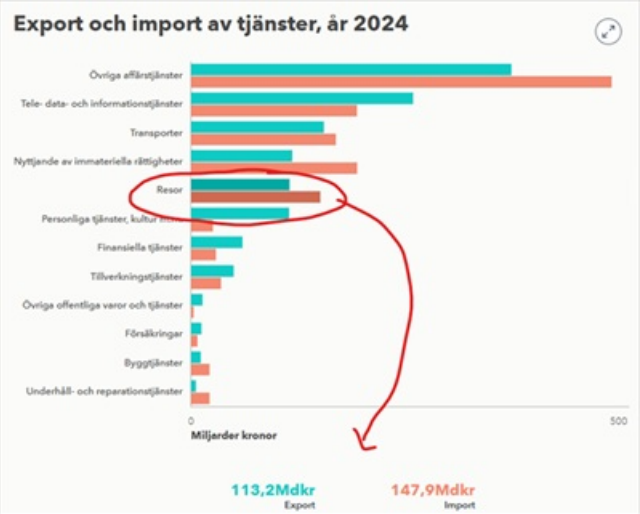
Visit Sweden News Room

Utländska turister spenderar mer i Sverige än värdet för svensk export av järn och stål



Jämförs Sveriges exportsiffror för 2024 som presenteras av Statistiska Centralbyrån, SCB, och Ekonomifakta.se, syns det tydligt att exportvärdet för Resor (hur mycket pengar som utländska turister spenderar i Sverige) överstiger svensk export av till exempel varor och produkter som järn och stål, papper och papp eller malm och skrot av metaller.

Den senaste tiden har svensk produktexport stått i fokus. Men många gånger glöms det bort att turism från utlandet är en viktig svensk export – och hur viktig den är som finansiell resurs.

Även om utländsk turism endast står för en fjärdedel av totala antalet övernattningar på kommersiella boenden i Sverige (ca 24,3 procent 2024), har den utländska turismen stor betydelse för svensk export.

Med hög kännedom om det Sverige erbjuder samt goda och flexibla möjligheter att ta sig hit och runt i landet, är potentialen stor för utländsk turism att bli än viktigare för landets ekonomi och företag.

Enligt Ekonomifakta.se som hämtar sin data från Ststistiska Centralbyrån, stod utländsk turism till Sverige för ett exportvärde om ca 113,2 Mdr SEK år 2024, vilket kan jämföras med exportvärdet för papper & papp & varor därav: 104 Mdr SEK, eller järn & stål: 78,7 Mdr SEK. Se bifogade bilder eller länken nedan för mer detaljer om exportvärdet.

Grafer och skärmbilder är ett urval från Ekonomifakta.se. Fler hittas via: https://www.ekonomifakta.se/sakomraden/makroekonomi/handel/sveriges-export-och-importprodukter_1208822.html eller via SCBs egen statistikportal.

Turismens betydelse för nationell image ökar

Ökad turism – ökade intäkter och stärkt nationalimage: Färska studier visar att betydelsen av turism för länders och nationers image ökar. Det menar bland annat brittiska Brand Finance som följer detta i sitt Global Soft Power Index.

Detta innebär samtidigt att betydelsen av effektiv marknadsföring av turistländer ökar, eftersom marknadsföringen skapar önskad kännedom om platser och destinationer.

”Med tanke på de narrativ som förekommit om Sveriges gängkriminalitet, bombdåd och koranbränningar känns det betryggande att turism och marknadsföring av det som attraherar turister nu tydligt ökar i betydelse för Sveriges globala nationalimage”, säger Susanne Andersson som är vd för Visit Sweden, svenska statens marknadsföringsbolag för turistlandet Sverige.

Visit Swedens globala marknadsföring skapar intresse att besöka Sverige

Visit Swedens globala marknadsföring av turistlandet Sverige nådde år 2024: 4,1 miljarder personer (brutto) i nära 40 länder (2023 var siffran cirka 2,7 miljarder personer).

Marknadsföringens kreativitet och Visit Swedens förmåga att nå fram och engagera är bärande för framgången.

Det internationella intresset för turistlandet Sverige ökade med +21 procent år 2024 jämfört med rekordåret innan pandemin, år 2019, enligt Visit Swedens undersökningar av turismrelaterade sökningar på internet om Sverige.

Under pandemiåren var Visit Sweden en av få nationella turismorganisationer som globalt fortsatte att marknadsföra sitt land för att långsiktigt attrahera turister och resenärer.

”Vi gläds verkligen åt den positiva turismutvecklingen och att vårt globala marknadsföringsarbete tydligt bidrar till den utvecklingen”, säger Susanne Andersson som är Visit Swedens vd.

Bakgrund Exportvärdet

Statistik för export presenteras med eftersläpning. I Statistiska Centralbyrån, SCBs databas för Tjänstehandel redovisas årligen ”tjänsteexport” av ”resor”, det vill säga turismens exportvärde - utländska turisters konsumtion i Sverige.

SCBs siffror möjliggör jämförelse av turismens exportvärde med annan export, till exempel produktion eller annan tjänsteexport.

Samtidigt: I SCBs siffror finns delar av tjänstehandelns finansiella poster under andra kategorier i redovisningen än ”resor”, vilket innebär att det blir diskrepans till *Tillväxtverkets* och organisationen *Visitas* sammanställningar av utländsk turismkonsumtion. Allas uppgifter är korrekta, men skiljer sig åt på grund av olika beräkningsmodeller för att kunna jämföra olika saker.

- **Tillväxtverkets** redovisning av turismens exportvärde/utländska turismkonsumtion (116 mdr SEK år 2023), utgår från Sveriges officiella Nationalräkenskaper med fasta priser och 2022 som basår, för att kunna användas över tid, oberoende av inflation. För Nationalräkenskaperna som förvaltas av SCB har SCB beslutat att så länge det inte är möjligt att dela upp hela underkategorin ”resevalutaposten” i Nationalräkenskaperna, ska alla ekonomiska underposter redovisas som en klumpsumma. Tillväxtverket presenterar 2024-års siffror under hösten 2025. https://www.mynewsdesk.com/se/tillvaextverket/pressreleases/tillvaextverket-presenterar-nya-turismraekenskaper-paa-nationell-regional-och-kommunal-nivaa-3374391?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=Subscription&utm_content=current_news
- **Visita, besöksnäringens arbetsgivarorganisation,** har kompletterat Tillväxtverkets publicerade redovisning av turismens exportvärde, turismexporten för 2023 och utgår från turismräkenskaper som Tillväxtverket tillgängliggör i sin statistikportal – men Visita redovisar i stället med löpande priser vilket innebär att turismexporten/turismens exportvärde för år 2023 då uppgår till 126 mdr SEK. Detta för önskad hänsyn till inflation och för att ge en så aktuell bild som möjligt av de ekonomiska transaktionerna när de faktiskt äger rum. https://newsroom.notified.com/visitapress/posts/pressreleases/ny-statistik-utlandska-besokare-spenderade-12
- **Och i Statistiska Centralbyrån,** SCBs databas för Tjänstehandel återfinns redovisning av tjänsteexporten”, i detta fall av ”resor” = turismens exportvärde, vilket gör det möjligt att jämföra turismens exportvärde med andra export branscher, produkter, tjänster och år. SCB redovisar 2024-års siffror, men för 2023 redovisade SCB ett exportvärde om ca 105 mdr SEK. Delar av tjänstehandelns finansiella poster återfinns dock under andra kategorier i redovisningen än just ”resor”, vilket medför diskrepans till Tillväxtverkets och Visitas redovisade siffror. https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__HA__HA0202/HA0202TjHaArN/

Fakta

Ekonomifakta (ägs av organisationen Svensk Näringsliv)

https://www.ekonomifakta.se/

Statistiska Centralbyrån, SCB

https://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__HA__HA0202/HA0202TjHaArN/

Inkvarteringsstatistik, gästnätter (Tillväxtverket)

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

Turismräkenskaper (Tillväxtverket)

https://tillvaxtdata.tillvaxtverket.se/statistikportal#page=d4ed96a5-165a-428e-a630-64beb42b5fa3

Brand Finance

https://brandfinance.com/

För mer pressinformation

Jim.Hofverberg@visitsweden.com, Kommunikationschef, Visit Sweden

Foton att använda i press

- Destinationsfoton att använda fritt i Sverige
- VD och medarbetare hos Visit Sweden

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

Visit Sweden är svenska statens marknadsföringsbolag. En nationell turismorganisation med uppdrag att genom marknadsföring av destinationen Sverige öka landets attraktionskraft och bidra till turismkonsumtion, exportintäkter och sysselsättning. Visit Sweden arbetar tillsammans med svenska turism- och besöksnäringen för att effektivt nå de mest eftertraktade målgrupperna för långsiktigt hållbar turism. Visit Sweden är baserat i Stockholm med lokal representation på flera utlandsmarknader. Visit Sweden har närmare 50 anställda. www.visitsweden.com/corporate

https://press.visitsweden.com/2025-04-16-Utlandska-turister-spenderar-mer-i-Sverige-an-vardet-for-svensk-export-av-jarn-och-stal