



Utrikesdepartementet
Bistands- och utrikeshandelsministern

Till riksdagen

Svar på fråga 2024/25:926 av Johnny Svedin (SD)
Sveriges varumärke och dess påverkan på näringslivet

Johnny Svedin har frågat mig om den negativa utvecklingen av Sveriges internationella anseende och vilka ytterligare åtgärder som vidtas för att skydda och stärka varumärket Sverige.

Sverigebilden är en prioriterad fråga för regeringen och det svenska näringslivet. Sveriges internationella anseende har utmanats på nya sätt de senaste åren. Trots oro för Sveriges konkurrenskraft ser vi ännu inga effekter i form av minskat investeringsintresse, export eller försämrad konkurrenssituation.

Enligt den senaste Nation Brands Index-mätningen är bilden av Sverige fortsatt stabil och god. Sverige rankas som nummer 8 av 50 och har ökat i attraktionskraft i länder som Storbritannien, USA och Japan. Samtidigt har bilden av Sverige försämrats i länder som Saudiarabien, Iran och Turkiet –delvis på grund av koranbränningar och den så kallade LVU-kampanjen. Desinformation och otillbörliga påverkanskampanjer påverkar oss allt mer.

Regeringen har intensifierat arbetet med att stärka Sveriges internationella anseende. Att positionera Sverige som en partner för grön och digital omställning utgör ett av tre huvudmål för regeringens strategi för utrikeshandel, investeringar och global konkurrenskraft. Ett annat är att integrera Sverige bilden i denna strategi. Regeringen genomför särskilda satsningar på talangattraktion och investeringsfrämjande. Sveriges bidrag till utveckling och tillväxt i biståndsländer ska synliggöras i ökad utsträckning genom utlandsmyndigheterna och Sida. Det strategiska arbetet med att motverka otillbörliga påverkanskampanjer och falsk och vilseledande information har stärkts inom regeringen och Regeringskansliet.

På regeringens uppdrag kommer Svenska institutet inom kort att presentera en ny strategi för en starkare Sverige bild i utlandet. Strategin har tagits fram i samverkan med näringslivet, akademi, myndigheter och civilsamhälle. Strategin kommer att lyfta fram Sveriges som en stark demokrati med styrkor så som pålitlighet, samarbetsförmåga och kreativitet.

Målet med dessa insatser är att öka kännedom om och bidra till en faktabaserad och positiv bild av Sverige för att stärka genomslaget för svenska intressen, stärka svenska företags globala konkurrenskraft och öka motståndskraften i utlandet mot vilseledande information om Sverige.

Stockholm den 26 mars 2025

Benjamin Dousa