

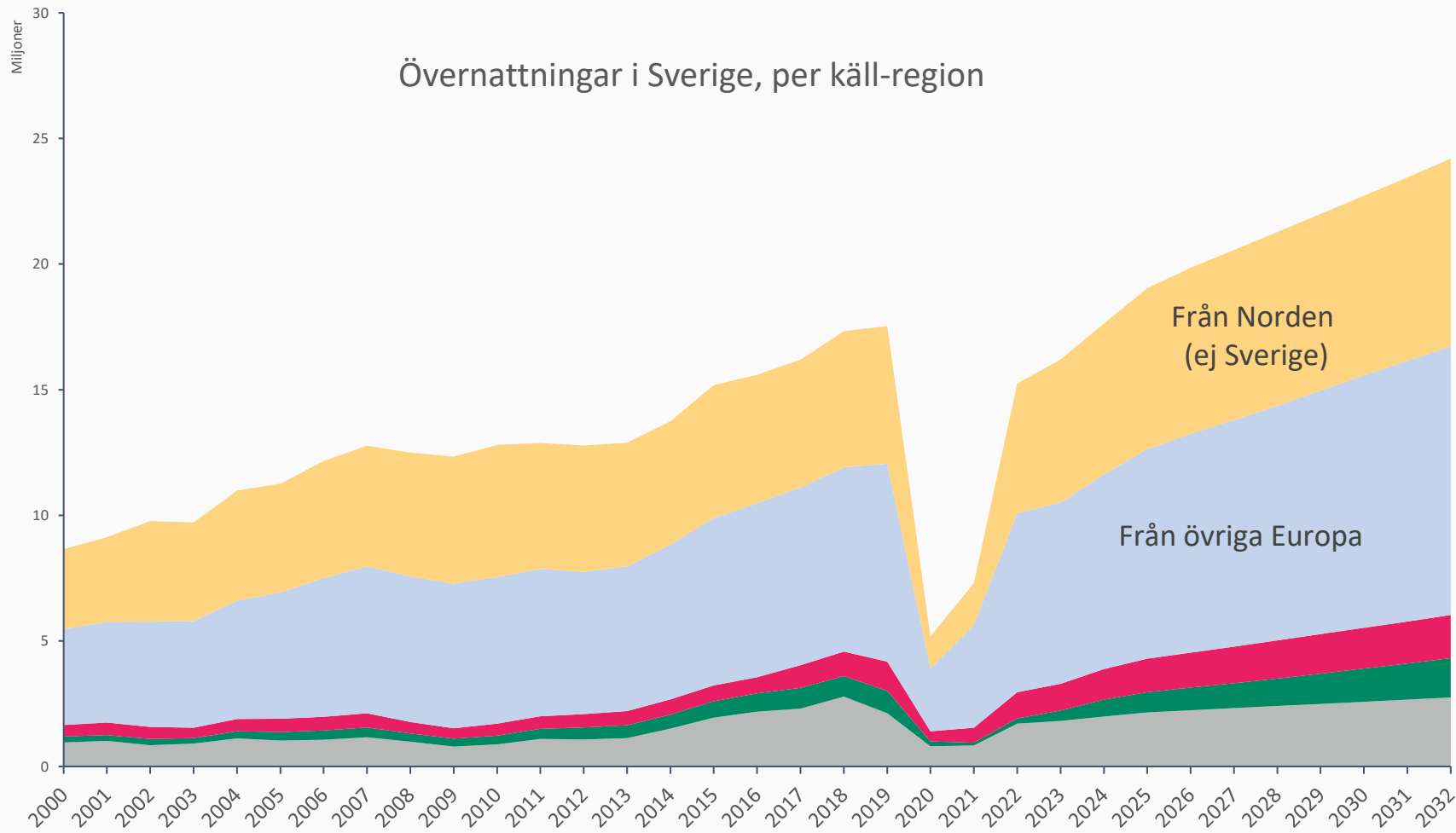
Svemester: analys & affärsmöjligheter



Anna Öhlund/imagebank.sweden.se

Visit Sweden

Turismen i Sverige förutspås en fortsatt ökning



Prognos 2022 jämfört med 2019

-13% för utländska gästnätter i Sverige

+9% för svenska gästnätter i Sverige

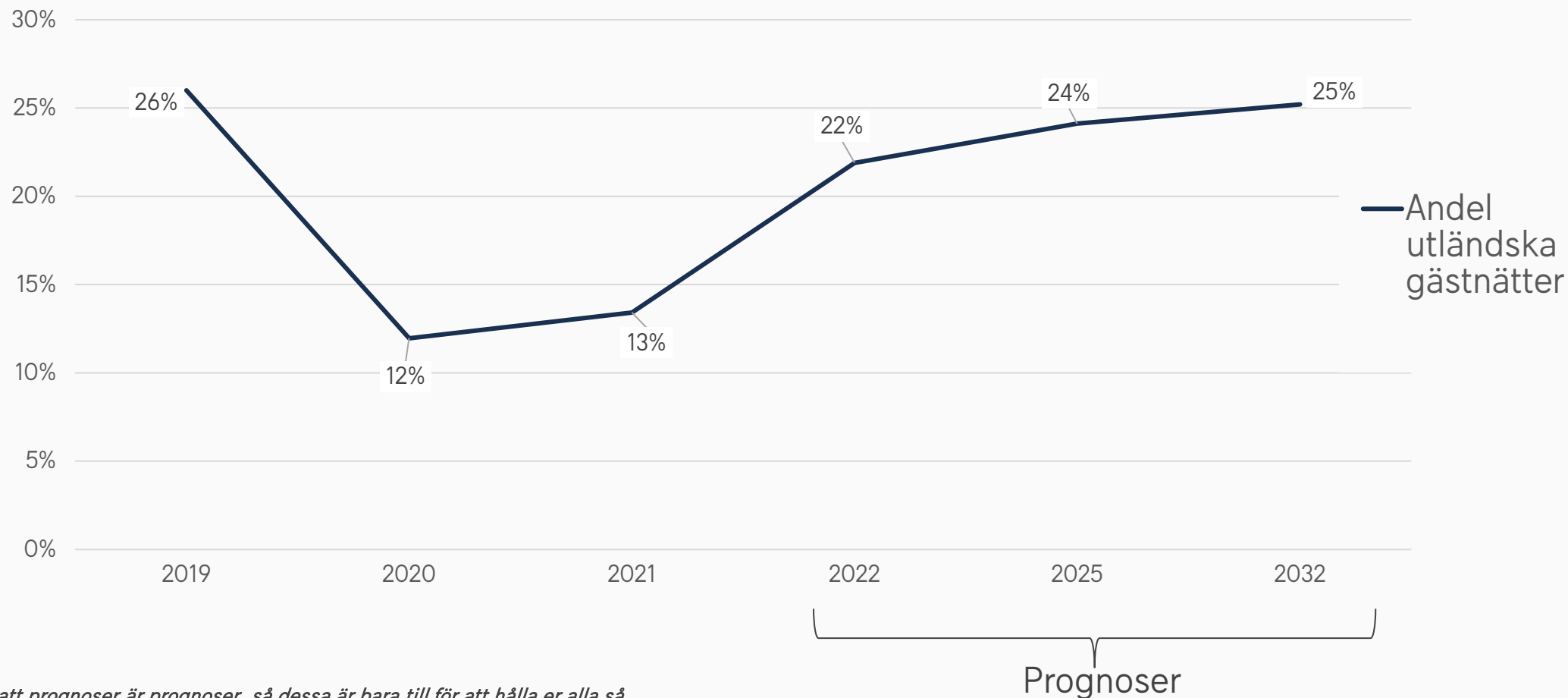
Källa: Oxford Economics för prognoser (Internationellt resandet, till Sverige), update 17/10



'Bea Holmberg/imagebank.sweden.se'

Visit Sweden

Fördelning utländska och inhemska gästnätter



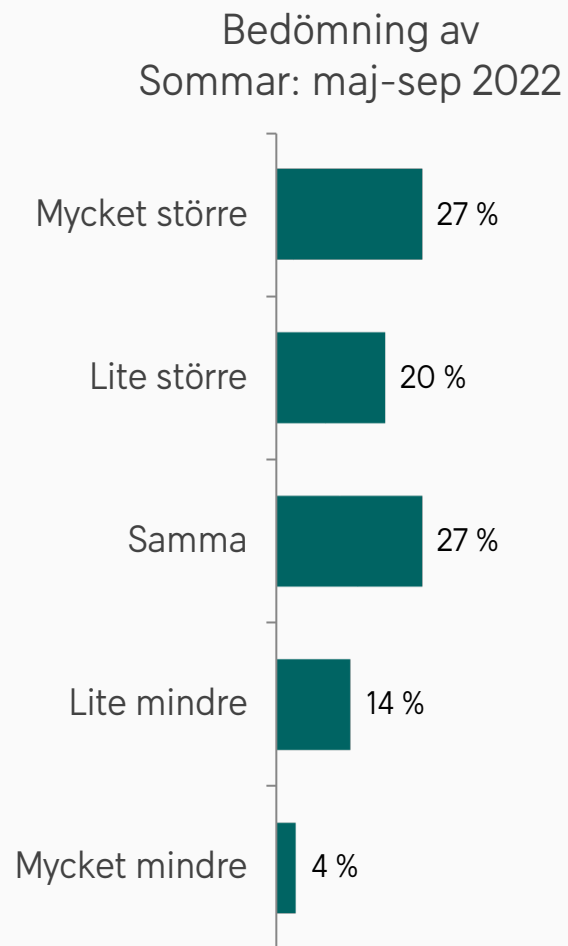
Vi vill understryka att prognoser är prognoser, så dessa är bara till för att hålla er alla så uppdaterade som det går i innevarande situation, men allt kan ändras igen.

Källa: Oxford Economics, oktober 2022, Anmärkning: utfall utlandet 2020 taget från SCB då differens på cirka 600 000, utfall 2021 tagen från SCB, differens över 70 000 fler registrerade gästnätter.)

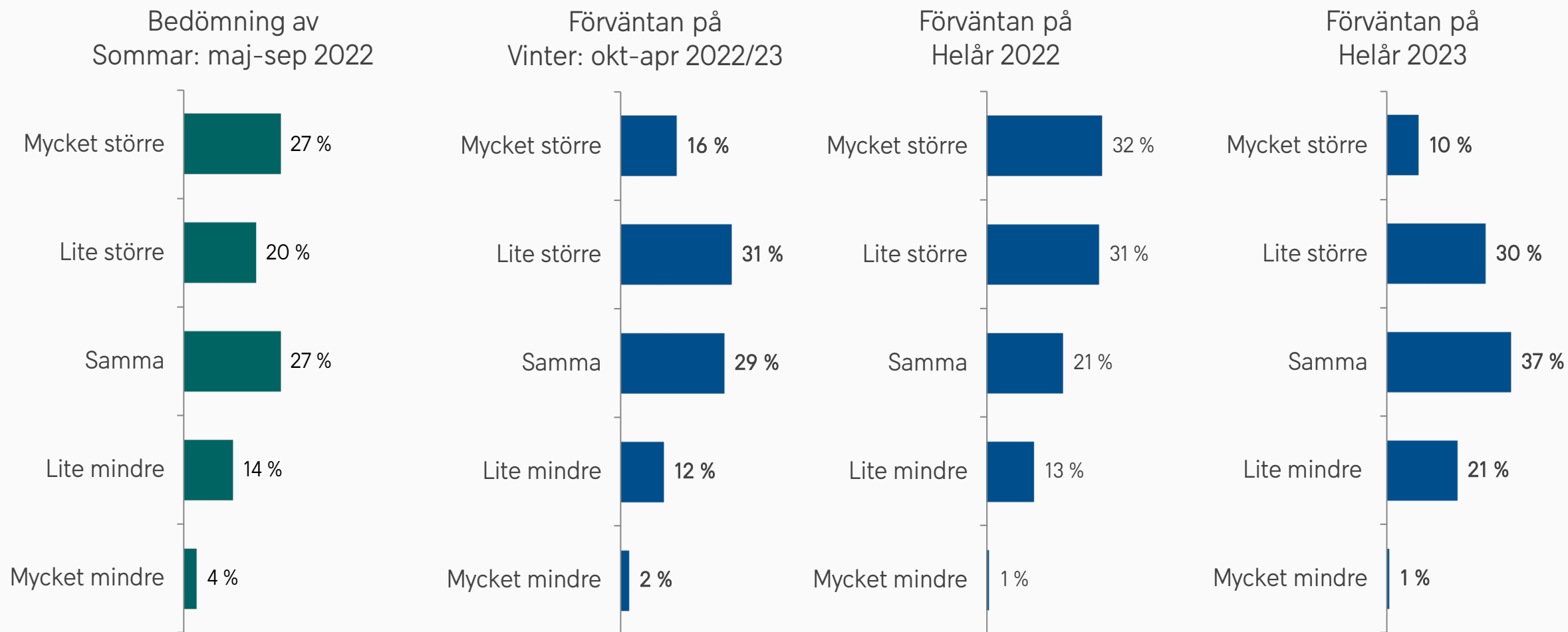
Vad tänker svenska företag om kommande säsong?



Svenska företagares bild av utvecklingen



Svenska företagares bild av utvecklingen



Faktorer som påverkat utvecklingen under sommaren 2022

"Jobbar mycket som artist med event på restauranger och liknande vilket var svårt under pandemitider året/åren innan."

"Jag jobbar med konserter så när det öppnades igen skulle allt som sköts upp under pandemin öppnas igen."

"Ekonomi är ju väldigt påverkad och när växelkursen är låg är det aktuellt att turister från Europa kommer hit."

"Det var pandemitider året innan. Vi har gått tillbaka i antalet besökare som innan pandemin nu."

"Covid gjorde att folk fick mer tid för att spela golf. Efter pandemin har inte folk lika mycket tid längre."

Avgörande faktorer för den kommande vintern

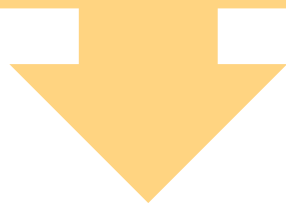
"Vi är ju förhoppningsvis pandemifria men nu är det ekonomi och elkrisen, folk får mindre pengar att röra sig med."



"Låg kronkurs kan göra att folk vill och kan resa hit. Bränslepriser påverkar också om folk har möjligheten att resa hit. Det är också viktigt att vi marknadsför för Sverige på ett bra sätt. Att vi värnar om Sveriges rykte."



"Att vi når ut med information, dvs marknadsföring samt nyhetsbilden som media ger ut. Omvärldsbilden påverkar utvecklingen, exempelvis att det är krig i Europa."



"Lågkonjunkturen folk kommer inte klara av sina elräkningar då kommer de ju inte och tittar på oss."



Hur tänker de svenska resenärerna nu?



Svenskarnas resande de senaste 6 månaderna

oktober 2022

45%

Har rest på semester i
Sverige

48%

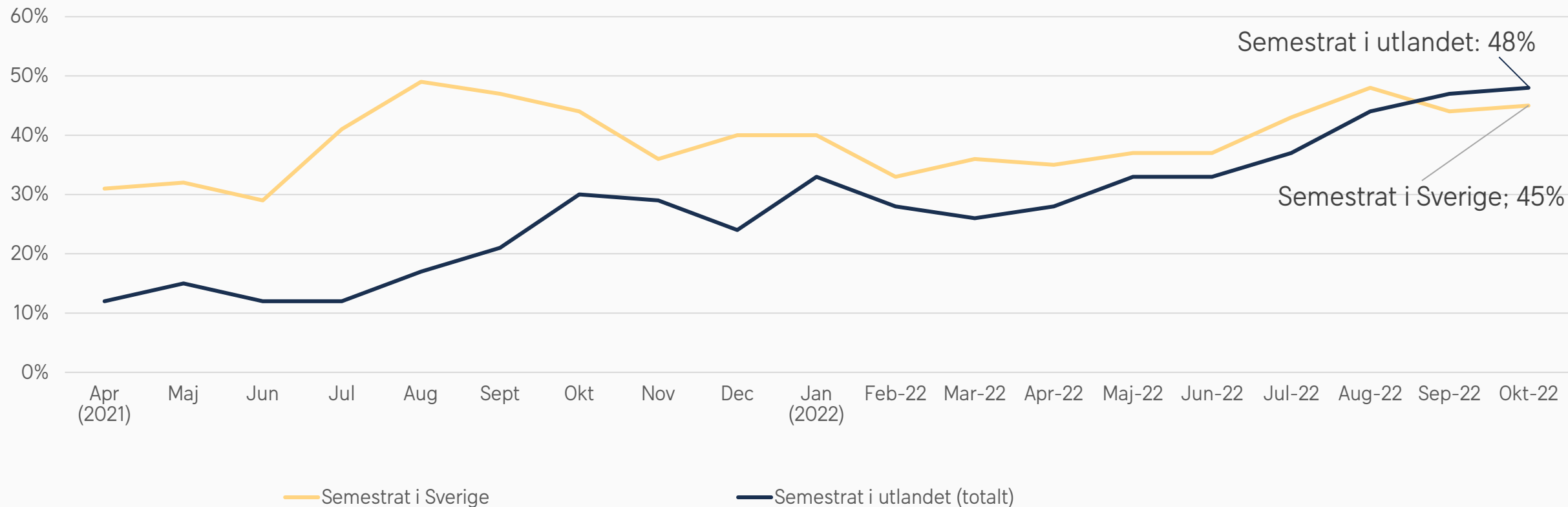
Har rest på semester
utomlands

Källa: Visit Sweden/YouGov Temperaturmätning Sverige, okt 2022. Allmänheten 18+ år i Sverige, ca 300 intervjuer per månad

Frågor: Q1) Om du tänker tillbaka på de senaste sex månaderna. Vilka destinationer besökte du när du semestrade med minst en övernattnig under den här perioden? Du kan markera flera svar.

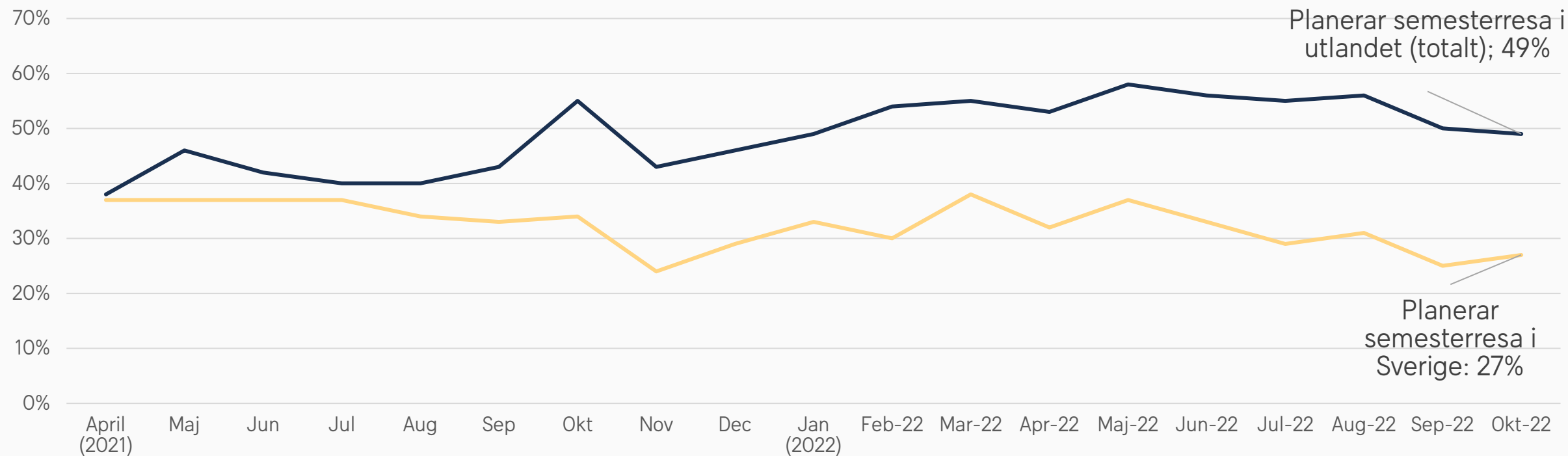
Q2) Vilka av följande länder överväger eller planerar du att besöka under en semester med minst en övernattnig de kommande sex månaderna? Du kan markera flera svar.

De senaste 6 månaderna



Källa: Visit Sweden/YouGov Temperaturmätning Sverige, april 2021-okt 2022. Allmänheten 18+ år i Sverige, ca 300 intervjuer per månad
Fråga Q1: Om du tänker tillbaka på de senaste sex månaderna. Vilka destinationer besökte du när du semestrade med minst en övernattnig under den här perioden? Du kan markera flera svar.

Kommande 6 månaderna:



Populäraste destinationerna för svenskar

Har besökt

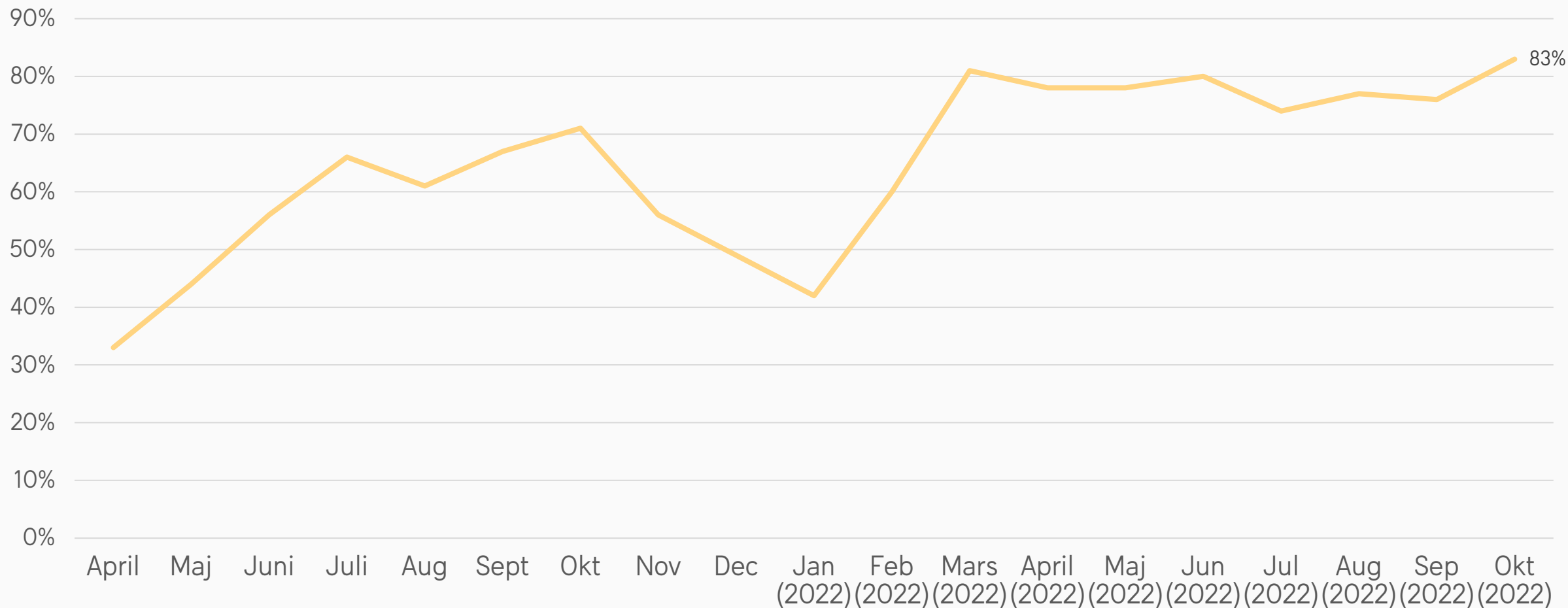
- Sverige 45%
- Danmark 9%
- Storbritannien 8%
- Spanien, Grekland & Norge 7%

Planerar att besöka

- Sverige 27%
- Spanien 13%
- Storbritannien 8%
- Tyskland & Norge 7%
- Danmark & Frankrike 6%

Sverige som säkert resmål:

Sverige ses som ett säkrare resmål nu än 2021



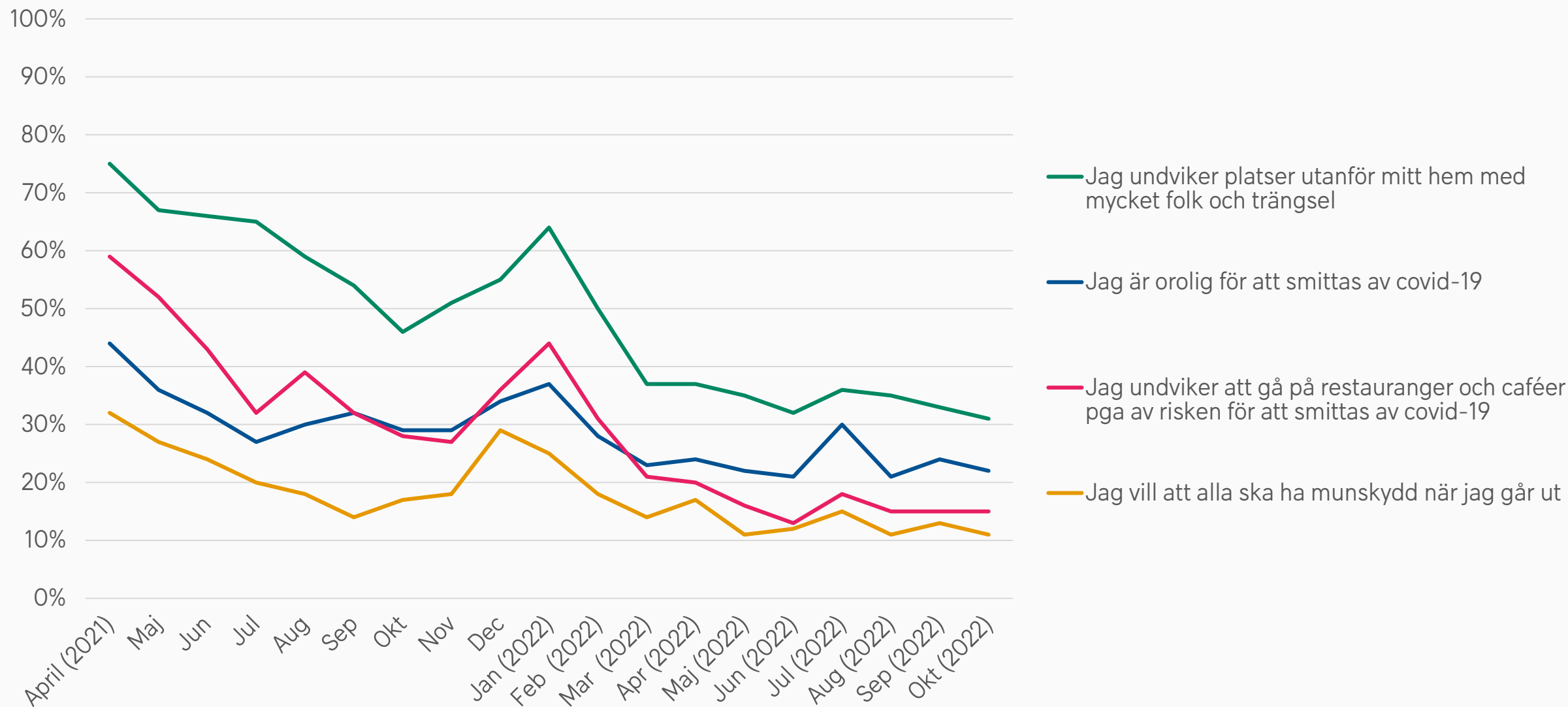
Källa: Visit Sweden/YouGov Temperaturmätning Sverige, 2021-2022. Bas: Allmänheten 18+ år i Sverige, ca 300-380 intervjuer per månad.

Fråga Q7a) Hur säkert eller osäkert bedömer du att följande länder är som resdestination idag? Du ombeds svara utifrån din omedelbara uppfattning även om du inte har besökt länderna.

Grafen visar andelen svenskar som svarat "ganska säkert" + "mycket säkert", dvs 4-5 på en 5-gradig skala, om SVERIGE.

Visit Sweden

Önskade anpassningar: Utveckling över tid



Källa: Visit Sweden / YouGov Temperaturmätning Sverige, 2021-2022. Bas: Allmänheten 18+ år i Sverige, ca 300-380 intervjuer per månad. Fråga Q8) I vilken utsträckning passar dessa påståenden in på dig nu för tiden?
Grafen visar andelen som svarat att de "instämmer", dvs 4-5 på en 5-gradig skala.

För att vilja boka en resa nu är det fortsatt mycket viktigt med...

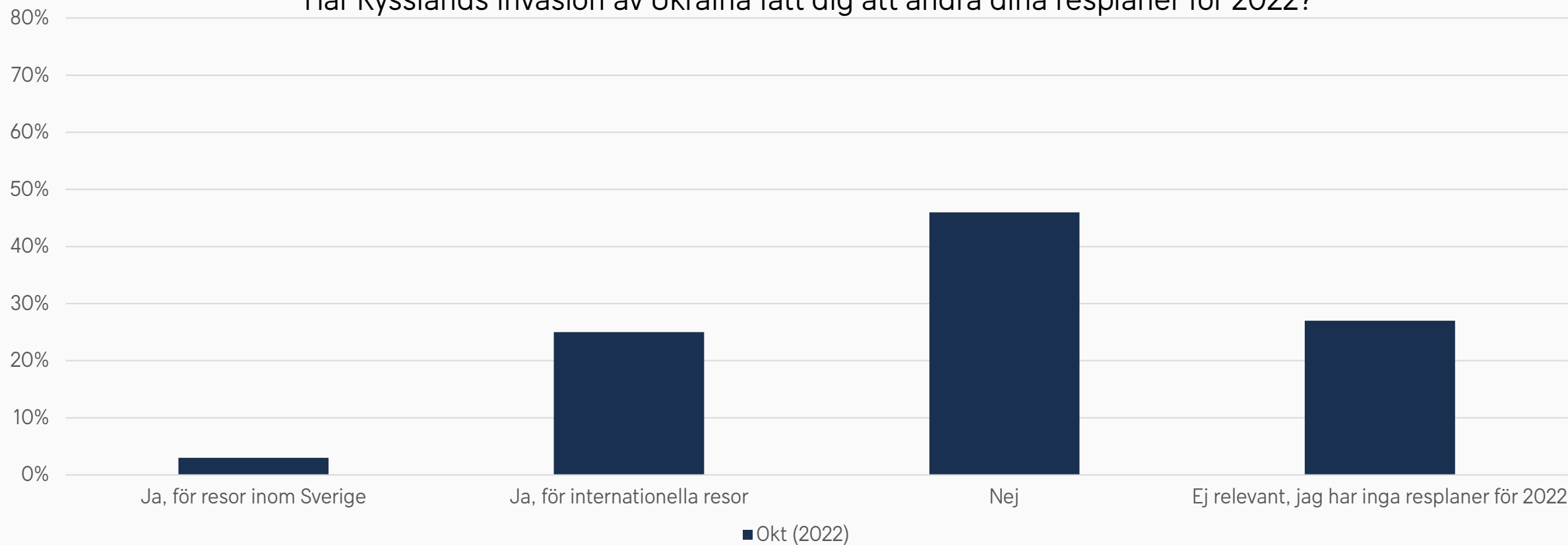
- Möjlighet att boka om utifall resan inte kan genomföras
- Att min försäkring gäller för min resa
- Möjlighet att boka av och få tillbaka pengarna om resan inte kan genomföras



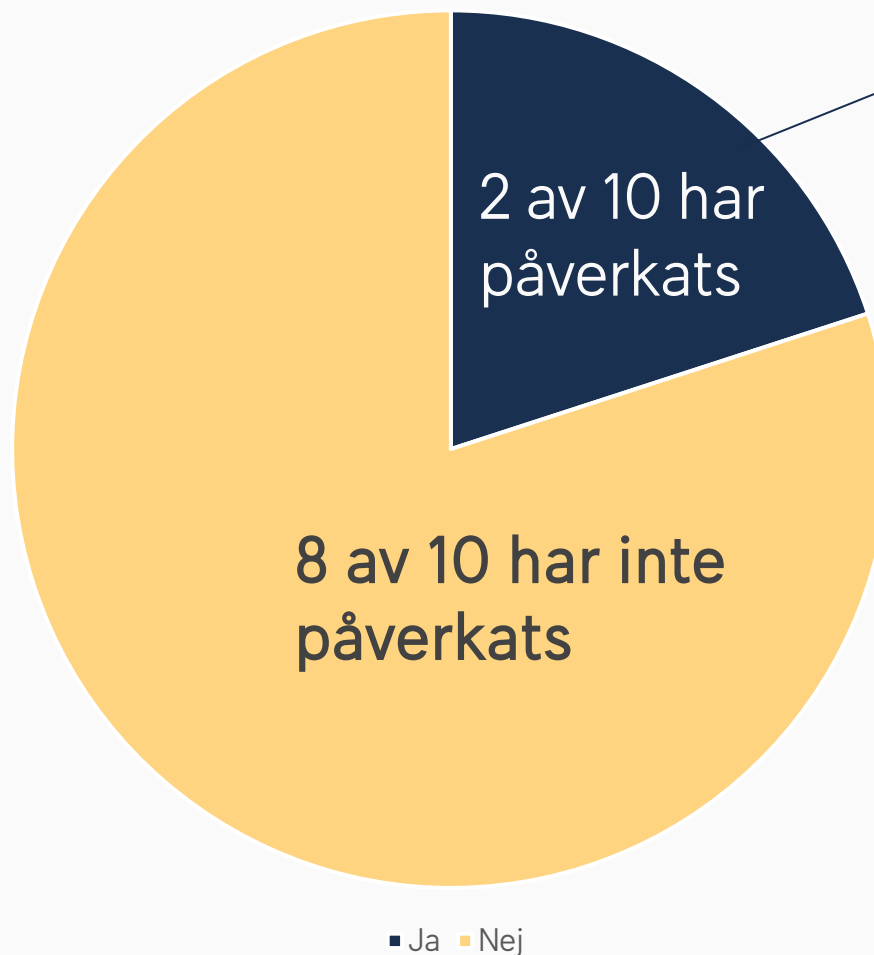
Tina Axelsson/imagebank.sweden.se

Rysslands invasion av Ukraina påverkar främst utlandsresor

Har Rysslands invasion av Ukraina fått dig att ändra dina resplaner för 2022?



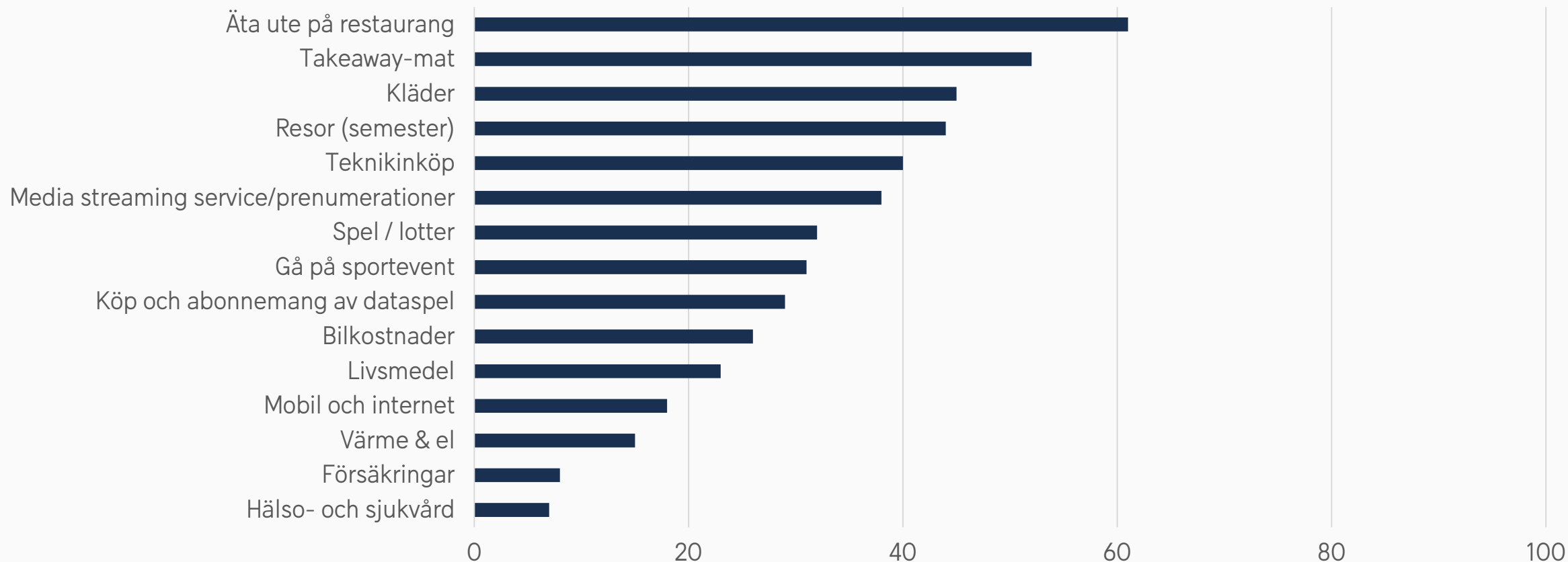
Passituationen gjorde att fler stannade i Sverige



Hälften av dem svarar att de påverkats till att stanna i Sverige, t ex pga:

- Ställt in utlandsresa
- Inte vågat boka utlandsresa
- Valt Sverige istället

Vad drar man ner på först, om det egna hushållet får mindre pengar att röra sig med?



Källa: YouGov UK tracker Sverige, juni 2022. Bas: Allmänheten 18+ år i Sverige, 1 073 intervjuer.

Fråga If your household budget is squeezed as a result of increases in the cost of living, in which areas would you first make cutbacks? Du kan välja flera svar.

Den höga inflationen påverkar resplanerna



Källa: Visit Sweden/YouGov Temperaturmätning Sverige, okt 2022. Bas: Allmänheten 18+ år i Sverige, 303 intervjuer. Fråga Q14c) Den senaste tiden har vi haft hög inflation i Sverige och många produkter har blivit dyrare. Har detta på något sätt påverkat dina resplaner för det närmaste halvåret? Du kan ange flera svar.

Vad tar vi med oss?

- Resandet är på god väg att återhämta sig mot 2019 års nivåer
- Svenskarna reser fortsatt mycket inom Sverige – men utlandsresandet är en stark konkurrent
- På längre sikt är prognosen att resande och semester på annan ort kommer att fortsätta vara mycket efterfrågat
- Inflationen ses som den största risken (osäkerheten)
- Inflationen tros "lugna sig" 2023 men ligga kvar på en förhöjd nivå (Men det finns många osäkerheter i denna prognos)
- Hos svenskarna själva är reslusten stark men många tänker samtidigt på ekonomin
- Företagen är mer försiktiga i sin bedömning av 2023
- **Semester och resor är viktiga!**



Niclas Vestefjell/imagebank.sweden.se

corporate.visitsweden.com/kunskap/sverige

Kunskapsbank

Varumärket Sverige

Målgrupper

Sverigemarknaden

Utlandsmarknader

Researrangörs- och agentledet

Digital strategi

Trender

Naturturism

Hållbar besöksnäring

Dra nytta av Visit Swedens kampanjer

Webbinarier

Nyhetsbrev

Program: Måltid

Program: Design

Projekt: Naturupplevelser digital export

Projekt: Internationell paketering

Sverigemarknaden

Att få fler svenskar att välja Sverige på sin semester är ett nytt uppdrag för Visit Sweden sedan 2021. Vi ser nu efter att ha arbetat med svenskar som målgrupp i två år att resenärernas intresse för att semestra i Sverige håller i sig även efter pandemin och trots de ekonomiska svårigheterna vi står inför.

Här har vi samlat allt material som handlar om den svenska målgruppen. Inspireras av vår målgruppsdata, följ den månatliga temperaturmätningen bland svenskarna, se filmen och dela den gärna. Det finns även mycket kunskap i våra tidigare webinarier att se på i efterhand.



Den svenska målgruppen

November 2022. I en ny artikel tar vi upp hur svenskars resande ser ut efter pandemin. Vilka drivkrafter de har beroende på intresse och värderingar. Vad de vill göra i Sverige utifrån sina drivkrafter och hur företag kan paketera sitt utbud efter deras efterfrågan. Artikeln tar upp hur svenskar tänker kring hållbarhet. Vi går kort in på hur företag blir hittbara på Google och vilka sökord de kan arbeta med i sin SEO. Slutligen landar vi i några konsumenttrender som kan vara relevanta att ha lite koll på. Läs hela artikeln och inspireras till att fortsatt jobba med en viktig marknad – den svenska resenären.

Läs artikeln

Visit Sweden

Förläng säsongen med svenska resenärer i "den nya medelåldern"



'Tina Stafren/imagebank.sweden.se'

Visit Sweden

En grupp med potential – varför?

- Den nya medelåldern – en köpstark grupp som kan resa utanför säsong och betalar gärna för kvalitet
- Är än nöjdare med senaste Sverigeresan och stannade längre: 42% stannade 5+nätter jämfört med 35% bland målgruppen i stort
- Rundresa och att uppleva naturen än viktigare för denna gruppen



Maskot/Folio/imagebank.sweden.se

Visit Sweden

Viktigaste drivkrafter för en Sverigesemester!

- ✓ Koppla av, slippa rutiner
- ✓ Att ha roligt
- ✓ Känner sig fri
- ✓ Njuta av god mat och dryck
- ✓ Uppleva naturen

En potentiell Sverigeresa

Vilken typ av resa vill målgruppen helst göra i Sverige?

- Sommarresa med fokus på utomhus- eller naturupplevelser
- Rundresa (med boende på flera ställen)
- Citybreak/stadsresa
- Camping- eller stugsemester
- Vinterresa med fokus på utomhusaktiviteter, t.ex. skidåkning

Semestertyper av potential

Topp 5 semestertyper bland svenskar

<60	60+
1. Besöka släkt och vänner 2. Storstadssemester 3. Kust- och natursemester 4. Familjesemester 5. Camping och stugsemester (6. Besök i eget fritidshus) (7. Rundresa med boende på flera platser)	1. Besöka släkt och vänner 2. Kust- och natursemester 3. Rundresa med boende på flera platser 4. Storstadssemester 5. Camping och stugsemester

Varför rundresa?

"Att ha sin egen frihet och avkoppling och se mer av delar av landet som man inte har haft turen att besöka tidigare"

"Gärna turer man kan boka med flera stopp. Gärna i egen bil."

"Trevligt att uppleva nya ställen och inte ligga stilla på samma plats."

"Kul att se olika ställen i Sverige. Bor gärna lite lyxigare"

"En tur där kost och logi ingår. Där man får se mycket. Ungefär som en kryssning fast på land."

Källa: Visit Sweden/Mindshare Målgruppsanalys vår 2021 , Gruppen: 57-70 år
Citatexempel - Rundresa är den typ av semester du svarade att du helst skulle vilja göra i Sverige. Varför är det så?



'Henrik Trygg/Imagebank.sweden.se'

Beteendeförändringar i jämförelse – Topp 3

<60	60+
1. Tillbringa min semester i eller nära naturen 2. Köpa varor från lokala producenter 3. Välja researrangörer, hotell eller upplevelser som har stort fokus på säkerhet och trygghet	1. Köpa varor från lokala producenter 2. Välja researrangörer, hotell eller upplevelser som har stort fokus på säkerhet och trygghet 3. Resa utanför högsäsongen



'Tina Stafren/imagebank.sweden.se'

Källa: Visit Sweden/YouGov Temperaturmätning Sverige, okt 2022. Bas: Allmänheten 18+ år i Sverige, 303 intervjuer (<60: 201, 60+: 102). Fråga Q11) En del säger att pandemin och restriktionerna har gjort att de kommer att ändra sitt beteende i framtiden. I vilken utsträckning tänker du att du kommer att göra följande saker i framtiden? Med framtiden så menar vi tiden när pandemin har klingat av. Topp 3 utifrån netto: "Göra mer ofta" minus "göra mindre ofta":

Hur skulle den idealiska resan i Sverige under våren och/eller hösten se ut?

"På våren, nästan ljummet i luften, ingen blåst, ock bra med sol"

"Sprida ut några veckor med olika platser 1-2 i veckan. Vill åka bil till orterna, prova olika boende"

"På hösten Landsbygden i hela landet - när träden har fått höstfärger!"



'Helena Wahlman/imagebank.sweden.se'

Hur påverkar den höga inflationen svenskarna?

- 50% av svenskarna yngre än 60 år säger att inflationen påverkar deras resplaner för det närmaste året
- Men bara 32% av svenskarna äldre än 60 år

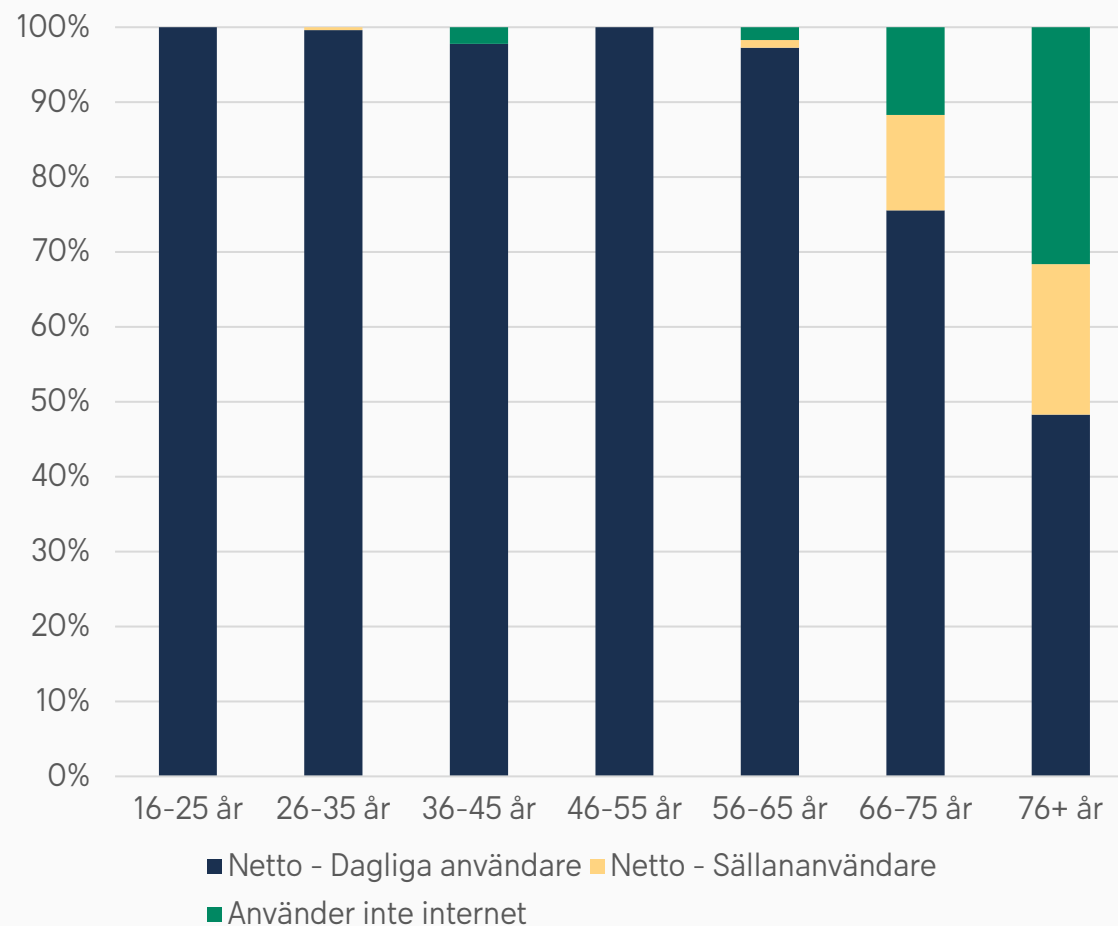
Källa: Visit Sweden/YouGov Temperaturmätning Sverige, okt 2022. Bas: Allmänheten 18+ år i Sverige, 303 intervjuer, Fråga Q14c)
Den senaste tiden har vi haft hög inflation i Sverige och många produkter har blivit dyrare. Har detta på något sätt påverkat dina resplaner för det närmaste halvåret? Du kan ange flera svar.



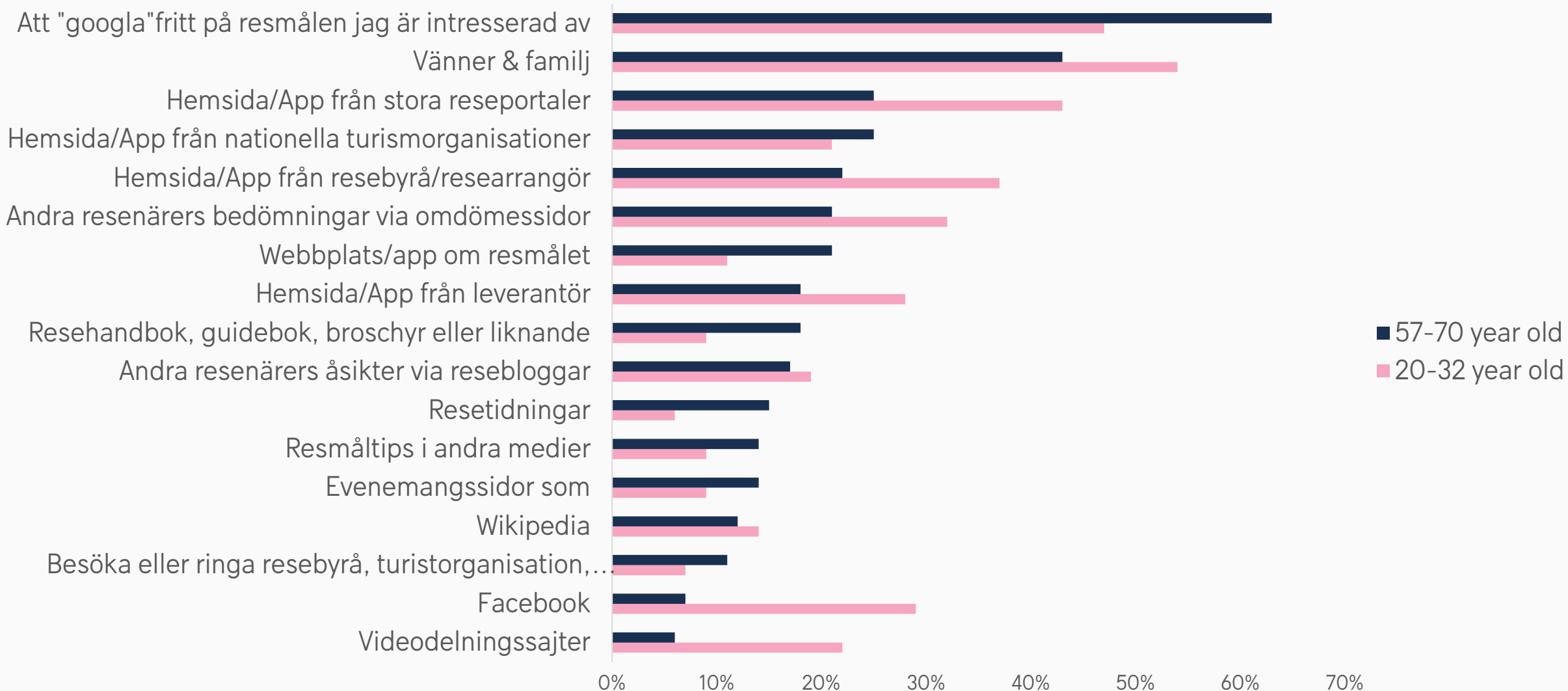
Moa Karlberg/imagebank.sweden.se

94% av befolkningen använder internet och nästan alla gör det dagligen.

- Digitaliseringen påverkar oss alla men vi håller gärna kvar det vi är vana vid från tidigare i livet.
- De allra äldsta i samhället är fortfarande den grupp som använder internet minst av alla, även om de också ökat sin användning av digitala tjänster.
 - 76% använder Internet dagligen bland gruppen 66-75 år.
 - 48% använder Internet dagligen bland gruppen 76+ år.



Informationskällor



Googlesökningar om Sverige

382 950 sökningar om Sverige

+ 45% fler sökningar Q3 2022
jämfört med Q3 2019

Källa: Digital Demand – Sweden's Touristic Demand, Bloom Consulting 2022 Marknad: Sverige



Simon Paulin/imagebank.sweden.se

Visit Sweden

Topp 10 sökord på Google

Topp 10 sökord som potentiella turister söker om när de söker om Sverige:

Q3 2022 (under sommaren)

- Semesterpaket
- Camping
- Storstadssemester
- Hotell
- Vattenfall (inte bolaget 😊)
- Vandring
- Platser att besöka
- Kryssningar
- Öar
- Norrskan

Q4 2021 (inför vintern)

- Skidorter
- Norrskan
- Storstadssemester
- Skidåkning
- Semesterpaket
- Hotell
- Igloo Ice Hotel
- Kryssningar
- Öar
- Platser att besöka

Källa: Digital Demand – Sweden's Touristic Demand, Bloom Consulting 2022 Marknad: Sverige



Simon Paulin/imagebank.sweden.se

Den nya medelåldern - en stor grupp med potential som är...

- digital – att finnas online är avgörande för att nå ut
- minst priskänslig och betalar gärna för kvalitet
- flexibel – vill resa utanför högsäsong
- stanna längre
- rundresa och att uppleva naturen än viktigare för denna gruppen



Maskot/Folio/imagebank.sweden.se

Visit Sweden

Svemester marknadskommunikation

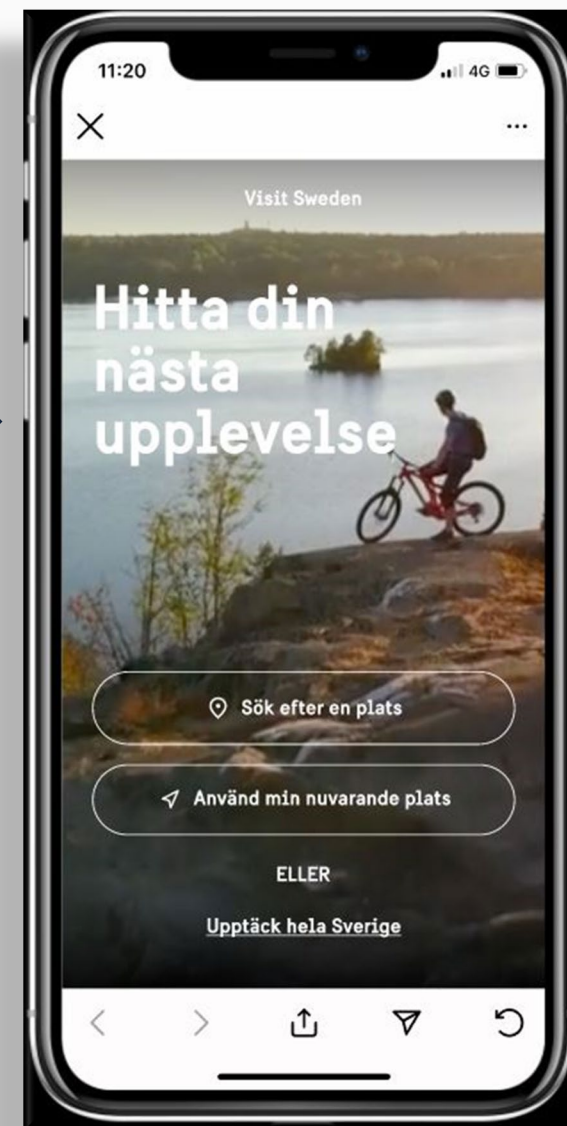


Visit Sweden

Visit Sweden

Upplevelseguiden 2.0

-kontinuerlig utveckling



Visit Sweden

Återkoppling – kort enkät



Simon Paulin/imagebank.sweden.se



Visit Sweden