Årsrapport 2025: Ännu ett starkt år för Visit Swedens marknadsföring

Genom sin globala marknadsföring befäster Visit Sweden Sveriges position som attraktivt och konkurrenskraftigt resmål – med effekt för näringsliv, svensk ekonomi och bilden av Sverige.

Hela Visit Swedens årsrapport hittar du här

I en tid av hård konkurrens och förändrade resmönster stärker Visit Sweden Sveriges attraktionskraft, vilket skapar långsiktigt lönsam tillväxt. Visit Swedens årsrapport för 2025 visar hur strategisk marknadsföring, datadrivet arbetssätt och nära samverkan med näringsliv och destinationer skapar affärsnytta – för hela Sveriges näringsliv.

– Turism bidrar inte bara till export och utveckling i hela landet, utan även till förtroende, förståelse och långsiktiga relationer. Det gör vårt uppdrag både viktigt och ansvarsbärande – att med konsekvens och kvalitet bidra till Sveriges långsiktiga attraktionskraft och affärsnytta, säger visit Swedens vd Susanne Andersson

– I detta större sammanhang är Visit Swedens arbete en central del av Sveriges strategiska positionering, konstaterar Susanne.

Visit Swedens marknadsföringsinsatser sker i ett bredare sammanhang där utvecklingen av turism påverkas av faktorer som konjunktur, säkerhetsläge och konkurrens om resenärerna. Visit Sweden är ett statligt bolag med ett marknadsföringsuppdrag, därför lyfter Visit Sweden fram sitt bidrag till utvecklingen i termer av räckvidd, PR-värde och affärsnytta.

- Visit Swedens globala marknadsföring av Sverige som resmål nådde ut till ca 4,8 miljarder personer (potentiell räckvidd).
- Värdet för Visit Swedens pressbearbetning var 5,9 miljarder SEK (PR-värde).
- Årets nöjd-kund-index (NKI) bland Visit Swedens svenska intressenter är rekordhögt.
- Antal gästnätter i Sverige ökade med 2,5 procent 2025 till 70,1 miljoner, jämfört med 2024. Utländska ökade med 9,3 procent till 18,3 miljoner.
- Exportvärdet för turism till Sverige från utlandet fortsatte att öka 2025: upp 8 procent jämfört med 2024 till 121,7 miljarder SEK.

Internationell efterfrågan driver exportintäkter

Besöksnäringen är en av Sveriges största tjänsteexporter och Visit Swedens marknadsföring bidrar till ökad, långsiktig omsättning för boende, transporter, restauranger, kultur, handel och aktivitets- och upplevelseföretag över hela landet.

Under 2025 intensifierade Visit Sweden marknadsföringen på sina tio fokusmarknader (Norden, Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Storbritannien, USA och Kina) för att attrahera resenärer att välja Sverige.

Exportvärdet för turism till Sverige från utlandet fortsatte att öka under 2025 enligt SCB Statistiska centralbyrån: upp 8 procent sedan 2024 till 121,7 miljarder SEK. Visit Swedens pressinformation om exportvärdet

Och när Tillväxtverket summerar 2025 har antalet gästnätter i Sverige ökat med 2,5 procent till 70,8 miljoner jämfört med 2024. De utländska gästnätterna ökade med 9,3 procent till 18,3 miljoner. Tillväxtverkets statistikportal

Rätt resenärer för Sverige

Årsrapporten visar att Visit Sweden fokuserar på att attrahera resenärer som bland annat stannar längre, reser hela året, är intresserade av hela landet, är nyfikna på svensk kultur och som vill se och göra så mycket som möjligt på sin Sverigesemester. Rätt resenärer snarare än fler – vilket stärker både varumärket Sverige och långsiktig lönsamhet för näringen.

Genom Visit Swedens positionering av Sverige som resmål skapas efterfrågan på produkter och tjänster med hög kvalitet, lokal förankring och i regel lägre miljöpåverkan.

Smart marknadsföring ger effekt

Visit Swedens arbetsmodell bygger på kontinuerlig analys av resenärsbeteenden och marknadseffekter. Årsrapporten 2025 visar hur bolaget optimerar statliga resurser genom smart marknadsföring som sticker ut, långsiktiga kampanjplattformar och effektiva partnersamarbeten.

Viktigt verktyg för regional utveckling och sysselsättning

Turismnäringen spelar en central roll för jobbskapande i hela Sverige. Visit Swedens marknadsföring ökar intresset så att fler

destinationer och företag kan omvandla intresset till faktiska affärer och förlänga säsonger och minska sårbarheten mot konjunktursvängningar. Detta stärker både regional ekonomi och Sveriges samlade tillväxtkraft.

Visit Sweden rustat för fortsatt global konkurrens

Årsrapporten 2025 visar att Visit Swedens strategiska marknadsföring fungerar väl i den globala konkurrensen om framtidens resenärer. Genom tydlig strategisk riktning, affärsfokus och stark samverkan mellan stat, näringsliv och destinationer skapas förutsättningar för fortsatt, stark marknadsföring av en av landets viktigaste tillväxtnäringar.

– Vi verkar på en global marknad där många faktorer påverkar resandet. Vårt fokus är att säkerställa att just Sverige är relevant, synligt och valbart för rätt resenärer och målgrupper och att vårt arbete ger mätbar effekt, säger Visit Swedens vd Susanne Andersson.

Ett medvetet finansiellt vägval

Årets resultat för Visit Sweden visar ett underskott om –6,5 miljoner kronor, motsvarande en rörelsemarginal om –5,4 procent, vilket speglar ett medvetet strategiskt vägval som stärker Sveriges internationella position.

I en tid när allt fler länder investerar långsiktigt i sina varumärken fortsätter Visit Sweden att prioritera insatser där effekten byggs successivt och inte fullt ut realiseras inom ett enskilt verksamhetsår.

– Det är glädjande att vår omställning till helstatligt bolag med tydliga och övergripande mål, trots lägre intäkter, skapar högre effekter i alla våra verksamhetsområden samtidigt som vi minskat våra kostnader och effektiviserat vår resursanvändning, säger Carina Tyberg Sigrell som är Visit Swedens Chief Financial Officer, CFO.

Nyckeltal 2025 ur Visit Swedens årsrapport 2025

Visit Sweden är ett statligt bolag med ett samhällsuppdrag, inte ett vinstmaximerande företag. Det innebär att intäkterna domineras av statligt anslag, resultatet ligger normalt nära noll eller ett mindre överskott och att ekonomisk stabilitet är viktigare än lönsamhet.

Visit Swedens grundfinansiering kommer från ett statligt anslag och syftar till att finansiera samhällsuppdraget – att marknadsföra resmålet Sverige.

Koncernens totala intäkter för året uppgick till 120 212 TSEK (123 372). Det statliga grundanslaget uppgick till 109 613 TSEK (104 613).

Visit Swedens resultat efter skatt: -6 453 TSEK (-2 480), motsvarande en rörelsemarginal om -5,4 procent (-2,8), vilket är ett resultat av en strategisk satsning i att öka intresse för resmålet Sverige i en tid när allt fler länder investerar långsiktigt och systematiskt i sina destinationsvarumärken.

Soliditeten uppgick till 30 procent (45) för koncernen, vilket är i linje med det av ägaren beslutade ekonomiska målet (20-35 procent).

Medeltal anställda 2025: 44 (46)

Hela Visit Swedens årsrapport hittar du här

För mer pressinformation och presskontakt

Visit Swedens Press & Mediacenter

Pressbilder:

Pressbilder på Visit Sweden vd Susanne Andersson, för fritt bruk

Pressbilder på Visit Swedens CFO Carina Tyberg Sigrell, för fritt bruk

Allmänna pressbilder från Sverige, för fritt bruk i Sverige

Kort om Visit Sweden

Visit Sweden har ett statligt uppdrag att marknadsföra Sverige som resmål och skapa förutsättningar för en växande och konkurrenskraftig turismnäring. Visit Sweden arbetar nära 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 i en handfull länder. Visit Sweden har närmare 50 anställda.

Additional assets available online: Photos (1)

https://press.visitsweden.com/2026-04-01-Arsrapport-2025-Annu-ett-starkt-ar-for-Visit-Swedens-marknadsforing