

# Efterfrågan på naturturism

Nuläge och potential för regional utveckling

Författare:  
Linda Lundmark

*Friluftsliv i förändring*  
WWW.FRILUFTSFORSKNING.SE



Forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring, rapport nr 11  
Umeå Universitet  
ISBN 978-91-86073-54-1  
September 2009

Efterfrågan på kommersiellt friluftsliv - potential och svårigheter  
Friluftliv i förändring, rapport nr 10  
ISBN 978-91-86073-54-1

Författare: Linda Lundmark  
Kulturgeografiska institutionen  
Umeå universitet

# Efterfrågan på naturturism

Nuläge och potential för regional utveckling

Linda Lundmark

## **Sammanfattning**

Efter en lång tid av urbanisering och globalisering är den potentiella efterfrågan på natur och naturupplevelser, rekreation och turism till stor del koncentrerad till storstadsområdena. Naturturism anses ha god ekonomisk potential både när det gäller regional utveckling liksom för turismföretagare i områden rika på naturtillgångarna, också i periferin. De pågående samhällsprocesserna har dock ett antal konsekvenser för regional utveckling och turismföretagande. Till exempel har de betydelse för hur efterfrågan på olika aktiviteter och naturtyper ser ut och får därmed också geografiska konsekvenser. Detta betyder att företag på olika platser har olika ekonomiska förutsättningar för naturturism. Centrala frågor i detta sammanhang är: Vilka är det som kommer till perifera områden, vad gör de och hur mycket bidrar de till tillväxt och regional utveckling? I denna rapport presenteras några första resultat från en svensk nationell enkätundersökning som distribuerats och samlats in under 2007/2008.

Resultat visar att de tre största kommersiella turistverksamheterna är fiske, utförsäkring och fotvandring. Bara några få av de tillfrågade uppgav dock att de i högre utsträckning än i dag kommer att betala för guidade turer, paketresor och liknande, med anknytning till friluftsliv i framtiden. Materialet tyder också på att efterfrågan från storstadsområdena på friluftsliv och naturbaserade turismverksamheter inte är så hög som förväntat jämfört med andra områden och att efterfrågan till stor del kommer från de mindre städerna. Vilken effekt detta har för framtida efterfrågan är svårt att sätta om. Klart är dock att det kommer att ske en förändring i vad människor efterfrågar och detta sker i samband med att allt större del av befolkningen bor i städer och att människor blir allt äldre. Hur företagen kommer att hantera detta är oklart och vilken betydelse detta får för regional utveckling återstår att se.

## **Förord**

Denna rapport ska ses som en första deskription av den efterfrågan som enkätmaterial som samlats in kan visa på i relation till kommersiellt friluftsliv och naturturism. Arbetet som påbörjats fortsätter således och rapporten ska ses som ett led i arbetet med detta.

Följande rapport skall kunna läsas av alla med intresse av efterfrågan på naturturism idag och för potentialen denna har för framtiden.

*Linda Lundmark*

Umeå, augusti 2009



## Innehållsförteckning

Sammanfattning.....	1
Förord.....	2
Innehållsförteckning.....	4
Inledning .....	6
Syfte och frågor .....	7
Att definiera naturturism .....	7
Metod och material .....	9
Naturturismens förutsättningar.....	10
Potential för naturturism .....	11
Efterfrågan på naturturism .....	19
- Sammanfattande diskussion	
Att läsa .....	20
Appendix .....	21



## Inledning

Intresset bland politiker, akademiker och andra offentliga aktörer för kommersiellt friluftsliv, naturturism, har ökat snabbt under det senaste decenniet och trenden håller i sig. Detta sker parallellt med andra förändringar i samhället såsom ökad individualism och aktivitetsbaserad livsstil som norm. Friluftsliv organiserat på kommersiella grunder utgör en växande del i en allt mer globaliserad turismnäring, och med kopplingar till regionala och lokala sammanhang blir denna alternativa turism allt viktigare. I den svenska kontexten har man slagit fast att småskalig naturturism ger möjlighet till utveckling i periferin och att kopplingen mellan turism och skyddad natur i denna kontext också är viktig. Naturvårdsverkets rapport med titeln ”Skyddad natur – en motor för regional och lokal utveckling” (2005) visar ambitionen att se skyddad natur som en resurs i den regionala utvecklingen och de regionala utvecklingsprogrammen genom just kommersiellt friluftsliv och naturturism. Det ideologiska skifte som detta innebär, att friluftslivet inte längre är att ensidigt betrakta som ideell och icke-kommersiell företeelse, är också det viktiga för denna utveckling. Det är också en del av det ekonomiska system som kan kopplas till turism. Den koppling som görs mellan naturturism och regional utveckling gör det intressant att fråga sig mer konkret vilka effekter det kommersiella friluftslivet ger i den lokala ekonomin men också att få kunskap om friluftslivets innehåll och utövande. Många gånger är det svårt att särskilja naturturism från annan konsumtion i det ekonomiska systemet vilket gör det problematiskt att med säkerhet uttala sig om värdet av naturturismen. Som en uppskattning kan man utifrån omsättningen inom Svensk turismnäring, som 2006 var cirka 215 miljarder (Nutek, 2007), dra slutsatsen att en ansenlig del av denna summa kommer från naturturism.

Efter en lång tid av urbanisering och globalisering kommer efterfrågan på natur och naturupplevelser, rekreation och turism till stor del från storstadsområdena. Detta gör att friluftslivet i stora stycken är en tätortsnära verksamhet. Turismen å andra sidan är mer knuten till de perifera områdena som har god tillgång till natur av hög kvalitet men samtidigt har nackdelen av att vara mer otillgänglig i termer av tid och kostnad för att ta sig till den från stadsområdena. Trots allt anses naturturism ha god ekonomisk potential både när det gäller regional utveckling liksom för turismföretagare i områden rika på naturtillgångar, också i periferin.

De pågående samhällsprocesserna beskrivna ovan har dock ett antal konsekvenser för regional utveckling och turismföretagande. Till exempel har de betydelse för hur efterfrågan på olika aktiviteter och naturtyper ser ut och får därmed också geografiska konsekvenser. Detta betyder att företag på olika platser har olika ekonomiska förutsättningar för naturturism.

## **Syfte och frågor**

Rapporten syftar till att undersöka och beskriva efterfrågan på naturturism i Sverige. Fokus ligger på den uttalade efterfrågan som finns dokumenterad genom den enkät som forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring distribuerade nationellt under 2007. Frågor som ställs är:

- Varifrån kommer efterfrågan på kommersiellt friluftsliv?
- Vad ägnar sig människor åt och vad skulle de vilja göra?
- Vilken outnyttjad potential finns det för att bidra till tillväxt och regional utveckling?

## **Att definiera naturturism**

För att kunna använda enkäten i syfte att säga något om naturturism är det viktigt att först klargöra kopplingen som naturturism har till friluftsliv. I enkäten har en definition av friluftsliv använts som inte helt kan likställas med friluftsrådets definition ([www.friluftsradet.se](http://www.friluftsradet.se)) av friluftsliv – Vistelse utomhus i natur- och kulturlandskapet för välbefinnande och naturupplevelser utan krav på tävling. Istället för att utesluta aktiviteter som i denna definition faller utanför det egentliga friluftslivet har till exempel trädgårdsarbete, golf och vissa andra idrotter inkluderats (se appendix).

### *Utomhusaktiviteter utanför den vardagliga omgivningen*

Den definition av turism som är den vanligaste är att turism är ”*människors aktiviteter när de reser till och vistas på platser utanför sin vanliga omgivning för kortare tid än ett år för fritid, affärer eller andra syften*” (Nutek, 2007). Som definitionen antyder är turism precis som friluftsliv ett brett begrepp. Naturturism som begrepp saknar en vedertagen definition. I vilket fall inkluderar denna definition den som vistas på plaster utanför sin vanliga omgivning och som ägnar sig åt utomhusaktiviteter. Gränsen mellan naturturism och friluftsliv är inte knivskarp och i många fall överlappar de var-

andra som företeelser, i synnerhet ur ett efterfrågeperspektiv. I och med den grundläggande förutsättningen att utgå från ett utbudsperspektiv så faller därmed motivet ”...med huvudsakligt syfte att vistas i och uppleva någon form av naturmiljö” bort. Den som utövar friluftsliv utanför sin vanliga omgivning är därför att betrakta som en turist. Utifrån ett utbudsperspektiv kan därför naturturism betraktas som en form av kommersiellt organiserat friluftsliv (jmf Fredman et al. 2008).

#### *Utbudsbaserad utgångspunkt*

Det är ofta förenat med svårigheter att göra en samhällsekonomisk utvärdering av en ekonomisk aktivitet med begränsad tillgång till data. En av orsakerna är att det många gånger är problematiskt att göra kvantitativa mätningar utifrån ett konsumentperspektiv, eftersom man då måste fråga varje individ om vilket motivet är till resan. I detta ligger det flera problem. Ett är att människor kan ha flera olika syften till sin resa, ett annat är att man kanske reser i grupp där individerna i gruppen har olika syften. Ett sätt att göra det lättare och mer relevant ur ett regionalt utvecklingsperspektiv är att fokusera på pengarnas slutdestination när man mäter samhälls- och företagsekonomiska effekter av turism. Det är detta som kan definieras som en utbudsbaserad definition. Inom turismforskningen pratar man ofta om att man vill innefatta hela resan, systemet, i analysen.

#### *Naturturism, friluftsliv och regional utveckling*

Att utöva friluftsliv, och i synnerhet om det innebär att resa till och vistas utanför sin vanliga omgivning, medför i de flesta fall en efterfrågan på varor och tjänster och därmed också ekonomiska effekter i regionen där den sker. Friluftslivets ekonomiska betydelse för en region kan uppskattas genom att mäta efterfrågan i antal besökare och de ekonomiska utgifter de har. Förutsatt att dessa pengar stannar i det geografiska område där man turistar talar man om direkta och indirekta ekonomiska effekter. Förutom detta tillkommer de ekonomiska effekter som uppstår då turistentreprenörer verksamma i området köper in råvaror eller anställer personal. I den utsträckning dessa transaktioner sker lokalt på orten eller i regionen talar man om en indirekt och inducerad ekonomisk effekt. Ett antal varor och tjänster som produceras är dock importerade vilket innebär att det uppstår ett läckage ut ur den lokala eller regionala ekonomin. Ett naturturismföretag som gör vinst är bra i sig men effekterna av detta i samhället är alltså större än så. Spridningseffekterna av företagets vinster kommer också andra delar av samhället till del. Inköp och konsumtion av varor och tjänster av

besökare utifrån kan på så sätt generera extra inkomster i en region och omfördelar på så sätt mellan rika och mindre rika regioner (Ullman, 1954). En arbetskraftsintensiv sektor som naturturism skapar mer sysselsättning, löneinkomster och skatteunderlag i den lokala ekonomin än vad kapitalintensiva sektorer och industrier gör. Eftersom naturturism är en arbetskraftsintensiv ekonomisk aktivitet får dessutom det lokala samhället större del av vinsten, åtminstone i teorin, eftersom skatter och löner i större utsträckning omsätts lokalt.

## Metod och material

I denna rapport presenteras några första resultat från enkäten Friluftsliv-07. Frågeformuläret skickades till 4700 svenskar i åldrarna 18-75 år som valts ut med obundet slumpmässigt urval från Statens personadressregister SPAR. Urvalsgruppen reflekterar ålders-, köns- och geografiska fördelning som alla svenskar i den aktuella åldersgruppen. Den slutliga svarsfrekvensen, sedan returer p. g. a. fel adress, sjukdom och liknande, räknats bort blev 40%. Enkäten bestod av 19 sidor med totalt 55 frågor, varav många frågor hade flera delfrågor. För en genomgående beskrivning av insamling av data och bortfallsanalys hänvisas till någon av följande rapporter: (1) *Vilka är ute i naturen?* (2) *Vara i naturen — varför eller varför inte?* (3) *Besöka naturen — hemma eller borta?* (4) *Vad är friluftsliv?* Som kan hittas på hemsidan [www.friluftsforskning.se](http://www.friluftsforskning.se). I denna rapport redovisas ett urval av de frågor som 1792 svenskar besvarade under perioden oktober 2007 till januari 2008. Metoden är i första hand deskriptivt med tabeller och diagram. Dessa åtföljs av en diskussion om utfallet samt frågor att fortsätta arbeta med.

I enkäten Friluftsliv-07 finns det 43 olika aktiviteter att välja mellan när man ska svara på frågorna. I vissa fall blir det inte hanterbart att titta på alla dessa. Därför har en indelning i 4 grupper gjorts (Appendix). I korthet är dessa grupper först fördelade i kommersiella och icke kommersiella aktiviteter. Hur man på bästa sätt delar in ett så stort antal aktiviteter i olika kategorier och dessutom försöker särskilja turismaktiviteter från friluftslivsaktiviteter är inte givet. Det finns dock en del utgångspunkter som måste uppfyllas för att friluftslivsaktiviteter ska räknas in i kategorin naturturism. Ett kriterium är att det inte bara ska vara en aktivitet som är av kommersiell karaktär, till exempel golf, utan den ska också i en större utsträckning kunna sägas vara riktad mot

turismmarknaden. I detta fall har en avvägning också gjorts utifrån den inventering som genomförts av turismutbudet (företagen) som finns representerat på svenska turismorganisationers hemsidor (Müller, 2009). För att räknas till kommersiella aktiviteter krävs alltså inte bara att aktiviteten omsätter pengar utan innefattar också att det ska finnas ett visst turismföretagande kopplat till dem. *Icke kommersiella aktiviteter* är således de aktiviteter som man utövar utomhus men som inte i någon större utsträckning kan göras under kommersiella former av en turismentreprenör. Detta utesluter dock inte att det finns de som ägnar sig åt icke kommersiella friluftslivsaktiviteterna när de reser bort. Det betyder också att kategorierna inte är helt exklusiva utan att det förekommer överlappning.

Aktiviteterna har också fördelats utifrån om de utövas på land eller i vatten. Eftersom det finns många studier som tittar jakt och fiske speciellt bildar de en egen kategori. Jakt och fiske räknas som kommersiella aktiviteter eftersom det finns många företag som specialiserat sig på denna typ av turism. Med detta sagt så är det naturligtvis också många som inte anlitar turismföretag när de jagar eller fiskar.

## **Naturturismens förutsättningar**

Inom turism generellt finns det många teorier om vad som gynnar och missgynnar turismföretag och begränsar efterfrågan. Inom ramen för detta arbete finns det inte utrymme att fördjupa sig i dessa men de förtjänar ändå att nämnas eftersom förutsättningarna för att regional utveckling och ökad naturturism till stor del är beroende av de faktorer som omnämns.

*Tillgänglighet* är en sådan faktor som alla forskare håller med om är viktigt för efterfrågan på en produkt eller en aktivitet. Tillgängligheter utgår inte enbart från en geografisk förståelse där infrastruktur och kommunikationer gör en plats tillgänglig. I begreppet innefattas också den tid det tar att färdas dit och den kostnad som transporten innebär. Också andra aspekter finns med som till exempel kulturell tillgänglighet, det vill säga huruvida man uppfattar att en aktivitet, plats eller en naturtyp är möjlig eller önskvärd.

*Konkurrensmässighet* är också viktigt i detta sammanhang. Man ska inte låta sig luras att tro att människor som efterfrågar en naturprodukt inte bryr sig om att jämföra olika

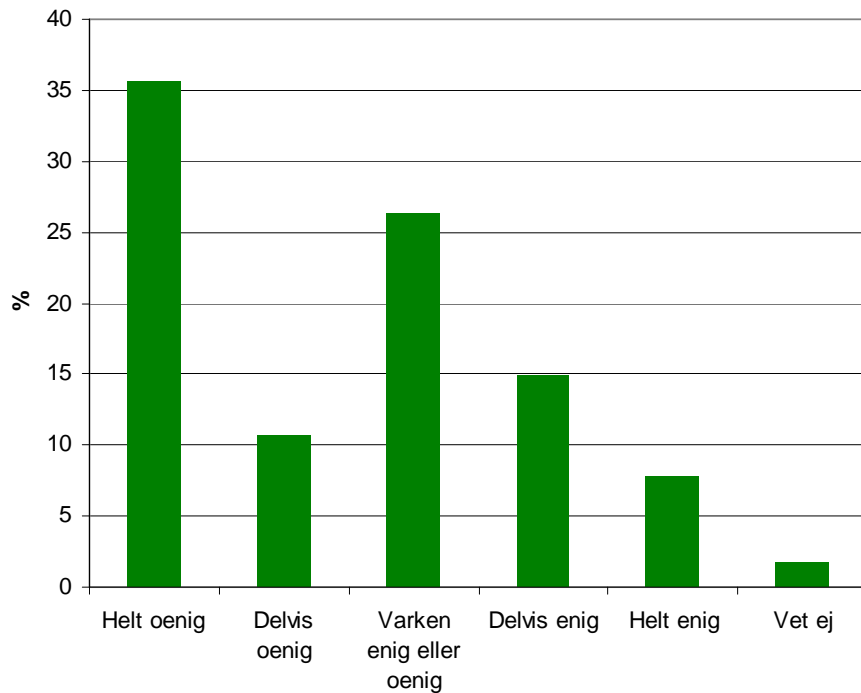
destinationer. Självfallet jämför man utbudet som finns för att välja det som passar bäst för det behov eller de önskemål man har. För naturturism gäller framförallt att naturtypen ska passa medan det för andra typer av turism kan handla om shoppingutbud eller kulturhistoria. Men när det gäller sådana saker som god service och kvalitet så är det samma regler som gäller här som inom övrig turism. Man betalar inte för något som inte har de kvaliteter som man efterfrågar.

## **Potential för naturturism**

Om man utifrån ett turismsperspektiv tittar på vad de svarande gör när de ägnar sig åt friluftsliv när de är utanför sin vanliga omgivning måste man ha några utgångspunkter. En sådan utgångspunkt är geografisk. Om man beaktar den geografiska aspekten i materialet så kommer både utbudet och efterfrågan att präglas av naturgeografiska aspekter som grund för det utomhusbaserade utbudet som kan erbjudas. Det innefattar rent klimatologiska aspekter som temperatur, säsong och skillnader mellan sommar och vinter. Geografiskt avstånd och tillgänglighet till marknaden, eller efterfrågan om man så vill, är också aspekter som gynnar eller missgynnar perifera områden. Avstånd är inte bara en fråga om kilometer. Distans kan också mätas i tid och pengar mellan efterfrågan och utbud.

Potentialen för naturturism utifrån enkäten kan man studera genom att titta på hur man har svarat på olika frågor som handlar om vilka aktiviteter man utövar, hur ofta och om man är beredd att betala för det, och i så fall var man kan tänka sig att utöva dessa aktiviteter.

När det gäller den del av det kommersiella friluftslivet som kan sägas vara turism utifrån de definitioner som tidigare beskrivits är det förstas av vikt att identifiera det marknadssegment som tycker att det är viktigt att komma bort från sin vardagliga omgivning för att utöva utomhusaktiviteter. I enkäten ställdes frågan om det var viktigt att resa bort från sin vanliga omgivning för att utöva friluftsliv. Utifrån den definition av naturturism som används här blir det viktigt att visa hur många av dem som svarat på enkäten som är villiga att resa bort från sin vanliga omgivning för att ägna sig åt friluftsliv.



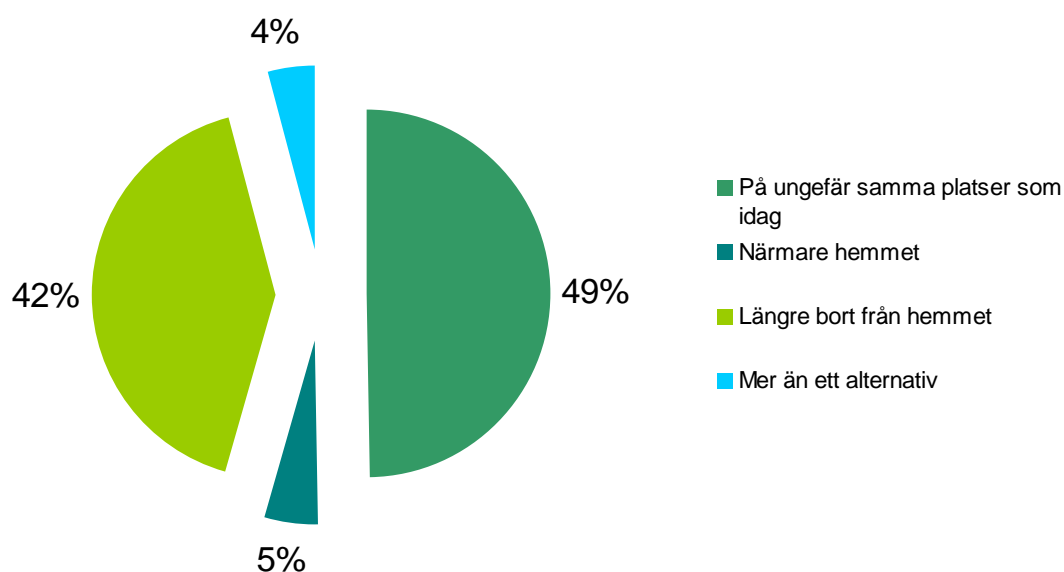
Figur 1. "Att resa bort från min vanliga omgivning är viktigt för mig vid utövande av friluftsliv"

En stor andel, dryga 35 procent, är inte villiga att resa bort från sin vanliga omgivning för att utöva friluftsliv. Denna siffra är inte förvånande eftersom friluftslivet i sig ofta förknippas med vardagar och lättillgänglighet och inte i första hand associerar till längre resor. Ändå är det nära 25 procent som är positiva till att resa bort från sin vanliga omgivning för att utöva friluftsliv. Detta är viktigt att ta fasta på om man vill undersöka den potentiella konsumtion som inte utnyttjas i dag.

Här kan det förstås finnas en viss risk att de som svarat låtit sig styras av att frågan formulerats som att det är friluftsliv det är frågan om och inte utomhusaktiviteter man är ute efter. Det är i detta sammanhang viktigt att komma ihåg att enkäten inte innefattar de som reser till vissa områden på grund av naturen men inte ägnar sig åt aktiviteter som kan kopplas till friluftsliv. Enkäten ska alltså inte ses som att den innefattar all naturturism utan ska ses som en översyn av kopplingen friluftsliv och naturturism.

En annan fråga som också i någon mån närmar sig detta är om man i större utsträckning än nu kan tänka sig att utöva friluftsliv längre bort från hemmet (figur 2). För naturturismens räkning är det som påpekats tidigare viktigt att människor kan tänka sig att lämna sin hemmiljö för att utöva friluftsliv av kommersiell karaktär. Av dem

som svarade på enkäten säger sig hela 42 procent vilja ägna sig åt friluftsliv längre bort från hemmet i framtiden än vad de gör idag.



Figur 2. "Var skulle du önska att du kunde ägna dig åt friluftsliv i framtiden"

Utifrån figur 1 och 2 kan vi dra slutsatsen att det finns människor som efterfråga friluftsliv utanför sin hemmiljö och att nära ¼ av dem som svarat på enkäten tycker att det är viktigt att resa bort för friluftslivsutövande.

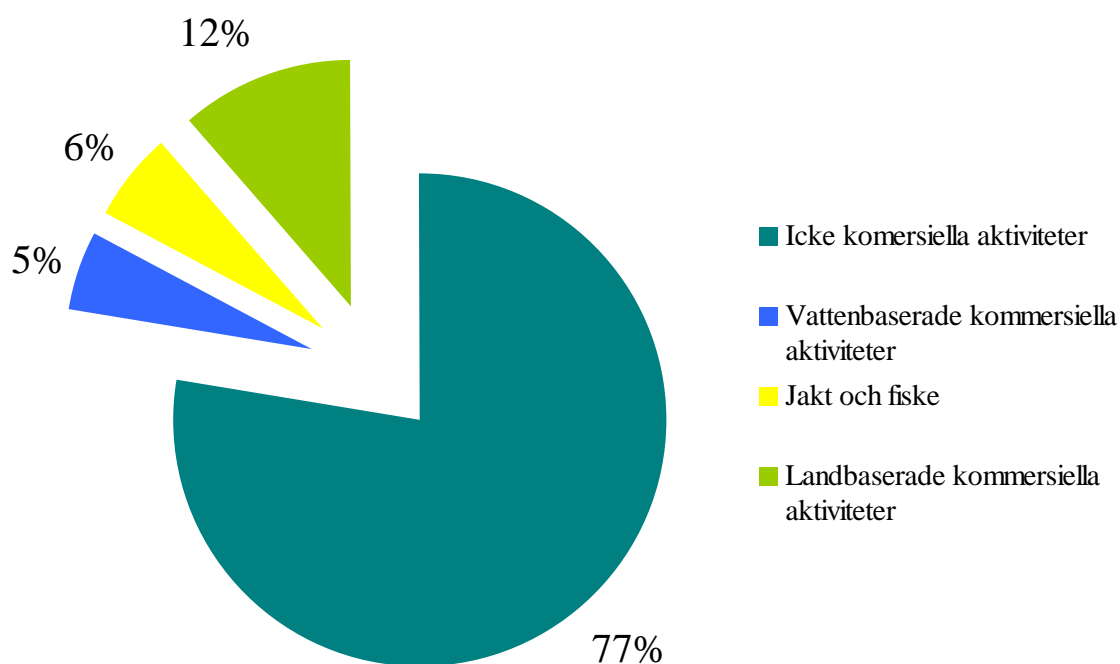
	Aktivitet som är viktigast under längre ledighet		Aktivitet man vill öka under längre ledighet	
	Gles- och landsbygd	Tätbebyggt område - stad	Gles- och landsbygd	Tätbebyggt område - stad
Icke kommersiella naturbaserade utomhusaktiviteter	76	78	84	78
Kommersiella vattenbaserade turismaktiviteter	5	6	3	5
Kommersiella landbaserade turismaktiviteter	8	4	2	3
Jakt och fiske – turismaktiviteter	11	12	11	14

Tabell 1. Fördelning av efterfrågan uppdelat på aktivitetens kategori och bostadsortens storlek (%)

Ur ett geografiskt perspektiv är både efterfrågan på naturbaserade aktiviteter och tillgången till dessa lokaliserade i rummet. Efterfråga som den finns fångad i enkäten kommer huvudsakligen från tätbebyggda orter och städer, vilket också motsvarar Sveriges befolkningsfördelning ([www.scb.se](http://www.scb.se)). Av dem som angett att bostadsorten är i

gles eller landsbygd har 8 procent angett att den viktigaste aktivitet som de ägnar sig åt är fiske. Motsvarande siffror för de som bor i tätbebyggt område - stad (se appendix B för information om indelningen) är det 4 procent.

Några av förutsättningarna för en ökad efterfrågan på naturturism är att människor tycker om att ägna sig åt kommersiellt gångbara friluftslivsaktiviteter att de har tid, pengar och att det är möjligt i deras sociala liv. Det finns alltså ett antal anledningar till varför man inte har möjlighet att utöva de aktiviteter som man vill ägna sig åt. På helger och under längre ledigheter, den tid då man har möjlighet att ägna sig åt turism, är det framförallt tid och pengar som är en bristvara liksom att familjesituationen har betydelse.



Figur 3. "Aktivitet viktigast under längre ledighet"

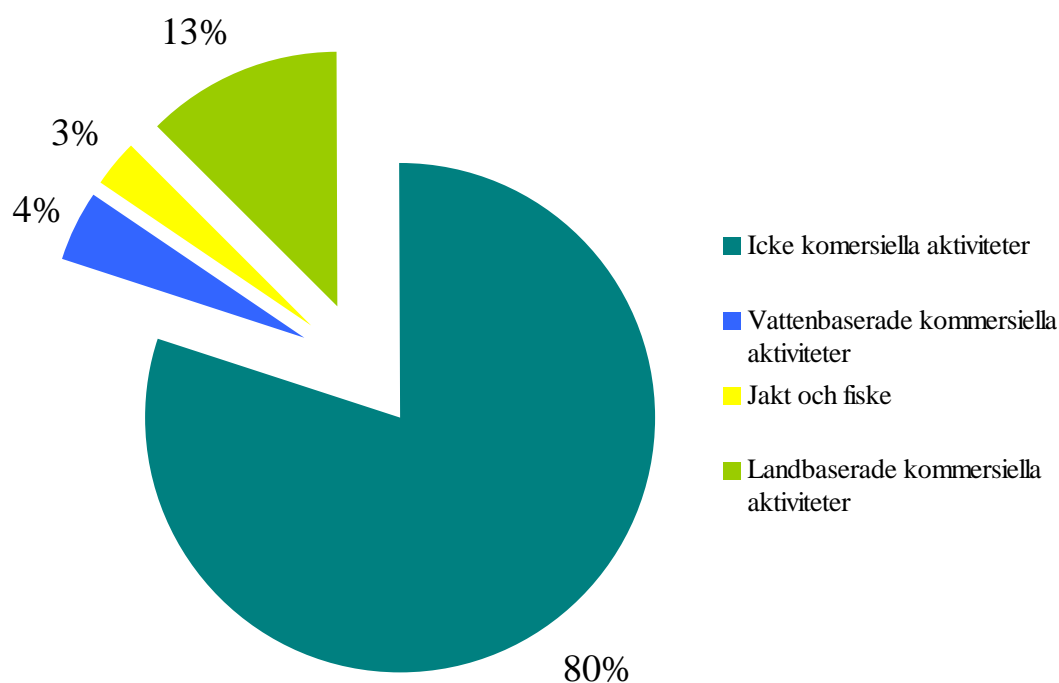
Det är mer vanligt att vara i naturen under längre ledigheter och under semestrar än på helger och vardagar. Under helger är nära 80 procent ute i naturen och under längre ledigheter, semestrar och lov ökar denna andel till nära 90 procent.

Som vi kan se är det aktiviteter som inte är kommersiella som man ägnar sig åt i första hand. Aktiviteter som här har definierats som kommersiella utgör endast en liten

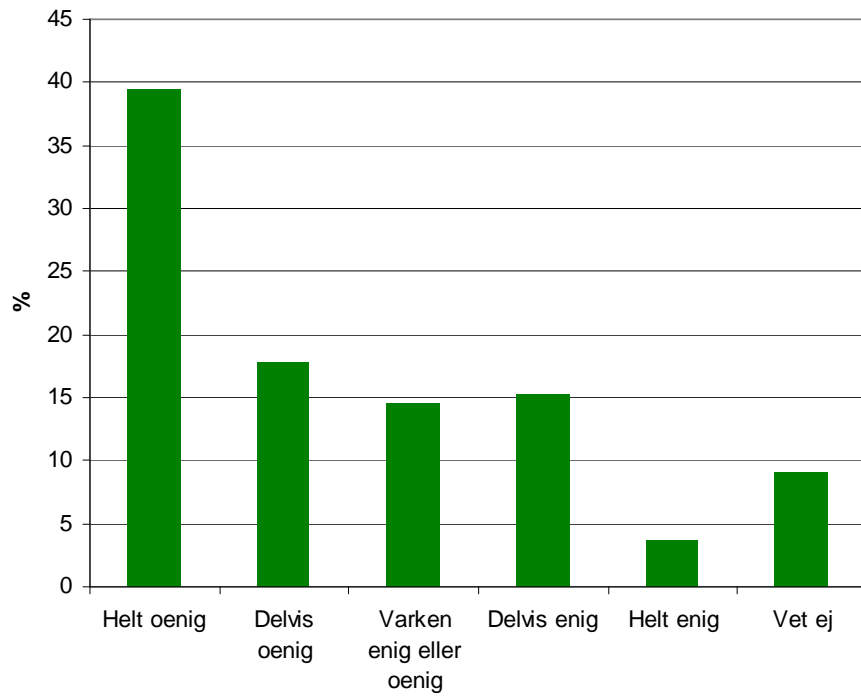
del, cirka 23 procent, av den totala konsumtionen av utomhusaktiviteter under längre ledigheter (figur 3).

Tittar man istället på de aktiviteter som man skulle vilja öka under längre ledigheter som lov och semester blir detta förhållande ännu tydligare (Figur 4). Det som kommer fram är också att bland de kommersiella aktiviteterna toppar de som är landbaserade med 13 procent. Det är relativt en liten andel som önskar att de kunde öka sitt deltagande i kommersiella aktiviteter relaterade till jakt och fiske.

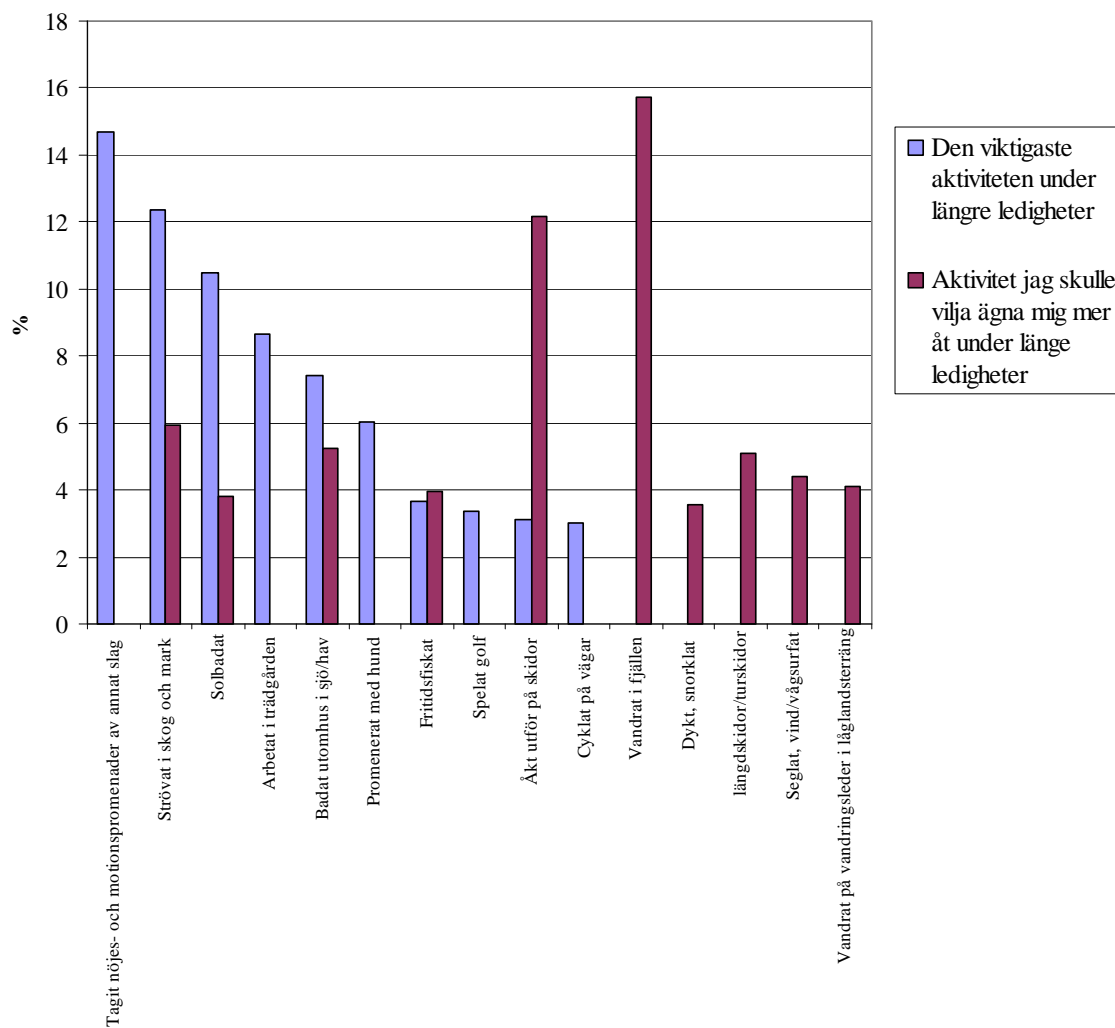
När det gäller frågan om huruvida man anser sig villig att betala för kommersiell service när det gäller friluftslivet är en annan viktig fråga, inte minst i relation till potentialen friluftslivet har för naturturismföretagen. I enkäten är det en stor andel, knappt 40 procent, som inte i högre grad än idag är villiga att betala för denna typ av service kopplat till friluftsliv. Å andra sidan säger sig cirka 20 procent vara helt eller delvis eniga i påståendet att *Jag kommer i framtiden i högre grad betala för guidning, paketresor och liknande kopplade till friluftsliv än jag gör idag.*



Figur 4. "Aktivitet man vill öka under längre ledighet"



*Figur 5. "Jag kommer i framtiden i högre grad betala för guidning, paketresor och liknande kopplade till friluftsliv än jag gör idag"*



Figur 5. Aktiviteter som man ägnar sig åt under längre ledigheter samt vad man skulle vilja ägna sig mer åt i framtiden.

Den i särklass viktigaste enskilda aktiviteten under längre ledighet är promenader, både i skog och mark och i andra sammanhang. Nära 30 procent av dem som svarat på enkäten angav att detta var viktigast. Efter dessa kommer aktiviteter som att solbada, arbeta i trädgården och promenera med hund. Dessa aktiviteter är icke-kommersiella. Om man däremot tittar på vilka aktiviteter som man skulle vilja ägna sig mer åt så hamnar *vandra i fjällen* på topp där dryga 15 procent skulle vilja göra detta mer under längre ledighet. På andra plats med 12 procent kommer *åka utför på skidor*. Dessa aktiviteter är kommersiella.

## Efterfrågan på naturturism – Sammanfattande diskussion

Rapportens syfte har varit att undersöka och beskriva efterfrågan på kommersiellt friluftsliv/naturturism i Sverige utifrån den uttalade efterfrågan som finns dokumenterad genom forskningsprogrammet Friluftsliv i förändrings enkät Friluftsliv-07. Frågor som behandlats är varifrån efterfrågan på kommersiellt friluftsliv kommer, vad människor ägnar sig åt, vad de skulle vilja göra samt vilken outnyttjad potential det finns för kommersiellt friluftsliv att bidra till tillväxt och regional utveckling.

*Vad ägnar sig människor åt och vad skulle de vilja göra?*

De mest populära utomhusaktiviteterna är att promenera och ströva i skog och mark. Efter dessa kommer aktiviteter som att solbada, arbeta i trädgården och promenera med hund. Dessa aktiviteter är icke-kommersiella. Om man däremot tittar på vilka aktiviteter som man skulle vilja ägna sig mer åt så hamnar *vandra i fjällen* på topp där dryga 15 procent skulle vilja göra detta mer under längre ledighet. På andra plats med 12 procent kommer *åka utför på skidor*. Dessa aktiviteter är kommersiella.

*Varifrån kommer efterfrågan på kommersiellt friluftsliv?*

Ett resultat pekar på att efterfrågan framförallt kommer från mindre ställen och inte storstäder som man kunde förvänta sig. Eftersom materialet inte har viktats mot antalet svaranden i varje kategori blir skillnaden ännu större än vad det ser ut i diagrammen. Detta kan betyda att storstadsmänniskor i högre utsträckning än människor som bor i mindre städer i mindre utsträckning intresserar sig för friluftsliv i allmänhet.

*Vilken outnyttjad potential finns det för att bidra till tillväxt och regional utveckling?*

Det finns människor som efterfråga friluftsliv utanför sin hemmiljö och nära ¼ av dem som svarat på enkäten tycker att det är viktigt att resa bort för friluftslivsutövande. I fråga om vilken potential kommersiellt friluftsliv/naturturism har kan man utifrån resultaten i enkäten visa att det finns ett samband mellan viljan att betala för kommersiellt friluftsliv och viljan att resa för att få utöva det. Det kan få stor betydelse för framtiden om man ser till företagsperspektivet. Utifrån de aktiviteter som människor vill ägna sig åt kan man få kunskap om vad som kan vara värt att satsa på för företagen. Det som kommer fram här är att potentialen för naturturismen är större än vad som tillgodoses i dagsläget och därmed också möjligheterna för att bidra till ut-

veckling. En faktor som kommer att få stor betydelse är den framtida befolkningens koncentration till storstadsområdena, och det faktum att allt fler väljer sportifierade aktiviteter som kräver anläggningar. Det skulle potentiellt kunna minska efterfrågan på naturen i sig som attraktion. En annan viktig faktor är att det finns en tydlig trend som visar att det är val av aktivitet som avgör var man väljer att åka. Det är alltså inte så att det är destinationen som avgör vad man ska göra. Detta stryker forskning som visar att lojaliteten mot destinationerna minskar och att man utifrån andra aspekter väljer olika resmål som passar ens intresse för olika aktiviteter.

En svårighet för företagen är att det ibland är svårt att satsa på kvalitativa naturupplevelser eftersom de inte kan kontrollera resursen som de använder sig av. De som svarat på enkäten tycker till exempel att det stör om andra friluftaktiviteter finns i närheten och att det finns spår av aktivt skogsbruk i närheten. Det kommer också fortsatt att ha stor betydelse för små företag i perifera områden.

Framtida frågor i relation till potentialen för naturturismverksamhet i framtiden kan vara: Kommer efterfrågan att öka i framtiden med ett ökat fokus på miljön? Hur kommer klimatförändringen att påverka efterfrågan? Kommer potentialen att minska/öka i framtiden när större andel av befolkningen bor städer? Hur kommer utbudet att förändras i framtiden?

## Att läsa

Naturvårdsverket (2005). *Skyddad natur – en motor för regional och lokal utveckling. En främjande utvärdering av arbetet för hållbar regional utveckling genom skötsel och nyttjande av skyddade områden*. Rapport 5504.

Fredman, P., Boman, M., Lundmark, L., Mattsson, L., 2008. *Friluftslivets ekonomiska värden – en översikt*. Rapport Svenskt friluftsliv.

Friluftsliv i Förändring, [www.friluftsforskning.se](http://www.friluftsforskning.se)

Müller, D.K (2008). *Det kommersiella friluftslivet. En kartläggning av naturturismutbudet på de regionala turismorganisationernas hemsidor i Sverige*. Rapport nr 7 Friluftsliv i förändring  
<http://www.friluftsforskning.se/download/18.71552e2411fa881a5cb80007798/Det+kommersiella+friluftslivet.pdf>

Nutek (2007) Fakta om svensk turism och turismnäring.  
[http://fm.nutek.se/forlaget/pdf/info\\_013-2007.pdf](http://fm.nutek.se/forlaget/pdf/info_013-2007.pdf)

Ullman, L. E. (1954) Amenities as a factor in Regional Growth, *Geographical Review*, 44(1): 119-132.

## APPENDIX A Indelning av utomhusaktivitet i fyra kategorier:

Icke kommersiella* naturbase- rade utomhusaktiviteter	Kommersiella landbase- rade turismaktiviteter	Kommersiella vatten- baserade turismak- tiviteter	Jakt och fiske – turismaktiviteter
Strövat i skog och mark (t ex för att titta på naturen, plocka svamp och bär)	Vandrat i fjällen	Badat utomhus i pool/äventyrsbad	Jakt
Tagit nöjes- och motionspromenader av annat slag	Vandrat på vandringsleder i låglandsterräng	Dykt, snorklat	Fiske
Promenerat med hund	Åkt längdskidor/turskidor	Paddlat kanot/kajak	
Joggat / terrängsprungit	Gått på snöskor	Seglat, vind/vågsurfat	
Gått stavgång	Åkt utför på skidor	Kört/åkt vattenski- dor/wakeboard	
Cyklat i terrängen (MTB)	Åkt snowboard	Kört/åkt motorbåt	
Cyklat på vägar	Kört/åkt snöskoter	Kört/åkt vattensko- ter/jetski	
Åkt rullskridskor /inlines/rullskidor	Kört/åkt hundspann		
Åkt skateboard	Klättrat, bestigit berg		
Badat utomhus i sjö/hav	Ridit i terräng		
Åkt skridskor / långfärdsskridskor	Tältat/övernattat i naturen		
Spelat paintball, rollspel (lajv) etc.			
Bedrivit geocaching			
Solbadat			
Spelat golf*			
Orienterat			
Åkt pulka/kälke			
Arbetat i trädgården			
Haft picknick eller grillat i naturen			
Studerat växter/djur/fågelskådat			
Mediterat, Yoga el. likn. i naturen			
Flugit motor- eller segelflygplan* Seglat kite/drake, hanggliding, fallskärm, basejump och liknande*			

\*kan vara kommersiella men inte för turismföretagande

## APPENDIX B Indelning av bostadsort i två kategorier:

<b>Kategori i enkäten</b>	<b>Egen indelning</b>
Landsbygd med högst ett fåtal hus inom synhåll	Gles- och landsbygd
Mindre ort på landsbygden, i huvudsak en- eller tvåfamiljshus	Gles- och landsbygd
Mindre ort på landsbygden med blandad bebyggelse	Gles- och landsbygd
Tätbebyggt område med i huvudsak en- eller tvåfamiljshus	Tätbebyggt område - stad
Tätbebyggt område med blandad bebyggelse	Tätbebyggt område - stad
Tätbebyggt område med i huvudsak flerfamiljshus	Tätbebyggt område - stad



# 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, Högskolan i Blekinge 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)