

Inför sommaren: Överturism inget problem i Sverige – svenskar tycker om turister

Svenskars attityd till turism är mycket positiv och många vill att den egna hemorten ska arbeta mer för att attrahera fler turister. Det visar en attitydundersökning bland svenskar om turism och turister som Visit Sweden låtit göra.

Generellt syns tendenser i den svenska övernattningsstatistiken/gästnattsstatistiken att utländska resenärer övernattar något mer och svenskar något mindre på kommersiella boenden i Sverige.

Samtidigt: Inhemska, svenska turister står för ca 75% av de kommersiella övernattningarna.

Visit Sweden, svenska statens marknadsföringsbolag för Sverige som resmål, har sedan 2021 följt svenskars attityd till turism och turister och inför och under fjolårets sommar-högsäsong gjorde Visit Sweden en undersökning, som visade att svenskar är väldigt positiva till turism och turister.

Den positiva inställningen till turister finns även i Sveriges mest besökta stad, Stockholm. Det visar en medborgarpanel som gjordes i november 2024 av Origo Group. Nio av tio stockholmare var positivt inställda till att det kommer besökare till Stockholm.

"Vår attitydundersökning visar att svenskar generellt sett är väldigt öppna för turism och turister, vilket även återspeglas i hur turister uppfattar svenskar som välkomnande och tillmötesgående", säger Susanne Andersson som är vd för Visit Sweden.

Överturism eller underturism?

Överturism är inget generellt problem i Sverige, även om det vid enstaka tidpunkter och på enstaka platser kan upplevs vara trångt när både lediga lokalbor, kommuninnevånare och andra besökare ska samsas på samma plats, samtidigt.

Överturism är ett upplevt tillstånd till följd av negativa upplevelser som påverkar lokalboende. En utmaning är svårigheten att skilja på om det är turister eller boende på orten, i kommunen eller regionen (dvs inte turister) som orsakar och bidrar till upplevda problem.

"Jag har stor förståelse för den frustration som kan uppstå bland de som upplever trängsel och nedskräpning när många människor vistas på en och samma plats där parkeringskapacitet, sophämtning och tömning av papperskorgar inte riktigt hänger med", säger Susanne Andersson som är vd för Visit Sweden.

Omkring hälften av boendekapaciteten på kommersiella boenden som hotell, vandrarhem och campingar i Sverige står outnyttjad på årsbasis, vilket talar för att Sverige har stora tillväxtpotentialer.

Under fjolårets högsäsong för turism i Sverige: maj-aug, var andelen belagda rum i relation till disponibla rum på kommersiella boenden Sverige: Maj: 58%, Jun: 57%, Jul: 68%, Aug: 64% enligt Tillväxtverkets inkvarteringsdata.

"Stor del av boendekapaciteten i Sverige står outnyttjad på årsbasis, vilket talar för att Sverige har stora tillväxtpotentialer som vi aktivt kan tillvarata tillsammans med näringslivet om turism och besök fördelas över hela året och över hela landet", säger Susanne Andersson.

Tillväxtverkets beläggningsstatistik

<https://tillvaxtdata.tillvaxtverket.se/statistikportal#page=044802dc-9041-44e7-927c-4973322d1212>

Stockholm stads medborgarpanel om besökare

https://vaxer.stockholm/siteassets/stockholm-vaxer/tema/dialog-och-samrad/medborgarpanelen/resultat/besokare-till-stockholm-2024/resultat-medborgarpanelen-besokare_nov-2024.pdf

Om Visit Swedens undersökning

Visit Swedens attitydundersökning genomförs av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov. Under perioden april 2021-augusti 2024, har sammanlagt 10 060 intervjuer via internet genomförts med allmänheten i Sverige, 18 år eller äldre.

Mer pressinformation

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

Foton att använda i press

- [Destinationsfoton att använda fritt i Sverige](#)
- [Medarbetare hos Visit Sweden att använda fritt i press](#)

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://stage.mediaroom.com/visitsweden/2025-05-26-Infor-sommaren-Overturism-inget-problem-i-Sverige-svenskar-tycker-om-turister>