

Fakta om svensk turism och turistnäring

2008 års upplaga



mars 2008

NUTEK

Innehåll

- 2 Nyckeltal
- 4 Utmaningar och utveckling
- 7 Internationell turism
- 10 Turistnäringens ekonomi
- 20 Sysselsättning inom turistnäringen
- 23 Turism i Sverige
- 31 Inhemsk turism
- 34 Utgående turism
- 38 Inkommande turism
- 43 Internationella kongresser
- Definitioner och källor

Har du frågor om denna publikation, kontakta:

Peter Terpstra, turismanalytiker

e-post: peter.terpstra@nutek.se

Fakta om svensk turism och turistnäring, 2008 års upplaga

ISBN 978-91-7318-398-7

Nutek, mars 2008

Infonummer: 005-2008

Layout: Ordförrådet

Tryckt i 10 000 ex.

Tryck: Danagårds Grafiska

Fakta om svensk turism och turistnäring

Nutek är ansvarig myndighet för turistnärlingsfrämjande och ska utveckla näringspolitiska insatser för främjande av företagande och entreprenörskap inom turistnärlingen genom kunskapsbildning, kvalitetsutveckling och samverkan. Nutek är statistikansvarig myndighet för den officiella turiststatistiken och en viktig uppgift är att ta fram och sprida information och kunskap om turism och turistnärlingens utveckling i Sverige.

Många är beroende av beslutsunderlag. Såväl myndigheter, enskilda näringsidkare, turistorganisationer, turistkon-sulter som forsknings- och utredningsinstitut använder, förutom egna undersökningar, ofta de källor som används i denna publikation för analyser av specifika frågeställningar.

Såväl aktiviteten turism liksom turistnärlingen är mycket komplexa företeelser och det finns sällan några enkla metoder att på ett entydigt sätt beskriva dem. I denna publikation belyses turism och turistnärling från ett stort antal olika perspektiv som till exempel utbud, efterfrågan, resevaluta, ekonomi, volymer och beteenden. Här hittar du också jämförelser med våra nordiska grannländer och med turismutvecklingen i världen. I 2008 års upplaga av Fakta om svensk turism och turistnärling finns de senast publicerade uppgifterna från respektive källa.

Stockholm i mars 2008

Sune Halvarsson
Tf generaldirektör

Peter Terpstra
Turismanalytiker

Nyckeltal

Omsättning, konsumtion, förädlingsvärde, export och sysselsättning 2006

(procentuell förändring från 2005)

Nyckeltal från Turistnäringens ekonomi, sid 10–19 och Sysselsättning, sid 20–22

215,5 miljarder kronor i total omsättning, plus 10,8%

151 619 sysselsatta (årsverken), plus 12,3%
(plus 47,7% från 1995)

75,4 miljarder kronor i exportintäkter/utländsk konsumtion i Sverige, plus 19,3% (plus 164,5% från 1995)

10,7 miljarder kronor i momsintäkter från utländsk konsumtion i Sverige, plus 22,9%

140 miljarder kronor, total svensk konsumtion i Sverige, plus 6,8% (plus 65,5% från 1995)

43,7 miljarder kronor, konsumtion näringsliv & myndigheter (svenska affärsresenärer) i Sverige, plus 6,6% (plus 40,2% från 1995)

96,3 miljarder kronor, konsumtion svenska hushåll/fritidsresenärer i Sverige, plus 6,9% (plus 80,2% från 1995)

7,2 procent av svenska hushålls totala konsumtion är turismkonsumtion i Sverige

70,2 miljarder kronor i förädlingsvärde, plus 10,1% (plus 77,8% från 1995)

2,94 procent, turistnäringens relation till/andel av Sveriges totala BNP

Gästnätter, kapacitet och logiintäkter på hotell, stugbyar, vandrarhem och camping 2007

(procentuell förändring från 2006)

Nyckeltal från Turism i Sverige sid 23–30

48 678 239 totalt antal gästnätter, plus 2%

37 479 003 totalt antal svenska gästnätter, plus 2%

18,3 miljarder kronor i logiintäkter på kommersiella boendeanläggningar, plus 9,7%

1 905 totalt antal hotell

206 937 totalt antal hotellbäddar

Svenska resor till utlandet 2007

(procentuell förändring från 2006)

Nyckeltal från Utgående turism sid 34–37

2,2 miljoner affärsresor med övernattning till utlandet, minus 14,3%

10,5 miljoner resor på fritiden med övernattning till utlandet, plus 4,5%

12,7 miljoner resor totalt med övernattning till utlandet, plus 0,7%

Gästnätter från utlandet i Sverige 2007

(procentuell förändring från 2006)

Nyckeltal från Inkommande turism sid 38–42

11 199 236 totalt antal utländska gästnätter, plus 2,3%
(plus 100% sedan 1991)

varav:

5 381 716 från Europa utom Norden, plus 1,0%

4 213 120 från Norden utom Sverige, plus 2,4%

1 604 400 från länder utanför Europa, plus 6,4%

Utmaningar och utveckling

Vad är turism och turistnäring

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 all konsumtion som är direkt kopplad till resandet, inklusive affärsresandet. Turistnäringen i sig är inte någon egen bransch. Turistnäringen är ett samlingsbegrepp som utgörs av summan av de verksamheter i olika branscher (så som till exempel rese-, hotell- och flygbranschen) som är riktade till och konsumeras av människor när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning.

Det är vem som konsumerar och inte vad som produceras som per definition avgör vad som är turism. Detta skall ställas mot traditionella definitioner av olika sektorer, näringar eller branscher. Den traditionella definitionen av exempelvis flygbranschen utgår från vad aktörerna inom branschen producerar. Samtidigt är en övervägande del av luftfartens verksamhet ett resultat av turism. Att det bara är 89 procent av luftfartens verksamhet som utgör en del av turistnäringen beror på att resterande 11 procent är ett resultat av frakthantering och andra verksamheter. Av samma orsak är det bara drygt hälften av hotell- och restaurangbranschens verksamhet som utgör en del av turistnäringen eftersom resterande konsumtion, framför allt på restauranger, görs av lokalbefolkningen och därmed per definition inte är turism. Se även definitionerna i slutet av denna publikation.

Begreppsbildningen en kritisk faktor

Begreppsbildningen är en kritisk faktor för god informationskultur och kunskapsbildning. Det är svårt att utveckla och arbeta med turiststatistik och statistiskbaserad information om begreppsbildningen inte är distinkt och inarbetad både hos den som producerar och den som använder informationen.

Kunskap om vilka aktörer, både offentliga och privata, som är involverade i verksamheter riktad mot turister är också avgörande för ett framgångsrikt näringsfrämjande arbete.

En näring i tillväxt

Under 2006 ökade turistnäringen i Sverige sin totala omsättning med drygt 10 procent till 215,5 miljarder kronor, varav svenska fritidsresenärer svarade för 44,7 procent, svenska affärsresenärer för 20,2 procent och resenärer från utlandet för nästan 35 procent. Exportvärdet, mätt som utländska turisternas konsumtion i Sverige, uppgick till 75,4 miljarder kronor, vilket var något mer än exportvärdet av svenska personbilar.

Även om turistnäringens exportvärde utgör ett viktigt bidrag till Sveriges ekonomi, så är det framförallt turistnäringens förmåga att bidra till ökad sysselsättning som kommit i fokus under senare år. Samtidigt som sysselsättningen inom många traditionella basnäringar i Sverige minskar, har turistnäringen bidragit med nästan 50 000 nya heltidsarbeten sedan 1995. Under 2006 bidrog turistnäringen med drygt 151 000 helårverken, vilket är mer än inom till exempel jordbruk, skogbruk och yrkesfiske.

Konkurrenskraft och attraktionsresurser

Den gängse bilden av konkurrenskraft som något som i första hand skapas i företagen måste när det gäller turistnäringen kompletteras med en annan utslagsgivande faktor. Denna består framför allt av platsens eller aktivitetens attraktionskraft som samspelar med företagen och blir en avgörande omständighet för framgången.

Det är den helhet som karaktäriserar platsen eller aktiviteten, det vill säga natur- och kulturmiljö, evenemang, infrastruktur etcetera som skapar attraktionskraften. För att skapa konkurrenskraft krävs därför ett utvecklat samarbete mellan många olika aktörer. Det gäller inte bara företag inom olika branscher utan i högsta grad även offentliga aktörer som inom turistnäringen måste ha en väsentligt tyngre och mer aktiv roll än i andra mer traditionella näringar.

Samordning av offentliga insatser

Samhället har som ägare och förvaltare av många attraktionsresurser, som till exempel nationalparker, kulturminnen och infrastruktur, en avgörande inverkan på turistnäringens möjligheter att utvecklas. Turistnäringen påverkas också av en mängd andra beslut och förutsättningar inom många olika sektorer och politikområden. Det avsätts också betydande resurser inom en rad olika sektorer på både nationell och regional nivå för att direkt eller indirekt främja turistnäringen.

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

Effekter och konkurrensverktyg

I takt med att turistnäringens betydelse uppmärksammas, ökar också intresset hos både offentliga och privata aktörer för att engagera sig i turism och turistnäringen. Målet för turistpolitiken i kombination med både offentliga och privata insatser, ställer särskilda krav på hur turistnäringens betydelse och utveckling skall mätas, eftersom effekterna sällan syns i den traditionella statistiken.

Även på regional nivå avsätts det betydande resurser för att främja turistnäringen. Effekterna av dessa insatser är idag svåra att mäta, därför behövs det förutom nationella beräkningar även beräkningar på regional nivå som belyser turistnäringens effekter på ekonomi och sysselsättning.

Turistnäringens exportvärde, det vill säga utländska besökarens konsumtion i Sverige, utgör ett viktigt bidrag till Sveriges ekonomi. Med en hemmamarknad på drygt nio miljoner invånare kommer den förväntade tillväxten inom turistnäringen var beroende av utlandsmarknaderna. För att kunna bedriva en effektiv produktutveckling och marknadsföring av Sverige som destination behövs därför en löpande gränsundersökning som bland annat mäter volymer, besökarnas preferenser och konsumtionsmönster. En gränsundersökning är ett viktigt konkurrensverktyg och används ofta på de destinationer som Sverige konkurrerar med.

En global utmaning

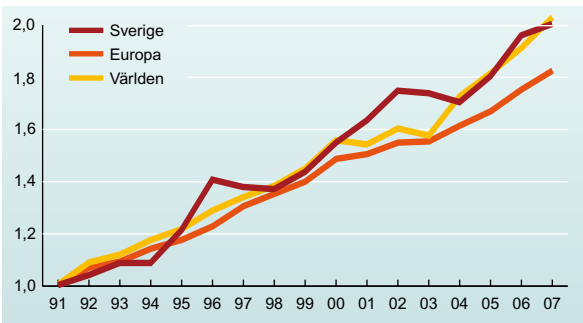
Den globala turistnäringens största utmaning framöver är hur man åstadkommer en för miljön hållbar utveckling. Internationell turism är till sin natur gränsöverskridande och därför måste också lösningar för ett miljövänligare resande sökas inom ramen för internationella samarbeten och regelverk. Det går inte enbart att förlita sig på att förändringar i resenärernas efterfrågan ska styra utvecklingen i rätt riktning. Det ligger också ett stort ansvar hos turistnäringens aktörer att anpassa utbudet. Flygbolag, rederier, bussbolag och biluthyrare kan genom att ställa hårda krav på sina leverantörer driva utvecklingen framåt och därmed samtidigt tillvarata sina egna intressen.

Internationell turism

Utländsk turism till Sverige utvecklas som turismen i övriga världen

Enligt FN-organet World Tourism Organization (UNWTO) har det internationella resandet i världen ökat med drygt 100 procent sedan 1991. Under senare år är det en stark tillväxt i Mellanöstern och Asien som svarat för en stor del av ökningen på världsbasis. I Europa har ökningen varit cirka 80 procent. Antalet utländska övernattningar i Sverige på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser har under motsvarande period ökade med nära 100 procent. Sverige som destination har därmed haft en lika bra utveckling som i övriga världen, och en betydligt bättre tillväxt än i Europa som helhet.

Index för utlandsresor med minst en övernattning (UNWTO) och utländska gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och camping i Sverige (Nutek/SCB). Index 1991 = 1.



Källa: Nutek/SCB, UNWTO

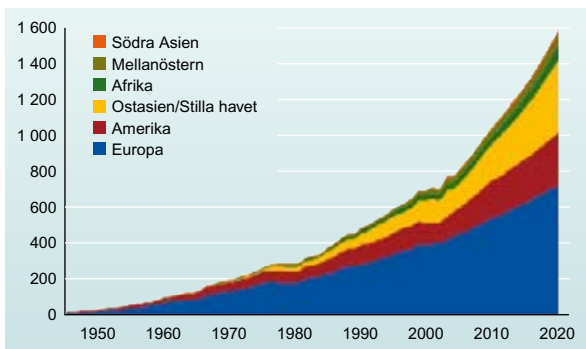
Världsturistorganisationen förutspår fortsatt tillväxt

Enligt World Tourism Organizations vision för utvecklingen av världsturismen förutspås en global tillväxt av det internationella resandet med 12 procent fram till 2010 och med drygt 73 procent fram till 2020. En motsvarande ökning för resandet i Europa förutspås med nästan 10 procent fram till 2010 och med nästan 50 procent fram till 2020. Sverige har,

som framgår av föregående figur, följt den internationella volymutvecklingen sedan början av 1990-talet och har utvecklats bättre än Europa som helhet under motsvarande period.

Världsturistorganisationens vision fram till 2020.

Antal utlandsresor med minst en övernattning (miljoner)

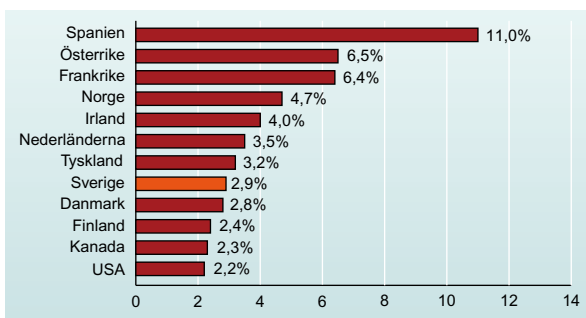


Källa: UNWTO

Svensk BNP-andel mindre än i många andra länder

Turismen har mindre betydelse för svensk ekonomi än i många andra länder. Turistnäringens andel av/relation till BNP har mellan åren 1995 och 2005 pendlat mellan 2,66 och 2,94 procent. Detta visar att turistnäringens andel ligger på en ganska konstant nivå i förhållande till den totala ekonomin. Förändringar i den övriga ekonomin påverkar dock turistnäringens andel av den totala ekonomin mer än upp- eller nedgångar inom själva turistnäringen. Turistnäringens andel av/relation till BNP var under 2006 betydligt större än för t.ex. summan av jordbruk, skogsbruk och yrkesfiske.

Internationell jämförelse av turistnäringens procentandel av BNP

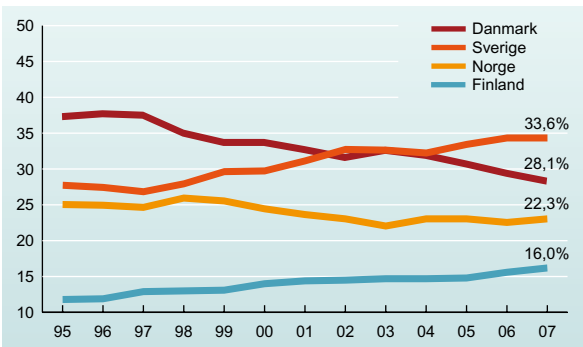


Källa: Nutek/SCB, ETC

Sverige har störst andel av den utländska turismen i Norden

De nordiska ländernas statistik över utländska gästnätter i respektive land för åren 1995 till 2007 visar att Sverige har den största marknadsandelen av de utländska gästnätterna i Norden. Sverige har ökat sin marknadsandel från 27 procent 1995 till 33,6 procent under 2007. Finland har, med en ökning av sin marknadsandel från 11,6 till 16 procent, varit den destination i Norden som haft den starkaste tillväxten sedan 1995. Danmark är den destination som minskat mest, men var med en marknadsandel på 28,1 procent den näst största destinationen under 2007. Norge var med en marknadsandel på 22,3 procent den tredje största mottagaren av utländska övernattningar i Norden under 2007.

Inkommande turism i Norden (gästnätter, marknadsandel i procent)



Källa: Ylkanen/MEK, Nutek/SCB

Turistnäringens ekonomi

Uppgifterna under avsnittet Turistnäringens ekonomi är hämtade från Satellitkontoberäkningarna för svensk turistnäring (se faktaruta sidan 18), om inte annat anges.

Kraftig ökning av turistkonsumtionen i Sverige 2006

Den totala turistkonsumtionen i Sverige ökade under 2006 med nästan 11 procent. Mellan åren 1995 och 2006 har den totala turistkonsumtionen i Sverige ökat med drygt 90 procent i löpande priser. Exporten, värdet av utländska besökares konsumtion i Sverige, ökade under samma period med nästan 165 procent i löpande priser. Även förädlingsvärdet och antal sysselsatta inom turistnäringen har ökat kraftigt under perioden 1995 till 2006. Turismens andel av/relation till Sveriges totala BNP har under perioden pendlat mellan 2,66 och 2,94 procent, vilket visar att turistnäringen ligger på en ganska konstant nivå i förhållande till den totala ekonomin. Förändringar inom övriga näringslivet påverkar dock turistnäringens andel av BNP mer än upp eller nedgångar inom själva turistnäringen.

Nyckeltal för svensk turistnäring 1995 till 2006

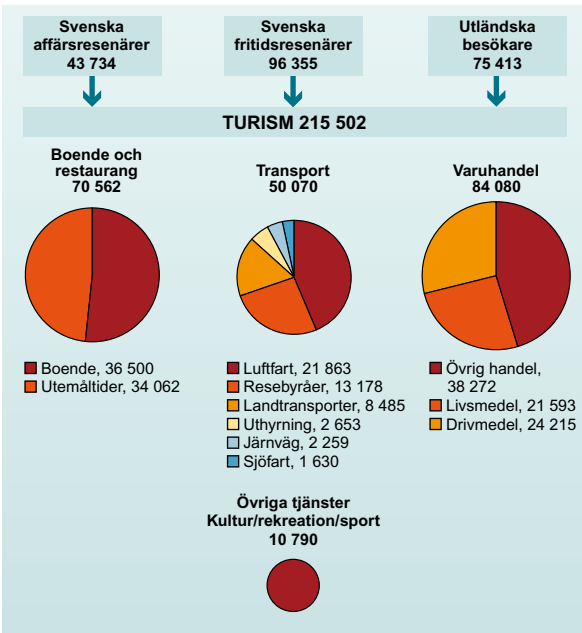
<i>Löpande priser / miljoner kronor</i>						
	<i>Total turistkonsumtion i Sverige</i>	<i>Svenskars turistkonsumtion i Sverige</i>	<i>Utländska besökares konsumtion i Sverige (export)</i>	<i>Förädlingsvärde</i>	<i>Sysselsatta (årsverken)</i>	<i>Andel av / relation till total BNP i procent</i>
1995	113 178	84 665	28 513	39 522	102 650	2,78
1996	116 980	89 138	27 841	42 675	105 744	2,77
1997	129 904	96 555	33 349	45 508	107 864	2,83
1998	138 254	101 102	37 152	48 015	109 129	2,87
1999	142 862	104 127	38 735	49 958	112 890	2,82
2000	151 700	110 298	41 401	51 521	119 896	2,74
2001	165 761	116 721	49 040	54 148	126 639	2,80
2002	171 804	120 206	51 598	57 326	125 766	2,86
2003	170 989	120 801	50 188	57 204	125 458	2,76
2004	176 100	122 482	53 619	57 693	122 956	2,66
2005 prel	194 415	131 179	63 236	63 860	135 058	2,84
2006 prel	215 502	140 089	75 413	70 278	151 619	2,94
06/05 %	10,8	6,8	19,3	10,1	12,3	

Källa: Nutek/SCB

Turismen skapar stora intäkter

Under 2006 spenderade fritids- och affärsresenärer drygt 215 miljarder kronor i Sverige, pengar som fördelar sig mellan de olika branscherna enligt illustrationen nedan. Mest pengar la turisterna på varuhandel, 39 procent eller drygt 84 miljarder kronor. Därefter kommer boende och restaurang, som kan tillgodoräkna sig intäkter på drygt 70 miljarder kronor eller nästan 33 procent. Transportsektorn med intäkter från exempelvis tågbiljetter, flygstolar och hyrbilar står för drygt 50 miljarder kronor eller cirka 23 procent. Konsumtionen av kultur, rekreation och sport är den minsta sektorn, men samtidigt en av de sektorer som växer snabbast. Det är också denna sektor som i huvudsak bidrar med den attraktionskraft som driver resandet och därmed övriga sektorer framåt. Av den totala konsumtionen svarade svenska resenärer för nästan två tredjedelar, varav fritidsresenärerna spenderade merparten. De utländska besökarnas konsumtion, 75,4 miljarder kronor, utgjorde nästan 35 procent av den totala konsumtionen.

Fördelning av turistnäringens totala omsättning 2006 (miljoner kronor)

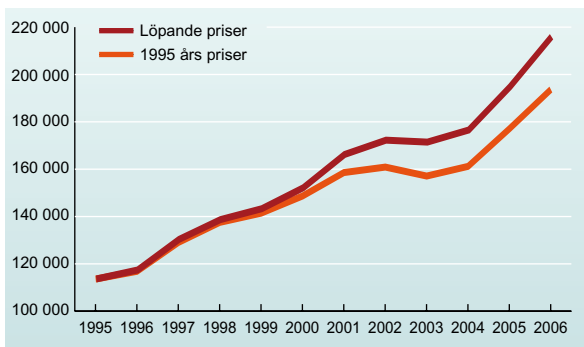


Källa: Nutek/SCB

Stark tillväxt för svensk turistnäring sedan 1995

Omsättningen inom svensk turistnäring har ökat med drygt 90 procent i löpande priser sedan 1995. Uttryckt i fasta priser har ökningen varit drygt 70 procent.

Utveckling av total omsättning inom turistnäringen i Sverige (miljoner kronor)

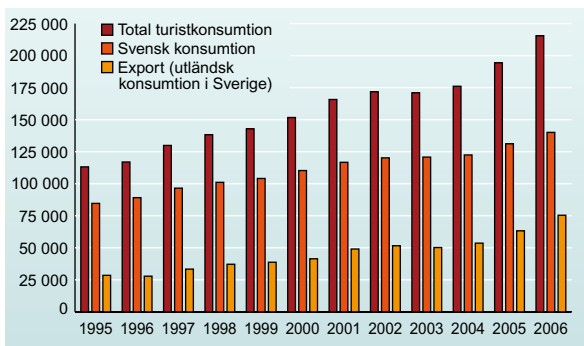


Källa: Nutek/SCB

Utländsk konsumtion i Sverige ökar mer än den inhemska konsumtionen

Samtidigt som den totala omsättningen inom svensk turistnäring ökat med drygt 90 procent i löpande priser sedan 1995, har svenskarnas turiskonsumtion i Sverige ökat med cirka 65 procent i löpande priser. Under samma period har turistnäringens exportvärde, det vill säga utländska besökares turiskonsumtion i Sverige, ökat mer än dubbelt så mycket eller med nästan 165 procent i löpande priser.

Total turiskonsumtion i Sverige (löpande priser i miljoner kronor)

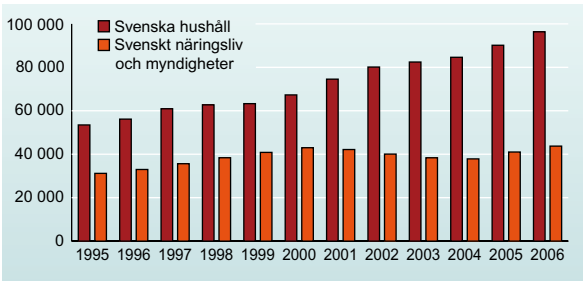


Källa: Nutek/SCB

Både fritidsresenärer och affärsresenärer spenderade mer under 2006

Svenska fritidsresenärer står för drygt två tredjedelar av svenskarnas totala turistkonsumtion i Sverige. Fritidsresenärernas andel av den inhemska turistkonsumtionen har ökat från cirka 63 till nästan 69 procent sedan 1995. Affärsresenärernas andel har under samma period minskat från nästan 37 till drygt 31 procent. Under 2006 ökade både affärsresenärernas (plus 6,6 procent) och fritidsresenärernas konsumtion (plus 6,9 procent) nästan lika mycket.

Svenskars turistkonsumtion i Sverige (löpande priser i miljoner kronor)

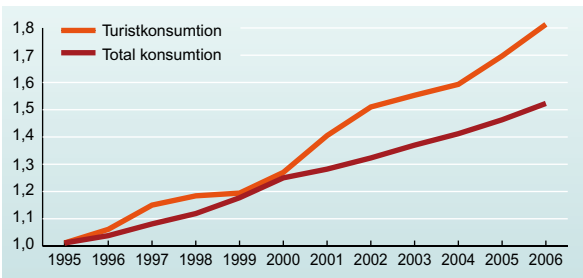


Källa: Nutek/SCB

Hushållens turistkonsumtion i Sverige ökar mer än hushållens totala konsumtion

Svenska hushållens turistkonsumtion i Sverige har ökat med 80 procent i löpande priser sedan 1995. Under samma period har hushållens totala konsumtion ökat med drygt 50 procent i löpande priser. Hushållens turistkonsumtion i Sverige har ökat sin andel från 6 till cirka 7,2 procent av hushållens totala konsumtion mellan åren 1995 och 2006.

Index för hushållens turistkonsumtion i Sverige i förhållande till hushållens totala konsumtionsutgifter (löpande priser). Index 1995 = 1

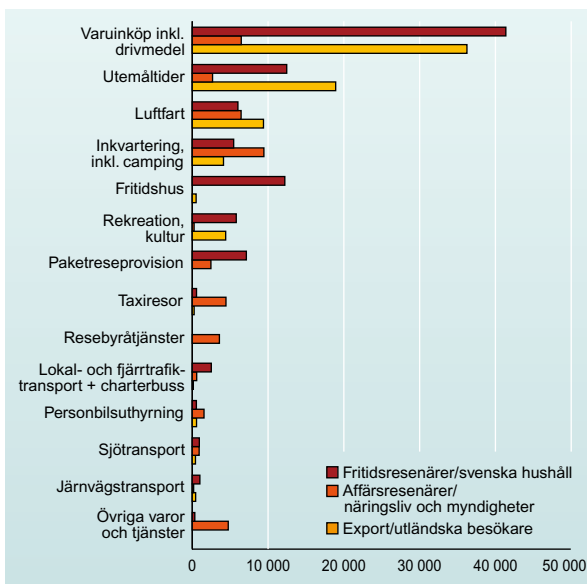


Källa: Nutek/SCB

Varuinköp största utgiftsposten för resenärer

39 procent av de drygt 215 miljarder kronor som svenska och utländska fritids- och affärsresenärer gör av med i Sverige spenderas på varuinköp som till exempel livsmedel och drivmedel. Utemåltider står för nästan 16 procent och flyget för drygt 10 procent av den totala konsumtionen. Utländska besökare köper i större utsträckning varor än svenska resenärer. Varuinköp står för cirka 48 procent av de utländska besökarnas konsumtion, där gränshandelns andel är betydande. För svenska fritids- och affärsresenärer är andelen drygt 34 procent, även om svenska fritidsresenärer i kronor har störst utgifter för varuinköp. Tydligt är också att utländska besökare oftare äter på restaurang än de svenska. Drygt 25 procent av deras konsumtion går till utemåltider. För svenska fritids- och affärsresenärer står utemåltider för nästan 11 procent. För svenska affärsresenärer står kommersiell inkvartering för en betydligt större andel av konsumtionen än för svenska fritidsresenärer, som i stället har en hög andel utgifter för boende i fritidshus. I statistiken ingår inte icke kommersiellt boende som inkvartering hos släkt och vänner.

Fördelning av omsättning inom olika branscher 2006 (miljoner kronor)

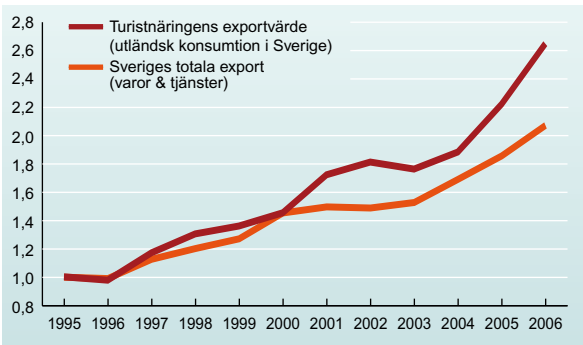


Källa: Nutek/SCB

Turistnäringens exportvärde ökar snabbare än Sveriges totala export

Sveriges totala export av varor och tjänster har haft en gynnsam utveckling under senare år och har sedan 1995 ökat med drygt 100 procent i löpande priser. Under motsvarande period har turistnäringens exportvärde, det vill säga utländska besökarens turistkonsumtion i Sverige, ökat med nästan 165 procent.

Index för turistnäringens exportvärde (utländsk konsumtion i Sverige) jämfört med Sveriges totala export (varor och tjänster), löpande priser. Index 1995 = 1

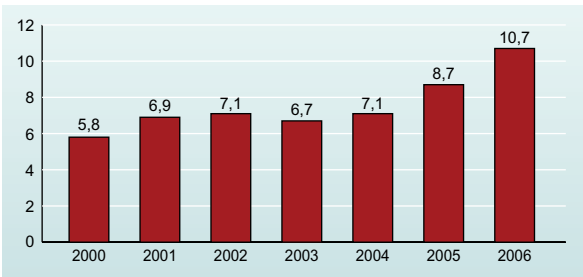


Källa: Nutek/SCB

Turistnäringen är den enda exportnäring som skapar direkta momsintäkter till statskassan

För 2006 uppgick momsen på utländska besökarens konsumtion i Sverige till cirka 10,7 miljarder kronor.

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

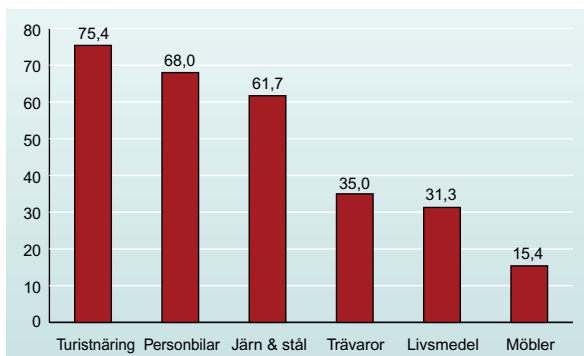


Källa: Nutek/SCB

Turistnäringens exportvärde större än personbilsexporten

Utgifter som resenärer från ett land har när de besöker ett annat land resulterar både i import- och exportvärden. Svenskars utgifter i utlandet är lika med import och utländska besökares utgifter i Sverige skapar ett inflöde av utländsk valuta i Sverige. Därför kan utländsk turism i Sverige betraktas som en exportnäring som vilken annan varu- eller tjänsteexporterande näring som helst. Turistnäringens andel av Sveriges totala export var under 2006 högre än för flera viktiga varuområden. Turistnäringens exportvärde uppgick till 75,4 miljarder under 2006 och var därmed större än värdet av bland annat Sveriges samlade personbilsexport, som var 68 miljarder kronor under 2006.

Turistnäringens exportvärde (utländsk konsumtion i Sverige) jämfört med exportvärden för några viktiga varuområden 2006 (miljarder kronor)

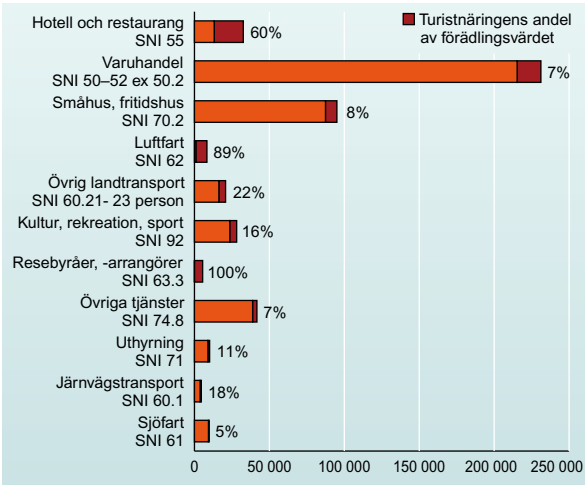


Källa: Nutek/SCB

Turism viktigast för resebyråer och researrangörer

De flesta branscher berörs på något sätt av turismen. Allra viktigast är den för resebyråer och researrangörer där turismen står för 100 procent av förädlingsvärdet. För varuhandeln är motsvarande siffra cirka 7 procent. Hotell och restaurang har med 19,4 miljarder kronor det högsta förädlingsvärdet i turistnäringen. Näst viktigast är varuhandeln med nästan 16 miljarder i förädlingsvärde. Att andelen turism inom hotell och restaurang inte är större än 60 procent beror på att en stor andel av besöken på restauranger görs av lokalbefolkningen som definitionsmässigt inte är turism. För att beräkna förädlingsvärdet, det vill säga produktionsvärdet minus förbrukningsvärdet, kombineras turisternas utgifter med SCB:s produktionsstatistik.

Totalt förädlingsvärde och turistnäringens andel för olika branscher 2006 (miljoner kronor)



Källa: Nutek/SCB

Turistnäringens produktionsvärde och driftsöverskott

Det totala produktionsvärdet i turistnäringen uppgick till 147 miljarder kronor under 2006. Hotell och restaurang har det största produktionsvärdet med 45,7 miljarder kronor, följt av varuhandeln med 23,1 miljarder, luftfarten med 21,8 miljarder och resebyråer och researrangörer med 13,1 miljarder kronor. Det totala driftsöverskottet för den svenska turistnäringen steg mellan 1995 och 2005 från 16,5 miljarder kronor till 24,3 miljarder kronor eller med drygt 45 procent i löpande priser.

Turistnäringens driftsöverskott (brutto, miljoner kronor, löpande priser)

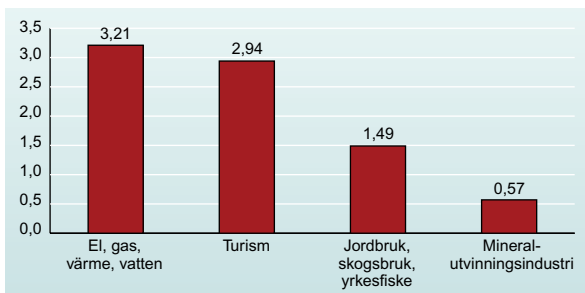


Källa: Nutek/SCB

Turistnäringens andel av BNP större än för jordbruk, skogsbruk och yrkesfiske

Turistnäringens andel av BNP har mellan åren 1995 och 2006 pendlat mellan 2,66 och 2,94 procent. Detta visar att turistnäringens ekonomi ligger på en ganska konstant nivå i förhållande till den totala ekonomin. Förändringar i den övriga ekonomin påverkar dock turistnäringens andel/relation till BNP mer än upp eller nedgångar inom själva turistnäringen. Turistnäringens andel av BNP var under 2006 mindre än för el, gas, värme och vatten men nästan dubbelt så stor som för till exempel jordbruk, skogsbruk och yrkesfiske.

Andel av BNP för några jämförbara näringar 2006 (procent)



Källa: Nutek/SCB

Satellitkontot mäter turistnäringens effekter på ekonomi och sysselsättning

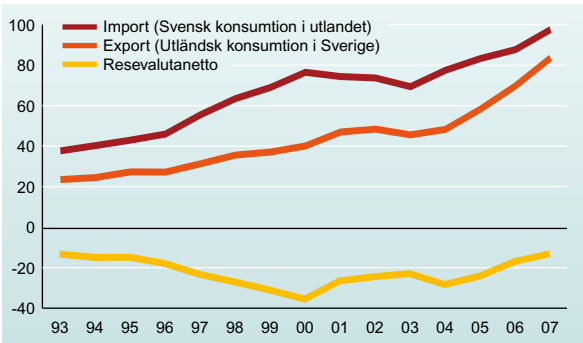
Sverige har anslutit sig till den av Förenta Nationerna internationellt vedertagna definitionen av turism.

Sedan 1995 mäts turismens effekter på ekonomi 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 turisternas direkta konsumtion av svenska varor och tjänster. Metoden för satellitkontoberäkning, Tourism Satellite Account (TSA) är en internationellt vedertagen metod som har tagits fram av FN-organet World Tourism Organization (UNWTO) i samarbete med OECD och turistnäringens organisationer. I Sverige görs beräkningarna på Nuteks uppdrag av Nationalräkenskaperna på Statistiska Centralbyrån (SCB). I likhet med övriga nationalräkenskaper revideras tidsserierna varje år, därför är tidigare tidsserier inte jämförbara med de senaste uppgifterna.

Resevalutaunderskottet fortsatte att minska under 2007

Efter att ha ökat något under 2004 har resevalutaunderskottet minskat under de senaste tre åren. Enligt Riksbankens statistik ökade exportvärdet, det vill säga utländska besökares konsumtion i Sverige, med hela 13,8 miljarder kronor eller 20,6 procent, till totalt 80,8 miljarder kronor under 2007. Samtidigt ökade importvärdet, det vill säga svensk konsumtion i utlandet, med 9,9 miljarder kronor, vilket resulterade i att resevalutaunderskottet minskade med hela 3,8 miljarder kronor under 2007. Det har skett en markant förändring av relationen mellan import- och exportvärden mellan 1993 och 2007. År 1993 var värdet av importen (svensk konsumtion i utlandet) nästan 70 procent högre än exporten (utländsk konsumtion i Sverige). Fram till 2007 har detta gap minskat och importvärdet är nu endast 17,3 procent högre än exportvärdet.

Resevalutautveckling (miljarder kronor, löpande priser)



Källa: Sveriges Riksbank/SCB

Resevalutan i bytesbalansen

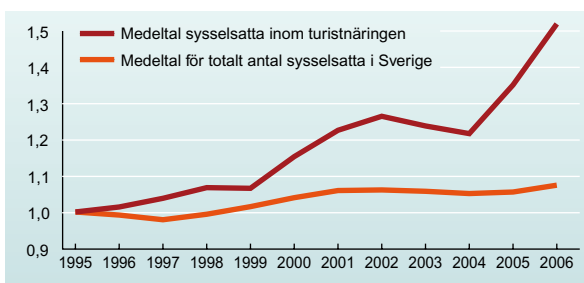
På Riksbankens uppdrag framställer SCB kvartalsvis statistik om resevalutautvecklingen. Resevalutan avser utgifter som resenärer från ett land har när de besöker ett annat land. Svenskars utgifter i utlandet är lika med import. Utländska besökares utgifter i Sverige är lika med export. Därför kan utländsk turism i Sverige betraktas som en exportnäring som vilken annan varu- eller tjänsteexporterande näring som helst. Resevalutastatistiken innehåller, förutom de direkta utgifter som resenärer har, även poster hänförliga till bland annat valutaspekulation, återväxling, och Internethandel. För vissa av dessa poster gör Riksbanken korrigeringar.

Sysselsättning inom turistnäringen

Turistnäringen bidrar till ökad sysselsättning

Antalet sysselsatta (årsverken) i turistnäringen har ökat med drygt 47 procent eller med nästan 50 000 heltidsarbeten sedan 1995. Mätt i medeltal sysselsatta har Sveriges totala sysselsättning under motsvarande period ökat med cirka 7,4 procent.

Index för sysselsättningsutveckling inom turistnäringen i jämförelse med total sysselsättningsutveckling i Sverige. Index 1995 = 1.

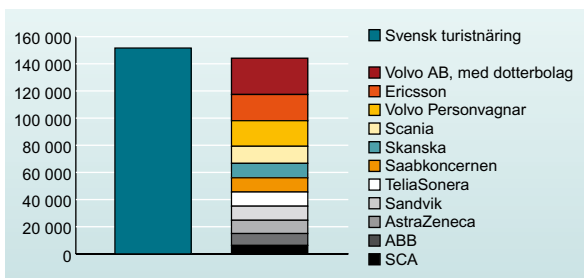


Källa: Nutek/SCB

Fler anställda i turistnäringen än i många storföretag tillsammans

Antalet sysselsatta inom turistnäringen i Sverige under 2006 var fler än det totala antalet sysselsatta i Sverige inom följande

Jämförelse av antal sysselsatta i Sverige 2006



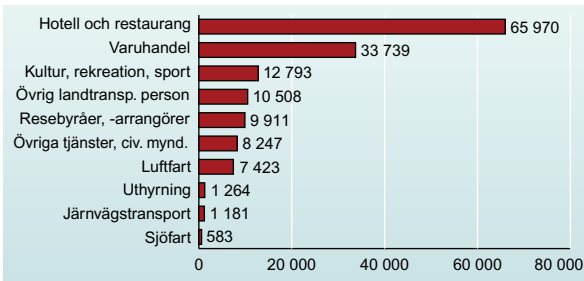
Källa: Nutek och respektive bolag

de storföretag: Volvo AB med dotterbolag, Ericsson, Volvo Personvagnar, Scania, Skanska, Saabkoncernen, TeliaSone-
ra, Sandvik, AstraZeneca, ABB och SCA som tillsammans
sysselsatte drygt 144 000 personer under 2006.

Flest sysselsatta med turism inom hotell och restaurang

Av totalt 151 619 helårsverken inom turistnäringen 2006 var flest sysselsatta med turism inom hotell och restaurangbranschen, nästan 66 000 helårsverken eller drygt 43 procent av alla inom turistnäringen. Näst största bransch var varuhandeln med drygt 33 000 helårsverken eller cirka 22 procent av totalen. Rese- och transportsektorn med resebyråer, researrangörer och alla transportörer tillsammans sysselsatte något färre, nästan 30 000 helårssysselsatta.

Antal sysselsatta (årsverken) inom turism i olika branscher 2006

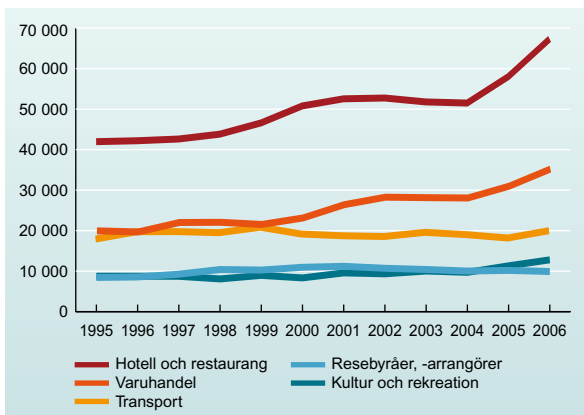


Källa: Nutek/SCB

Antal sysselsatta med turism inom hotell och restaurang ökar mest

Sedan 1995 har antalet sysselsatt (årsverken) med turism inom hotell och restaurang ökat mest. Drygt 25 000 årsverken har tillkommit. Men det är varuhandeln som haft den procentuellt starkaste utveckling och ökat med drygt 80 procent eller med drygt 15 000 årsverken sedan 1995. Kultur, rekreation och sport har sedan 1995 ökat från 8 750 till nästa 13 000 helårsverken eller med drygt 46 procent. Resebyråer och researrangörer har ökat med drygt 17 procent trots att transportsektorn bara ökat med cirka 12 procent under motsvarande period. Mellan 2005 och 2006 ökade antalet sysselsatta med turism inom alla branscher, utom inom resebyråer och researrangörer som minskade något.

Utveckling av antal helårsverken inom turism i olika branscher

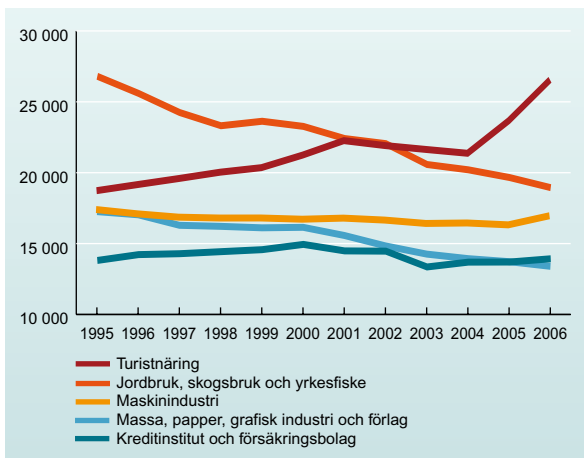


Källa: Nutek/SCB

Sysselsättningen i många basnäringar minskar – men ökar i turistnäringen

Samtidigt som sysselsättningen inom många traditionella basnäringar i Sverige minskat har turistnäringen bidragit med nästan 50 000 nya heltidsarbeten sedan 1995. Under samma period har antalet arbetade timmar inom till exempel jordbruk, skogsbruk och yrkesfiske minskat med nästan 30 procent och har sedan 2003 varit en sektor som bidragit med mindre sysselsättning än inom turistnäringen.

Utveckling av antal arbetade timmar i turistnäringen i jämförelse med några viktiga näringsgrenar (10 000-tal timmar)



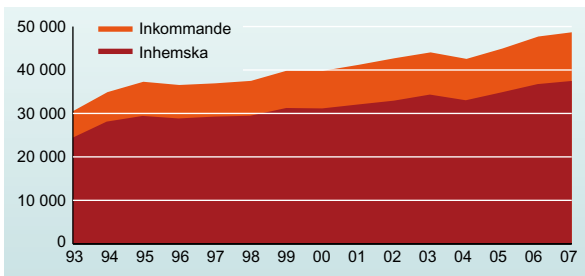
Källa: Nutek/SCB

Turism i Sverige

Stadig ökning av volymer

Antalet gästnätter på svenska hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser ökade till 48,6 miljoner eller med 2 procent under 2007. Det är de högsta volymerna som någonsin registrerats. Det var utlandsmarknaderna, det vill säga utländska gästnätter, som ökade mest under 2007, plus 2,3 procent. De svenska gästnätterna ökade med 2 procent. Sedan 1993 har gästnätterna totalt ökat med nästan 60 procent. Den inhemska marknaden har under samma period ökat något mindre 53,3 procent. Utlandsmarknaderna har ökat med drygt 84 procent och samtidigt ökat sin andel av totalen från 19,9 till 23 procent mellan 1993 och 2007.

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



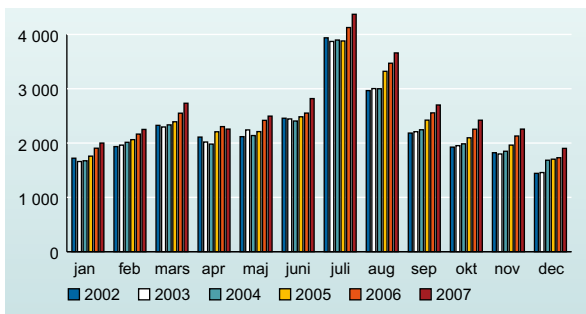
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Fler fritidsresenärer på sommaren

Totalt genererade sommaren 2007 10,8 miljoner övernattningar på hotell, stugbyar och vandrarhem. Sommarmånaderna (juni-augusti) står normalt för nästan 35 procent av årets volymer mätt i antal gästnätter på hotell, stugbyar och vandrarhem, men för endast 26,4 procent av logiintäkterna. Generellt innebär sommarmånaderna alltid en ökning i privatresandet, medan affärsresandet, som ger större intäkter, minskar. Under 2007 ökade volymerna under samtliga sommarmånader. Juni var den månad som ökade mest, både i absoluta och relativa tal.

Gästnätter månad för månad, på hotell, stugbyar och vandrarhem (1 000-tal)



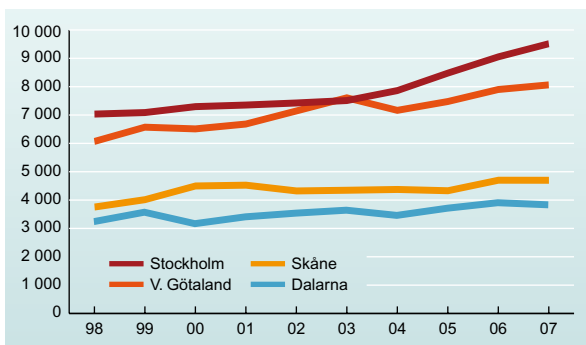
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Störst volymer i Stockholms län

Nästan alla regioner i Sverige hade volymökningar under 2007. Störst volymökning hade Stockholms län, plus 463 000 gästnätter. Sedan 1998 är det också Stockholms län som haft den procentuellt högsta volymökningen av de fyra största regionerna i Sverige, plus 36 procent. Västra Götalands län har under samma period ökat med nästan 34 procent och Skåne och Dalarna med 25,4 respektive 18,5 procent. De tre storstadslänen stod tillsammans för nästan 45 procent av volymerna och för 58 procent av de totala logiintäkterna i Sverige under 2007. Även om logiintäkterna är högst i storstadslänen, så är turismens regionala betydelse mätt i logiintäkter per capita, större i både Jämtland och på Gotland. Se även sidan 27.

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



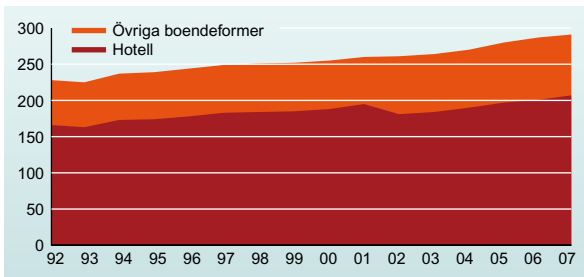
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Fler bäddar på svenska boendeanläggningar

Antalet bäddar på svenska hotell ökade under 2007 med 3 procent till 207 000. Antalet bäddar i stugbyar och på vandrarhem minskade dock med 2,3 procent. Mellan 1992 och 2007 har antalet bäddar i alla tre boendeformerna ökat med nästan 26 procent.

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



Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Den stora förändringen i andelen bäddar mellan 2001 och 2002 har sin grund i att inkvarteringsstatistikens vandrarhemskategori fick en ny definition januari 2002. Ungefär 250 anläggningar berördes av omdefinieringen och flyttades vid årsskiftet 2001–2002 från hotellkategorin till vandrarhemskategorin.

Nyckeltal för kapacitet 2007

	Hotell	Stugbyar	Vandrarhem	Camping
Antal anläggningar	1 905	300	725	1 065
Antal rum/stugor	103 901	9 058	-	102 018 tomter 13 349 stugor
Antal bäddar	206 937	46 329	37 930	-
Belagda rum/stugor	17,5 milj.	0,9 milj.	-	-
Övernattningar	25,4 milj.	3,5 milj.	2,7 milj.	17,0 milj.
Bel.grad rum/stugor	51%	36%	-	-
Bel.grad bäddar	37%	26%	26%	-

Preliminära data för 2007

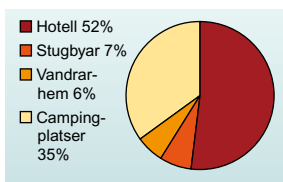
Källa: Nutek/SCB

Hotellen genererar mest logiintäkter

Hotellen står för 52 procent av volymerna mätt i antal gästnätter, men för 83 procent av de totala logiintäkterna. Campingen, den näst största boendeformen, står för 35 procent av volymerna och för 11 procent av logiintäkterna. De totala logiintäkterna ökade med drygt 1,6 miljarder kronor

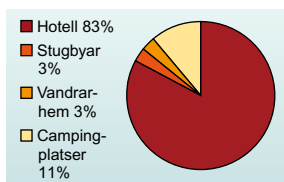
(plus 9,7 procent) till totalt 18,3 miljarder kronor under 2007. Logiintäkterna på hotellen ökade med 11,3 procent till 15,3 miljarder kronor under 2007. Campingen minskade sin andel av omsättningen till 11 procent av de totala logiintäkterna. Stugbyar och vandrarhem stod för 7 respektive 6 procent av volymerna och för 3 procent vardera av de totala logiintäkterna under 2007.

Volym (gästnätter) fördelat på boendeform 2007



Preliminära data för 2007
Källa: Nutek/SCB

Logiintäkter fördelat på boendeform 2007

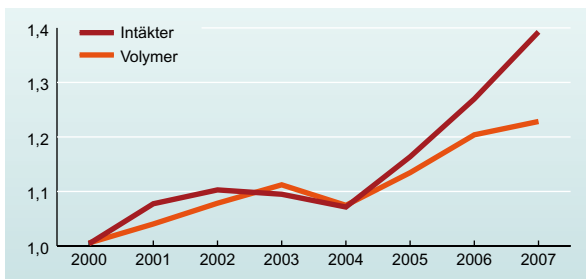


Preliminära data för 2007
Källa: Nutek/SCB

Intäkterna fortsatte öka mer än volymerna under 2007

Under 2002 och 2003 ökade volymerna mätt i antal gästnätter mer än logiintäkterna. Under 2004 minskade de totala volymerna med 3,4 procent men intäkterna sjönk bara med 2,1 procent. Under 2005 ökade intäkterna igen med hela 8,6 procent, och mer än volymerna som ökade med 5,6 procent. Under 2006 fortsatte intäkterna att öka mer (plus 9,2 procent) än volymerna som ökade med 6,2 procent. Denna utveckling fortsatte under 2007 med en ökning av volymerna med 2 procent samtidigt som intäkterna ökade med hela 9,7 procent.

Index för logiintäkter (löpande priser) och volymer (gästnätter) Index 2000 = 1



Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Logiintäkter som ett mått på turismens regionala betydelse

Många använder volymer mätt i antal kommersiella gästnätter som en indikator på turismens utveckling lokalt- och regionalt. Enbart denna variabel har ett relativt begränsat förklaringsvärde. På nationell nivå kan volymdata kompletteras med ekonomiska data om import- och exportvärden, förädlingsvärde, sysselsättning med mera. Genom att också redovisa logiintäkter ur inkvarteringsstatistiken får man ytterligare en variabel för att mäta turismens regionala betydelse. Även om logiintäkterna är högst i storstadslänen, så är turismens regionala betydelse mätt i intäkter per capita, större i både Jämtland och på Gotland.

Logiintäkter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser per län och fördelat per invånare, 2007

	<i>Totala logiintäkter per län, 1000-tal SEK</i>	<i>Logiintäkter per invånare, SEK</i>	<i>07/06 procent</i>
Jämtland	488 386	3 847	9,3
Gotland	206 522	3 609	16,2
Stockholm	5 954 093	3 066	14,3
Dalarna	780 327	2 832	3,5
Norrbottn	632 920	2 523	8,5
Kalmar	545 850	2 334	4,9
Halland	579 463	1 992	8,4
Västra Götaland	2 893 181	1 872	7,0
Värmland	472 325	1 725	4,0
Västerbotten	419 976	1 631	9,1
Blekinge	231 063	1 521	4,0
Skåne	1 781 486	1 490	7,1
Jönköping	480 401	1 441	5,5
Västernorrland	346 897	1 425	10,1
Södermanland	359 960	1 361	12,8
Östergötland	564 551	1 343	10,6
Uppsala	433 056	1 342	9,6
Kronoberg	232 210	1 287	11,4
Örebro	347 433	1 261	9,6
Gävleborg	308 711	1 121	8,9
Västmanland	243 768	979	12,1
Hela landet & snitt	18 302 579	1 997	9,7

Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

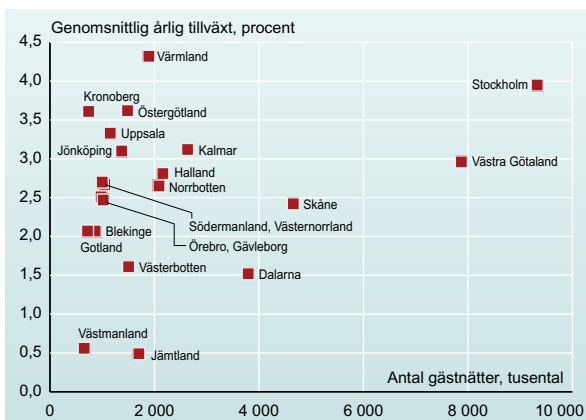
Volymer och tillväxt som ett mått på den regionala utvecklingen

Jämförelser mellan olika delar av Sverige är svåra att göra, då det är ett stort antal påverkansfaktorer som slår olika i olika delar av landet och då regionerna också sinsemellan är olika stora. Att bara jämföra volymer (gästnätter) ger oftast samma storstadsregioner i topp.

I diagrammet nedan visas volymutvecklingen 2007 på x-axeln, samt genomsnittlig årlig förändring på y-axeln. I det horisontella perspektivet kan då volymen avläsas, med Stockholms län, Västra Götalandsregionen och Skåne i topp.

Vertikalt visas den årliga genomsnittliga förändringen under perioden 1997 till 2007 och här toppar Värmland med en årlig tillväxt på 4,3 procent, följt av Östergötland och Kronoberg. Såväl Stockholm som Västra Götaland visar både höga volymer och en förhållandevis stark ökning under perioden, vilket indikerar två starka tillväxtregioner. I diagrammets nedre vänstra del återfinns bland annat Dalarna, Västmanland, Jämtland och Västerbotten, regioner med svag tillväxt under perioden.

Volym 2007 samt genomsnittlig årlig tillväxt 1997–2007



Källa: Nutek/SCB

Liseberg populäraste besöksmålet

Syftet med Nuteks besöksmålsdatabas är i första hand att kunna analysera förändringar av olika besöksmålskategorier över tiden och därmed fånga förändringar i preferenser och beteenden. Hösten 2005 publicerades rapporten: ”Besöksmål i Sverige – analys av attraktivitet och regional utveckling under åren 1998 till 2003”. Analysen kan beställas

eller hämtas hem från www.nutek.se/turistnaringen. Topplistan är en biprodukt som ger en bild av olika volymintensiva besöksmål och sevärdheter. Uppgifter om besökare som per definition är att betrakta som turister är svåra att samla in och andelen turister varierar därför kraftigt beroende på typ av besöksmål. Liseberg toppar som tidigare år listan över de 30 största besöksmålen med cirka 2,8 miljoner besökare, följt av Kulturhuset i Stockholm och Sälens skidanläggningar i Dalarna.

Besöksmål och sevärdheter i Sverige år 2006 med förändringar från 2005

Listan anger antal besökare – i förekommande fall uppskattat – för viktiga besöksmål och sevärdheter i Sverige och bygger på data som är inhämtade från respektive anläggning. Topplistan – de 30 största besöksmålen och sevärdheterna år 2006.

Besöksmål	Ort	Antal besökare 2006	Förändring	06/05 procent
1 Liseberg	Göteborg	2 844 000	-356 000	-11,1
2 Kulturhuset	Stockholm	2 787 948	+81 873	3,0
3 Sälens skidanläggningar**	Malung	2 009 000*	+101 000	5,3
4 Fyrishov	Uppsala	1 531 600	300 000	24,9
5 Globe Arena	Stockholm	1 366 886	+49 267	3,7
6 Skansen	Stockholm	1 358 701	-46 114	-3,3
7 Stockholmsmässan	Stockholm	1 296 303	+81 059	6,7
8 Eriksdalsbadet	Stockholm	1 199 652	+71 201	6,3
9 Gröna Lund	Stockholm	1 050 000	+33 000	3,2
10 Vasamuseét	Stockholm	973 722	+80 830	9,1
11 Åre/Duved	Åre	966 000*	+44 000	4,8
12 Folkets Park	Malmö	900 000	+50 000	5,9
13 Kungliga slottet	Stockholm	795 046	+35 204	4,6
14 Söderåsen, naturområde	Svalöv m fl	750 000	-	-
15 Svenska Mässan	Göteborg	731 000	-96 000	-11,6
16 Scandinavium	Göteborg	717 000	-1 000	-0,1
17 Naturhistoriska riksmuseét	Stockholm	704 996	-89 004	-11,2
18 Ullevi	Göteborg	648 000	+171 000	35,8
19 Rosvalla	Nyköping	612 500	58 200	10,5
20 Moderna museét	Stockholm	606 448	-6 973	-1,1
21 Gustavsvik bad	Örebro	602 000	-5 810	-1,0
22 Uppsala Domkyrka	Uppsala	600 000	-	-
23 Ales Stenar	Ystad	600 000	-	-
24 Cirkus	Stockholm	550 000	+100 000	22,2
25 Parken Zoo, Djurpark och nöjen	Eskilstuna	535 000	-15 000	-2,7
26 Dunkers Kulturhus	Helsingborg	530 496	+396 892	297,1
27 Kullaberg, naturreservat	Höganäs	500 000	-	-
28 Domkyrkan i Lund	Lund	500 000	-	-
29 Malingsbo-Kloten, naturområde	Smedjebacken	500 000	-	-
30 Ånnaboda/Kilsbergen, naturomr.	Örebro	500 000	-	-

* Antal skiddagar säsongen 2005/06

Källa: Nutek/ResursAB

**Lindvallen/Tandådalen-Hundfället/Kläppen/Stöten

Västra Götaland står för nästan hälften av alla gästnätter i gästhamnarna

Nutek genomför i samarbete med Riksföreningen Gästhamnar Sverige (RGS) en undersökning i syfte att mäta beläggningen i svenska gästhamnar. Totalt registrerades 1 646 055 gästnätter i gästhamnarna under 2007, en minskning med 0,7 procent sedan 2006. Nästan hälften eller drygt 45 procent av alla gästnätter registrerades i Västra Götalands län, följt av Stockholms län med 17,2 procent. Övriga 37,7 procent har en god spridning över landet, varav Skåne och Östergötlands län stod för 8,9 respektive 6,4 procent av det totala antalet.

Många regioner uppvisade ett minskat antal gästnätter under 2007 samtidigt som antalet båtnätter ökade med över 5 procent. Procentuellt var det Norrbotten som ökade mest i antal gästnätter, plus 15,7 följt av Östergötlands län som ökade med 11,8 procent under 2007.

Totalt antal gästnätter i gästhamnar i privata fritidsbåtar uppdelade efter region, 2007

Län	Antal	Andel i procent	07/06 procent
Stockholm	282 953	17,2	0,3
Uppsala	16 098	1,0	-3,1
Sörmland	42 717	2,6	-4,0
Östergötland*	104 702	6,4	11,8
Kalmar	87 858	5,3	-1,5
Gotland	27 362	1,7	-3,8
Blekinge	59 876	3,6	-8,7
Skåne	145 705	8,9	-5,3
Halland	32 651	2,0	-1,4
Västra Götaland	742 876	45,1	-0,2
Värmland	10 513	0,6	5,5
Örebro	4 924	0,3	-8,0
Västmanland **	6 015	0,4	-29,8
Gävleborg	18 232	1,1	2,8
Västernorrland	47 630	2,9	-4,4
Västerbotten	3 677	0,2	2,5
Norrbotten	12 266	0,7	15,7
Hela landet	1 646 055	100	-0,7

* Östergötland innehåller 2 gästhamnar från Jönköpings län.

Källa: Nutek/RGS

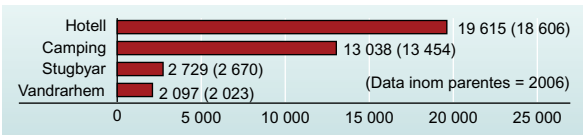
** Västmanland innehåller 2 gästhamnar från Kopparbergs län som ingår i kanalsystemet Strömsholms kanal.

Inhemsk turism

Andelen inhemska gästnätter minskade något under 2007

Antalet inhemska/svenska gästnätter i Sverige ökade med 2 procent till 37,4 miljoner under 2007. De inhemska gästnätterna stod för nästan 76,9 procent av alla gästnätter i Sverige under 2007, vilket är en liten minskning från 2006 då andelen var drygt 77 procent. Mellan 1993 och 2007 har andelen inhemska gästnätter minskat från 80,1 till 76,9 procent. Antalet inhemska gästnätter ökade på alla boendeformer utom campingen under 2007. På hotellen, som stod för drygt hälften av svenskarnas övernattningar i det kommersiella boendet, ökade de inhemska volymerna med 5,4 procent. I stugbyarna var ökningen 2,2 och på vandrarhemmen 3,7 procent, medan campingen minskade med 3,1 procent under 2007.

Boendeformer 2007. Svenska/inhemska gästnätter (1 000-tal)



Preliminära data för 2007

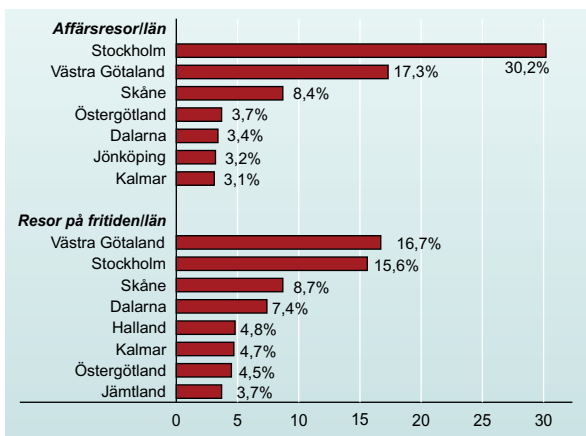
Källa: Nutek/SCB

Tillkommer cirka 46,6 (59) miljoner nätter hos släkt och vänner, och cirka 30,4 (30,2) miljoner i egna fritidshus och lägenheter och cirka 4,4 (5) miljoner i privat förhyrda stugor och lägenheter. Källa ResursAB/TDB, siffrorna inom parentes avser 2006

Västra Götaland tar emot flest svenska fritidsresenärer

Svenskarna gjorde totalt 37,7 miljoner resor med övernattning i Sverige 2007. Av dessa stod resor på fritiden för drygt 87 procent eller 33,1 miljoner. Tabellerna nedan visar resor med övernattning och andel i procent av totalt antal resor på fritiden respektive i affärer. Tabellerna bygger på data hämtade från Rese- och TuristDataBasen, TDB. Stockholm är det vanligaste resmålet för svenska affärsresenärer. Nästan var tredje affärsresa går till huvudstaden. Västra Götalands län tar emot drygt 17 procent av alla affärsresor

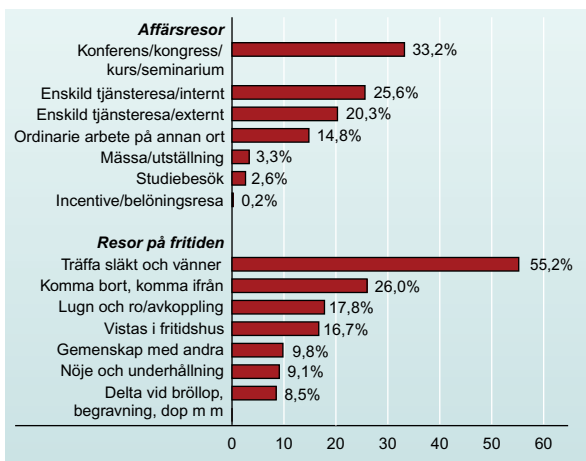
Resmål 2007, resor med övernattnig i Sverige (procent)



Källa: ResursAB/TDB

medan Skåne tar emot 8,4 procent. Över 55 procent av alla affärsresor i Sverige går till storstadslänen medan övriga regioner ligger under fem procent var. De svenska fritidsresenärerna valde i första hand Västra Götaland som destination under 2007 (16,7 procent), följt av Stockholms län (15,6 procent) och Skåne (8,7 procent). De tre storstadslänen är målet för drygt 40 procent av alla resor på fritiden inom Sverige. Dalarna tar emot 7,4 procent medan övriga regioner ligger under 5 procent var.

Syfte med resan 2007, resor med övernattnig i Sverige (procent)



(Summerar ej till 100%, då flera svarsalternativ är möjliga.) Källa: ResursAB/TDB

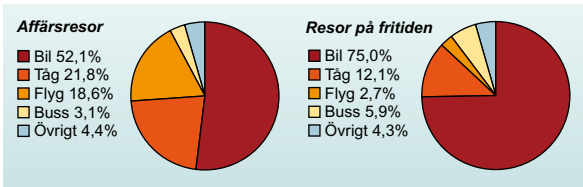
Konferens och träffa släkt och vänner vanligaste syftet

Det vanligaste syftet för resor med övernattnig för svenska affärsresenärer i Sverige är att delta i konferens, kongress, kurs eller seminarium (33,2 procent). Det näst vanligaste var att resa på en enskild tjänsteresa för besök eller möten inom företaget eller organisationen (25,6 procent). Drygt 55 procent av de svenska fritidsresenärerna reser i Sverige för att träffa släkt och vänner och nästan 17 procent för att vistas i fritidshus.

Svenskar reser mest med bil inom Sverige

Bilen är det överlägset vanligaste färdssättet för både svenska fritids- och affärsresenärer vid resor inom Sverige. Tre av fyra resor på fritiden gjordes med bil och mer än hälften vid affärsresor. Näst vanligaste färdssättet för resor på både fritiden och i affärer var tåg.

Transportmedel 2007, resor med övernattnig i Sverige (procent)

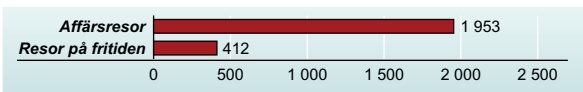


Källa: ResursAB/TDB

Affärsresenärer spenderade fem gånger så mycket som fritidsresenärer

Affärsresenärerna spenderade i genomsnitt 1 953 kronor per person och dygn när de reste i Sverige under 2007. Detta är nästan fem gånger så mycket som för en privatperson som reste på fritiden, som i genomsnitt spenderade 412 kronor per person och dygn.

Utgifter 2007, kronor per person och dygn vid resor med övernattnig i Sverige



Källa: ResursAB/TDB

Utgående turism

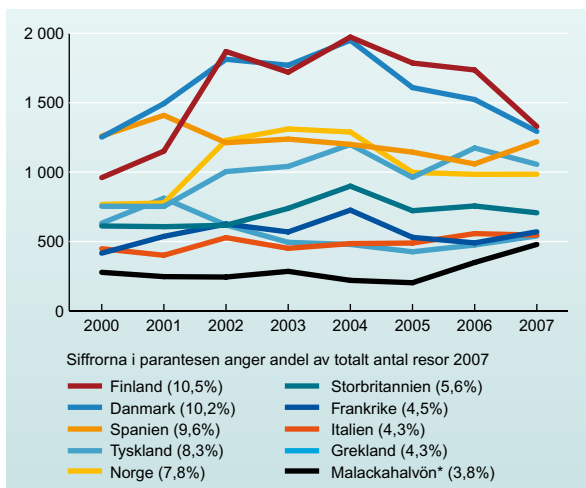
Nästan var sjätte resa – en affärsresa

Nästan var sjätte resa med övernattnig som svenskarna gjorde till utlandet under 2007 var en affärsresa. Av de 12,7 miljoner utlandsresor med övernattnig som svenskarna gjorde under 2007 var 2,2 miljoner affärsresor och 10,5 miljoner fritidsresor. I tabellerna nedan redovisas de vanligast förekommande destinationerna och syftena, där inget annat anges.

Finland och Danmark i topp för svenskarna

Enligt data från Resurs AB och Rese- och TuristDataBasen (TDB) ökade summan av alla resor med övernattnig på fritiden och i affärer till utlandet något under 2007, plus 0,7 procent. Våra grannländer, Finland med 10,5 procent och Danmark med drygt 10 procent av alla utlandsresor, ligger i topp. Antalet resor till både Finland och Danmark har dock minskat kraftigt under 2007. Av det tio största utlandsdesti-

Resmål, antal affärsresor och resor på fritiden till utlandet med övernattnig, (1 000-tal)



* Thailand, Malaysia m fl

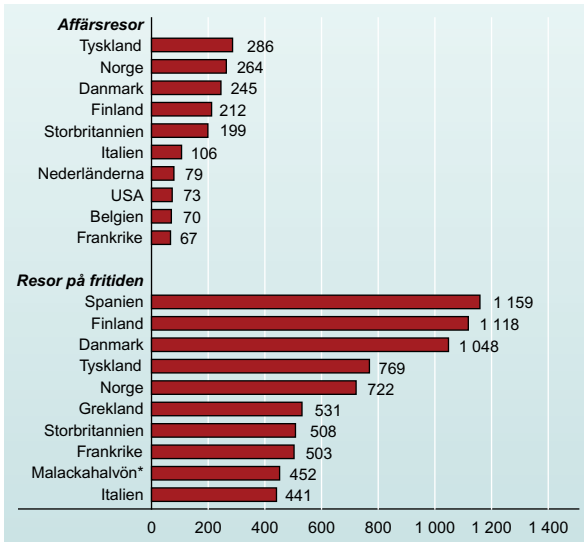
Källa: ResursAB/TDB

nationerna har samtliga grannländer med undantag för Norge minskat under 2007. Av de tio största destinationerna är det destinationer i södra Europa och Asien som ökat kraftigast under 2007.

Tyskland största destinationen för affärsresenärer

Totalt genomfördes 2,2 miljoner tjänste/affärsresor med övernattning till utlandet under 2007. Tyskland med drygt 280 000 resor var den största destinationen och stod för 13 procent av alla tjänste/affärsresor till utlandet. Eftersom drygt 80 procent av alla resor till utlandet sker på fritiden skiljer sig inte de tio största destinationerna för resor på fritiden så mycket från de tio största destinationerna för samtliga resor till utlandet. För resor på fritiden med övernattning är dock Spanien den enskilt största destinationen tätt följt av Finland.

Resmål 2007, antal resor till utlandet med övernattning (1 000-tal)



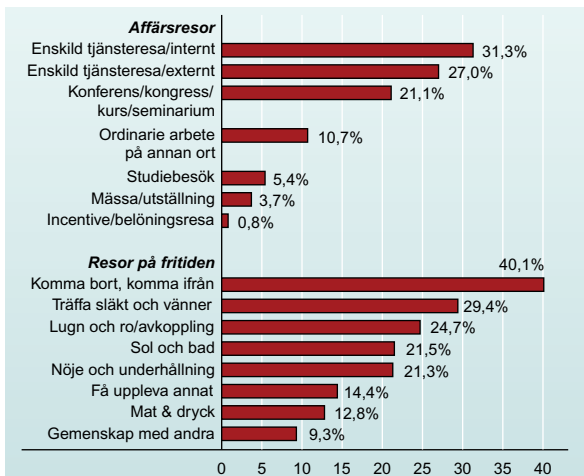
* Thailand, Malaysia m fl

Källa: ResursAB/TDB

Enskild tjänsteresa och att byta miljö är det vanligaste syftet

Det främsta skälet till att svenska affärsresenärer åkte utomlands 2007 var enskilda tjänsteresor. Svenska fritidsresenärer åkte i första hand för att byta miljö (komma bort eller ifrån), men att träffa släkt och vänner var också betydelsefullt.

Syfte med resan 2007, antal resor till utlandet med övernattnig (procent)

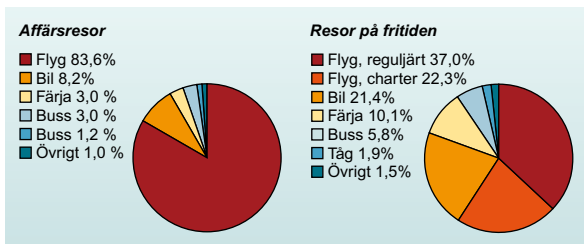


(Summerar ej till 100%, då flera svarsalternativ är möjliga.) Källa: ResursAB/TDB

Flyg populärast till utlandet

Både för tjänste/affärsresor och resor på fritiden med övernattnig var flyg det vanligaste transportmedlet. Nästan 60 procent av alla resor till utlandet med övernattnig på fritiden och mer än fyra av fem tjänste/affärsresor gjordes med flyg. Drygt 20 procent eller cirka 2,2 miljoner av alla resor på fritiden med övernattnig gjordes med charterflyg. Bil, färja och buss är betydligt vanligare för resor på fritiden än i tjänsten/affärer.

Transportmedel 2007, antal resor till utlandet med övernattnig (procent)

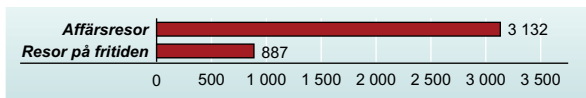


Källa: ResursAB/TDB

Både affärsresenärer och fritidsresenärer spenderade mer under 2007

Under 2007 spenderade de svenska affärsresenärerna i genomsnitt 3 132 kronor per person och dygn vid resor till utlandet, som var en ökning med fyra procent från 2006. Fritidsresenärerna ökade sina genomsnittliga utlägg per person och dygn med drygt fem procent till 887 kronor.

Utgifter 2007, kronor per person och dygn vid resor till utlandet med övernattnig



Källa: ResursABI/TDB

Inkommande turism

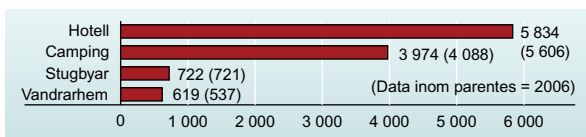
Ökning av utländska gästnätter under 2007

Antalet utländska gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser i Sverige ökade till nästan 11,2 miljoner eller med 2,3 procent under 2007. De första sju tabellerna/diagrammen under avsnittet "Inkommande turism" är hämtade från Nutek/SCBs inkvarteringsstatistik. Siffrorna inom parentes avser 2006.

Hotell vanligaste boendeformen för utländska besökare

Av de kommersiella boendeformerna är hotell den vanligaste boendeformen för utländska besökare i Sverige och stod för drygt hälften eller 5,8 miljoner gästnätter under 2007. Därefter kom campingen med 3,9 miljoner gästnätter. Stugbyar och vandrarhem hade tillsammans nästan 1,4 miljoner utländska gästnätter under 2007

Boendeformer, utländska gästnätter 2007 (1 000-tal)



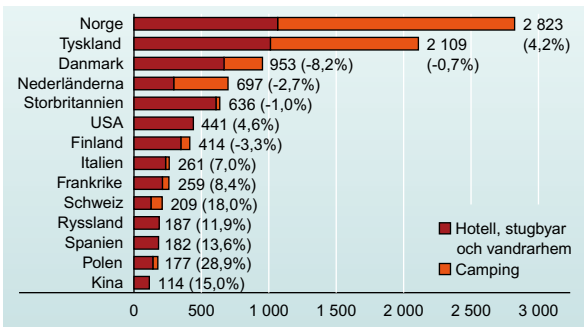
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Normän vanligaste gästerna på kommersiellt boende i Sverige

Volymerna från Tyskland, som är den näst största utlandsmarknaden efter Norge, minskade något under 2007, minus 0,7 procent. Andra närmarknader som minskade var Danmark, minus 8,2 procent, som till stor del förklaras av ett minskat antal övernattningsplatser på campingplatserna. Även Nederländerna minskade med totalt 2,7 procent, men här var det uteslutande campingen som stod för minskningen. De nordiska marknaderna ökade totalt med 2,4 procent, där Norge svarade för den största volymökningen, plus 4,2 procent. De utomeuropeiska marknaderna ökade totalt med 6,4 procent. USA och Kina ökade med 4,6 respektive 15 procent.

Gästnätter från utlandet 2007 med förändring från 2006 (1 000-tal)



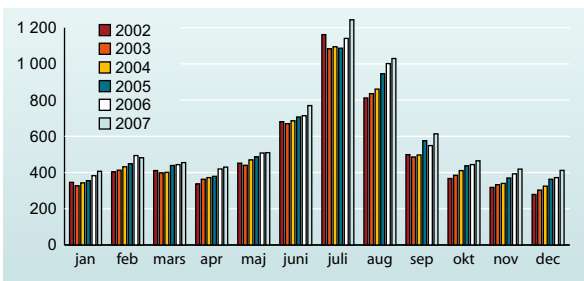
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Störst ökning av utländska gästnätter i september

Under 2007 ökade antalet utländska gästnätter på hotell, stugbyar och vandrarhem under varje enskild månad utom februari. Den största volymökningen var i juli månad, men procentuellt var det september månad som ökade mest under 2007.

Gästnätter från utlandet månad för månad, på hotell, stugbyar och vandrarhem (1 000-tal)



Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Hög andel utländska besökare i Värmland och Kronoberg

Högst andel inkommande besökare hade Värmlands län, med 38 procent. Andra regioner som låg över riksnittet på 23 procent var Kronoberg (35,8 procent), Stockholm (32,7 procent), Norrbotten (31,5 procent), Jämtland (28,9 procent), Västra Götaland (26,6 procent) och Västerbottens län (25,5 procent). Övriga regioner hade en lägre andel inkommande besökare än riksnittet. De tre storstadsregionerna

svarade tillsammans för drygt 54 procent av alla utländska gästnätter. För inhemska gästnätter var motsvarande relation för de tre storstadsregionerna endast 42 procent. Det går också att se att det för vissa regioner finns ett samband mellan höga volymer och en hög andel utländska gästnätter.

Antal gästnätter per län 2007

Län	Inhemska	Inkommande	Andel inkommande	Totalt 2007	07/06 procent
Stockholms län	6 272 371	3 054 563	32,7	9 326 934	5,2
Västra Götalands län	5 779 215	2 095 797	26,6	7 875 012	2,1
Skåne län	3 754 298	903 884	19,4	4 658 182	0,0
Värmlands län	1 174 497	719 500	38,0	1 893 997	-0,5
Norrbottnens län	1 430 371	656 776	31,5	2 087 147	4,2
Dalarnas län	3 248 593	546 861	14,4	3 795 454	-1,9
Jämtlands län	1 211 249	491 529	28,9	1 702 778	1,2
Kalmar län	2 224 475	410 008	15,6	2 634 483	0,2
Västerbottens län	1 121 167	384 266	25,5	1 505 433	7,2
Jönköpings län	1 072 091	300 549	21,9	1 372 640	1,0
Kronobergs län	475 334	265 092	35,8	740 426	3,0
Östergötlands län	1 274 324	210 839	14,2	1 485 163	4,1
Hallands län	1 969 118	192 022	8,9	2 161 140	-4,4
Uppsala län	991 327	163 104	14,1	1 154 431	1,3
Örebro län	826 153	153 864	15,7	980 017	1,3
Blekinge län	723 955	141 518	16,4	865 473	-0,3
Södermanlands län	900 710	133 581	12,9	1 034 291	6,0
Västernorrlands län	882 221	119 157	11,9	1 001 378	4,0
Västmanlands län	555 872	107 311	16,2	663 183	1,3
Gävleborgs län	926 564	94 127	9,2	1 020 691	5,8
Gotlands län	665 096	54 890	7,6	719 986	5,9
Hela landet & snitt	37 479 001	11 199 238	23,0	48 678 239	2,0

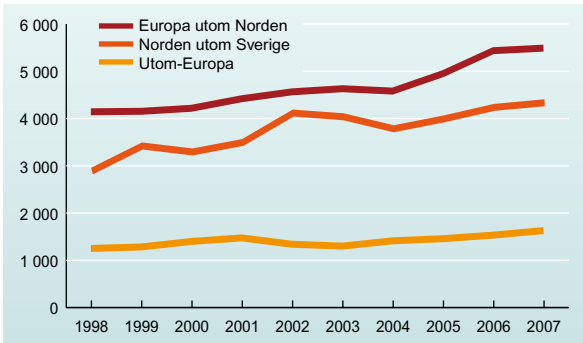
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

God utveckling för de utom-europeiska marknaderna under 2007

Efter nedgångar på den utom-europeiska marknaden under 2002 och 2003, har detta marknadsområde visat ökning varje år. Under 2007 var ökningen 6,4 procent. Men sedan 1998 är det de nordiska marknaderna som ökat mest (plus 52,2 procent). Den europeiska marknaden ökade minst under 2007 (plus 1 procent), men har ökat med totalt 33,4 procent sedan 1998. På den utom-europeiska marknaden är det framför allt Kina och övriga Asien som ökat kraftigast under senare år, medan Japan har minskat med över 40 procent sedan 2000. Volymerna från USA och Kanada har ökat med 11,6 respektive 8,6 procent sedan 2000.

Gästnätter från utlandet på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser fördelat på marknadsområden (1 000-tal)



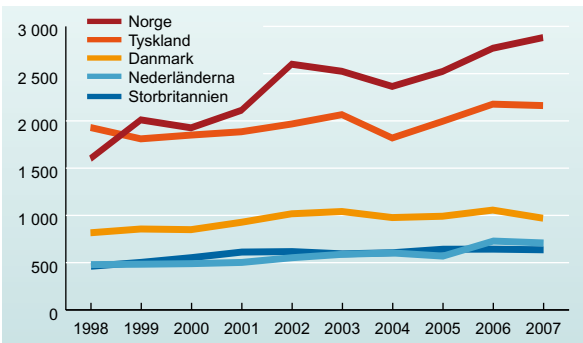
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Norge och Tyskland de största marknaderna

De norska gästnätterna, som ökade med 4,2 procent under 2007, står för 25 procent av alla kommersiella övernattningar från utlandet i Sverige, och för 67 procent av alla övernattningar från den nordiska marknaden. Tyskland som är den näst största utlandsmarknaden minskade med 0,7 procent under 2007, men har ökat med drygt 12 procent sedan 1998. Även Danmark, Nederländerna och Storbritannien minskade sina volymer mellan 2006 och 2007. För både Nederländerna och Storbritannien var det i huvudsak övernattningar på campingplatserna som minskade. Sedan 1998 har de fem största marknaderna haft stora volymökningar. Norge har ökat med över 83 procent, följt av Nederländerna som ökat med nästan 50 procent. Storbritannien och Danmark har ökat med 37,7 respektive 19,3 procent sedan 1998.

Gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser från de fem största utlandsmarknaderna/länderna (1 000-tal)



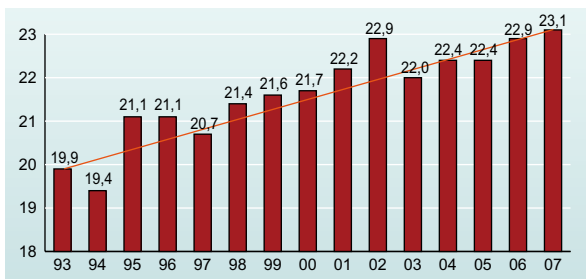
Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Ökning av andelen utländska gästnätter

Andelen utländska gästnätter på kommersiella boendeanläggningar har under åren 1993 till 2006 varierat mellan 19,4 och 23,1 procent. Under 2007 var andelen 23,1 procent som är den högsta andelen som registrerats hittills. Under perioden 1993 till 2007 har volymerna från utlandet ökat från drygt 6 miljoner till nästan 11,2 miljoner gästnätter eller med nästan 85 procent. Under samma period har de inhemska gästnätterna ökat med drygt 53 procent.

Utländska gästnätters andel av totalt antal gästnätter på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser med trendlinje (procent)



Preliminära data för 2007

Källa: Nutek/SCB

Utländska besökare i gästhamnarna ökade kraftigt

Andelen utländska övernattningar i svenska gästhamnar var nästan 43 procent under 2007. De största utlandsmarknaderna var Tyskland med nästan 16 procent, Danmark med 13,5 procent och Norge med 3,5 procent av samtliga övernattningar. Utlandsmarknaderna ökade totalt med 221 000 gästnätter eller med drygt 45 procent under 2007. Totalt minskade antalet gästnätter i gästhamnarna med 0,7 procent varav de inhemska/svenska gästnätterna minskade med nästan 20 procent under 2007.

Gästnätter i gästhamnar i privata fritidsbåtar efter nationalitet, 2007

Nationalitet	Gästnätter	Andel i %	07/06 procent
Sverige	939 072	57,0	-19,8
Tyskland	261 557	15,9	77,4
Danmark	222 053	13,5	76,3
Norge	57 777	3,5	-52,2
Finland	43 619	2,6	54,9
Nederländerna	46 255	2,8	99,4
Övriga Europa	67 327	4,1	93,5
Övriga Världen	8 396	0,5	68,9
Totalt	1 646 055	100	-0,7

Källa: Nutek/RGS

Internationella kongresser

Stockholm trettande största kongresstaden i världen 2006

Stockholm låg på trettande plats bland världens största kongresstäder år 2006. Med 65 möten minskade mötesfrekvensen med sju möten från 2005. Göteborg låg på plats 38, som var en ökning med fem möten sedan 2005. Av de nordiska huvudstäderna låg Köpenhamn på nionde plats, en ökning med tre möten sedan 2005. Helsingfors låg på plats 30 och Oslo på plats 47, som var ökningarna med sex respektive tre möten sedan 2005.

Sverige på femtonde plats bland kongressländerna i världen 2006

Sverige kom med 139 kongresser på femtonde plats bland kongressländerna i världen under 2006. Detta var en ökning med fem möten sedan 2005. Av våra nordiska grannländer kom Finland med 100 möten på plats 21, en minskning med tre möten sedan 2005. Danmark och Norge kom på plats 24 respektive 30 på världslistan som toppas av USA och Tyskland.

Antal internationella möten/kongresser per stad/land 2006

Stad	Antal möten	Land	Antal möten
1 Wien	147	1 USA	414
2 Paris	130	2 Tyskland	334
3 Singapore	127	3 Storbritannien	279
4 Barcelona	103	4 Frankrike	269
5 Berlin	91	5 Spanien	266
6 Budapest	86	6 Italien	209
7 Seoul	85	7 Brasilien	207
8 Prag	82	8 Österrike	204
9 Köpenhamn	69	9 Australien	190
Lissabon	69	10 Nederländerna	187
13 Stockholm	65	15 Sverige	139
Beijing	65	21 Finland	100
30 Helsingfors	40	24 Danmark	89
38 Göteborg	30	30 Norge	71
47 Oslo	25		

Källa: ICCA, International Congress and Convention Association

Drygt 90 000 deltagare på kongresser i Sverige under 2006

Med drygt 90 000 deltagare på kongresser kom Sverige på plats 17 i världen under 2006. Av våra nordiska grannländer kom Danmark med drygt 80 000 deltagare på plats 19. Finland med nästan 60 000 deltagare på plats 24 och Norge med drygt 22 000 på plats 38 under 2006. Även här toppas listan av USA, följt av Spanien och Italien.

Beräknat antal deltagare vid internationella möten/kongresser per land 2006

	<i>Land</i>	<i>Antal deltagare</i>
1	USA	375 218
2	Spanien	251 353
3	Italien	226 692
4	Frankrike	207 400
5	Tyskland	200 212
6	Canada	184 044
7	Kina	181 265
8	Brasilien	158 793
9	Storbritannien	141 504
10	Japan	135 631
17	Sverige	91 076
19	Danmark	80 558
24	Finland	59 899
38	Norge	22 197

Källa: ICCA, International Congress and Convention Association

I ICCA:s statistik ingår endast möten med över 50 deltagare, som är återkommande och som förflyttas mellan minst tre länder.

Definitioner och källor

FNs definitioner inom turism

Turism omfattar 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.

Besökare

Begreppet besökare är grundläggande i hela systemet för turiststatistik och ansluter till definitionen av begreppet turism.

Tre krav ställas för att en resenär ska kunna räknas som besökare:

1. Resan ska gå till en plats utanför resenärens vanliga omgivning. Exkluderar regelbundna pendlingsresor, dvs till och från hemmet för arbete eller studier.
2. Den sammanhängande vistelsetiden på platsen för besöket ska vara högst 1 år. Längre vistelsetid är bosättning.
3. Huvudsyftet med resan ska vara annat än att utöva lönearbete som betalas av någon på platsen. Exkluderar arbetsmigration.

Sverige har anslutit sig till den av Förenta Nationerna internationellt vedertagna definitionen av turism. För en mer utförlig definition se Turismens begreppsnyckel som finns att hämta på www.nutek.se/turistnaringen

Källa: Nutek

samt uppgifter från:

European Travel Commission (ETC)

International Congress and Convention Association (ICCA)

Nationalräkenskaperna (NR)

Resurs AB/Rese- och TuristDataBasen (TDB)

Riksföreningen Gästhamnar Sverige (RGS)

Statistiska centralbyrån (SCB)

Sveriges Camping- och Stugföretagares Riksorganisation (SCR)

Sveriges Riksbank/SCB

Tom Ylkanen/Finnish Tourist Board (MEK)

World Tourism Organization (UNWTO)

Citera gärna, men ange alltid källan

Nutek sprider information om turism och turistnäringen

Nutek är ansvarig myndighet för turistnärlingsfrämjande och ska utveckla näringspolitiska insatser för främjande av företagande och entreprenörskap inom turistnärlingen genom kunskapsbildning, kvalitetsutveckling och samverkan. Nutek är statistikansvarig myndighet för den officiella turiststatistiken och en viktig uppgift är att ta fram och sprida information och kunskap om turism och turistnärlingens utveckling i Sverige.

Du hittar mer fakta om turism och turistnärlingens utveckling i Sverige på Nuteks webbplats:

www.nutek.se/turistnaringen, där du också kan beställa eller hämta hem denna publikation.

Nutek stärker näringslivet i hela Sverige genom att bidra till fler nya företag, fler växande företag och fler starka regioner.

The logo for Nutek, featuring the word "NUTEK" in a bold, sans-serif font. The letters "N", "U", and "E" are blue, while "T", "E", and "K" are red. The letters are stylized with horizontal lines through them.

Verket för näringslivsutveckling

08-681 91 00
www.nutek.se