



Årsrapport 2025

Visit

VÄRMLAND

Vd har ordet



Under 2025 slog Värmland gästnattsrekord med 2,7 miljoner gästnätter – ett tydligt kvitto på regionens attraktionskraft och besöksnäringens styrka.

Innehåll

| | |
|--|----|
| Vd har ordet | 3 |
| 2025 – ett år av förändring | 4 |
| Värmlands besöksnäringstrategi | 6 |
| Attraktion genom hållbar platsutveckling | 8 |
| Samverkan och samarbete | 10 |
| Våra projekt | 12 |
| visitvarmland.com | 14 |
| Aktiviteter och insatser | 16 |
| Sociala medier | 18 |
| Annonsering och kampanjer | 20 |
| Värmland i världen | 22 |
| Gästnätter | 24 |
| Värmlands besöksnäringssdag 30 år | 26 |
| Vi som har haft förtroendet | 28 |

Ett historiskt år fyllt av framgångar

Året 2025 blev historiskt för Visit Värmland. När vi den 1 juli blev ett helägt regionalt bolag tog vi ett stort och viktigt steg framåt – ett steg som vi arbetat hårt och tålmodigt mot under flera års tid. Det blev starten på ett nytt kapitel där vikten av besöksnäringen i samhället markeras tydligare.

Jag känner både stolthet och ödmjukhet inför det förtroende vi fått och de möjligheter som nu öppnar sig för oss och för hela Värmland.

Övergången hade inte varit möjlig utan det nära samarbetet mellan oss, Region Värmland och våra kommuner. Nu har vi en ännu tydligare riktning för vårt gemensamma uppdrag: att stärka Värmland som en attraktiv och hållbar plats att leva, verka och besöka. Det är ett ansvar vi tar oss an med både energi och engagemang och, inte minst, vi gör det tillsammans.

Vårt arbete har fortsatt i samma höga takt som vanligt med nya projekt och insatser för Värmland och besöksnäringen. Under årets startade vi tre nya projekt; M.A.T. – Måltid, Autenticitet och Tradition med fokus på att näringen ska upptäcka och nyttja potentialen i måltidsturismen, ERU – Evenemang som resurs för regional utveckling som ska stärka Värmland som en evenemangsdestination genom att ta fram ett regionalt system för samordning, tydliga stödskriterier och uppföljning av evenemangsfinansiering och dess effekter, samt Förstudien Värmlandsvägen med syfte att ta fram ett systematiskt arbetssätt för hållbar utveckling i besöksnäringen i Värmland. Vi avslutade också flera viktiga projekt inom kultur, mat, hållbarhet och platsutveckling.

Vi har satsat stort på att lyfta fram Värmland som en attraktiv destination

– i just attraktionens och kärlekens tecken. I lekfulla och inspirerande Kärlekskampanjen ville vi få besökarna att upptäcka Värmland på nya sätt. Vår nya matchningssajt lät användarna matcha med besöksmål, likt en dejtingapp, och i Kärleksbrevsjakten skickade vi även ut 300 kärleksbrev till besöksmålen där fem breven innehöll fina vinster.

Dessa satsningar gav uppmärksamhet långt utanför våra egna kanaler – och skapade både stolthet och entusiasm hos många av regionens besöksmål.

Vi har fortsatt nära kontakt med vår fantastiska näring, som alltid kommer att vara hjärtat i vårt arbete. Under 2025 slog Värmland gästnattsrekord med 2,7 miljoner gästnätter – ett kvitto på både regionens attraktionskraft och näringens styrka. Under året presenterade också Tillväxtverket Turismräkenskaperna på regional och kommunal nivå för första gången, ett genombrott som tydligt visar vilken betydande roll besöksnäringen faktiskt spelar som basnäring i Värmland. Samtidigt talar allt fler om global soft power och hur länders – och regioners – attraktionskraft påverkar deras utveckling. De mjuka värdena, inte minst hur mycket människor vill leva, bo och verka på en plats, är en avgörande del av framtidens konkurrenskraft. Värmland står väl rustat – och tillsammans fortsätter vi att stärka den positionen.

Jag vill rikta ett stort tack till alla kollegor, kommuner, företag och partners. Tillsammans fortsätter vi att stärka Värmland, ett upplevelseögonblick i taget. Tillsammans gör vi skillnad, varje dag.

Mia Landin, Vd Visit Värmland

Vill du veta mer?

Vi berättar gärna mer om vårt arbete, våra resultat och hur vi tillsammans kan fortsätta utveckla Värmland som en attraktiv och hållbar plats att leva, verka, bo och besöka.

Välkommen att kontakta oss

054 776 60 00
info@visitvarmland.com
www.visitvarmland.com

2025

– Ett år av förändring

Den 1 juli övergick organisationen från att ha varit en ekonomisk förening sedan 2011 till att bli ett regionalt bolag.

Det markerar början på en ny och spännande fas – med ett ännu tydligare uppdrag, starkare samverkan och bättre förutsättningar att tillsammans stärka Värmland som en attraktiv plats att leva, verka, bo och besöka.

Värmlands besöks- näringsstrategi

Besöksnäringen befinner sig i en av sina mest dynamiska epoker någonsin. Världen omkring oss förändras snabbt – ekonomiskt, socialt och teknologiskt – och strategiarbetet måste därför vara lika mycket kompass som motor. Värmlands besöksnäringsstrategi 2023-2030 är vår gemensamma riktning, men det är vår förmåga att agera snabbt, anpassa oss och våga testa nytt som avgör hur väl vi lyckas.

En strategi för
en tid i ständig
förändring



*Det är vår snabbhet, flexibilitet
och handlingskraft som formar
morgondagens besöksnäring.*

Pandemin, energikrisen, kriget i Europa och lågkonjunkturen har visat hur sårbar – men också anpassningsbar – besöksnäringen är. Strategin betonar vikten av omvärldsbevakning, nyfikenhet och förmåga att justera kursen vid behov. I flexibiliteten ligger vår styrka.

Visit Värmland leder genomförandet genom att samla och synliggöra kraften hos alla aktörer som bidrar till Värmlands utveckling. Tillsammans med kommuner, myndigheter, företag, akademi och föreningar – skapar vi framtidens Värmland.

Digitalisering och AI förändrar spelplanen

Under 2020-talet har digitaliseringen tagit ett språng som påverkar allt från marknadsföring och statistikinsamling till gästresan och affärsmodeller. Artificiell intelligens är inte längre något som kommer – den är redan här och förändrar både förväntningar och arbetssätt.

Vi arbetar därför aktivt för att

- höja den digitala lägstanivån i näringen
- stärka datadriven utveckling, där öppna data, analys och digitala verktyg används strategiskt
- utforska smarta tjänster och AI-lösningar som förbättrar gästupplevelsen, från planering till feedback
- stötta företag och kommuner i digital transformation genom kunskap, vägledning och inspiration

Nationella strategier pekar tydligt på att Sverige ska vara "bäst i världen på att nyttja digitaliseringens möjligheter". I Värmland omsätter vi detta genom praktiskt arbete – testbäddar, innovationer, nya samarbeten och en vilja att ligga i framkant.

Framtidens resenär

– **ändrade beteenden och nya rese mönster**
Resandet förändras i grunden, och flera tydliga trender påverkar Värmland direkt:

- ökade värmeböljor i södra Europa
- större medvetenhet kring klimatpåverkan
- ökad efterfrågan på natur, vatten och svalka
- förskjutning från högsommar till vår/höst

En näring i utveckling

– **för boende, besökare och näringsliv**

Besöksnäringen är inte en isolerad sektor – den bidrar till attraktiv livsmiljö, kompetensförsörjning och platsens utveckling. Det är därför strategin bygger på helhetssyn: utvecklingen ska vara bra för invånare, besökare och företag. Vår plats ska vara attraktiv året runt, med långsiktighet som utgångspunkt.

Attraktion genom hållbar platsutveckling – Bruksort 2.0

*Projektet har väckt
nationellt intresse som
modell för framtidens
platsutveckling*

*Bruksort 2.0 visar hur mindre
industrisamhällen kan ta avstamp
i sitt arv och tillsammans forma
en attraktiv och hållbar framtid.”*



Under året har ett flertal aktörer från näringsliv, offentlig sektor och civilsamhälle deltagit i gemensamma workshops och utvecklingsinsatser inom **Bruksort 2.0**. Arbetet har resulterat i nya samarbeten, idéer och konkreta initiativ som stärker platsens långsiktiga attraktionskraft.

Vår specialisering inom attraktion genom hållbar platsutveckling tar avstamp i Bruksort 2.0 – en ny syn på hur mindre industrisamhällen kan stärka sin attraktionskraft i en tid av omställning. Genom att förena platsens industriella arv med framtidsinriktad innovation, kultur och delaktighet skapar vi hållbara livsmiljöer som är attraktiva att leva, verka och besöka.

Bruksort 2.0 bygger på platsbaserad framsyn där invånare, näringsliv, akademi och offentlig sektor tillsammans utforskar framtida behov och möjligheter. Attraktion skapas inte genom enskilda satsningar, utan genom långsiktiga berättelser, lokalt engagemang och strukturer som gör fler delaktiga i utvecklingen. På så sätt stärks både den sociala hållbarheten och platsens identitet – vilket i sin tur driver innovation, inflyttning och besöksanledningar.

Genom Bruksort 2.0 positioneras hållbar platsutveckling som en strategisk motor för attraktivitet, där kultur, design, industriell omställning och nya upplevelser samverkar. Modellen har väckt bred uppmärksamhet och visar hur lokalsamhällen kan gå från historiskt arv till framtida handlingskraft – och därigenom bli relevanta och attraktiva även i ett globalt sammanhang.

Samverkan och samarbete mellan Visit Värmland och kommunerna

Norra Värmland

Torsby, Hagfors, Sunne, Munkfors
Elin Flyg
Ellinor Andersson
Pernilla Bredberg

Västra Värmland

Eda, Arvika, Årjäng, Säffle
Andreas Norum
Frida Jansson Högberg
Jessica Carlsson

Södra Värmland

Grums, Kil, Forshaga, Karlstad, Hammarö
Jenny Nohrén
Niclas Wikman
Sanna Kwicklund

Östra Värmland

Filipstad, Storfors, Karlskoga, Degerfors, Kristinehamn
Cajsa Jansson
Elin Värmsjö

Att samverka med andra kommuner tillsammans med Visit Värmland gör att vi får verka i ett större sammanhang. Vi har mycket att lära av varandra – och tillsammans gör vi Värmland ännu bättre.
Annika Axelsson
Näringslivsansvarig Hammarö kommun

! Ombildningen 2025 gav oss nya möjligheter – men framför allt gav den oss kraften i att arbeta ännu mer tillsammans.

Webbmöten

10

gånger per år

Marknadsmöten

2

gånger per år

Turistchefsmöten

7

gånger per år

Den samverkan som vi och övriga Värmlands kommuner har med Visit Värmland, är oerhört värdefull. Tillsammans skapar vi och utvecklar en attraktiv och hållbar destination, där varje kommuns kvaliteter och styrkor nyttjas. Ett förenat värdskap bidrar till att vi med gemensamma krafter kan möta framtidens behov inom besöks- och näringslivet.

Birgitta Svensson, turism- och näringslivschef Munkfors kommun

Under 2025 har Visit Värmland fortsatt att ta en samlande roll i utvecklingen av Värmlands besöksnäring. Som strategisk partner har organisationen stöttat företag och kommuner i arbetet med kvalitet, innovation och strategiska utvecklingsfrågor.

Den 1 juli 2025 ombildades Visit Värmland till ett regionalt bolag. Samtidigt tecknades samverkansavtal med samtliga 18 kommuner i Värmland, vilket har skapat en stabilare struktur för styrning, långsiktighet och gemensamma prioriteringar. Omställningen innebär också att organisationens uppdrag nu omfattar hela besöksnäringen, vilket möjliggör ett mer inkluderande och övergripande arbete.

Under året har insatserna främst fokuserat på gemensam marknadsföring, varumärkesutveckling, kontinuerlig omvärldsbevakning och stärkt regional samverkan. Ett centralt forum i detta arbete har varit de regelbundna turistchefsmötena. Under 2025 genomfördes två fysiska möten, en studieresa och ett digitalt möte. För att säkerställa löpande kunskapsdelning har Visit Värmland även skickat informationsbrev varannan vecka till samtliga kommuner.

Arbetet har dessutom stärkts genom den geografiska indelningen i fyra områden, vilket har bidragit till bättre lokal förankring, tydligare dialog och mer riktade insatser utifrån kommunernas och företagens behov. Under året har två möten genomförts per område, och representanter från Visit Värmland har i möjligaste mån deltagit i kommunernas lokala besöksnäringsträffar.

Våra projekt

En del i Visit Värmlands strategiska arbete är att genom olika projekt växla upp de utvecklingsresurser vi har via vår grundfinansiering. Ambitionen med projekten är att det ska förstärka den utveckling vi arbetar för i linje med vår strategi, att de ska vara kumulativa och bygga på tidigare insatser och att de ska leda till bestående effekter i arbetssätt och metoder.

2

förstudier påbörjades 2025, **Värmlandsvägen** – vår **hallbarhetsresa** och **Skogens upp-levelsevärden**

Cross Border Biking

Inom CB arbetar vi med att utveckla företagets konkurrenskraft genom att bygga Värmland som cykeldestination inom leisurecykling tillsammans med Västra Götalandsregionen samt Akershus och Innlandet i Norge. Basen är nationellt kvalitetssäkrade leder och utveckling sker både av ledinfrastruktur, service kopplat till denna, gränshinder och produkt- och marknadsutveckling tillsammans med näringen. Naturturism är en av Värmlands största USP:ar och genom långsiktigt hållbara leder kan vi styra våra besökare till kvalitetsupplevelser där det fungerar också för lokalbefolkningen. Projektet drivs tillsammans med Grensekommitten Värmland-Östfold, Vänersamarbetet, Visit Dalsland och Västkuststiftelsen.

Finansiering Projektet är finansierat av Interreg Sverige-Norge och Region Värmland och omsluter ca 11,7 Mkr på svensk sida. Projektet pågår från september 2024 till augusti 2027.

Evenemang som Resurs för Regional Utveckling

Ett nytt uppdrag för Visit Värmland i och med ombildningen till helägt regionalt AB är att verka för evenemangsutveckling. Arbetet syftar till att ta fram ett system för offentligt evenemangsstöd som bygger på önskade och mätbara effekter av evenemang. Slutmålet är ett system för ansökning och prioritering av vilka evenemang som kan stödjas som ger tydlighet och transparens både för evenemangsarrangörer som önskar stöd och för användning av offentliga medel. Systemet ska vara möjligt att använda både på regional och kommunal nivå.

Finansiering Projektet pågår från augusti 2025 till juli 2028. Projektet är finansierat av ERUF och Region Värmland och omsluter 7,6 Mkr.

Visitors eXperience Lab Värmland

X-Lab drivs i samverkan mellan Visit Värmland, Compare och Karlstads universitet. Tillsammans arbetar parterna för att stärka innovationskraften inom Värmlands besöksnäring genom att kombinera branschkunskap, digital kompetens och forskning. Projektet syftar till att hjälpa små och medelstora företag i besöksnäringen att utveckla mer hållbara, digitala och innovativa erbjudanden. Genom datadrivna arbetssätt, behovsdriven innovation och forskningsbaserade testmiljöer ska projektet bidra till nya lösningar, stärkta samarbeten och ökad innovationsförmåga i regionen.

Finansiering Projektet pågår januari 2024 till december 2026 och är finansierat av ERUF och Region Värmland och omsluter ca 5,6 Mkr hos Visit Värmland.

Måltid, Autenticitet, Tradition

Måltiden och kulinariska upplevelser blir en allt viktigare del av reseupplevelsen, i vissa undersökningar är det den viktigaste ingrediensen i en resa. I projektet ska vi tillsammans med näringen hitta metoder för att utveckla och höja måltidsupplevelsen för att sedan baka in den i den totala reseupplevelsen. Måltid ska vara en självklar del av paketeringen av Värmland oavsett om det är natur, kultur eller måltidsturism i sig som är huvudsaklig reseanledning. I projektet arbetar vi tillsammans med Visit Östnorge.

Finansiering Projektet pågår mellan januari 2025 och december 2027 och är finansierat av Interreg Sverige-Norge och Region Värmland. Projektet omsluter 8,8 Mkr på svensk sida.

visitvarmland.com

Visit Värmlands webbplatser är navet för både besökare och besöksnäring. På visitvarmland.com samlar vi all turistisk information om Värmland och guidar vidare till kommunernas egna sidor och besöks guider. För näringen, finansärer och andra intressenter finns Visit Värmland Corporate – en plattform med kontaktuppgifter, kunskapsbank, verktyg, projektinformation och aktuella aktiviteter.

950 000

unika besökare

Topp 5

761 000 Sverige

92 000 Norge

24 000 Tyskland

18 000 Nederländerna

14 000 USA



Tilas Stoll toppar år efter år listan över populäraste sökorden som leder till besök på vår sajt.

Under 2025 minskade antalet organiska besök från traditionella sökmotorer med nära 17 procent. Det är en del av en bredare utveckling där AI-baserade sökverktyg i allt högre grad ger användarna svar direkt i sökresultatet. Vi arbetar därför aktivt med att utveckla vår digitala närvaro och vårt innehåll för att möta förändrade sökbeteenden och stärka vår synlighet i såväl traditionella som AI-drivna miljöer.

7

av tio användare besöker sajten i mobilen.

Över

4000

besöksmål, paketerbjudanden och tjänster finns med i vår databas Turid.

Sajten hade som mest

43 452

besök under en vecka. Det var den 20-26 juli.

Aktiviteter & insatser

Under 2025 har vi genomfört ett stort antal aktiviteter och insatser som på olika sätt har stärkt besöksnäringen i Värmland. Våra aktiviteter har sträckt sig från riktade insatser för företagen – såsom coachningar och workshops till utbildningar och testbäddar.

Företagsbesök

203

Företagsbesök och nära dialog

Tillsammans med företagen i Värmland har vi varit ute i verksamheterna för att stärka kompetens, hållbarhet, innovation och affärsutveckling. Genom återkommande företagsbesök i hela regionen har vi byggt relationer, fångat upp lokala perspektiv och fått en djupare förståelse för vardagen i den värmländska besöksnäringen.



Som komplement följer vi löpande upp läget genom rundringningar och en årlig pulsmätning i form av en enkät. Det ger oss en samlad och aktuell bild av hur företagen mår, vilka utmaningar som är mest påtagliga och vilket stöd som efterfrågas framåt.

Testbäddar

7
stycken

24
deltagare

Nöjdhet
4,2
av 5,0

Boostar

Boost är korta kunskapshöjande och inspirerande webinarier på cirka 30 minuter.

212
deltagare

8
tillfällen

Cykla en väg – ta bussen tillbaka

Sommaren 2025 testade vi buss-transport för cyklister och cyklar över landsgränsen längs Unionsleden, så att du enkelt kan ta dig tillbaka till startpunkten. Satsningen fortsätter och rullar vidare även 2026.

11

Övriga projekt-aktiviteter

18

coachningar i sociala medier



Kärleksbrevsjakten blev ett lekfullt inslag i Kärlekskampanjen*. Ett hundratal kärleksbrev gömdes hos företag runt om i Värmland – och den som hittade ett brev hade chans att vinna en av fem fina vinster.

*vår matchningssajt som hjälper besökare att hitta sitt bästa besöksmål i Värmland

Sociala medier

Genom målgruppsanpassat innehåll, en långsiktig varumärkesinriktad tonalitet och rötterna i strategi skapar vi närvaro som både bygger attraktionskraft. Innehållet kombinerar inspiration, storytelling och samverkan, vilket ger ökad relevans och stabil organisk tillväxt. Sociala medier fortsätter därmed att spela en central roll i hur vi positionerar Värmland och dirigerar människor till vår webbplats.

Nytt format!

Under 2025 testade Visit Värmland ett **nytt format** i våra sociala kanaler, **Knacka en värmlänning på axeln**. Syftet är att visa upp platser och destinationer genom korta minireportage, där formatet inleds med att en person får frågan om vad hen skulle rekommendera inom ett visst område i Värmland, följt av exempel från platsen. De fem filmer som producerades under året genererade god räckvidd och engagemang i Visit Värmlands kanaler och bidrog till ökad synlighet för både platser och lokala aktörer.



Våra sociala medier är ett strategiskt nav i arbetet med att stärka bilden av Värmland och sprida inspiration över säsongerna.

Mest populära inläggen på Facebook och Instagram

- Kampanj om det kontrastrika landskapet Värmland
- Knacka en värmlänning på axeln Sandgrund Lars Lerin
- Knacka en värmlänning på axeln Värmlands Museum.

LinkedIn
Antal följare ökade med
16,31%
3 109 följare
436 nya

Under året har vi alltmer arbetat med sampublicering på Instagram med exempelvis influencers och de värmländska kommunerna. Sampublicering innebär att ett inlägg eller en reel publiceras på två eller flera konton samtidigt, vilket ökar räckvidden, samlar engagemang på ett ställe och stärker varumärkeskännetecken. Det är ett effektivt sätt att nå nya målgrupper och bygga partnerskap.

Instagram
Antal följare ökade med
23,75%

(Målet var 15%)
16 841 följare

Antal inlägg
1 213 stycken

TikTok
Antal följare
1039
(Målet var 500 följare)

Facebook
Antal följare ökade
11,13%
(Målet var 10%)
14238 följare

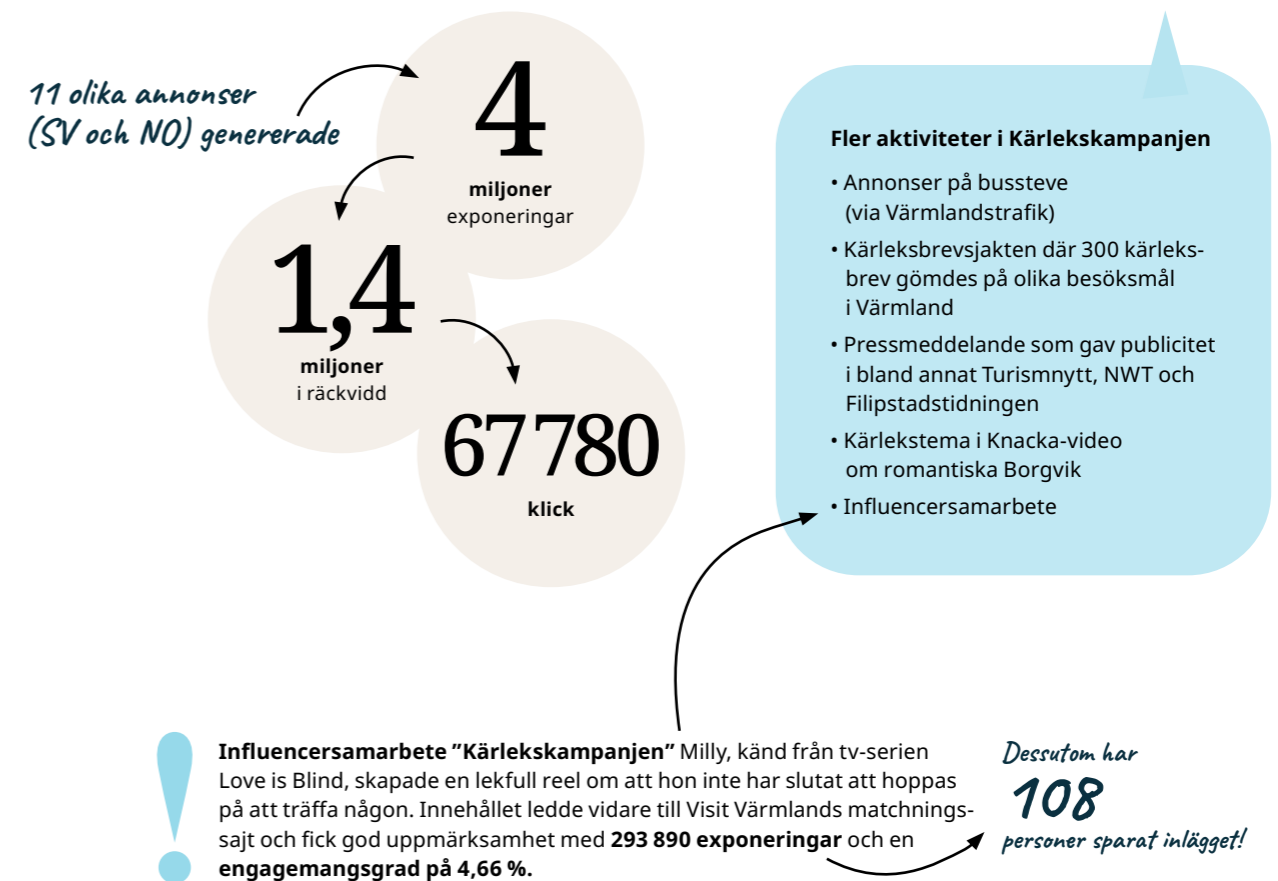
Annonsering och kampanjer

För första gången lanserade vi en helt egen, koncept-driven kampanj – ett nytt grepp i besöksnärringsbranschen. I Kärlekskampanjen fick besökaren matcha med sitt perfekta besöksmål i Värmland genom en skräddarsydd matchningssajt – ett lekfullt sätt att skapa relation och driva trafik till visitvarmland.com. Vi har också fortsatt arbeta strategiskt med annonsering för att stärka bilden av Värmland som besöksdestination.

Kärlekskampanjen – vårt egen kreativa kampanj

Med Kärlekskampanjen ville vi göra något oväntat och samtidigt möta en stark samhällstrend. Inspirerade av det stora intresset för dejtingappar tog vi fram matchningssajten matcha.visitvarmland.com – där besökaren inte matchar med en person, utan med sitt perfekta besöksmål i Värmland.

Kampanjsajten lanserades i maj 2025 och samlade vid start över 100 utvalda besöksmål som speglar bredden och der unika i Värmland – året runt. Satsningen fungerade som nav i kampanjen och drev vidare trafik till visitvarmland.com, samtidigt som den erbjöd ett lekfullt och inspirerande sätt att upptäcka nya reseanledningar i hela regionen.



Värmland i världen

Finna samarbeten inom PR, press, famtrips och influencer marketing har genomförts i bland annat Danmark, Tyskland, Storbritannien, Nederländerna och Sverige. Genom långsiktigt arbete med röster från olika marknader byggs berättelsen om Värmland successivt upp – med målet att inspirera ännu fler att uppleva platsen på riktigt.

I september genomförde Visit Värmland ett event på Svenska ambassaden i Köpenhamn. Inbjudan skickades ut till totalt 30 mottagare – 15 Travel Trade-aktörer och 15 journalister – och samtliga tackade ja. På plats presenterades Värmland som en attraktiv destination med ett brett utbud av upplevelser. Eventet resulterade i **30 nya kontakter** inför framtida samarbeten.

Alla tackade ja!



Lanseringen av den nya flyglinjen Köpenhamn–Karlstad, skapade både rubriker och öppnar upp helt nya möjligheter för fler att upptäcka Värmland.



Nytt liv! Ett pressmeddelande vi skickade redan 2023 om Värmland som coolcation-destination har fått nytt liv i Tyskland och resulterat i hela 48 artiklar med en räckvidd på över 28 miljoner läsare.

14

journalist-
besök

8

influencer-
samarbeten

39

deltagare
i famtrips

Ett influencer-samarbete tillsammans med Forshaga, Grums, Hammarö, Karlstad, och Kil

Ett videobaserat pressmeddelande användes som ett tid- och kostnadseffektivt format. Hittills har videon genererat **512 856** visningar, där en visning räknas när minst halva filmen har setts. Videon ligger kvar och kan fortsätta ge räckvidd över tid.

Nytt grepp för att testa vintersäsong i Tyskland!

Under året har vi genomfört flera pressbesök, där merparten av publiceringarna väntas under 2026. Redan under 2025 publicerades dock reportage av journalisten Sven Trautwein från Ippen Media i regionala tidningar som Frankfurter Rundschau och Münchner Merkur. **Hittills har 25 artiklar publicerats till följd av pressbesöket.** Resan fokuserade på Selma Lagerlöfs Värmland, och det väntas ytterligare publiceringar under 2026.

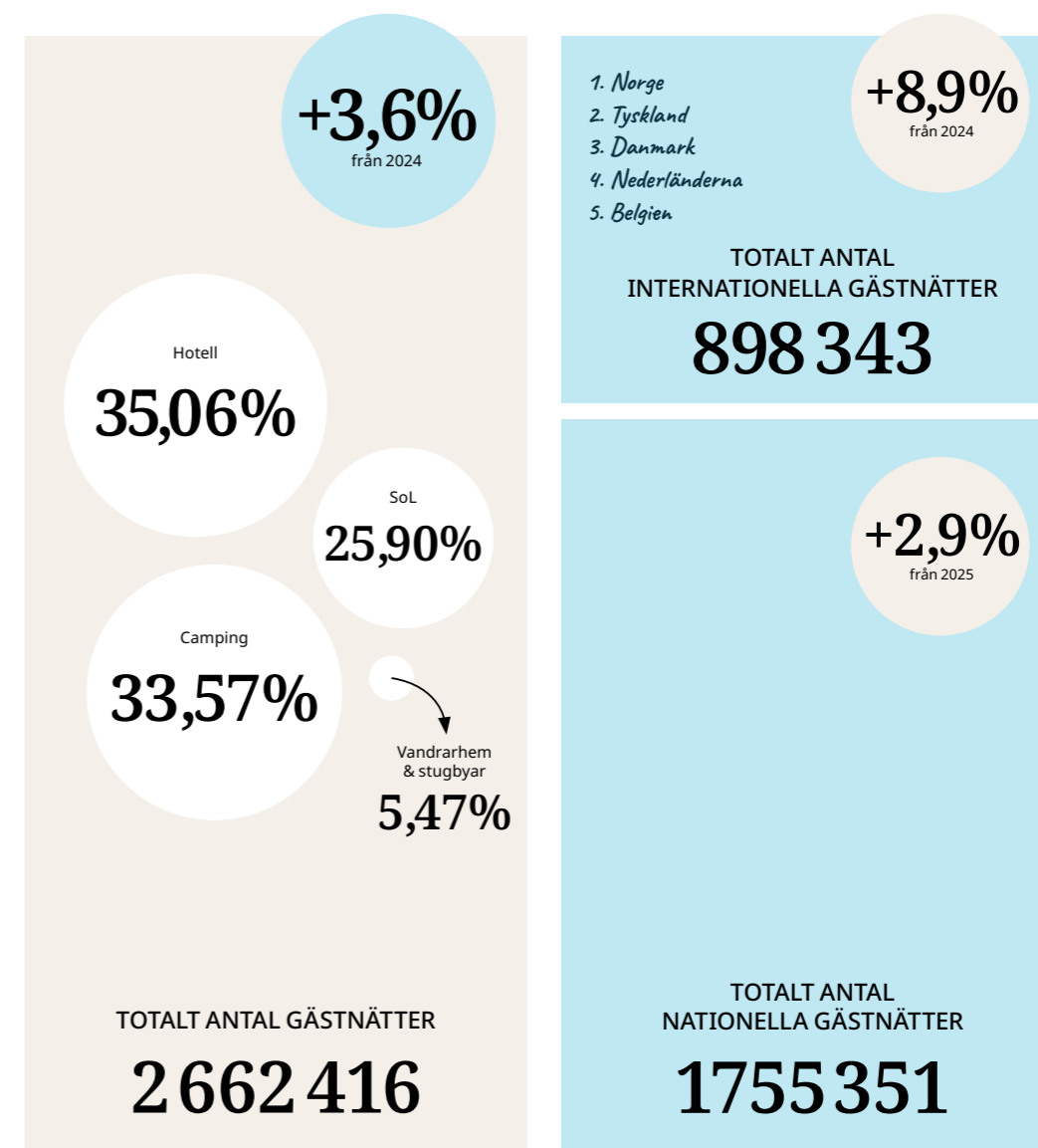
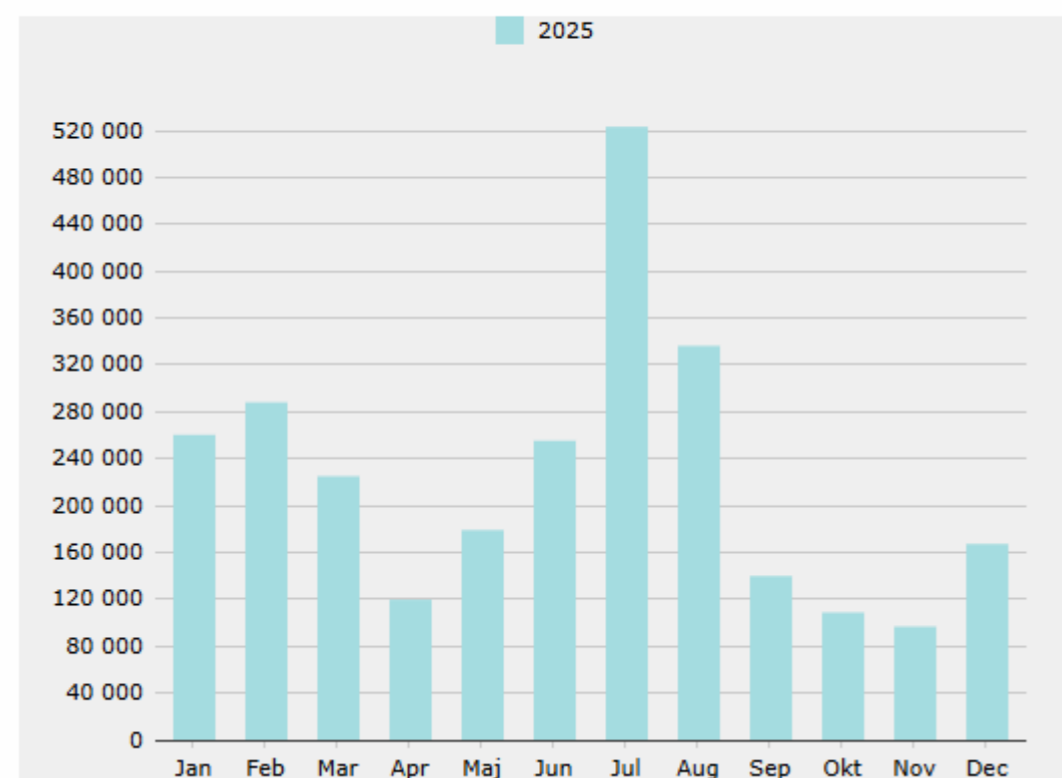
Artiklarna har hittills genererat en räckvidd på

44

miljoner

Gästnätter i Värmland 1 jan - 31 dec 2025

Gästnätter per månad



→ Rekordår och stärkt utveckling

Värmland välkomnar besökare från både Sverige och internationella marknader. Efter rekordåret 2018 och det kraftiga tappet under pandemiåren 2020–2021 har utvecklingen successivt vänt uppåt igen.

Under 2025 passerade antalet gästnätter nivån från rekordåret 2018 och nådde en ny topp. Det visar att besöksnäringen inte bara har återhämtat sig, utan också stärkts. Tillväxten drivs av både svenska och internationella gäster och utvecklingen är starkare än riksgenomsnittet.

Sammantaget bekräftar det Värmlands attraktionskraft och besöksnäringens betydelse för regional utveckling, sysselsättning och framtida tillväxt.

Värmlands besöksnäringssdag

Värmlands
Besöksnäringssdag

30 år!

Det blev två fantastiska dagar i besöksnäringens tecken, fyllda av inspirerande föreläsningar, givande samtal och prisutdelningar. Dagarna arrangerades på Best Western Gustaf Fröding Hotell & Konferens i Karlstad den 6-7 november.

Rekord!

Två fantastiska dagar – och dessutom nytt deltagarrekor. Stort tack till alla som bidrog och gjorde årets dagar möjliga. Tillsammans visar vi styrkan, engagemanget och samarbetsviljan som präglar den värmländska besöksnäringen.

Antal deltagare

220

Antal talare

19

Temat för konferensen var **Attraktionskraft för hela Värmland** – Hur kan vi genom besöksnäring bidra till att utveckla vår region till en än mer attraktiv plats att leva, verka, bo och besöka? På scen stod många inspirerande föreläsare. Bland annat pratade tv-kocken Lisa Lemke om hur mat och samarbete bygger attraktiva destinationer. Den värmländska konstnären, författaren och krönikören Maria "Vildhjärta" Westerberg berättade om sin konst och hur hon lyckats skapa en attraktiv besöksanledning med hjälp av sin största passion. Anders Kjällström berättade om sina 25 år som vd på Branäs och om deras resa till att bli en av Värmlands mest attraktiva platser. Dagarna modererades av Visit Värmland-kollegorna Pernilla Bredberg och Frida Jansson Högberg på ett proffsigt och lekfullt sätt.

Under dagarna delades tre utmärkelser ut

- Värmlands Turismpris
- Årets Uppstickare
- Årets Uppsats

Årets pristagare

Årets Uppsats – Majken Norling för en uppsats om hur gårdsförsäljning kan utvecklas till mer än en försäljningsform – till en attraktiv upplevelse som stärker relationen mellan producent, plats och besökare.

Årets Uppstickare – Syrén Gastronomi för deras nytänkande och engagemang. Genom utvecklingen av Big Hill Lodge och Hotell Hertig Karl har de skapat levande mötesplatser för mat, musik och upplevelser – och visar hur lokalt drivna satsningar kan stärka både näringen och platsens attraktionskraft.

Två turismpriser delades ut!

Eftersom Visit Värmland genomförde en bolagsövergång under året delades två turismpriser ut under 2025. Priset för 2025 var det sista som delades ut av den ekonomiska föreningen Visit Värmland, medan priset för 2026 var det första som delades ut av aktiebolaget Visit Värmland. Eftersom det var 30-årsjubileum, var det förstås roligt att fira lite extra!

Värmlands Turismpris 2025 – Branäs!

Destinationen har vuxit till en av Värmlands mest attraktiva och lockar besökare från hela Norden med minnesvärda upplevelser. Med gästen i fokus, modiga satsningar och en viktig roll som arbetsgivare fortsätter utvecklingen – nu även med en växande sommarsäsong som stärker helheten och bidrar till en mer hållbar destination året om.

Värmlands Turismpris 2026 – Borgviks

Gård! Genom genuin gästfrihet, hållbarhetsengagemang och stark lokal förankring lockar de både svenska och internationella besökare. Med aktivt nätverkande och kunskapsspridning inspirerar de andra aktörer inom besöksnäringen och visar hur småskaligt entreprenörskap kan ge stor effekt.

Vi som har haft förtroendet under året

1 januari - 30 juni

Ordförande

Hanna Åkerstedt, Best Western Hotel River C, 2024-2025

Vice ordförande

Lars Sätterberg, Hagfors kommun, 2024-2026

Ordinarie ledamöter

Linda Ryan Bengtsson, Karlstads universitet, 2023-2025

Helena Henriksson, Torsby Camping, 2024-2026

Irene Henriksson, Mårbackastiftelsen, 2023-2025

Johan Kemi, Tickster, 2024-2026

Mattias Nord, Karlstad CCC, 2024-2026

Adjungerande

Fredric Norlin, Region Värmland

Henrik Degert Grahn, Karlstad kommun

Valberedning

Nina Högdefors, Karlstad Alpackagård, 2024/2025

Johan Engberg, IF Göta, 2024/2025

Staffan Svantesson, Happie Nation, 2024/2025

Föreningens revisor

Elin Kock, förtroendevald revisor, PWC

1 juli - 31 december

Ordförande

Erik Evestam, Centerpartiet

Vice ordförande

Stina Höök, Moderaterna

Ledamöter

Tobias Eriksson, Socialdemokraterna

Lena Karlsson, Vänsterpartiet

Stefan Moberg, Kristdemokraterna

Suppleanter

Karin Ardefelt, Socialdemokraterna

Robin Olsson, Moderaterna

Per Aspengren, Socialdemokraterna

Peter Johansson, Liberalerna

Ida Gullbrandsson, Socialdemokraterna

Lekmannarevisor

Erik A Eriksson, Centerpartiet

ersättare Christer Svahn, Liberalerna

Auktoriserad revisor

Peter Söderman, PWC

