

## Sverige är vacker natur, vänliga människor och kyla

**Nu har utländska besökare fått säga sitt om vad de förknippar med resmålet Sverige. Vackra landskap, vänliga människor, Stockholm, kyla och snö är några av de vanligaste associationerna. Men även shopping, mat och blonda människor finns med på listan. Det visar en undersökning i elva länder från VisitSweden, riktad till den målgrupp av resenärer som man vänder sig till i sin marknadsföring av Sverige.**

Drygt 6 400 potentiella resenärer från bland annat Norge, Tyskland, Frankrike, Ryssland, Storbritannien och USA har i en onlineundersökning fritt fått svara på frågan "Vilket är det första du tänker på när du tänker på Sverige som besöksmål?" Vanliga associationer är natur, kyla, Stockholm och höga priser, men också snö, vänliga människor, lugn och ro, prisvärd shopping och gott om plats är några av de spontana svaren.

- En klassisk uppfattning av Sverige lever fortfarande kvar, men börjar ersättas med bilden av den moderna och progressiva livsstilen i Sverige. Genom att inspirera potentiella Sverigebesökare med exotiska upplevelser och kreativa näringar vill VisitSweden uppgradera den bilden, säger Thomas Brühl, vd på VisitSweden.

Norrmännen förknippar Sverige med shopping och en fjärdedel anser att det är prisvärt att handla här, medan britten har motsatt uppfattning. Återkommande associationer från flera länders respondenter är livskvalitet, modernt, skogar, sjöar och gott om plats. Men även associationer som Greta Garbo, myggor och bastubad finns med. Fortfarande blandas Sverige ihop med andra länder. Att Sverige är relativt okänt som destination blir tydligt då var tionde italienare och fransman associerar till fjordar och sex procent av amerikanerna till choklad.

- Att man på samma resa kan uppleva en kombination av exotiska upplevelser i storslagen natur och storstadspuls med en innovativ design-

och modescen är en av Sveriges absolut största styrkor. Att Sverige så starkt förknippas med vår natur ger oss också en möjlighet att ta en position som en miljömässigt hållbar destination i resenärernas medvetande, säger Thomas Brühl, vd VisitSweden.

VisitSweden kommer med hjälp av fakta från studien att förfina marknadsföringen av varumärket Sverige och svenska destinationer och upplevelser ytterligare. De målgrupper som VisitSweden vänder sig till är resvana och internetaktiva personer som söker nya och spännande upplevelser.

## Fakta

### Målgruppen Den globala resenärens associationer till Sverige

Sammanlagda och grupperade resultat av 6 400 respondenter i målgruppen Den globala resenären. Respondenterna har angett sina tre främsta associationer till resmålet Sverige, totalt drygt 19 000 associationer. Den webbaserade undersökningen har genomförts i Danmark, Norge, Finland, Tyskland, Nederländerna, Storbritannien, Frankrike, Spanien, Italien, Ryssland och USA.

1. Natur, landskap
2. Kallt
3. Stockholm
4. Dyrt
5. Snö
6. Vänligt, vänliga människor
7. Skog
8. Lugn och ro
9. Billigt
10. Sjöar
11. Gott om plats, stora avstånd
12. Vackert
13. IKEA
14. Berg och fjäll
15. Fjordar
16. Trevligt land att besöka
17. Kultur
18. Skidåkning
19. Blonda människor
20. Rent

## Sex nationaliteters främsta associationer till Sverige som besöksmål

<b>Norge</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Billigt</li><li>2. Dyrt</li><li>3. Shopping</li><li>4. Liseberg</li><li>5. Stockholm / Vänligt, vänliga människor</li></ol>	<b>Tyskland</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Natur, landskap</li><li>2. Sjöar</li><li>3. Stockholm</li><li>4. Älgar</li><li>5. Kallt</li></ol>
<b>Frankrike</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kallt</li><li>2. Natur, landskap</li><li>3. Snö</li><li>4. Fjordar</li><li>5. Blondiner</li></ol>	<b>Storbritannien</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kallt</li><li>2. Dyrt</li><li>3. Snö</li><li>4. Natur, landskap</li><li>5. Stockholm</li></ol>
<b>Ryssland</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Stockholm</li><li>2. Natur, landskap</li><li>3. Skidåkning</li><li>4. Kallt</li><li>5. Berg och fjäll</li></ol>	<b>USA</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Kallt</li><li>2. Snö</li><li>3. Skidåkning</li><li>4. Vackert</li><li>5. Blonda människor</li></ol>

För mer information om VisitSweden | [www.visitsweden.com](http://www.visitsweden.com)

För ytterligare information | kontakta

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

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 12 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 drygt 87 miljarder kronor i Sverige, vilket är mer än dubbelt så mycket som värdet av den svenska personbilsexporten. Svensk turistnäring sysselsätter 162 000 personer (räknat i helårsverken). (Källa siffror: Tillväxtverket. Gäller för 2010.) [www.visitsweden.com/partner](http://www.visitsweden.com/partner)