

Internationella Coolcation-intresset för Sverige verkar inte svalna

Förra sommarens kanske hetaste resetrend var Coolcation: efterfrågan av destinationer och platser med svalare klimat som möjliggör aktiviteter och intressen, med mindre trängsel och som ligger lite bortom allfarvägarna. Destinationer som både är svalare och coolare att besöka.



Foto: Yirui Aries/Visit Sweden

Bland annat flygbolaget SAS säger sig nu notera fler bokningar till Sverige från flera av sina Medelhavsdestinationer än tidigare. För mer information om detta, kontakta SAS.

Drygt 40 % av de tillfrågade i statligt ägda marknadsföringsbolaget för turistlandet Sverige, Visit Swedens undersökning bland resenärer med intresse för Sverige; i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Storbritannien och USA, tror att värmeböljor kommer att påverka framtida resor.

De tror att de kommer att boka semester närmare avresedatumet, begränsa resorna utomlands, resa vid andra tider på året eller välja andra destinationer.

Fransmän och nederländare är de som i störst utsträckning tror sig välja andra destinationer på grund av värme framöver, av de nio länder Visit Sweden undersökte. Undersökningen gjordes under hösten 2024.

Visit Swedens bild av läget bekräftas av European Travel Comissions data från tio europeiska länder, med fokus på reseplaner under april-september 2025, det vill säga nu i sommar, framkommer bland annat att:

- 28 % av resenärerna föredrar destinationer med mildare klimat och mindre extrema temperaturer, drivet av oro för klimatförändringar.
- 17 % övervakar väderprognoser noggrannare innan de slutför sina reseplaner
- 15 % väljer destinationer med mildare klimat
- 14 % undviker destinationer som är benägna att drabbas av extrem värme.

Denna ökade medvetenhet kan vara en av faktorerna som driver det ökade intresset bland européer för svalare eller alternativa regioner under den varmare säsongen.

Klimatmedvetenhet påverkar i allt högre grad resebeslut: en växande andel på 81 % av européerna säger att det förändrade klimatet på något sätt påverkar hur de reser (de har antagit minst en förändring), en ökning med 7 % från förra året. 19 % har inte ändrat sina vanor.

Till Visit Swedens undersökning: <https://corporate.visitsweden.com/kunskap/malgrupp/overblick-9-marknader/malgruppsanalys-nio-marknader/>

Till European Travel Commissions Monitoring Sentiment for Intra-European Travel Spring & Summer 2025: <https://etc-corporate.org/reports/monitoring-sentiment-for-intra-european-travel-spring-summer-2025/>

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/2025-06-19-Internationella-Coolcation-intresset-for-Sverige-verkar-inte-svalna>