

Vad ser världen när den ser Sverige?

Konkurrenskraft och
varumärket Sverige

När spelar varumärket en roll?

Verkliga val börjar med ett behov

Ett starkt nationsvarumärke driver:
**Anseende,
motståndskraft och
ekonomisk tillväxt**

Nationsvarumärkets funktion

1. vara lätt att tänka på
2. vara relevant
3. bygga känslomässiga band

Varumärket Sverige Vår gemensamma strategiska tillgång



Hur gör vi detta?

**Vi behöver ställa
rätt diagnos**

Alla platser delar samma utmaning

Att stärka sin konkurrenskraft och sitt förtroende i en värld präglad av hårdare konkurrens, desinformation och geopolitisk oro.

Ett nytt konkurrerande landskap

**Vi ser stora geopolitiska
skiftningar som påverkar
dynamiken och relationen
mellan länder. Fler länder
flyttar fram positionerna.**











Vi visar Sveriges möjligheter för världen
Svenska institutet
stärker, skyddar och
bevakar uppfattningen
om Sverige utomlands

Global Soft Power Index 2026



193

alla FN-medlemsländer rankade



102

marknader



150 000+

Respondenter



55

mätpunkter

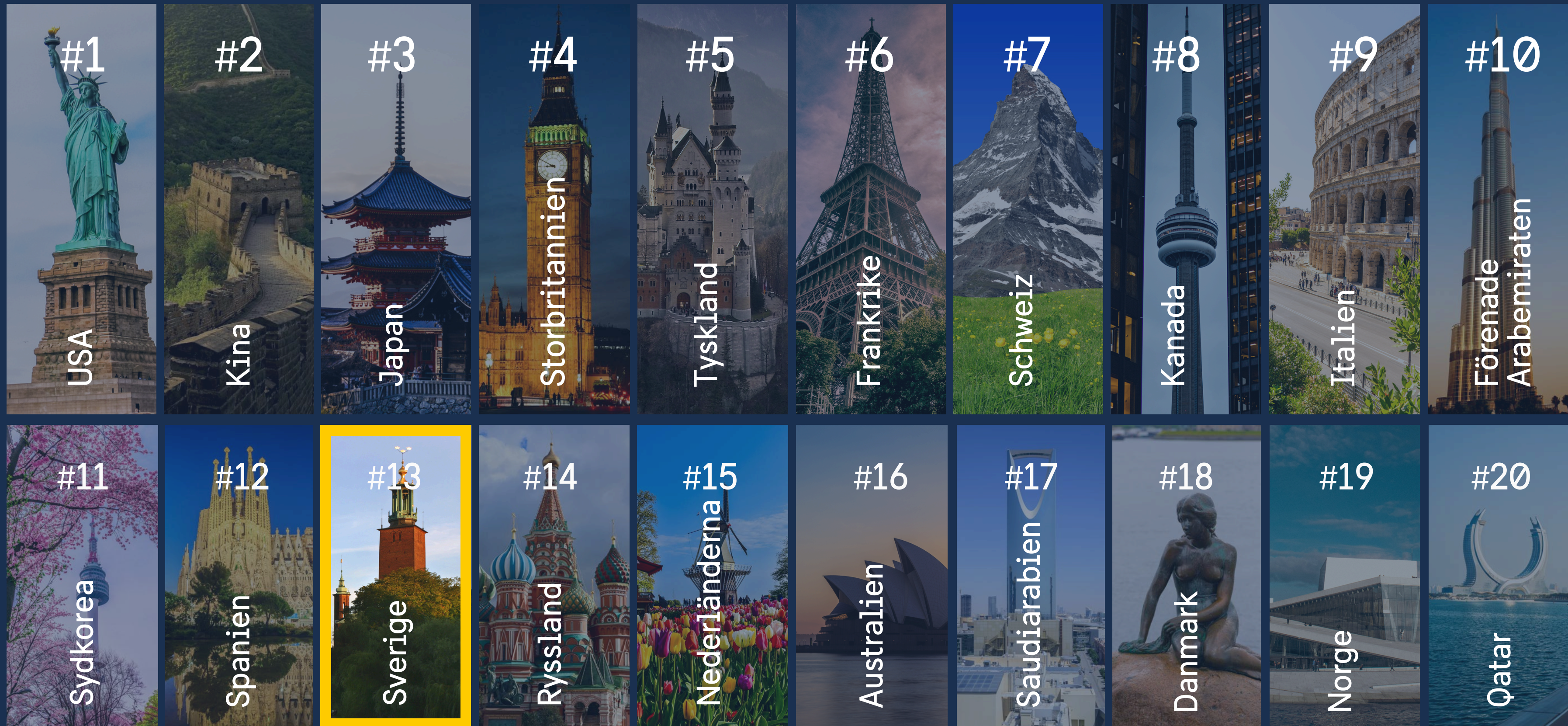


5

dimensioner av ditt lands attraktivitet som en plats att: investera i,
köpa produkter/tjänster från, arbeta i och studera i, samt besöka

Länderna med mest mjuk makt i världen

Global Soft Power Index 2026: topp 20



Global Soft Power Index 2026, rekommendation att:



investera i, köpa från, arbeta i, studera i, besöka

Sveriges globala profil

Vad ser världen när den ser på Sverige?

Sveriges globala profil

**Människor världen
över förknippar inte
vårt land i hög
utsträckning med:
gastronomi,
kulturarv och
idrott.**

Global Soft Power Index 2026

Sveriges fem svagaste indikatorer (av 193 länder):

- Mat som världen älskar (#41)
- Roligt (#38)
- Rikt kulturarv (#27)
- Ledare inom idrott (#26)
- Investerar i rymdutforskning (#18)

Sveriges globala profil

**Människor världen
över förknippar vårt
land med:
demokrati,
pålitlighet,
stabilitet,
hållbar utveckling
och livskvalitet.**

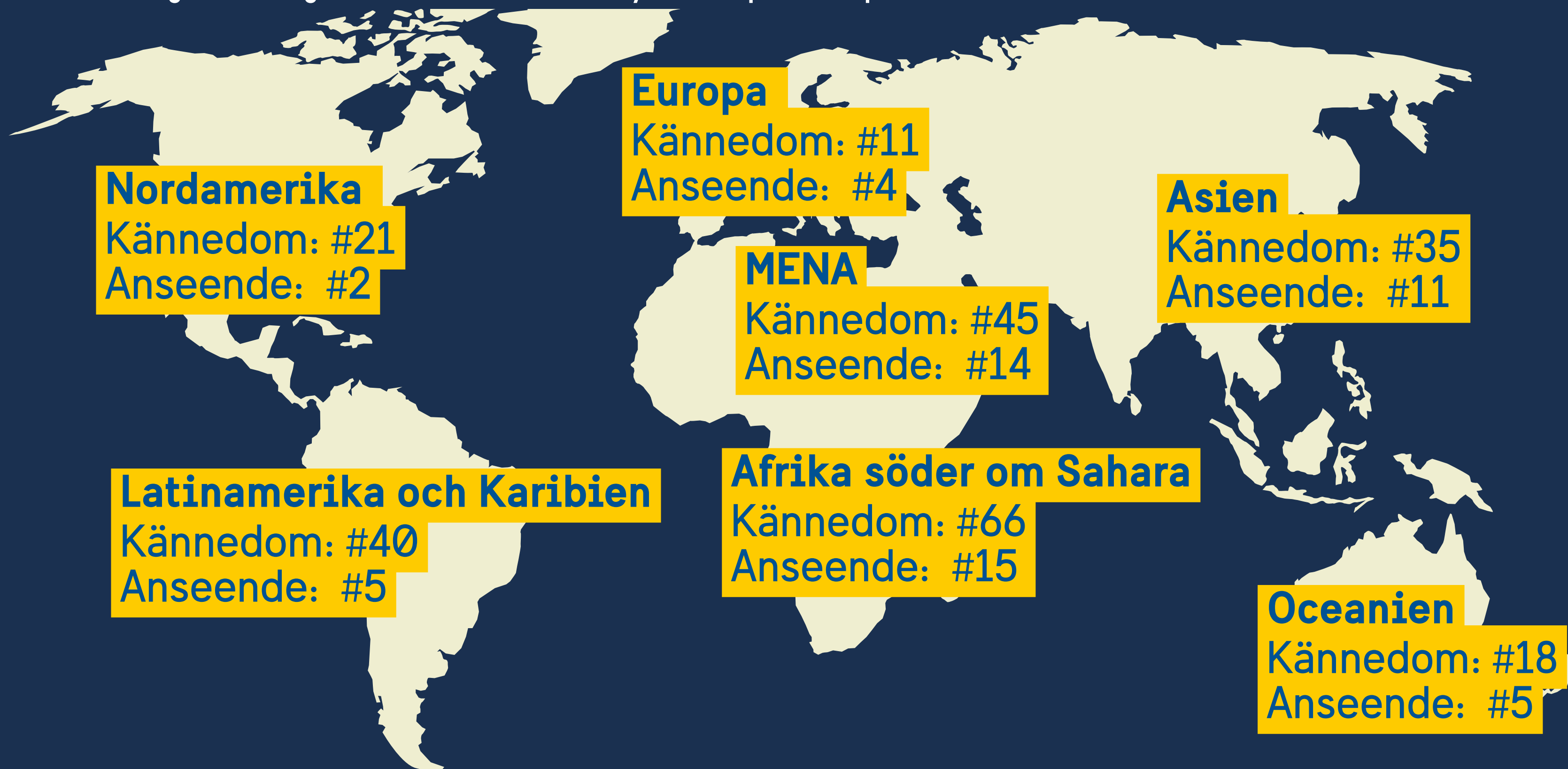
Global Soft Power Index 2026

Sveriges fem starkaste indikatorer (av 193 länder):

- Stödjer global klimatomställning (#1)
- Politiskt stabilt och välstyrt (#2)
- Investerar i grön energi och teknik (#2)
- Attraktiv livsstil (#3)
- Hög etisk standard och låg korruption (#3)

Kännedom är varumärket Sveriges globala utmaning

Kartan visar Sveriges rankning av 193 länder i "Familiarity" och "Reputation" per kontinent i Global Soft Power Index 2026.



Team Sweden

Svenska institutet leder arbetet inom tre Team Sweden-områden:

1. Team Sweden varumärket Sverige
2. Team Sweden Talent Attraction
3. Team Sweden kulturella och kreativa branscher (KKB)

En strategi för en starkare Sverigebild i utlandet

Kort sagt

Vad
sin
De
grund
värld
platta
musik
Sver
företag
klimat
ekonom
och ren

Sverige ger utrymme
att växa. För var och ens
förmåga att skapa det
som ännu inte finns.

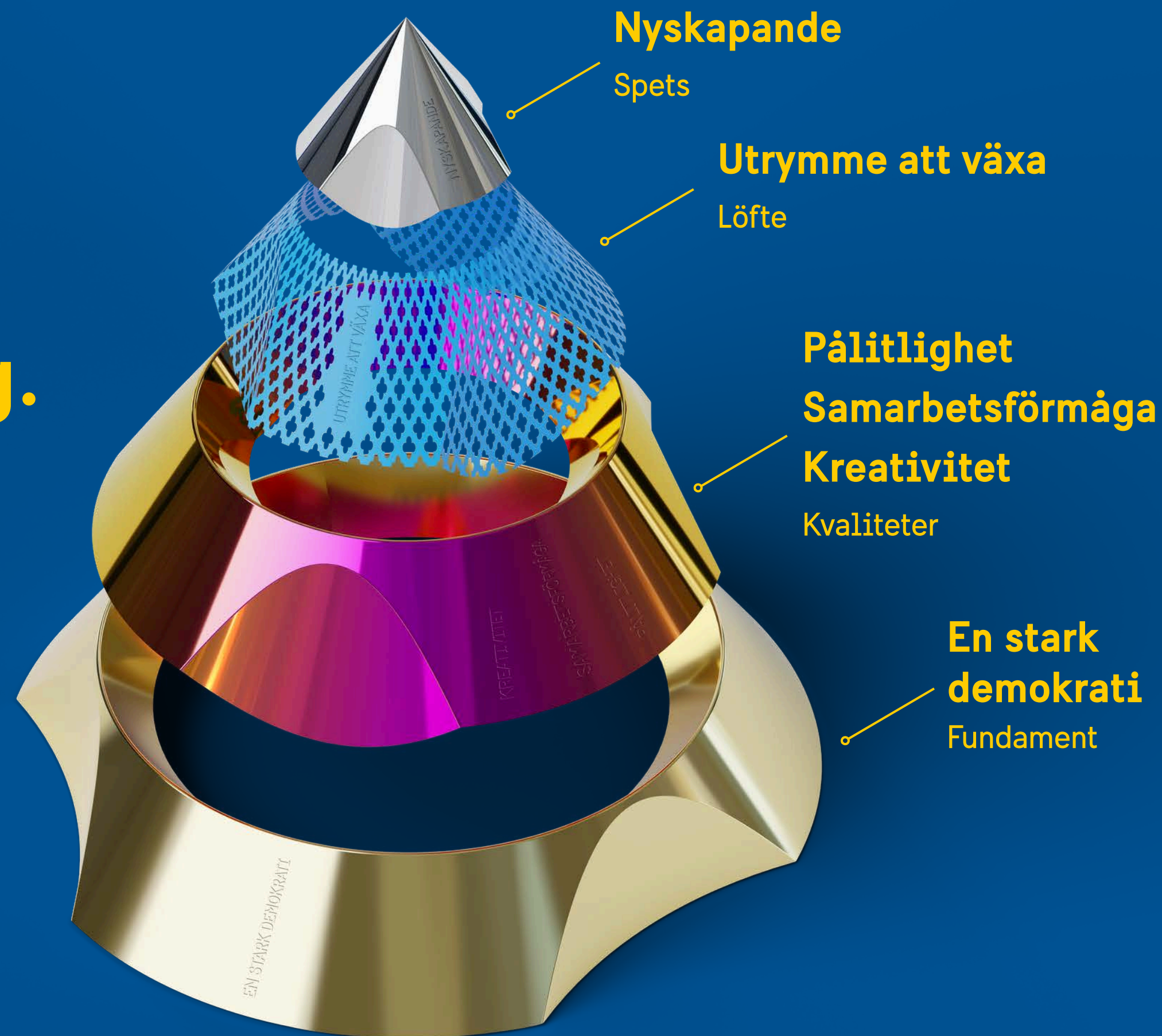
Vår möjlighet

**Sveriges konkurrenskraft
bottnar i vår starka demokrati.
Vår omsorg om individen gör
oss till ett av världens mest
innovativa länder.**

Strategi

Sverigespetsen – vässar och ger riktning.

Sverige är en stark demokrati där kvaliteter som pålitlighet, samarbetsförmåga och kreativitet frigörs. I och tillsammans med Sverige får människor, företag och samhälle utrymme att växa. Med mod och gemensam kraft kan vi skapa det som ännu inte finns.



Hur väcker vi nyfikenhet på Sverige?

Våga skapa utrymme för det oväntade

tradition × nyskapande
natur × gastronomi
kulturarv × samtida design
stad × natur
mörker × ljus