

Temperaturmätning Hösten 2023

Kontakt på Visit Sweden: Lena Gunnerhed

Kontakt på Novus: Ieva Englund

Datum: 2023-10-17



Bakgrund & Genomförande

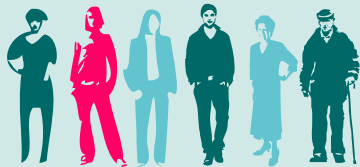
SYFTE OCH MÅLGRUPP

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Visit Sweden.

Syftet med mätningen är att undersöka och öka kunskapsnivån om hur besöksnäringen "mår", i korthet en aktuell temperaturmätning.

Målgruppen inom företagen är marknadsansvariga, försäljningsansvariga inom besöksnäring i utvalda delbranscher.

Företag som ingår i studien representerar s.k. "att göra"-företag inom besöksnäringen dvs. företag som erbjuder olika typer av aktiviteter eller stöd till genomförande av dessa aktiviteter (*se urvalsdefinition för beskrivning i mer detalj*).



GENOMFÖRANDE

Antal intervjuer: 251

Perioden för datainsamling:
25 september – 6 oktober 2023

FELMARGINAL

Vid 250 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 6%

Vid utfall 50/50: +/- 5%

Undersökningen är genomförd via telefonintervjuer. Resultatet är för- och efterstratifierat.

MÅLGRUPPSDEFINITIONER

Artistiskt verksamhet – representerar två delbranscher:

90.010 Artistisk verksamhet

90.020 Stödtjänster till artistisk verksamhet

Övriga företag – företag i utvalda delbranscher som inte ingår i artistiskt verksamhet (*se urvalsdefinitionen*)

Turismföretag – företag som är inriktade på turister som målgrupp och vars försäljning går helt eller delvis till turister.

Lokala företag – företag som främst säljer sina produkter och tjänster till lokalbor.

Företag i storstäder – företag med registreringsadress i Stockholm, Göteborg eller Malmö.

Företag i övriga landet - företag med registreringsadress utanför Stockholm, Göteborg eller Malmö.

Urvalsdefinition

I och med att varken besöksnäringen eller turistföretagen har någon egen branschkod, inom ramen för denna undersökning skapades följande urvalsdefinition:

| Primär SNI | Antal företag | Andel |
|--|---------------|-------|
| 77.210 Uthyrning och leasing av fritids- och sportutrustning | 220 | 1% |
| 79.900 Turist- och bokningsservice | 705 | 4% |
| 90.010 Artistisk verksamhet | 7797 | 50% |
| 90.020 Stödtjänster till artistisk verksamhet | 2578 | 16% |
| 90.040 Drift av teatrar, konserthus o.d. | 47 | 0% |
| 91.020 Museiverksamhet | 367 | 2% |
| 91.040 Drift av botaniska trädgårdar, djurparker och naturreservat | 54 | 0% |
| 93.111 Drift av skidsportanläggningar | 63 | 0% |
| 93.112 Drift av golfbanor | 654 | 4% |
| 93.113 Motorbanor | 64 | 0% |
| 93.114 Trav- och galoppbanor | 39 | 0% |
| 93.210 Nöjes- och temaparksverksamhet | 83 | 1% |
| 93.290 Övrig fritids- och nöjesverksamhet | 2724 | 17% |
| 51.102 Icke reguljär lufttransport av passagerare | 96 | 1% |
| 50.302 Icke reguljär sjötrafik på inre vattenvägar av passagerare | 176 | 1% |
| | 15667 | 100% |

Vidare i undersökningen (på översiktssidan) redovisar vi även följande delgrupper: **artistisk verksamhet** (SNI: 90.010+90.020), **övriga företag** (övriga SNI-koder), **turismföretag** och **icke-turismföretag** (baseras på enkätfråga), samt **storstäder** vs. **övriga landet**.



Sammanfattning



Sammanfattning – Hösten 2023



Sommarsäsongen bjöd inte på ökad efterfrågan för företagen

Drygt var tredje (35 procent) bedömer att efterfrågan under den här sommarsäsongen (*maj till september 2023*) har varit större jämfört med föregående års säsong. Föregående år var det nära varannan (47 procent) som bedömde en ökad efterfrågan. Som bäst har gått för företagen inom artistisk verksamhet då de fortsatt ser effekten av pandemin och att suget efter aktiviteter utanför hemmet är högt.



Företagen som livnär sig på turister har det tuffast

Nästan var fjärde (23 procent) företag anger att efterfrågan under sommaren har varit mindre än året innan och nästan lika många (16 procent) tror att den kommer att bli mindre under den kommande vintersäsongen. Bland de som upplevde mycket eller lite mindre efterfrågan under sommaren är turismföretagen och övriga företag överrepresenterade. Trenden förklarar de själva främst med omvärldsläget och inflationen med ökade priser.



Inte lika positiva förväntningar på den kommande vintersäsongen i år

Företagen har negativa förväntningar på den kommande vintersäsongen i jämförelse med föregående år. Nära tre av tio (27 procent) tror på en större efterfrågan den kommande vintersäsongen jämfört med samma period året innan. Föregående år trodde nära hälften (46 procent) på en större efterfrågan.

Företag som bedriver artistiskt verksamhet är mest positiva, medan andelen som tror på större efterfrågan är lägre bland de övriga företagen och turism-företagen.



Större tro på efterfrågan när det gäller helåret 2024

Generellt är det övervägande fler företag som har upplevt en ökad efterfrågan än de som har känt att den minskade under 2023 jämfört med året innan. Även om efterfrågan inte är lika hög som 2022. När det gäller förväntningar kring nästa år är företagen något mer förväntansfulla, nära hälften (47 procent) tror på en ökad efterfrågan för 2024.

Nyckeltal – *efterfrågan och förväntningar*



Nyckeltal – efterfrågan och förväntningar

| | | Totalt | Artistisk verksamhet | Övriga företag | Turism-företag | Lokala företag | Företag i storstäder | Företag i övriga landet |
|--|--------|--------|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| <i>Baser:</i> | | n=251 | n=114 | n=137 | n=38 | n=88 | n=89 | n=162 |
| Bedömning av efterfrågan under sommarsäsongen 2023 jämfört med föregående säsong | Större | 35% | 38% | 33% | 24% | 27% | 37% | 34% |
| | Samma | 34% | 35% | 33% | 34% | 40% | 34% | 34% |
| | Mindre | 23% | 17% | 28% | 39% | 23% | 21% | 24% |
| | Netto | 12% | 21% | 5% | -15% | 4% | 16% | 10% |
| Förväntningar på efterfrågan för vintersäsongen 2023/2024 jämfört med föregående säsong | Större | 27 % | 33 % | 21 % | 11 % | 14 % | 28 % | 26 % |
| | Samma | 41 % | 41 % | 41 % | 26 % | 57 % | 43 % | 40 % |
| | Mindre | 16 % | 23 % | 11 % | 50 % | 11 % | 22 % | 13 % |
| | Netto | 11% | 10% | 10% | -39% | 3% | 6% | 13% |
| Bedömning av efterfrågan för helåret 2023 jämfört med 2022 | Större | 42 % | 51 % | 35 % | 21 % | 26 % | 47 % | 40 % |
| | Samma | 35 % | 35 % | 36 % | 34 % | 56 % | 35 % | 36 % |
| | Mindre | 21 % | 12 % | 28 % | 42 % | 18 % | 17 % | 23 % |
| | Netto | 21% | 39% | 7% | -21% | 8% | 30% | 17% |
| Förväntningar på helåret 2024 jämfört med 2023 | Större | 47 % | 45 % | 49 % | 0 % | 0 % | 44 % | 49 % |
| | Samma | 35 % | 34 % | 36 % | 0 % | 100 % | 35 % | 35 % |
| | Mindre | 15 % | 16 % | 15 % | 100 % | 0 % | 20 % | 12 % |
| | Netto | 32% | 29% | 34% | -100% | 0% | 24% | 37% |

Grön markering = signifikant högre än genomsnittet, rosa markering = signifikant lägre än genomsnittet (totalen). Skillnader är statistiskt säkerställda med hjälp av Chi-2 test.

Netto (balansmått): andel som anger "större efterfrågan" minus andel som anger "mindre efterfrågan".

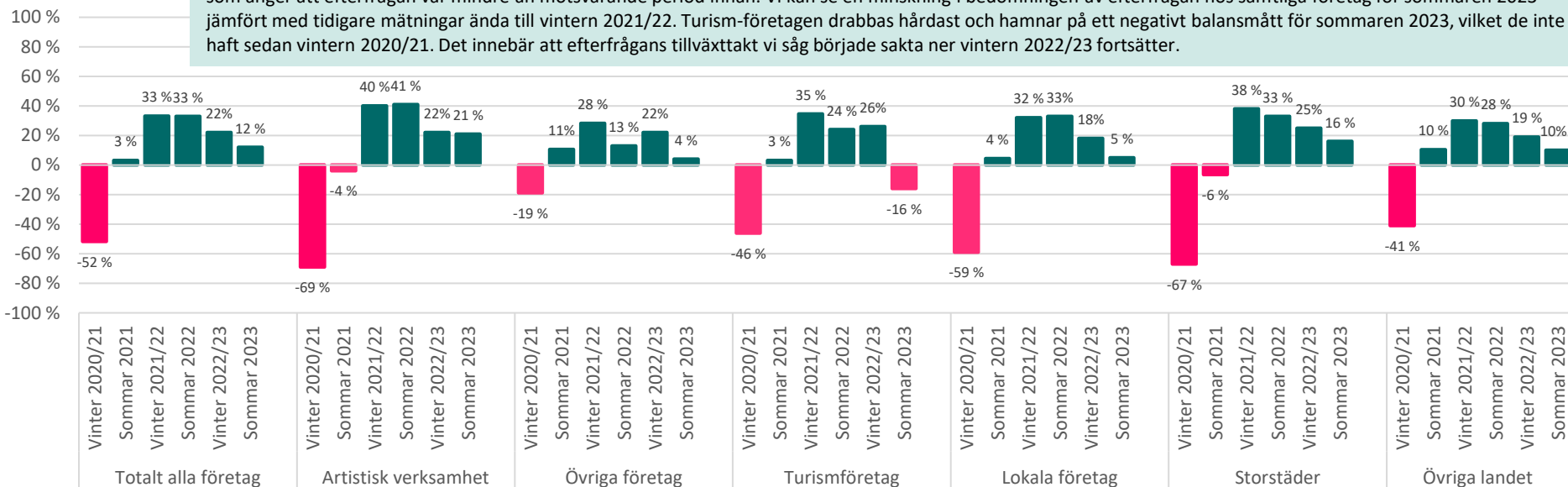
A man with a beard and headphones is shown in profile, speaking into a professional microphone. He is wearing a camouflage-patterned t-shirt. The background is a blurred studio or office environment. The image is overlaid with a teal gradient on the left side.

Utveckling över tid

Balansmått efterfrågan – Vinter 2020/21 - Sommar 2023

FRÅGA: Hur bedömer du efterfrågan på ditt företags produkter eller tjänster från besökare, kunder och turister under <PERIOD> om du jämför med samma tid året innan? Redovisas som balansmått: andelen större efterfrågan minus andelen mindre efterfrågan.

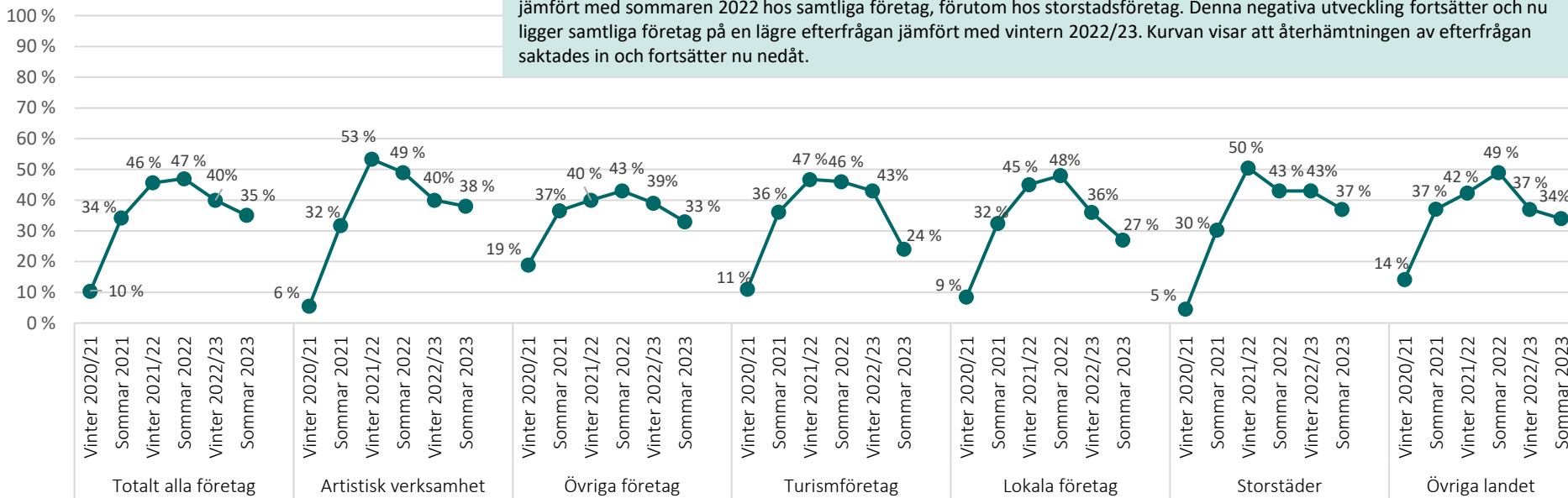
Under vintersäsongen 2020/2021 sjönk efterfrågan drastiskt, men redan under sommaren 2021 vände läget. Även om artistiska verksamheter och storstäderna fortfarande hamnade på minus så var en viss återhämtning redan i gång. Balansmåttet nedan visar andelen företag som svarar att efterfrågan var större minus andelen som anger att efterfrågan var mindre än motsvarande period innan. Vi kan se en minskning i bedömningen av efterfrågan hos samtliga företag för sommaren 2023 jämfört med tidigare mätningar ända till vintern 2021/22. Turism-företagen drabbas hårdast och hamnar på ett negativt balansmått för sommaren 2023, vilket de inte haft sedan vintern 2020/21. Det innebär att efterfrågans tillväxttakt vi såg började sakta ner vintern 2022/23 fortsätter.



Utveckling av efterfrågan – Vinter 2020/21 - Sommar 2023

FRÅGA: Hur bedömer du efterfrågan på ditt företags produkter eller tjänster från besökare, kunder och turister under <PERIOD> om du jämför med samma tid året innan? Redovisas andelen företag som anger att efterfrågan har ökat jämfört med motsvarande period innan.

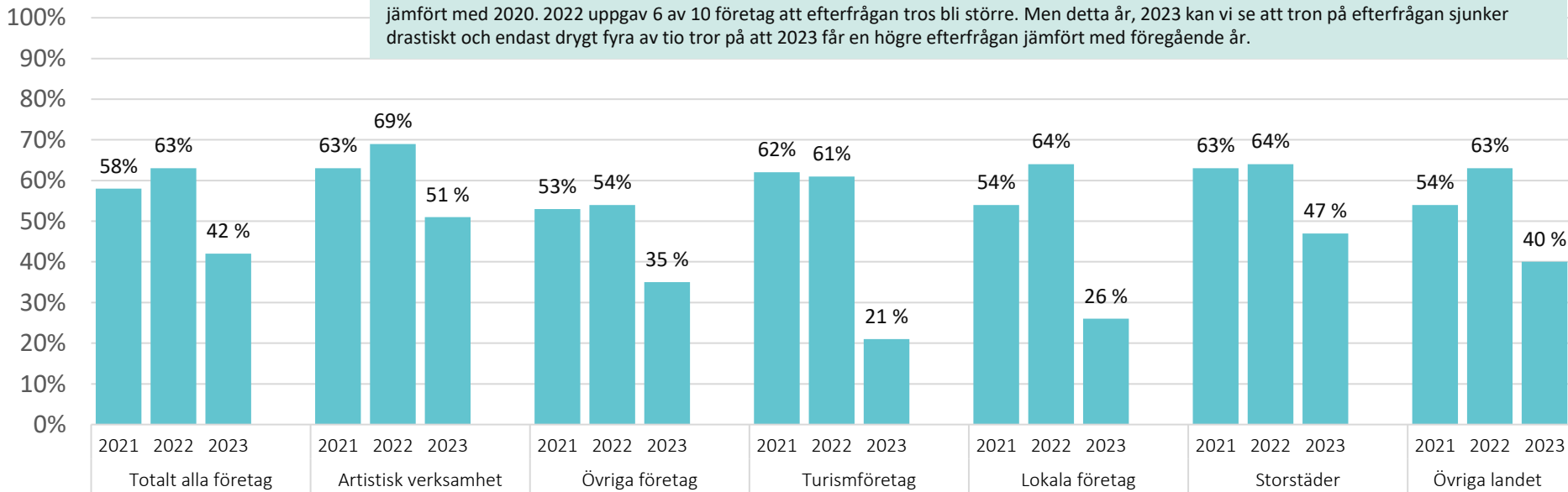
Efter den synliga återhämtningen vi kunde se redan vintersäsongen 2021/22 så ser vi nu en negativ utveckling av efterfrågan jämfört med sommaren 2022 hos samtliga företag, förutom hos storstadsföretag. Denna negativa utveckling fortsätter och nu ligger samtliga företag på en lägre efterfrågan jämfört med vintern 2022/23. Kurvan visar att återhämtningen av efterfrågan saktades in och fortsätter nu nedåt.



Efterfrågan – Jämförelse av 2020/2021 - 2022/2023

FRÅGA: Vad tror du om efterfrågan på era produkter eller tjänster under helåret 2023 jämfört med 2022? Redovisas andelen företag som anger att efterfrågan har ökat 2023 jämfört med 2022 och 2021.

En positiv trend uppstod redan 2021. Majoriteten av företagen rapporterade om en ökad efterfrågan när de ombads att utvärdera hela 2021 jämfört med 2020. 2022 uppgav 6 av 10 företag att efterfrågan tros bli större. Men detta år, 2023 kan vi se att tron på efterfrågan sjunker drastiskt och endast drygt fyra av tio tror på att 2023 får en högre efterfrågan jämfört med föregående år.



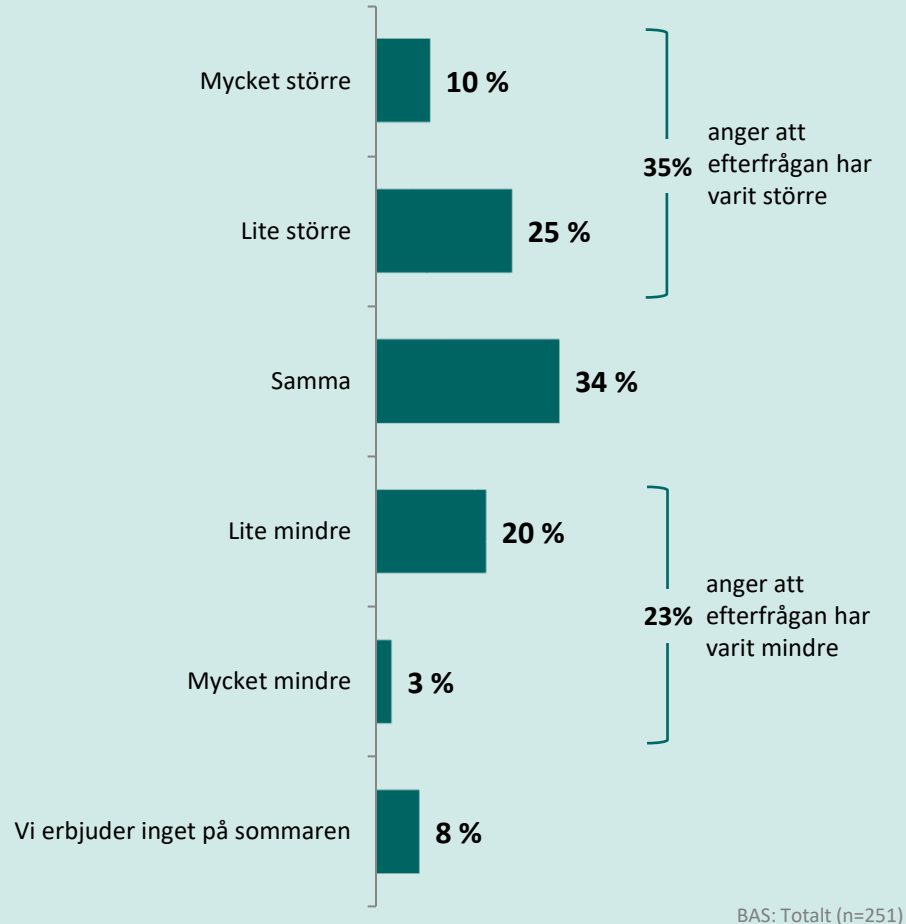
Läget hösten 2023



Efterfrågan under sommarsäsongen (maj till september 2023) jämfört med året innan

FRÅGA: Hur bedömer du efterfrågan på ditt företags produkter eller tjänster från besökare, kunder och turister under sommarsäsongen (maj till september 2023), om du jämför med samma tid året innan?

- 35 procent bedömer att efterfrågan på deras produkter och tjänster varit större under den här sommarsäsongen (maj till september 2023) jämfört med föregående års säsong.
- Nära en av fyra (23 procent) företag anger att efterfrågan under sommaren har varit mindre än året innan. Bland de som upplevde mycket eller lite mindre efterfrågan under sommaren är turistföretag och övriga företag överrepresenterade.



Faktorer som påverkat utvecklingen

Den negativa utvecklingen i form av minskad efterfrågan beror främst på omvärldsläget och läget i Sverige med höga räntor och levnadskostnader.

Det är främst *artistiska verksamheter* som fortsätter hålla igång på en liknande nivå. Det är signifikant fler bland *övriga typer av verksamheter* och *turism-företag*, som upplever att efterfrågan har sjunkit.

"Folk har ett sug efter teater efter pandemin, man vill uppleva saker. Repertoaren har också betydelse."

-*Artistisk verksamhet, upplever att efterfrågan blev lite större.*

"Avsaknad av en pandemi, folk är mer benägna att söka upplevelser utanför hemmet."

-*Artistisk verksamhet, upplever att efterfrågan blev lite större*

"Under och direkt efter pandemin var det stor efterfrågan, denna sommar återgick det mer till det normala."

-*Drift av golfbanor, upplever att efterfrågan blev lite mindre*

"Jag tror att folk funderar lite mer på var de stoppar pengarna. Man håller i plånboken. Det finns inte lika mycket pengar i plånboken heller."

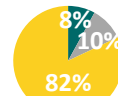
-*Övrig fritids- och nöjesverksamhet, upplever att efterfrågan blev lite mindre.*

"En bild av Sverige som ett lite stökigare land."

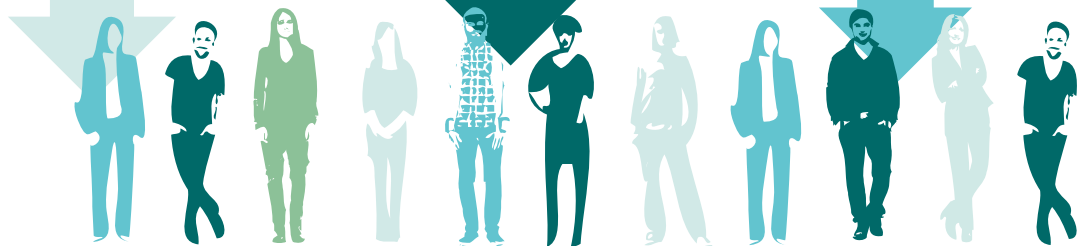
-*Turist- och bokningsservice, upplevde ungefär samma efterfrågan*

"Det finns ett större utbud nu, dvs hårdare konkurrens. Pandemin har gett förändrade beteendemönster hos publiken."

-*Stödtjänster till artistisk verksamhet, upplever att efterfrågan blev lite mindre*



- Inget
- Vet ej
- Besvarat

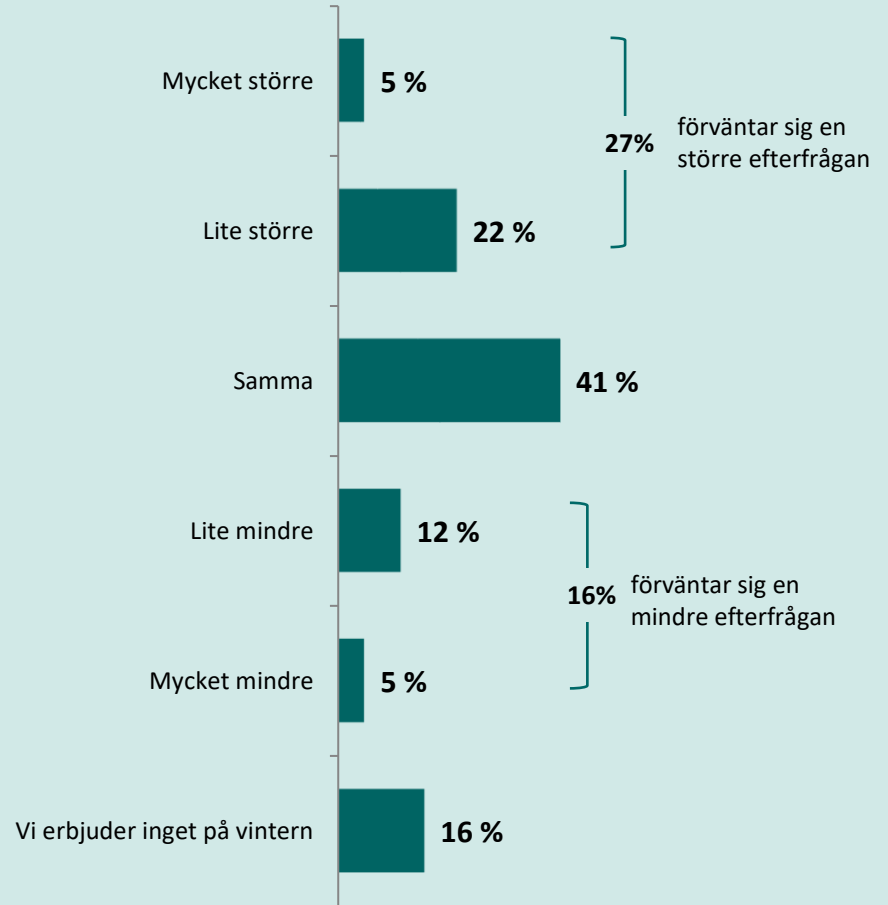


FRÅGA: Med tanke på ditt svar, vad har varit avgörande för den här utvecklingen? – *Ett urval av citat*

Förväntningar på vintersäsongen (oktober 2023 till april 2024) jämfört med samma tid året innan

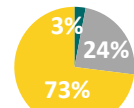
FRÅGA: Och hur förväntar ni er att efterfrågan kommer att se ut under vintersäsongen (oktober 2023 till april 2024), jämfört med samma tid året innan?

- **27 procent tror på en större efterfrågan den kommande vintersäsongen jämfört med förra årets säsong.** Bland de som tror på en större efterfrågan är företag inom artistisk verksamhet överrepresenterade, **33 procent** uppger att de tror på en större efterfrågan.
- **Var sjätte (16 procent) tror på en lite eller mycket mindre efterfrågan den kommande vintersäsongen.** Företag inom artistisk verksamhet samt turism-företag tror detta i högre grad.



BAS: Totalt (n=251)

Avgörande faktorer för den kommande vintern



■ Inget
■ Vet ej
■ Besvarat

Till följd av en del osäkerhet som finns på grund av omvärldsläget är företagen lite skeptiska inför den kommande vintersäsongen. Drygt var fjärde av alla företag spår att efterfrågan förväntas öka.

Här är det *de artistiska* verksamheterna som utmärker sig i större utsträckning än genomsnittet med en högre tro på större efterfrågan, medan de övriga verksamheterna, talar i signifikant högre utsträckning om förväntad minskad efterfrågan.

”Ränteutveckling och ekonomi, kronans kurs och omvärldsläget.”

-Övrig fritids- och nöjesverksamhet, upplever att efterfrågan blev lite mindre.

”Man är mer priskänslig på grund av det som har hänt i omvärlden och man bokar sin vintersemester senare jämfört med tidigare år. Man är mer priskänslig nu.”

- Turist- och bokningservice, upplevde ungefär samma efterfrågan.

”Att vi anpassar oss bättre till en internationell marknad är viktigt och att vi får stöd från organisationer, kommuner och myndigheter underlättar.”

-Övrig fritids- och nöjesverksamhet, upplever att efterfrågan blev mycket större.

”Sveriges rykte kommer att påverka negativt. Sverige är inte säkert att åka till jämfört med innan.”

-Museiverksamhet, upplevde ungefär samma efterfrågan.

”Nedskärningar inom kultursektorn.”

-Artistisk verksamhet, upplever att efterfrågan blev lite mindre

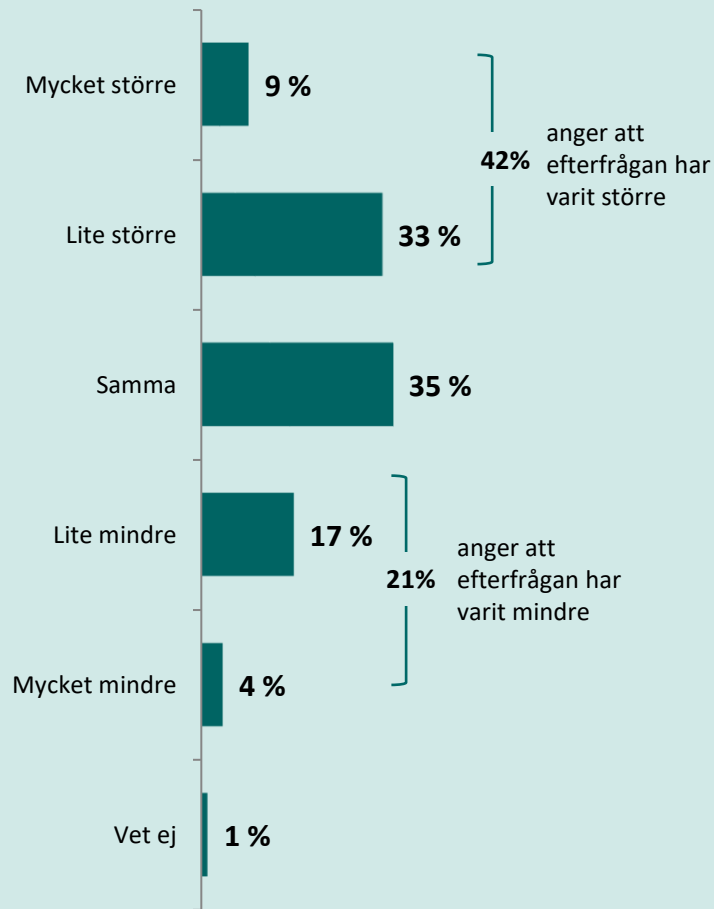


FRÅGA: Vad är avgörande för utvecklingen av turismen och antalet besökare i Sverige generellt den kommande vintern? - Ett urval av citat

Efterfrågan på produkter eller tjänster under helåret 2023 jämfört med 2022

FRÅGA: Vad tror du om efterfrågan på era produkter eller tjänster under helåret 2023 jämfört med 2022?

- **42 procent** tror på en större efterfrågan på sina produkter eller tjänster under helåret 2023 jämfört med 2022. Företag inom artistisk verksamhet är överrepresenterade, 51 procent tror på en större efterfrågan.
- Drygt ett av fem (**21 procent**) företag tror på en mindre efterfrågan på sina produkter eller tjänster under helåret 2023 jämfört med 2022. Bland dem som tror på en mindre efterfrågan är turismföretag och övriga företag överrepresenterade.

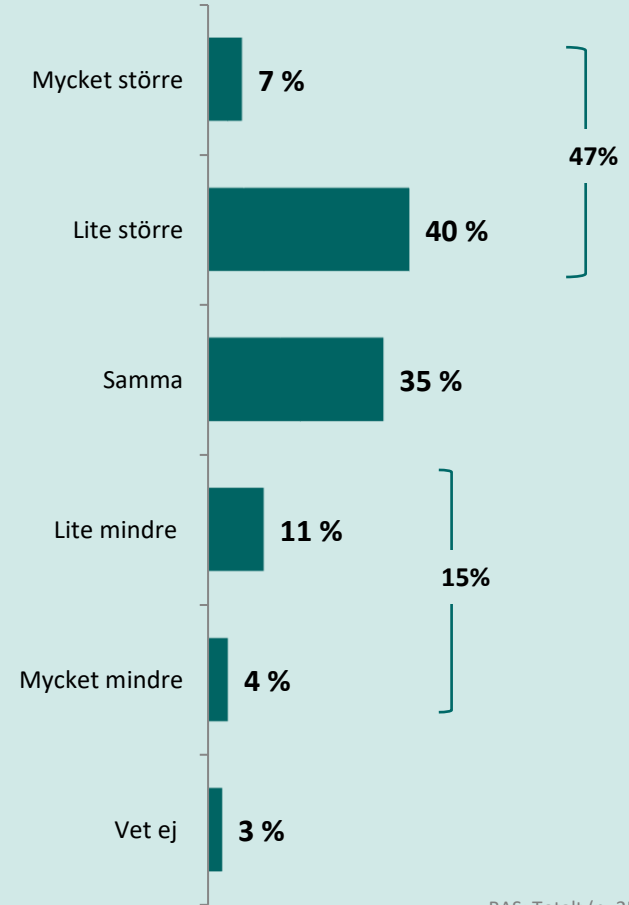


BAS: Totalt (n=251)

Förväntningar på helåret 2024 jämfört med 2023

FRÅGA: Om man blickar framåt - vad tror du om efterfrågan gällande helåret 2024 jämfört med 2023?

- **47 procent tror att efterfrågan för helåret 2024 kommer vara större än för 2023.**
- **15 procent tror att efterfrågan kommer vara mindre för helåret 2024 jämfört med 2023.**



BAS: Totalt (n=251)

Bakgrundsfrågor

Urvalsdefinition

I och med att varken besöksnäringen eller turistföretagen har någon egen branschkod, inom ramen för denna undersökning skapades följande urvalsdefinition:

| Primär SNI | Antal företag | Andel |
|--|---------------|-------|
| 77.210 Uthyrning och leasing av fritids- och sportutrustning | 220 | 1% |
| 79.900 Turist- och bokningservice | 705 | 4% |
| 90.010 Artistisk verksamhet | 7797 | 50% |
| 90.020 Stödtjänster till artistisk verksamhet | 2578 | 16% |
| 90.040 Drift av teatrar, konserthus o.d. | 47 | 0% |
| 91.020 Museiverksamhet | 367 | 2% |
| 91.040 Drift av botaniska trädgårdar, djurparker och naturreservat | 54 | 0% |
| 93.111 Drift av skidsportanläggningar | 63 | 0% |
| 93.112 Drift av golfbanor | 654 | 4% |
| 93.113 Motorbanor | 64 | 0% |
| 93.114 Trav- och galoppbanor | 39 | 0% |
| 93.210 Nöjes- och temaparksverksamhet | 83 | 1% |
| 93.290 Övrig fritids- och nöjesverksamhet | 2724 | 17% |
| 51.102 Icke reguljär lufttransport av passagerare | 96 | 1% |
| 50.302 Icke reguljär sjötrafik på inre vattenvägar av passagerare | 176 | 1% |
| | 15667 | 100% |

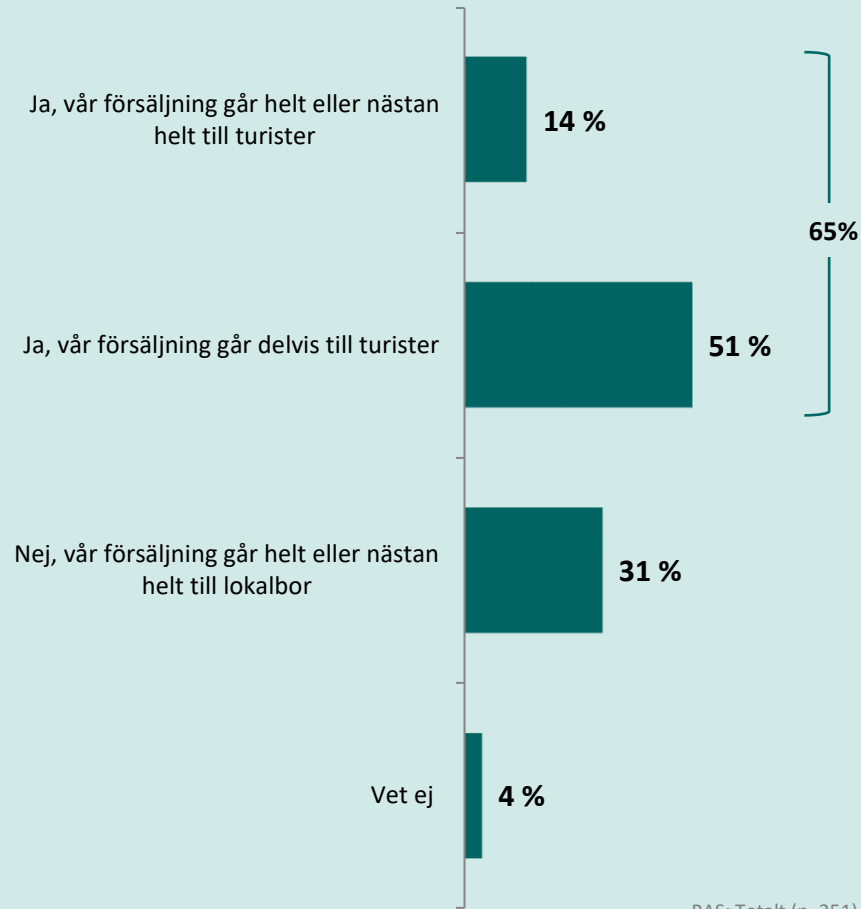
Vidare i undersökningen (*på översiktssidan*) redovisar vi även följande delgrupper: **artistisk verksamhet** (SNI: 90.010+90.020), **övriga företag** (övriga SNI-koder), **turismföretag** och **icke-turismföretag** (baseras på enkätfråga), samt **storstäder** vs. **övriga landet**.



Om försäljning

FRÅGA: Och till sist, går er försäljning helt eller delvis till turister (både svenska och internationella)?

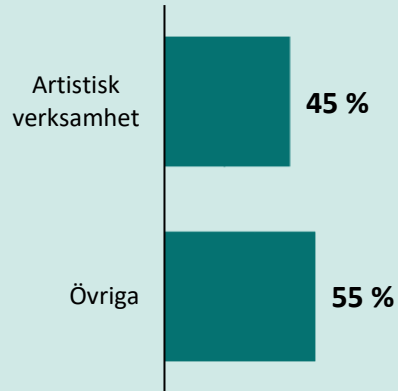
- För nära två av tre, 65 procent, går försäljningen helt eller delvis till turister.



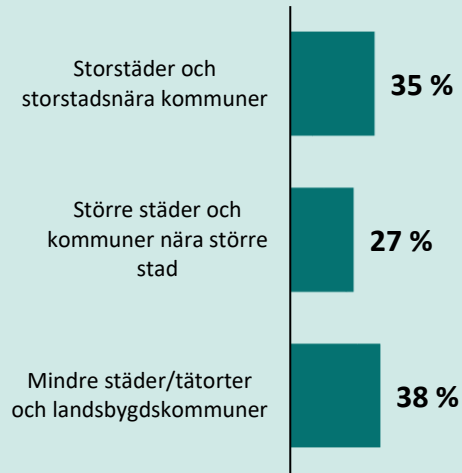
BAS: Totalt (n=251)

Bakgrund

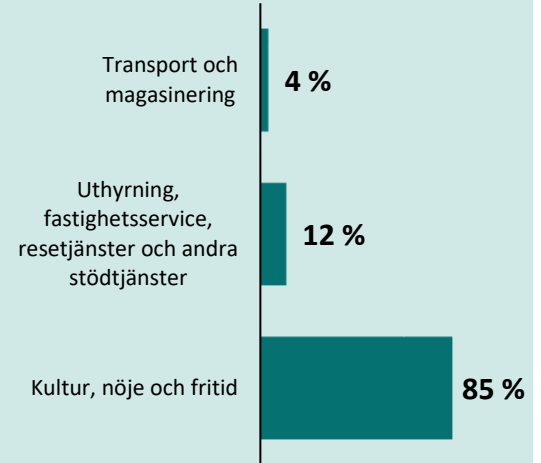
SNI-GRUPP



HUVUDGRUPP



BRANSCH



BAS: Totalt (n=251)

Begreppsförklaring

I Novus rapporter redovisar vi ofta skillnader mellan olika värden, något vi kallar för statistiskt säkerställda skillnader, statistiska signifikanser eller att något "inte är inom felmarginalen".

Konfidensgrad

Novus standard är 95% konfidensgrad, vilket innebär att det sanna värdet för populationen med 95% sannolikhet ligger inom det intervall som ges av stickprovets värde +/- felmarginalen. Att använda 95% konfidensgrad motsvarar en signifikansnivå på 5%.

Vad är en felmarginal?

Felmarginalen är ett mått på osäkerheten i en skattning av en parameter. Exempelvis blir felmarginalen vid ett stickprov på 1000 individer, på 5% signifikansnivå, för följande utfall:

20/80: +/- 2,5%

50/50: +/- 3,2%

Är det statistiskt säkerställt?

Om en skillnad är större än felmarginalen är skillnaden statistiskt säkerställd. En statistiskt säkerställd skillnad mellan två olika värden innebär att det är en skillnad som troligen inte enbart kan förklaras av slumpen. Det som är säkerställt är således att det finns en skillnad, inte själva storleken.





Publiceringsregler

Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.



Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

ESOMAR²³
Corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.

Vi på Novus älskar frågor

Kontakter på Novus

Customer Development Advisor

Ieva Englund

Mobil: 0720 70 04 10

E-post: ieva.englund@novus.se



Research Manager

Daniela Lundgren

Mobil: 0764 96 61 10

E-post: daniela.lundgren@novus.se

