



Helsingborg

Ett bättre läge

Besöksnäringen Helsingborg

- Sommarrapport 2025 juni, juli & augusti

Innehåll

Sommaren i Helsingborg är något extra	5
Stark digital närvaro gav resultat	6
Pressbesök, influencers, visningsresor	7
Helsingborg lockar och gästerna stannar längre.....	9
Publikrekord och folkfest	14
Bokningsplattform levererar tillväxt.....	16
Sommarens kryssningsanlöp.....	17
Företagens bild av sommaren - bekräftas av besökssiffrorna	18
Besökssiffror utvalda besöksmål	20
Turismen i förändring - nya krav nya möjligheter	21
Sammanfattning	22





Foto: Martin Sörbo

Sommaren i Helsingborg är något extra

Sommaren 2025 blev ännu ett tydligt bevis på Helsingborgs attraktionskraft och betydelsen av stadens unika läge vid Öresund. Staden fylldes av liv och rörelse när invånare och besökare tog del av ett brett utbud – från stora evenemang och konserter till vardagslivet på uteserveringar, stränder och i våra parker.

Evenemangen spelade en avgörande roll för att sätta Helsingborg på kartan. Sundspärlans friluftsteater lockade över 40 000 besökare, Sofiero hade flera dragplåster som drog både nationella och internationella gäster och Eskilscupen samlade över 60 000 personer under sina fyra dagar. Live på Sundet, Pride, Söderdagen, Kul i Juli, Familjedag i Oceanhamnen och många andra arrangemang skapade mötesplatser och stärkte stoltheten hos invånarna.

Samtidigt präglades sommaren av ett levande stadsliv. Soliga dagar fyllde stränder, campingar och friluftsbad, och många av stadens utflyktsmål som exempelvis Fredriksdal, Sofiero, Tomatens Hus och Wallåkra Stenkärlsfabrik lockade både nya och återvändande gäster. Hotell, restauranger och handel fick ett tydligt uppsving av svenska och internationella besökare. Närheten till Danmark märktes särskilt – turandet ökade under sommaren och färjorna över sundet fortsatte att vara en pulsåder som knyter samman människor, kulturer och upplevelser.

Sammantaget visar sommaren 2025 hur Helsingborg kombinerar ett starkt evenemangsutbud med vardagliga kvaliteter – närheten till havet, det gröna i stadens parker, turandet över sundet och ett levande stadsliv – vilket gör staden attraktiv att bo i, verka i och besöka.

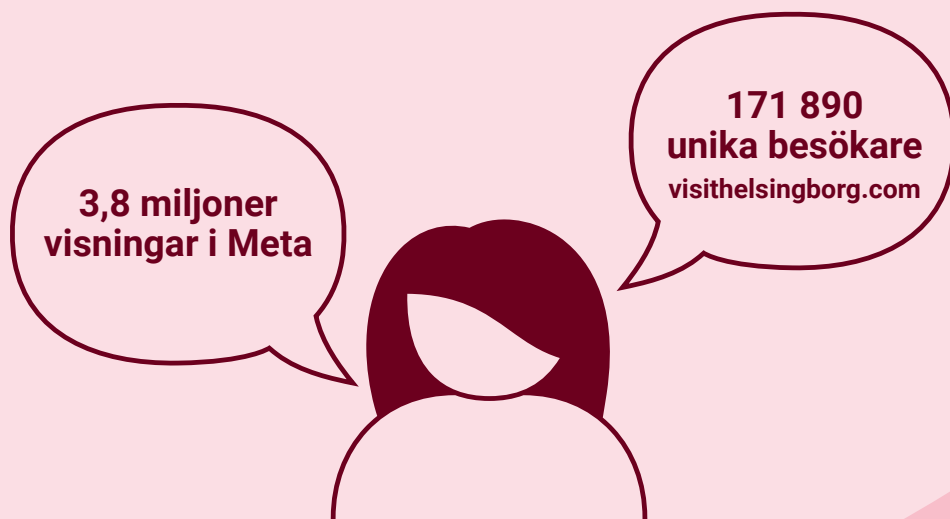
Stark digital närvaro gav resultat

En jämn ström av kampanjer och inspirerande innehåll bidrog till rekordintresse för Helsingborg.

Marknadsföringen av Helsingborg har under sommaren 2025 varit omfattande och träffsäker. En jämn ström av kampanjer i Metas kanaler (Facebook och Instagram) riktade mot södra Sverige, Danmark och norra Tyskland har totalt genererat 3,8 miljoner visningar och nått 1 miljon unika användare, med en klickfrekvens på länk med 1,83 procent.

Den digitala närvaron har också bidragit till nya rekord för webbplatsen visithelsingborg.com, som under sommaren lockade 171 890 unika besökare – en ökning med 18% jämfört med 2024. I sociala medier ökade räckvidden med 24% på Facebook och 34% på Instagram. Tydliga resultat av ett kontinuerligt flöde av inspirerande och aktuellt innehåll på olika digitala plattformar.

Sammanfattningsvis visar resultaten att det finns ett stort och växande intresse för Helsingborg. En av de viktigaste framgångsfaktorerna är att Visit Helsingborg ständigt är närvarande och relevant, med uppdaterat och inspirerande material som lockar både nya och återvändande besökare.



Press och visningsresor för ökad tillväxt året runt

Sommaren 2025 innebar flera viktiga internationella nedslag, som bidrog till att stärka Helsingborgs synlighet på nyckelmarknader. Fokus ligger långsiktigt på att förlänga säsongen och bygga tillväxt året runt, särskilt under perioden september–maj.

Följande press och visningsresor genomfördes i början och slutet av sommaren.

Gour-Med / Simply Golf – tysk frilansjournalist skriver om Helsingborgs utbud inom golf och gastronomi, med förväntad publicering i flera större tyska medier.

The Messy Chef – belgisk TV-kock och influencer med 110 000 följare på Instagram, delade en kulinarisk resa i Helsingborg och Skåne.

Berlingske FRI – den danska dagstidningen producerade ett uppskattat reportage om Helsingborgs pärlor.

@Duichunddiewelt – tyskt influencerpar med 75 000 följare på Instagram upptäckte Helsingborg genom temat food culture.

SALON – tysk frilansjournalist och fotograf producerar ett omfattande 20-sidigt reportage om regionen, där Helsingborg är en självklar del av en roadtrip genom Öresundsregionen.

The Nordic MICE Summit 2026 – visningsresa som resulterade i en planerad post tour till Helsingborg för europeiska mötesbokare i samband med konferensen i Köpenhamn 2026.

Genom dessa insatser har Helsingborg fått stark internationell exponering – något som stärker stadens varumärke och bidrar till att bygga intresse inför kommande säsonger.



Foto: Studio-e.se



171 890

Besök på visithelsingborg.



169 984

Räckvidd på Instagram



21%

Andel utländska gästnätter



383 281

Antal gästnätter



Top 3 utländska marknader

Danmark, Tyskland och USA

Helsingborg lockar – och gästerna stannar längre

En stark inhemsk marknad och växande internationellt intresse gav sommaren en tydlig uppgång i gästnätter.

Sommaren 2025 blev en stark återhämtning för Helsingborgs besöksnäring. Under juni, juli och augusti noterades totalt 383 281 gästnätter, en ökning med 5,3 procent jämfört med samma period 2024.

Den största drivkraften stod de svenska gästerna för. Med 301 463 gästnätter motsvarar det en ökning på 10,1 procent jämfört med 2023* – nästan 27 600 fler gästnätter. Även de internationella gästnätterna ökade, om än i mer modest takt, med 4,9 procent och 3744 fler gästnätter jämfört med 2023*.

Bland de internationella marknaderna märks en tydlig bredd i tillväxten. Tyskland sticker ut med en kraftig ökning på +45 procent, medan USA (+41%) och Nederländerna (+21 %) visar fortsatt stark utveckling. Våra närmarknader är också stabila – Danmark ökade med nära 17,5 procent och Norge med 28 procent. Samtliga siffror jämförs med 2023*.

Sammantaget stärker detta Helsingborgs position både som en attraktiv närdestination och som ett växande alternativ för internationella besökare.

*OBS: Utvecklingen per marknad jämförs med 2023 då 2024 präglas av felaktigheter orsakat av byte av rapporteringssystem hos Tillväxtverket och SCB. Övriga jämförelser sker mot 2024.

Boendemässigt dominerar hotellen tydligt. 77 procent av alla gästnätter under sommaren skedde på hotell, vilket understryker deras centrala roll i att möta den starka efterfrågan – särskilt under juli, som är den mest intensiva månaden.

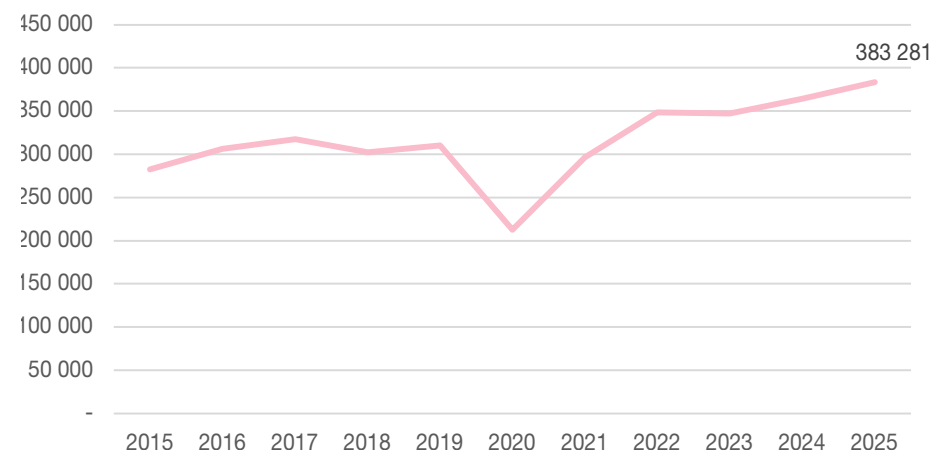
Det genomsnittliga logipriset för hotell och vandrarhem uppgick till 1 041 kronor, vilket ligger avsevärt över rikssnittet på 814 kronor. Totalt genererade all kommersiell övernattningsverksamhet* 222 miljoner kronor i logiintäkter under perioden juni–augusti, en ökning med 7,3 procent jämfört med föregående år. Även belägningsgraden ökade till 79,7 procent, vilket placerar Helsingborg över genomsnittet för både Skåne och riket.

Sammantaget visar resultaten att Helsingborg fortsätter att stärka sin position som attraktiv besöksdestination. Kombinationen av en stark inhemsk marknad, växande internationellt intresse och hög hotellkapacitet gör att staden står väl rustad inför kommande säsonger.

Vad är en gästnatt? En gästnatt definieras som en natt som en gäst övernattar på en kommersiell anläggning, såsom hotell, vandrarhem, camping och stugby.

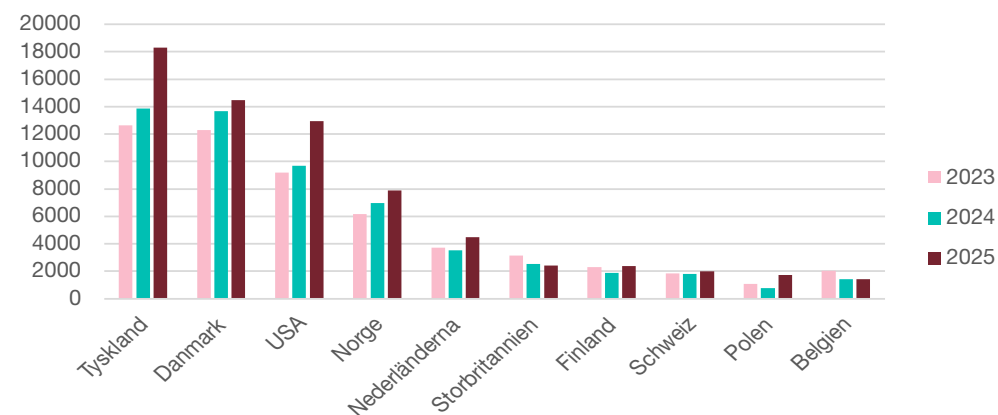
**Logiintäkter från anläggningar som bedriver kommersiell övernattningsverksamhet i Sverige: hotell, stugbyar, vandrarhem, campingar.*

Antal kommersiella gästnätter juni-augusti 2025



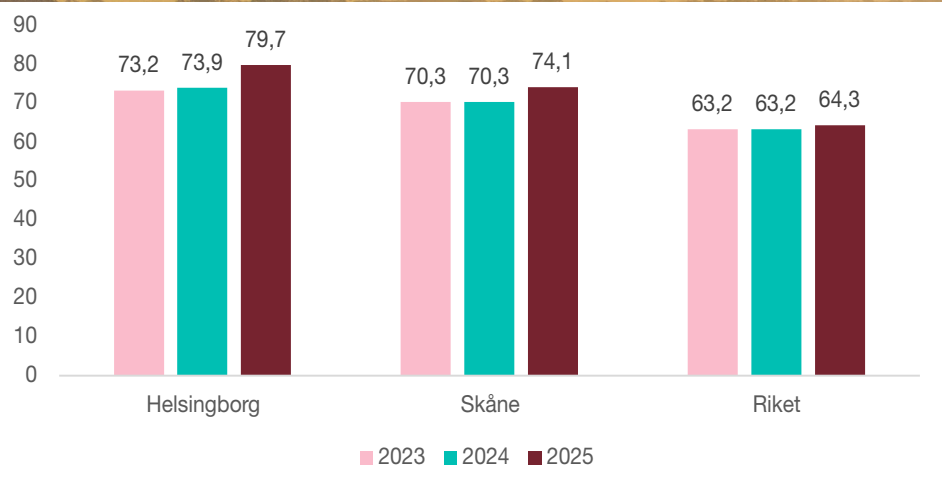
Källa: Tillväxtverket/SCB

Internationella gästnätter juni - augusti 2025



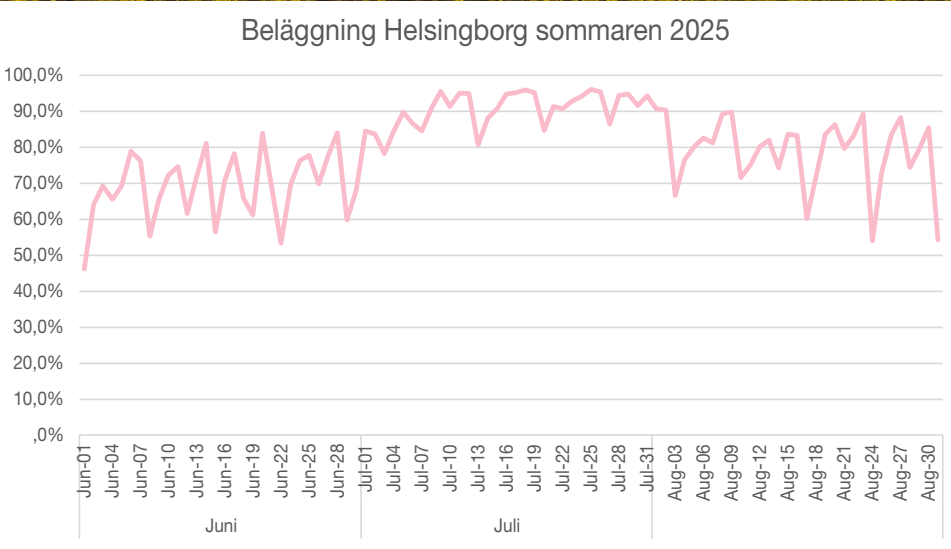
Källa: Tillväxtverket/SCB

Beläggningsgrad % juni - augusti 2025



Källa: Tillväxtverket/SCB

Beläggningsgrad % per dag juni -augusti 2025



Källa: Tillväxtverket/SCB

Tabell statistik 2024

Kommun	Svenska gästnätter HSVC	Internationella gästnätter HSVC	Gästnätter HSVC månad	Förändring, motsvarande månad föregående år%	Absolut förändring föregående års månad	Beläggning	Logiintäkt per disponiblet rum (kr)
Helsingborg	301 463	80 062	383 281	5,3%	19 236	79,7%	1 041
SKÅNE	2 209 106	1 047 793	3 290 493	4,0%	125 248	74,1%	908
SVERIGE	21 124 766	9 363 324	30 813 879	3,4%	1 024 895	64,3%	814
FAMILJEN HELSINGBORG	753 862	218 801	976 522	7,2%	65 680	74,7%	1 189
De tre storstäderna							
Stockholm	1 626 183	1 565 385	3 282 981	4,4%	139 076	80,6%	1 296
Göteborg	1 066 876	688 569	1 788 354	4,1%	70 056	78,2%	1 102
Malmö	444 344	344 378	801 860	4,7%	36 310	82,3%	938
Städer med motsvarande befolkning							
Halmstad	375 489	68 408	444 113	1,5%	6 605	72,7%	1 010
Jönköping	271 239	112 537	384 960	0,5%	2 074	65,9%	705
Linköping	196 844	51 713	251 288	1,4%	3 556	66,3%	629
Norrköping	282 305	41 051	323 698	5,5%	16 915	68,9%	862
Umeå	189 871	80 784	270 869	8,4%	20 940	62,7%	953
Uppsala	287 806	60 604	249 155	0,6%	1 492	63,9%	981
Örebro	203 547	79 216	284 421	-6,7%	-20 377	62,9%	1 229

Källa: Tillväxtverket/SCB

Publikrekord och folkfest – evenemangen levererade i sommar

Starka kultur- och idrottsevenemang lockade tiotusentals besökare och befäste stadens position som evenemangsdestination.

Sommaren 2025 blev en stark påminnelse om vilken avgörande roll evenemangen spelar för Helsingborgs utveckling. Med en mångfald av kultur, nöje och idrott lockades tiotusentals besökare – en kraftfull motor för stolthet, gemenskap och tillväxt.

De stora publikdragarna – från Sundspärlans friluftsteater till konserterna på Sofiero – satte Helsingborg på kartan både nationellt och internationellt. Ångfärjeparken växte fram som en attraktiv konsertarena, med Bayside, Fest på Kajen och Familjekalaset som några av sommarens höjdpunkter. Samtidigt bidrog lokala initiativ som Söderdagen, Kul i Juli och familjedagar i Oceanhamnen till att skapa viktiga mötesplatser som stärkte invånarnas engagemang i sin stad.

Idrottsevenemangen levererade i bred skala. Eskilscupen stod återigen i särklass – med över 60 000 besökare och nära 20 000 spelare – medan OV Beachhandboll och andra idrottsevenemang ytterligare befäste Helsingborgs position som en självklar arena för både bredd- och elitidrott.

Sammanfattningsvis visar sommaren 2025 att Helsingborg har en evenemangsportfölj som skapar samhällsnytta på flera plan: den stärker näringslivet genom ökad besöksnäring, lyfter stadens varumärke i omvärlden och bygger gemenskap och stolthet hos invånarna. Det är en framgångsmodell som gör Helsingborg till en ännu mer attraktiv stad att leva, verka och besöka.



Bokningsplattform visar stark utveckling

Fler bokningar och ökad omsättning bekräftar plattformens betydelse för destinationen.

Sommaren 2025 blev en mycket framgångsrik säsong för bokningsplattformen Goto HUB. Jämfört med föregående år ökade både bokningar och omsättning markant. Även om ökningen sker från en lägre nivå, visar trenden tydligt att allt fler upptäcker möjligheten att boka sina upplevelser via plattformen. Totalt genererade sommarens bokningar ett betydande tillskott till den lokala näringen.

Juli var den mest intensiva månaden för bokningar, och statistiken visar att många gäster planerade sitt besök i förväg – ett tecken på att den digitala bokningsplattformen blir en allt viktigare del av besökarens resa.

Resultaten bekräftar att Goto HUB fungerar som en strategisk plattform för att koppla samman besökare med destinationens utbud. Plattformen bidrar därmed till ökad intäkt för näringen och till en mer sammanhållen upplevelse av Helsingborg som destination.

Sommarens kryssningsanlöp

Fyra fartyg och över 2 100 passagerare välkomnades till Helsingborg.

Under sommaren välkomnade Helsingborg fyra kryssningsanlöp med totalt drygt 2 100 passagerare. Två av anlöpen var så kallade Maiden calls – det vill säga fartyg som besökte staden för allra första gången. Det gällde Azamara Journey (702 passagerare, 12 juni) och Ponant (184 passagerare, 27 juli). Oceania Sirena anlöpte två gånger (13 juni och 19 juli) med 648 passagerare vid vardera tillfälle.

Visit Helsingborg ansvarar för mottagandet både vid Sydhamnen och Citykajen, inklusive bemanning av värdskap ombord på fartygen. En stor andel av passagerarna förboka organiserade utflykter i Helsingborg med omnejd och resterande upptäcker staden på egen hand.



Företagens bild av sommaren – bekräftad av besökssiffror

Besöksnäringens företag ger en tydlig positiv bild av sommaren 2025 med utgångspunkt i den enkät* som distribuerades i början av september. Nästan alla uppger att säsongen varit bra eller mycket bra, och två av tre menar att den varit bättre än föregående år. Över hälften såg en ökad omsättning, medan en tredjedel låg kvar på samma nivå. Många upplevde också en större tillströmning av internationella gäster, särskilt från USA och Europa.

Bland det som lyfts fram som mest positivt är gynnsamt väder under de viktiga veckorna, ett starkt evenemangsutbud i city och att mixen av besökare blivit tydligare. Samtidigt brottas många med välkända utmaningar som ökade kostnader, minskad köpkraft hos besökare och brist på kompetent personal.

Sammanfattningsvis beskriver företagen en sommar med goda resultat och stark efterfrågan, men där kostnadsnivåer och kompetensförsörjning fortsatt är centrala frågor för branschens långsiktiga utveckling.

Den positiva bilden bekräftas av besökssiffrorna i city, där flödet av besökare var starkt hela sommaren:

- Juni: 825 000 passager* (+13 % mot 2024)
- Juli: 1 200 000 passager* (+12 % mot 2024)
- Augusti: 1 000 000 passager* (+12 % mot 2024)

Tillsammans visar svaren och besökssiffrorna i city på en sommar med stark efterfrågan och tydliga positiva effekter för besöksnäringen i Helsingborg.

**Enkäten skickades ut till 146 unika aktörer inom besöksnäringen och gav en svarsfrekvens på drygt 20 procent. Resultaten ska därför ses som en fingervisning om hur sommaren upplevts bland företagen, snarare än en heltäckande bild för hela näringen.*

**Passager avser antalet personer som registrerats via de 5 digitala räknare som är placerade på strategiska platser i city.*



Foto: Johan Lilla



Foto: Johan Lilja

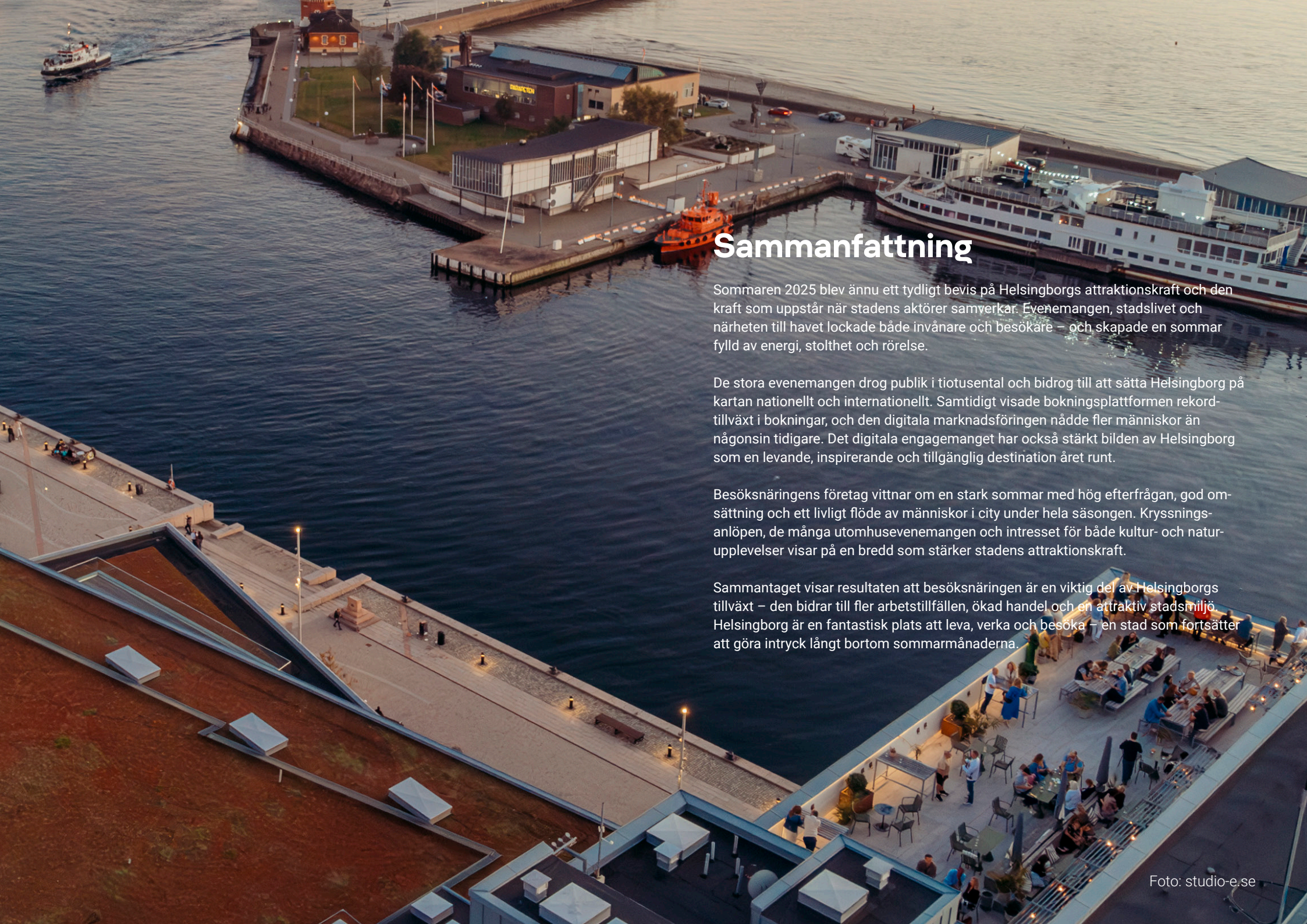
Turismen i förändring – nya krav och nya möjligheter

Hållbarhet, närhet och kvalitet blir allt viktigare i konkurrensen om besökarna.

Internationellt och nationellt pågår en intensiv debatt om turismens påverkan och framtid. Frågan om turistskatt lyfts allt oftare som ett sätt för kommuner att hantera kostnaderna för stora besöksflöden, samtidigt som branschen varnar för att en sådan avgift kan dämpa resandet och slå mot näringen. I Sverige har regeringen dessutom beslutat att avskaffa flygskatten från och med sommaren 2025. Det kan stärka tillgängligheten till landet, men har samtidigt väckt kritik utifrån klimat- och hållbarhetsperspektiv.

Resenärer efterfrågar i allt större utsträckning hållbara och autentiska upplevelser. Intresset för lokala möten, natur, kultur och mat växer, samtidigt som frågor om överturism och klimatavtryck blir allt mer aktuella. Kostnadsläge, geopolitik och miljöfrågor påverkar också människors resvanor, och gör att destinationer som kan erbjuda närhet, enkelhet och kvalitet står särskilt starka.

För Helsingborg innebär utvecklingen både utmaningar och möjligheter. Diskussionen om turistskatt understryker behovet av att tydliggöra turismens värde för staden, medan avskaffandet av flygskatten kan bidra till ökad internationell tillgänglighet. Samtidigt ligger Helsingborg rätt i tiden med sitt unika läge vid sundet, sitt rika kultur- och naturutbud och sina autentiska upplevelser – faktorer som väl möter resenärernas växande efterfrågan på hållbarhet, närhet och kvalitet.



Sammanfattning

Sommaren 2025 blev ännu ett tydligt bevis på Helsingborgs attraktionskraft och den kraft som uppstår när stadens aktörer samverkar. Evenemangen, stadslivet och närheten till havet lockade både invånare och besökare – och skapade en sommar fylld av energi, stolthet och rörelse.

De stora evenemangen drog publik i tiotusental och bidrog till att sätta Helsingborg på kartan nationellt och internationellt. Samtidigt visade bokningsplattformen rekordtillväxt i bokningar, och den digitala marknadsföringen nådde fler människor än någonsin tidigare. Det digitala engagemanget har också stärkt bilden av Helsingborg som en levande, inspirerande och tillgänglig destination året runt.

Besöksnäringens företag vittnar om en stark sommar med hög efterfrågan, god omsättning och ett livligt flöde av människor i city under hela säsongen. Kryssningsanlöpen, de många utomhusevenemangen och intresset för både kultur- och naturupplevelser visar på en bredd som stärker stadens attraktionskraft.

Sammantaget visar resultaten att besöksnäringen är en viktig del av Helsingborgs tillväxt – den bidrar till fler arbetstillfällen, ökad handel och en attraktiv stadsmiljö. Helsingborg är en fantastisk plats att leva, verka och besöka – en stad som fortsätter att göra intryck långt bortom sommarmånaderna.



Helsingborg

Ett bättre läge