

Sverige har ytterligare potential som turistdestination:

43 miljoner resenärer vill åka till Sverige

Sveriges kommunikationsbolag VisitSweden vässar klorna för turiståret 2011. Analyser av potentialen för ökat semesterresande till Sverige pekar på att 43 miljoner potentiella besökare är intresserade av svenska upplevelser de närmaste tre åren. Inte minst vintersäsongen förväntas stärka tillväxten.

Resandet till Sverige har ökat stadigt de senaste åren. Allt pekar på att även 2010 blir ett år med rekordresultat, för sjunde året i rad. Men VisitSweden, som på statens och svensk besöksnäringens uppdrag marknadsför Sverige utomlands, ser efter ett framgångsrikt år en stor och outnyttjad potential hos drygt 100 miljoner resvana, högutbildade och internetaktiva människor. Bland dessa kan 43 miljoner tänka sig att besöka Sverige de närmaste tre åren. Det visar VisitSwedens analys* av resepotentialen i 10 länder, där Sverige har ett grundmurat gott rykte.

- Tillväxtpotentialen för svensk besöksnäring framöver finns hos de utländska potentiella besökarna, t ex aktiva unga par i europeiska storstäder, det visar övernattningsstatistiken för de senaste åren tydligt, säger Thomas Brühl, vd på VisitSweden. Kännedomen om Sverige ökar, men i ett internationellt perspektiv är konkurrensen om resenärerna stenhård. Utmaningen för svensk besöksnäring är att skapa en nyfikenhet för Sverige som resulterar i konkreta resplaner. Det ska vi göra med hjälp av effektiva och oväntade marknadsföringskampanjer, fortsätter Thomas Brühl.

De resenärer som VisitSweden vänder sig till söker mycket av det som Sverige kan erbjuda. Därför har upplevelser som hundslädesturer i Lappland, modeshopping och "lifeseeing" i Stockholm och Göteborg och hummersafari på Västkusten en framträdande plats i VisitSwedens marknadsföring. Många resenärer söker sig i allt större utsträckning till destinationer utanför massturismens utbud, vilket bidrar till en mer nischad efterfrågan av internationella resmål. Det kan betyda tillväxt för destinationer som Sverige.

Men det börjar bli ont om internationellt gångbara upplevelser i Sverige och svensk besöksnäring måste bli bättre på att möta internationella gästers krav på innehåll,

paketering och standard. Människor blir mer världsvana, kräsna och ställer högre krav på tillgänglighet. Samtidigt blir lokala, unika och äkta upplevelser mer intressanta, vilket exempelvis märks i ett ökat intresse för närproducerad mat.

- Med fokus på långsiktig hållbarhet ska svensk besöksnäring fördubbla sin omsättning fram till år 2020. Det har slagits fast i den nationella strategi för turism som Svensk Turism presenterat tillsammans med bland andra SHR, Tillväxtverket, Swedavia och VisitSweden. Med rätt förutsättningar kan vi klara målet, fortsätter Thomas Brühl.

**Potentialanalysen har genomförts i Danmark, Finland, Norge, Tyskland, Nederländerna, Storbritannien, Frankrike, Italien, Spanien och USA. Undersökningen är genomförd på ett representativt urval av den internetaktiva befolkningen mellan 25 och 64 år, i vissa länder endast i avgränsade geografiska områden. Respondenterna har svarat på frågan "Har du planer på att åka till Sverige på semester inom de närmaste 3 åren?"*

För mer information om VisitSweden | www.visitsweden.com/partner

För ytterligare information | kontakta

Thomas Brühl, vd VisitSweden, tel 08-789 10 00

Bo Söderström, informationsdirektör VisitSweden, tel 0739-44 73 91

Bitte Olsson, informationsansvarig VisitSweden, tel 0705-25 04 56

VisitSweden är ett kommunikationsföretag med uppdrag att internationellt marknadsföra Sverige som resmål och att marknadsföra varumärket Sverige. Marknadsföringen utgår från en utvald målgrupp och VisitSweden har genom närvaro på 13 prioriterade utlandsmarknader kunskap om deras resepreferenser och kännedom om Sverige. Vi väljer rätt budskap, till rätt målgrupp i rätt marknadskanal för att marknadskommunikationen ska få största möjliga effekt. VisitSweden ägs till lika delar av svenska staten genom Näringsdepartementet och svensk turistnäring. Utländska besökare spenderar nästan 94 miljarder kronor i Sverige, vilket är mer än exporten av personvagnar och järn och stål tillsammans. Svensk turistnäring sysselsätter cirka 160 000 personer (räknat i helårsverken). (Källa siffror: Tillväxtverket. Gäller för 2009.)

VisitSweden | Sveavägen 21 | Box 3030 | 103 61 Stockholm | Tel 08-789 10 00 | Fax 08-789 10 31
info.se@visitsweden.com | www.visitsweden.com | org.nr 556500-7621