilket är den högsta tillväxttakten för turismen sedan 2006. Förklaringen ligger främst i en stark ökning av de utländska besökarnas konsumtion i Sverige. Här ser vi en ökning på 11 procent 2017 jämfört med året innan. Av den totala turismkonsumtionen i Sverige svarar utländska besökare nu för drygt 42 procent. För svenska besökare i Sverige ökade turismutgifterna med 4,6 procent under 2017.

FIGUR 3.1

Turismkonsumtion i Sverige, miljarder kronor.

Källa: Tillväxtverket/SCB



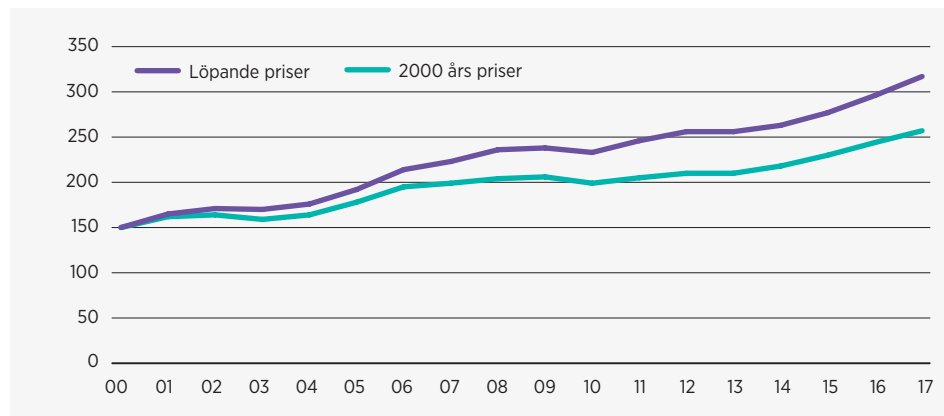
### Turismkonsumtionen ökar i genomsnitt med närmare 5 procent om året

Sedan år 2000 har den totala turismkonsumtionen i Sverige ökat med totalt 167 miljarder kronor eller 111 procent i löpande priser, vilket motsvarar en genomsnittlig ökningstakt på omkring 4,5 procent per år. Uttryckt i fasta priser (med hänsyn till inflationen) har ökningen varit 71 procent sedan år 2000.

**FIGUR 3.2**

Utveckling av den totala turismkonsumtionen i Sverige, miljarder kronor.

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Turismen utgör knappt 3 procent av Sveriges ekonomi

Sveriges bruttonationalprodukt, BNP, uppgick till 4 604 miljarder kronor år 2017. Jämfört med 2016 ökade BNP med 2,4 procent. Turism och resande står för en oförändrad och stabil relation till BNP och steg svagt till 2,8 procent under 2017. Förändringar i andelarna har snarare att göra med upp- och nedgångar i ekonomin i stort än med upp- eller nedgångar inom turismen. För att få en uppfattning om turismens relativa storlek i förhållande till andra branscher så bidrar exempelvis handeln med cirka 11 procent av BNP, tillverkningsindustrin med 15 procent medan finans- och försäkringsbranschens BNP-andel ligger på omkring 5 procent.

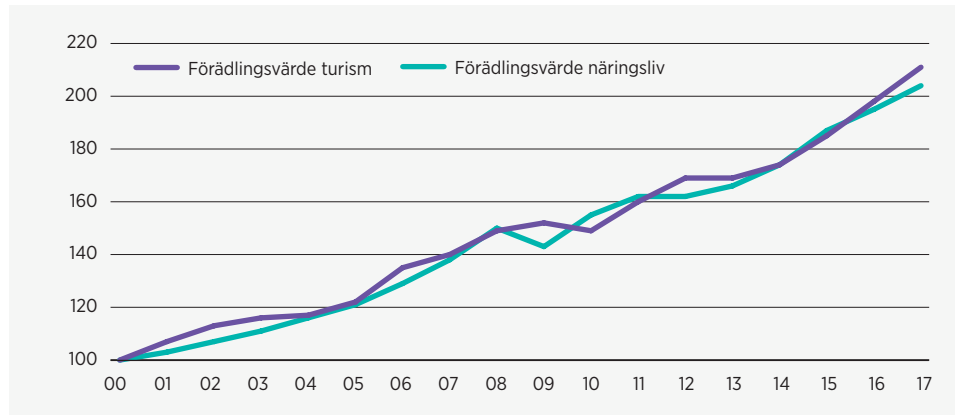
### Turismen utvecklas i takt med övrigt näringsliv

För att kunna jämföra hur turismen utvecklas i förhållande till övriga ekonomin beskrivs utvecklingen av förädlingsvärde som används för att beräkna BNP från produktionssidan. Detta för att undvika att produktion som sker i flera steg ska räknas dubbelt. Näringslivet står för nästan 80 procent av förädlingsvärdet i BNP medan resterande del kommer från främst offentlig sektor. Turismens förädlingsvärde uppgick 2017 till 109,7 miljarder kronor, motsvarande 3,4 procent av näringslivets sammanlagda förädlingsvärde eller 2,8 procent av svenska ekonomins totala förädlingsvärde. Jämfört med 2016 ökade turismens förädlingsvärde 6,5 procent medan näringslivets totala förädlingsvärde ökade med 4,4 procent under samma period. Sedan år 2000 har näringslivets totala förädlingsvärde ökat med 104 procent i löpande priser medan turismens förädlingsvärde ökat med 111 procent.

**FIGUR 3.3**

Turismens förädlingsvärde i förhållande till näringslivets totala förädlingsvärde Index 2000=100.

Källa: Tillväxtverket/SCB



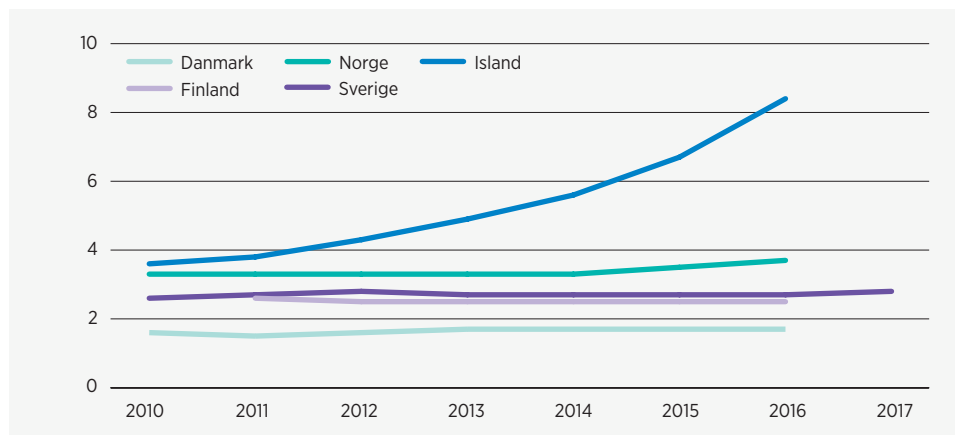
### Svensk turism i ett nordiskt perspektiv

I ett nordiskt perspektiv så är turismen i relation till BNP högre i Sverige jämfört med Finland och Danmark, men lägre än i Norge och på Island. Den isländska turismen har ökat kraftigt de senaste åren, bland annat som ett resultat av ändrade internationella flygrutter, vilket syns tydligt i statistiken. 2016 närmade sig turismens andel av BNP på Island 9 procent vilket är en ovanligt hög notering, i linje med klassiska semesterdestinationer som till exempel Spanien där turismen 2016 bidrog med 11,2 procent av BNP.

**FIGUR 3.4**

Turismens relation till BNP i de nordiska länderna 2010–2017, procent.

Källa: OECD



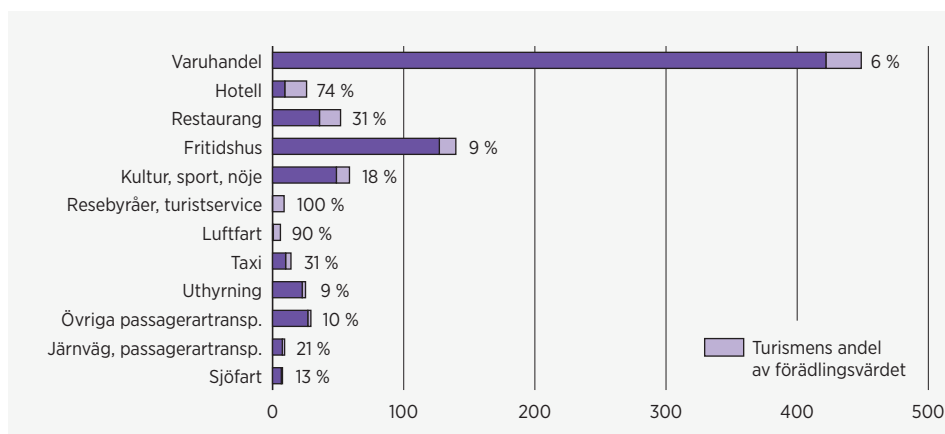
## Turismutgifter per bransch

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 90 procent av förädlingsvärdet var turismresor under 2017. Inom hotell uppgick turismens andel av det totala förädlingsvärdet 2017 till 74 procent och inom restaurang 31 procent. En stor andel av konsumtionen på restaurangerna görs av lokalbefolkningen som definitionsmässigt inte omfattas av turism. Inom varuhandeln var turismens andel av det totala förädlingsvärdet 6 procent vilket är oförändrat jämfört med året innan.

FIGUR 3.5

Totalt förädlingsvärde i miljarder kronor och turismens andel för olika branscher 2017.

Källa: Tillväxtverket/SCB



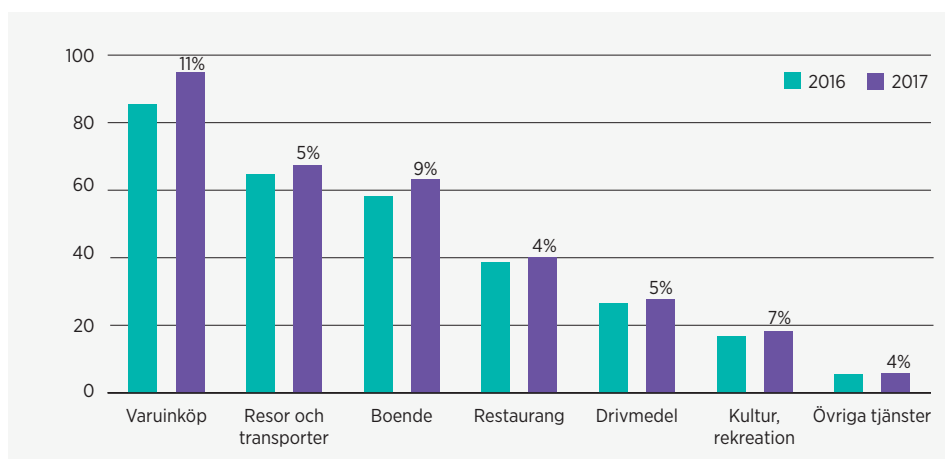
### Besökarna spenderar mest pengar på varuinköp

Sett från konsumtionssidan så spenderade besökarna mest pengar på varuhandel med shopping och inköp av livsmedel som kunde tillgodoräkna sig intäkter på närmare 95 miljarder kronor eller 30 procent av de totala turismutgifterna. Det är också det utgiftsområde som visar störst relativ ökning jämfört med 2016, totalt 11 procent. Resor och transporter med utgifter för exempelvis tågbiljetter, flygbiljetter, hyrbilar, taxi och sjöfart uppgick till 67,5 miljarder eller motsvarande 21,3 procent av de totala turismutgifterna. Boende och restaurang stod sammanlagt för 33 procent av de totala turismutgifterna. Vid en jämförelse med år 2000 har utgiften för restaurang och boende stärkt sin andel av den totala turismkonsumtionen samtidigt som utgifterna för resor och transporter har minskat.

FIGUR 3.6

Total turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgiftsområden, miljarder kronor, med förändring från 2016 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



Konsumtionen av kultur och övriga tjänster var med en sammanlagd omsättning på närmare 24 miljarder kronor eller knappt 8 procent av totalen den minsta sektorn. Inom sektorn återfinns konsumtion av kultur och natur i förädlad form. Dessa är ofta aktiviteter som bidrar till den attraktionskraft som lockar besökare till och inom Sverige och därmed också driver konsumtion inom övriga sektorer som till exempel boende och restaurang.

## Inhemsk turismkonsumtion ökar

Svenskarnas turismkonsumtion i Sverige steg med 4,6 procent år 2017 till totalt 183,5 miljarder kronor vilket är den största ökningen sedan år 2012. De stora posterna för den inhemska turismen var boende, resor och transporter samt varuinköp. Dessa poster stod sammanlagt för 75 procent av svenskarnas totala turismkonsumtion i Sverige. De största utgiftsökningarna jämfört med 2016 återfinns inom boende som ökade med 9 procent till totalt 55,2 miljarder, och restaurang som ökade med 5 procent till totalt 16,5 miljarder kronor under 2017.

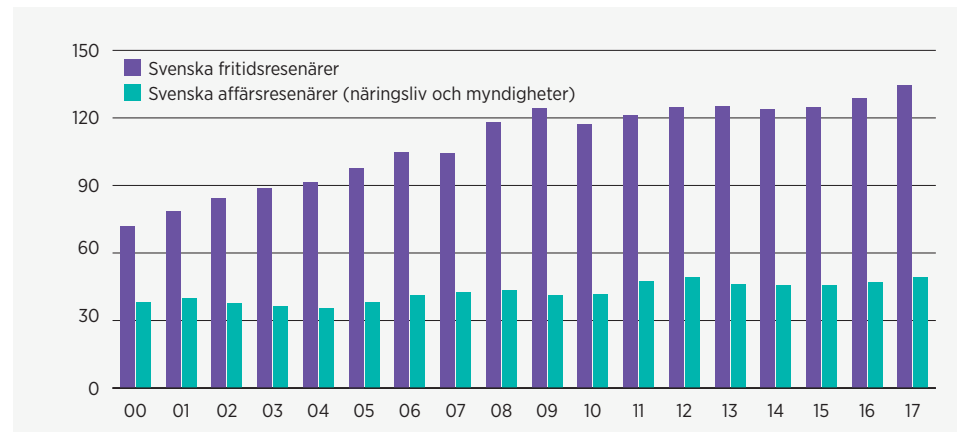
### Affärs- och fritidsresande i Sverige

Svenska fritidsresenärer stod för knappt tre fjärdedelar av svenskarnas totala turismkonsumtion i Sverige under 2017 medan resterande fjärdedel härrörde från arbetsrelaterad turism (resande i tjänsten). Under 2017 ökade de svenska fritidsresenärernas konsumtion i Sverige med 4,5 procent medan affärsresenärernas konsumtion ökade 4,9 procent. I det längre perspektivet är det dock fritidsresandet som ökar mest. Sedan år 2000 har fritidsresenärernas konsumtion ökat med närmare 90 procent i löpande priser jämfört med affärsresenärernas konsumtion som ökat med 30 procent. Sedan år 2000 har fritidsresandets andel ökat från 65 procent till 73 procent av den inhemska turismen. I genomsnitt har de svenska fritidsresenärernas konsumtion ökat med 4 procent per år sedan år 2000 medan affärsresenärernas konsumtion ökat med cirka 2 procent.

**FIGUR 3.7**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



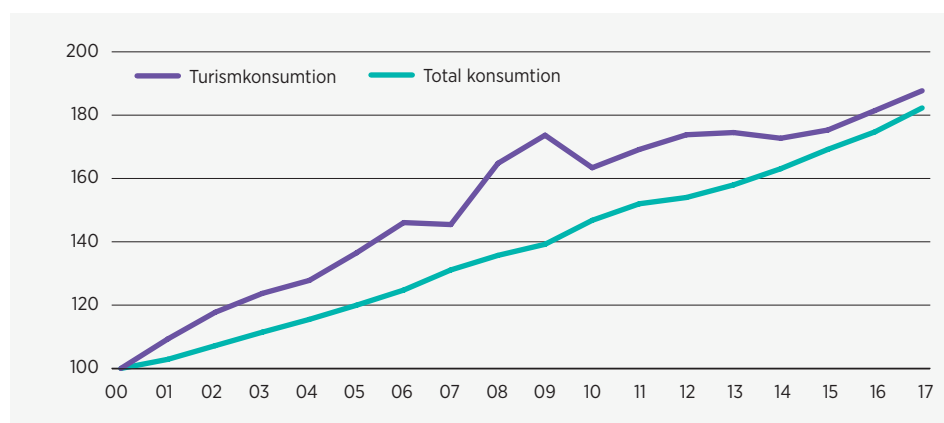
### Konsumtionen av resor ökar mer än hushållens totala konsumtion

Vid en jämförelse mellan hushållens totala konsumtion av varor och tjänster och konsumtion av fritidsresor inom Sverige utvecklas de svenska hushållens konsumtion av resor något starkare. Jämfört med 2016 uppvisade hushållens totala konsumtion en ökning på 4,1 procent medan hushållens konsumtion av resor i Sverige ökade med 4,5 procent. Svenska befolkningen spenderar också mer på resor till och i andra länder jämfört med vad utländska besökare spenderar i Sverige. Den svenska befolkningens ökande resande utomlands håller sannolikt, åtminstone delvis, tillbaka turismresorna i Sverige som därmed inte ökar lika kraftigt.

**FIGUR 3.8**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



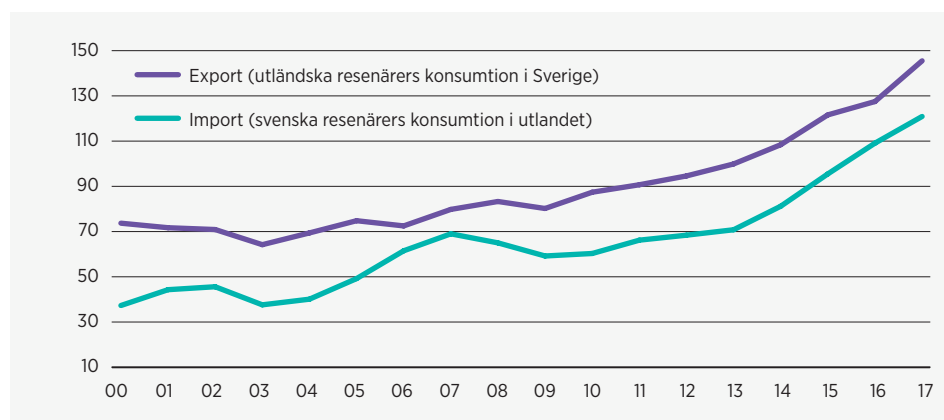
### Svenskar konsumerar mer på resor utomlands än vad utländska besökare konsumerar i Sverige

Sverige har under hela 2000-talet haft ett underskott från resor i bytesbalansen. Det innebär att den svenska befolkningen spenderar mer på resor i andra länder jämfört med vad de utländska besökarna spenderar i Sverige.

**FIGUR 3.9**

Betalningsbalans – Tjänstehandel i miljarder kronor efter export och import, kontopost<sup>1</sup> och år.

Källa: SCB, Betalningsbalansen



<sup>1</sup> Diagram baseras på posten resor i tjänstebalansen – ej samma uppgift som i TSA-beräkningarna, se detaljerad info under avsnitt "Definitioner och källor".

## Kapitel 4:

# Turismens exportvärde

Den samlade konsumtionen från utländska besökare i Sverige, turismens exportvärde, uppgick år 2017 till 134 miljarder kronor, en ökning med 11,4 procent jämfört med förra året. Sveriges totala export ökade under samma period med 7,0 procent. Turismens exportvärde har under perioden 2000 till 2017 ökat med 93 mdkr eller närmare 230 procent i löpande priser. Av turisternas totala konsumtionsutgifter på 317 miljarder stod utländska besökare för 42 procent. Denna andel har succesivt stigit under 2000-talet. År 2000 var andelen 27 procent.

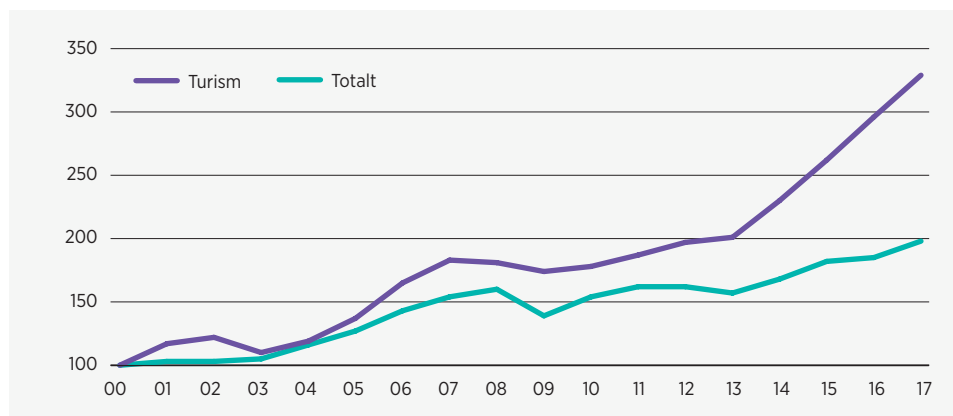
## Turismens exportvärde ökar snabbare än Sveriges totala export

Efter en kraftig nedgång under 2009, har Sveriges totala export av varor och tjänster ökat igen mellan 2010 och 2017, bortsett från en mindre nedgång under 2013. Sedan år 2000 har Sveriges totala export av varor och tjänster haft en god utveckling och ökat med 98 procent i löpande priser. Under motsvarande period har turismens exportvärde ökat mer än dubbelt så mycket, totalt med 229 procent.

**FIGUR 4.1**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB





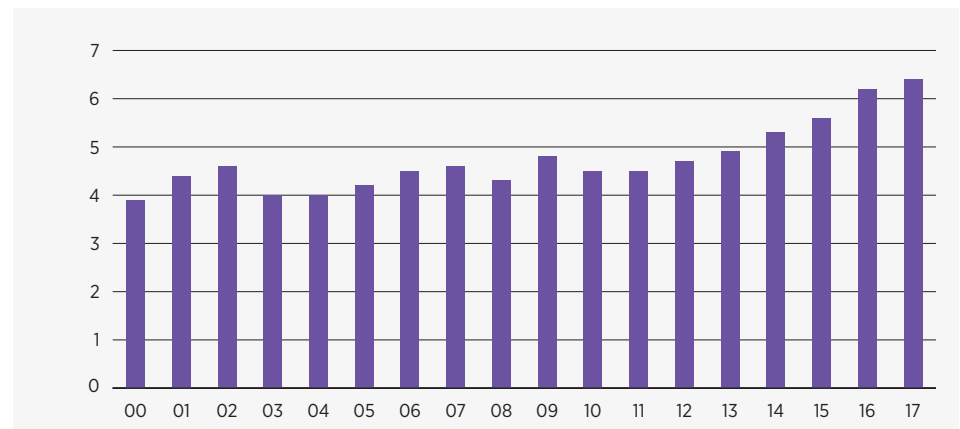
### Turismexporten ökar sin andel av Sveriges totala export

Internationell turism svarar för 7 procent av global utrikeshandel och är den tredje största exportnäringen, enligt FN:s världsturismorganisation, UNWTO. I Sverige utgör turismen också en betydande del av Sveriges samlade export. Andelen turism i relation till den totala exporten har under de senaste fem åren ökat från 4,7 procent (2012) till 6,4 procent (2017) och är därmed en av de snabbast växande exportnäringarna i Sverige. De utländska besökarnas andel av den totala turismkonsumtionen har genom den starka utvecklingen för inkommande turism ökat, från 27 procent år 2000, till 42 procent år 2017.

**FIGUR 4.2**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



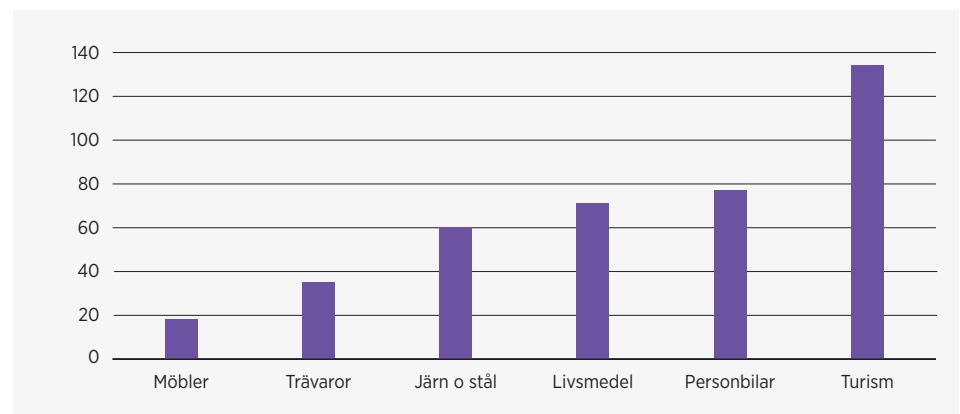
### Turismen exportvärde i relation till andra exportvaror

I förhållande till andra exportvaror är det samlade värdet av turismexporten förhållandevis högt. 2017 uppgick turismens exportvärde exempelvis till lika mycket som det sammanlagda värdet för Sveriges järn- och stållexport samt exporten av personbilar. Syftet med figurerna nedan är att illustrera värdets relativa storlek i förhållande till andra viktiga näringar. De utvalda sektorerna tjänar i detta sammanhang endast som exempel och syftar inte till att ge en heltäckande bild av alla delar av den svenska exporten.

**FIGUR 4.3**

Turismens exportvärde 2017 i relation till exportvärden för ett antal varuområden, miljarder kronor.

Källa: Tillväxtverket/SCB



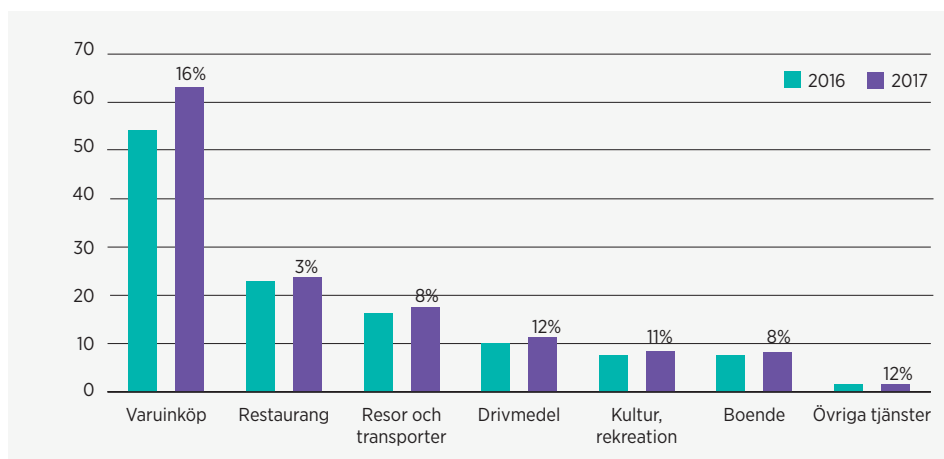
## Varuinköp största utgiftsposten för utländska besökare

Av de 134 miljarder kronor som utländska besökare spenderade i Sverige under 2017 var den största posten varuinköp (shopping inklusive dryck och livsmedel) som stod för drygt 47 procent av den utländska turismkonsumtionen i Sverige. Här ingår även gränshandeln. Den näst största utgiftsposten för de utländska besökarna var restaurangbesök som uppgick till 23,6 miljarder kronor, motsvarande 18 procent av den utländska turismkonsumtionen. De största utgiftsökningarna jämfört med 2016 återfinns inom varuinköp, drivmedel samt kultur och rekreation.

**FIGUR 4.4**

Utländsk turismkonsumtion i Sverige fördelad på olika utgiftsområden, miljarder kronor, med förändring från 2016 i procent.

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Gränshandel viktig del av den utländska turismkonsumtionen

Beräkningarna av inkommande turism baseras i hög grad på uppgifter om valutaväxling och användning av utländska betalkort i Sverige. I valutaposten ingår de inköp som gjorts i Sverige med utländska kontokort eller utländsk valuta, efter vissa justeringar för att exkludera icke-turistisk konsumtion. Den ganska omfattande gränshandel som förekommer längs norska gränsen är inkluderad i valutaposten. Enligt Norska Statistikbyråns redovisning utgjorde gränshandeln 14 miljarder svenska kronor 2016 och 15,3 miljarder 2017 motsvarande en ökning på närmare 10 procent. Andelen gränshandel av den utländska turismkonsumtionen i Sverige är relativt hög jämfört med turismkonsumtion i andra länder.

### En svag kronkurs påverkar på marginalen

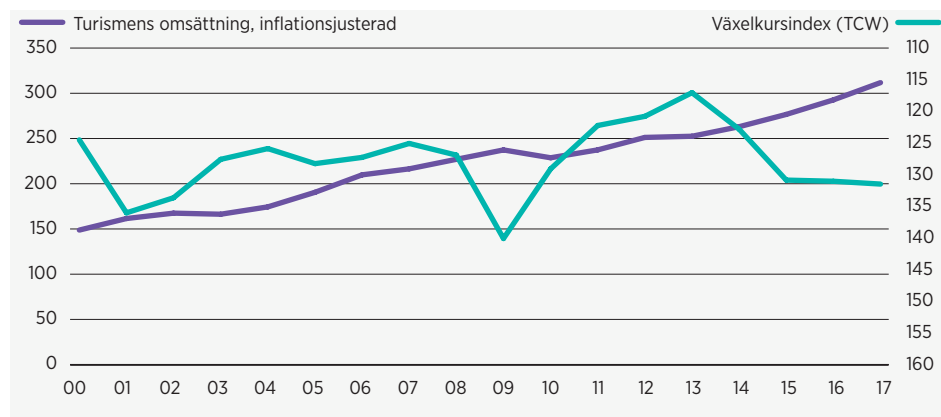
Turismutgifterna i Sverige har visat en stabil uppgång under 2000-talet. Under samma period har växelkursen varierat relativt mycket mot andra valutor. Turismutgifterna visar en svag koppling till valutakursen under den valda perioden. På marginalen påverkar naturligtvis växelkursen inköp och resebeslut, vilket innebär att den försvagade kronkursen kan ha bidragit till turismökningen i

Sverige under de senaste åren. Gränshandeln mot Danmark och Finland är i högre grad beroende av växelkursen, medan den norska gränshandeln mer påverkas av skatter och generella prisnivåskillnader på konsumtionsvaror i Sverige och Norge.

**FIGUR 4.5**

Turismens omsättning, miljarder kronor, och Växelkursindex (TCW).

Källa: Tillväxtverket/SCB och Riksbanken



## Internationell reseboom ger avtryck i Sverige

En viktig förklaring till ökningen av turismen i Sverige är en global trend med ökat internationellt resande. Enligt statistik från FN:s världsturismorganisation, UNWTO, så ökade de internationella flerdagsbesöken<sup>2</sup> globalt med 7 procent under 2017 och visar den högsta tillväxttakten på sju år. För Europa var ökningen i de norra delarna av kontinenten störst med bland annat Island (+39 procent) Norge (+12 procent), Sverige (+8 procent). Allt fler långväga besökare från andra kontinenter besöker Europa. Inkvarteringsstatistiken som mäter antalet övernattningar på kommersiella boendeanläggningar i Sverige visar till exempel att länder som USA och Kina nu ligger bland Sveriges topp-tio-marknader vad gäller utländska gästnätter.

### Stabil ökning av utländska gästnätter och internationella flygankomster

De utländska övernattningarna på samtliga boendeformer (hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter samt campingplatser) har likt de internationella ankomsterna med flyg visat på en stabil utveckling över tid. 2017 ökade de utländska övernattningarna med 4 procent till totalt 16,1 miljoner och de internationella ankomsterna med flyg ökade med 8 procent till totalt 15,5 miljoner. Utvecklingen sedan 2008 visar en ökning med 35 procent för utländska gästnätter och 45 procent för flyget.

<sup>2</sup> Internationella ankomster

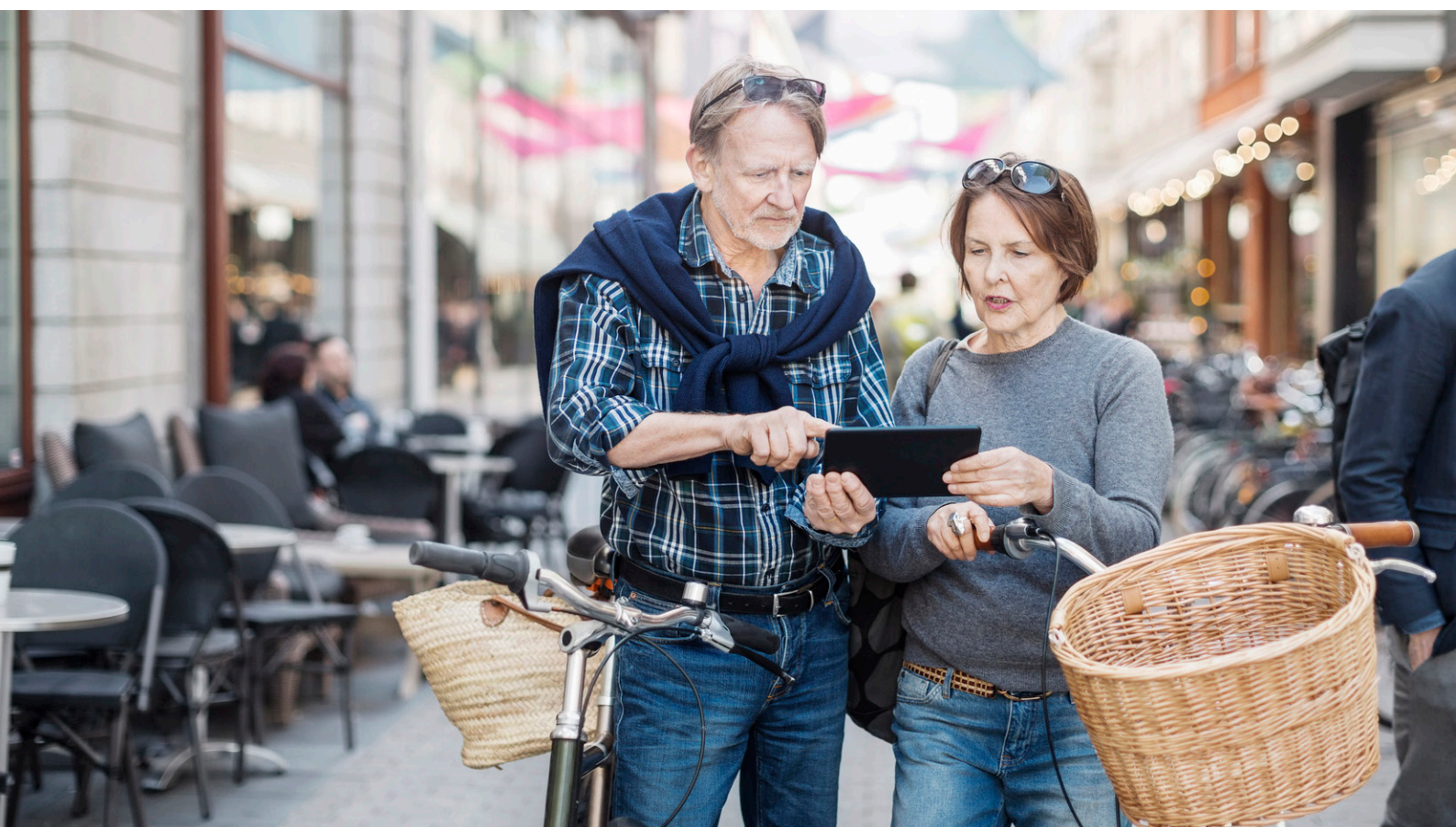
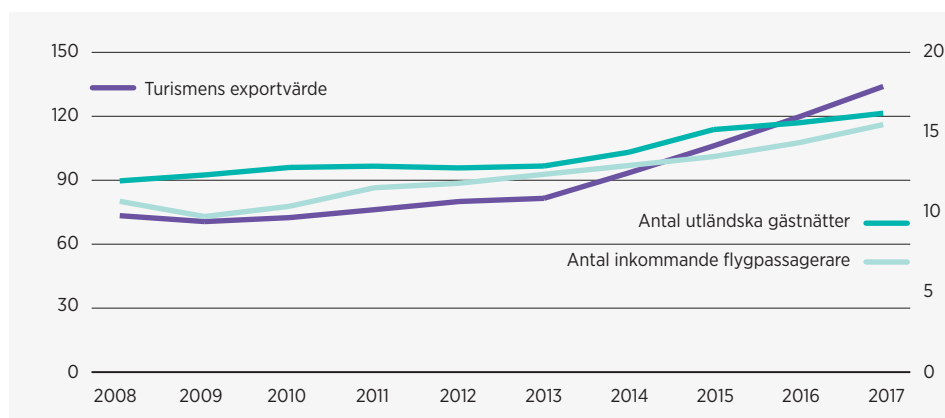
## Snabbare ökning av utländsk turismkonsumtion än volymer på flyg och boende

Turismens årsbokslut 2017 visar att de utländska besökarnas turismkonsumtion i Sverige har ökat snabbare än både antalet flygankomster och utländska gästnätter under de senaste åren. En bidragande orsak till den förhållandevis starka konsumtionsökningen kan vara en svag krona och ökad gränshandel. I inkvarteringsstatistiken och flygstatistiken syns inte de utländska dagsbesökarna som står för en stor del av turismens exportvärde genom till exempel handel över den norska gränsen. Inkvarteringsstatistiken visar inte heller utvecklingen för de utländska besökare som till exempel bor hos släkt och vänner eller som bor via boendeformer som till exempel Airbnb som blir en alltmer utbredd trend inom resandet.

**FIGUR 4.6**

Turismexport (Mdr SEK), internationella flygankomster samt gästnätter (miljoner) 2008–2017.

Källa: Tillväxtverket/SCB och Transportstyrelsen



## Kapitel 5:

# Sysselsättning

Antalet sysselsatta inom turismsektorn uppgick till 175 800 under 2017, en ökning med 6,4 procent jämfört med året innan. Under 2017 tillkom 10 600 nya jobb inom turismen (mätt som genomsnittligt antal anställda under året). Sysselsättningstillväxten inom turismen har varit särskilt stark under de två senaste åren och visar på en betydligt högre tillväxttakt jämfört med den totala sysselsättningen i Sverige.

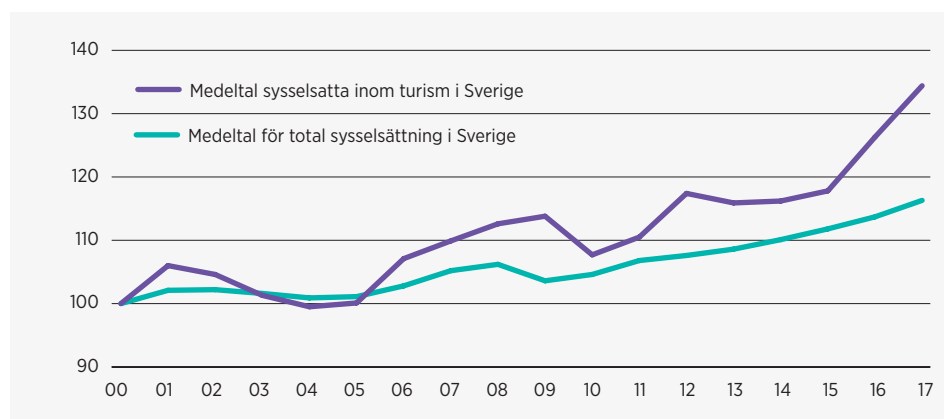
## Sysselsättningstillväxten högre inom turism

Antalet anställda som ett resultat av turism i Sverige ökade med 6,4 procent under 2017 jämfört med 2016. Sysselsättningstillväxten för svensk ekonomi som helhet låg under motsvarande period på 2,3 procent. Sedan 2000 har sysselsättningen som ett resultat av turism ökat med 34 procent medan den totala sysselsättningen under motsvarande period har ökat med 16 procent. En betydande del av turismens ökning har kommit efter 2010.

**FIGUR 5.1**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



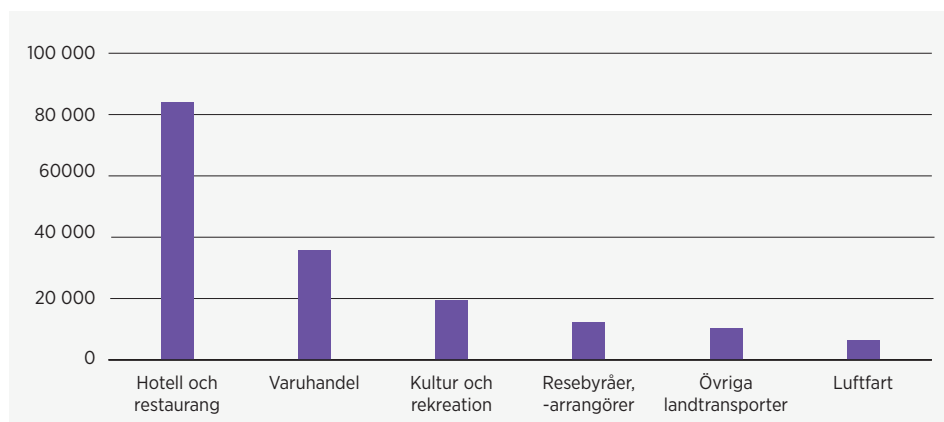
## Flest sysselsatta med turism inom hotell och restaurang

Av de totalt 175 800 personer som var sysselsatta inom turism 2017 arbetade flest inom hotell och restaurang. Branschen sysselsatte 83 900 personer som ett resultat av turism vilket motsvarar drygt 48 procent av alla sysselsatta inom turism. Den näst största branschen var varuhandeln som sysselsatte 35 800 personer, motsvarande 20 procent av alla sysselsatta inom turism. Därefter följer kultur och rekreation med 19 500 personer och resebyråer och turistservice som sysselsätter 12 100 personer.

FIGUR 5.2

Antal sysselsatta (personer, medeltal) med turism inom olika branscher 2017.

Källa: Tillväxtverket/SCB



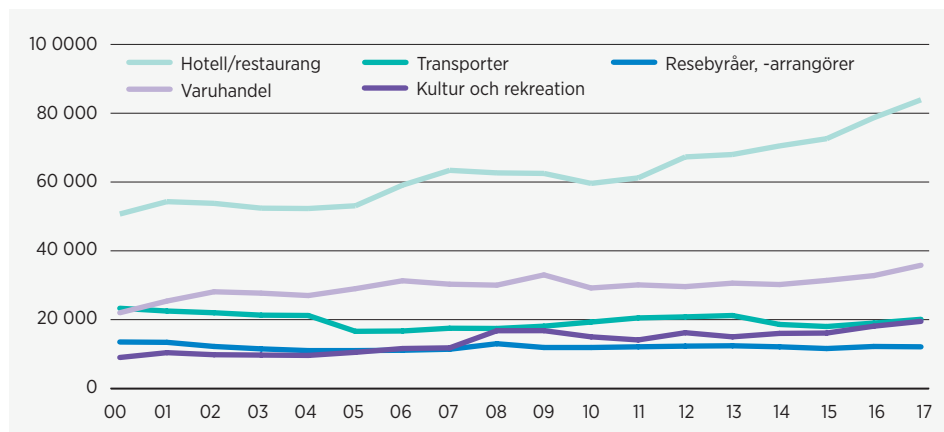
### Sysselsättningen inom hotell och restaurang har ökat med 65 procent sedan 2000

Sedan år 2000 har antalet sysselsatta med turism, i absoluta tal, ökat mest inom hotell och restaurangbranschen där 33 200 fler sysselsatta har tillkommit. Det motsvarar en ökning med 65 procent. Inom varuhandeln har motsvarande ökning varit 13 800 sysselsatta, en ökning med 63 procent. Den bransch som haft den procentuellt starkaste tillväxten är kultur och rekreation, som har ökat med 117 procent eller med 10 500 sysselsatta sedan 2000. Inom transportsektorn har sysselsättningen minskat med 14 procent under samma period och sysselsättningen inom resebyråer och resetjänster har också minskat, sammanlagt med 10 procent.

FIGUR 5.3

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



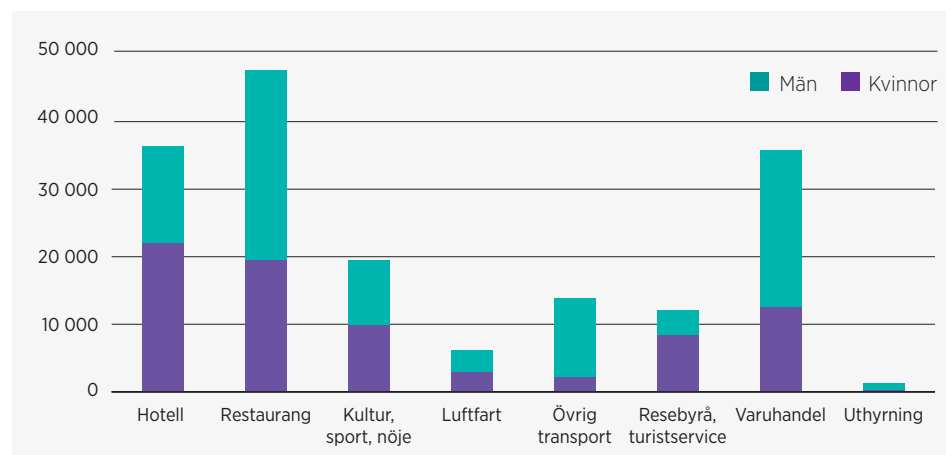
## Turism sysselsätter fler män än kvinnor

Av de totalt 175 800 sysselsatta inom turism 2017 var 55 procent män och 45 procent kvinnor. Uppdelat på respektive bransch inom besöksnäringen ser vi en betydande överrepresentation av män sysselsatta inom transport och varuhandel, medan andelen kvinnor är överrepresenterade inom hotell samt resebyrå och turistservice.<sup>3</sup>

**FIGUR 5.4**

Antal sysselsatta med turism inom ett antal utvalda branscher (personer medeltal) med fördelning per kön, procent 2017

Källa: Tillväxtverket/SCB



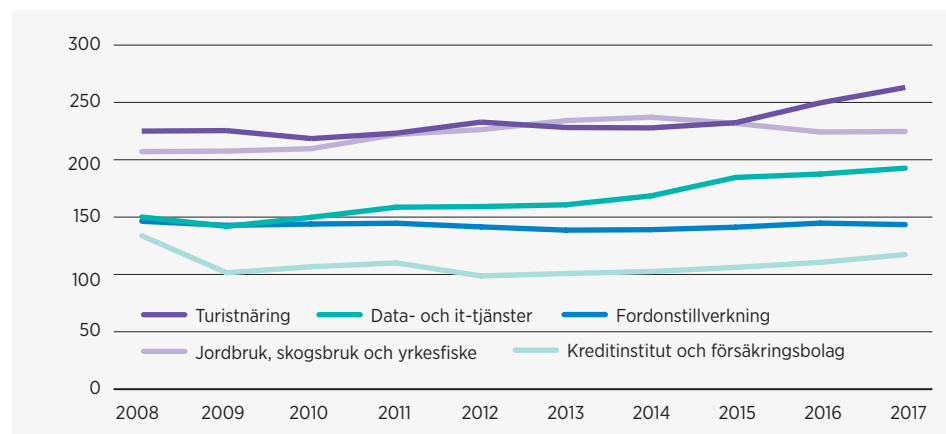
### Sysselsättningen inom turism jämfört med andra näringar

Sedan 2008 har antalet arbetade timmar inom besöksnäringen ökat med 17 procent, till 263 miljoner timmar. Sett till några andra viktiga näringar i Sverige konstaterar vi att dels har utvecklingen varit förhållandevis positiv och dels att turism är en viktig källa till sysselsättning. Utvecklingen av antalet arbetade timmar ligger i nivå med den för jordbruk, skogsbruk och fiske men turismen har dock haft en starkare utveckling under de två senaste åren. Syftet med figur 5.5 är att illustrera turismens effekter på sysselsättningen över tid i relation till sysselsättningsutvecklingen inom några utvalda näringsgrenar. De utvalda näringsgrenarna tjäna i detta sammanhang endast som exempel och syftar inte till att ge en heltäckande bild av alla delar av den svenska sysselsättningsutvecklingen.

**FIGUR 5.5**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



<sup>3</sup> Statistiken bygger på uppgift om könsfördelning från arbetskraftsundersökningen, AKU, där andelen kvinnor och män i respektive bransch används tillsammans med uppgiften om antalet sysselsatta per bransch från satellitkontot för turism. Se mer information om satellitkontoberäkningar för turism (TSA) och arbetskraftsundersökningen (AKU) under avsnitt *Definitioner och källor*.

## Kapitel 6:

# Gästnätter på kommersiella boendeanläggningar

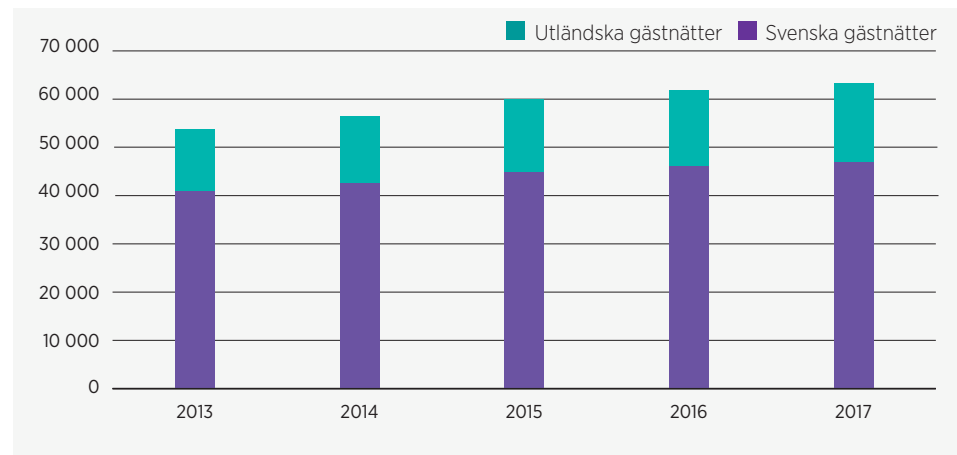
Antalet gästnätter på kommersiella boendeanläggningar i Sverige ökade för såväl svenska som utländska besökare under 2017. Utvecklingen 2017 visar på ett svalare intresse från våra nordiska grannländer samtidigt som gästnätter från långväga besökare fortsätter att öka.

Inkvarteringsstatistiken visar att antalet gästnätter på kommersiella boendeanläggningar<sup>4</sup> i Sverige ökade med 2 procent under 2017 jämfört med föregående år till totalt 63,2 miljoner. I absoluta tal motsvarar detta 1,4 miljoner fler gästnätter under 2017 jämfört med fjolåret. De svenska gästnätterna ökade med 2 procent, eller 800 000, till totalt 47 miljoner och de utländska med 4 procent, eller 600 000, till totalt 16,2 miljoner. Under den senaste 5-årsperioden har det totala antalet gästnätter ökat med 18 procent eller totalt 9,5 miljoner. De svenska gästnätterna har ökat med 15 procent medan de utländska har ökat med 26 procent. Andelen utländska gästnätter har under perioden ökat från 24 procent till 26 procent.

**FIGUR 6.1**

Svenska och utländska gästnätter på samtliga boendeformer, 2013–2017 (tusental).

Källa: Tillväxtverket/SCB



<sup>4</sup> Hotell, stugbyar, vandrarhem, kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) samt campingplatser med minst 5 rum eller 9 bäddar



## Gästnätter per nationalitet och marknadsområde

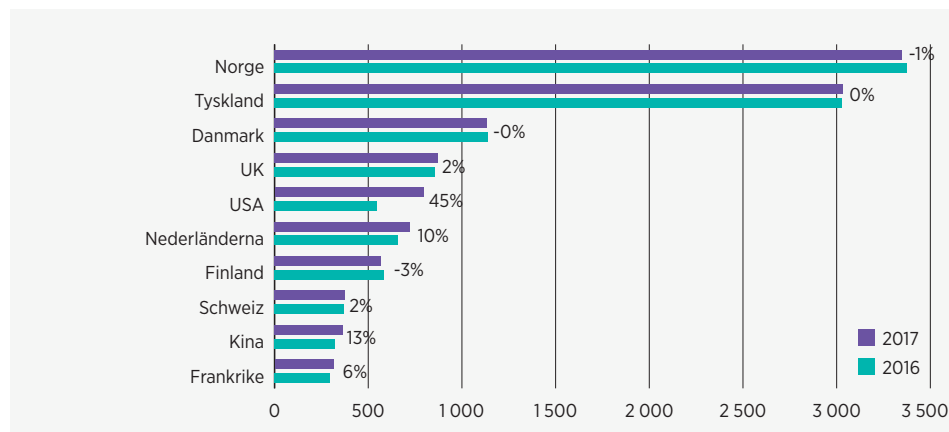
### Norge och Tyskland är Sveriges största utlandsmarknader

Av de utländska gästnätterna i Sverige är Norge och Tyskland de enskilt största marknaderna. De norska gästnätterna uppgick till 3,4 miljoner under 2017 och utgjorde närmare 21 procent av samtliga utländska gästnätter. Tyskland som är Sveriges näst största utlandsmarknad med lite drygt 3 miljoner gästnätter utgjorde närmare 19 procent av det totala antalet utländska gästnätter 2017. Besökare från Danmark som är Sveriges tredje största utlandsmarknad gjorde 1,1 miljoner övernattningar på kommersiella boendeanläggningar i Sverige under 2017. Tillsammans stod Norge, Tyskland och Danmark för nästan hälften av de utländska gästnätterna i Sverige 2017.

FIGUR 6.2

Övernattningar från de tio största utländska marknaderna på samtliga boendeformer (tusental) med procentuell förändring från 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



### Svalare intresse från våra nordiska grannländer

Jämfört med 2016 minskade gästnätterna från de nordiska grannländerna sammantaget med närmare 1 procent eller totalt 46 000 gästnätter under 2017. Norge minskade med 1 procent och antalet gästnätter från Finland minskade med 3 procent. Gästnätterna från Danmark visade på en marginell minskning, 0,3 procent jämfört med året innan. I ett längre perspektiv har dock gästnätterna från Norge ökat, 6 procent sedan 2010 och Finland har under motsvarande period ökat med 7 procent. Däremot har gästnätter från Danmark under samma period minskat med 26 procent. Minskningen av danska gästnätter sker i hela landet men är särskilt stor i Dalarna där danska gästnätter minskat med 50 procent jämfört med 2010. År 2010 stod Dalarna för 25 procent av alla danska gästnätter i Sverige medan andelen 2017 uppgår till 17 procent.

### Kraftig ökning från USA bland de utomeuropeiska marknaderna

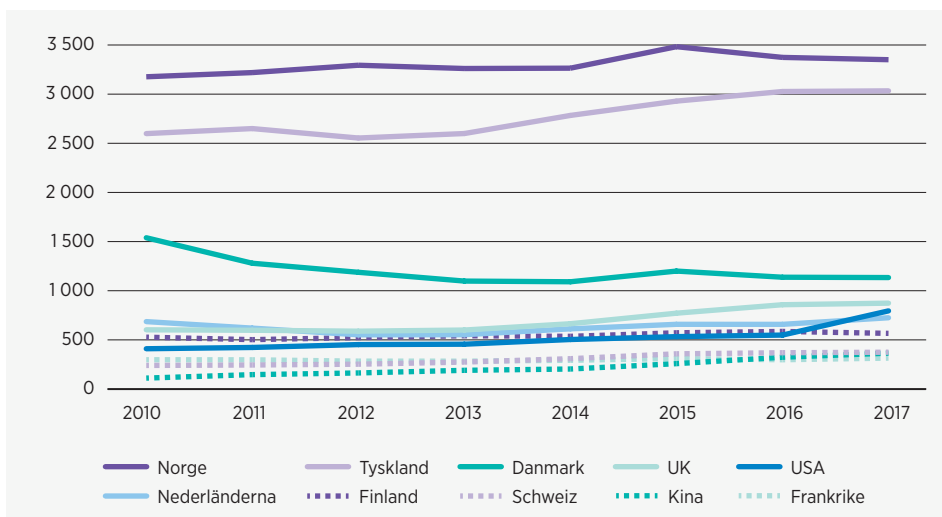
Bland topp-10 länderna utanför Norden står USA för den största ökningen jämfört med 2016, både procentuellt och i absoluta tal. Gästnätterna från USA ökade under 2017 med 45 procent, motsvarande 246 000 fler gästnätter till totalt 795 000. Gästnätterna från Nederländerna blev 67 000 fler under 2017, en ökning om 10 procent jämfört med 2016 och uppgick till totalt 725 000. Kina

ökade sina gästnätter i Sverige med totalt 42 000, en ökning på 13 procent jämfört med 2016 och uppgick till 365 000 under 2017. Från Storbritannien som är Sveriges fjärde största utlandsmarknad ökade övernattningarna med 2 procent jämfört med 2016 och uppgick till totalt 874 000.

**FIGUR 6.3**

Gästnätter på samtliga boendeformer från de 10 största utländska marknaderna, 2010-2017 (tusental).

Källa: Tillväxtverket/SCB



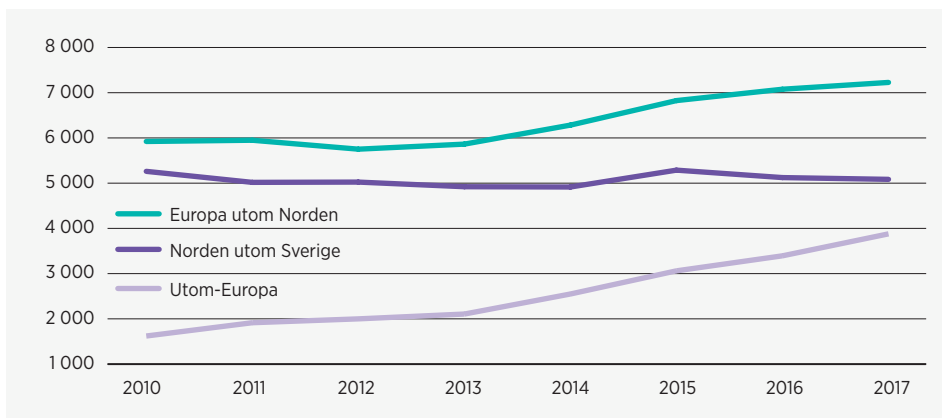
### Gästnätter från långväga marknader ökar snabbare

Trenden är att gästnätterna från långväga marknader ökar i snabbare takt och därmed utgör en allt större del av den inkommande turismen till Sverige. Som helhet står det utomeuropeiska marknadsområdet nu för 24 procent av alla utländska övernattningar och är det som ökat mest sedan 2010 (139 procent) då andelen var 13 procent. Jämfört med 2016 ökade de utomeuropeiska gästnätterna med 14 procent. Marknadsområde Europa utom Norden ökade under samma period med 2 procent.

**FIGUR 6.4**

Gästnätter från utlandet på samtliga boendeformer fördelade per marknadsområden, 2010-2017 (tusental).

Källa: Tillväxtverket/SCB



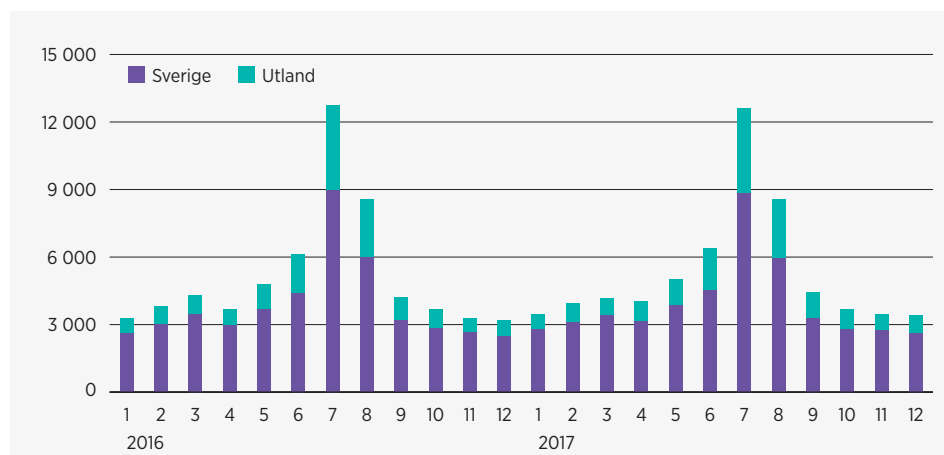
### Svenska gästnätter i Sverige

De svenska gästnätterna i Sverige ökade med 2 procent jämfört med fjolåret. Sedan 2010 har de svenska gästnätterna ökat med 19 procent samtidigt som de utländska ökat med 26 procent. Även om utvecklingen inte är lika stark som för de utländska gästnätterna stod de svenska gästnätterna för 74 procent av de totala volymerna 2017 och utgör en viktig del av turismen i Sverige. Under vintermånaderna då det totala antalet gästnätter är märkbart lägre utgör de svenska gästnätterna en avsevärt större andel av totalen med andelar omkring 80 procent.

**FIGUR 6.5**

Gästnätter per månad fördelat på marknadsområde Sverige och Utland, 2016–2017 (tusen-tal).

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Regional fördelning

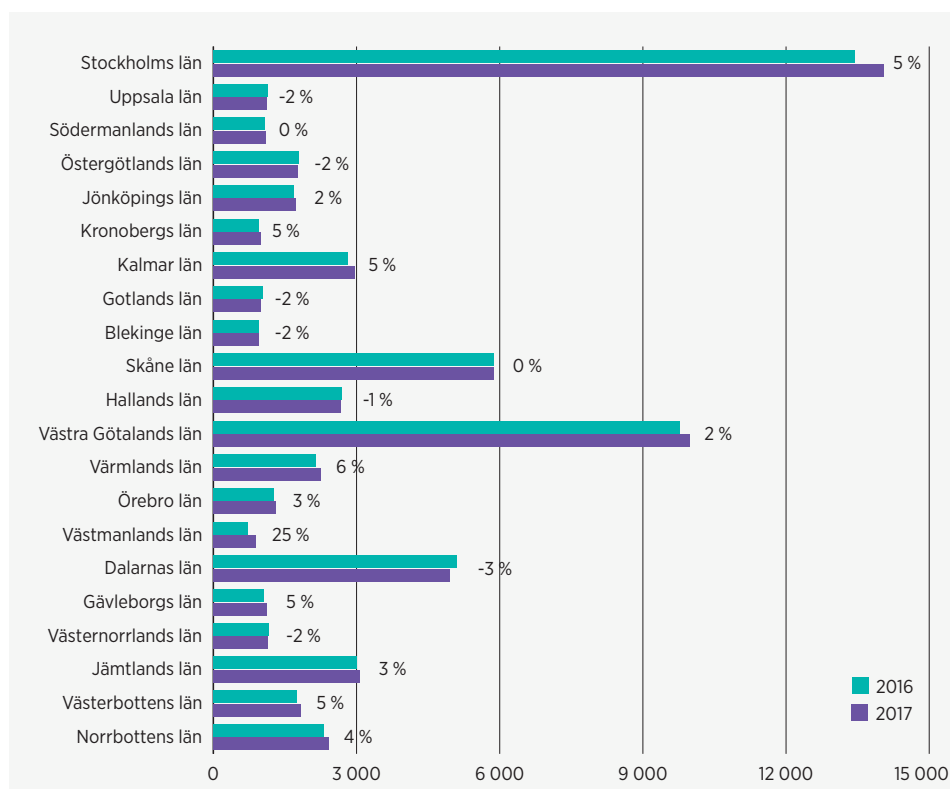
### Störst relativ ökning av gästnätter i Västmanlands län

Sett till både svenska och utländska gästnätter gjordes flest övernattningar i Stockholms län med totalt 14 miljoner övernattningar 2017. Det motsvarar 22 procent av alla gästnätter i Sverige 2017. Jämfört med 2016 så ökade gästnätterna i Stockholms län med 5 procent eller totalt 610 000. Västra Götaland som var näst största län med totalt 10 miljoner gästnätter stod för 16 procent av totalen och ökade med 2 procent, motsvarande 211 000 fler gästnätter än 2016. Den största relativa ökningen 2017 stod Västmanlands län för där gästnätterna ökade med 25 procent jämfört med fjolåret till totalt 896 000 övernattningar.

FIGUR 6.6

Gästnätter per region på samtliga boendeformer (tusental) med procentuell förändring från 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



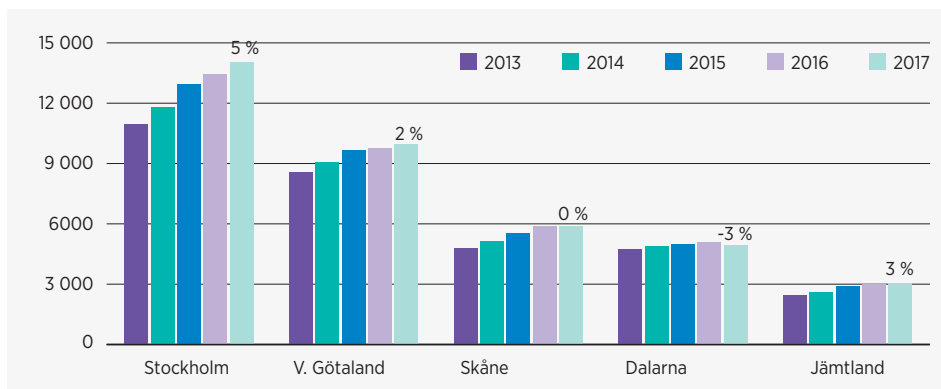
### Storstadsregionerna ökar långsiktigt

De tre storstadslänen stod tillsammans för 47 procent av det totala antalet gästnätter och en stor andel, 58 procent, av den totala ökningen om drygt 1,4 miljoner övernattningar under 2017. Bland de fem största turismregionerna är det procentuellt sett Stockholm, Jämtland och Västra Götaland som ökat mest under den senaste 5-årsperioden, med ökningarna på 28 procent, 26 procent respektive 17 procent. I ett längre perspektiv är det storstadsregionerna som ökar mest. Sedan 2010 har Stor-Stockholm, Stor-Göteborg och Stor-Malmö ökat med 40 procent, 33 procent samt 45 procent respektive jämfört med 21 procent i genomsnitt för riket.

**FIGUR 6.7**

Gästnätter i de fem största turismregionerna i Sverige på samtliga boendeformer (tusental) med procentuell förändring mellan 2016 och 2017.

Källa: Tillväxtverket/SCB



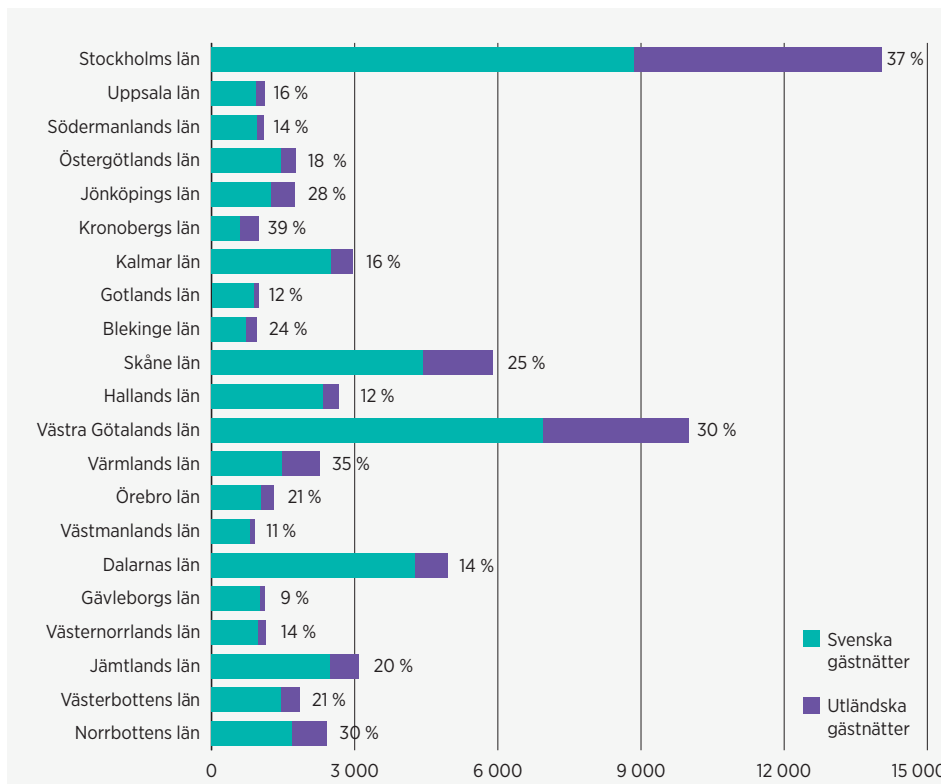
### Störst andel utländska gästnätter i Kronobergs län

Som framgår av diagrammet nedan varierar andelen utländska och inhemska gästnätter stort mellan de olika länen. Störst relativ andel utländska gästnätter hade Kronobergs län i Småland med 39 procent, följt av Stockholms län med 37 procent och Värmlands län med 35 procent utländska gästnätter. Lägst andel hade Gävleborg med 91 procent svenska och 9 procent utländska gästnätter.

**FIGUR 6.8**

Gästnätter per region på samtliga boendeformer (tusental) med andel utländska gästnätter 2017.

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Gästnätter per månad

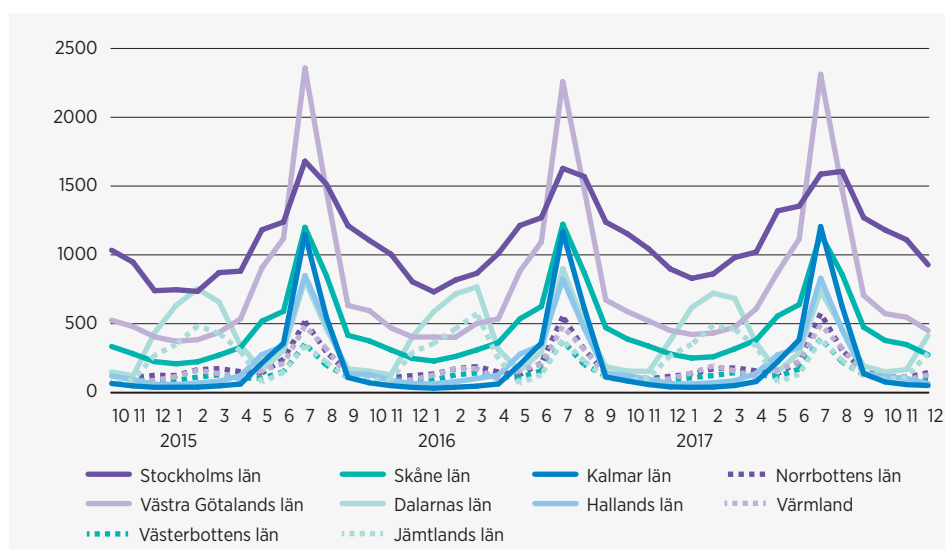
### Dalarna och Jämtland starka vinterdestinationer

Dalarna och Jämtland är fjärde och femte största län sett till antalet gästnätter med 8 respektive 5 procent av det totala antalet gästnätter 2017. Båda länen är starka vinterdestinationer och sett över året har Dalarna historiskt haft fler gästnätter än Stockholm under februari. Det är endast de två senaste åren som denna trend brutits då Stockholm haft fler gästnätter än Dalarna även under februari månad. Ser man till enbart svenska gästnätter är det fortfarande fler i Dalarna än i Stockholm under februari. I gästnattsstatistiken per månad framgår också den starka sommardestination som Västra Götaland är med en markant topp under juli månad.

**FIGUR 6.9**

Gästnätter på samtliga boendeformer per 10 största turismregioner 2015–2017 (tusental).

Källa: Tillväxtverket/SCB



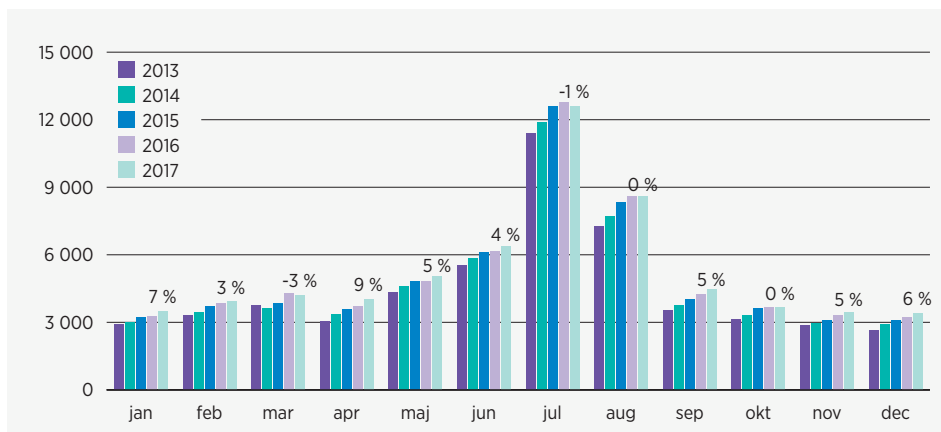
### Starka vintermånader lyfter 2017

Majoriteten av övernattningarna på kommersiella boendeanläggningar i Sverige sker under sommarmånaderna juni-augusti som stod för omkring 45 procent av det totala antalet gästnätter under 2017 motsvarande 27,6 miljoner. Dock visade sommarmånaderna en svagare utveckling i år med en marginell ökning på 0,4 procent jämfört med genomsnittet för helåret 2017 på 2 procent. Vintermånaderna däremot, december-februari (bruten säsong), visar sammantaget på en ökning om 5 procent vilket är klart över årets genomsnittliga utveckling. Även i ett längre perspektiv, 2013-2017, visar vintermånaderna en starkare utveckling än sommarmånaderna, plus 22 procent jämfört med 14 procent för sommarmånaderna. Sett till enskilda månader har april (+33 procent), december (+27 procent) och september (+26 procent) ökat mest under perioden 2013-2017.

**FIGUR 6.10**

Gästnätter per månad på samtliga boendeformer (tusental) med procentuell förändring från 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Gästnätter per boendeform

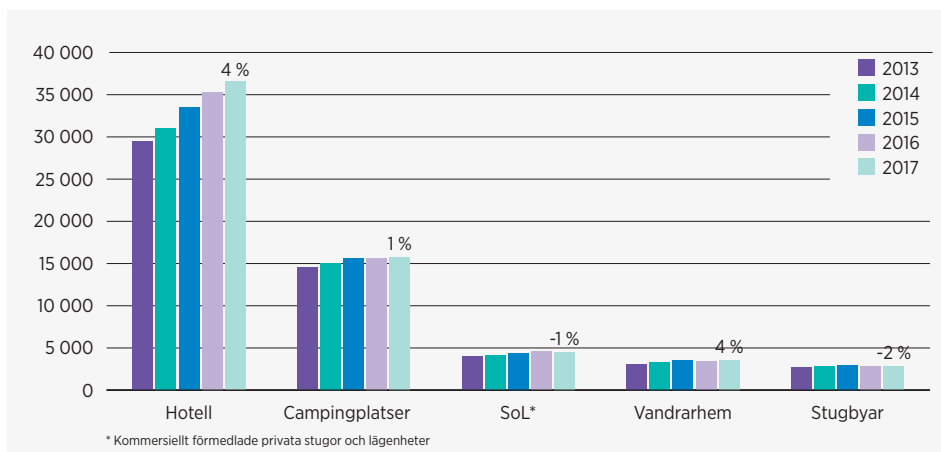
### 1,3 miljoner fler övernattnings på hotell 2017

Majoriteten av gästnätterna i Sverige spenderades på hotell som stod för 58 procent av totalen 2017. Jämfört med fjolåret ökade det totala antalet gästnätter på hotellen med knappt 4 procent, eller 1,3 miljoner övernattnings, och uppgick till totalt 36,6 miljoner. Campingplatser som stod för 25 procent av gästnätterna 2017 såg en marginell ökning på knappt 1 procent jämfört med fjolåret. Vandrarhemmen som stod för närmare 6 procent av alla gästnätter i Sverige 2017 hade den största procentuella ökningen jämfört med fjolåret, drygt 4 procent, och uppgick till totalt 3,6 miljoner. På både stugbyar och kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) minskade gästnätterna 2017.

**FIGUR 6.11**

Gästnätter per boendeform 2012-2017 (tusental) med procentuell förändring från 2016.

Källa: Tillväxtverket/SCB



### Svenska besökare väljer hotell i högre utsträckning

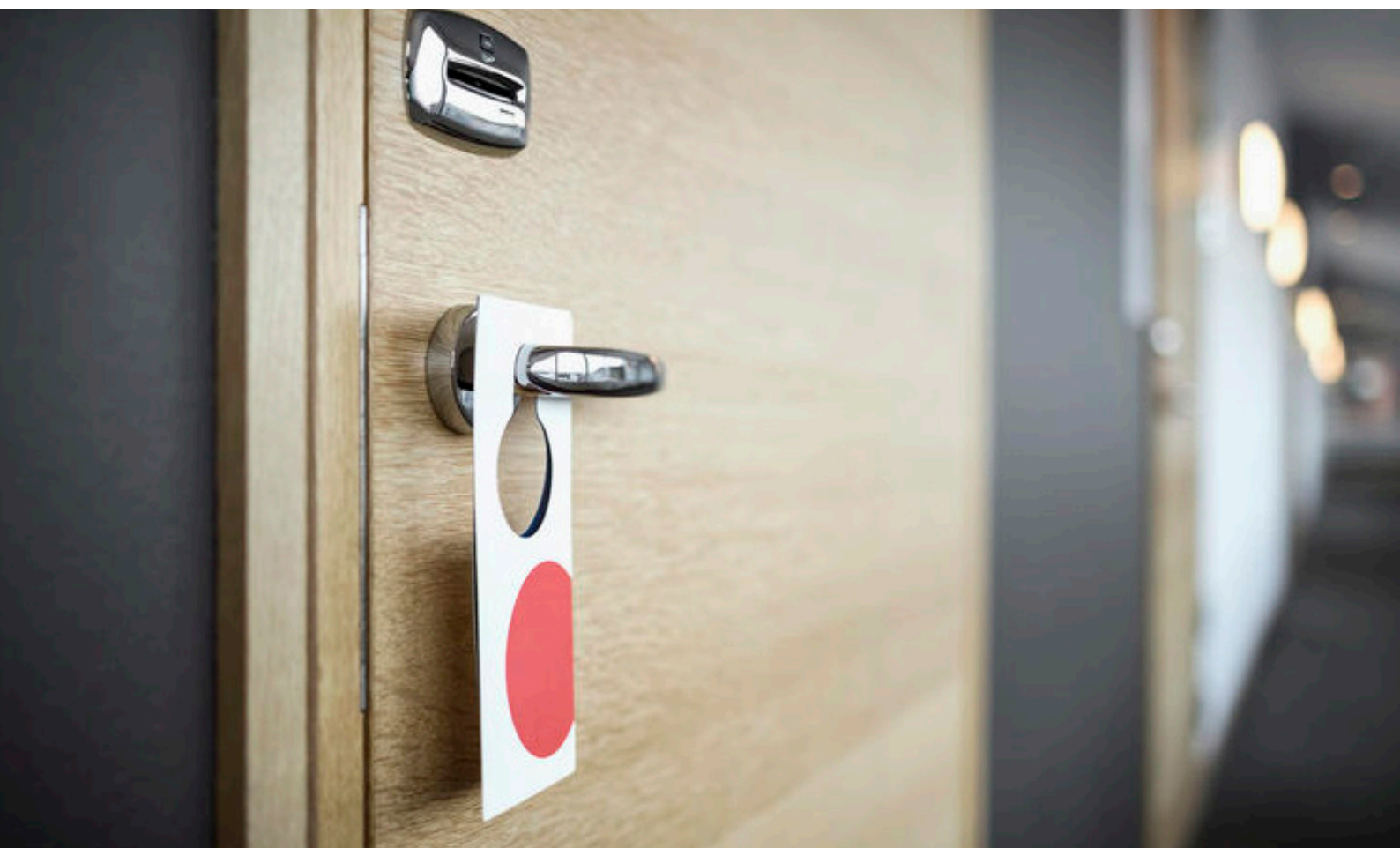
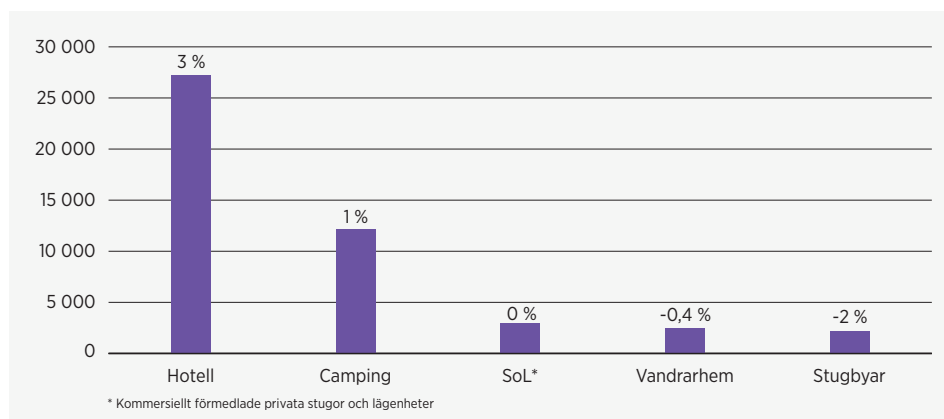
Sett enbart till svenska gästnätter syns en ökning på hotell med närmare 3 procent jämfört med förra året vilket ligger över genomsnittet för de svenska gästnätterna totalt som ökade med 2 procent. Samtidigt minskar de svenska gästnätterna på vandrarhem och stugbyar marginellt. Det indikerar att svenska gäster i allt högre utsträckning väljer hotell. Det betyder också att vandrarhemmens ökning på 4 procent 2017 uteslutande drevs av utländska gäster.

**FIGUR 6.12**

Svenska gästnätter per boendeform 2017 (tusental) med procentuell förändring från 2016.

\* Kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter

Källa: Tillväxtverket/SCB





## Målgrupp på hotell

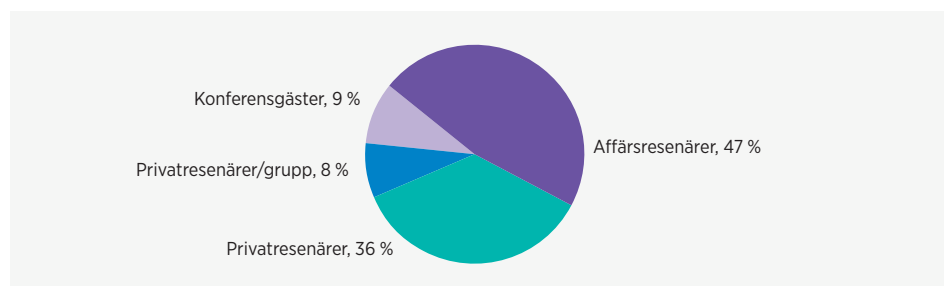
### Andelen sålda rum på hotell till privatresenärer ökar över tid

I inkvarteringsstatistiken är det möjligt att se uppdelningen mellan privat- och affärsresenärer för gästnätterna på hotell. 2017 ökade antalet sålda rum till privatresenärerna med 4 procent, ökningen för konferens och affärsresenärerna var också cirka 4 procent. Tillsammans stod affärs- och konferensgäster för 56 procent av de sålda rummen på hotellen under 2017. Dock har privatresenärerna ökat i betydelse. Mellan 2010 och 2017 ökade andelen privatresenärer från 37 procent till 44 procent. När konferens och affärsresenärer övernattar bor det oftast en gäst i varje rum medan privatresenärer ofta bor flera personer tillsammans i varje rum. Vid en uppdelning på antalet sålda rum på hotell per målgrupp dominerar därför affärs- och konferensgäster.

**FIGUR 6.13**

Målgruppsfördelning, belagda/sålda rum på hotell 2017 (procent).

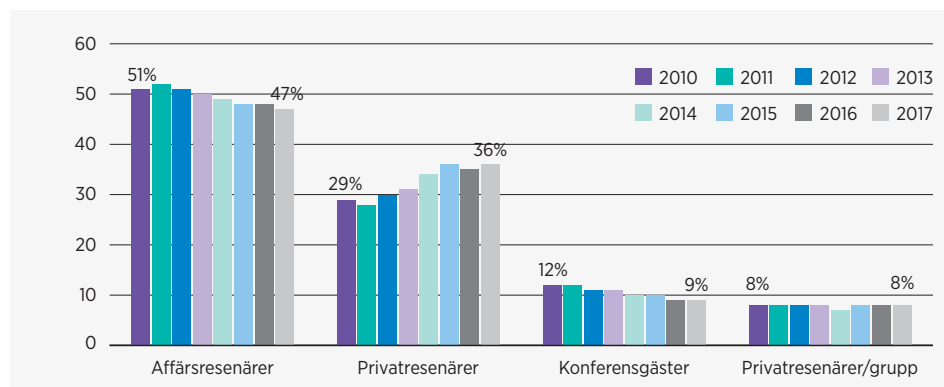
Källa: Tillväxtverket/SCB



**FIGUR 6.14**

Utveckling av målgruppsfördelning, andel belagda/sålda rum på hotell samt andel av totalen 2010 och 2017 (procent).

Källa: Tillväxtverket/SCB



## Logiintäkt

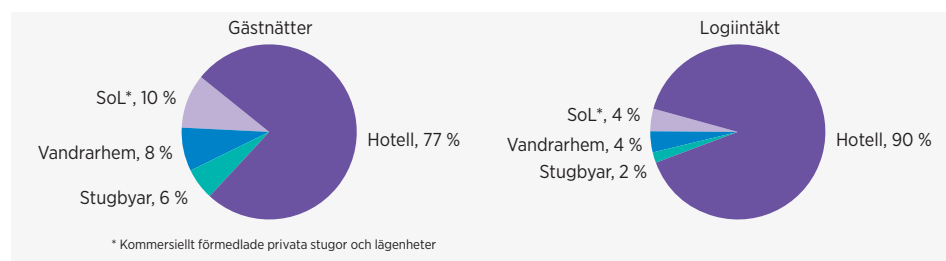
### Störst ökning av logiintäkter på hotell

Hotell svarade för 77 procent av gästnätterna 2017 på samtliga boendeformer som rapporterar in logiintäkt (samtliga utom camping) och stod samtidigt för 90 procent av logiintäkterna. Förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL) stod i den här grupperingen<sup>5</sup> för 10 procent av gästnätterna och 3 procent av logiintäkterna. Totalt ökade logiintäkterna i löpande priser för samtliga boendeformerna med närmare 6 procent eller med nästan 1,4 miljarder kronor under 2017. Logiintäkten för hotell stod för den absolut största delen av ökningen med drygt 1,3 miljarder kronor.

**FIGUR 6.15**

Gästnätter och intäkter fördelade per boendeform 2017 (procent).

Källa: Tillväxtverket/SCB



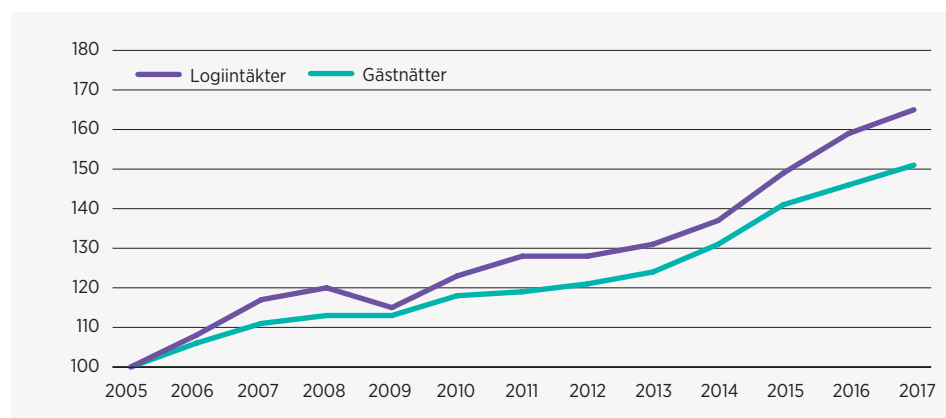
### Logiintäkterna har ökat mer än gästnätterna sedan 2005

Mätt i fasta priser (med hänsyn till inflationen) har logiintäkterna på de tre boendeformerna hotell, stugbyar och vandrarhem ökat med 65 procent sedan 2005. Under motsvarande period har antalet gästnätter på dessa boendeformer ökat med 51 procent. Under 2009 föll logiintäkterna medan volymerna var i stort sett oförändrade. Sedan 2009 har både logiintäkterna och volymerna fortsatt att öka. Under 2017 ökade logiintäkterna på de tre boendeformerna med 4 procent medan gästnätterna ökade med 3 procent.

**FIGUR 6.16**

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

Källa: Tillväxtverket/SCB



<sup>5</sup> Endast Hotell, Vandrarhem, Stugbyar samt SoL

### Logiintäkter per capita ett mått på turismens regionala betydelse

Det är vanligt att använda volymer mätt i antal kommersiella övernattningar som en indikator på turismens utveckling lokalt och regionalt. Att enbart använda en indikator har dock ett begränsat förklaringsvärde. Logiintäkt per capita är 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 6.1**

Totala logiintäkter på samtliga boendeformer, fördelat per invånare, 2017.

Källa: Tillväxtverket/SCB

Län	Logiintäkter per invånare, SEK	Totala logiintäkter per region (1 000-tal) SEK	Utveckling logiintäkt 2016-2017 procent
Gotland	6 220	364 490	7 %
Jämtland	5 895	765 266	4 %
Stockholm	4 177	9 641 794	5 %
Dalarna	3 934	1 125 639	5 %
Norrbottnen	3 250	816 714	1 %
Västra Götaland	2 460	4 159 814	7 %
Kalmar	2 286	556 619	7 %
Värmland	2 148	602 271	7 %
Västerbotten	2 118	568 653	3 %
Halland	2 063	670 248	6 %
Jönköping	1 950	696 463	8 %
Västernorrland	1 894	465 896	6 %
Skåne	1 852	2 490 156	2 %
Kronoberg	1 791	353 690	9 %
Östergötland	1 762	806 252	3 %
Blekinge	1 755	279 661	12 %
Örebro	1 496	447 244	9 %
Gävleborg	1 462	417 698	6 %
Uppsala	1 395	514 598	5 %
Södermanland	1 359	395 866	7 %
Västmanland	1 120	303 724	8 %
<b>Riket</b>	<b>2 613</b>	<b>26 442 756</b>	<b>5 %</b>

## Kapacitet

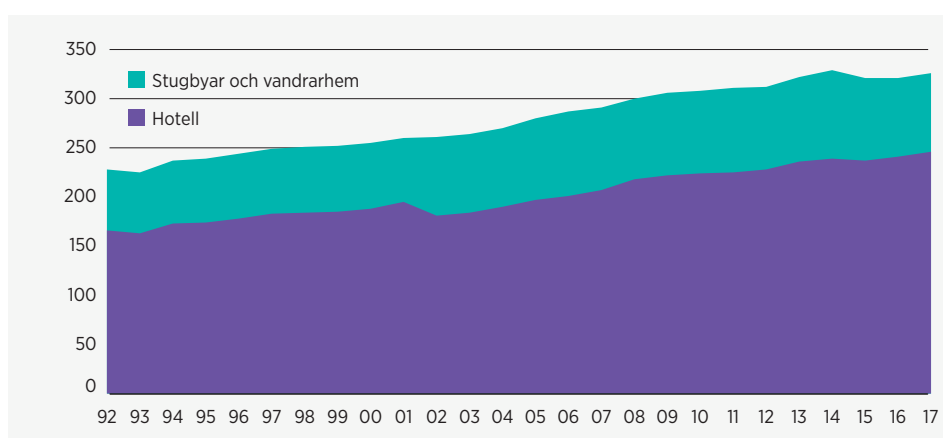
### 98 000 fler bäddar sedan början av 1990-talet

Antalet bäddar på svenska hotell, stugbyar och vandrarhem ökade med närmare 2 procent 2017 jämfört med föregående år. På hotellen ökade antalet bäddar med cirka 5000 stycken medan de i övriga boendeformer var i stort sett oförändrad. Hotellen svarade för 75 procent av den totala bäddkapaciteten på de tre boendeformerna under 2017. Sedan 1992 har antalet bäddar sammanlagt för de tre boendeformerna ökat med 43 procent eller med cirka 98 000.

**FIGUR 6.17**

Bäddar på hotell, stugbyar och vandrarhem (tusental).

Källa: Tillväxtverket/SCB



**TABELL 6.2**

Nyckeltal för kapacitet 2017.

Källa: Tillväxtverket/SCB

Kapacitet	Hotell	Stugbyar	Vandrarhem	Campingplatser	Enhet
Antal anläggningar	2 006	274	861	1 065	
Antal rum/stugor	122 948	7 547	-	-	
Antal bäddar	245 963	36 987	43 296	-	
Övernattningar	36,6	2,8	3,6	15,8	miljoner
Beläggingsgrad rum/stugor	58	40	-	-	procent
Beläggingsgrad bäddar	46	27	29	-	procent

## Kapitel 7:

# Gästhamnsstatistik

### Gästnätterna i de svenska gästhamnarna ökade med 2 procent 2017

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 363 000 båtnätter (en båt en natt) i svenska gästhamnar under 2017, vilket motsvarar en nedgång i antalet gästhamnsanlöp med cirka 2 procent jämfört med 2016, detta troligen beroende på väder och de vindförhållande som rådde under 2017. Med ett beräknat genomsnitt på 2,6 personer i varje båt uppgick det totala antalet gästnätter i gästhamnar i Sverige till cirka 944 000. Fördelningen mellan svenska och utländska båtnätter var oförändrad jämfört med fjolåret med 63 procent svenska och 37 procent utländska.



TABELL 7.1

Båtnätter samt personer ombord i gästhamnar per nationalitet, privata fritidsbåtar 2017.

Källa: Tillväxtverket/ Riksföreningen Gästhamnar i Sverige

Nationalitet	Antal båtnätter	Antal personer
Sverige	228 678	594 563
Norge	43 558	113 250
Finland	10 889	28 313
Danmark	25 409	66 063
Tyskland	36 298	94 375
Holland	7 260	18 875
Övriga Europa	7 260	18 875
Världen	3 630	9 438
<b>Totalt</b>	<b>362 981</b>	<b>943 751</b>

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

I ett regionalt perspektiv sker flest antal båtnätter i storstadslänen. Allra flest i Västra Götalands län med 149 000 båtnätter under 2017, vilket motsvarar 41 procent av samtliga båtnätter i Sverige. Stockholms län och Skåne län svarade för 18 respektive 11 procent av de svenska båtnätterna.

TABELL 7.2

Båtnätter samt gästnätter i gästhamnar, privata fritidsbåtar per region 2017.

Källa: Tillväxtverket/ Riksföreningen Gästhamnar i Sverige

Län	Antal båtnätter	Antal personer	Andel i procent
Västra Götaland	148 891	387 117	41 %
Stockholm	65 374	169 972	18 %
Skåne	41 399	107 637	11 %
Kalmar	29 239	76 021	8 %
Blekinge	17 732	46 103	5 %
Södermanland	17 239	44 821	5 %
Gotland	8 348	21 705	2 %
Östergötland	8 256	21 466	2 %
Halland	6 919	17 989	2 %
Västernorrland	4 175	10 855	1 %
Uppsala	3 641	9 467	1 %
Gävleborg	3 243	8 432	1 %
Norrbottnen	3 081	8 011	1 %
Värmland	2 752	7 155	1 %
Västmanland	1 117	2 904	0,3 %
Västerbotten	797	2 072	0,2 %
Örebro	319	829	0,1 %
Jönköping	253	658	0,1 %
Dalarna	206	536	0,1 %
<b>Hela landet</b>	<b>362 981</b>	<b>943 751</b>	<b>100 %</b>

\* Östergötland inkluderar gästhamnar från Jönköpings län

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

## Kapitel 8:

# Fritidshusboende

Som ett komplement till Inkvarteringsstatistiken och gästhamnsstatistiken beskriver statistik över det utländska fritidshusägandet i Sverige också utvecklingen av den inkommande turismen till Sverige. I sin sammanställning<sup>6</sup> över det utlandsägda fritidshusboendet i Sverige skriver SCB följande:

I Sverige ägdes 37 305 fritidshus av utländska ägare år 2017 vilket är en marginell minskning jämfört med året innan. Endast det norska ägandet av fritidshus fortsatte öka under 2017. Förra året fick ytterligare 172 fritidshus norska ägare, vilket motsvarar en ökning med 1,5 procent jämfört med året innan. Det danska ägandet fortsatte att minska för femte året i rad och minskningen 2017 var 278 hus, vilket motsvarar 2,5 procent minskning. Såväl ägare från Tyskland, Nederländerna och gruppen övriga länder minskade något 2017 jämfört med 2016. Bland gruppen övriga länder kan dock ökning registreras för ägare från Schweiz och Österrike.

**TABELL 8.1**

Fritidshus med utländska ägare i Sverige.

Källa: SCB

Fritidshus med utländska ägare	Antal 2016	Antal 2017	Andel av fritidshus med utländska ägare	Förändring 2016–2017
Norge	11 711	11 883	32 %	1,5 %
Danmark	11 025	10 747	29 %	-2,5 %
Tyskland	10 111	10 038	27 %	-0,7 %
Nederländerna	1 393	1 355	4 %	-2,7 %
Övriga länder	3 252	3 282	9 %	0,9 %
<b>Totalt</b>	<b>37 492</b>	<b>37 305</b>	<b>100 %</b>	<b>-0,5 %</b>

### Det norska ägandet störst

Norge, Danmark och Tyskland dominerar och totalt kommer 88 procent av alla utländska ägare till fritidshus från dessa tre länder. Efter de länderna följer ägare från Nederländerna med 1 355 hus. Flest ägare i gruppen övriga länder kommer från Storbritannien, Schweiz och Finland med 472, 467 respektive 368 fritidshus.

### Utveckling över tid

Antalet fritidshus ägda av utländska ägare har ökat med 19 183 eller 106 procent sedan år 2000. Ägare från Tyskland var de första som började köpa fritidshus i Sverige och redan år 2000 fanns det drygt 9 000 svenska fritidshus ägda av tyskar vilket 17 år senare ökat till drygt 10 000. Danskarna var som mest aktiva

<sup>6</sup> <http://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/boende-byggande-och-bebyggelse/fastighetstaxeringar/fastighetstaxeringar/pong/statistiknyhet/utlandskt-agande-och-utlandssvenskars-agande-av-fritidshus-i-sverige-2017/>

på den svenska fritidshusmarknaden mellan åren 2000 - 2008 för att därefter avta. I och med 2017 års minskning har danskarna minskat sitt innehav fem år i rad. Den totala minskningen på dessa fem år är 949 fritidshus vilket motsvarar en minskning med 8 procent.

### 40 procent utlandsägda fritidshus i Kronoberg

De regionala variationerna av det utländska ägandet av fritidshus är stora. Andelen utländskt ägande är störst i Kronoberg och Värmland med 40 respektive 24 procent av det totala fritidshusbeståndet. I 12 län understiger det utländska ägandet fem procent och i Stockholm, Uppsala, Södermanland, Gotland och Västmanland uppgår det utländska ägandet till mindre än 1 procent av beståndet.

### Regional variation av nationaliteter

Största antalet utlandsägda fritidshus återfinns i Västra Götaland (7 488), Värmland (6 292), Kronoberg (4 630) och Skåne (3 640). Norska ägare föredrar de till Norge angränsande länen Västra Götaland, Värmland och Jämtland, danskarna Kronoberg och Skåne, tyskarna Kalmar, Västra Götaland, Kronoberg och Värmland medan holländarna föredrar Värmland. Antalet utländska ägare ökade i 7 län, var helt oförändrat i ett och minskade i 13. De största minskningarna har skett i Skåne och Kronoberg där de utlandsägda fritidshusen har minskat med 191 stycken varav danskarna står för merparten, total 168 stycken.

**TABELL 8.2**

Regional andel av fritidshus med utländska ägare i Sverige 2017 i procent.

Källa: SCB

Län	Totalt antal fritidshus ägda av fysiska personer	Danmark	Norge	Tyskland	Nederländerna	Övriga länder	Okänt land	Summa utlandsägda fritidshus	Andel utlandsägda fritidshus
Kronoberg	11 509	3 081	14	1 295	83	97	60	4 630	40 %
Värmland	26 003	431	3 825	1 164	546	200	126	6 292	24 %
Jönköping	13 334	961	7	782	69	86	29	1 934	15 %
Blekinge	12 758	925	10	449	25	54	25	1 488	12 %
Västra Götaland	74 475	560	4 803	1 578	126	265	156	7 488	10 %
Kalmar	30 064	580	35	2 006	118	140	71	2 950	10 %
Skåne	41 058	2 644	83	603	35	196	79	3 640	9 %
Halland	20 863	1 191	36	462	19	61	36	1 805	9 %
Jämtland	29 878	39	1 398	207	52	105	25	1 826	6 %
Västerbotten	30 017	32	761	168	19	220	25	1 225	4 %
Norrbottnen	27 224	8	426	82	13	372	40	941	4 %
Örebro	14 420	40	27	223	59	56	13	418	3 %
Dalarna	43 454	144	333	355	81	131	24	1 068	3 %
Östergötland	22 336	71	9	226	34	47	18	405	2 %
Västernorrland	23 607	12	50	157	30	124	37	410	2 %
Gävleborg	26 819	8	23	113	23	76	28	271	1 %
Gotland	11 645	0	14	39	2	23	4	82	0,7 %
Södermanland	19 509	4	4	42	5	35	16	106	0,5 %
Västmanland	9 351	1	5	7	3	21	5	42	0,4 %
Stockholm	70 781	14	15	69	10	105	23	236	0,3 %
Uppsala	17 606	1	5	11	3	25	3	48	0,3 %
<b>Totalt</b>	<b>576 711</b>	<b>10 747</b>	<b>11 883</b>	<b>10 038</b>	<b>1 355</b>	<b>2 439</b>	<b>843</b>	<b>37 305</b>	<b>7 %</b>



# Avslutande diskussion

Turismen växer och det finns potential för fortsatt tillväxt och utveckling. Samtidigt står destinationer och företag i besöksnäringen inför många utmaningar. Det handlar om frågor som behöver lösas kring samverkan och gemensamma utvecklingsprocesser, om bredare samhällsfrågor som hållbarhet, transportinfrastruktur och digital infrastruktur, men också om 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?

Målet för regeringens turismpolitik är att *”Sverige ska ha en hög attraktionskraft som turistland och en långsiktigt konkurrenskraftig turismnäring, som bidrar till en hållbar tillväxt och ökad sysselsättning i alla delar av landet”*. Turism och resande bidrar till att skapa förståelse och bygger broar mellan människor från olika platser och kulturer samtidigt som turismen är handelsskapande och välfärdsbyggande. 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.

## Hållbar turism – en global utmaning med nationellt ansvar

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 delvis sökas inom ramen för internationella samarbeten och regelverk.

Samtidigt finns ett stort nationellt ansvar, och även en möjlighet för Sverige att

vara ett av de ledande länderna i utveckling av hållbar turism. Även regioner, kommuner, destinationer, företag och akademien behöver bidra till hållbara lösningar. Exempel på områden där mer arbete kan göras är forskning, teknikutveckling och investeringar för hållbara transportlösningar, implementering av hållbarhetsystem i destinationer och företag samt insatser på företagsnivå inom områden som energiförbrukning, råvaru- och materialinköp, avfallshantering och kemikalieförbrukning.

### **Social hållbarhet kräver lokal förankring**

Utöver ekonomi och miljö omfattar hållbar turism också de sociala dimensionerna. Även där behöver vi i Sverige både följa den globala utvecklingen och arbeta för att bidra med lösningar. För att stödja social hållbarhet krävs insatser både från det offentliga som från näringslivet inom områden som arbetsliv, mänskliga rättigheter, integration, mångfald och tillit. Det är också helt nödvändigt att inkludera lokalbefolkningen och den ideella sektorn i utvecklingen av turism om den ska ske långsiktigt hållbart. Runt om i världen ser vi nu allt fler exempel på turism som tappar lokalbefolkningens stöd, i takt med att människor upplever att det egna samhället tas ifrån dem.

### **Destinationsutveckling kräver samordning**

Besöksnäringen är starkt beroende av samspelet mellan privat och offentligt, 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, rekreatiomsområden 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 konkurrenskraft för en plats eller en destination.

### **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. 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, löpande och långsiktigt, då det berör ett stort antal aktörer och politik- och samhällsområden på olika nivåer under ständig utveckling.

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

Omfattande samverkan ställer i sin tur krav på gemensam kunskap, gemensamma analyser och gemensamma prioriteringar. Utvecklingsarbete måste bygga på kunskap och analys, vilket kanske 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 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. Turismens förutsättningar påverkas också av lagstiftning, regelverk och regeltillämpning inom en rad olika politikområden. Vissa regler är branschspecifika, andra generella, och den samlade regelbördan bidrar till att turistföretagen ser lagar och myndighetsregler som ett av de största hindren för tillväxt. Sammantaget behövs kunskap i form av statistik, undersökningar, indikatorer och modeller för att bedöma vilka insatser som behövs, om insatser ger effekt och fungerar som verktyg för att kunna bedriva ett effektivt utvecklingsarbete.

# Definitioner och källor

## Definitioner

### Definition 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”.**

### Turism mäts från konsumtionssidan

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.

### Former av turism

När man talar om resor i relation till 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. 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. Utgående turism innefattar dem som har sin hemvist i ett givet land och reser till ett annat land.

I Fakta om svensk turism beskrivs utvecklingen av de två förstnämnda formerna av turism i Sverige.

## Källor till Fakta om svensk turism 2017

Nedan beskrivs kortfattat de källor, undersökningar och statistik som används i Fakta om svensk turism 2017

### Källor

- Nationalräkenskaperna (NR) vid SCB
- OECD
- Riksföreningen Gästhamnar i Sverige
- Statistiska Centralbyrån (SCB)
- Sveriges Riksbank/SCB
- Tillväxtverket
- Transportstyrelsen
- World Tourism Organization (UNWTO)

### *World Tourism Organisation (UNWTO)*

Förenta Nationernas världsturismorganisation UNWTO (United Nations World Tourism Organisation) 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. Begreppsbildningen är en kritisk faktor för god informationskultur och kunskapsutveckling. World Tourism Organisation, UNWTO, 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).

### Statistik

#### *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 FN-organet World Tourism Organisation (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 betalnings-

balansen. I resevalutastatistiken redovisas köp och försäljning av valuta. Köp av svensk valuta skapar ett exportvärde och köp av utländsk valuta ett importvärde. Svenskars utgifter vid resor utomlands är därmed lika med import och utländska besökares utgifter i Sverige är lika med export. Statistiska centralbyrån (SCB) har nyligen reviderat tidsserierna för resevalutan.

### *Inkvarteringsstatistik*

Inkvarteringsstatistiken är en del av Sveriges officiella statistik och produceras på Tillväxtverkets uppdrag av Statistiska centralbyrån (SCB). Statistiken omfattar boende på hotell, stugbyar, vandrarhem, campingplatser och kommersiellt förmedlade privata stugor och lägenheter (SoL). Den visar bland annat volymer för antal övernattningar (gästnätter), gästens nationalitet, antal sålda rum, genomsnittlig rumsintäkt och beläggningsgrad fördelade över tid och för olika delar av Sverige. Varje månad lämnar drygt 4 000 anläggningar data. Statistiken återrapporteras till dem som lämnat uppgifter. SCB publicerar på Tillväxtverkets uppdrag delar av inkvarteringsstatistiken i en statistikdatabas som finns fritt tillgänglig på SCB:s hemsida. Data på kommunnivå eller för andra speciella indelningar kan beställas direkt hos SCB.

### *TCW-index (Total Competitiveness Weights)*

TCW-index är ett sätt att mäta kronans värde mot en korg av olika valutor. TCW-index har den 18 november 1992 som startdatum. För detta datum är index lika med 100. Den 19 november tilläts kronan att flyta. Genom att studera index kan du se hur kronans värde förändrats. Ett högt värde på index betyder att kronans värde försvagats - vår korg av valutor har blivit dyrare att köpa med svenska kronor. TCW bygger på genomsnittliga aggregerade flöden av bearbetade varor för 21 länder. Vikterna tar hänsyn till såväl export- import- som "tredjelands effekter".

### *Arbetskraftsundersökningarna (AKU)*

Statistiken beskriver utvecklingen på arbetsmarknaden för Sveriges befolkning i åldern 15-74 år. AKU visar bland annat antal och andel sysselsatta respektive arbetslösa per månad, kvartal och år. Det är den enda källan med kontinuerliga uppgifter om den totala arbetslösheten och står för det officiella arbetslöshetstalet.

### *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 efter år 2015 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 kvalitén 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.