

Swedish Network of Destination Management Organisations

Resa i Sverige 2022

Innehåll

1	INLEDNING – Om undersökningen	3-8
2	RESENÄREN – Demografi och resvanor	9-22
3	PREFERENSER – Så vill resenärerna resa	23-58
	I korthet: Preferenser	24





INLEDNING – Om undersökningen

- Syfte och metod

Bakgrund och syfte

"Resa i Sverige 2022" är en undersökning som följer upp motsvarande undersökningar 2018-2021. Syftet har återigen varit att studera och analysera svenska resenärers vanor och preferenser kring resande i Sverige generellt, och specifika attityder och nöjdhetsnivåer kopplade till särskilda städer/platser.

45 olika städer/platser är med i denna studie, och en del av studiens syfte har varit att jämföra dessa städer/platser med avseende på vissa delar av resultatet som är kopplade till attityder och nöjdhet.

En del ändringar görs i enkäten från år till år. Någon fråga kan vara ersatt med en annan, en del formuleringar och/eller alternativställningar kan vara förändrade. Avsikten med ändringarna är att om möjligt optimera undersökningen för varje års förutsättningar, men med detta följer också att jämförbarheten med tidigare år inte alltid blir perfekt. Observera också att undersökningarna 2018 och 2019 genomfördes under maj respektive juli månad, medan 2020-2022 års undersökningar är genomförda i september.

En viktig förändring som gjordes till 2020, och som varit kvar sedan dess, var att centrera undersökningen kring ordet "resa" istället för, som tidigare, "semestra" (2019) eller "turista" (2018). Orden bör rimligen ge olika associationer och t.ex. förknippas olika starkt med olika städer/platser. Denna förändring påverkade därför stora delar av resultatet, men det är oklart i vilken utsträckning.

En del av 2020 och 2021 års undersökningar syftade också till att följa upp coronapandemins effekter på resandet i Sverige, varför några specifika frågor kring detta då inkluderades i enkäten. Till 2022 års undersökning har dessa frågor tagits bort.

Nytt för 2022 års undersökning är inkluderandet av trygghets- och säkerhetsaspektens betydelse vid valet av stad/plats att resa till. Trygghet och säkerhet har även lagts till som en bedömningspunkt för de enskilda städerna/platserna.

Bakgrund och syfte, forts.

Mer specifikt inkluderas följande i undersökningens syfte:

- ▶ Resvanor och resebeteende, inklusive vilken sorts resor man gjort under sommaren 2022
- ▶ Föredragna färdsätt och boendeformer
- ▶ Inställning till att resa klimatsmart, samt tryggt och säkert
- ▶ Vilka städer/platser i Sverige man faktiskt besökt under de senaste åren, och vilken man helst vill besöka
- ▶ Vilka städer/platser man främst förknippar med att resa i Sverige (top of mind)
- ▶ Bedömningar av vad som är viktigt/mindre viktigt i en stad utifrån ett besöksperspektiv (totalt 16 olika bedömningspunkter)

Och specifikt för respektive deltagande stad/plats:

- ▶ Betygsättningar av staden/platsen utifrån 14 olika parametrar, till exempel Mat och dryck, Shopping, Atmosfär, Boendebud och Prisvärdhet
- ▶ Rekommendationsbenägenhet (NPS)

Metodöversikt

- ▶ Datainsamlingsmetod: Webbintervjuer (webbpanel)
- ▶ Målgrupp: Personer över 18 år som bor i Sverige
- ▶ Urval: Riksrepresentativt urval av individer i målgruppen
- ▶ Datainsamlingsperiod: 13 september – 24 september 2022
- ▶ Antal svar: 7345
- ▶ Antal frågor i enkäten: 35 st (en och samma fråga kan inkludera upp till 16 olika bedömningspunkter)

Enkäten integrerades som en länk i ett mailutskick till webbpanelen, och besvarades digitalt i mobiltelefoner, surfplattor och datorer. Respondenterna har genomsnitt spenderat 11 minuter på att besvara enkäten.

De enkätfrågor vars resultat redovisas i avsnitt 2-3 i rapporten, har varit möjliga att besvara för samtliga respondenter. För frågorna i avsnitt 4, som i huvudsak består av betygsättningar av olika städer/platser, har respondenterna besvarat frågor kring upp till fyra av sina senast besökta städer/platser.

Enkätlogiken har hanterats genom att programmera in automatisk förgrening så att respondenterna enbart sett de frågor som varit relevanta för dem. På detta sätt har det säkerställts att respondenterna inte kunnat besvara fel frågor.

Om denna rapport

Rapportens disposition

Avsnitt 2-4 redovisar undersökningens resultat per enkätfråga, men inte i samma ordning som respondenterna besvarade frågorna i intervjuformuläret. Ordningen är istället baserad på vad som ansetts vara fördelaktigt för denna rapport. Resultaten presenteras i form av diagram och/eller tabeller med tillhörande vägledande/analyserande texter.

Avsnitt 2-3 redovisar samtliga frågor som varit gemensamma för alla respondenter och som handlar om det generella resandet i Sverige. Dessa avsnitt är alltså gemensamma i samtliga rapporter till destinationerna.

Samtliga resultat som rör den enskilda staden/platsen presenteras i avsnitt 4. Detta avsnitt är alltså unikt för varje rapport.

Avsnitten inleds med en kort översikt/sammanfattning. Enklare analys sker dels löpande i samband med att resultaten redovisas, dels på särskilda sidor.

Definitioner och förklaringar

De medverkande städerna/platserna, vilka inkluderar både städer och områden (t.ex. Kinnekulle, Höga Kusten), benämns som "städer/platser" i rapporten. Respondenterna i undersökningen kan benämnas "resenärer" eller "besökare".

I diagram och tabeller där svarssummor överstiger 100 % är det underförstått att respondenten kunnat välja flera alternativ. "Vet ej"-alternativ redovisas genomgående ej.

En förändring till 2022 är att undersökningens totala resultatgenomsnitt beräknats som ett oviktat medelvärde för samtliga städer/platser. Tidigare år har "Samtliga" i diagram och tabeller representerat genomsnittet för samtliga respondenter i undersökningen, vilket i praktiken inneburit ett viktat genomsnitt som påverkats kraftigt av storstäderna (eftersom dessa besökts och betygsatts av många).

I årets undersökning är "Resa" det centrala ordet, vilket också var fallet 2020-2021 (undersökningen 2018 kretsade kring "Turista i Sverige", och 2019 gällde undersökningen "Semestra i Sverige").

Riktlinjer kring statistiska felmarginaler

- Medvetenhet kring felmarginaler hjälper oss att inte övertolka variationer över tid och/eller skillnader mellan olika grupper. Felmarginalerna ger oss så kallade konfidensintervall som vi räknar med kommer att innefatta hela populationens sanna värde vid 95 av 100 upprepade, likadana mätningar
- Felmarginalen beror dels på andelen som gett ett visst svar på en fråga (andelsskattning), dels på hur många som besvarat frågan (gruppstorlek). Det går att räkna ut en specifik felmarginal för varje enskilt resultat på alla frågor. I tabellen nedan visas några exempel på hur stora felmarginalerna blir (i procentenheter) vid olika andelar och gruppstorlekar

Andelsskattning %	Gruppstorlekar					
	100	200	500	1000	2000	6000
50 procent	+/- 9,8	+/- 6,9	+/- 4,4	+/- 3,1	+/- 2,2	+/- 1,3
30/70 procent	+/- 9,0	+/- 6,4	+/- 4,0	+/- 2,8	+/- 2,0	+/- 1,2
10/90 procent	+/- 5,9	+/- 4,2	+/- 2,6	+/- 1,9	+/- 1,3	+/- 0,8

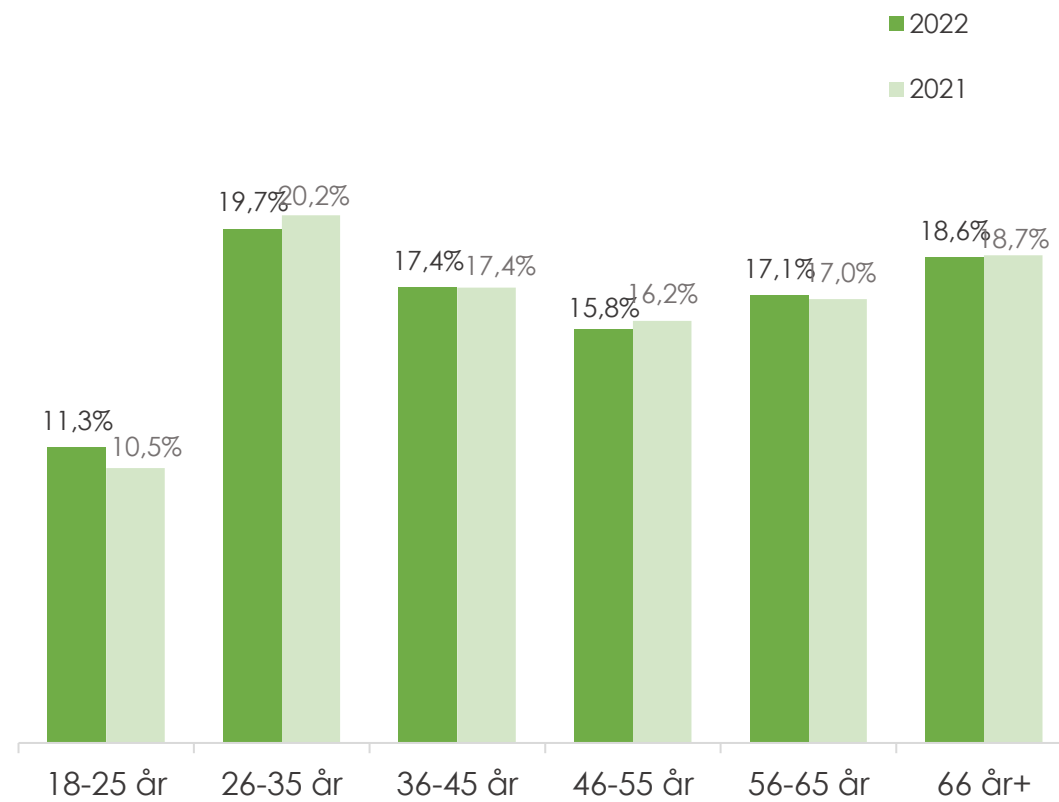


RESENÄREN – Demografi och resvanor

- Demografiska bakgrundsdata
- Resvanor

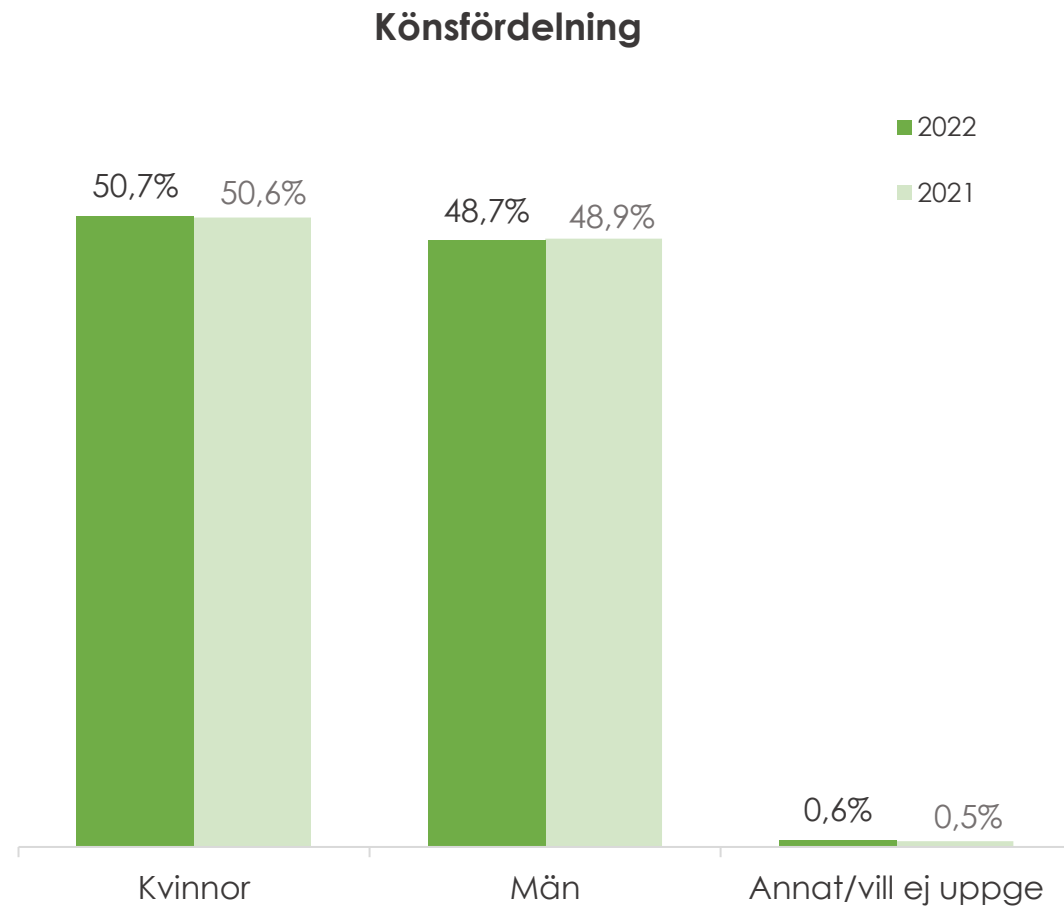
Respondenternas åldersfördelning

Åldersfördelning



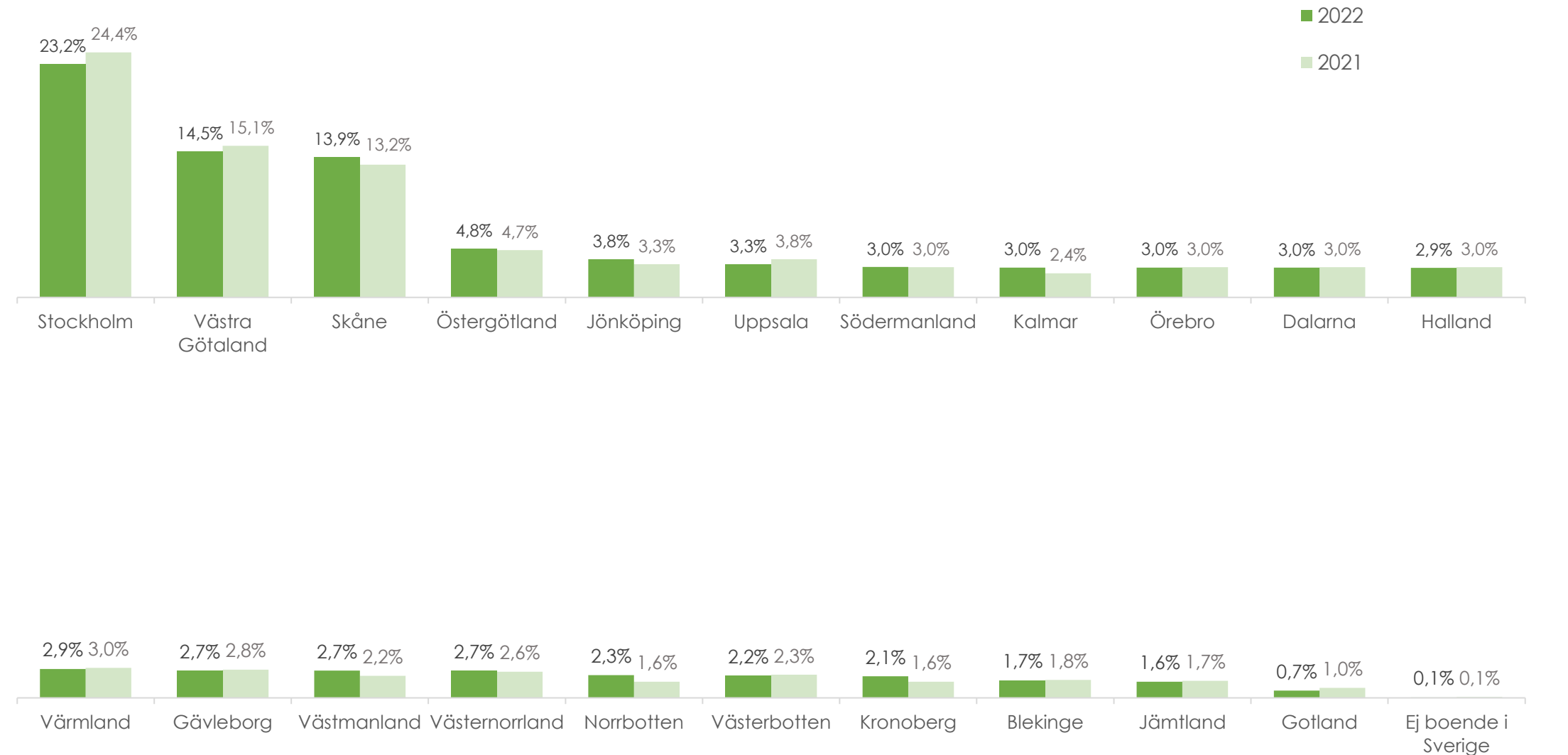
- Beräknad snittålder är 47,4 år och åldersfördelningen påminner i stort om 2021 års undersökning

Jämn fördelning mellan kvinnor och män



- Marginellt fler kvinnor än män har besvarat enkäten även i år

I vilket län bor du?

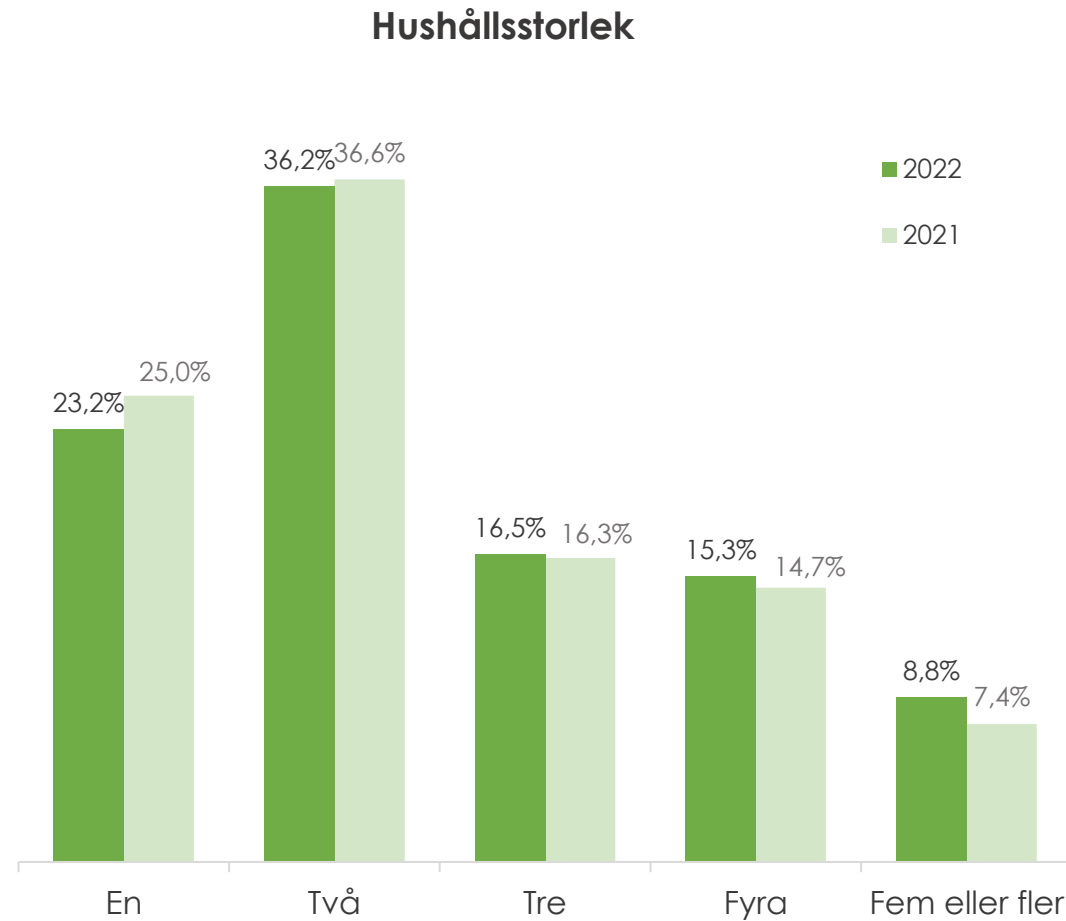


I vilken kommun bor du?

- Tabellen till höger visar de 20 mest representerade hemkommunerna för respondenterna i undersökningen
- Storstadskommunerna Stockholm, Göteborg och Malmö står för omkring 18 % av respondenterna

Kommun	Region/län	Andel respondenter
Stockholm	Stockholm	9,2 %
Göteborg	Västra Götaland	5,3 %
Malmö	Skåne	3,9 %
Uppsala	Uppsala	1,9 %
Helsingborg	Skåne	1,9 %
Norrköping	Östergötland	1,7 %
Örebro	Örebro	1,5 %
Jönköping	Jönköping	1,5 %
Linköping	Östergötland	1,4 %
Västerås	Västmanland	1,4 %
Huddinge	Stockholm	1,3 %
Gävle	Gävleborg	1,3 %
Karlstad	Värmland	1,3 %
Halmstad	Halland	1,2 %
Lund	Skåne	1,2 %
Eskilstuna	Södermanland	1,1 %
Sundsvall	Västernorrland	1,1 %
Kalmar	Kalmar	1,1 %
Umeå	Västerbotten	1,0 %
Borås	Västra Götaland	1,0 %

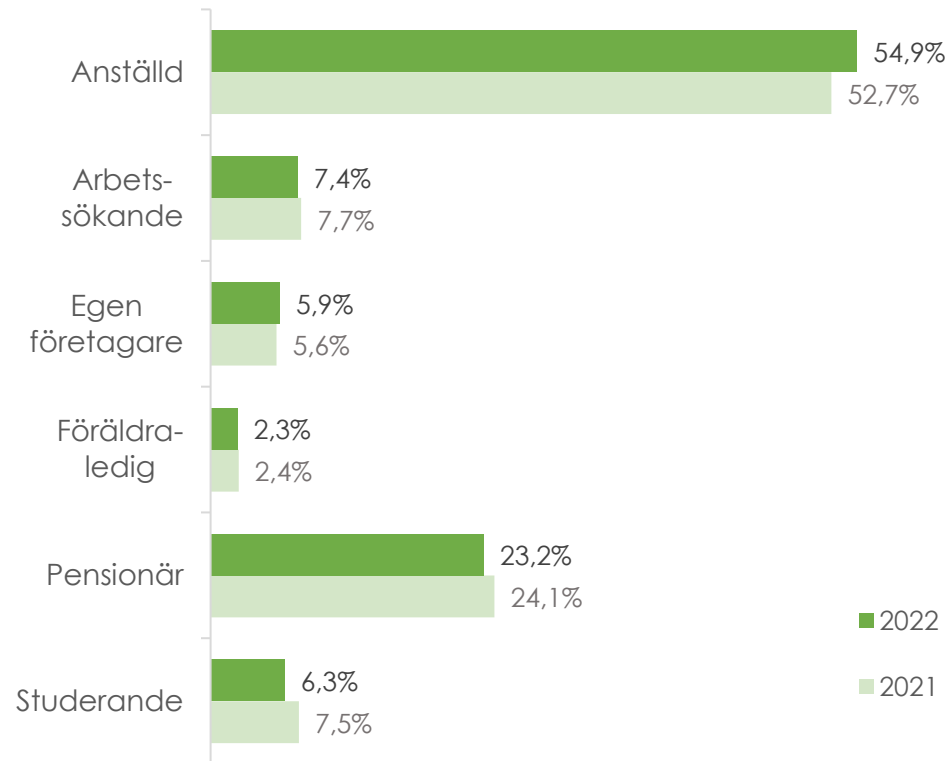
Hur många är ni i ert hushåll (inklusive dig själv)?



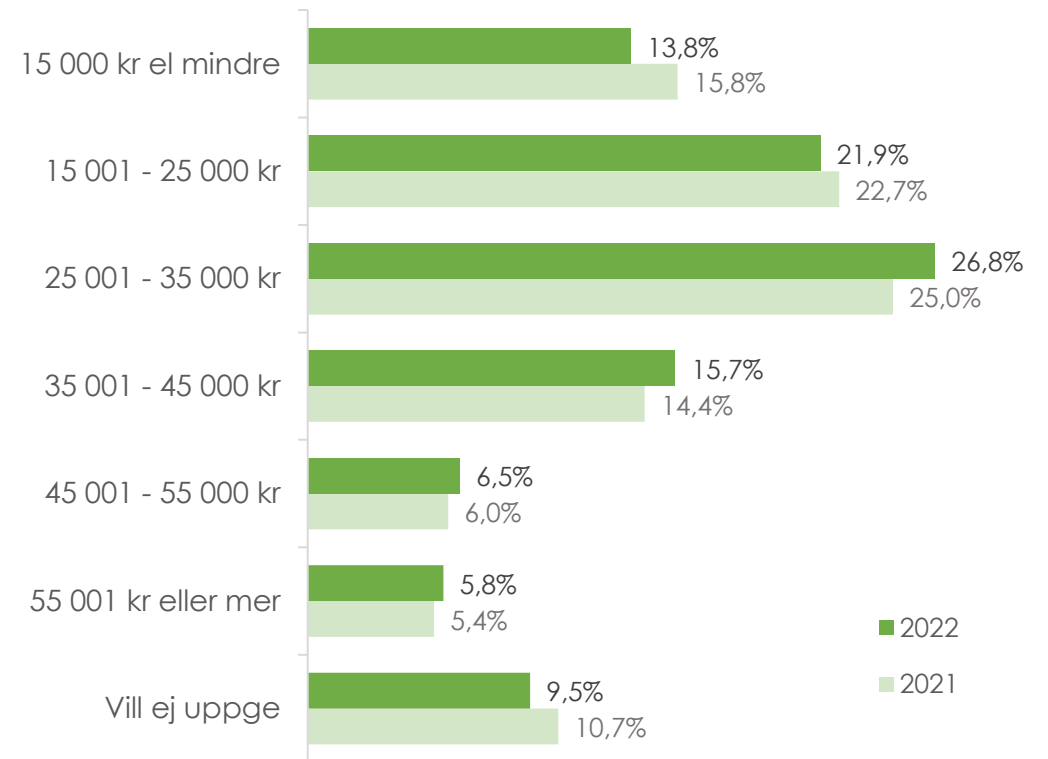
- Omkring 6 av 10 respondenter bor i ett hushåll bestående av en eller två personer
- Genomsnittlig hushållsstorlek är 2,5 personer

Vilken är din nuvarande sysselsättning samt månadsinkomst?

Sysselsättning

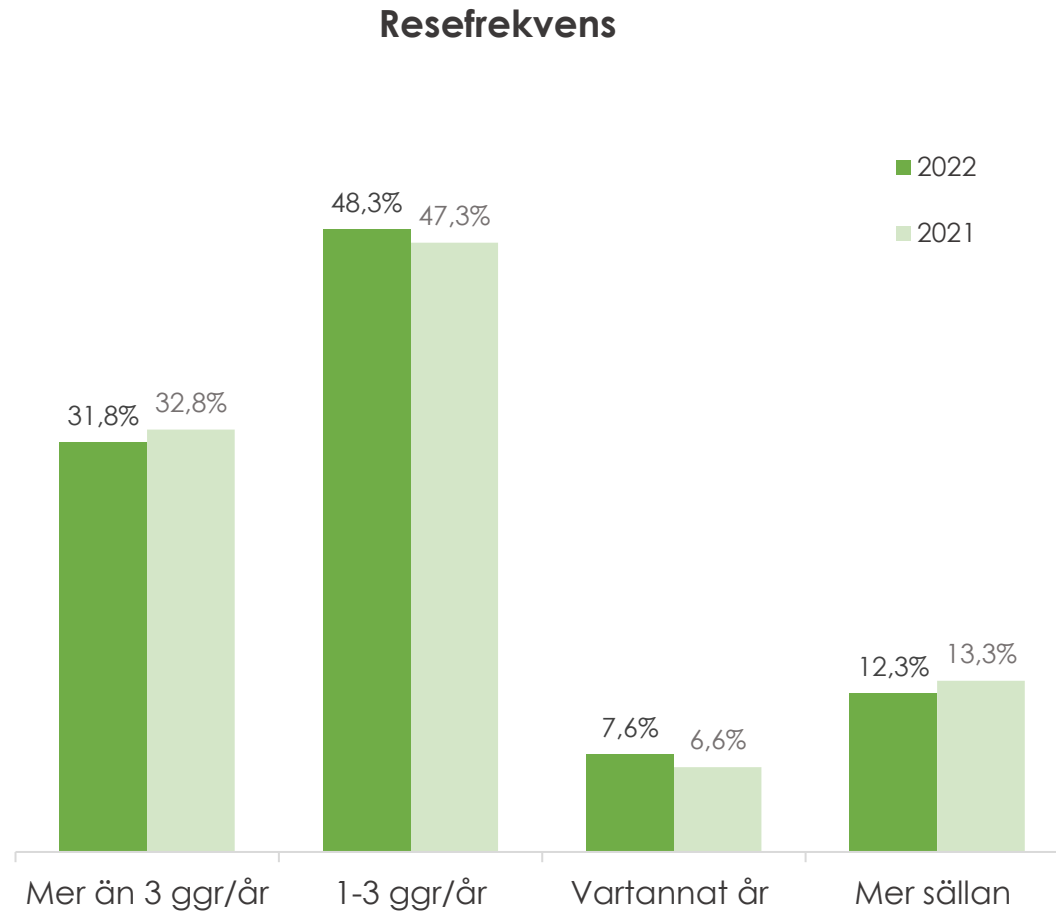


Månadsinkomst



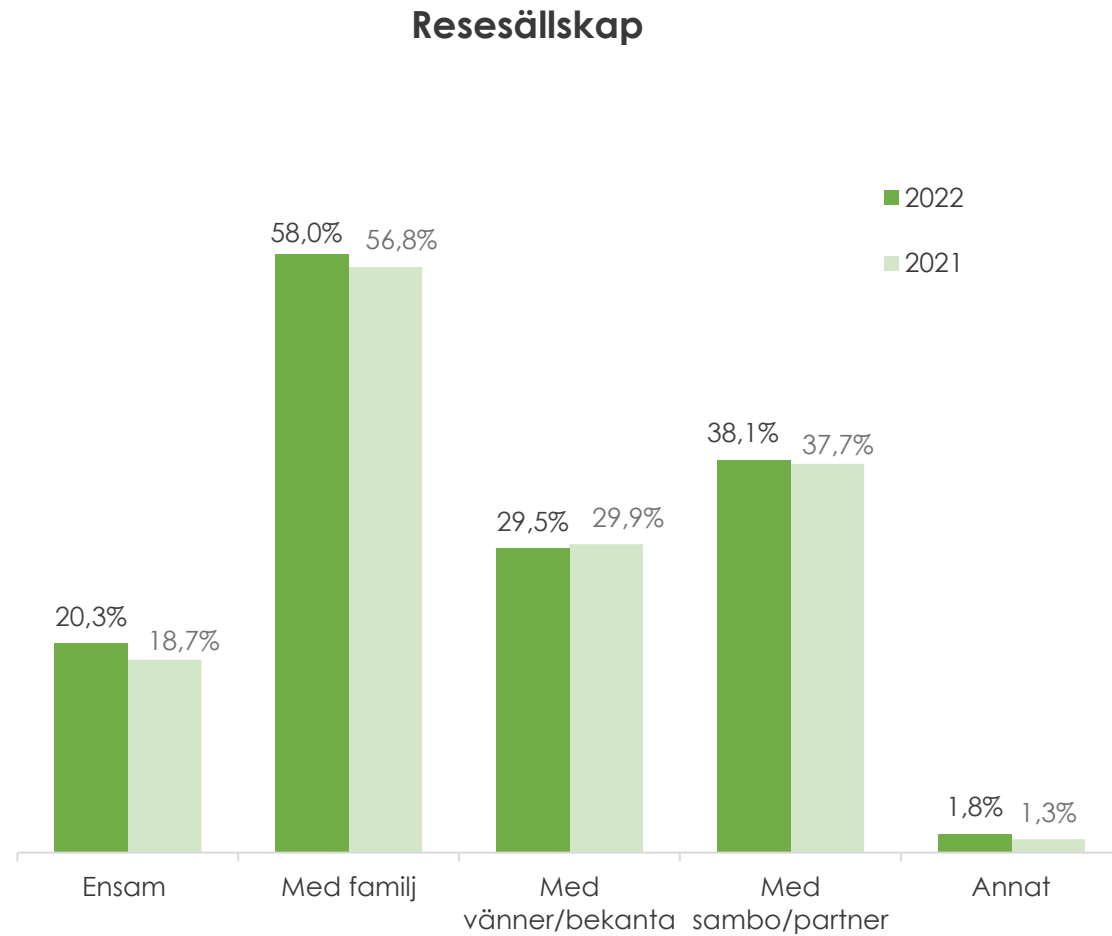
Hur ofta brukar du göra en fritidsresa i Sverige med minst en övernattning?

Frågan gäller inte enbart 2022, utan i allmänhet under normala år.



- Eftersom frågan avser resefrekvens i allmänhet förväntar vi oss inga stora förändringar från år till år på denna fråga

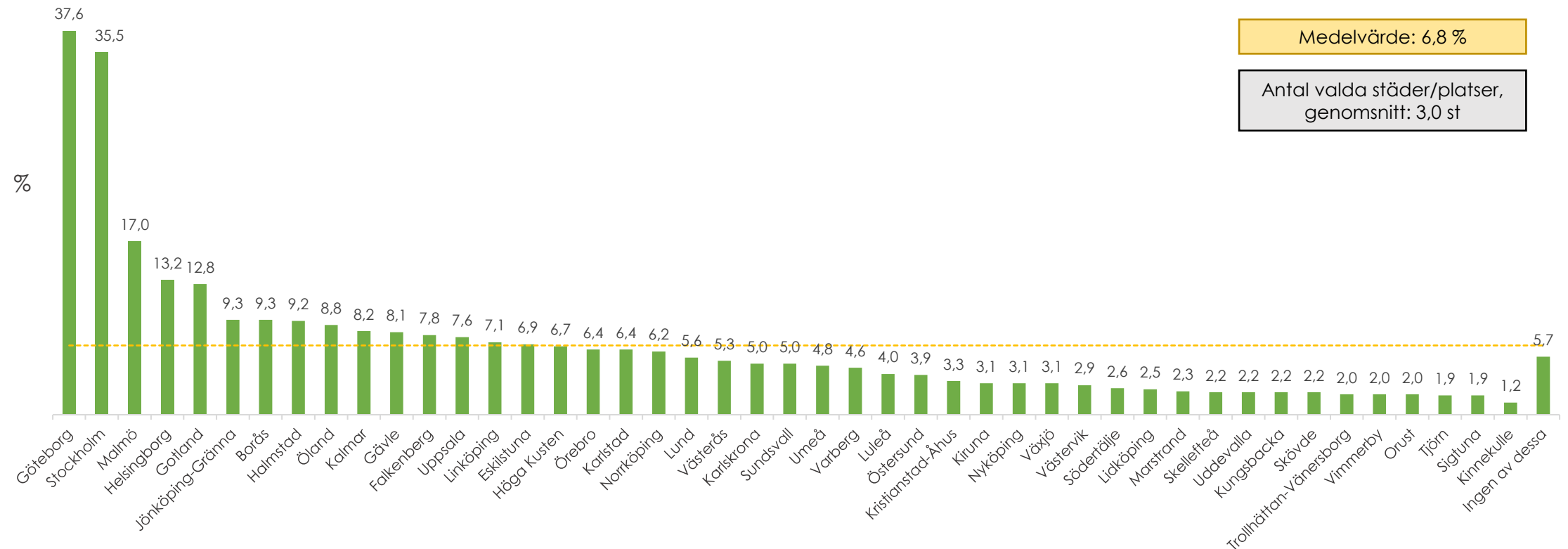
Med vem eller vilka brukar du oftast resa på din fritid?



- Vi ser enbart marginella förändringar från 2020
- Notera att svarsalternativen inte är uteslutande – respondenterna har kunnat välja flera alternativ
- Några respondenter har under kategorin "Annat" angett att de inte reser alls

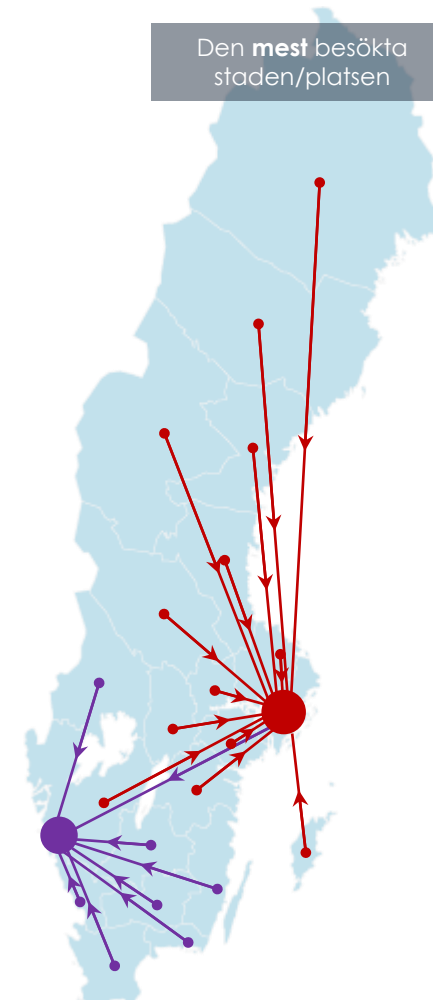
Vilken eller vilka av följande städer/platser har du rest till under de senaste tre åren? Markera upp till fyra städer/platser.

- Göteborg och Stockholm särskiljer sig, följt av Malmö, Helsingborg och Gotland. De flesta städer/platser har en högre svarsandel i år än tidigare år, då det nu varit möjligt att välja upp till fyra städer/platser (tidigare tre). Observera också att det är tre fler städer/platser 2022 jämfört med 2021 (och sju fler än 2020). Av dessa anledningar är resultatet på denna fråga inte direkt jämförbart med tidigare år

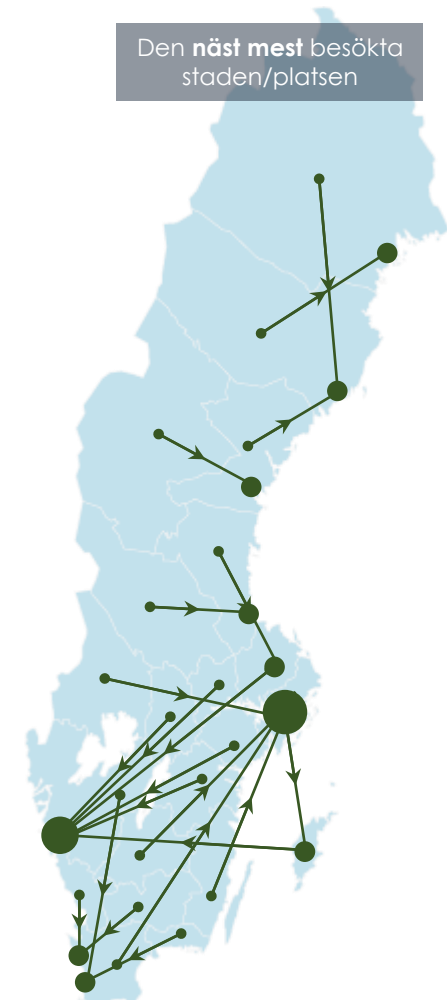


För boende i 13 regioner är Stockholm den mest besökta staden/platsen

- Kartorna till höger visar de mest respektive näst mest besöka städerna/platserna för varje boenderegion i Sverige. Vi ser till exempel att för boende i Region Norrbotten är Stockholm den mest besökta staden/platsen och Umeå den näst mest besökta staden/platsen
- Resultatet avser alltså fritidsresor som gjorts de senaste 3 åren med minst en övernattningsnatt, och här har vi exkluderat inomregionala resor (t.ex. Luleå för boende i Region Norrbotten)
- Stockholm är den mest besökta staden/platsen i 13 regioner. Göteborg är den mest besökta staden/platsen i åtta regioner, vilket är en ökning med tre regioner jämfört med 2021
- Även om Stockholm och Göteborg dominerar, ser vi också att flertalet andra städer/platser dyker upp när vi tittar på de näst mest besökta städer/platserna i kartan längst till höger



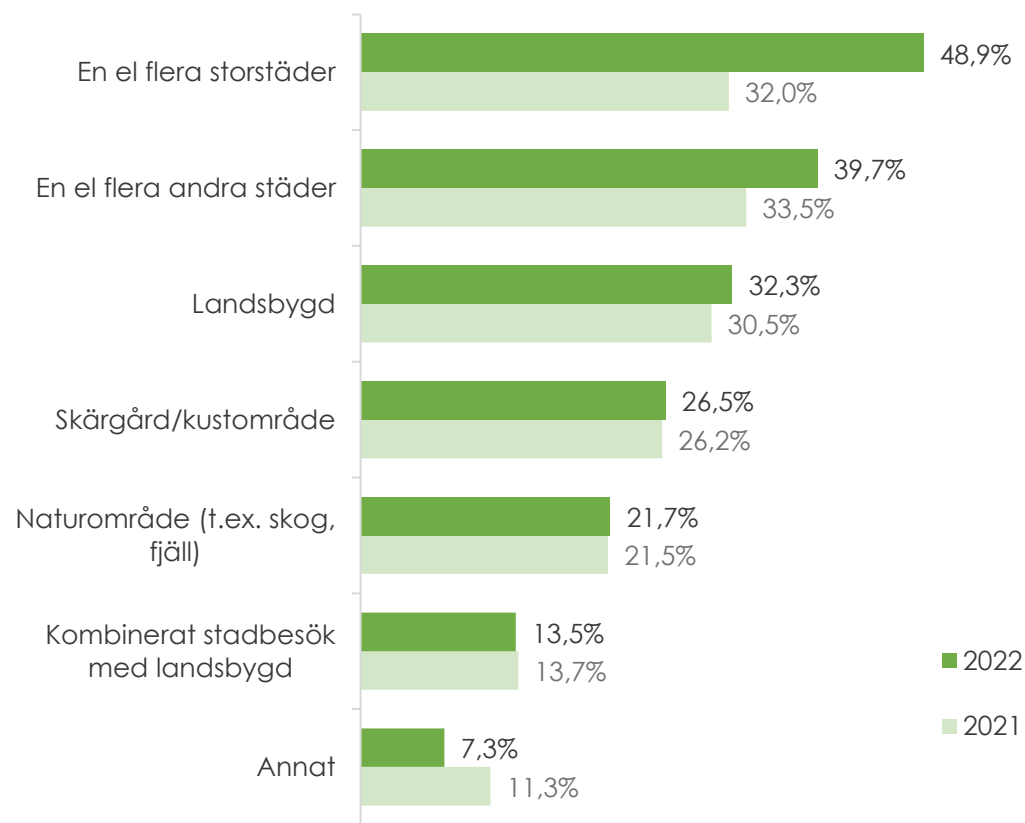
Samtliga boenderegioner har **Stockholm** eller **Göteborg** som sin mest besökta stad/plats (endast utomregionala fritidsresor).



Tittar vi på de näst mest besökta städerna/platserna tillkommer Luleå, Umeå, Sundsvall, Gävle, Uppsala, Gotland, Helsingborg och Malmö.

Till vilken sorts resmål har du rest i Sverige under sommaren 2022?

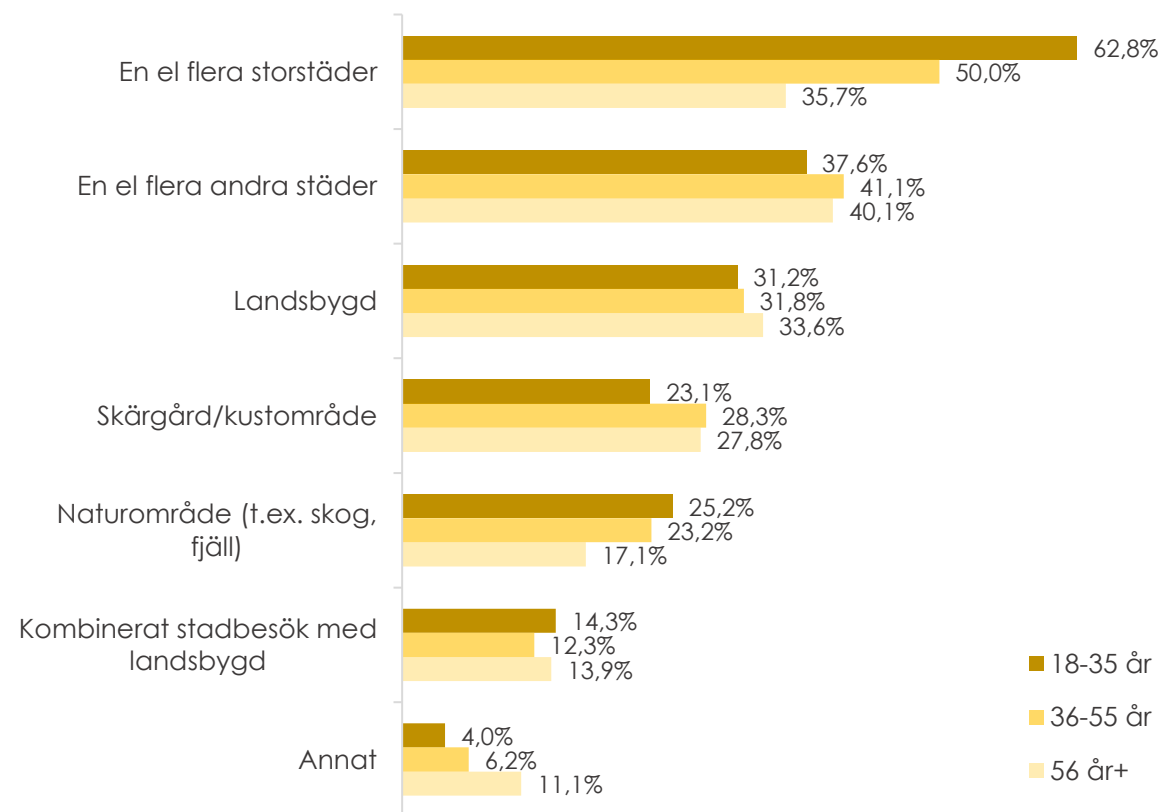
Typ av resmål sommaren 2022



- Det har varit möjligt att välja flera alternativ på denna fråga
- Vi ser att betydligt fler rest till städer under sommaren 2022 jämfört med sommaren 2021, och framförallt gäller detta resor till de tre storstäderna Stockholm, Göteborg och Malmö. Vi ser heller inget tapp på övriga resmålstyper, vilket indikerar ett ökat resande överlag

Till vilken sorts resmål har du rest i Sverige under sommaren 2022?

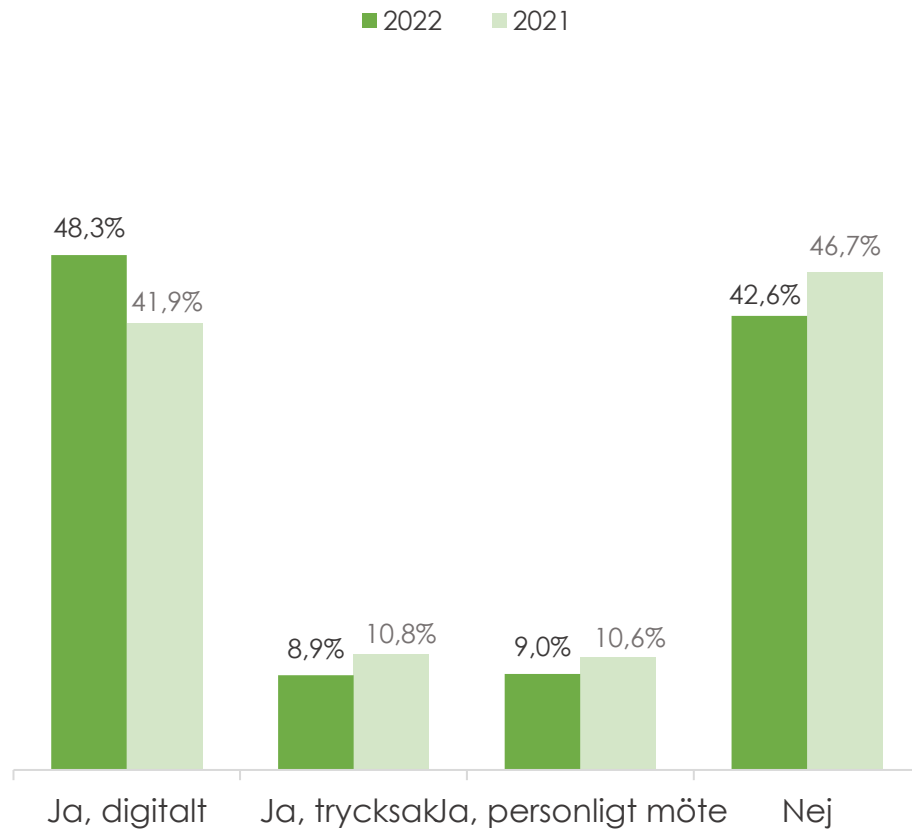
Typ av resmål sommaren 2022 - åldersgrupper



- Vi ser stora skillnader mellan åldersgrupperna avseende andelen som rest till storstäder under sommaren, där nära dubbelt så många yngre som äldre besökt storstäder
- Liksom tidigare år kan vi också konstatera att yngre personer väljer något fler alternativ i genomsnitt, vilket kan indikera att resviljan (eller resmöjligheterna) är något högre bland yngre
- Ovanstående stärks ytterligare av att merparten av de som valt alternativet "Annat", där många är äldre personer, har uppgett att de inte rest alls under sommaren

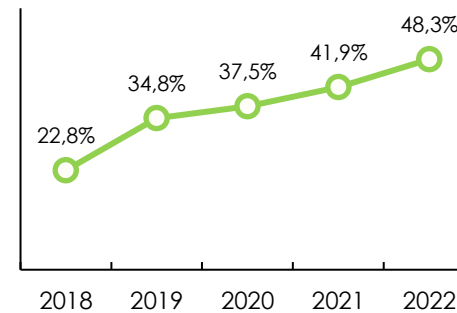
Använde du dig av turistinformation vid din senaste fritidsresa i Sverige?

Använda informationskanaler

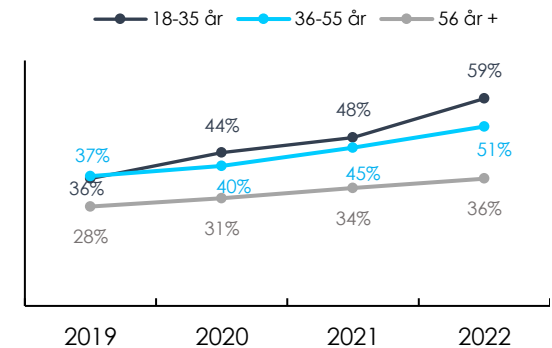


- Resultatet för 2022 är relativt likt 2021, men vi kan se att andelen digitala informationsanvändare ökat, och att andelen som inte använt turistinformation alls minskat
- För varje år har vi sett att andelen som använt digitala informationskanaler krypt uppåt, och att detta gäller för samtliga åldersgrupper:

Andel som använt digital turistinformation



Åldersgrupper



För 2018 finns ingen data för åldersgrupper.

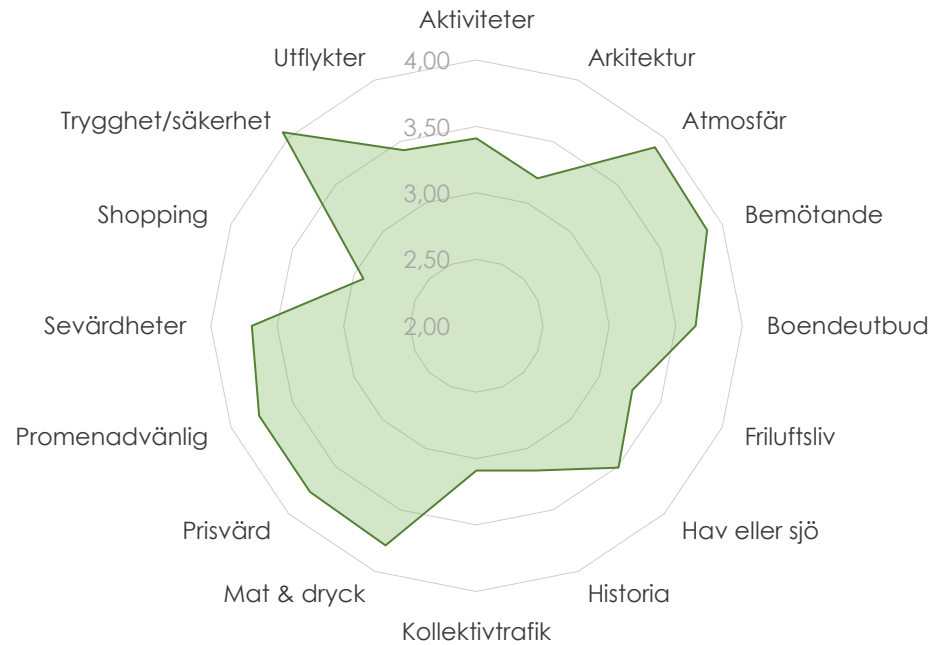


PREFERENSER – Så vill resenärerna resa

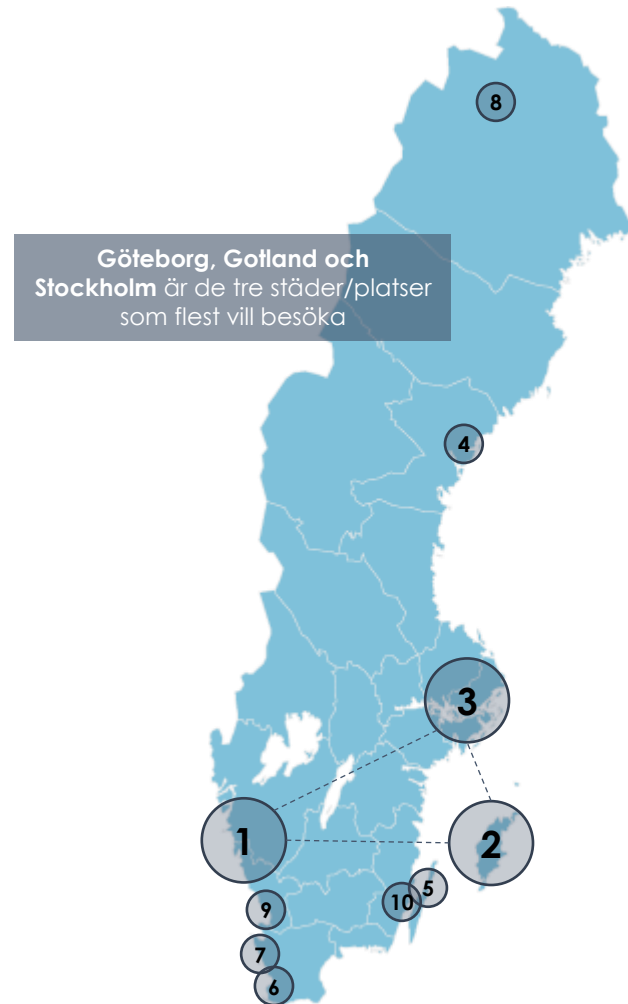
- I korthet: Preferenser
- Föredragna sätt att resa i Sverige
- Städer/platser som associeras till resande
- Städer/platser man helst vill besöka
- Bedömningar av vad som är viktigt i en stad/plats

I korthet: Preferenser

Trygghet/säkerhet, atmosfär och bemötande anses vara viktigast vid valet av stad/plats att resa till

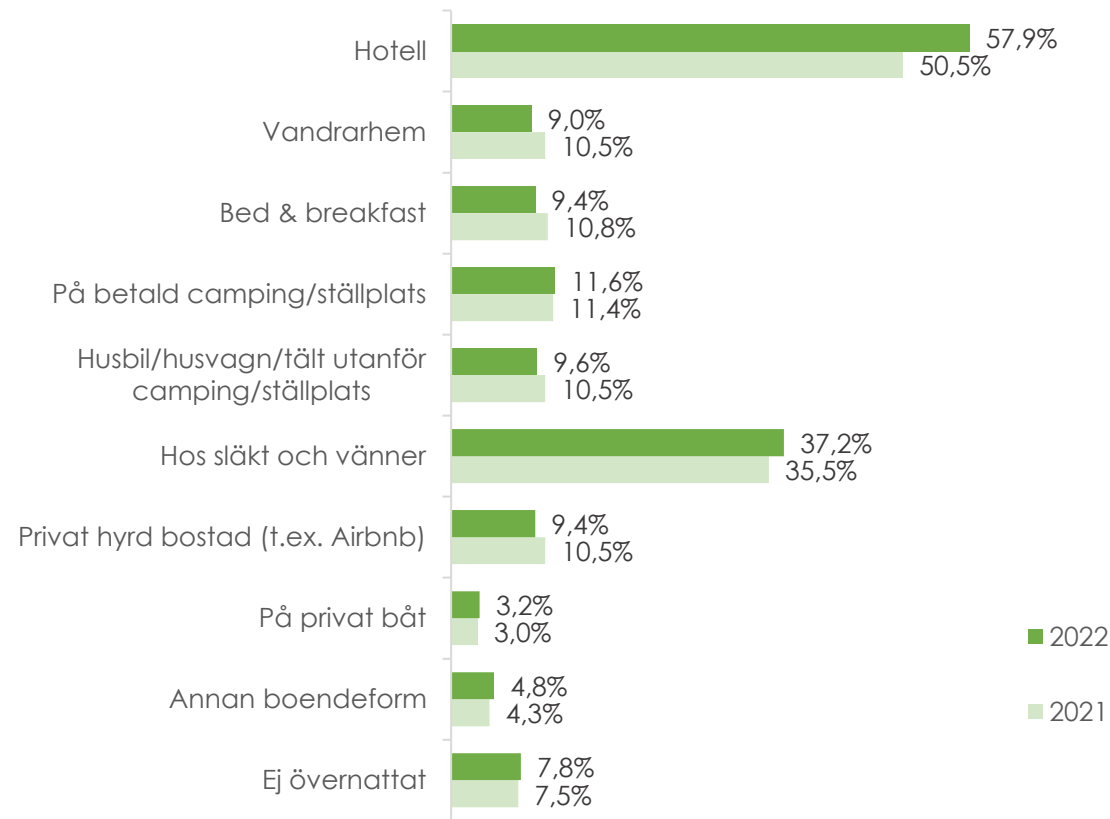


Polärddiagrammet ovan grundar sig på medelvärden för respektive preferensområde. Figuren "buktar ut" som mest vid de egenskaper som anses viktigast.



Hur föredrog du att övernatta när du reste i Sverige under sommaren 2022?

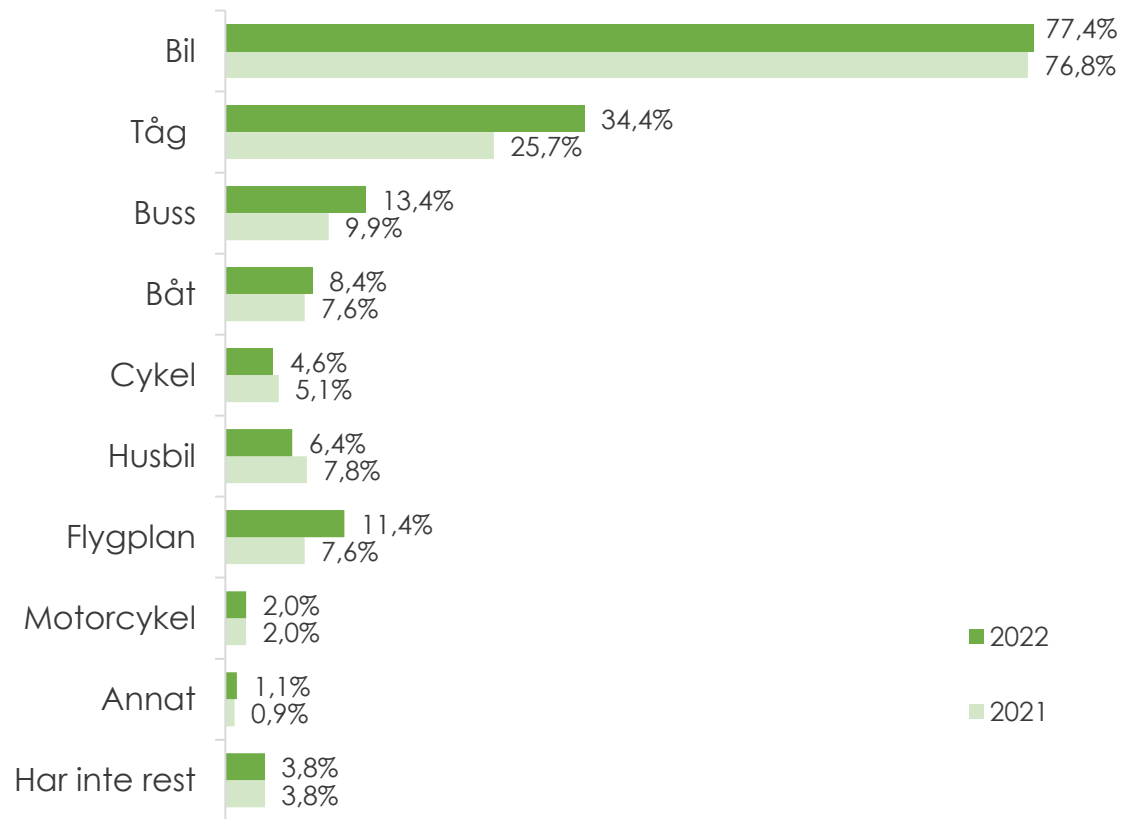
Boendepreferenser 2022



- Här ser vi att andelen som föredragit att bo på hotell ökat, vilket var fallet även 2021 jämfört med 2020. Vi är dock inte tillbaka på nivåerna 2019 (före pandemin), då andelen som svarade hotell var 72%
- Inom alternativet *Annan boendeform* har merparten angett att de föredragit att bo i egen stuga eller fritidshus

Med vilket färdssätt föredrog du att resa inom Sverige under sommaren 2022?

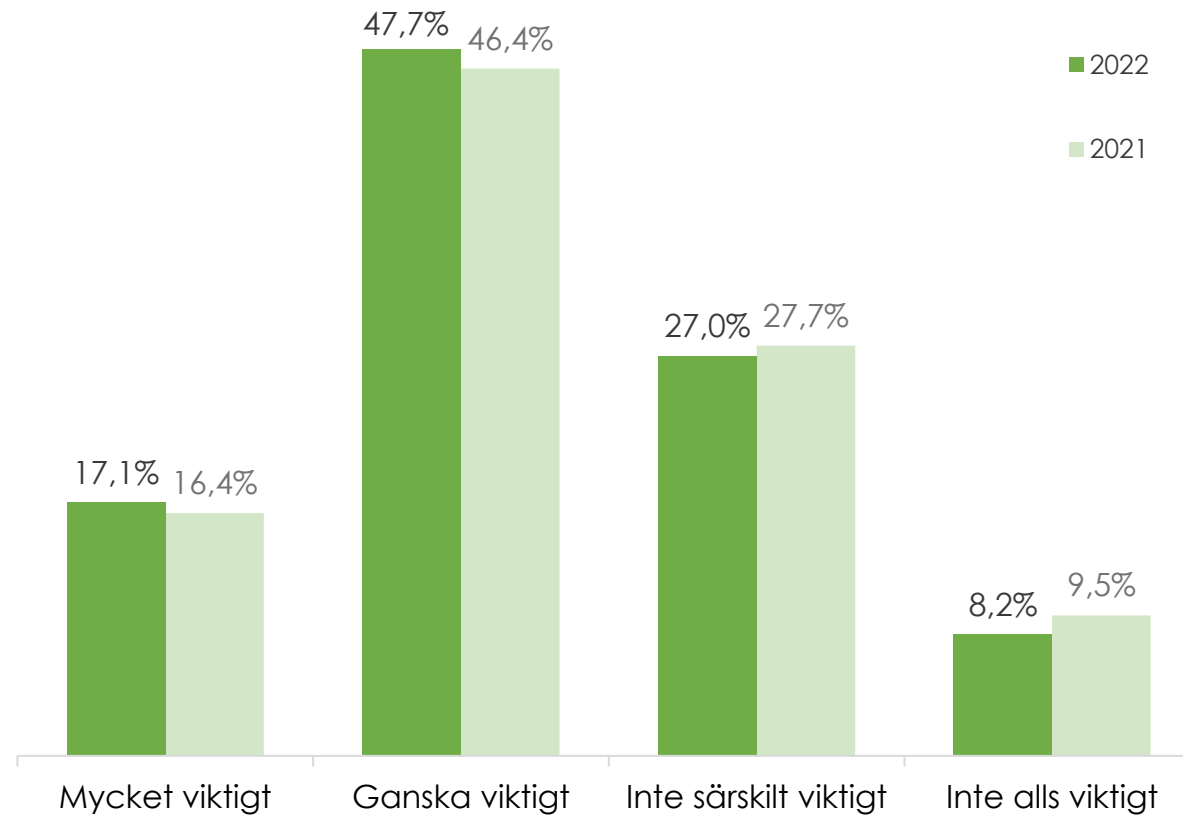
Föredragna färdssätt 2022



- Andelen som föredrar bil ligger relativt stabilt från år till år
- De kollektiva färdssätten har påverkats kraftigt av pandemin, men är på väg att återhämta sig. Det är dock en bit kvar till 2019, då t.ex. 43% svarade Tåg och 20% svarade Flygplan

Hur viktigt är det för dig att tänka klimatsmart när du väljer vart och hur du reser?

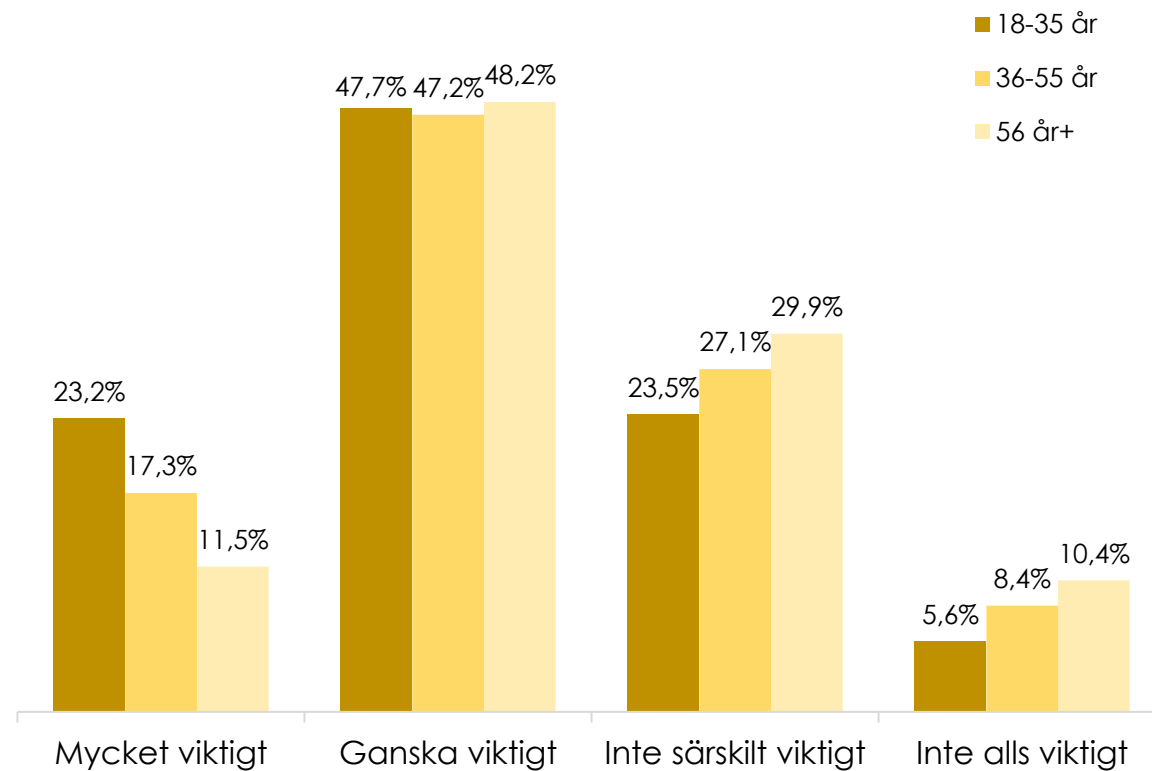
Inställning till klimatsmart resande



- 65 % har i undersökningen uppgett att de tycker det är ganska eller mycket viktigt att tänka klimatsmart vid val av resa
- Vi ser mycket små skillnader mot resultatet 2021 och 2020. Tendensen, om någon, är att det blir marginellt viktigare att resa klimatsmart
- Alternativen har formulerats för att "framtvunga" ett ställningstagande, dvs. det finns inget mitten- eller varken eller-alternativ

Hur viktigt är det för dig att tänka klimatsmart när du väljer vart och hur du reser?

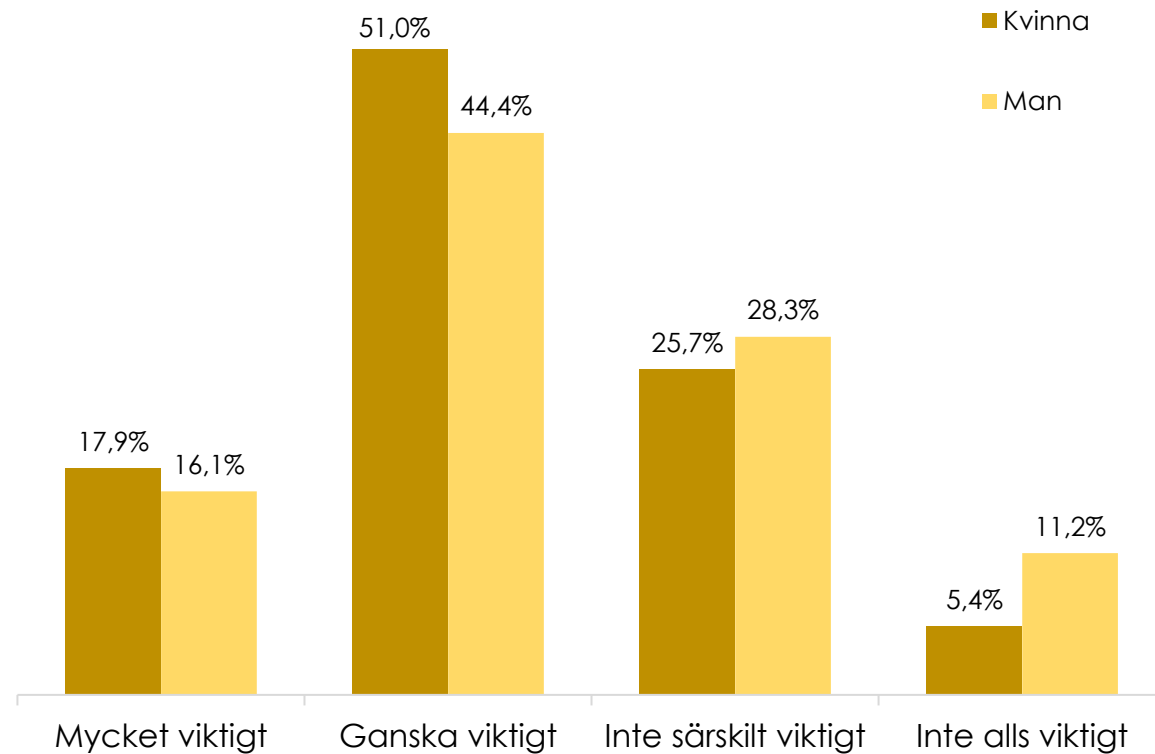
Klimatsmart resande - åldersgrupper



- Andelen ganska viktigt + mycket viktigt minskar något med ålder bland respondenterna:
 - 18-35 år: 70,9%
 - 36-55 år: 64,5%
 - 56 år+: 59,7%
- Svarsmönstret är mycket likt 2021 och 2020. Vi ser alltså återigen att yngre personer i något högre grad vill resa klimatsmart. Men skillnaden är rimligen inte större än 7 av 10 för yngre jämfört med 6 av 10 för äldre

Hur viktigt är det för dig att tänka klimatsmart när du väljer vart och hur du reser?

Klimatsmart resande - könstillhörighet



- Vi ser en liten skillnad mellan kvinnor och män, där kvinnor värderar det klimatsmarta resandet aningen högre än män. Andelen ganska viktigt + mycket viktigt:

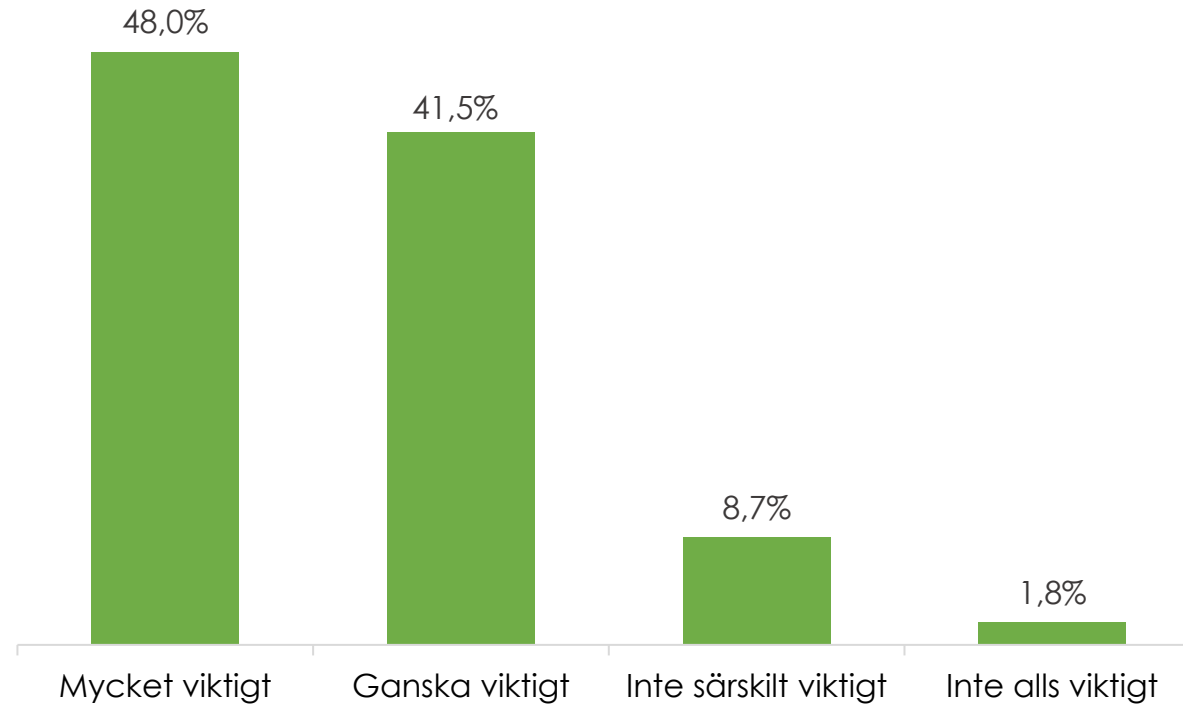
Kvinnor: 68,9%

Män: 60,5%

- Den största relativa skillnaden mellan kvinnor och män ser vi i andelen som svarat "inte alls viktigt" - i denna grupp är andelen män mer än dubbelt så stor som andelen kvinnor

Hur viktigt är det för dig att resmålet uppfattas som tryggt och säkert när du väljer vart och hur du reser?

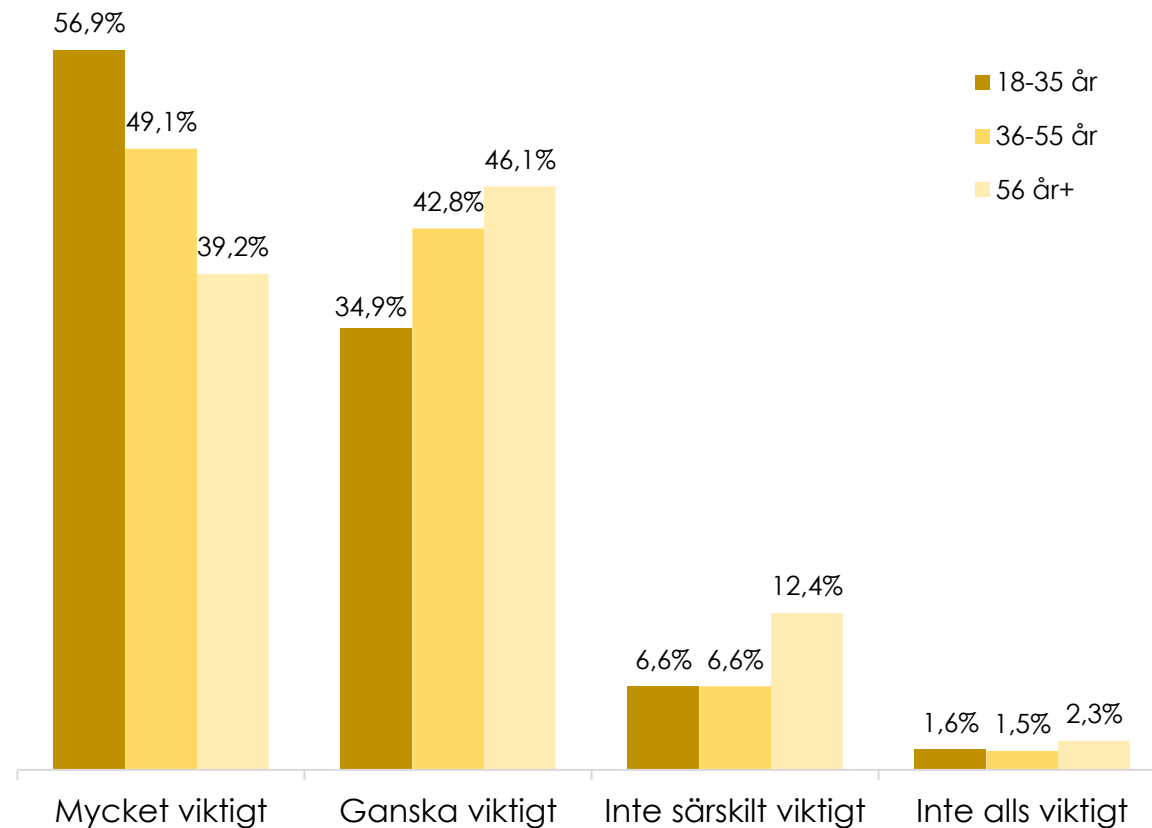
Inställning till att resmålet uppfattas som tryggt och säkert



- 9 av 10 anser att det är mycket eller ganska viktigt att resmålet uppfattas som tryggt och säkert
- Frågan är ny för 2022

Hur viktigt är det för dig att resmålet uppfattas som tryggt och säkert när du väljer vart och hur du reser?

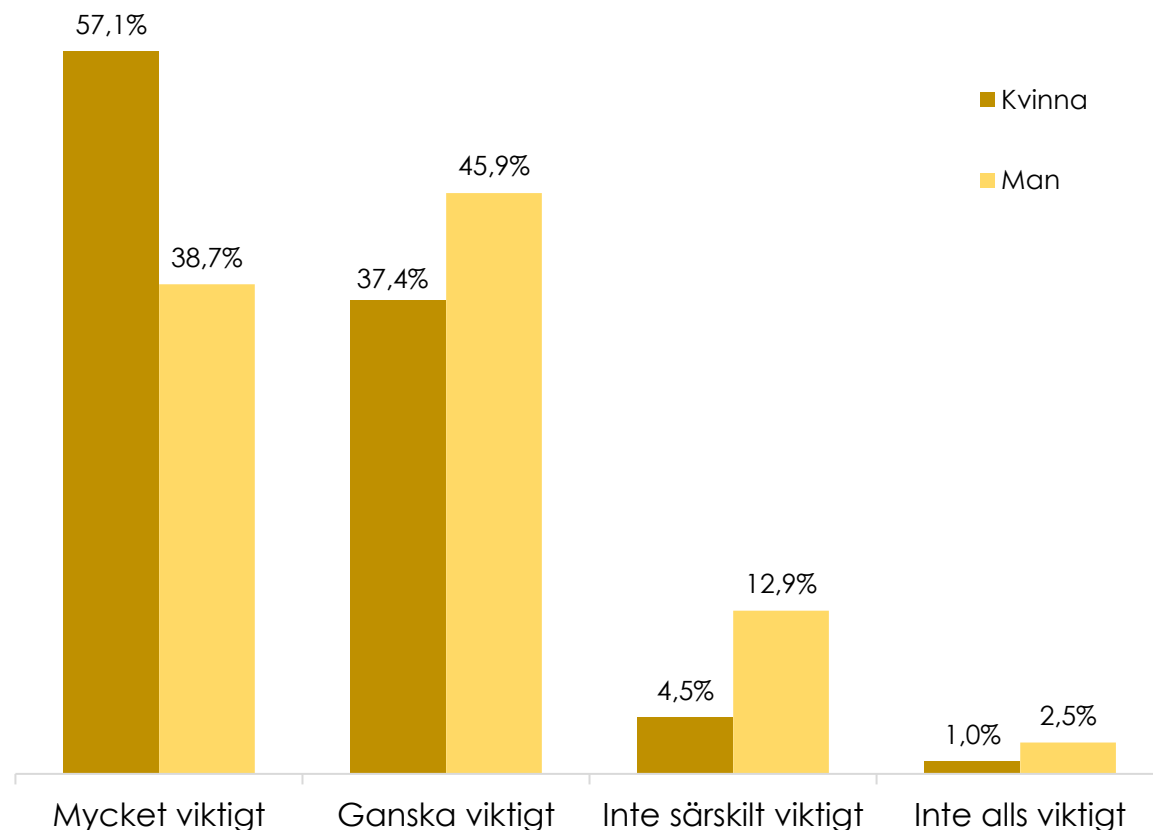
Tryggt och säkert resmål - åldersgrupper



- Andelen ganska viktigt + mycket viktigt minskar något med ålder bland respondenterna:
 - 18-35 år: 91,8%
 - 36-55 år: 91,9%
 - 56 år+: 85,3%
- Även om ovanstående andelar är relativt lika, kan vi se i diagrammet att det skiljer tydligt i andelen som svarat "mycket viktigt" – resultatet indikerar att ett tryggt och säkert resmål är viktigt i alla åldrar, men kanske som allra viktigast i gruppen 18-35 år

Hur viktigt är det för dig att resmålet uppfattas som tryggt och säkert när du väljer vart och hur du reser?

Tryggt och säkert resmål - könstillhörighet



- Här ser vi en skillnad mellan kvinnor och män, där kvinnor värderar trygghet och säkerhet högre. Detta märks framförallt i andelen som svarat "mycket viktigt". Andelen ganska viktigt + mycket viktigt:

Kvinnor: 94,5%

Män: 84,6%

- Av detta och föregående diagram förstår vi att det måste vara kvinnor i åldern 18-35 år som värderar ett tryggt och säkert resmål allra högst. I denna grupp har 65,3% svarat "mycket viktigt". Detta kan jämföras med män i åldern 56 år och äldre, där motsvarande andel är 32,9%

Stockholm och Göteborg associeras oftast med orden "resa i Sverige"

- Respondenterna har i fritt text skrivit upp till tre svar på frågan "Vilka städer/platser tänker du på spontant när du hör orden "resa i Sverige".
- På denna sida visas de 30 vanligaste svaren för *Stad 1*. Ingen särskild handpåläggning av svar har gjorts, utöver stavningskorrigerings (därför finns t.ex. både "Visby" och "Gotland" med som separata svar)



Stad 1 (topp 30)	Antal
Stockholm	2126
Göteborg	1280
Malmö	374
Öland	145
Gotland	131
Visby	107
Fjällen	96
Helsingborg	93
Västkusten	73
Kalmar	71
Uppsala	67
Dalarna	65
Halmstad	63
Kiruna	63
Umeå	61
Skåne	59
Varberg	51
Norrland	49
Sundsvall	49
Åre	45
Österlen	44
Norrköping	41
Östersund	41
Jönköping	40
Luleå	38
Örebro	38
Västerås	33
Falkenberg	32
Karlstad	32
Höga kusten	30

Även i andra hand dominerar Stockholm och Göteborg bland svaren på frågan

- På denna sida visas de 30 vanligaste svaren för *Stad 2* – i ordmoln nedan och i tabell till höger
- Många som skrivit Stockholm på *Stad 1* har skrivit Göteborg på *Stad 2* och vice versa



Stad 2 (topp 30)	Antal
Göteborg	1395
Stockholm	923
Malmö	473
Gotland	195
Öland	142
Skåne	107
Helsingborg	101
Uppsala	88
Visby	87
Västkusten	86
Umeå	82
Halmstad	79
Kalmar	79
Kiruna	67
Äre	65
Dalarna	64
Österlen	64
Örebro	63
Fjällen	56
Norrland	56
Karlstad	54
Sundsvall	51
Luleå	49
Östersund	49
Ystad	47
Jönköping	46
Lund	45
Norrköping	41
Varberg	41
Borås	40

I tredje hand är svaren något mer jämnt fördelade över fler destinationer

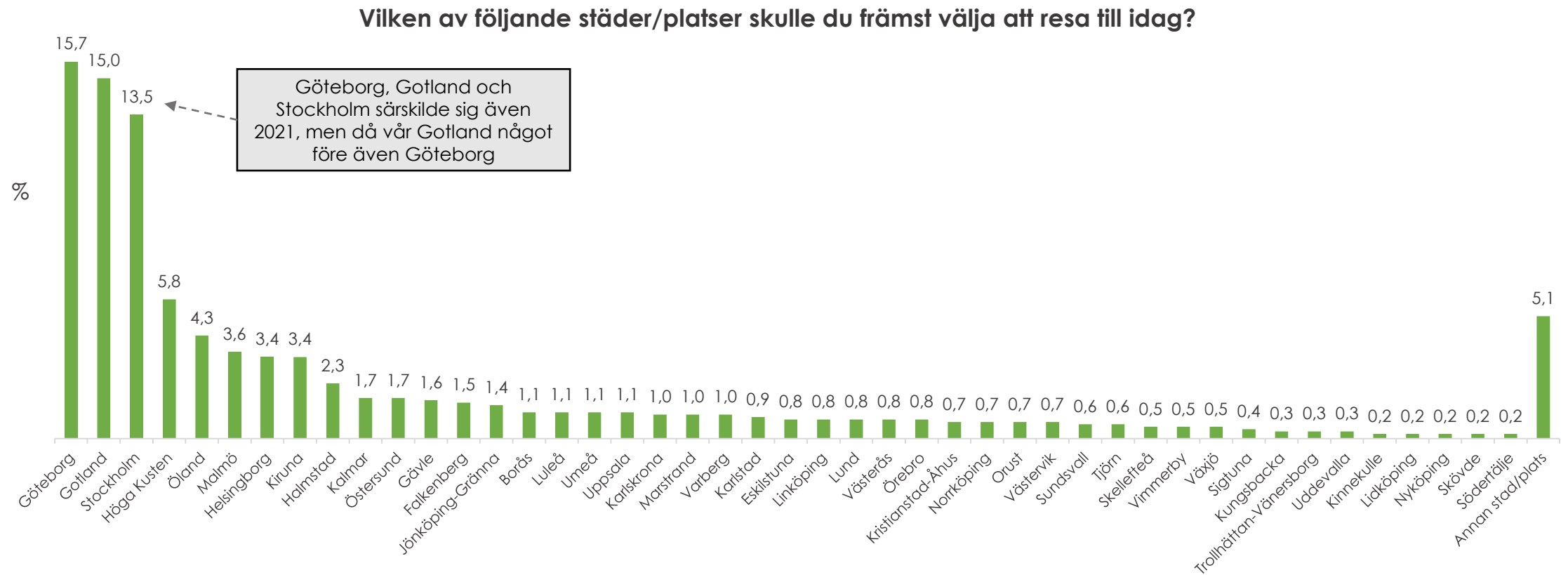
- På denna sida visas de 30 vanligaste svaren för *Stad 3* – i ordmoln nedan och i tabell till höger
- Inte på något av de tre valen (stad 1, 2 och 3) ser vi några stora skillnader gentemot tidigare år



Stad 3 (topp 30)	Antal
Göteborg	597
Malmö	552
Stockholm	501
Gotland	170
Öland	142
Skåne	103
Umeå	96
Helsingborg	94
Visby	94
Uppsala	93
Västskusten	88
Dalarna	81
Örebro	81
Halmstad	79
Jönköping	78
Norrländ	74
Kiruna	73
Sundsvall	72
Kalmar	70
Österlen	63
Fjällen	57
Karlstad	55
Lund	53
Åre	53
Norrköping	47
Ystad	47
Gävle	44
Luleå	44
Östersund	43
Varberg	41

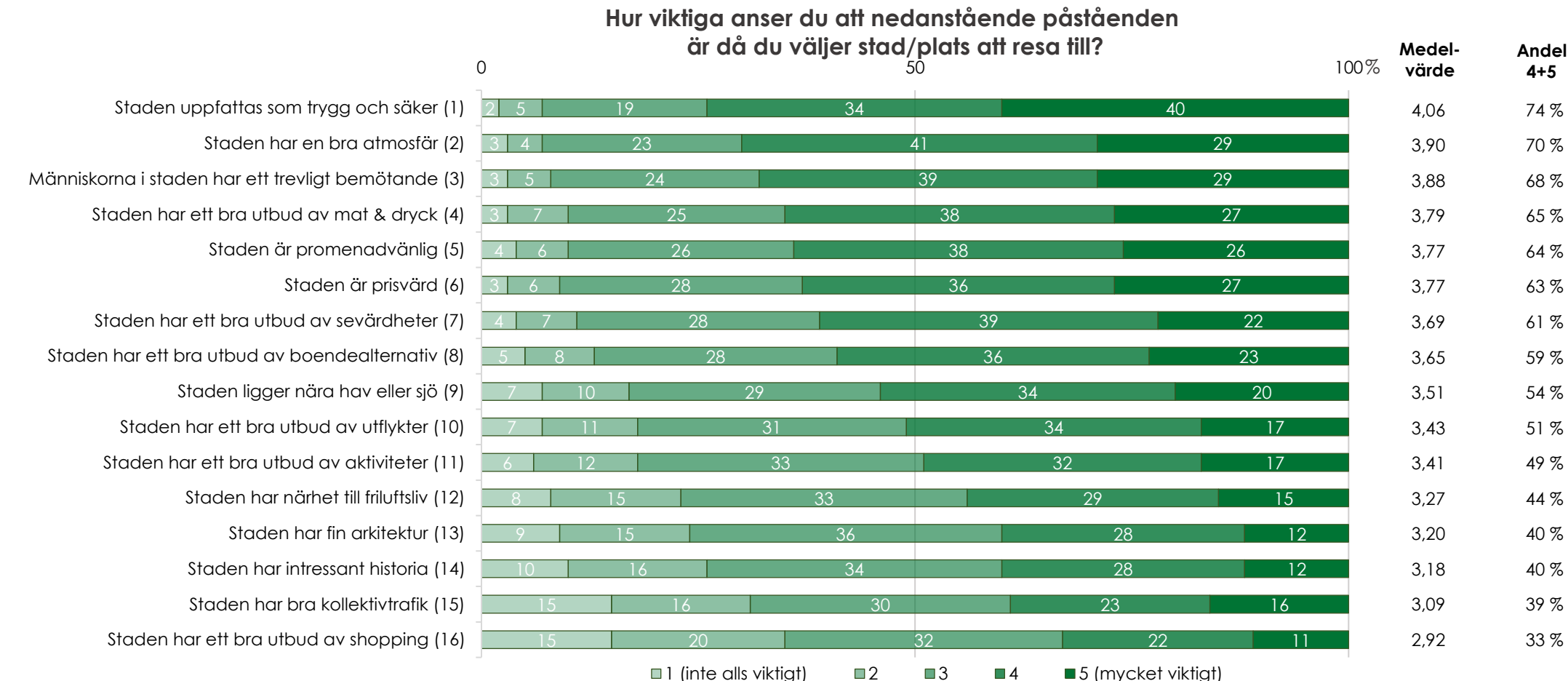
Göteborg, Gotland och Stockholm är de städer/platser flest skulle välja att resa till idag

- Respondenterna har endast fått välja ett val på denna fråga. Diagrammet nedan visar andelen som valt respektive stad/plats. Eftersom det är tre fler städer/platser i år jämfört med 2021, har många fått ett något lägre resultat än tidigare. De som trots detta ökat tydligast från 2021 är Göteborg, Stockholm och Helsingborg



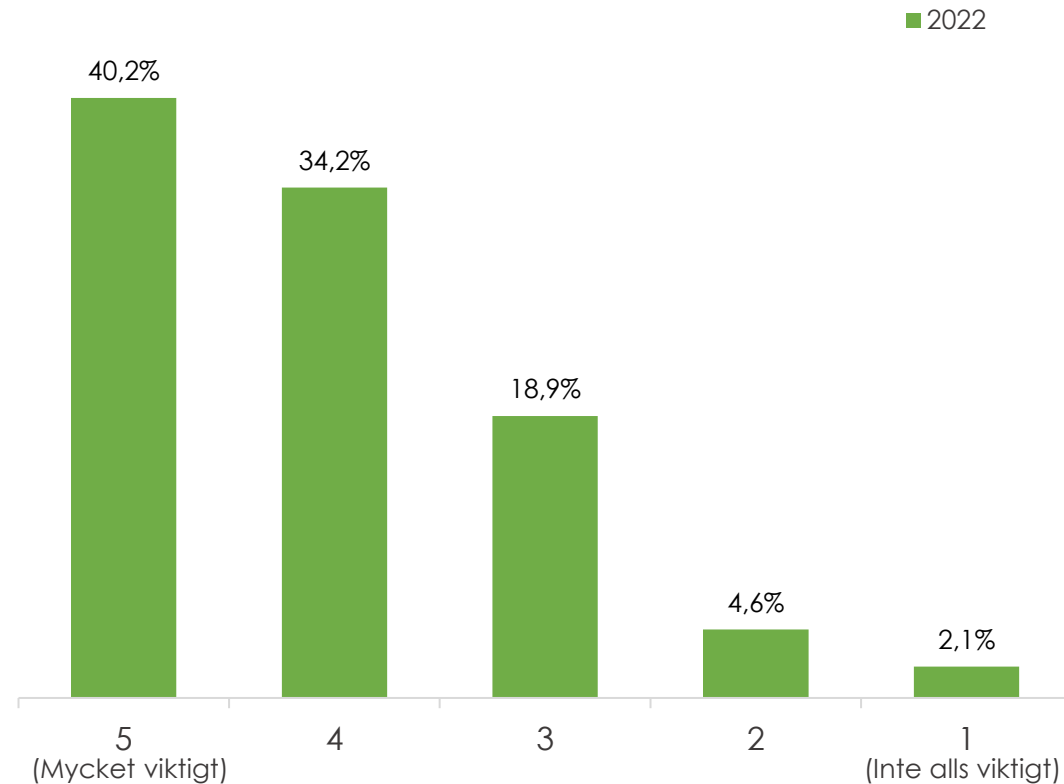
Trygghet och säkerhet, samt en bra atmosfär, anses vara de viktigaste egenskaperna för en stad/plats

- Nedan ges en överblick över samtliga bedömningar av vad som anses viktigt i en stad/plats. På kommande sidor redovisas vart och ett av bedömningsområdena i detalj (i ordning viktigast – minst viktigt)



Trygghet och säkerhet anses vara det viktigaste i staden/platsen

Staden/platsen uppfattas som trygg och säker

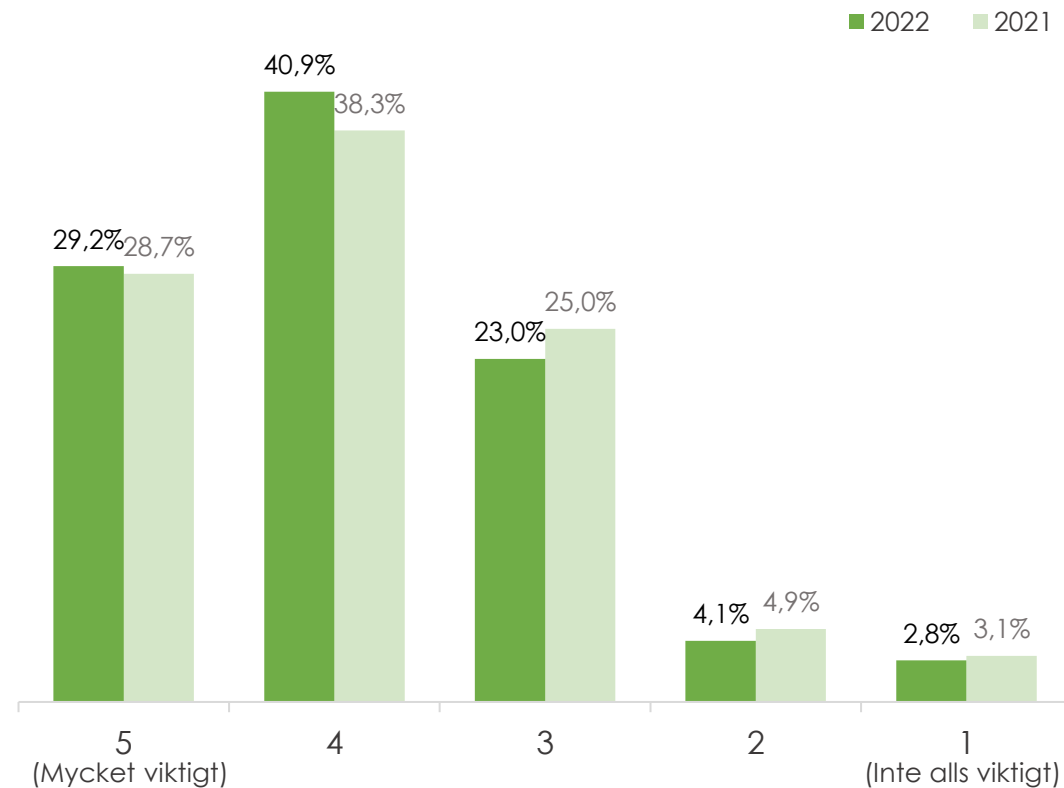


- Detta är en ny preferenspunkt för 2022
- Trygghet och säkerhet anses vara den viktigaste faktorn vid valet av stad/plats att resa till
- Samtliga grupper i tabellen nedan rankar trygghet/säkerhet som det viktigaste området

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	4,06	1
Reser ofta	4,08	1
Reser sällan	3,96	1
Mindre hushåll	4,00	1
Större hushåll	4,14	1
18-35 år	4,10	1
36-55 år	4,13	1
56 år eller äldre	3,95	1

En bra atmosfär rankas som det näst viktigaste för en stad/plats

Staden/platsen har en bra atmosfär



- Att staden/platsen har en bra atmosfär har 2022 blivit marginellt viktigare än tidigare (i diagrammet ser vi att något fler svarat 4 och 5 jämfört med 2021)
- Atmosfären placerar sig i år just före ett trevligt bemötande, men dessa ligger varje år mycket nära varandra och kan i praktiken betraktas som lika viktiga

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,90	2
Reser ofta	3,94	2
Reser sällan	3,70	4
Mindre hushåll	3,87	3
Större hushåll	3,93	2
18-35 år	3,86	3
36-55 år	4,01	2
56 år eller äldre	3,82	3

Ett trevligt bemötande är i stort sett lika viktigt som en bra atmosfär

Människorna i staden/platsen har ett trevligt bemötande



- Att människorna i staden/platsen har ett trevligt bemötande är den tredje viktigaste faktorn vid valet av stad/plats att resa till
- Svarsmönstret är relativt likt från år till år
- Varje år har ett trevligt bemötande rankats aningen lägre bland yngre personer, men skillnaderna är små

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,88	3
Reser ofta	3,90	3
Reser sällan	3,80	2
Mindre hushåll	3,88	2
Större hushåll	3,89	4
18-35 år	3,81	4
36-55 år	3,93	3
56 år eller äldre	3,90	2

Utbud av mat och dryck har blivit något viktigare under 2022

Staden/platsen har ett bra utbud av mat och dryck

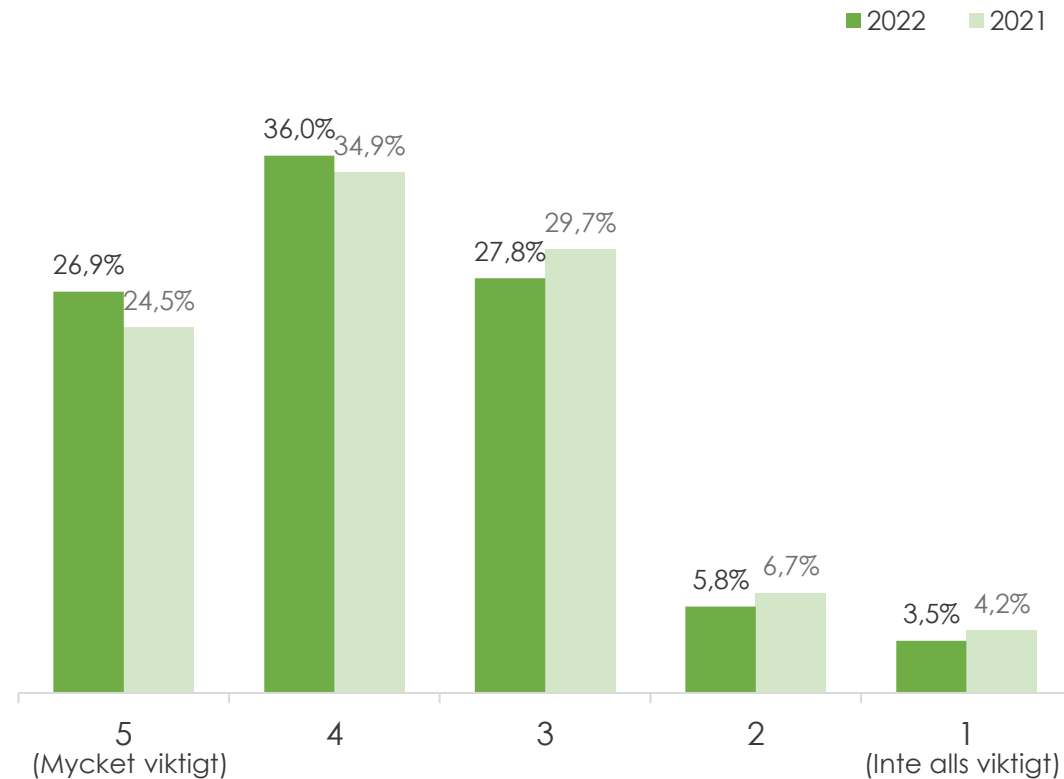


- Utbud av mat och dryck har ökat något i betydelse i relation till övriga områden jämfört med 2021 (då det också hade ökat något från 2020)
- Yngre personer i åldrarna 18-35 tycker att mat och dryck är det viktigaste området utöver trygghet/säkerhet

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,79	4
Reser ofta	3,83	4
Reser sällan	3,63	5
Mindre hushåll	3,72	5
Större hushåll	3,89	3
18-35 år	3,97	2
36-55 år	3,85	6
56 år eller äldre	3,57	7

Prisvärdhet är en relativt viktig faktor hos en stad/plats

Staden/platsen är prisvärd

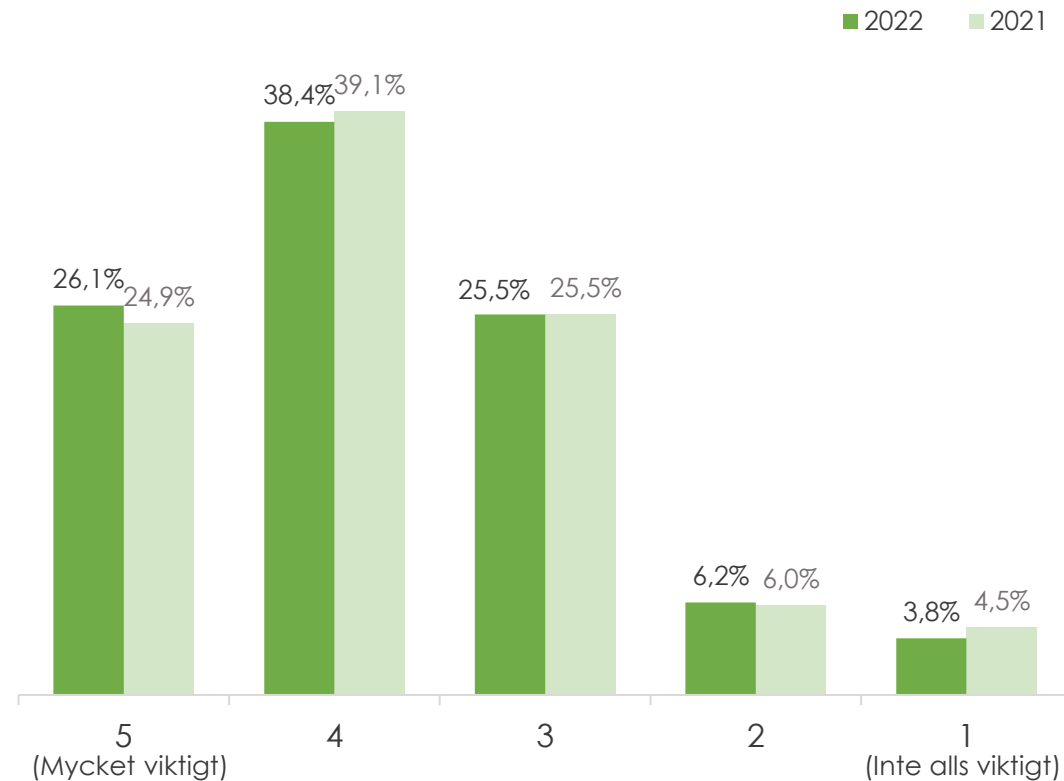


- Prisvärdheten har blivit ytterligare lite viktigare under 2022
- Att sällanresenärer rankar prisvärdheten högt är något som återkommer från både 2021 och 2020

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,77	5
Reser ofta	3,78	6
Reser sällan	3,72	3
Mindre hushåll	3,70	6
Större hushåll	3,87	5
18-35 år	3,80	5
36-55 år	3,88	4
56 år eller äldre	3,64	5

Promenadvänligheten har tappat två placeringar

Staden/platsen är promenadvänlig

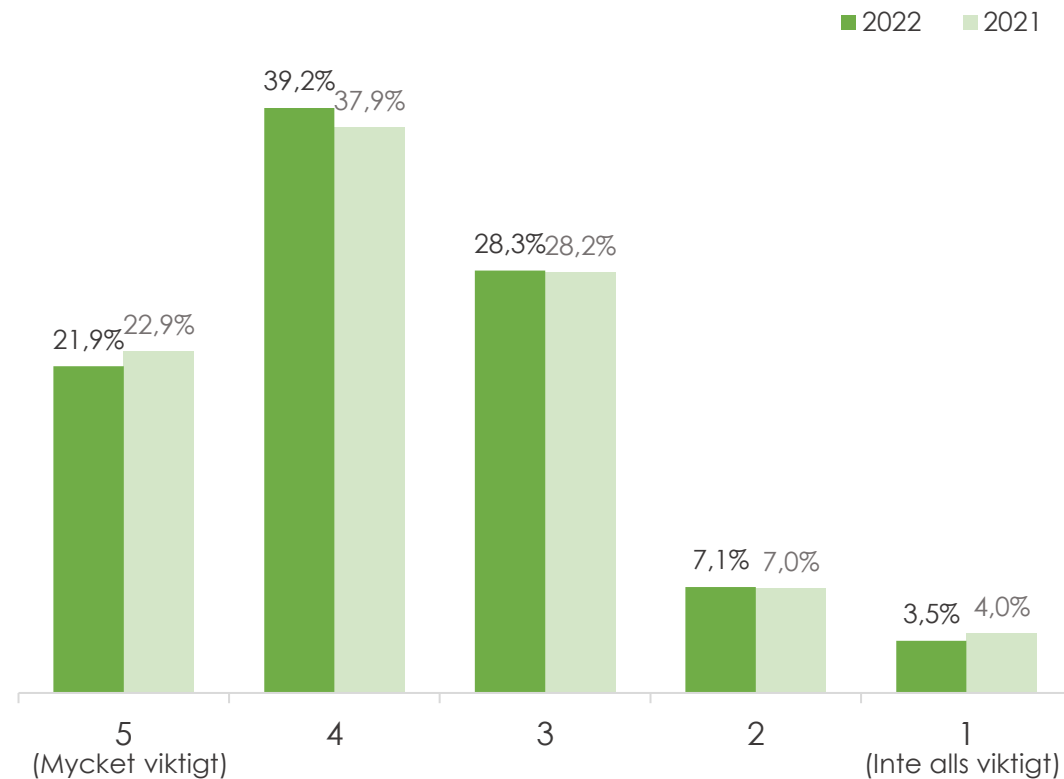


- Svarsmönstret avseende promenadvänlighet har varit mycket likt från år till år. 2022 rankas det något lägre i relation till mat/dryck och prisvärdhet, men det är så jämnt så att den inbördes ordningen mellan dessa blir slumpmässig
- Promenadvänlighet värderas aningen högre bland äldre personer än yngre, sett till ranking

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,77	6
Reser ofta	3,80	5
Reser sällan	3,63	6
Mindre hushåll	3,74	4
Större hushåll	3,81	6
18-35 år	3,74	7
36-55 år	3,87	5
56 år eller äldre	3,69	4

Utbud av sevärigheter är återigen en viktig faktor hos en stad/plats

Staden/platsen har ett bra utbud av sevärigheter

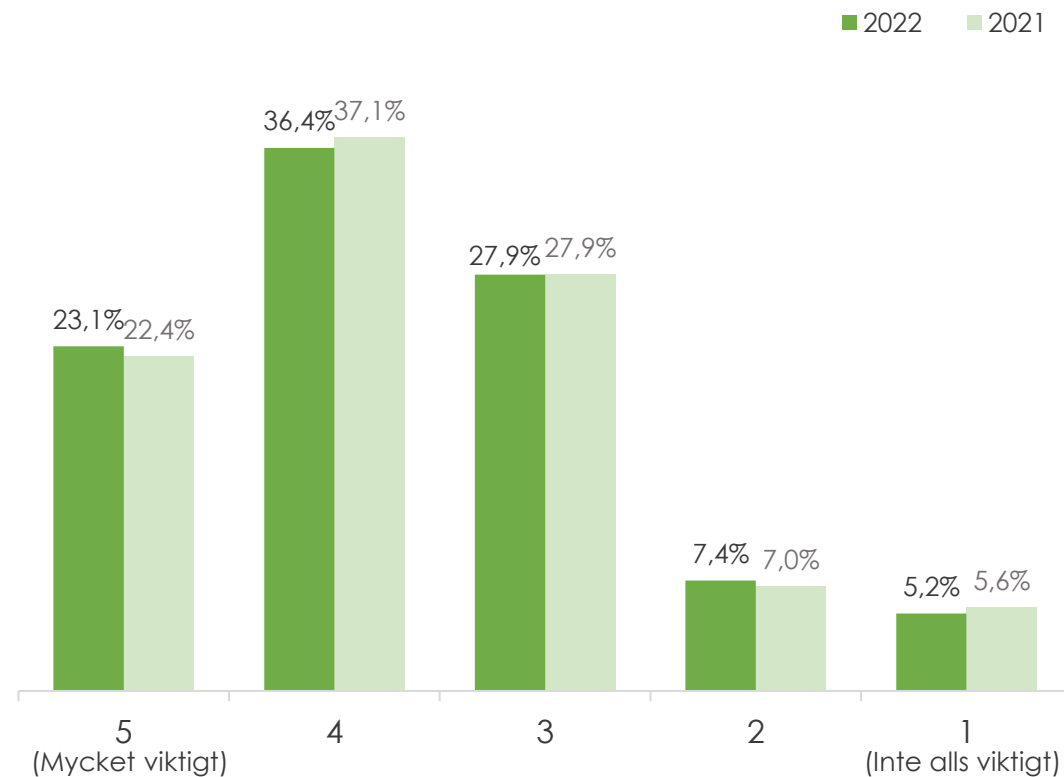


- Utbudet av sevärigheter är den sjunde viktigaste faktorn vid valet av stad/plats att resa till
- På denna fråga ser vi mycket små skillnader i svarsmönster jämfört med 2021 och medelvärdet är exakt det samma som då

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,69	7
Reser ofta	3,72	7
Reser sällan	3,54	8
Mindre hushåll	3,64	7
Större hushåll	3,76	8
18-35 år	3,72	9
36-55 år	3,75	8
56 år eller äldre	3,61	6

Utbud av boendeanternativ är det åttonde viktigaste området

Staden/platsen har ett bra utbud av boendeanternativ

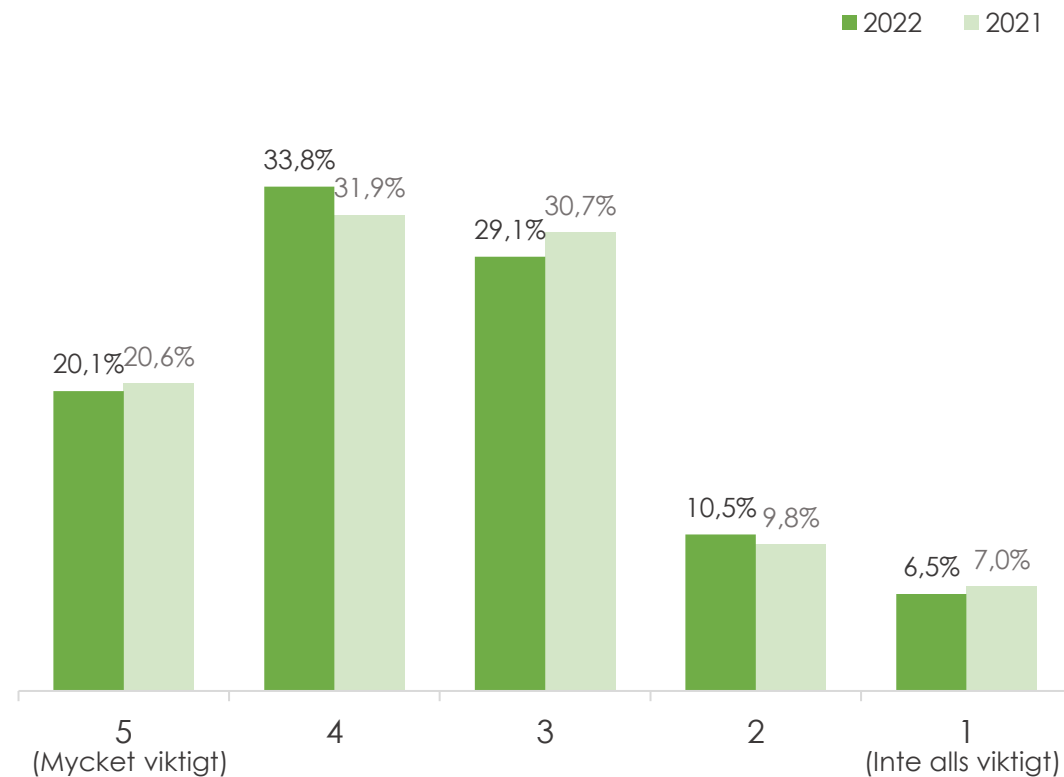


- Boendebudet har legat stabilt som ett "medelhögt" prioriterat område varje år
- Området är aningen viktigare för yngre än äldre, men skillnaderna är inte stora

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,65	8
Reser ofta	3,66	8
Reser sällan	3,59	7
Mindre hushåll	3,54	8
Större hushåll	3,80	7
18-35 år	3,77	6
36-55 år	3,80	7
56 år eller äldre	3,40	8

Närheten till hav eller sjö är i stort sett oförändrat från 2020

Staden/platsen ligger nära hav eller sjö



- Närheten till hav eller sjö är på plats nio i rankingen, vilket det även var 2021 (borträknat det nya området tryggt och säkert)
- Återkommande är att yngre personer rankar närheten till hav eller sjö något lägre än äldre

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,51	9
Reser ofta	3,55	9
Reser sällan	3,33	9
Mindre hushåll	3,44	9
Större hushåll	3,60	11
18-35 år	3,51	11
36-55 år	3,64	9
56 år eller äldre	3,37	9

Utbud av utflykter är tionde högst prioriterat

Staden/platsen har ett bra utbud av utflykter



- Utflyktsutbudet har en stabil ranking från år till år
- Äldre personer prioriterar utbudet av utflykter något lägre än yngre personer

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,43	10
Reser ofta	3,48	10
Reser sällan	3,21	11
Mindre hushåll	3,25	10
Större hushåll	3,69	10
18-35 år	3,65	10
36-55 år	3,61	10
56 år eller äldre	3,05	12

Utbudet av aktiviteter håller sig på en stabil nivå i rankingen

Staden/platsen har ett bra utbud av aktiviteter



- Utbud av aktiviteter brukar hamna runt plats 10, och ligger nu där igen (borträknat det nya området tryggt och säkert)
- Yngre personer och större hushåll (barnfamiljer) värderar aktivitetsutbudet högst

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,41	11
Reser ofta	3,45	11
Reser sällan	3,24	10
Mindre hushåll	3,21	11
Större hushåll	3,71	9
18-35 år	3,73	8
36-55 år	3,59	11
56 år eller äldre	2,96	14

Närhet till friluftsliv är kvar på plats 12 efter att ha klättrat tidigare år

Staden/platsen har närhet till friluftsliv



- Trenden har varit att närhet till friluftsliv blivit aningen viktigare från år till år, men i år ser vi ingen tydlig förändring mot 2021
- Sällanresenärer prioriterar närhet till friluftsliv lägre än övriga grupper

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,27	12
Reser ofta	3,31	12
Reser sällan	3,09	15
Mindre hushåll	3,17	13
Större hushåll	3,42	12
18-35 år	3,36	12
36-55 år	3,43	12
56 år eller äldre	3,04	13

Fin arkitektur prioriteras på en konstant nivå

Staden/platsen har fin arkitektur

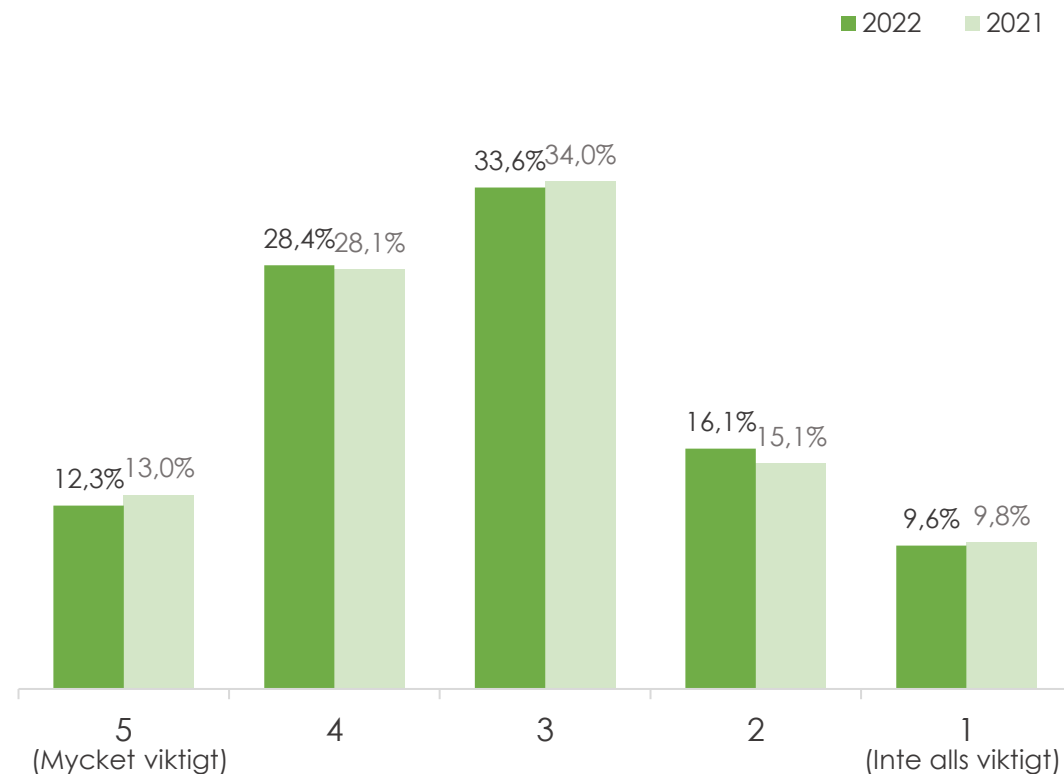


- En fin arkitektur är 2022 det 13:e viktigaste området, och vi ser i praktiken ingen förändring från 2021
- Viss tendens finns att äldre personer värderar arkitekturen något högre än yngre. Skillnaden i ranking mellan åldersgrupperna återkommer varje år

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,20	13
Reser ofta	3,21	13
Reser sällan	3,15	13
Mindre hushåll	3,15	14
Större hushåll	3,28	13
18-35 år	3,29	14
36-55 år	3,26	13
56 år eller äldre	3,08	11

Intressant historia prioriteras olika högt av olika grupper

Staden/platsen har en intressant historia

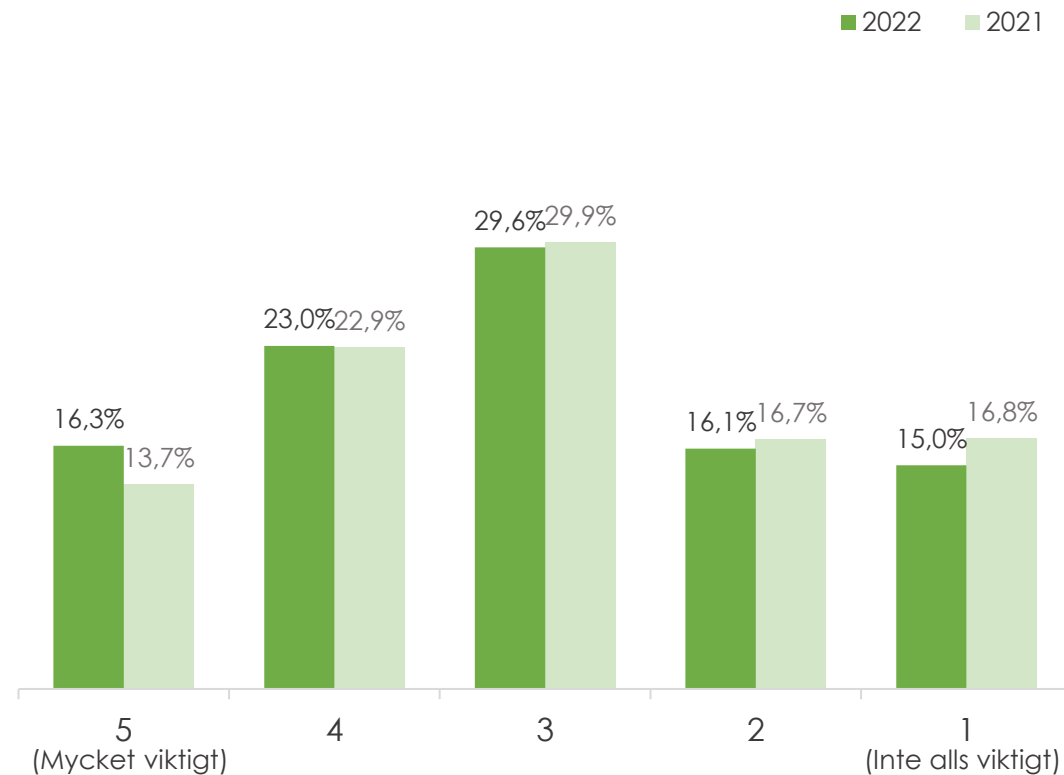


- Att staden/platsen har en intressant historia hamnar på plats 14 i totalranking av områden, vilket inte innebär någon förändring sedan 2021 (borträknat det nya området tryggt och säkert)
- Här märks tydligare skillnader mellan åldersgrupperna, där äldre personer generellt rankar området högre än yngre

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,18	14
Reser ofta	3,20	14
Reser sällan	3,10	14
Mindre hushåll	3,19	11
Större hushåll	3,17	14
18-35 år	3,03	16
36-55 år	3,25	14
56 år eller äldre	3,24	10

Bra kollektivtrafik är inget prioriterat område för resenärerna

Staden/platsen har bra kollektivtrafik

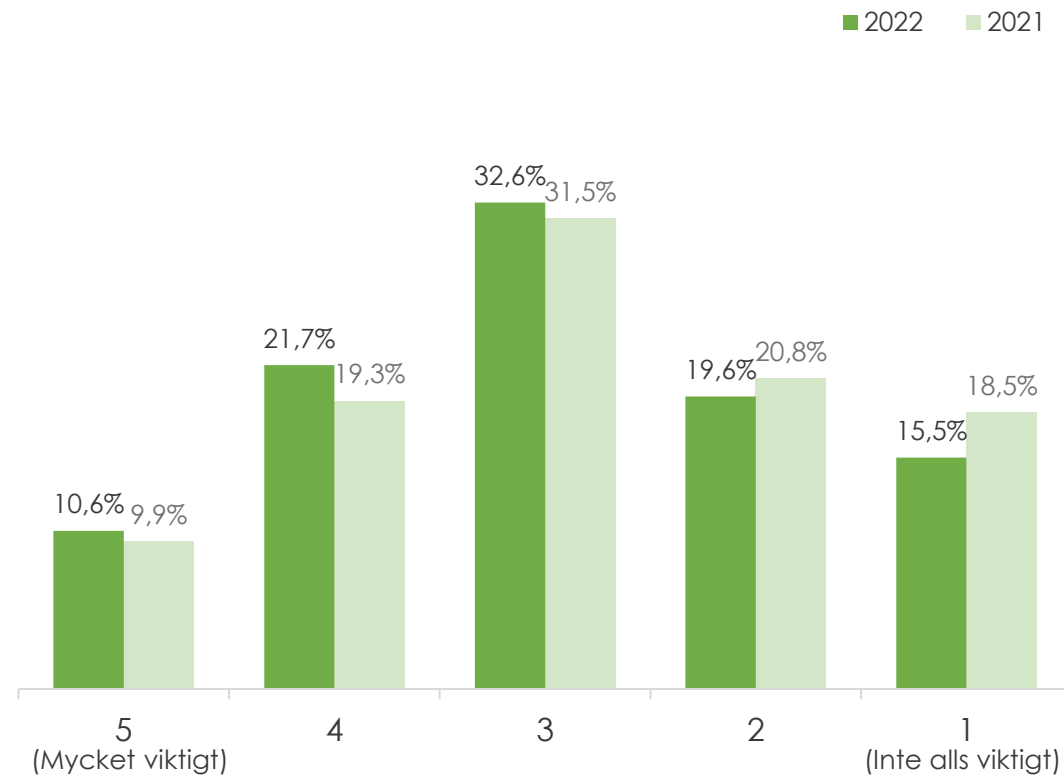


- Bra kollektivtrafik är inget prioriterat område generellt, och ligger konstant bland de lägst prioriterade områdena
- Svarsmönstret från 2021 och 2020 har i stort upprepat sig 2022. Vi kan se att sällanresenärer och yngre personer rankat kollektivtrafiken något högre

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	3,09	15
Reser ofta	3,07	15
Reser sällan	3,17	12
Mindre hushåll	3,04	15
Större hushåll	3,17	15
18-35 år	3,30	13
36-55 år	3,15	15
56 år eller äldre	2,85	15

Resenärerna prioriterar utbud av shopping lägst

Staden/platsen har ett bra utbud av shopping



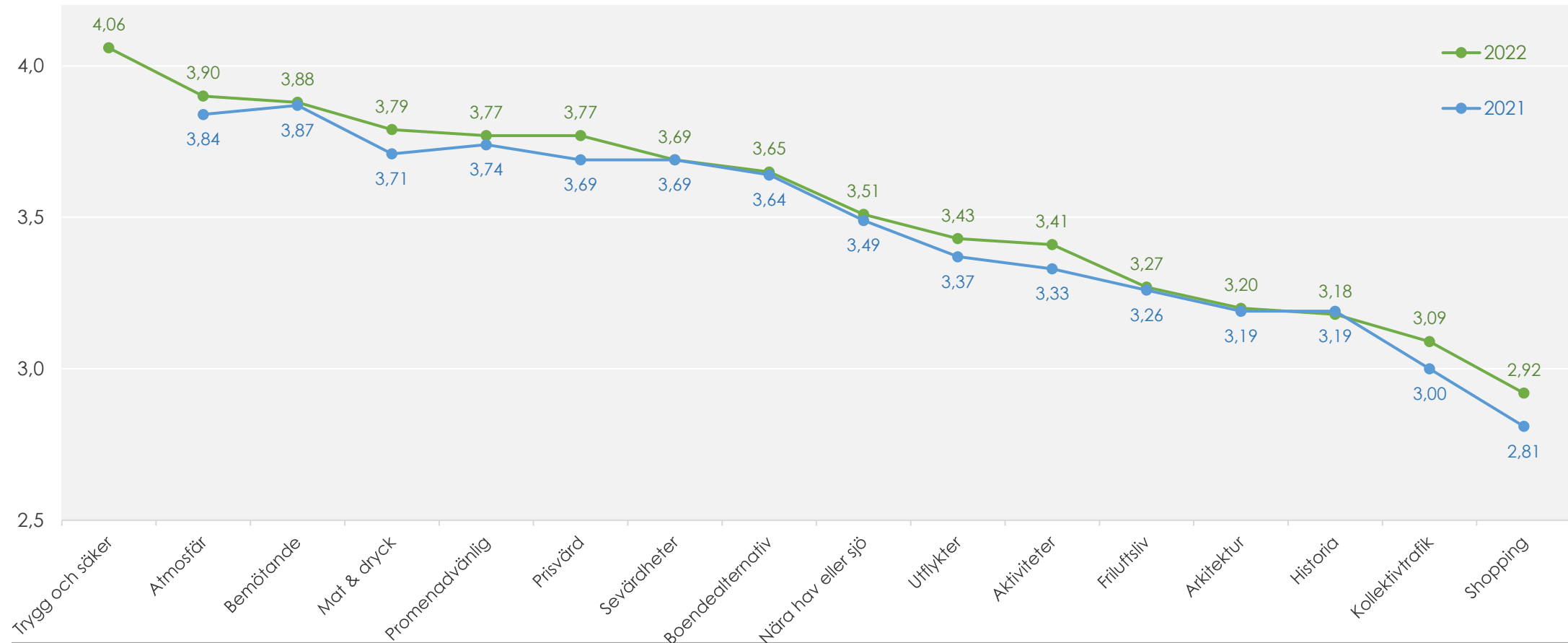
- Shoppingutbud rankas återigen lägst av samtliga områden
- Shoppingutbud har rankats lågt varje år, vilket kan ses som ett tecken på att shoppingen snarare är viktigt för mindre långväga resenärer och dagsbesökare

Respondentgrupp	Medelvärde	Ranking (av 16 områden)
Samtliga	2,92	16
Reser ofta	2,91	16
Reser sällan	2,95	16
Mindre hushåll	2,76	16
Större hushåll	3,15	16
18-35 år	3,26	15
36-55 år	3,04	16
56 år eller äldre	2,51	16

Sammanställning av medelvärden för samtliga preferensområden samt jämförelse med 2021

- Vi ser att många preferensområden får högre medelvärde jämfört med 2021. Det är en pågående återhämtning från 2020, då coronapandemin hade som störst effekt på resultatet (vi är dock inte riktigt tillbaka på 2019 års nivåer)

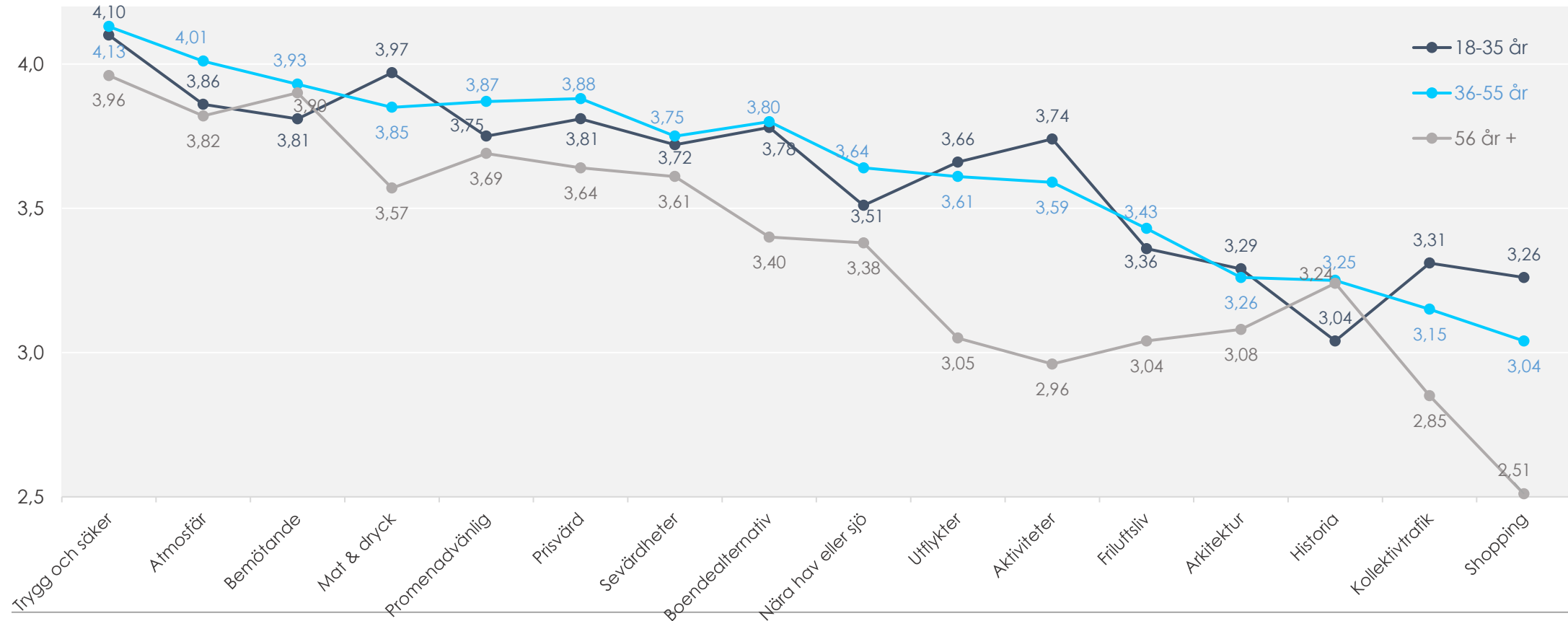
Samtliga medelvärden 2022 och 2021



Medelvärden för samtliga preferensområden - åldersskillnader

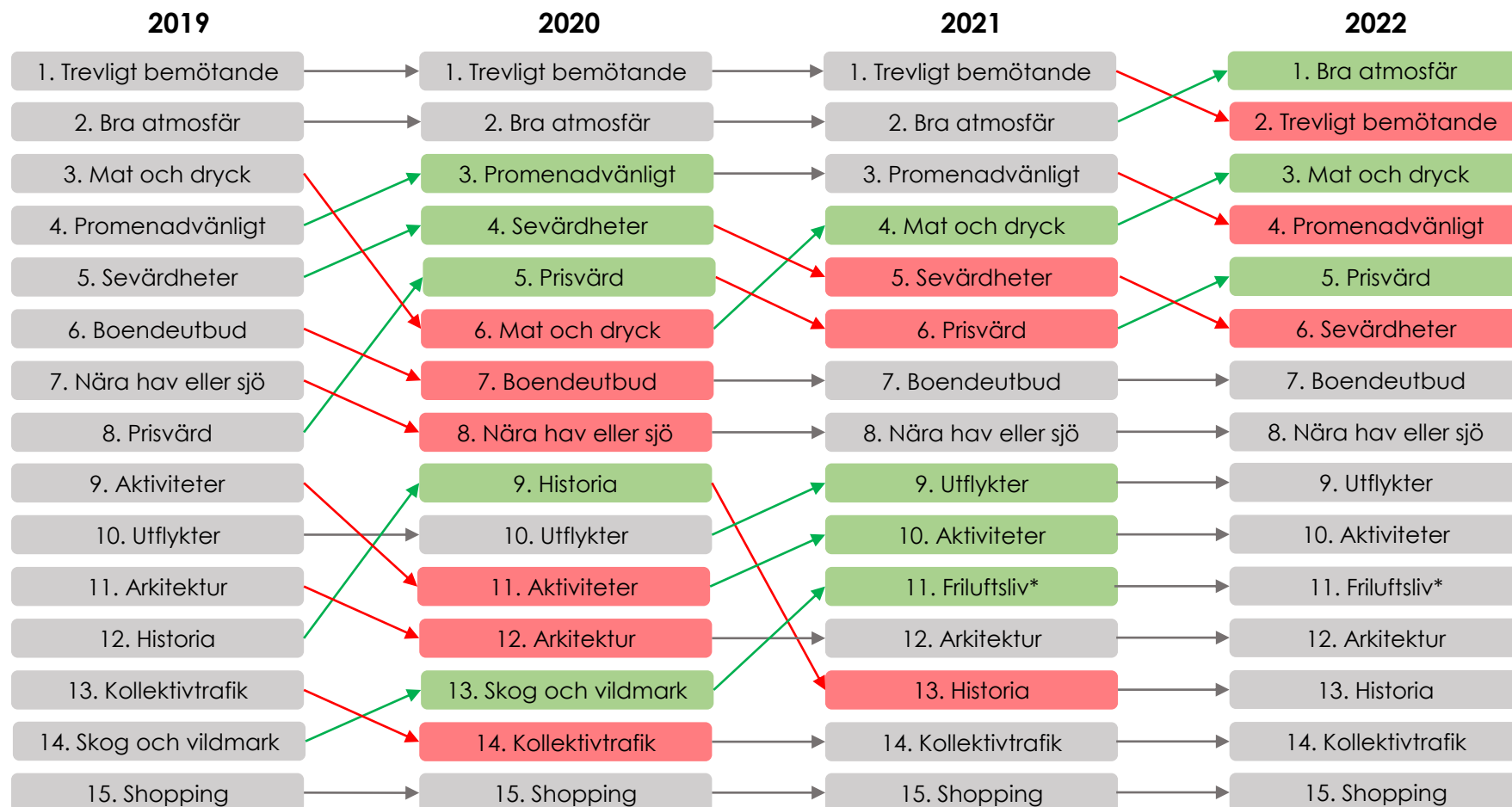
- Vi ser att grupperna 18-35 och 35-56 till stor del följer varandra, med vissa skillnader vid t.ex. shopping och aktiviteter
- Precis som vi sett tidigare år ser vi att gruppen 56+ generellt sätter lägre "poäng" på den femgradiga skalan. Men vi ser att de prioriterar bemötande och historia högt relativt de andra åldersgrupperna. Vi kan också se att de prioriterar shopping, utflykter och aktiviteter särskilt lågt

Samtliga medelvärden 2022 - åldersskillnader



Utveckling av ranking 2019-2022

- Till 2022 har endast mindre förändringar i ranking skett, och inga förändringar alls har skett från plats 7 och nedåt. Värt att notera kan vara att Mat och dryck-utbudet nu är tillbaka på plats 3, efter att troligen ha påverkats av coronapandemin 2020-2021



*Endast jämförbara
preferensområden visas
här. Skog och vildmark
bytte namn till Friluftsliv 2021.

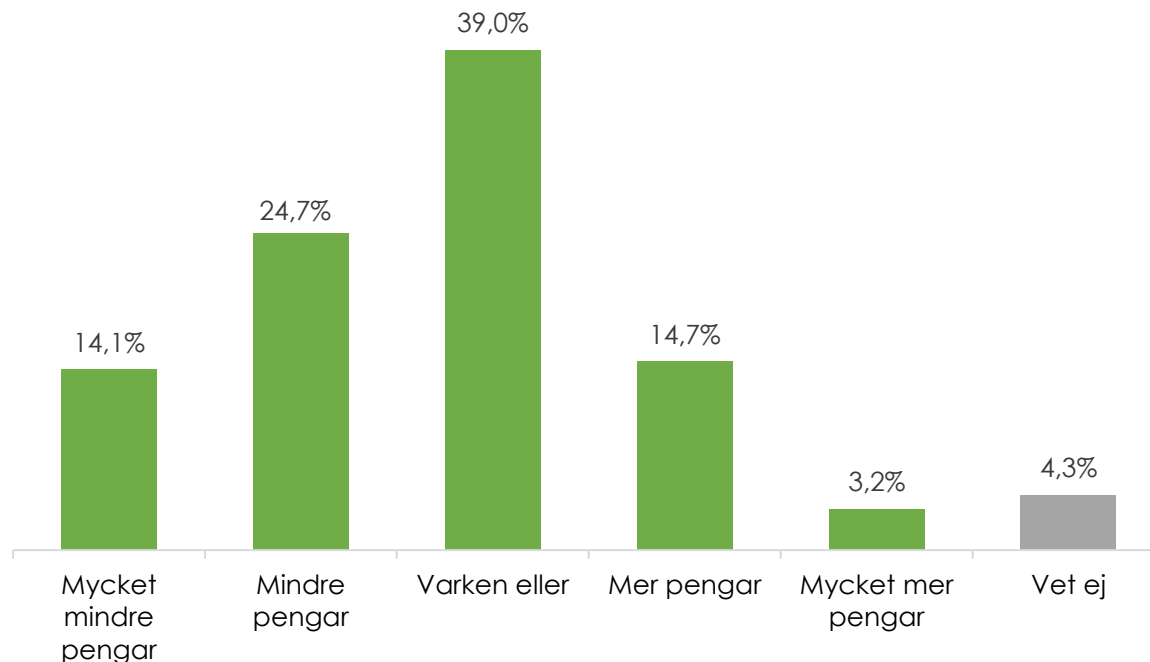
Preferenser i utvalda respondentgrupper

- Nedan visas hur de olika bedömningsområdena rangordnas i fler grupper (rangordning utifrån medelvärde i betyg)
- Minst två stegs avvikelse från den totala rankingen ("Samtliga") är märkt med rött (lägre rankat) eller grönt (högre rankat). Ålder är återkommande den faktor som verkar ha störst inverkan på rankingen

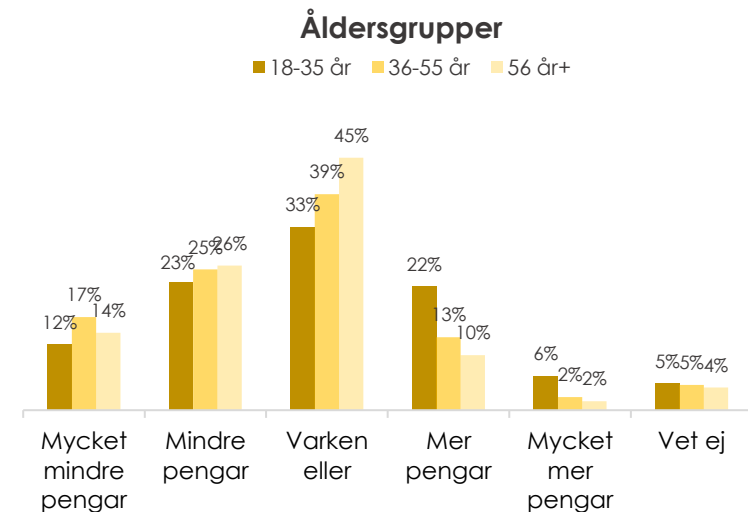
	Samtliga	Reser ofta	Reser sällan	Mindre hushåll	Större hushåll	18-35 år	36-55 år	56 år+	Kvinnor	Män	Hög inkomst	Låg inkomst
Trygg och säker	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Bra atmosfär	2	2	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3
Trevligt bemötande	3	3	2	3	4	5	3	2	3	2	4	2
Utbud av mat & dryck	4	4	5	5	3	2	6	7	6	4	3	6
Prisvärd	5	6	3	6	5	7	5	4	5	5	8	4
Promenadvänlig	6	5	6	4	6	4	4	5	4	7	5	5
Sevärdheter	7	7	8	7	8	9	8	6	7	6	6	7
Boendeutbud	8	8	7	8	7	6	7	8	8	8	7	8
Nära hav eller sjö	9	9	9	9	11	11	9	9	10	9	9	9
Utflykter	10	10	11	10	10	10	10	12	9	11	12	10
Aktiviteter	11	11	10	11	9	8	11	14	11	10	10	11
Friluftsliv	12	12	15	13	12	12	12	13	12	13	14	12
Arkitektur	13	13	13	14	13	14	13	11	13	14	11	14
Historia	14	14	14	12	14	16	14	10	15	12	13	15
Kollektivtrafik	15	15	12	15	15	13	15	15	14	15	15	13
Utbud av shopping	16	16	16	16	16	15	16	16	16	16	16	16

Aktuell fråga 2022: Inställning till framtida spendering givet en hög inflation

Tror du att du kommer spendera mer eller mindre pengar på semesterresor, restaurangbesök och nöjesaktiviteter under de kommande sex månaderna (höst-vinter-vår) jämfört med perioden innan pandemin, givet en hög inflation med ökade levnadskostnader generellt?



- Denna fråga har lagts till som en aktuell fråga just för 2022 års undersökning
- 39% har svarat att de tror att de kommer att spendera mindre/mycket mindre pengar på semester, restaurang och nöjen kommande halvåret, jämfört med tiden före pandemin
- I diagrammet nedan ser vi att yngre personer förefaller aningen mer villiga att spendera pengar inom området det kommande halvåret



Kontakta Research One om du vill följa upp Resa i Sverige 2022

Research One hjälper turistorganisationer att ta sig an framtidens besöksnäring.

Research One är ett ägarlett konsult- och undersökningsföretag, specialiserat på att utföra undersökningar och mätningar inom besöksnäring. Företaget är baserat i Göteborg, men genomför undersökningsprojekt över hela Sverige.

Företaget erbjuder en rad olika tjänster till företag och organisationer inom turism:

- Besöksundersökningar
- Evenemangsutvärderingar
- Attitydundersökningar
- Varumärkesundersökningar
- Medieanalys
- Modellframtagning
- Stöttning i destinationsutveckling



Kontaktpersoner i detta projekt:

Jens Claesson
0727-30 40 56
jens.claesson@researchone.se

Rickard Holmberg
0734-35 49 36
rickard.holmberg@researchone.se

Research One AB
Org 559079-8376
www.researchone.se