



## Vilka är våra besökare

Det finns lika många idéer och förväntningar om Stockholm som det finns besökare! Självklart behöver vi vara tillmötesgående och ha goda Stockholmskunskaper för att ge bästa service till våra gäster men det finns också en del grundläggande fakta som kan vara bra att känna till om vår destination och våra besökare.

### Varifrån kommer våra besökare?

Som värdar i Stockholm är vi vana att träffa människor från många olika länder. Men, varifrån kommer egentligen de flesta besökarna som reser till Stockholm och hur många är de? Under 2019, som var ett rekordår, och även så klart det sista hela året innan covid-19pandemin, registrerades 15,3 miljoner gästnätter i Stockholms Län. Det innebar att Stockholm var den 13:e mest besökta destinationen i Europa strax efter Hamburg. Under 2020-21 dök antalet gästnätter markant - för sedan öka till 14,4 miljoner under 2022 (se nedan bild).

De flesta som reser till Stockholm kommer från övriga Sverige – Svenskar brukar stå för ungefär 2/3 av de uppmätta gästnätterna. Av de internationella gästerna kom under 2022 flest från USA, Tyskland och Storbritannien. Samma länder var i topp under 2019.



Figur 1: Gästnätter i Stockholms län

### Hur länge stannar gästerna?

”När kom du” och ”hur länge stannar du” är ofta bra frågor till en gäst – om vi t.ex. vill tipsa om en utflykt så behöver vi ju veta vad gästen hinner med! Besökare som bodde på hotell eller vandrarhem i Stockholm City under 2021 stannade i genomsnitt cirka två nätter – och som man kan se i tabellen

nedan så stannar oftast utländska gäster något längre än svenskarna.

Average number of nights spent by visitors in hotels in Stockholm County and City 2017-2021



Figur 2: Antal nätter besökaren stannar 2017-2021, Stockholms Län

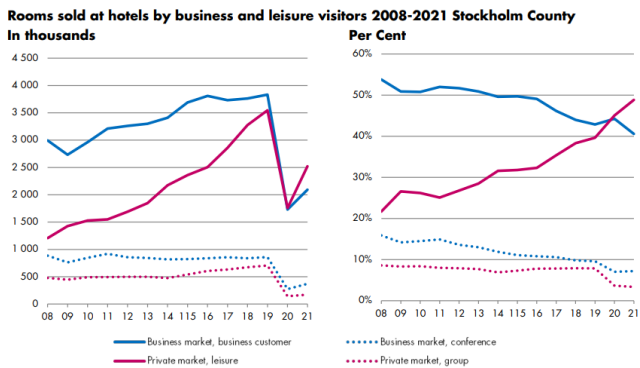
### Hur kommer man till Stockholm?

Till Stockholm kan man komma på många olika sätt. Antalet trafikanter på Stockholms flygplatser växte med nästan 50% under 2010-talet och under 2019 var dessa 30.5 miljoner i antal. Under 2020-21 dök denna siffra såklart markant (8.7 milj 2021).

Även kryssningar och färjor är väldigt viktiga för Stockholm. Under 2010-talet hade Stockholms hamnar runt 10 miljoner trafikanter varje år. Kommande och lämnande trafikanter från Finland är allra vanligast. Över 70% av alla resor har Finland som destination.

### Varför besöker man Stockholm?

Traditionellt kan man dela upp besökare i affärsresenärer och privatresenärer. Fram till 2019 hyrdes de flesta hotellrummen i Stockholm av affärsresenärer. Men skillnaden i antal mellan grupperna har minskat under den senaste 10-årsperioden och under 2021 var privatresenärerna flest. Utvecklingen är alltså att Stockholm får fler gäster som kommer för semester. Har ni på er arbetsplats märkt av denna utveckling? Har grupperna olika behov eller efterfrågar de samma saker?



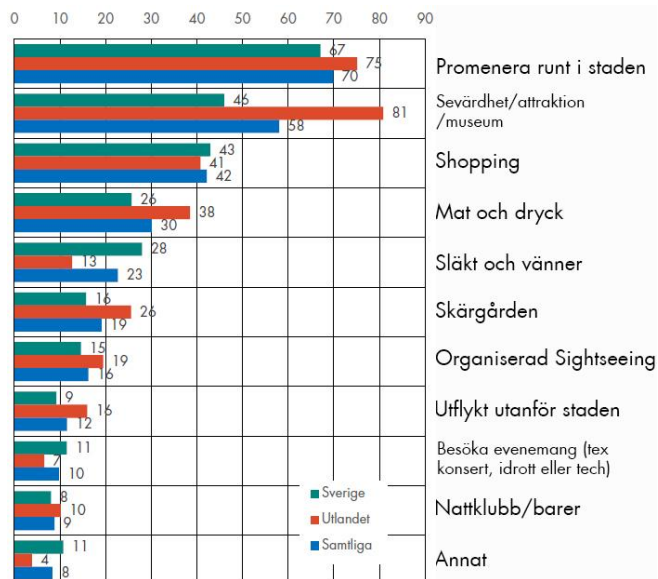
Figur 3: Swedish Agency for Economic and Regional Growth/Statistics Sweden

Under sommaren 2022 gjorde Visit Stockholm en undersökning om besökarnas upplevelse i Stockholm. Gällande "varför man hade valt att resa till Stockholm" hamnade följande anledningar i topp-5:

1. Varit här förut / vill återvända
2. Träffa släkt och vänner
3. Vill se något nytt (1)
4. Kulturen (3)
5. Vill se Sverige/Skandinavien (2)

För de som besökte Stockholm från utlandet gäller siffran inom parentes. Där var det vanligaste svaret alltså att man "vill se något nytt".

I samma undersökning frågade vi vad besökare hade gjort eller planerade att göra under vistelsen i staden. Vanligast var att "promenera runt i staden". Kanske kan vi lite oftare föreslå för våra gäster att ta gångvägen! I nedan graf finns övriga aktiviteter som var bland de vanligaste.



Figur 4: "Aktiviteter under vistelsen". Besökarens upplevelse av Stockholm. Visit Stockholm 2022

## Vad tänker besökarna om Stockholm?

Vad man förknippar Stockholm med varierar så klart var någonstans i världen man ställer frågan. Men när Visit Stockholm 2019 frågade om just detta på elva internationella marknader såg man att Stockholm uppfattas som ett tryggt och säkert resmål, att staden har intressanta kulturella sevärdheter och besöksmål och att vi är en gästvänlig stad.

Som vi läste ovan är de svenska besökarna i Stockholm oftast många fler än de internationella. I undersökningen "resa i Sverige" från 2021 får vi veta att det som svensken tycker är allra viktigast i en stad/plats är att "Människorna i staden har ett trevligt bemötande". Det var alltså det viktigaste av över 15 påståenden som mättes. Vad tycker då svenskarna om Stockholm och bemötandet här?

Jo, ca 50% tyckte att människor har ett trevligt bemötande. Här låg vi lite under genomsnittet som framkom utifrån övriga platser i Sverige som undersöktes (68%). Detta är alltså något där vi tillsammans kan bli ännu bättre. Ta en stund med en kollega och fundera på hur vi kan vara ännu bättre värdar för våra Sverigegäster – och vad som skiljer deras förväntningar från internationella gästers?

## Evenemang är viktiga!

Stockholm är också en evenemangsstad med tydlig strategi kring att vilja attrahera hållbara evenemang som uppskattas av både invånare och besökare. Ett tips till dig som jobbar med gäster är att ha koll på vilka stora evenemang som är på gång i staden – då kan vi alla vara lite mer förberedda när gästerna kommer. Håll gärna koll på vår evenemangskalender samt den mer övergripande listningen av stora event: Stockholm Public event. (länkar sist). När Visit Stockholm under hösten 2020 undersökte vilka evenemang som framförallt förknippas med Stockholm var Stockholm Marathon i klar ledning följt av kultur, fotboll och Pride.

## Stockholms DNA

Alla städer har ett underliggande unikt DNA som sätter sin prägel på hur staden är formad, hur den fungerar och hur den känns. Ett DNA byggs under lång tid och skapas utifrån historia, kultur och traditioner. Det är någonting som vi tillsammans har skapat och står för på just den här platsen. Detta DNA är utgångspunkter för oss när vi jobbar med Stockholm, både som varumärke och i vårt dagliga arbete. Hur ser du på beskrivningarna nedan? Stämmer detta in på Stockholm i stort och stämmer det även in på den verksamhet du jobbar i?

- **Visionary:** Vi är staden som vågar drömma om en bättre framtid. Den kreativa huvudstaden som hela tiden strävar framåt. Innovation har historiskt sett alltid varit en del av vårt DNA - från dagarna långt före Alfred Nobel. Innovativa drömmar möjliggörs av den säkerhet och frihet vi haft och har - inklusive friheten och möjligheten att kunna ta risker och att tänka utanför boxen.

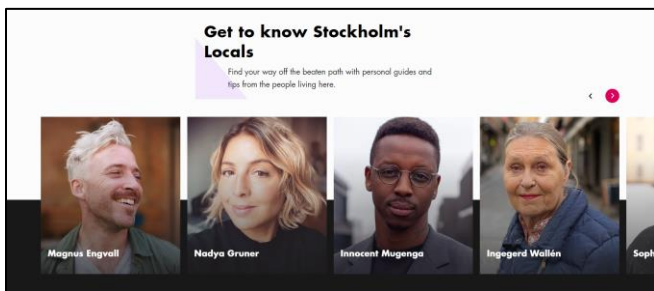
- **Trustworthy:** Vi är staden som är byggd på transparenta institutioner och regelverk samt ett stödjande socialt system. Detta tillsammans med vår långa historia av demokrati och välfärd skapar en trygg atmosfär där vi kan ha tilltro till både samhället och varandra.
- **Free:** Vi är den jämlika staden som inte kompromissar med yttrandefrihet, religionsfrihet eller rätten att älska vem man vill. Detta skapar ett öppet klimat där vi uppmuntrar varandra att tänka fritt, att vara annorlunda och att stå upp mot orättvisor.

### Hur marknadsförs Stockholm av Visit Stockholm?

Ett väsentligt fokus för Visit Stockholm är att få fram vår bild av Stockholm hos fler på den internationella marknaden. I kommunikationen vill vi visa Stockholms värderingar som jämlikhet, öppenhet och hållbarhet. Arbetet implementeras i alla segment mot en målgrupp som lockas av Stockholms livsstil och områden där vi är tankeledande – musik, mat, vetenskap, tech och design.

Sedan 2020 har även ett arbete med marknadsföring nationellt och regionalt startats upp för att möta den "svemestertrend" som förstärkts kraftigt under pandemiåren 2020-2021.

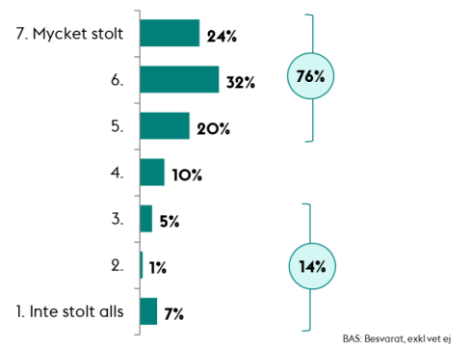
Under senare år har det växt fram en vilja hos många besökare att se det genuina och autentiska på den plats man reser till. I kontrast till massturismen vill man komma under skinnet på staden och leva som en *local*. Därför har undersidan "Meet the Locals" en framskjuten plats på [visitstockholm.com](http://visitstockholm.com). Som värd är så klart även du en *local* och dina tips och råd är därmed högt värderade av våra gäster. Om du inte redan har gjort det, fundera: Vad tycker du om att uppleva i Stockholm? Var gör man det bäst?



Figur 5: [visitstockholm.com](http://visitstockholm.com)

### Vad tycker Stockholmare om sin stad?

En bidragande förutsättning för gott värdskapet är att de som jobbar i en verksamhet är stolta över den. Samma gäller för hela destinationen Stockholm. När Stockholm stad under 2019 i sin s.k varumärkesmätning frågade Stockholmare om vilka egenskaper de tyckte stämmer in på Stockholm instämde flest med att Stockholm är: *Vackert (92%)*, *Trevligt att vistas i (80%)* och *En bra blandning av gammalt och nytt 77%*. På frågan: *Hur stolt är du att vara stockholmare?* fick man nedan svar.



Figur 6: Varumärkesmätning Stockholm stad, 2019

Stockholmarna kan alltså sägas vara relativt stolta över sin stad. Vad i Stockholm är du stolt över?

### Vad tycker Stockholmarna om besökare?

Antalet besökare som kommer till Stockholm ökade markant under 2010- talet. Under rekordåret 2019 gjordes över 15000 fler övernattningar varje dag jämför med 2009 i Stockholms län. Vad tycker då Stockholmarna om besökare i staden mot bakgrund att de ökat så markant under de senaste tio åren? 2022 genomförde Visit Stockholm en medborgarpanel som samlade över 2000 svar från stadens alla stadsdelar. Många Stockholmarna förhåller sig positivt till besökare men dock något passiva. Nio av tio var positiva till besökare. Som syns i nedan bild var de flesta stolta att se turister i sin stad och de flesta tyckte att det är en bra idé att fortsätta attrahera turister till staden.



Figur 7: Medborgarpanel 2022

Vad tyckte då Stockholmarna att det kunde finnas för problem? Framförallt handlar det om trängsel, trafikproblem nerskräpning och klimatpåverkan. Här har vi som möter gästerna en möjlighet att upplysa och informera våra gäster och hjälpa till att minska dessa problem i staden. Hur kan vi göra det i vårt arbete på bästa sätt?

### Vad består besöksnäringen av?

Besöksnäringen är alla de företag och aktörer som har någon del av sin försäljning till turister. Totalt fanns i Sverige 101 000 sysselsatta inom turism 2021 och turism utgjorde ett exportvärde på 57 miljarder kronor. Vad gör då besökarna med de pengar de spenderar i Sverige? År 2021 stod konsumtionen i handeln för 31%, följt av boende och

inkvartering 16%. Inkvartering stod för 16% av turismkonsumtionen. (Tillväxtverket).

### **Hur går det just nu – och vad är på gång?**

Hur ser utvecklingen ut just nu för Stockholms besöksnäring, och vad händer på stan den närmaste veckan? Här är några länkar som kan hjälpa dig i ditt arbete:

- [Stockholm evenemangskalender](#)
- [Stockholm Visitor Insight](#)
- [Stockholm Insight](#)

(Uppdaterat 2023-05)