

# Ekonomiska värden i svenskt friluftsliv

- en enkätundersökning

Författare:

Peter Fredman, Bo Svensson

Kreg Lindberg, Anna Holmstedt

*Friluftsliv i förändring*

WWW.FRILUFTSFORSKNING.SE



Forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring

Rapport nr 14

ISBN: 978-91-86694-06-7

Oktober 2010

Ekonomiska värden i svenskt friluftsliv - en enkätundersökning  
Friluftsliv i förändring, rapport nr 14

Författare:

Peter Fredman, Bo Svensson, Kreg Lindberg, Anna Holmstedt

Östersund, oktober 2010

# Ekonomiska värden i svenskt friluftsliv

- en enkätundersökning

Rapport till Naturvårdsverket och Svenskt Friluftsliv

Peter Fredman  
Bo Svensson  
Kreg Lindberg  
Anna Holmstedt



## Sammanfattning

I denna rapport presenteras resultat från en undersökning över svenskarnas ekonomiska utgifter och värdering av deltagande i aktiviteter man brukar ägna sig åt utomhus på fritiden (friluftaktiviteter). Rapporten innehåller också beräkningar av ekonomiska effekter och arbetstillfällen som friluftslivet genererar i den svenska ekonomin. Därutöver redovisas deltagande i organiserade fritidsaktiviteter utomhus, dvs. aktiviteter arrangerade av en ideell förening eller ett företag. Databasinsamling har skett genom en nationell webbenkät till ett urval av Sveriges vuxna befolkning under år 2009. Resultaten visar bland annat att det är vanligast med ekonomiska utgifter för enkla vardagsnära aktiviteter. Under 2009 spenderade svenskarna i sammanlagt ca 96 600 miljoner kr på friluftaktiviteter, varav ca 72 300 miljoner i Sverige. Mest utgifter har man för boende följt av utrustning, transporter och livsmedel. Män har i genomsnitt högre utgifter för friluftaktiviteter jämfört med kvinnor. Förädlingsvärdet i den svenska ekonomin till följd av svenskarnas konsumtion kopplat till friluftsliv uppgår till ca 34 300 miljoner kr och friluftslivets effekter på sysselsättningen motsvarar ca 75 600 arbetstillfällen i Sverige. Den totala betalningsviljan utöver de utgifter svenskarna har för friluftaktiviteter uppgår till ca 33 400 miljoner kr. Deltagande i friluftslivsaktiviteter som arrangeras av ideella organisationer är dubbelt så vanligt som aktiviteter med privata arrangörer, men huvuddelen av friluftslivets utövande är inte organiserat. Olika former av motionsaktiviteter är vanligast men sociala faktorer är det viktigaste motivet till deltagande i organiserat friluftsliv.



# Innehåll

1. Bakgrund .....	6
2. Friluftslivets ekonomiska värden .....	8
3. Metod och analys .....	11
4. Resultat .....	14
4.1. Ekonomiska utgifter för friluftaktiviteter .....	14
4.1.1 <i>Jämförelser mellan olika grupper</i> .....	22
4.2 Effekter på ekonomi och sysselsättning .....	27
4.3 Friluftslivets upplevda värden .....	29
4.4 Deltagande i organiserade aktiviteter .....	31
5. Slutsatser .....	35
Referenser .....	37
Bilagor .....	37



# 1. Bakgrund

Tidigare studier av friluftslivet i Sverige har visat att nio av tio svenskar ofta är ute i naturen under längre ledigheter – på helger är det fyra av fem. Hälften av alla vuxna svenskar uppger att det upplevda hälsotillståndet skulle påverkas negativt utan möjligheter till friluftsliv. Forskning visar även på friluftslivets betydelse för naturförståelse, social inkludering, samhörighet och regional utveckling i form av naturturism. För många människor har friluftslivet också ett egenvärde som inte lika enkelt låter sig mätas och uttryckas i siffror – men som kan vara av stor betydelse för identitet och engagemang (Emmelin m.fl., 2010). Friluftslivet berör många aktörer – ideella, privata och offentliga – och är en självklarhet för många människor på vardagar såväl som helger och längre ledigheter. Men friluftslivets stora bredd kan också vara dess akilleshäla. Friluftsfrågor ha ofta svårt att göra tydliga avtryck i samhällsdebatten och få en rimlig prioritering i ekonomi och planering. Därför behövs fakta kring friluftslivets betydelse, inte minst i ekonomiska termer.

I föreliggande rapport presenteras resultaten från en undersökning över svenskarnas ekonomiska utgifter och värdering för deltagande i aktiviteter man brukar ägna sig åt utomhus på fritiden. Friluftsliv har av Naturvårdsverket (den myndighet som ansvarar för att utveckla förutsättningarna för friluftsliv i Sverige) definierats som ”*vistelse utomhus i natur- och kulturlandskapet för välbefinnande och naturupplevelser utan krav på tävling*”. En så pass bred definition rymmer naturligtvis en mängd olika aktiviteter som kan utövas i olika sammanhang med olika betydelse för olika människor. Det går därför inte att fråga människor om deltagande i friluftsliv utan att samtidigt precisera innebörden i begreppet. I denna undersökning har vi valt att kvantifiera friluftslivet utifrån deltagande i typiska fritidsaktiviteter man ägnar sig åt utomhus, vilka har identifierats inom forskningsprogrammet *Friluftsliv i förändring* ([www.friluftsforskning.se](http://www.friluftsforskning.se)) och varit föremål för omfattande enkätundersökningar bland svenska folket (Fredman m.fl., 2008b). Det omfattar mer vardagsnära aktiviteter som att ströva i skog och mark, promenera, cykla, jogga, picknick eller utomhusbad, men också typiska semesteraktiviteter som fiske, skidåkning, segling, kanotpaddling och fjällvandring.

Konsumtion kopplat till deltagande i 43 olika friluftaktiviteter har omfattats av studien (se enkäten i bilaga A fråga 1a) och avsikten är att fånga friluftslivets omfattning i ekonomiska termer genom att ta dessa aktiviteter som utgångspunkt. Vi gör ingen tydlig avgränsning mellan friluftsliv och naturturism då det senare i princip utgörs av friluftsliv utanför människors vanliga omgivning (betraktat ur ett efterfråge- eller utövandeperspektiv). För en ingående diskussion av friluftsliv och naturturism som begrepp hänvisas till boken *Planera för friluftsliv – Natur, samhälle, upplevelser* (Emmelin m.fl., 2010) samt rapporten *Turism i natur. Definitioner, omfattning, statistik* (Fredman m.fl. 2009).

Någon heltäckande mätning av friluftslivets ekonomiska värden på nationell nivå har inte tidigare gjorts i Sverige. I en nyligen genomförd kunskapsöversikt av friluftslivets ekonomiska värden (Fredman m.fl., 2008a) konstateras bl.a. att friluftslivet i Sverige representerar avsevärda ekonomiska värden, men det saknas systematiskt insamlade uppgifter (se avsnitt 2 nedan). Den samlade bilden av friluftslivets ekonomiska värden är fragmenterad och ofullständig, och det saknas även motsvarande data kring naturturismen. Mot bakgrund av detta beslutande Naturvårdsverket och Svenskt Friluftsliv att ge turismforskningsinstitutet Etour vid Mittuniversitetet i uppdrag att genomföra en mätning av ekonomiska värden förenat med utövande av friluftsliv i Sverige. Syftet med studien har varit att ta fram ny kunskap som dels kan användas för att ställa friluftslivet i relation till annan verksamhet i samhället, dels

belysa hur friluftslivet bidrar till samhällsekonomin. På så sätt kan detta arbete medverka till att förutsättningarna för friluftsliv utvecklas på ett hållbart och effektivt sätt i Sverige.

Utöver frågor kring friluftslivets ekonomi innehåller studien en del som fokuserar på deltagande i organiserade fritidsaktiviteter utomhus, dvs. aktiviteter arrangerade av en ideell förening eller ett företag. En ideell förening kan t.ex. vara en friluftsförening och företag kan vara turistföretag, guideföretag etc. Vi frågade dels efter vilken typ av aktiviteter man deltog i, dels de viktigaste orsakerna till att delta i organiserade friluftsförändringar. Syftet var att bättre förstå det organiserade friluftslivet i Sverige eftersom det utgör en viktig faktor i civilsamhället genom ideellt engagemang, naturkontakt och regional utveckling i form av naturturism.

Studien har i huvudsak finansierats av Naturvårdsverket och Svenskt friluftsliv, men stöd har också erhållits från forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring samt professuren i naturturism vid Etour som finansieras av Sveaskog. I denna rapport redovisas översiktligt tillvägagångssätt och de viktigaste resultaten från arbetet. Mer fördjupade vetenskapliga analyser kommer att ske på det insamlade materialet i framtida forskningsprojekt. I kommande avsnitt ger vi en kortfattad beskrivning av friluftslivets ekonomiska värden följt av en beskrivning av de metoder som använts och hur vi har analyserat insamlade data. Resultaten presenteras uppdelade på vilka aktiviteter man har utgifter för (avsnitt 4.1), effekter på ekonomi och sysselsättning av dessa utgifter (avsnitt 4.2), friluftslivets upplevda värden (avsnitt 4.3), samt deltagande i organiserade aktiviteter (avsnitt 4.4). Rapporten avslutas med ett antal sammanfattande punkter där de viktigaste resultaten lyfts fram. I bilagor finns enkäten i sin helhet samt en matris som beskriver beräkningarna av förädlingsvärden och sysselsättningseffekter.

Ansvarig för projektet och huvudförfattare för rapporten har varit Professor Peter Fredman vid Mittuniversitetet och turismforskningsinstitutet Etour. Docent Bo Svensson vid Etour har ansvarat för upphandling av datainsamlingen och sammanställning av avsnitten om ekonomiska effekter och organiserat friluftsliv. Professor Kreg Lindberg vid Oregon State University, USA, har gjort beräkningar kring konsumtionsmönster, betalningsvilja och ekonomiska effekter. Anders Wadeskog vid SCB har bidragit med underlag för beräkningar av effekter på sysselsättning och ekonomi. Anna Holmstedt har hjälpt till med sammanställning av de öppna svaren kring det organiserade friluftslivet och Anneli Åhman har korrekturläst.

Vi vill rikta ett stort tack till Ulf Silvander, generalsekreterare på Svenskt friluftsliv som följt projektet och bidragit med värdefulla synpunkter i dess olika skeden. Tack också till Mattias Boman och Anton Paulrud, Sveriges lantbruksuniversitet samt Linn Nilsson, Norstat, för värdefulla synpunkter på utformning av enkätfrågor och/eller den slutliga rapporten.

## 2. Friluftslivets ekonomiska värden

Människors intresse för friluftsliv kan ta sig många olika uttryck i form av friluftsliv som omfattar aktiviteter, resor, boende, sociala nätverk, konsumtion av varor och tjänster etc. Ur ett ekonomiskt perspektiv kan friluftslivet därför betraktas som en process där upplevelser skapas av besökare i naturen genom en kombination av besökarens egen tid, kunskap, utrustning, naturresurser, anläggningar, service etc. (Loomis & Walsh, 1997). Insatser i form av naturlandskap, anläggningar, service etc. genererar ett utbud av rekreationsmöjligheter, men för att dessa ska efterfrågas krävs att besökaren själv är delaktig genom exempelvis resor, tid och utrustning. Det innebär att deltagande i friluftsliv som regel omfattar konsumtion av både marknadsprissatta (t.ex. utrustning, resor, boende och mat) och icke-marknadsprissatta (t.ex. upplevelser av och tillgång till naturområden) varor och tjänster. Konsumtion av marknadsprissatta varor och tjänster kan observeras genom att studera människors faktiska ekonomiska handlande. Värdet av icke marknadsprissatta varor och tjänster omfattas däremot inte av några direkta ekonomiska transaktioner utan måste studeras genom andra metoder, t.ex. indirekt genom observation av människors beteende eller direkta frågor av mer hypotetisk slag kring människors betalningsvilja (se t.ex. Alberini & Kahn, 2006; Brännlund & Kriström, 1998).

Ekonomiska utgifter är de pengar en individ faktiskt betalar för att utöva friluftsliv. Det kan vara t.ex. konsumtion av utrustning, resor, liftkort eller hyra av en guide. Betalningsviljan däremot är vad individen maximalt är villig att betala för en nytthet. Differensen mellan betalningsvilja och utgifter är ett så kallat konsumentöverskott, d.v.s. det ”mervärde” utöver utgifterna som individen får av att konsumera nyttheten. Medan de faktiska utgifterna är ett mått på friluftslivets eller turismens direkta ekonomiska betydelse representerar konsumentöverskottet individens upplevda ekonomiska värde av en friluftsliv- eller turismaktivitet.

Det finns olika metoder för att uppskatta individers betalningsvilja. Betingad värdering (Eng. contingent valuation) baseras på någon form av enkät- eller intervjuundersökning där individen direkt uppger sin betalningsvilja för den vara man värderar. Andra metoder är resekostnadsmetoden och fastighetsvärdemetoden vilka indirekt ger miljön ett ekonomiskt värde uttryckt i kostnaden för att ta sig till exempelvis ett rekreationsområde eller att närhet till naturmiljöer avspeglas fastighetspriserna.

Friluftslivets direkta ekonomiska betydelse kan uppskattas genom att mäta antal utövare och storleken på de ekonomiska utgifter de har. Dessa utgifter utgörs av konsumtion inom olika branscher, exempelvis boende, transport, restaurang, utrustning etc. Företagen i dessa branscher kommer i sin tur att köpa in råvaror och anställa personal (som får lön vilken i sin tur används för konsumtion) som en konsekvens av friluftslivets konsumtion, vilket ger upphov till ekonomiska effekter i andra branscher av ekonomin, så kallade indirekta och inducerade ekonomiska effekter (Loomis & Walsh, 1997). Människors deltagande i friluftsliv ger alltså effekter inom andra delar av den svenska ekonomin som går utöver den direkta konsumtionen, vilket innebär att konsumtionen kopplad till friluftslivet genererar ett förädlingsvärde. Hur relationerna mellan olika branscher ser ut i Sverige finns framtaget av Statistiska centralbyrån i så kallade input-output tabeller, vilka är till hjälp när man ska uppskatta den samlade ekonomiska effekten av en viss aktivitet i ekonomin, som i vårt fall friluftsliv.

En översikt av friluftslivets ekonomiska värden och sammanställning av befintliga studier i Sverige har tidigare presenterats i rapporten *Friluftslivets ekonomiska värden – en översikt*

(Fredman m.fl. 2008a). Här redovisas ekonomiska värden uppdelade på allemansrättsligt friluftsliv, jakt, fiske, övrigt friluftsliv, ekonomiska utgiftsmönster, friluftsutrustning, kommersiellt organiserat friluftsliv, ekonomiska effekter av naturturism, friluftsorganisationer och stiftelser, myndigheter, EU-stöd samt bidrag till forskning. De viktigaste slutsatserna från detta arbete kan sammanfattas i nedanstående punkter;

- Friluftslivet i Sverige representerar avsevärda ekonomiska värden sett till de enskilda beräkningarna och uppgifterna. Det saknas emellertid systematiskt insamlade uppgifter om friluftslivets ekonomiska värden på nationell (och regional) nivå. Likaså saknas data kring naturturismens ekonomiska omsättning. Många naturturismföretag i Sverige har en relativt liten ekonomisk omsättning, men det saknas aggregerade värden.
- Det är uppenbart att vissa former av friluftsliv och vissa naturtyper har belysts mer genom forskning än andra. Sportfiske är ett exempel på en aktivitet som varit föremål för mycket forskning och skogen är ett motsvarande exempel på naturmiljö. Även om detta är naturligt med tanke på aktiviteternas och naturtypernas relativa omfattning, så skulle andra aktiviteter och naturmiljöer behöva mer belysning ur ett friluftslivsperspektiv.
- Friluftslivets upplevda värden uppgår ofta till relativt höga belopp, jämförbart med andra näringar (t.ex. skogsbruk, yrkesfiske), när man summerar dem över befolkningen i en region eller ett land.
- Förståelse för de ekonomiska transaktioner som sker i samband med friluftsutövande är betydelsefullt i en mängd olika planeringssituationer och vid strategiska beslut, särskilt när det gäller utbud av olika former av aktiviteter och tjänster kopplade till friluftsliv.
- Friluftslivets och naturturismens kommersiella värden går i första hand till ”traditionella” varor och tjänster som resa, äta och bo. För det flesta utövare går endast en mindre del av de ekonomiska utgifterna till aktiviteter och upplevelser.
- Friluftslivets utövare lägger allt mer pengar på utrustning för deltagande i sitt friluftsliv, något som tydligt framgår av tillväxten i branschen för friluftsutrustning (outdoor). Friluftsutrustning är en tillväxtbransch som nästan fördubblat omsättningen sedan början av 2000-talet.
- Kommunerna satsar sannolikt mindre resurser på friluftsliv idag än för tio år sedan. Många svenska myndigheter är viktiga för friluftslivets förutsättningar, och satsar också ekonomiska resurser både som stöd och indirekt genom olika arbetsinsatser. Mer detaljerad kunskap om hur mycket de satsar kräver mer ingående analyser.
- Det kommer sannolikt relativt stora ekonomiska belopp till friluftsliv och naturturism från EU:s olika stödprogram, men det är svårt att få fram säkra uppgifter utan mer ingående granskning. Finansiering från traditionella forskningsfinansiärer går i relativt liten utsträckning till friluftsliv eller naturturism.
- Forskning kring ekonomiska värden är viktig – den ger insikter om ett bredare spektrum av resurser än vad annars vore fallet, och därmed minskar den risken för samhällsekonomiskt inoptimala prioriteringar mellan nyttigheter som konkurrerar om produktionsutrymmet. Denna forskning behöver utvecklas ytterligare i en tillämpad riktning.

- Det finns behov av att ytterligare vidareutveckla metoder för ekonomisk värdering, liksom strategierna vid tillämpningen av dem. Det senare handlar t.ex. om geografiska skalor för empiriska studier, alltså om val mellan studier som inriktas på geografiskt snävt avgränsade områden eller sådana som täcker landet som helhet (med andra ord val mellan värderingar med "punktprecision" eller sådana av "generell" giltighet).

En mer övergripande slutsats från detta arbete är att den samlade bilden av friluftslivets ekonomiska värden är fragmenterad och mycket ofullständig. Det finns idag ingen heltäckande kunskap om friluftslivets ekonomiska värden i Sverige. Det är mot den bakgrunden som föreliggande rapport syftar till att på ett mer heltäckande sätt än i tidigare studier bidra till en uppskattning av de ekonomiska värden som dagens friluftsliv representerar i Sverige.

### 3. Metod och analys

Insamling av data har skett genom en nationell webbenkät till ett urval av Sveriges vuxna befolkning. Studien tar sin utgångspunkt i 43 olika friluftaktiviteter som redovisas i 25 grupper (se enkäten i bilaga A fråga 1a). Den har utformats som en tvärsnittstudie av konsumtion kopplad till friluftsutövande med upprepade mätningar under ett års tid för att öka precisionen och fånga upp friluftaktiviteter som utövas olika årstider. Mätningen gäller året 2009. Året har delats upp i tre perioder och mätningarna har gjorts vid tre tillfällen för att inte belasta respondenterna med för långa tidsperioder att erinra sig sina utgifter för de olika friluftaktiviteterna vilket har visat sig vara av stor betydelse i den här typen av undersökningar (Rylander m.fl., 1996). Perioderna har varit januari – april, maj – augusti, och september – december. Det innebär att analysen kan brytas ned i tre årstider, eller tidsperioder. Den huvudsakliga avsikten har dock varit att mäta konsumtionen för ett helt kalenderår. Vid varje tillfälle har 2000 slumpmässigt utvalda personer intervjuats vilket således innebär 6 000 intervjuer för hela 2009. Intervjuerna har utförts av undersökningsföretaget Norstat ([www.norstat.se](http://www.norstat.se)).

Urvalet har gjorts ur den internetpanel om ca 63 000 personer baserad på Sveriges befolkning som Norstat arbetar med. Vid varje undersökningsomgång har ca 5 500 personer kontaktats för att uppnå målsättningen om 2 000 genomförda intervjuer. Svarefrekvensen har m a o varit ca 37 % vid varje tillfälle. Det går inte att tala om några skillnader mellan perioderna i detta avseende och bortfallet består till största delen av respondenter som inte alls påbörjat ifyllandet av enkäten utan helt enkelt avstått. Detta gäller runt 55 % av de tillfrågade vid varje tillfälle. 5-7 % av de tillfrågade har inte fyllt i enkäten fullständigt och har därför sorterats bort. Ytterligare 1-3 % har mötts av beskedet att kvoten är full, dvs. att vi har fått in önskat antal svar och undersökningen är avslutad.

#### Ålders- och könsfördelning hos respondenterna jämfört med Sveriges befolkning

	Respondenterna (%)	Sveriges befolkning* (%)
Andel män	49,5	49,8
Andel kvinnor	50,5	50,2
Andel 16-19 år	2,2	6,8
Andel 20-29 år	9,5	15,3
Andel 30-39 år	15,9	15,8
Andel 40-49 år	19,3	16,7
Andel 50-59 år	20,6	15,1
Andel 60-69 år	25,7	14,8
Andel 70+ år	6,9	15,3

\* December 2009 ([www.scb.se](http://www.scb.se))

I urvalet ingår ur panelen slumpvis utvalda vuxna människor 16 år eller äldre. Urvalet är stratifierat så att det ska svara mot den nationella åldersstrukturen och fördelningen mellan könen. Vid en jämförelse med befolkningsstatistiken per december 2009 ([www.scb.se](http://www.scb.se)) finner vi att könsfördelningen är i enlighet med fördelningen i riket medan fördelningen mellan de ålderklasser som redovisas i tabellen ovan har vissa avvikelser från riket i stort. Således finns

bland respondenterna en underrepresentation av yngre (<29 år) och äldre (>70 år) svarande, medan det är en viss överrepresentation för personer i åldrarna 40-69 år. Detta är möjligt att ta hänsyn till genom en viktning av datamaterialet, och om så sker blir det totala utgifterna som redovisas i tabell 1.1 i resultatdelen ca 4 % högre. Vi har emellertid valt att inte använda viktade data eftersom ålder endast är en bland många socioekonomiska variabler som kan användas för viktning, och vi kan inte med säkerhet veta att en viktning för ålder ger ett mer rättvisande resultat än om vi använt någon annan variabel, eller kombination av andra variabler, för viktning. Att använda oviktade data innebär alltså att vi tillämpat en viss försiktighet i de gjorda beräkningarna.

Enkätens innehåll har utarbetats av forskargruppen, medan Norstat ansvarat för produktionen av webbenkäten och dess genomförande. Formuleringarna av frågor och svars-kategorier framgår av bilaga A, men observera att layouten här skiljer sig från den som respondenterna hade när enkäten besvarades framför datorn. Några av fördelarna med webbaserade formulär är möjligheten att visa information eller ställa frågor selektivt för olika respondenter, t.ex. beroende på vilket svar som lämnats på en viss fråga. Kursiv (blå) text i bilaga A beskriver hur dataprogrammet som hanterat enkäten har använts i detta avseende.

Vi har frågat respondenten både om dennes utlägg för  *eget utövande*  och friluftsliv, och utlägg för  *andras utövande* . Detta eftersom syftet med studien är att mäta konsumtion kopplad till friluftsliv, inte utövandet i sig. Merparten av konsumtionen torde ske för egen del, men samtidigt förekommer det naturligtvis i stor utsträckning att personer har utgifter för andras utövande, t.ex. make/maka, barn, övriga familjemedlemmar och vänner. Utan att ställa dessa frågor finns risk att väsentliga delar av konsumtionen faller bort. Noteras ska emellertid att studien inte omfattar konsumtion som personer under 16 år har, för egen del eller för andra. Inte heller konsumtion som sker genom företag och organisationer eftersom studien enbart vänder sig till privatpersoner.

Frågorna i enkäten gäller om och när utlägg knutet till en viss aktivitet skett, snarare än när aktiviteten utövades. Följaktligen kan utlägg och aktivitet ske under olika årstider; en person kan exempelvis köpa en cykel i april som sedan används under sommaren medan utläggget således hamnar under det som här kallas vinter. Aktivitet som inte föranledde några utlägg, räknas inte i undersökningen. Det ska också noteras att om en aktivitet rapporterats men där utlägg rapporterats som 0 kr när de summeras har resultatet betraktats som saknat och därför exkluderats i redovisningen (frågorna gällde ju aktiviteter där utlägg gjorts). Tolv respondenter har rapporterat mer än 100 000 kr i utgifter (svaren är i intervallet 100 800 – 895 000 kr). Vi har valt att inkludera dem i analysen eftersom de är fullt möjligt att man köpt t.ex. en fritidsbåt under den aktuella perioden vilken sedan används under flera år framåt. Med motsvarande logik utövas mycket friluftsliv idag med utrustning som anskaffats tidigare år, men att detta alltså jämnar ut sig sett över hela befolkningen sett över flera år eftersom studien även mäter utgifter idag för utrustning som kommer att användas i framtiden.

För att öka reliabiliteten i svaren summerades samtliga utgifter som respondenten rapporterat för den aktuella perioden varpå frågan ställdes om detta belopp verkade rimligt (fråga 1c respektive 2c). I de fall beloppet ansågs vara för lågt eller högt visades svaren på utgiftsfrågan för respondenten och denne ombads korrigerade de belopp som var felaktiga. I beräkningarna för denna rapport har vi använt oss av dessa korrigerade belopp. Frågan om ekonomiska utgifter följdes också av en fråga kring graden av upplevd osäkerhet i svaren. Detta har vi inte tagit hänsyn till i våra beräkningar, men finns kortfattat redovisat nedan.

Resultaten redovisas nationellt samt för olika grupper av utövare. Vi betraktar de tre undersökningarna som oberoende urval av Sveriges befolkning (i det valda åldersintervallet) och data från de olika mätperioderna har adderats till ett mått på utlägg för hela året över de olika kostnadslag som efterfrågats. Även om den yttersta målsättningen med projektet är att få en skattning av den totala summan konsumtion kring friluftslivet, kommer resultatet också att diskuteras utifrån årstider och utifrån olika aktiviteter till vilka konsumtionen är knuten.

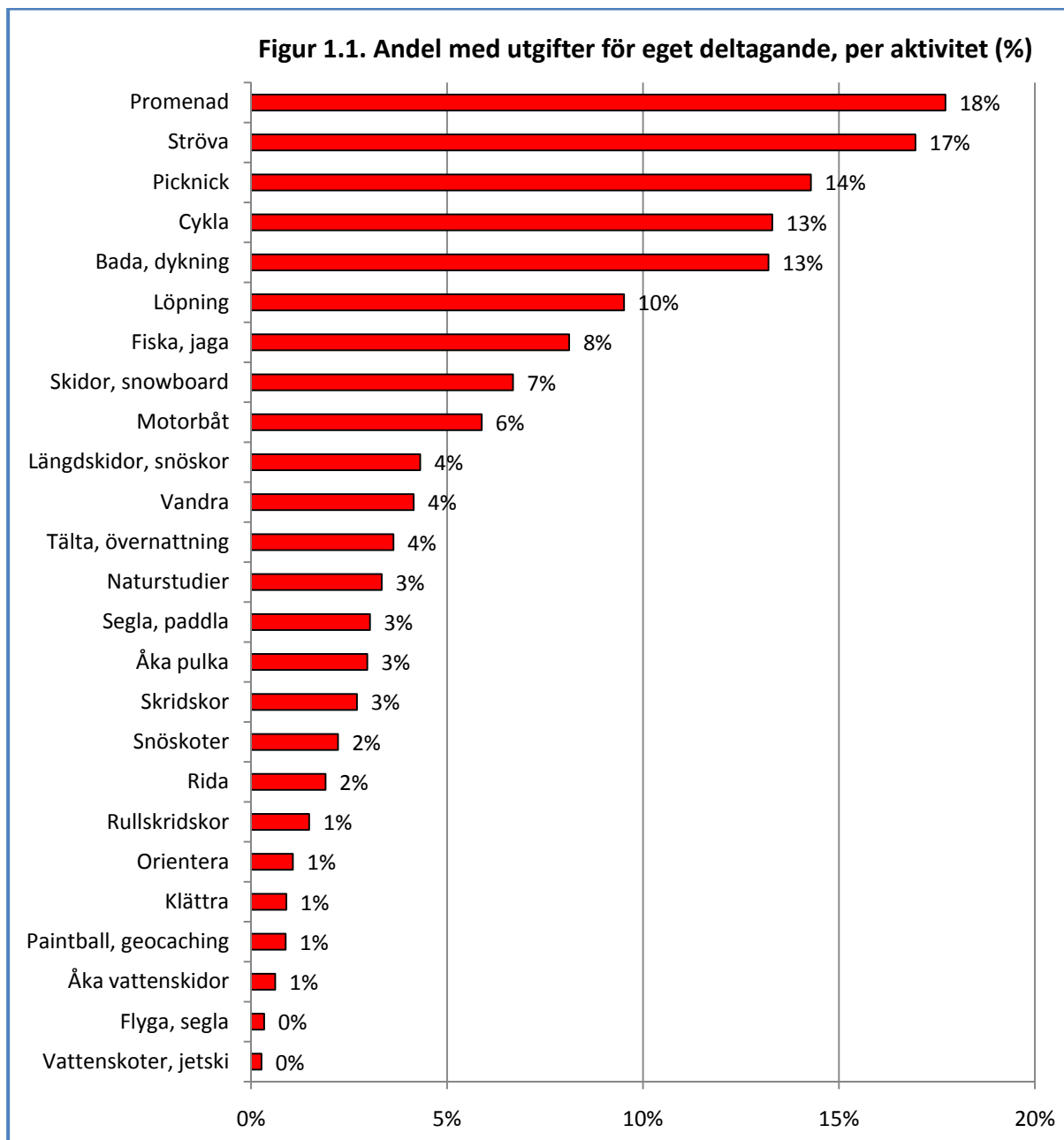
### *Studiens tillförlitlighet*

Nationella urvalsundersökningar som bygger på enkäter där respondenten besvarar frågorna på egen hand är i stort sett alltid behäftade med olika typer av brister och fel. Man kan inte vara helt säker att det är den person man avtalat intervju med som svarar på frågorna och vissa frågor i enkäten kan vara svåra att exakt minnas det rätta svaret på. Det finns en skevhet i intervjumaterialets åldersfördelning som man bör ha i åtanke vid tolkningen av resultaten eftersom yngre och äldre personer är underrepresenterade. Indelningen av studien i tre tidsperioder har underlättat för respondenterna att minnas sina ekonomiska utgifter bakåt i tiden eftersom perioden kortats ner från ett år till fyra månader. Samtidigt ska påpekas att fyra månader fortfarande är en förhållandevis lång tidsperiod att rekapitulera. Risken finns att utgifter man haft glöms bort, vilket i så fall bidrar till en underskattning av beloppen. För att få en uppfattning om graden av osäkerhet i svaren på frågan om ekonomiska utgifter och betalningsvilja så följdes dessa frågor av en fråga kring graden av upplevd osäkerhet. I beräkningarna till denna rapport har vi inte tagit hänsyn till denna osäkerhet. Däremot kan vi konstatera att 79 % av respondenterna ansåg sig vara ganska till helt säkra (50-100% på skalan) på svaret till frågorna om utgifter för egen del samt för andra. Motsvarande siffra för frågan om betalningsvilja var 75 %. Utöver eventuell osäkerhet i de enskilda frågorna så gäller generellt att ju större urval desto säkrare blir svaren som erhålls. De sammanlagt 6 000 intervjuer som denna rapport bygger på är i sammanhanget ett relativt stort urval vilket borgar för en god tillförlitlighet.

## 4. Resultat

### 4.1. Ekonomiska utgifter för friluftaktiviteter

Till att börja med redovisar vi hur de ekonomiska utgifterna fördelar sig mellan olika typer av friluftaktiviteter, hur utgifterna varierar över årstider samt skiljer sig mellan olika grupper i samhället. Figur 1.1 visar andelen av respondenterna med utgifter för *eget* deltagande i respektive friluftaktivitet (avrundat till närmsta heltal) för år 2009.

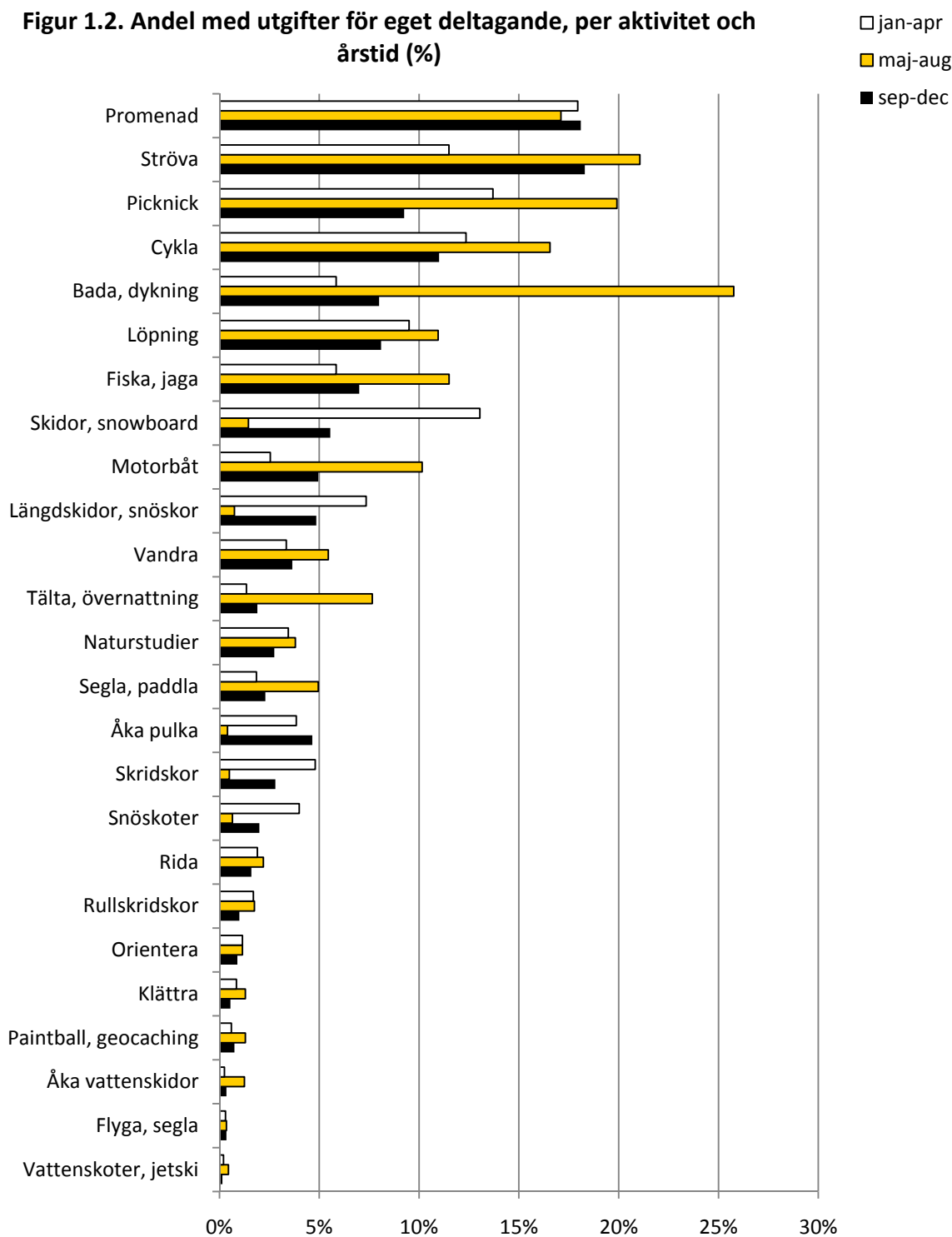


Figuren visar att störst andel av de svarande haft utgifter för nöjes- och motionspromenad, ströva i skog och mark (t ex för att titta på naturen, plocka svamp och bär), picknick och grilla

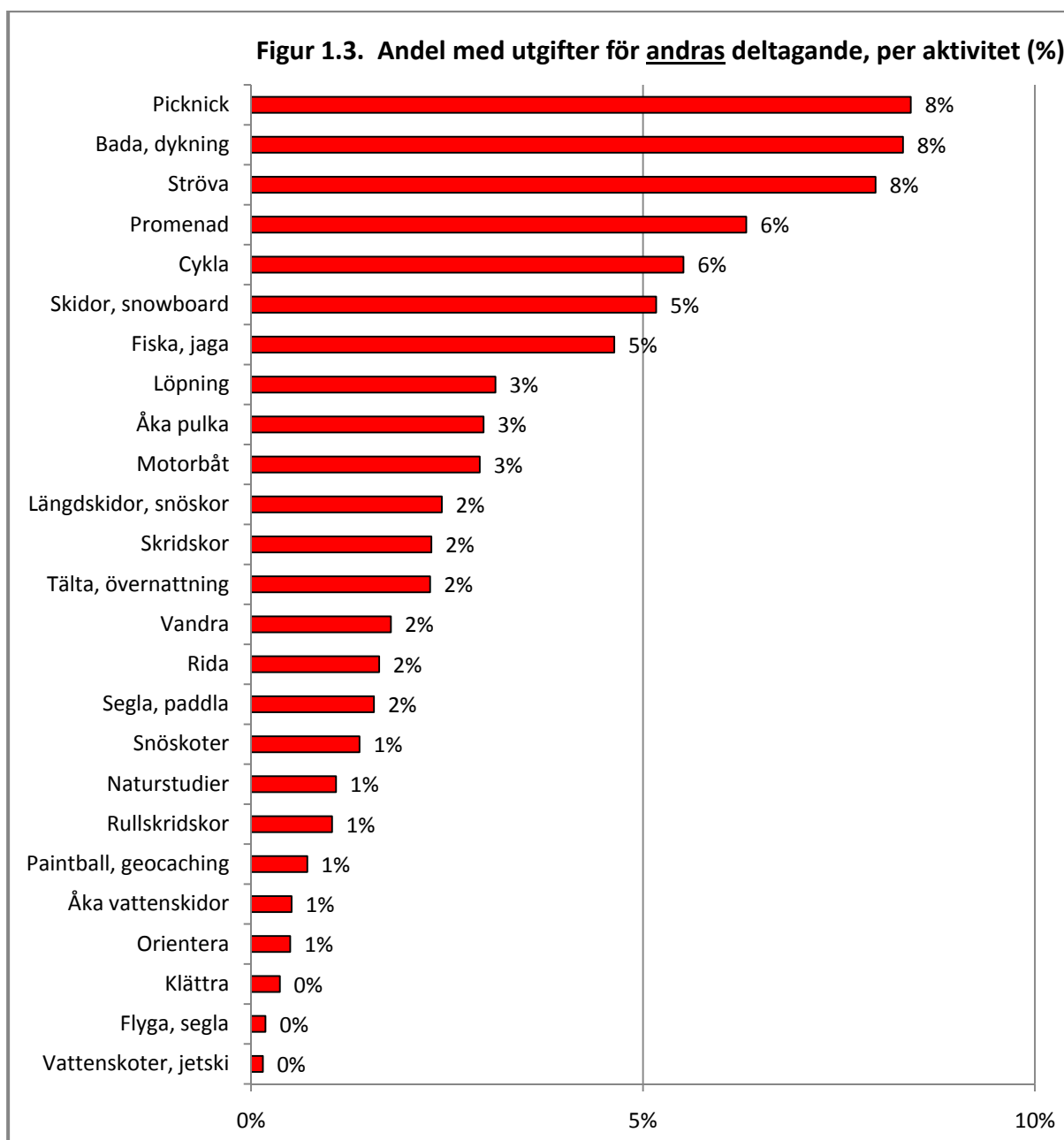
i naturen, cykla på vägar eller i terrängen samt bad. Över 10 % av de svarande har haft utgifter för var och en av dessa friluftaktiviteter. Andelen med utgifter för att flyga segelflygplan, segla kite/drake, hanggliding, fallskärmshoppning, samt köra eller åka vattenskoter och/eller jetski utgör mindre än 0,5 % av respondenterna (0,33 % respektive 0,27 %). Andelen med utgifter för övriga aktiviteter ligger således mellan dessa två grupper.

I figur 1.2 visas andelen svarande med utgifter för *eget* deltagande i respektive friluftaktivitet (avrundat till närmsta heltal) fördelat på olika årstider (de tre mätperioderna januari-april, maj-augusti och september-december). Här ser vi att andelen med utgifter för nöjes- och motionspromenad (inklusive promenad med hund), jogga, terränglöpning, stavgång, naturstudier och orientering har små variationer för olika årstider medan utgifter för flertalet andra aktiviteter följer ett förväntat mönster över tiden. Utgifter för att ströva i skog och mark, picknick, grilla i naturen, cykla på vägar och i terrängen, fritidsfiske, jakt, vandring (i fjällen eller på annan plats), segling, surfing, kanot och kajakpaddling dominerar på sommaren men förekommer i ganska hög grad även andra tider på året. Utgifter för bad utomhus, solbad, dykning, snorkling, motorbåt, tälta eller annan övernattning i naturen och vattenskidor är däremot klart vanligast under sommaren (maj-augusti). Aktiviteter där utgifterna framför allt ligger under vintern och vårvintern (januari-april) men till viss del även höst eller tidig vinter (september-december) är längdskidor, turskidor, gå på snöskor, utförsåkning, snowboard, skridskor och snöskoter. Nära hälften av respondenterna (47 %) redovisade inga utgifter under januari-april, 40 % hade inga utgifter under maj-augusti och 52 % inga utgifter under perioden september-december. Generellt sett är alltså sommaren den tid på året då flest människor har utgifter för friluftsliv.

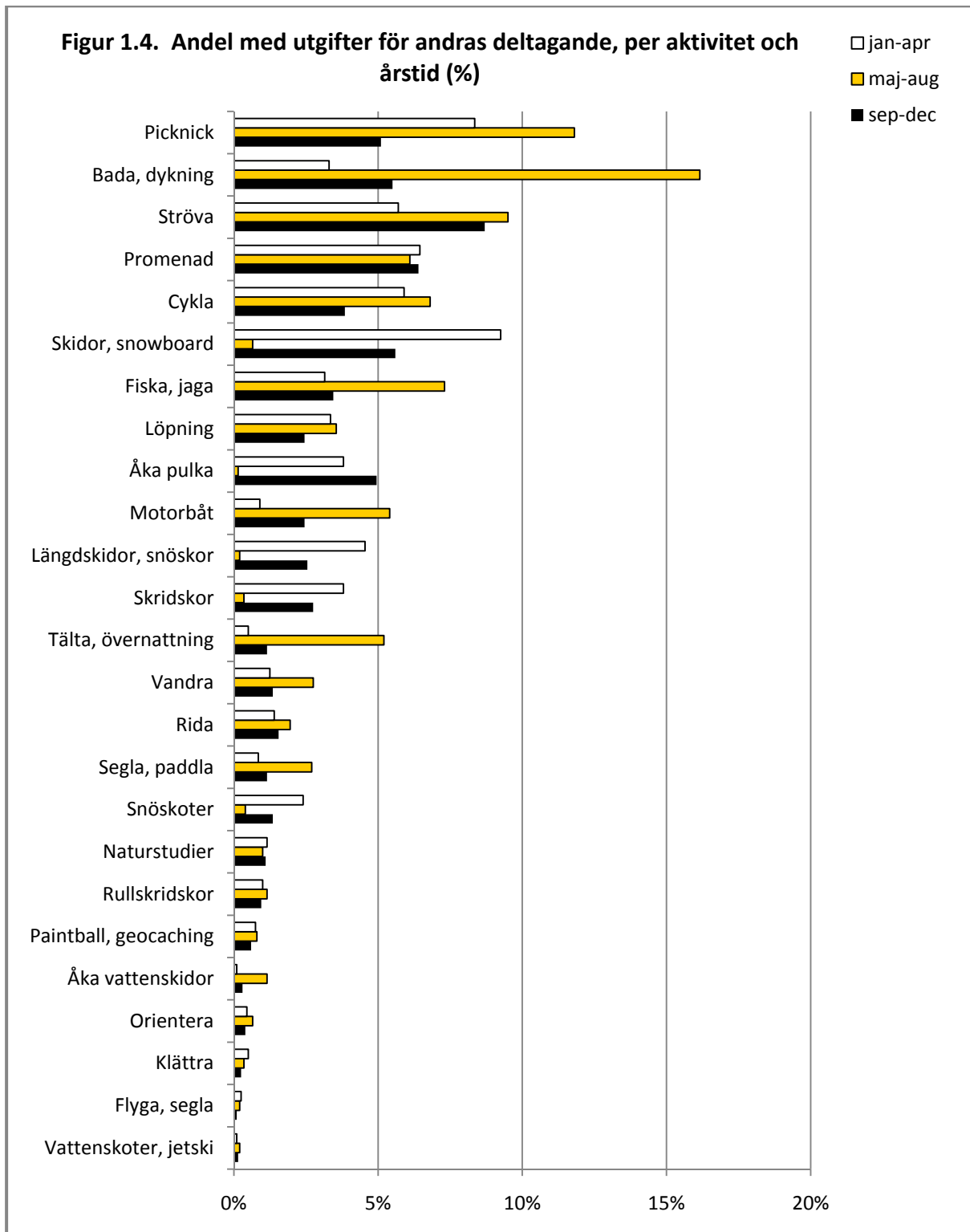
**Figur 1.2. Andel med utgifter för eget deltagande, per aktivitet och årstid (%)**



Figur 1.3 visar andelen av respondenterna med utgifter för *andras* deltagande i respektive friluftsansaktivitet (avrundat till närmsta heltal). Jämfört med figur 1.1 så är procenttalen genomgående lägre och utgiftsmönstren bara delvis annorlunda. Utgifter för andras nöjes- och motionspromenad samt vandring är mindre vanligt än för egen del i relation till övriga aktiviteter. Detta kan möjligen återspegla att dessa aktiviteter utövas i mer individuella sammanhang medan exempelvis picknick (som har högst andel med utgifter för andra) är en mer social aktivitet där man sannolikt delar utgifter för t.ex. mat inom gruppen eller familjen.



I figur 1.4 redovisas utgifter för andra fördelat på olika årstider. Dessa följer ett förväntat mönster i likhet med ovanstående figur 1.2.



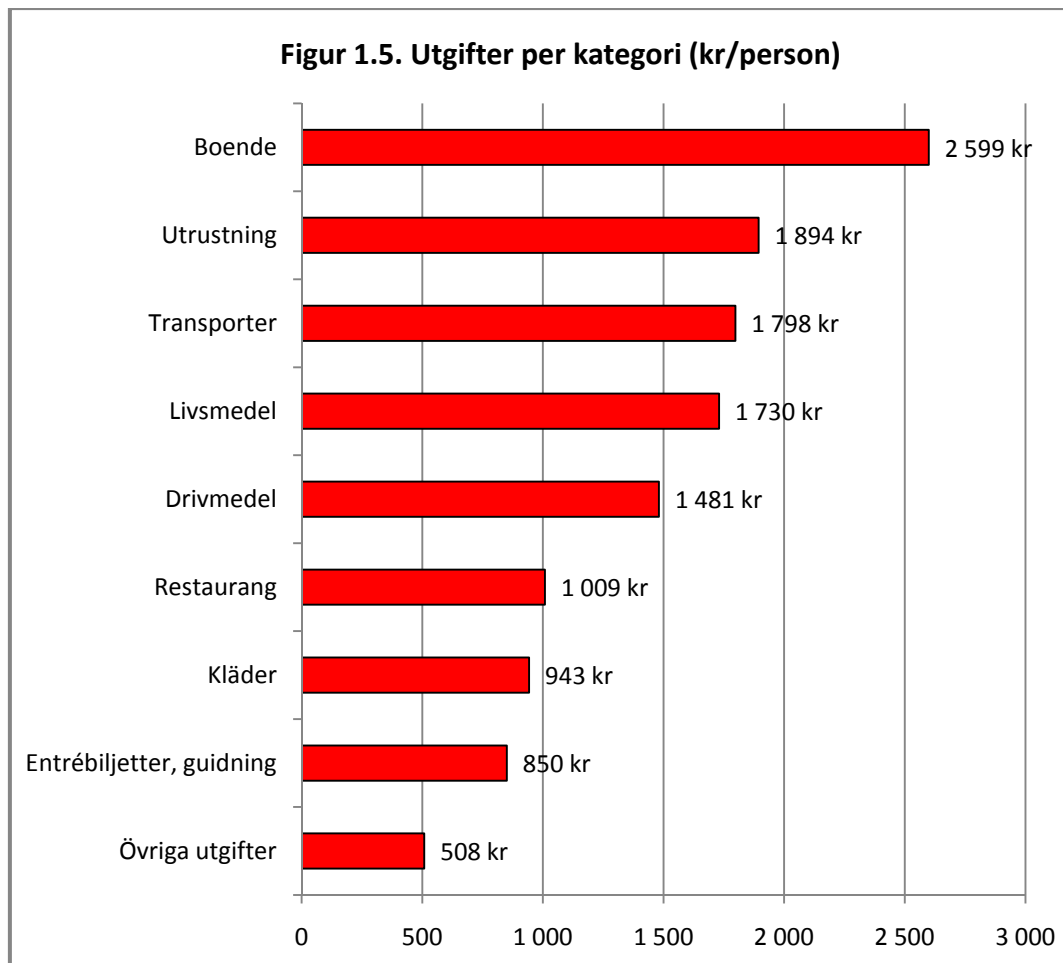
Efter att respondenterna angett för vilka friluftaktiviteter de haft ekonomiska utgifter (för egen del och för andra) under den aktuella perioden fick de rapportera hur stora deras sammanlagda utgifter varit fördelat på åtta olika utgiftskategorier – transporter, drivmedel, boende, livsmedel, restaurang, utrustning, kläder, 'entrébiljetter, guidning, medlems- och deltagaravgifter' samt kategorin 'övriga utgifter'.

Respondenterna rapporterade också hur utgifterna i grova drag fördelades mellan regionen där man bor (inom ca 10 mil från bostaden), övriga Sverige (mer än ca 10 mil från bostaden) samt utomlands. Denna fördelning (68, 23 respektive 10 %) användes sedan som underlag för att beräkna storleken på svenskarnas sammanlagda utgifter för deltagande i friluftaktiviteter för olika geografiska områden. Som framgår av tabell 1.1 så spenderade svenskarna i genomsnitt 12 813 kr på sitt friluftsliv under 2009, varav 9 596 kr var i Sverige (5 763 kr i regionen där respondenten bor och 3 833 kr i övriga Sverige). Detta innebär att cirka tre fjärdedelar av de totala utgifterna sker i Sverige och en fjärdedel utomlands. I sammanhanget ska noteras att storleken på utgifter utomlands i genomsnitt är högre än de i Sverige varför utgifternas relativa fördelning mellan de geografiska områdena skiljer sig från de procenttal som redovisas ovan. Genom att multiplicera de genomsnittliga beloppen med Sveriges befolkning (7 537 631 personer) i det åldersintervall som studien omfattar så erhålls det sammanlagda belopp som svenskarna spenderat på friluftsliv under ett år, dvs. 96 580 miljoner kr totalt varav 72 332 miljoner i Sverige. Eftersom turism brukar definieras som resande minst 10 mil från bostaden kan vi med hjälp av tabell 1.1 också uppskatta konsumtion inom naturturism (friluftsliv utanför den vanliga omgivningen) till 53 142 miljoner kronor inom de utgiftskategorier som undersökningen omfattar.

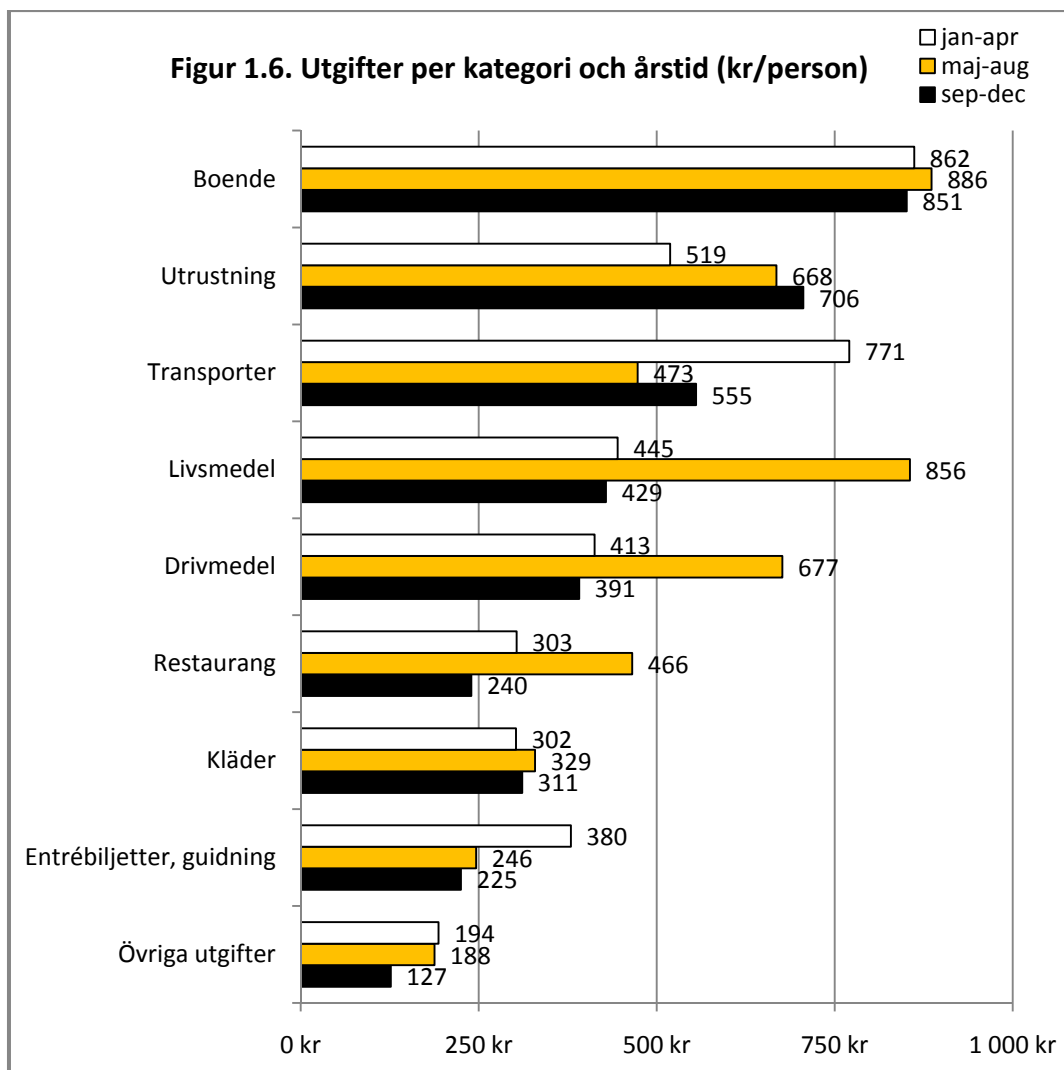
**Tabell 1.1. Svenskarnas utgifter för friluftsliv (per person och totalt) för olika geografiska nivåer**

	Medelvärde per person (kr)	Totalt (miljoner kr)	%
I regionen där du bor	5 763 kr	43 438 mkr	45 %
I övriga Sverige	3 833 kr	28 894 mkr	30 %
<i>Sverige totalt</i>	<i>9 596 kr</i>	<i>72 332 mkr</i>	<i>75 %</i>
Utomlands	3 217 kr	24 248 mkr	25 %
TOTALT	12 813 kr	96 580 mkr	100 %

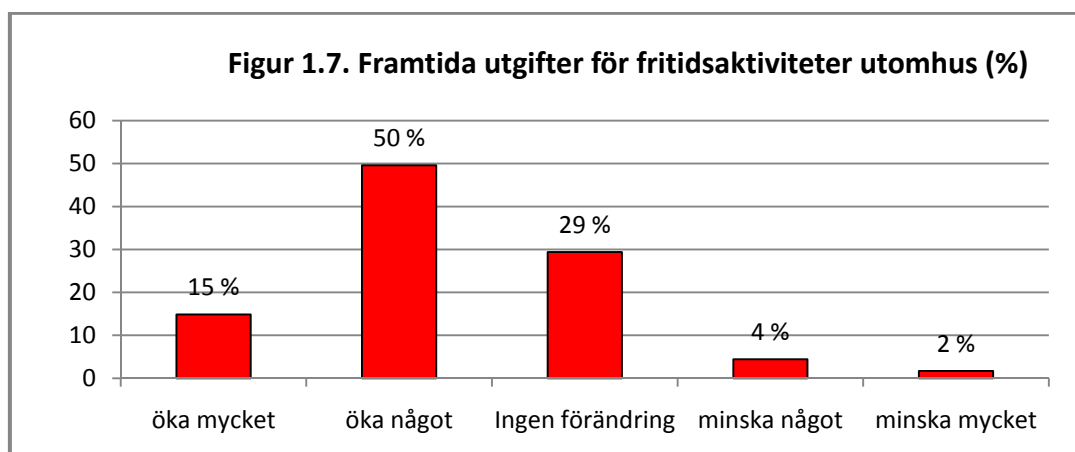
I figur 1.5 redovisas utgifternas storlek fördelat på de olika utgiftskategorierna (i Sverige och utomlands sammantaget för hela 2009). Största kategorin utgörs av boende (20 % av utgifterna) följt av utrustning (15 %), transporter (14 %) och livsmedel (14 %). Värt att notera är att utrustning och kläder tillsammans (22 % av utgifterna) utgör en större utgiftspost än boendet vilket rimmar väl med den ovan noterade tillväxten inom outdoor segmentet (se avsnitt 2). Noteras bör också att den minsta utgiftsposten – entrébiljetter, guidning, medlems- och deltagaravgifter (7 % av utgifterna) – bekräftar bilden av att tjänster och produkter direkt kopplade till själva naturupplevelsen utgör en förhållandevis liten del av friluftslivets ekonomi. Om vi summerar de sammanlagda utgifterna för respektive årstid så finner vi att de svarande i genomsnitt spenderar 4 188 kr under perioden januari-april, 4 789 kr under perioden maj-augusti och 3 835 kr under september-december.



I figur 1.6 redovisas utgifter inom de olika kategorierna fördelade på årstid. Utgifter för boende och kläder har små årstidsvariationer medan utgifter för transporter samt entrébiljetter, guidning, medlems- och deltagaravgifter är störst under vintern och vårvintern. Detta kan sannolikt dels förklaras av resor utomlands till varmare länder, dels resor till fjälls, vilka båda torde generera förhållandevis höga utgifter för transporter och där den senare typen av resor i många fall även omfattar inköp av liftkort. Utgifter för livsmedel, drivmedel och restaurang däremot dominerar under sommaren.



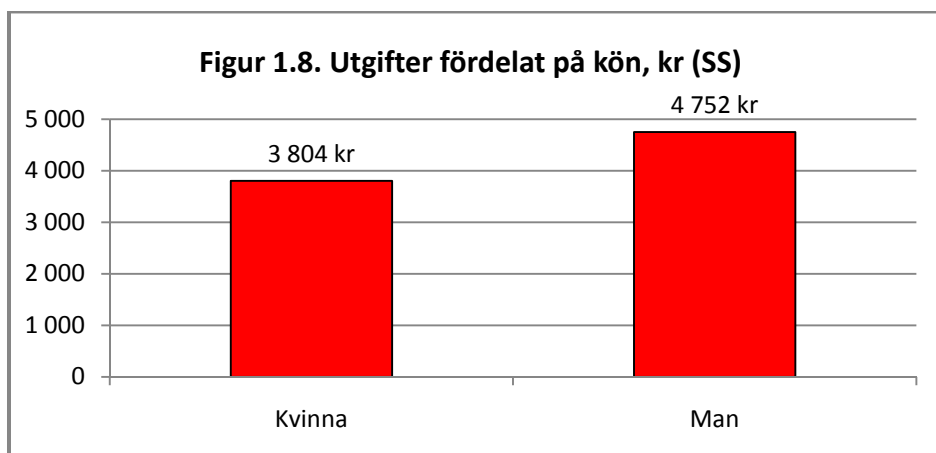
På frågan vad man tror om sina framtida utgifter (om ca 5 år) för fritidsaktiviteter utomhus (för dig själv och andra) svarar två tredjedelar av respondenterna att deras utgifter kommer att öka, 29 % tror inte på någon förändring och 6 % tror att de kommer att minska (figur 1.7).



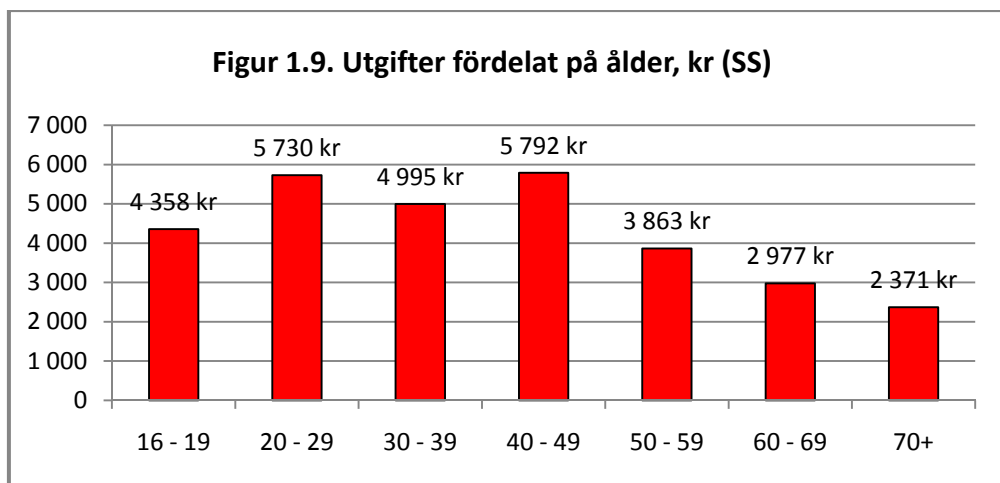
### 4.1.1 Jämförelser mellan olika grupper

Figurerna 1.8 till 1.17 visar hur de ekonomiska utgifterna varierar för olika grupper i samhället. Variansanalys (ANOVA) har använts för att testa om signifikanta skillnader föreligger ( $\alpha \leq 0,05$ ) mellan grupperna, vilket indikeras med (SS) om så är fallet och annars med (ES). Beloppen som används för denna jämförelse representerar kronor i genomsnitt per person och årstid.

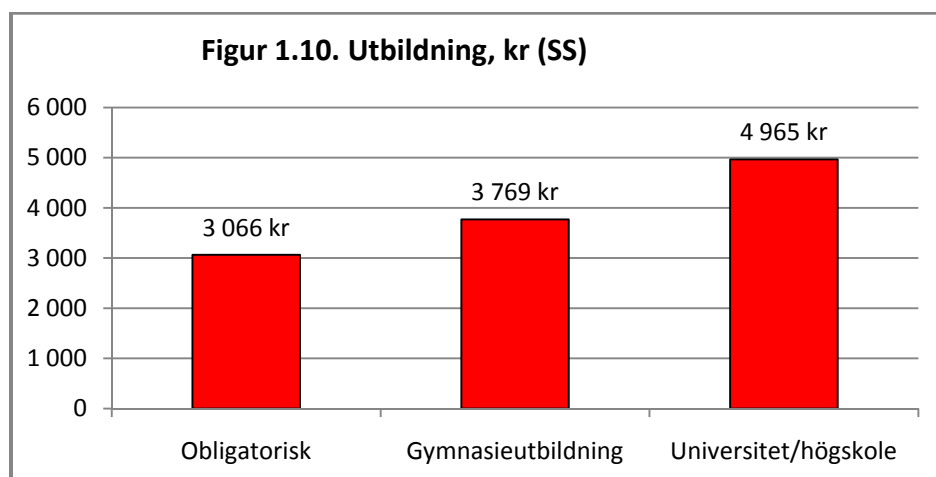
Till att börja med finner vi således att män i genomsnitt har högre utgifter för friluftaktiviteter, 4 752 kr, jämfört med kvinnor, 3 804 kr, (figur 1.8).



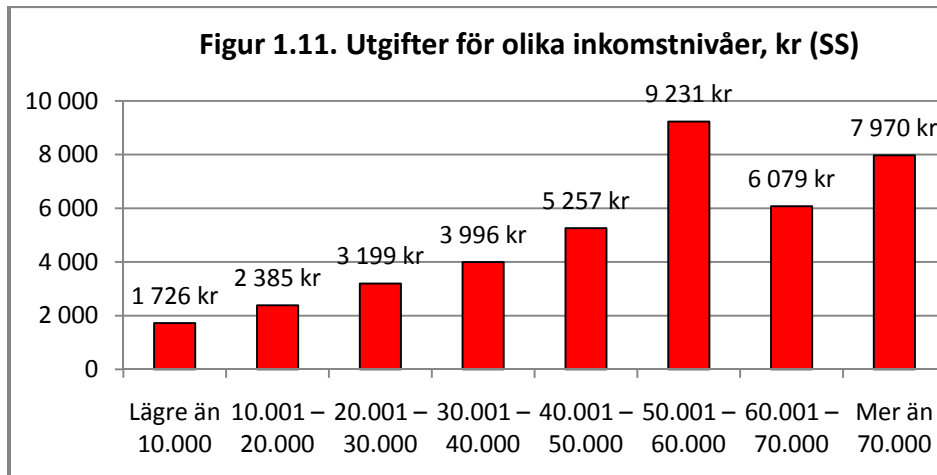
Vi finner också signifikanta skillnader i utgifter mellan olika åldersgrupper (figur 1.9). Således är de lägre för yngre individer, men framför allt för personer i de övre åldersgrupperna (50+). I det här fallet, då mer än två kategorier jämförs, säger oss resultatet att det föreligger minst en signifikant skillnad mellan kategorierna i figuren, men det krävs mer ingående analyser för att ta reda på var dessa skillnader finns. I figur 1.9 är t.ex. de genomsnittliga utgifterna för gruppen 16-19 år inte signifikant skilda från de genomsnittliga utgifterna hos någon av de övriga åldersgrupperna. De genomsnittliga utgifterna för respondenter i gruppen 70 år och äldre är inte signifikant skilda från de genomsnittliga utgifterna för grupperna 16-19 år, 50-59 år och 60-69 år. Däremot föreligger signifikanta skillnader jämfört med de genomsnittliga utgifterna för åldersgrupperna 20-29 år, 30-39 år och 40-49 år.



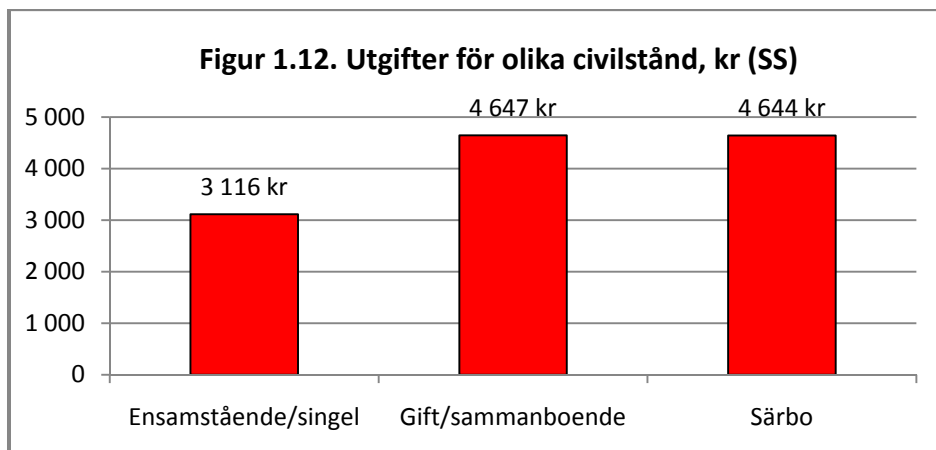
Vad gäller utbildning så finner vi att högre utbildning innebär högre utgifter för friluftaktiviteter (figur 1.10).



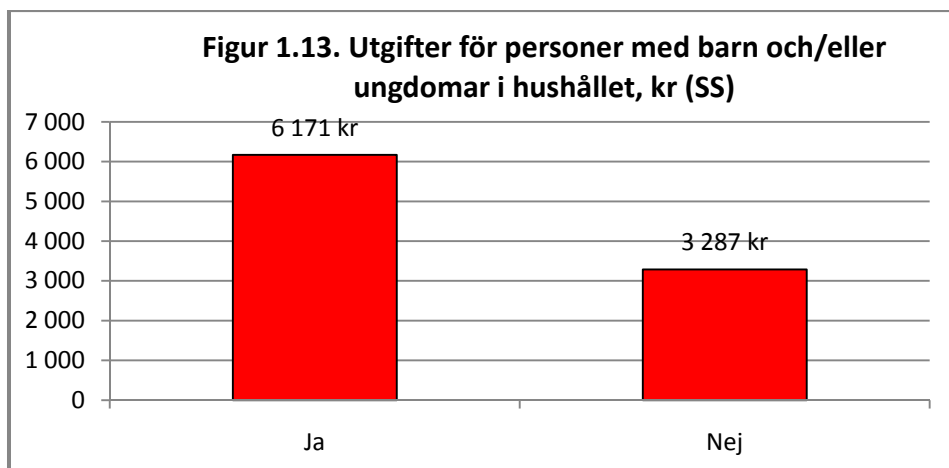
Vad gäller inkomst så finner vi ett förväntat positivt samband med utgifternas storlek upp till 60 000 kr per månad (hushållets sammanlagda inkomst efter skatt men inklusive ev. bidrag). För högre inkomstnivåer är sambandet inte lika tydligt (figur 1.11).



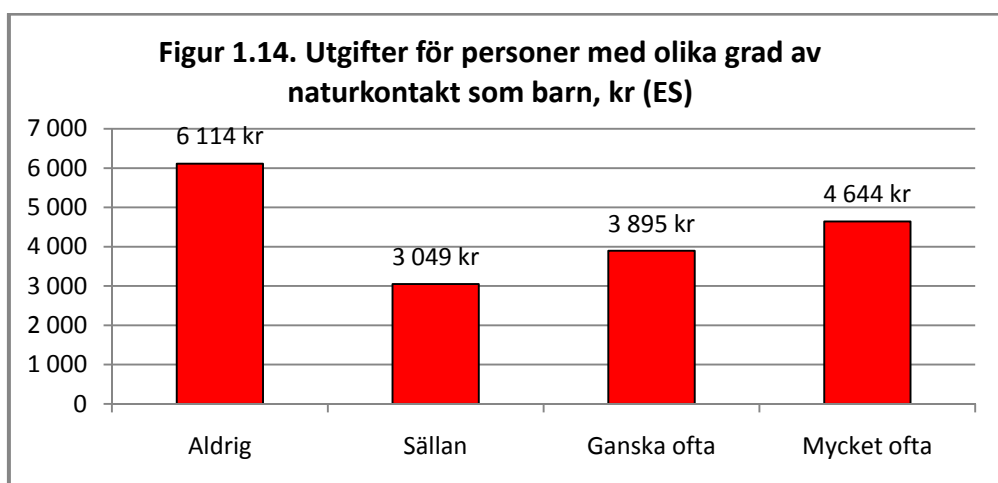
Personer som lever i en relation (gift, sammanboende, särbo) spenderar i genomsnitt mer än ensamstående (figur 1.12). Detta kan sannolikt förklaras av att ensamstående i högre grad är yngre personer som har lägre inkomst, dels att personer som lever i en relation i högre grad har utgifter för andras utövande.



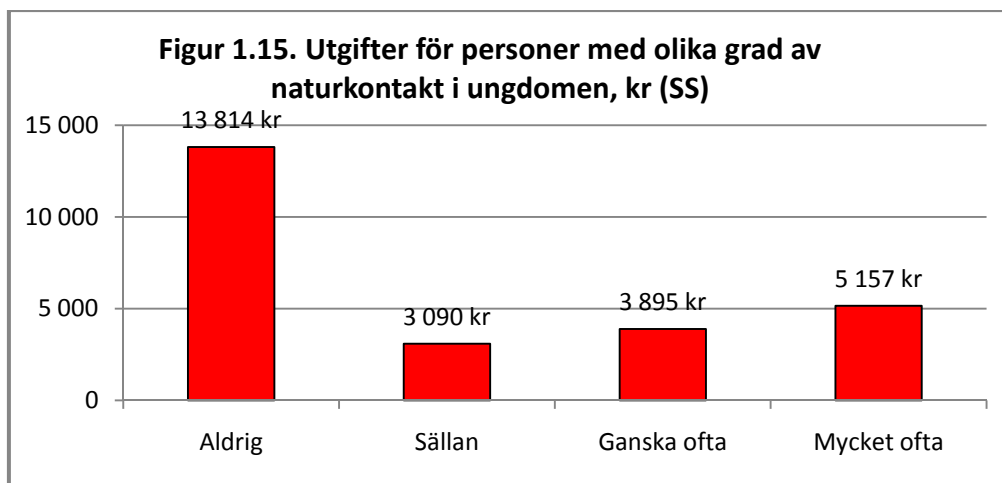
Respondenter med barn och/eller ungdomar (0-18 år) i hushållet har i genomsnitt högre utgifter för friluftaktiviteter jämfört med hushåll utan barn och ungdomar (figur 1.13).



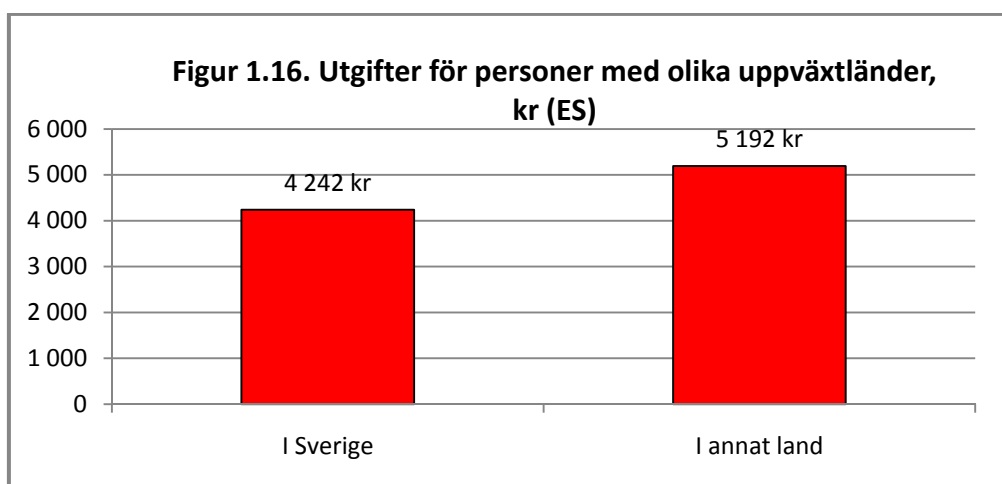
Som framgår av figur 1.14 så finner vi inga signifikanta skillnader i utgifter beroende på graden av naturkontakt som barn (ungefär hur ofta respondenten var ute i naturen som barn upp till 12 år).



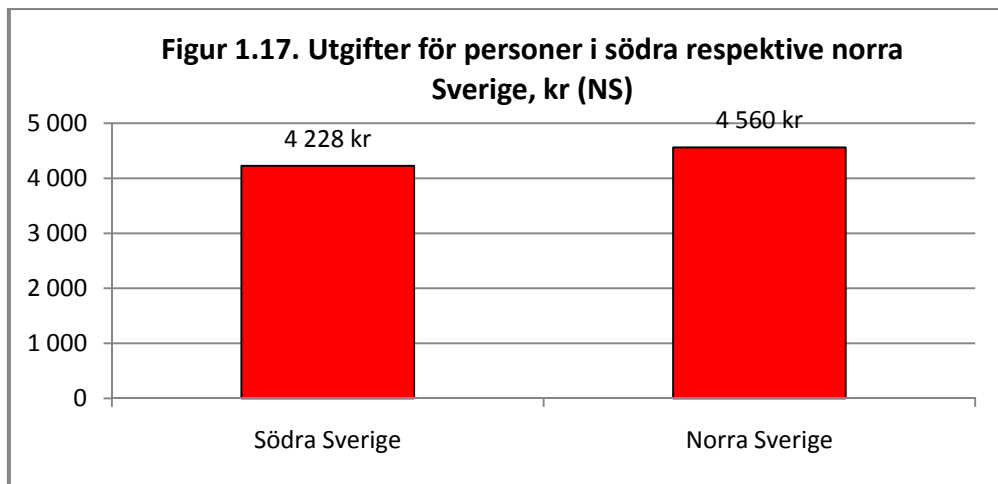
Ett liknande utgiftsmönster finner vi för personer med olika grad av naturkontakt i ungdomen (ungefär hur ofta var du ute i naturen som ung i åldern 13-17 år?), men i detta fall är skillnaderna statistiskt signifikanta (figur 1.15). Noteras bör emellertid att det är förhållandevis få respondenter i kategorin ”Aldrig” (cirka 1,5 % av det totala) varför några få höga värden får stor inverkan på resultaten i denna grupp. Om de högsta värden som rapporterades hade uteslutits från analysen hade det inte förelegat någon statistisk skillnad. Man bör alltså vara försiktig med att dra allt för stora slutsatser av resultatet.



Det spelar ingen roll om respondenten har växt upp i annat land än Sverige för de ekonomiska utgifternas storlek (figur 1.16).



Till sist finner vi heller inga statistiskt säkerställda skillnader i utgifter för friluftaktiviteter mellan personer som är bosatta i södra respektive norra Sverige (figur 1.17) med en tänkt gränsdragning ungefär i höjd med Dalälven.



## 4.2 Effekter på ekonomi och sysselsättning

För att beräkna friluftslivets betydelse för den svenska ekonomin i stort har vi använt oss av s.k. multiplikatoreffekter, vilket är ett etablerat tillvägagångssätt inom nationalräkenskaperna för att beräkna indirekta ekonomiska värden av konsumtion och sysselsättningseffekter. För de kategorier av utgifter vi tillfrågat respondenterna om har vi hämtat multiplikatorvärden från SCB. För att illustrera hur logiken bakom multiplikatoreffekter fungerar kan vi använda oss av ett enkelt exempel. Om en utövare av en friluftsjaktivitet, t.ex. skidåkning eller fiske, ”för ändamålet” övernattar på hotell så genererar denna konsumtion en inkomst för hotellet. Detta är det värde vi mätt genom att fråga utövaren om dennes konsumtion för boende. Hotellet å sin sida köper tjänster av underleverantörer och betalar sina anställda löner. De anställda använder inkomsten för olika typer av konsumtion och skapar därmed ett värde i andra delar av ekonomin, detta är exempel på en multiplikatoreffekt. Underleverantören har som regel också personal anställd och då uppstår samma effekt där, dvs. konsumtion genereras i flera led i samhällsekonomin. Företag och anställda betalar också skatt, pengar som används för vägar, skolor och annan offentlig service.

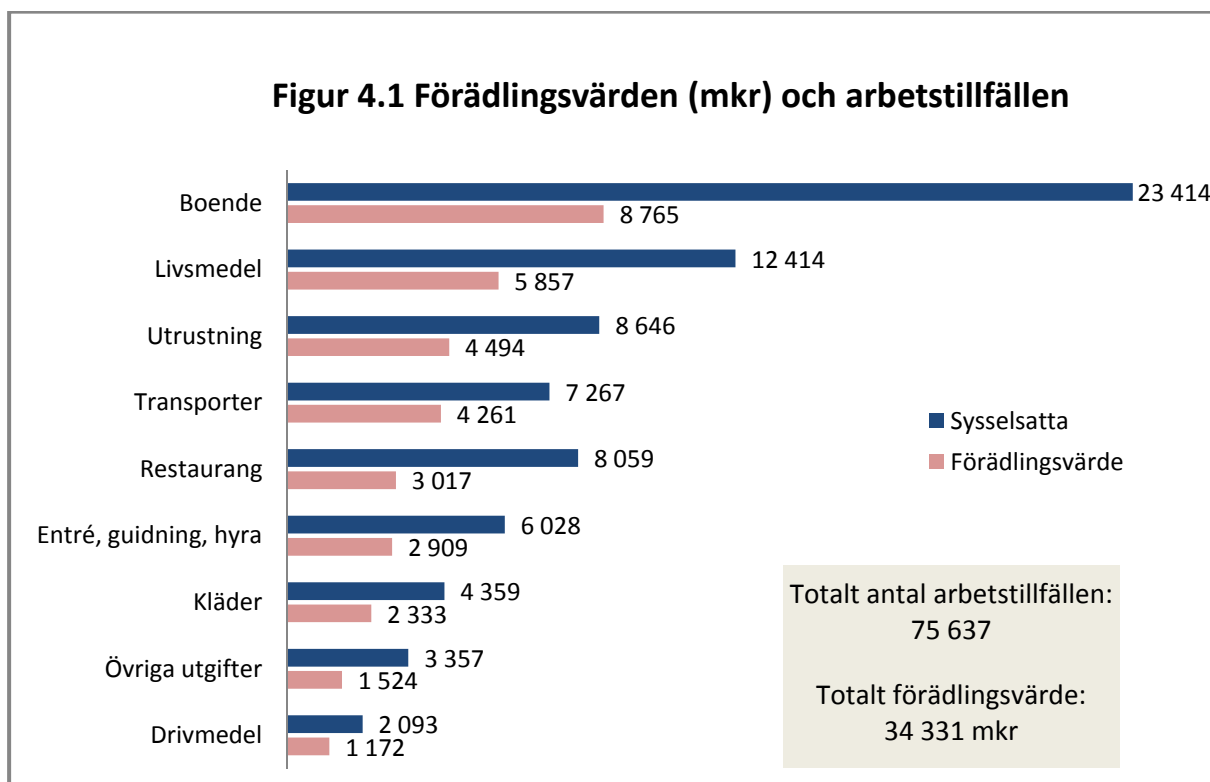
Samma princip som ovan gäller för de arbetstillfällena som blir resultatet av svenskarnas konsumtion av friluftsliv. Tag som exempel turister som köper hotellnätter för en miljon kronor. Detta ger hotellägarna intäkter på ca 840 000 kronor och resulterar i knappt 1,3 arbetstillfällen i hotellnäringen direkt. För att kunna producera dessa hotellnätter behöver näringen insatsvaror och tjänster som köps av underleverantörer vilka i sin tur behöver varor och tjänster för sin produktion. Om man följer alla dessa leveranser längs hela förädlingsvärdekedjan så resulterar de i ytterligare knappt ett halvt årsarbetstillfälle. Den totala sysselsättningseffekten av en miljon spenderat på hotell är således drygt 1,7 arbetstillfällen.

Baserat på de 72 332 miljoner kronor som svenskarna sammanlagt spenderar på friluftsliv i Sverige (se tabell 1.1) har, utifrån ovanstående principer, friluftslivets förädlingsvärde (bidrag till BNP) beräknats med hjälp av de olika utgiftskategorier som redovisas i figur 1.5 ovan. Eftersom multiplikatorer finns framtagna för ett stort antal sektorer i den svenska ekonomin är en av utmaningarna i denna beräkning att fördela utgifterna inom respektive kategori på rätt

sektorer i den svenska ekonomin så att de sammanlagda effekterna blir så rättvisande som möjligt.

Hur detta går till kan illustreras med följande exempel från bilaga B. Respondenterna redovisade sina utgifter för deltagande i friluftaktiviteter i nio kategorier och av de 72 332 mkr som svenskarna sammanlagt spenderade på friluftsliv under ett år var 11 274 mkr i kategorin livsmedel. Av detta belopp antas knapp 15 % eller 1 643 mkr tillhöra SCB sektorn ”bröd och spannmålsprodukter”. Detta antagande baseras på andelen ”bröd och spannmålsprodukter” i gruppen livsmedel för den svenska ekonomin i stort (inte bara friluftsliv). Utgifter i kategorin övriga utgifter (jfr fråga 2d i enkäten i bilaga A) fördelades på respektive sektor i proportion till storleken på de övriga åtta kategorierna. Således tilldelas sektorn ”bröd och spannmålsprodukter” ytterligare 76 mkr från kategorin övriga utgifter, och får ett sammanlagt värde på  $1\,643 + 76 = 1\,720$  mkr (efter avrundning). Från SCB har vi sedan erhållit multiplikatorer som är framtagna för att beräkna effekterna i ekonomin från konsumtion i de olika sektorerna. Dessa har multiplicerats med våra belopp baserade på utgifter för friluftsliv. Det innebär att de 1 720 mkr som representerar ”bröd och spannmålsprodukter” har multiplicerats med faktorn 0,580 för att erhålla de 998 mkr som alltså utgör förädlingsvärdet från denna sektor i den svenska ekonomin. På motsvarande sätt har beräkningar gjorts för alla de sektorer som finns redovisade i bilaga B, både avseende förädlingsvärden och arbetstillfällen.

Friluftslivets samlade förädlingsvärde har på detta sätt beräknats till 34 331 miljoner kronor fördelat på boende (8 765 mkr), livsmedel (5 857 mkr), utrustning (4 494 mkr), transporter (4 261 mkr), restaurang (3 017 mkr), entré, guidning och hyra (2 909 mkr), kläder (2 333 mkr), övriga utgifter (1 524 mkr) samt drivmedel (1 172 mkr).



Med samma beräkningsmodell som redovisas ovan kan vi alltså uppskatta friluftslivets effekter på sysselsättningen i Sverige (jfr bilaga B). Vi finner då att svenskarnas konsumtion för friluftsliv resulterar i 75 637 arbetstillfällen i den svenska ekonomin (figur 4.1). Den största sysselsättningen skapas från konsumtion av boende (23 414 arbetstillfällen), livsmedel (12 414 arbetstillfällen) och som en följd av inköp av utrustning (8 646 arbetstillfällen). Som framgår av figur 4.1 så finns ett nära samband mellan storleken på de förädlingsvärden som skapas i olika sektorer av ekonomin och sysselsättningseffekter.

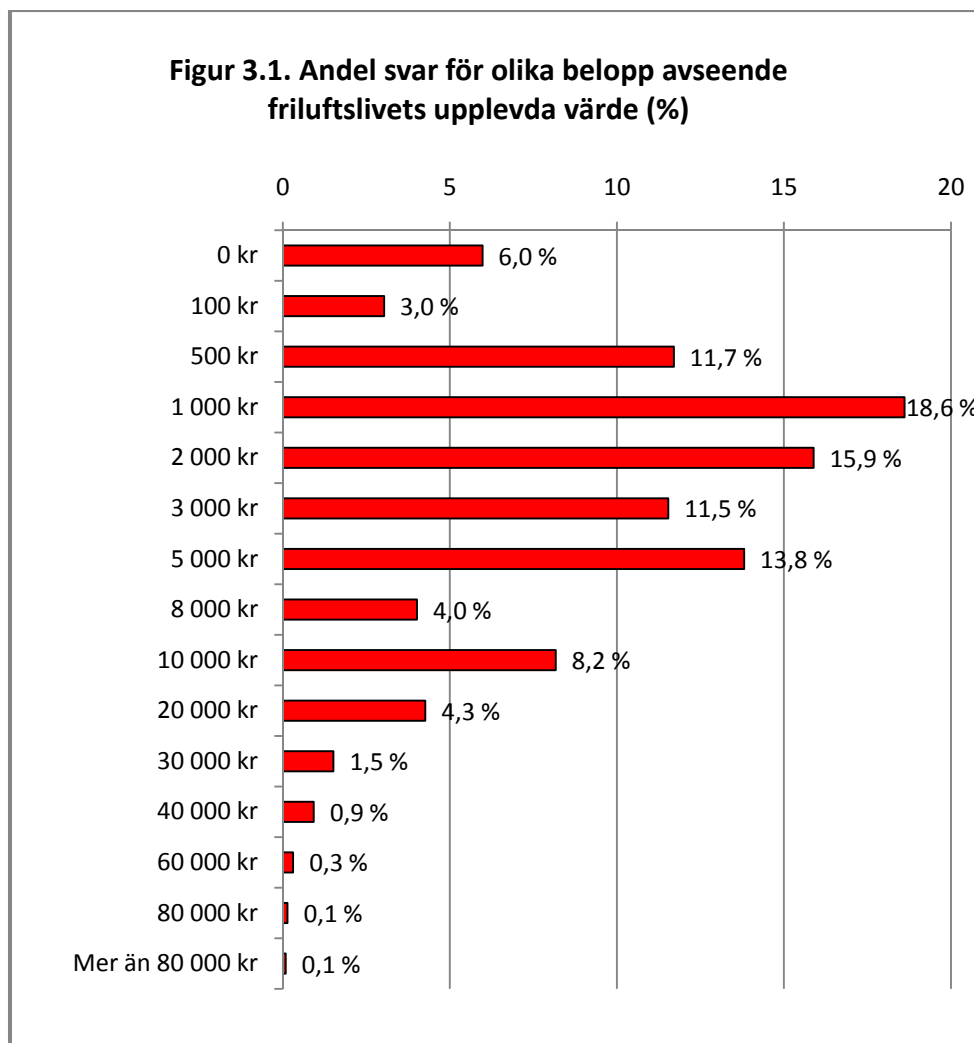
### 4.3 Friluftslivets upplevda värden

För att ta reda på hur mycket svenskarna värderar deltagandet i friluftsliv, mätt med ekonomiska termer, utöver det belopp de faktiskt spenderar för sitt deltagande gjordes en s.k. betingad värdering (se t.ex. Brännlund & Kriström, 1998). Betingad värdering innebär att man skapar en hypotetisk marknad där den svarande ombeds att ange sin maximala betalningsvilja för en förändring i tillgången till, eller bevarande av, en viss nytthet. I den här studien innebar det att personerna som svarade på enkäten ombads att ta ställning till följande fråga (se även bilaga A);

*Tänk nu återigen på de XX kr du spenderat perioden YY – YY 2009 för ditt eget och andra personers utövande av de aktiviteter vi frågat om. Uppskatta ungefär hur mycket högre utgifter du maximalt skulle ha varit beredd att acceptera under denna period, för dessa aktiviteter för dig själv och andra. (Tänk dig samtidigt att priserna för andra typer av varor och tjänster förblir oförändrade).*

Eftersom enkäten besvarades elektroniskt räknades värdet XX ut automatiskt för varje enskild respondent (medan YY-YY motsvarar någon av de tre tidsperioderna studien omfattade). Svaret på värderingsfrågan lämnades genom att respondenten ombads att välja ett av 15 förutbestämda belopp (mellan ”0” kr och > 80 000 kr) och kryssa det alternativ som ligger närmast hans eller hennes värdering, dvs. hur mycket högre utgifter respondenten maximalt skulle vara beredd att acceptera. Svarens fördelning på de olika beloppen visas i figur 3.1. Flest svar återfinns i intervallet mellan 500 – 5 000 kr (drygt 70 % av alla svarande), och ca 7 % av alla respondenter är villiga att betala 20 000 kr eller mer.

Vi vet att en respondent som väljer att kryssa för värdet 500 kr är beredd att acceptera ökade kostnader för friluftsliv motsvarande åtminstone detta belopp. Betalningsviljan kan dock vara högre än så (upp till 999 kr), och hade respondenten varit beredd att acceptera kostnader på 1000 kr så hade detta belopp markerats istället. För den här rapporten har vi valt att basera beräkningarna på de värden som respondenterna har angivit, vilket innebär en konservativ beräkning. Med hjälp av beloppen som redovisas i figur 3.1 beräknas således den sammanlagda genomsnittliga betalningsviljan (de högre utgifter respondenten maximalt skulle vara beredd att acceptera) till 4 836 kr för de respondenter som hade någon form av utgift för friluftaktiviteter (för egen del eller andra), vilket utgör 59 % av alla respondenter.



De återstående respondenterna (41 %) kan delas in i två grupper; (i) de som inte alls ägnar sig åt friluftsliv samt (ii) de som ägnar sig åt friluftsliv men utan att ha några ekonomiska utgifter för detta. Tidigare studier kring svenskarnas deltagande i friluftaktiviteter tyder emellertid på att den förra gruppen är förhållandevis liten. Bland 1793 svarande i den ovan nämnda nationella undersökningen av friluftslivet i Sverige återfanns endast 11 respondenter (0,6 %) som inte hade ägnat sig åt en enda friluftaktivitet (bland 43 möjliga) någon gång under en 12-månaders period (Fredman m.fl., 2008b). Därför väljer vi att här fokusera på personer i den senare gruppen.

Storleken på betalningsviljan hos denna grupp (som alltså inte mättes direkt i enkäten) kan uppskattas med hjälp av en regressionsanalys där betalningsviljan uttrycks som en funktion av variabler utifrån svaren från de 59 % av respondenterna som hade någon form av utgift för friluftaktiviteter. I detta syfte beräknades en vanlig linjär regressionsmodell med betalningsviljan som beroende variabel och ekonomiska utgifter, civilstatus, barn i hushållet, utbildning, inkomst, kön, ålder, naturkontakt samt etnisk bakgrund som oberoende variabler. Flertalet av de oberoende variablerna var inte statistiskt signifikanta och exkluderades från den slutliga modellen (tabell 3.1), från vilken vi kan se att betalningsviljan är positivt korrelerad med höga utgifter för friluftsliv, hög inkomst, män, låg ålder samt stor naturkontakt som barn.

**Tabell 3.1. Regressionsmodell över betalningsviljan för friluftsliv**

	Koefficient	Signifikans (p-värde)
Konstant	374	0,615
Utgifter	0,049	0,000
Inkomst	743	0,000
Man	1 563	0,000
Ålder	- 36	0,000
Naturkontakt ung	631	0,001

Regressionsanalysen visar att modellen som helhet är signifikant ( $F=47,3$ ;  $p=0,000$ ) liksom de inkluderade oberoende variablerna, men förklaringsgraden är förhållandevis låg ( $R^2 = 0,071$ ). Med hjälp av denna modell kan vi uppskatta betalningsviljan till i genomsnitt 3 837 kr för respondenter vilka ägnar sig åt friluftsliv men utan att ha några ekonomiska utgifter för detta för den aktuella undersökningsperioden.

Om vi låter multiplicera de genomsnittliga värdena framräknade ovan med antalet personer i Sverige i den åldergrupp studien omfattar (7 537 631 personer) så erhåller vi ett mått på den totala betalningsviljan (konsumentöverskottet) för svenskarnas friluftaktiviteter. Vi finner då att de personer som hade någon form av utgift för friluftaktiviteter (59 % av samtliga) har en sammanlagd betalningsvilja motsvarande  $0,59 \times 7\,537\,631 \times 4\,836$  kr = 21 507 miljoner kr och de som inte hade några utgifter för friluftaktiviteter (41 % av samtliga) har en sammanlagd betalningsvilja på  $0,41 \times 7\,537\,631 \times 3\,837$  kr = 11 858 miljoner kr. Det innebär att den totala betalningsviljan (konsumentöverskottet) utöver de utgifter svenskarna har för friluftsliv (96 580 miljoner kr) uppgår till 33 365 miljoner kr, dvs. utgör cirka en tredjedel av de faktiska utgifterna.

En mer försiktig beräkning av den sammanlagda betalningsviljan skulle innebära att vi gör antagandet att de som inte hade några utgifter för friluftaktiviteter har en betalningsvilja som är lika med noll. I så fall utgör den totala betalningsviljan de 21 507 miljoner kr som redovisas ovan. Vi väljer emellertid att redovisa det högre beloppet (33 365 mkr) mot bakgrund av att det i sig bygger på en konservativ tolkning av svaren på värderingsfrågan. Läsaren bör dock vara medveten om att det kan bli förhållandevis stora variationer i den här typen av beräkningar beroende på vilka antaganden de utgår från.

#### 4.4 Deltagande i organiserade aktiviteter

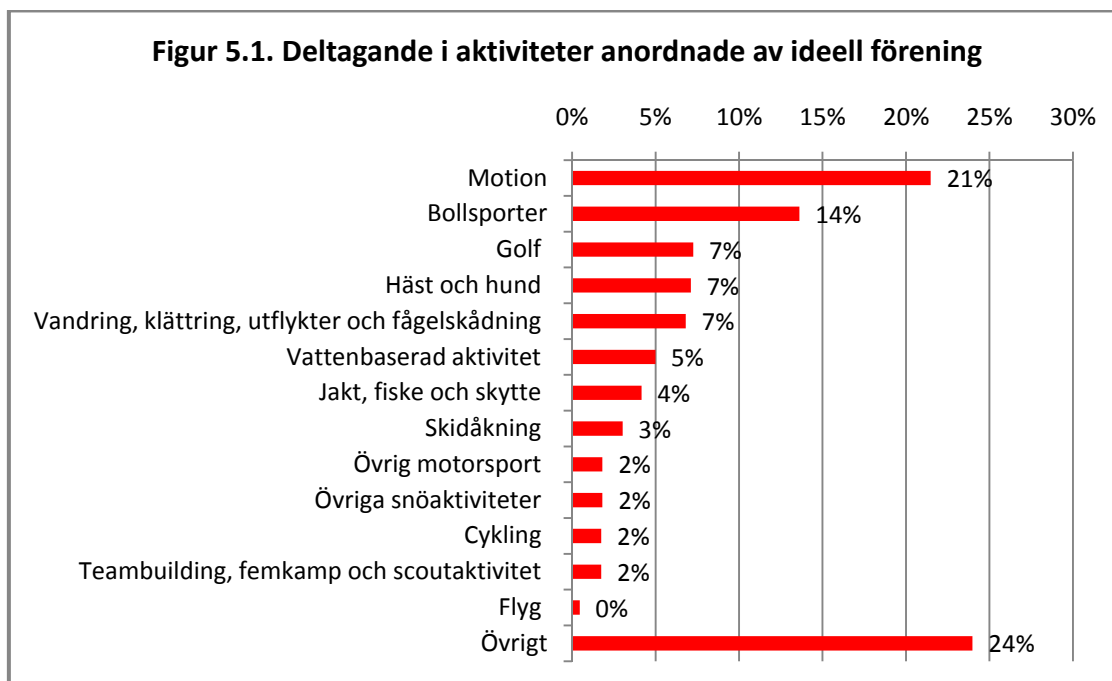
Deltagarna i undersökningen tillfrågades också i vilken utsträckning de deltagit i friluftaktiviteter som i någon mån varit organiserade. Huruvida deltagandet i friluftsliv sker organiserat eller på mer individuell basis har naturligtvis betydelse för de ekonomiska värden som uppstår, och vi redovisar här hur det ligger till avseende friluftsliv organiserat genom ideella organisationer respektive kommersiella aktiviteter organiserade genom företag. För

båda kategorierna kan nämnas att det tycks något vanligare med organiserade aktiviteter under sommarperioden, än under övriga delar av året. Undersökningen säger dock inget om intensiteten i hur ofta respondenten deltar i organiserade aktiviteter. Resultatet visar att det är dubbelt så vanligt med deltagande i friluftslivsaktiviteter som arrangeras av ideella organisationer (20 %) än av privata (10 %), men också att de allra flesta (70 %) inte deltar i organiserade aktiviteter.

Deltagandet i organiserade friluftslivsaktiviteter redovisades genom öppna svar, d v s respondenten beskrev med egna ord vilken eller vilka aktiviteter det handlade om. Det gör att kategorierna inte helt svarar mot de fasta alternativ som förekom tidigare i studien, även om många överensstämmer. På grund av den mångfald av aktiviteter som respondenterna uppgivit har en kategorisering gjorts för att skapa ett mer överskådligt material.

### *De ideellt organiserade friluftslivsaktiviteterna*

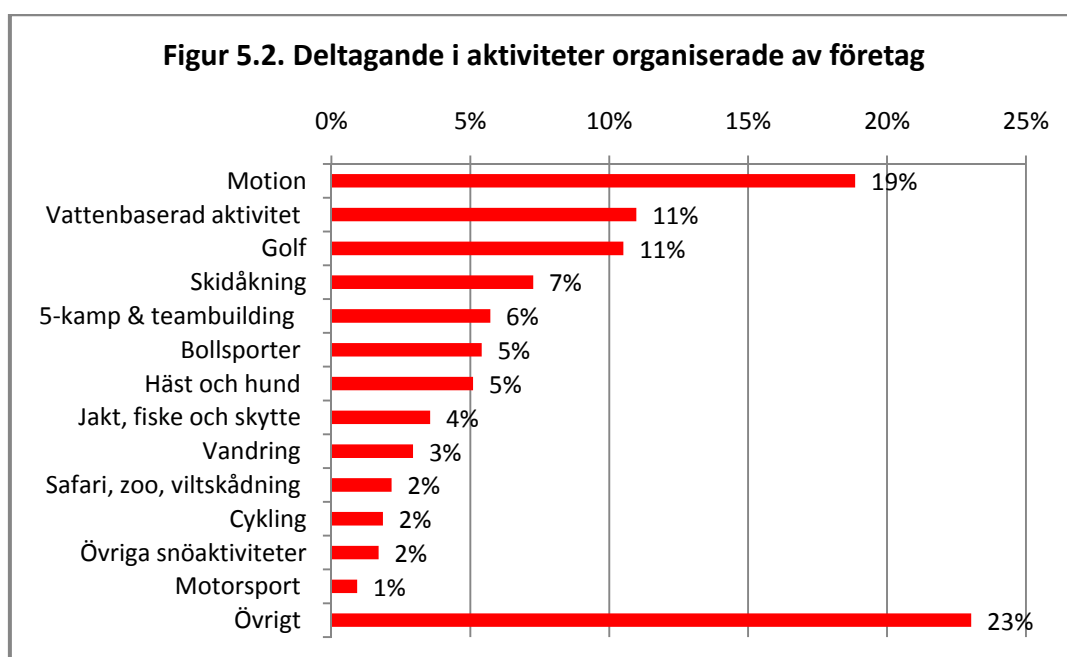
Av de ideellt organiserade friluftslivsaktiviteterna är motionsaktiviteter de vanligaste med 21 % av de lämnade svaren (figur 5.1). Bland dessa dominerar de lättare motionsformerna, såsom promenader och stavgång och utgör två tredjedelar av den kategorin, medan löpning, jogging och orientering utgör en tredjedel av dessa aktiviteter. Bollsporter (14 %) och golf (7 %) hör också till de vanligare aktiviteterna som nämns här, men som i undersökningen i övrigt inte klassats som friluftsliv. Eftersom frågan explicit ställts om friluftsliv skulle det kunna tolkas som att relativt många uppfattar dessa som friluftsliv. Det kan också sägas illustrera det faktum att gränsdragningen kring friluftsliv inte är självklar. Svaren visar också att många tenderar att tolka frågan som fritidsaktiviteter, snarare än friluftslivsaktiviteter.



Att delta i organiserade aktiviteter med häst och hund (7 %), där hund dominerar, är också relativt vanligt, liksom vandring, klättring och andra utflykter. Bland de vattenbaserade aktiviteterna (5 %) utgör paddling med kajak/kanot ungefär hälften. Ungefär 25 % av alla svar utgjorde enstaka aktiviteter som inte passade in i ovanstående kategorier, varför de av redovisningsskäl inte kunde klassificeras som annat än övrigt. På det hela taget är det en stor mängd olika aktiviteter som varit kopplad till någon form av ideell förening, vilket kan sägas spegla det rika föreningslivet i landet, men också den vida tolkning människor gör av området friluftsliv.

### *De företagsorganiserade friluftaktiviteterna*

Av de friluftaktiviteter som respondenterna deltog i och som var ordnade av ett företag (figur 5.2) är det också här motionsaktiviteter (brett definierade) som är vanligast (19 %). Knappt hälften av dessa gällde någon lättare form av motion, som olika former av promenader, en fjärdedel jogging eller löpning. Vattenbaserade aktiviteter utgör 11 % vilket är en avsevärt högre andel jämfört med motsvarande siffra för ideellt organiserade aktiviteter. Golf kommer högt upp i deltagande med 11 % av svaren. Bollsporter hamnar däremot betydligt lägre jämfört med det ideellt organiserade med 5 % av svaren. Detta ter sig rimligt då bollsporter i större utsträckning kan förväntas vara organiserade i ideella föreningar än av företag. Skidåkning nämns av 7 %, Häst och hund förekommer också här (5 %) och jakt och fiske (4 %). Teambuilding nämns också relativt ofta (6 %) vilket antyder att dessa aktiviteter varit kopplade till friluftaktiviteter, men också att de skett på arbetstid. Även om undersökningen registrerar färre svar gällande aktiviteter som ordnats av företag gäller även här att det finns en stor kategori övrigt som innehåller ett stort antal aktiviteter med enstaka observationer. Ungefär en fjärdedel av svaren kan sägas gälla enstaka aktiviteter.



### *Motiv för deltagande i organiserat friluftsliv*

Sociala faktorer är den viktigaste förklaringen till deltagande i någon form av organiserad aktivitet. Det gäller både ideellt organiserade aktiviteter och de som ordnas av företag (ungefär 30 % av respondenterna uppger detta som motiv i båda kategorierna). Det handlar om gemenskap, trevligt umgänge och att träffa nya, trevliga människor. Ett närbesläktat svar är att det helt enkelt är en rolig aktivitet. Av de som deltagit i ideellt organiserade aktiviteter angav 7 % detta som motiv jämfört med 2 % av deltagarna i företagsorganiserade aktiviteter. Ett motiv bland de företagsorganiserade aktiviteterna är att aktiviteten är välorganiserad och att det möjliggör ett deltagande som annars skulle varit både krångligt och förenat med en större investering i utrustning eftersom sådan funnits att hyra i sammanhanget, eller ingått som en del av tjänsten. Organiserade former av friluftsliv är för många också ett sätt att få draghjälp i att utöva fysisk aktivitet. Det är något vanligare som motiv för ideell aktivitet (17 %) än för företagsorganiserad (11 %).

## 5. Slutsatser

Att med ekonomiska mått kvantifiera en så pass bred och mångfacetterad företeelse som friluftsliv innebär flera utmaningar, samtidigt som det är vår förhoppning att denna studie kan bidra till ny kunskap kring friluftslivets ekonomiska värden i Sverige. Beräkningarna i rapporten kan användas för att ställa friluftslivet i relation till annan verksamhet i samhället, men också för att belysa hur friluftslivet bidrar till samhällsekonomin i stort. De torde också ge en ganska detaljerad kunskap kring människors konsumtionsvanor som kan kopplas till deltagande i friluftsliv. Därmed bidrar rapporten till att öka förståelsen för friluftslivet som ekonomisk faktor och inte bara en vanlig och uppskattad fritidssysselsättning hos många svenskar.

Avslutningsvis kan vi sammanfatta de viktigaste slutsatserna från studien i följande 22 punkter (där beloppen från ovanstående beräkningar avrundats så att de bättre speglar den osäkerhet som dylika analyser alltid innehåller);

### *Ekonomiska utgifter för friluftaktiviteter*

- Det är vanligast med ekonomiska utgifter för enkla vardagsnära aktiviteter som att ströva i skog och mark (t ex för att titta på naturen, plocka svamp och bär), nöjes- och motionspromenad (inklusive promenad med hund), picknick och grilla i naturen, cykla på vägar eller i terrängen samt utomhusbad.
- Aktiviteter där utgifterna är relativt konstanta över årets olika årstider är nöjes- och motionspromenad (inklusive promenad med hund), jogga, terränglöpning, stavgång, naturstudier och orientering. Övriga aktiviteter följer i stort sett förväntade årstidsvariationer.
- Svenskarna spenderade i genomsnitt ca 12 800 kr på friluftaktiviteter under 2009, varav ca 9 600 kr var i Sverige (ca 5 800 kr i regionen där respondenten bor och ca 3 800 kr i övriga Sverige), dvs. tre fjärdedelar av de totala utgifterna sker i Sverige och en fjärdedel utomlands.
- Totalt sett uppgick svenskarnas utgifter för friluftaktiviteter 2009 till ca 96 600 miljoner kr, varav ca 72 300 miljoner i Sverige.
- Störst utgifter har man för boende (20 % av utgifterna) följt av utrustning (15 %), transporter (14 %) och livsmedel (14 %). Tjänster och produkter direkt kopplade till själva naturupplevelsen (entrébiljetter, guidning, medlems- och deltagaravgifter) utgör en förhållandevis liten del av friluftslivets ekonomi.
- Svenskarna spenderar mest under sommaren (maj-augusti) och minst på hösten (september-december). Utgifter för boende och kläder har små årstidsvariationer medan utgifter för transporter samt entrébiljetter, guidning, medlems- och deltagaravgifter är störst under vintern och vårvintern.
- Två tredjedelar av svenskarna tror att deras utgifter för friluftaktiviteter kommer att öka inom ca fem år, 29 % tror inte på någon förändring och 6 % tror att de kommer att minska.
- Män har i genomsnitt högre utgifter för friluftaktiviteter än kvinnor.
- Utgifterna för friluftaktiviteter är störst för medelålders personer och betydligt lägre för äldre.
- Personer med högre utbildning har också högre utgifter för friluftaktiviteter jämfört med personer med längre utbildning.

- Personer med högre inkomst har också högre utgifter för friluftaktiviteter jämfört med personer med längre inkomst.
- Personer som lever i en relation (gift, sammanboende, särbo) spenderar i genomsnitt mer än ensamstående.
- Om det finns barn och/eller ungdomar (0-18 år) i hushållet är utgifterna för friluftaktiviteter högre jämfört med hushåll utan barn och ungdomar.
- Ingen naturkontakt i ungdomen innebär större utgifter för friluftaktiviteter jämfört med de som hade olika grad av naturkontakt.

#### *Effekter av svenskarnas utgifter för friluftaktiviteter på ekonomi och sysselsättning*

- Förädlingsvärdet i den svenska ekonomin till följd av svenskarnas konsumtion för friluftsliv uppgår till ca 34 300 miljoner kr. Störst är det för boende, följt av livsmedel och utrustning.
- Friluftslivets effekter på sysselsättningen i Sverige uppgår till ca 75 600 arbetstillfällen. Största sysselsättningseffekten är till följd av konsumtion av boende, livsmedel och inom området utrustning.

#### *Friluftslivets uppleva värden*

- Den genomsnittliga betalningsviljan utöver de utgifter man har för friluftaktiviteter är ca 4 800 kr för de personer som hade någon form av utgift för friluftaktiviteter. Motsvarande betalningsvilja för de som inte hade några utgifter för friluftaktiviteter är ca 3 800 kr.
- Den totala betalningsviljan (konsumentöverskottet) utöver de utgifter svenskarna har för friluftaktiviteter uppgår till ca 33 400 miljoner kr, dvs. cirka en tredjedel av de faktiska utgifterna.
- Betalningsviljan för friluftaktiviteter är positivt korrelerad med höga utgifter för friluftsliv, hög inkomst, män, låg ålder samt stor naturkontakt som barn.

#### *Det organiserade friluftslivet*

- Det är dubbelt så vanligt med deltagande i friluftslivsaktiviteter som arrangeras av ideella organisationer jämfört med privata arrangörer, men de allra flesta (70 % av de svarande) deltar inte i organiserade aktiviteter.
- Olika former av motionsaktiviteter (t.ex. promenader, stavgång, löpning, jogging, orientering) är vanligast bland både ideellt organiserade friluftaktiviteter och aktiviteter organiserade genom företag.
- Sociala faktorer är det viktigaste motivet till deltagande i organiserat friluftsliv. Det gäller både ideellt organiserade aktiviteter och de som ordnas av företag.

## Referenser

- Alberini, A. & Kahn, J.R. 2006. *Handbook on Contingent Valuation*. Edward Elgar, Northampton, MA, USA. 437 s.
- Brännlund, R. & Kriström, B. 1998. *Miljöekonomi*. Studentlitteratur, Lund.
- Emmelin, L. Fredman, P. Sandell, K. & Lisberg Jensen, E. 2010. *Planera för friluftsliv – Natur, samhälle, upplevelser*. Carlsson bokförlag.
- Fredman, P., Boman, M., Lundmark, L. & Mattsson, L. 2008a. *Friluftslivets ekonomiska värden – en översikt*. Forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring, rapport nr. 5, september 2008. [www.friluftsforskning.se](http://www.friluftsforskning.se)
- Fredman, P., Karlsson, S-E., Romild, U. & Sandell, K. (Red.) 2008b. *Vilka är ute i naturen? Delresultat från en nationell enkät om friluftsliv och naturturism i Sverige*. Forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring, rapport nr. 1, juni 2008. [www.friluftsforskning.se](http://www.friluftsforskning.se)
- Fredman, P., Wall Reinius, S. & Lundberg, C. 2009. *Turism i natur. Definitioner, omfattning, statistik*. Turismforskningsinstitutet ETOUR, Mittuniversitetet, Östersund. Rapport R2009:23. 126 sid.
- Loomis, J.B. & Walsh, R.G. 1997. *Recreation Economic Decisions: Comparing Benefits and Costs*. Venture Publishing, State College, Pennsylvania.
- Rylander, R.G., Propst, D.B. and McMurtry, T.R. 1995. 'Nonresponse and Recall Biases in a Survey of Traveler Spending', *Journal of Travel Research*, 33(4):39-45.

## Bilagor

- A. Enkäten
- B. Underlag för beräkning av förädlingsvärden och sysselsättningseffekter

# Bilaga A: Webbenkät för mätning av friluftslivets ekonomiska värden

*Kursiv (blå) text anger instruktioner och förklaringar som ej varit synliga för respondenterna.*

---

*Inledande kontakt (e-post) från Norstat*

**Hej,**

Som medlem i panel.se erhåller du denna förfrågan om att delta i en enkät.

Frågorna tar ca 5-10 minuter att besvara och du erhåller då 10 poäng som sätts in på ditt värdekonto när undersökningen avslutats.

Klicka på länken nedan så kommer du direkt till undersökningen:

<slink>

Om länken inte fungerar, vänligen kopiera länktextern och klistra in den i din webbläsare.

Du är självklart fullständigt anonym i undersökningen och ditt deltagande kan inte ersättas med någon annan. Du får alltid ersättning när du deltar i någon av våra undersökningar.

Hur har vi fått din mailadress?

För en tid sedan var du med i en telefonintervju där vi på slutet frågade om vi fick återkomma med undersökningar på internet. Vid det tillfället fick vi din emailadress.

Företaget som skickar undersökningen heter Norstat och i den här undersökningen samarbetar vi med forskare vid Mittuniversitet. Mer information om oss finns på vår hemsida, <http://www.norstat.se>. Om du har några frågor är du välkommen att maila till [support@panel.se](mailto:support@panel.se).

Med vänliga hälsningar

Panel Support

*Första sidan i enkäten*

**I den här enkäten ställer vi frågor om ekonomiska utgifter du haft för olika fritidsaktiviteter under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX 2009**.**

**Tänk på följande:**

\* Frågorna avser de utgifter du haft, även om själva utövandet sker vid annan tidpunkt.

\* En och samma utgift ska aldrig uppges två gånger.

\* Inkludera utgifter för all utrustning, kläder etc. som är användbar för respektive aktivitet.

\* En del frågor är svåra att svara exakt på. Försök då att ge ett ungefärligt svar – alla svar är lika viktiga!

**1a. Här nedan räknar vi upp ett antal aktiviteter man kan ägna sig åt utomhus på fritiden. Har du under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX 2009** haft utgifter för ditt eget utövande av någon eller några av dessa aktiviteter? Markera i listan nedan den eller de aktiviteter du haft utgifter för.**

- Ströva i skog och mark (t ex för att titta på naturen, plocka svamp och bär)
- Nöjes- och motionspromenad, promenad med hund
- Vandra (i fjällen eller på annan plats)
- Jogga, terränglöpning, stavgång
- Cykla (på vägar, i terrängen)
- Bada utomhus, solbad, dykning, snorkling
- Fritidsfiska, jaga
- Picknick, grilla i naturen
- Studera växter, djur, fåglar etc.
- Tälta eller annan övernattning i naturen
- Segla, surfing, paddla kanot, kajak
- Åka vattenskidor, wakeboard
- Rida i terräng, köra/åka hundspann
- Åka längdskidor, turskidor, gå på snöskor
- Åka utför på skidor, snowboard
- Åka skridskor, långfärdsskridskor
- Åka pulka, kälke
- Köra eller åka motorbåt
- Köra eller åka snöskoter
- Köra eller åka vattenskoter, jetski
- Orientera
- Klättra, bestiga berg
- Åka rullskridskor, inlines, rullskidor, skateboard
- Utöva paintball, rollspel (lajv), geocaching
- Flyga segelflygplan, segla kite/drake, hanggliding, fallskärmshoppning
- Har ej haft utgifter för något av ovanstående

*Om 1a= "har ej haft utgifter" - GÅ TILL FR 2a*

**1b. Du har haft utgifter för en eller flera av följande aktiviteter;**

*De aktiviteter som respondenten kryssar i fråga 1a visas här*

**Tänk nu på de utgifter du haft under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX 2009** för ditt utövande i dessa aktiviteter. Ange nedan ungefär hur stora dina utgifter varit fördelat på följande kategorier;**

För utgifter du ev. delat med andra personer (t.ex. boende, transporter) ange din andel av utgiften

Transporter: \_\_\_\_\_ kr

Drivmedel: \_\_\_\_\_ kr

Boende: \_\_\_\_\_ kr

Livsmedel: \_\_\_\_\_ kr

Restaurang: \_\_\_\_\_ kr

Utrustning: \_\_\_\_\_ kr

Kläder: \_\_\_\_\_ kr

Entrébiljetter, guidning, medlems- och deltagaravgifter: \_\_\_\_\_ kr

Övriga utgifter: \_\_\_\_\_ kr



**2a. Här nedan räknar vi upp samma aktiviteter som tidigare. Nu ber vi dig att tänka på eventuella utgifter du haft för andra personers utövande av dessa aktiviteter. Det kan vara utgifter som du haft för barn, make/maka, sambo, släktingar eller vänner. Liksom tidigare ska utgifterna ha skett under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX** 2009. Markera i listan nedan den eller de aktiviteter du haft utgifter för.**

- Ströva i skog och mark (t ex för att titta på naturen, plocka svamp och bär)
- Nöjes- och motionspromenad, promenad med hund
- Vandra (i fjällen eller på annan plats)
- Jogga, terränglöpning, stavgång
- Cykla (på vägar, i terrängen)
- Bada utomhus, solbad, dykning, snorkling
- Fritidsfiska, jaga
- Picknick, grilla i naturen
- Studera växter, djur, fåglar etc.
- Tälta eller annan övernattning i naturen
- Segla, surfing, paddla kanot, kajak
- Åka vattenskidor, wakeboard
- Rida i terräng, köra/åka hundspann
- Åka längdskidor, turskidor, gå på snöskor
- Åka utför på skidor, snowboard
- Åka skridskor, långfärdsskridskor
- Åka pulka, kälke
- Köra eller åka motorbåt
- Köra eller åka snöskoter
- Köra eller åka vattenskoter, jetski
- Orientera
- Klättra, bestiga berg
- Åka rullskridskor, inlines, rullskidor, skateboard
- Utöva paintball, rollspel (lajv), geocaching
- Flyga segelflygplan, segla kite/drake, hanggliding, fallskärmshoppning
- Har ej haft utgifter för något av ovanstående

*Om 1a= "har ej haft utgifter" OCH 2= "har ej haft utgifter" – GÅ TILL FR 4 OCH SEN FR 7*

*Om 2a= "har ej haft utgifter" - GÅ TILL FR 3*

**2b. Du har för andra personers räkning haft utgifter för en eller flera av följande aktiviteter;**

*De aktiviteter som respondenten kryssar i fråga 2a visas här*

**Tänk nu på de utgifter du haft under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX** 2009 för andra personers utövande av dessa aktiviteter. Ange nedan ungefär hur stora dina utgifter varit fördelat på följande kategorier;**

(Tänk på att inte uppge utgifter du angett i föregående fråga som du haft för din egen del)

Transporter: \_\_\_\_\_ kr

Drivmedel: \_\_\_\_\_ kr

Boende: \_\_\_\_\_ kr

Livsmedel: \_\_\_\_\_ kr

Resturang: \_\_\_\_\_ kr

Utrustning: \_\_\_\_\_ kr

Kläder: \_\_\_\_\_ kr

Entrébiljetter, guidning, medlems- och deltagaravgifter: \_\_\_\_\_ kr

Övriga utgifter: \_\_\_\_\_ kr





---

Nu följer några frågor som handlar om deltagande i organiserade fritidsaktiviteter utomhus, dvs. aktiviteter arrangerade av en ideell förening eller ett företag. En ideell förening kan t.ex. vara en friluftsförening och företag kan vara turistföretag, guideföretag etc. Aktiviteter du företar dig på egen hand räknas inte in.

---

7. Har du under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX** 2009 deltagit i någon fritidsaktivitet utomhus arrangerad av en ideell förening?

- Ja >> [fråga 8a](#)
- Nej >> [fråga 9](#)

8a. Ange nedan vilken eller vilka aktiviteter du deltog i, som arrangerades av en ideell förening under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX** 2009:

---

*Fråga 8b har utgått*

8c. Det kan finnas många olika orsaker till varför man väljer att delta i ideellt organiserade fritidsaktiviteter. Ange nedan den eller de viktigaste orsakerna till varför du deltar i fritidsaktiviteter utomhus som arrangeras av en ideell förening.

---

9. Har du under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX** 2009 deltagit i någon organiserad fritidsaktivitet utomhus arrangerad av ett företag?

- Ja >> [fråga 10a](#)
- Nej >> [fråga BGI](#)

10a. Ange nedan vilken eller vilka aktiviteter, arrangerade av företag, som du deltog i under perioden **XXX, XXX, XXX, och XXX** 2009:

---

*Fråga 10b har utgått*

10c. Det kan finnas många olika orsaker till varför man väljer att delta i fritidsaktiviteter organiserade av företag. Ange nedan den eller de viktigaste orsakerna till varför du deltar i fritidsaktiviteter utomhus, som organiseras av företag.

---

---

**Nu följer några frågor om din bakgrund. Svaren behövs för att jämföra olika grupper i samhället. Vi redovisar aldrig enskilda svar.**

---

**BG1. Postnumret till min bostadsadress är \_\_\_\_\_**

**BG2. Vilket av följande alternativ stämmer bäst in på dig?**

- Ensamstående/singel
- Gift/sammanboende
- Särbo

**BG3. Ingår det barn/ungdomar i ditt hushåll?**

- Nej
- Ja →

3b Hur många barn/ungdomar i de olika åldrarna finns i hushållet?

antal 0-5 år: \_\_\_\_\_

antal 6-12 år: \_\_\_\_\_

antal 13-18 år: \_\_\_\_\_

**BG4. Vilken utbildning har du? Kryssa den högsta utbildning du har. Om du ännu inte avslutat din utbildning, kryssa då för den utbildning du just nu deltar i.**

- Obligatorisk skola (t ex grundskola, folkskola)
- Gymnasieutbildning (även realexamen, folkhögskola, yrkesskola, fackskola etc)
- Universitets- eller högskoleutbildning

**BG5. Ungefär hur stor är ditt hushålls sammanlagda inkomst (efter skatt men inklusive ev. bidrag etc.) per månad? Avrundat till närmaste tusental.**

- Lägre än 10.000 kr per månad
- 10.001 – 20.000 kr per månad
- 20.001 – 30.000 kr per månad
- 30.001 – 40.000 kr per månad
- 40.001 – 50.000 kr per månad
- 50.001 – 60.000 kr per månad
- 60.001 – 70.000 kr per månad
- Mer än 70.000 kr per månad
- Vill ej uppge

**BG6. Jag är...**

Kvinna  Man

**BG7. Jag är född år 19 \_\_**

**BG8.**

	Aldrig	Sällan	Ganska ofta	Mycket ofta
Ungefär hur ofta var du ute i naturen som <u>barn</u> (upp till 12 år)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ungefär hur ofta var du ute i naturen som <u>ung</u> (åldern 13-17 år)?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**BG9. Var växte du respektive dina föräldrar upp?** Kryssa eller skriv det alternativ som passar bäst.

	I Sverige	I annat land
Jag själv växte upp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Min mor växte upp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Min far växte upp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Stort tack för din medverkan i undersökningen!**

Bilaga B: Underlag för beräkning av förädlingsvärden och sysselsättnings effekter

Sammanlagda utgifter	72 332 mkr årligen i Sverige																		
* Data från undersökningen																			
Utgiftskategori	Övriga utgifter*	Entré, guidning, hyra*	5 053	Kläder*	5 979	Restaurang*	5 113	Drivmedel*	9 695	Livsmedel*	11 274	Transporter*	5 626	Utrustning*	12 998	Boende*	13 383		
Sektor																		Sektor tot	Sektor %
C0111	76						1 643											1 720	2,4%
C0112	97						2 092											2 190	3,0%
C0113	31						659											689	1,0%
C0114	81						1 748											1 829	2,5%
C0115	13						286											299	0,4%
C0116	39						834											873	1,2%
C0117	53						1 133											1 186	1,6%
C0118	61						1 314											1 375	1,9%
C0119	21						458											479	0,7%
C0121	16						342											358	0,5%
C0122	36						765											801	1,1%
C0312	278			5 979														6 256	8,6%
C0321	30													650				680	0,9%
C0713	30													650				680	0,9%
C0722	450						9 695											10 145	14,0%
C0724	15												323					338	0,5%
C0731	126												2 723					2 850	3,9%
C0732	62												1 328					1 390	1,9%
C0733	28												608					636	0,9%
C0734	15												323					338	0,5%
C0735	15												323					338	0,5%
C0921	181														3 899			4 081	5,6%
C0932	362														7 799			8 161	11,3%
C0941	211	4 548																4 759	6,6%
C0942	23	505																529	0,7%
C111	238					5 113												5 351	7,4%
C112	622																13 383	14 004	19,4%

<b>** Data från SCB</b>													
<b>Multiplikatorer (per mkr konsumtion)</b>													
<b>Fördlingsvärde**</b>		<b>Sysselsättning**</b>		<b>Arbetsstimmar**</b>		<b>Fördlingsvärde</b>		<b>Sysselsättning</b>		<b>Arbetsstimmar</b>			
<b>mkr</b>	<b>Personer</b>	<b>Tim (1000)</b>	<b>mkr</b>	<b>Personer</b>	<b>Tim (1000)</b>	<b>mkr</b>	<b>Personer</b>	<b>Tim (1000)</b>	<b>mkr</b>	<b>Personer</b>	<b>Tim (1000)</b>		
0,580	1,208	2,136	998	2,078	3,673							C0111	
0,548	1,298	2,474	1 200	2 841	5 417							C0112	
0,439	0,861	1,424	303	593	981							C0113	
0,591	1,388	2,662	1 081	2 538	4 869							C0114	
0,476	0,933	1,710	142	279	511							C0115	
0,397	0,789	1,368	346	688	1 194							C0116	
0,449	0,993	1,838	533	1 177	2 179							C0117	
0,507	0,990	1,703	698	1 362	2 342							C0118	
0,438	0,762	1,308	210	365	627							C0119	
0,477	0,813	1,409	170	291	504							C0121	
0,559	0,972	1,690	447	779	1 353							C0122	
0,390	0,729	1,208	2 442	4 562	7 559							C0312	
0,389	0,725	1,200	265	493	816							C0321	
0,355	0,784	1,249	241	533	850							C0713	
0,121	0,216	0,359	1 226	2 190	3 643							C0722	
0,677	1,057	1,709	229	357	577							C0724	
0,771	1,193	2,128	2 197	3 399	6 063							C0731	
0,795	1,658	3,086	1 105	2 303	4 287							C0732	
0,350	0,488	0,745	223	311	474							C0733	
0,613	0,938	1,547	207	317	522							C0734	
1,479	2,721	4,571	499	919	1 543							C0735	
0,328	0,658	1,170	1 339	2 684	4 773							C0921	
0,350	0,654	1,085	2 857	5 337	8 851							C0932	
0,568	1,173	1,814	2 702	5 583	8 633							C0941	
0,648	1,370	2,067	343	724	1 093							C0942	
0,590	1,576	2,532	3 157	8 433	13 546							C111	
0,655	1,750	2,810	9 172	24 501	39 356							C112	
			<b>34 331</b>	<b>75 637</b>	<b>126 237</b>							<b>Totalt</b>	

C0111	bröd och spannmålsprodukter
C0112	kött
C0113	fisk
C0114	mjölk, ost och ägg
C0115	oljor och fetter
C0116	frukt
C0117	grönsaker
C0118	sötsaker, glass, sylt, marmelad och konfekt
C0119	salt, kryddor, såser o homogeniserad barnmat
C0121	kaffe, te och choklad
C0122	läsk, juice, saft och mineralvatten
C0312	kläder
C0321	skor
C0713	cyklar
C0722	driv- o smörjemedel; bensin, diesel, olja, glykol o k-sprit
C0724	bilförmån och bilhyra
C0731	järnvägstransporter
C0732	vägtransporter; taxi o långväga busstransporter
C0733	lufttransporter
C0734	sjötransport
C0735	kollektivtrafik
C0921	större varaktiga fritidsvaror; husvagnar, båtar o sportutrustning
C0932	sport-, fiske-, och campingutrustning mm
C0941	sport- och rekreationstjänster; hyra av utrustning, deltagaravgifter
C0942	kulturella tjänster; bio, museer, tv-avgifter, foto- och framkallning
C111	restauranger, caféer, andra matserveringar, kiosker o automater
C112	hotell- och annan övernattningsservice



# Friluftsliv i förändring

WWW.FRILUFTSFORSKNING.SE

Friluftsliv i förändring är ett forskningsprogram med uppgift att skapa och kommunicera forskningsbaserad kunskap om friluftsliv och naturturism i Sverige. Programmet finansieras av Naturvårdsverket, som har gett turismforskningsinstitutet ETOUR vid Mittuniversitetet uppdraget att leda verksamheten, där även Karlstads-, Göteborgs-, Örebro- och Umeå universitet, Blekinge Tekniska Högskola samt Sveriges lantbruksuniversitet ingår. I rapportserien från Friluftsliv i förändring presenterar vi resultat från forskningen. Samtliga rapporter finns nedladdningsbara på: [www.friluftsforskning.se](http://www.friluftsforskning.se)

Friluftsliv i förändring • SE- 831 25 Östersund • Tel: 063 - 19 58 08 • Fax: 063 - 19 58 10 • [info@friluftsforskning.se](mailto:info@friluftsforskning.se)