Visit Swedens resultat 2024: 5,6 mdr i PR-värde, 4,1 mdr i räckvidd, ökat internationellt intresse för Sverige och fler utländska övernattningar



Svenska regeringens investering om 104,6 miljoner kronor i marknadsföringsbolaget Visit Sweden år 2024 gav marknadsföringsinsatser för Sverige som turistdestination till ett PR-värde/annonsvärde om cirka 5,6 miljarder kronor – en ökning med 124% sedan 2023.

2024 har inneburit rekord för Visit Swedens globala marknadsföring. Bland annat har cirka 4,1 miljarder personer (brutto) nåtts av Visit Swedens globala marknadsföring. En ökning med ca +52% jämfört med år 2023, då bruttoräckvidden låg på ca 2,7 miljarder personer.

Även det internationella intresset för Sverige som destination fortsätter att öka under 2024, liksom antalet utländska övernattningar i Sverige.

Visit Swedens årsrapport och årsredovisning framgår att Visit Swedens omsättning 2024 uppgick till 123,4 MSEK med ett resultat om (minus) – 2 480 TSEK. Rörelsemarginalen landade på (minus) -2,8% medan soliditeten uppgår till 44,8%.

Statens grundfinansiering av bolaget var 104,6 miljoner kronor till samhällsuppdraget att marknadsföra resmålet Sverige.

Utöver de mycket framgångsrika marknadsföringsinsatserna av Sverige, uppfyller Visit Sweden den statliga ägarens mål för verksamheten, frånsett målet om ett rörelseresultat >0,5% som år 2024 är lägre än 0,5%.

- Visit Sweden visar för verksamhetsåret ett resultat om – 2 480 TSEK motsvarande en rörelsemarginal om -2,8% vilket är i linje med beslutet om ökad satsning i räckvidd och frekvens för att stärka Sveriges internationella konkurrenskraft, säger Visit Swedens vd Susanne Andersson.
- Tack vare svenska besöksnäringens engagerade arbete med attraktiva erbjudanden, upplevelser och produkter som vi vet att målgruppen för vår marknadsföring efterfrågar, bidrar hela Sveriges besöksnäring till de fantastiska resultat vi ser, vilket stärker oss i vårt fortsatta arbete att attrahera fler och rätt målgrupp att upptäcka Sverige, fortsätter Susanne.

PR-värde - ett mått på ekonomisk avkastning

PR-värde, även kallat annonsvärde som för Visit Sweden uppgår till cirka 5,6 miljarder kronor för 2024, är ett vedertaget mått för PR som beskriver kostnaden att nå samma målgrupp med köpt annonsering.

Man utgår från annonspris hos mediet som gjort ett omnämnande och multiplicerar med ett värde för att reflektera artikelstorlek, antal följare, varumärkesexponering och hur positiv artikeln är, samt en antagen högre trovärdighet hos redaktionellt innehåll jämfört med betald reklam.

Det finns ingen standard för multipliceringsvärde, men 3 eller 6 är vanligt förekommande. Visit Sweden har sedan många år valt att använda 2,4 som multipliceringsvärde.

Okningen av PR-värdet för Visit Sweden, för resmålet Sverige år 2024, beror till stor del på ökad andel publicering i TV i flera länder, vilket bidragit till ökad räckvidd, bredare genomslag och ökat PR-värde.

Avkastningen på den statliga investeringen i Visit Sweden är större än enbart PR-värdet. Sådant som inte inkluderas i PR-värdet är bland annat:

- Värdet av Sveriges synlighet i länder utöver Visit Swedens nio fokusländer.
- Det positiva värdet för Sverigebilden.
- Turismens bidrag till lokalsamhällen, arbetstillfällen, infrastrukturutveckling etc.

Internationella intresset för Sverige som destination fortsätter att öka

Intresset för Sverige som destination fortsätter att öka internationellt. Detta kan bland annat följas genom antalet internationella, reserelaterade sökningar om Sverige via globala sökmotorer.

2024 ökade antalet sökningar med 6,7% jämfört med 2023, enbart via sökmotorn Google, vilket innebär närmare 12,7 miljoner sökningar om turistlandet Sverige år 2024.

Antalet utländska övernattningar i Sverige ökade 2024

Under 2024 noterades totalt 69 miljoner gästnätter i Sverige, vilket är en ökning med 0,7 procent från föregående år enligt Tillväxtverket.

Antalet utländska besökares övernattningar i Sverige, som står för ungefär en fjärdedel av alla övernattningar i Sverige, ökade 2024 med 2 procent från 2023 som hade 16 472 523 gästnätter. Jämfört med rekordåret innan pandemin, 2019, är det en uppgång med 0,8 procent från 16 678 430 gästnätter.

Besökare från Tyskland, Danmark och Norge är de nationaliteter som 2024 stod för flest utländska övernattningar i Sverige. Av de länder som Visit Sweden marknadsför Sverige i, var Tyskland, Danmark, Norge, USA och Kina top-fem länder med störst ökning av antalet gästnätter i Sverige 2024 jämfört med 2023.

Visit Swedens målleverans 2024

Mål: 70% av svenska besöksnäringens intressenter ska uppleva att Visit Swedens destinationsmarknadsföring skapar affärsnytta år 2025.
Leverans år 2024: 71%

Mål: 70% av svenska besöksnäringens intressenter ska uppfatta Visit Sweden som ledande och drivande inom turismens utveckling år 2025.
Leverans år 2024: 71%

Mål: 65% av de internationella resenärer som år 2025 efterfrågar mer hållbara alternativ, ska vara intresserade av att besöka Sverige.
Leverans år 2024: N/A (mäts vartannat år, nästa gång under 2025)

Mål: 64% av de svenska resenärer som år 2025 efterfrågar mer hållbara alternativ, ska vara intresserade av att besöka Sverige.
Leverans år 2024: N/A (mäts vartannat år, nästa gång under 2025)

Mål: Årligt mål för soliditet, justerat eget kapital/balansomslutning 20-30%.
Leverans år 2024: 45%

Mål: Årligt mål för Rörelseresultat, totala intäkter >0,5%.
Leverans år 2024: -2,8%

Visit Swedens årsrapport 2024

https://corporate.visitsweden.com/om-oss/bolagsrapportering/

Allt om Visit Swedens statliga uppdrag

https://corporate.visitsweden.com/om-oss/bolagsstyrning/

Tillväxtverkets gästnattsstatistik

https://tillvaxtdata.tillvaxtverket.se/statistikportal#page=72b01aa0-1d4a-425c-8684-dbce0319b39e

Jim Hofverberg
Chief Corporate Communications Officer
jim.hofverberg@visitsweden.com

Visit Sweden är svenska statens nationella turismorganisation - ett företag med nationellt uppdrag att marknadsföra resmålet Sverige genom effektiva kommunikationskanaler. Visit Sweden verkar även som enande, proaktiv kraft som tillsammans med turismbranschen bidrar till att öka Sveriges attraktions- och konkurrenskraft som resmål. Bolaget arbetar för att tillsammans med den svenska turismbranschen nå de för Sverige mest eftertraktade målgrupperna för en hållbar turism i syfte att generera ökad turismkonsumtion, exportintäkter och sysselsättning i Sverige. Visit Sweden är baserat i Stockholm med representation på flera utlandsmarknader. Visit Sweden har cirka 50 anställda och år 2024 var det statliga anslaget till marknadsföring 104,6 miljoner kronor. Mer info på www.visitsweden.com/corporate

https://press.visitsweden.com/2025-03-31-Visit-Swedens-resultat-2024-5,6-mdr-i-PR-varde,-4,1-mdr-i-rackvidd,-okat-internationellt-intresse-for-Sverige-och-fler-utlandska-overnattningar