

Värmeböljan i Europa väcker frågor om coolcation-turism till Sverige

Värmeböljan i Europa väcker frågor om coolcation-turism till Sverige



Foto: Henrik Trygg/Visit Sweden [Download](#)

Extrem värme i stora delar av Europa leder till frågor om hur resandet till Sverige påverkas.

Samtidigt ska det slås fast att det är mycket som påverkar val av destination, även om undersökningar från European Travel Commission uppger en växande andel europeiska resenärer att klimatförändringar påverkar deras val av resmål och tidpunkt.

- 28 procent föredrar destinationer med mildare temperaturer
- 81 procent uppger att klimatet påverkar deras resebeteende

[Internationella coolcation-intresset för Sverige](#)

Samtidigt visar analyser att extremvärme, bränder och andra väderrelaterade händelser kan påverka upplevelsen på turistintensiva destinationer i södra Europa.

[Heatwave disrupts European tourism](#)

– Det finns med andra ord tecken på att utomhustemperaturer vägs in i semesterbesluten, men det är sällan en enskild faktor som avgör val av resmål, säger Susanne Andersson, vd på Visit Sweden.

Sverige i en förändrad resegeografi

Forskning och branschanalyser pekar på att klimatförändringar på sikt kan bidra till att förändra resmönster i Europa, där svalare destinationer i norr får ökad uppmärksamhet. Och den så kallade "coolcation"-trenden där resenärer bland annat söker svalare klimat, lugnare platser och naturupplevelser, lyfts i flera rapporter fram som en växande faktor bakom intresset för Norden.

[Climate challenges and future tourism in Europe](#)

[Scandinavia tourism boom and climate-driven travel](#)

Allt fler semestrar i Sverige utanför sommarsäsongen

Samtidigt finns tecken på att resandet till Sverige förändras över tid.

Enligt Tillväxtverkets inkvarteringsstatistik har turismen utanför den traditionella sommarsäsongen (juni–augusti) vuxit snabbare än under högsommaren.

[Inkvarteringsstatistik – Tillväxtverket](#)

Utvecklingen tolkas ofta som ett uttryck för ett mer utspritt resande över året, där fler väljer andra tidpunkter än de klassiska sommarmånaderna.

– Vi ser tecken på ett mer medvetet och utspritt resande över året, där fler väljer andra tidpunkter och typer av destinationer än tidigare, säger Susanne Andersson, vd på Visit Sweden.

Det är dock svårt att koppla den förändringen till enskilda faktorer som temperatur, eftersom resmönster påverkas av flera samtidiga trender.

Flera faktorer styr resandet

Val av resmål påverkas av en kombination av faktorer, som ekonomi, tillgänglighet, personliga intressen och vilken typ av upplevelse resenären söker.

Trendrapporter visar samtidigt att värderingsdrivna val, exempelvis kopplade till natur, kultur och livskvalitet, får ökad betydelse.

[Trendspaningar 2026 – Visit Sweden](#)

Visit Swedens roll

Visit Sweden, som marknadsför Sverige som resmål, följer utvecklingen men gör inga prognoser om besöksvolymen. Bolagets uppdrag är att väcka intresse för Sverige som destination på främst internationella marknader. Utveckling av destinationer, upplevelser och turisminfrastruktur sker i stället av andra aktörer inom turismnäringen.

– Vårt uppdrag är att väcka intresse och kännedom för Sverige som destination. Hur resandet faktiskt utvecklas beror i grunden på resenärernas egna val och på faktorer som destinationernas attraktionskraft och tillgänglighet, och klimatet, säger Susanne Andersson, vd på Visit Sweden.

Förändrat resande – inte nödvändigtvis mer

Den samlade bilden är att resandet sakta förändras.

- Resenärer väger in klimat, temperatur och trygghet i större utsträckning
- Intresset för svalare och mindre trängda destinationer ökar
- Säsonger och resmönster kan gradvis förskjutas

Hur detta på sikt påverkar turistflödena till Sverige är ännu oklart.

Turism är samtidigt en betydande global näring där alla transporter med fossila drivmedel bidrar till utsläpp av växthusgaser. Det är därför Visit Swedens medvetna val av målgrupp att attrahera är viktig: personer som har möjlighet att resa hela året, har ekonomiska förutsättningar att resa till Sverige, som stannar längre, spenderar mer och som är nyfikna på Sveriges kultur och utbud.

Källor

- [Internationella coolcation-intresset för Sverige – Visit Sweden](#)
- [Trendspaningar 2026 – Visit Sweden](#)
- [Climate challenges and future tourism in Europe – EU Tourism Platform](#)
- [Scandinavia tourism boom – Forbes](#)
- [Heatwave disrupts European tourism – Tourism Review](#)
- [Climate Action – UN Tourism](#)
- [Inkvarteringsstatistik 2025 – Tillväxtverket](#)

För mer pressinformation [Visit Swedens Press & Mediacenter](#)

Pressbilder och film [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.

<https://press.visitsweden.com/press-releases?item=123380>