

# Upplevelser och effekter av fjällbaserade evenemang

- En studie av Fjällräven Classic Sweden och dess deltagare

Daniel Wolf-Watz och Thomas Beery

**Upplevelser och effekter av evenemang i fjällen**  
**- En studie av Fjällräven Classic Sweden och dess deltagare**

© Daniel Wolf-Watz och Thomas Beery, 2018  
Printed by Mid Sweden University, Östersund  
ISBN: 978-91-88527-49-3

Faculty of Human Sciences  
Mid Sweden University, 831 25 Östersund  
Phone: +46 (0)10 142 80 00  
Report series Etour Report 2018:2





# Innehållsförteckning

<b>Sammanfattning</b> .....	<b>6</b>
<b>Inledning</b> .....	<b>7</b>
<b>Deltagarbaserade evenemang i fjällen</b> .....	<b>9</b>
<b>Fjällräven Classic Sweden och studiens genomförande</b> .....	<b>11</b>
Fjällräven Classic Sweden .....	11
Metoder och analys .....	12
<b>Deltagarnas socio-demografi, tidigare erfarenheter och motiv</b> .....	<b>14</b>
Deltagarna i Fjällräven Classic Sweden.....	14
Tidigare erfarenheter.....	22
Motiv och förväntningar .....	24
<b>Deltagarnas upplevelser av evenemanget</b> .....	<b>33</b>
Upplevelsen av Fjällräven Classic Sweden .....	33
Upplevelsen av området Nikkaluokta - Abisko.....	35
<b>Evenemangets effekter</b> .....	<b>38</b>
Effekter relaterade till miljöengagemang.....	38
Plats- eller aktivitetsfokus.....	39
Förändrade res- och friluftsvanor .....	41
Personliga effekter för individen.....	50
<b>Avslutande diskussion</b> .....	<b>54</b>
Vilka är deltagarna och vad motiverar dem? .....	54
Hur upplever deltagarna evenemanget och området?.....	55
Vilka effekter av evenemanget upplever deltagarna?.....	56
Fortsatt forskning.....	57
<b>Referenser</b> .....	<b>58</b>
<b>Bilaga 1 Enkäten</b> .....	<b>60</b>



## Sammanfattning

Denna rapport presenterar resultat från en studie av Fjällräven Classic Sweden med syftet att generera kunskap om deltagarbaserade friluftsevenemang i fjällmiljö. Studien baseras på deltagande observation vid evenemanget 2017 och en efterföljande enkätstudie som besvarades av 2 664 personer som deltagit i evenemanget under perioden 2005-2017. Enkäten bestod av frågor om deltagarnas sociodemografiska karaktäristika, motiv för att delta, samt upplevelser och effekter av Fjällräven Classic Sweden.

Resultaten visar att den genomsnittlige deltagaren är en svensk man på mellan 31-45 år, boendes tillsammans med någon i en större stad och med erfarenhet av universitetsstudier. För de allra flesta är Fjällräven Classic Sweden den första kontakten med området Nikkaluokta - Abisko och även med de svenska fjällen. Skälen för att delta i evenemanget domineras av faktorer relaterade till det specifika naturlandskap. Det är området som lockar, men evenemanget som fått dem att ta steget att bege sig dit.

Upplevelsen av Fjällräven Classic Sweden associeras mest med positiva känslor (glädje och frihet) och av naturkontakt. I minst utsträckning associeras evenemanget med tävling, stress och trängsel – trots att det allmänt benämns som ett vandringslopp och därtill har förhållandevis många deltagare.

Deltagarna upplever en rad effekter av evenemanget. Mest tydligt är hur deltagandet för många bidrar till en önskan att återvända till såväl området Nikkaluokta - Abisko som till fjällmiljön i stort. Sammantaget kan sägas att Fjällräven Classic Sweden fungerar som en introduktion till de svenska fjällen för att stort antal svenskar och internationella besökare.

## Inledning

Naturturism och friluftsliv i de svenska fjällen kännetecknas av tradition. Särskilt gäller detta i områden utanför skidorterna, där aktiviteter sedan friluftslivets start varit vandring och längdskidåkning, och motiven en önskan om eskapism, ensamhet och vildmarksupplevelser. Men även den svenska fjällturismen förändras. Till exempel ser vi en stadig ökning av antalet besökare och nya aktiviteter utvecklas och lanseras i allt snabbare takt. Detta projekt fokuserar på en annan nutida förändring - nämligen uppkomsten av större deltagarbaserade evenemang med friluftaktiviteter som utgångspunkt. Mer specifikt studeras evenemanget Fjällräven Classic Sweden, ett 110 km långt vandringslopp som äger rum längs Kungsleden mellan Nikkaluokta - Abisko i Lappland. Evenemanget arrangeras av kläd- och utrustningsföretaget Fjällräven och har sedan starten 2005 lockat uppemot 20 000 svenska och internationella deltagare.

Friluftsevenemang är ett relativt nytt fenomen i de svenska fjällen, men förväntas bli ett allt vanligare inslag i framtiden. Forskning på området är dock i sin linda och mer kunskap krävs för att förstå denna typ av fjällaktivitet. Syftet med projektet är därför att studera Fjällräven Classic Sweden och därmed generera kunskap om deltagarbaserade friluftsevenemang i fjällmiljö. Den genomförda studiens fokus låg på deltagarna, vilka de är och vilka skäl de har för att delta. Ytterligare frågor rörde deltagarnas upplevelser av fjällmiljön och evenemanget. Till sist studerades även vilka effekter som deltagarna upplever att evenemanget bidrar till.

Projektets övergripande forskningsfrågor har varit:



- Vilka är deltagarna och vad motiverar dem att delta i evenemanget Fjällräven Classic Sweden?
- Hur upplever deltagarna evenemanget och området där det utspelar sig?
- Vilka effekter av evenemanget upplever deltagarna.

Projektet skedde på uppdrag av Fjällräven International AB under perioden oktober 2017 och mars 2018. De metoder som användes i studien var dels deltagande observation i samband med evenemanget (augusti 2017) och dels en enkätundersökning där målgruppen var de deltagarna som medverkat mellan 2005 och 2017.

Ansvariga forskare var Daniel Wolf-Watz vid Mittuniversitetet och Thomas Beery vid University of Minnesota Duluth. Knutet till projektet fanns även en referensgrupp bestående av turism- och friluttsforskare och aktörer inom svensk fjällturism:

- Carl Hård af Segerstad, Fjällräven
- Niclas Psarris, Svenska turistföreningen (STF)
- Sofie Jugård-Löfgren, Aktivut
- Klas Sandell, Karlstads universitet
- Peter Fredman, Mittuniversitetet och Norges miljø- og biovitenskapelige universitet

Kai Kronenberg och Sandra Wåger vid ETOUR har bidragit till utformningen av rapporten.

Rapporten ger en kort bakgrund till fenomenet fjällbaserade evenemang i fjällen och de metoder som använts i projektet. Därefter följer en redovisning av projektets resultat samt en diskussion kring dessa.

## Deltagarbaserade evenemang i fjällen

De svenska naturlandskapen, och då inte minst fjällområdena, är och har länge varit en av de viktigaste resurserna för naturturism och friluftsliv (Hellström-Boström, 1997; Nilsson, 1999; Sandell & Sörlin 2008; Sehlin, 1998,). Som ovan nämnts har uteaktiviteterna präglats av tradition och särskilt gäller detta områdena utanför skidorterna. I snart 150 år har friluftslivet i dessa områden dominerats av vandring och turskidåkning, motiverat av en önskan om att komma bort från vardagen, att få uppleva vildmark och ensamhet (Fredman & Heberlein, 2005; Sandell & Sörlin, 2008; Wall-Reinius & Bäck, 2011). Nu har dock förändringens vindar börjat blåsa även där (Fredman & Heberlein, 2003; Fredman m.fl., 2016; Sandell m.fl., 2011; Öhgren, 2016). Rådande trender pekar exempelvis på ett ökat antal besökare och en rad nya aktiviteter såsom kiting, skidåkning off-pist, fat tire bike-cykling och terränglöpning.

En annan sentida och betydande förändring i detta geografiska sammanhang är framväxten av sociala aktiviteter, såsom olika former av deltagarbaserade evenemang (Sandell, 2016). Evenemang kan i generella termer definieras som tidsbegränsade sociala företeelser, skapade för att uppnå specifika resultat (Getz & Stage, 2016). Evenemangens möjligheter har på senare år uppmärksammas allt mer. Inte minst handlar det om dess potential att öka platsers attraktivitet och stimulera till resande. Uppmärksamheten kring evenemang speglas också av en allt intensivare och bredare forskning, gällande exempelvis design och styrning av evenemang och om vilka olika effekter evenemang kan ha på deltagare, platser och samhällen (Getz & Stage, 2015).

Ämnet för denna studie - deltagarbaserade friluftsevenemang i fjällmiljö - har hittills studerats i mycket liten utsträckning. Undantagen

är en studie (Getz & McConnell, 2014) om vad som motiverar deltagare i event med friluftrelaterade aktiviteter och en studie (Sandell, 2016) om allmänhetens attityder till fjällbaserade evenemang i Sverige. Allmänt kan dock sägas att evenemang av denna sort kan ses som en typ av nisch-evenemang då de utgörs av komponenter som kombineras på ett nytt sätt (Mallen & Adams, 2013).

I fallet med Fjällräven Classic Sweden ligger de logistiska lösningarna, antalet deltagare och tävlingsrelaterade aspekter (tidtagning, medaljer etc.), nära de stora deltagarbaserade sport- och motionsevenemangen. Platsen för evenemanget är dock inte någon idrottsarena utan ett utpräglat naturlandskap – fjälllandskapet – och klassisk mark för svenskt friluftsliv. Aktiviteten vandring är också en av de mest ursprungliga friluftaktiviteterna. Deltagarbaserade friluftsevenemang i fjällmiljö är nisch-evenemang som integrerar friluftsliv och sport och, menar Sandell, utgör ett exempel på en nutida och mer generell trend – en "sportifiering" av friluftslivet (Sandell et al., 2011; Sandell, 2016).

Uppkomsten av denna typ av evenemang skapar nya sammanhang för upplevelsen av de svenska fjällen, liksom nya möjligheter och potentiella utmaningar för området där evenemanget sker. Sandells nyligen genomförda studie (2016) visar att även om få svenskar har kommit i kontakt med eller deltagit i denna typ av evenemang så förväntar sig experter att de kommer att utgöra ett allt vanligare inslag i fjällen i framtiden. Studien visar också att en klar majoritet av allmänheten (omkring 73 procent) uttrycker en önskan om att slippa uppleva dem när de vistas i fjällen. I ljuset av dessa resultat är det förstås angeläget att studera vad evenemangsdeltagarna själva anser och upplever och vilken betydelse evenemanget har för dem.

## Fjällräven Classic Sweden och studiens genomförande

### Fjällräven Classic Sweden

Evenemanget Fjällräven Classic Sweden är ett 110 km långt vandringslopp som äger rum längs Kungsleden mellan Nikkaluokta och Abisko i Lappland (se Figur 1.). Evenemanget genomfördes första gången 2005 med 152 deltagare. Sedan dess har vandringsloppet vuxit och välkomnar idag över 2000 deltagare årligen, varav en majoritet numera är icke-svenskar. De som klarar hela sträckan belönas med en medalj. Detta sker under förutsättning att deltagarna följer evenemangets regler, av vilka de viktigaste är att övernattning endast får ske i tält, att anmälan görs vid loppets åtta check points och att varje deltagare bär med sig packning i enlighet med en obligatorisk packlista.



Figur 1. Arrangörens illustration av sträckan.

## Metoder och analys

Studien av Fjällräven Classic Sweden bygger på data genom deltagande observation och en enkätundersökning. Forskaren Daniel Wolf-Watz deltog i vandringsloppet i augusti 2017 och dokumenterade i fältanteckningar sina intryck av och tankar kring evenemanget. Informella samtal med andra deltagare gjordes under vandringens gång. Daniel nämnde inte sin identitet som forskare och ingen information som kan användas för att röja deltagarnas identitet samlades in. Syftet var att ge forskarna en djupare förståelse för evenemanget och den bakgrundsinformation som krävs för att kunna utforma en relevant enkät. Fältanteckningarna finns därför inte presenterade i rapportens resultatdel.

Det stod tidigt klart att en enkät var den mest lämpliga metoden för att besvara studiens frågeställningar. På grund av deltagarnas geografiska spridning användes det Internetbaserade programmet Qualtrics. En elektronisk enkät skickades till alla deltagare som ställt sin e-postadress till arrangörens förfogande. Enkäten var utformad för att kunna besvaras på mindre än 15 minuter och innehöll olika typer av frågor inklusive frågor med öppna svarsalternativ. De 29 enkätfrågorna sorterades in under följande kategorier: deltagande, motiv, erfarenhet och deltagarnas socio-demografi. Enkäten besvarades anonymt; det efterfrågades ingen information som kan användas för att identifiera respondenterna.

Utskicket av enkäten utgick från listor med deltagare från åren 2005 till 2017. Alla deltagare som angivet en e-postadress inkluderades. Svarsperioden varade från mitten av januari till mitten av februari 2018. Enkäten fanns i såväl svensk som engelsk version och åtföljdes av ett brev med kort information om och en introduktion till studien. Brevet

innehöll också kontaktuppgifter till forskarna för eventuella frågor och funderingar. Enkäterna fanns tillgängliga via länkar i e-brevet.

Det slutgiltiga antalet mottagare av enkäten var 16 433 efter det att dubletter, samt e-brev som inte kom, fram sorterats bort. Det totala antalet svar var 2 664 stycken, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 16, procent. E-postbaserade enkäter drabbas ofta av låga svarsfrekvenser (Dillman, 2015). I detta fall finns också en risk att det bland deltagarna finns de som varken behärskar svenska eller engelska. Ytterligare en faktor som kan ha påverkat svarsfrekvensen i denna studie är att äldre e-postadresser, även om de fungerar, kanske inte längre är i bruk. Möjligen är tillgången till Internet också begränsad för vissa deltagare.

För att granska datans kvalitet och bedöma resultatens generaliserbarhet gjordes en bortfallsanalys. Ett slumpat urval på 12 personer av de som inte svarade på enkäten ombads besvara en mycket kort enkät med kontrollfrågor. Resultaten från denna enkät visar att de som inte svarat liknar studiens respondenter ur socio-demografisk synvinkel och besvarar frågorna på ett likartat sätt. På frågan om varför de inte besvarat den ursprungliga enkäten angav 60 procent att de glömt bort det och 43 procent att de inte haft tid. Med utgångspunkt i detta, tillsammans med de små avvikelserna i svaren, bedömer vi att datans kvalitet är god och att det utifrån resultaten är möjligt att dra generella slutsatser om deltagarna i Fjällräven Classic Sweden, trots den låga svarsfrekvensen.

Det statistiska datorprogrammet SPSS användes för att analysera kvantitativ data, medan frågorna med öppna svarsalternativ kodades och grupperades i övergripande tematiska kategorier. De citat som presenteras nedan syftar till att illustrera dessa kategorier.

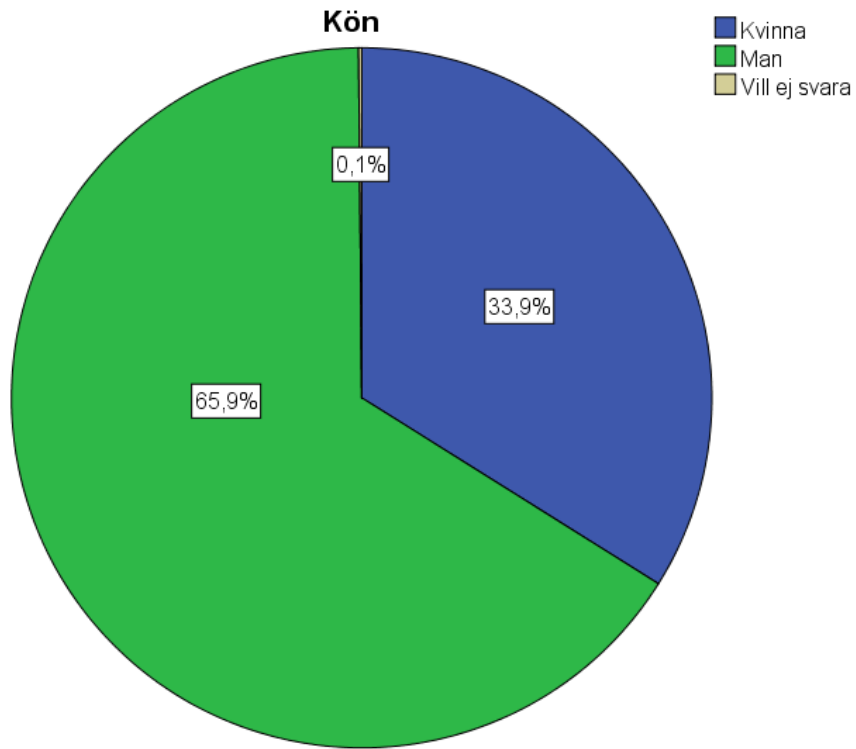
## **Deltagarnas socio-demografi, tidigare erfarenheter och motiv**

Evenemang av denna typ är en förhållandevis ny företeelse i de svenska fjällen. Centralt för denna studie är därför att ringa in vilka deltagarna är, vilka tidigare erfarenheter av friluftsliv och vistelse i fjällen som de kan tänkas ha och vad som motiverar dem att delta. I enkäten ställdes en rad frågor för att fånga upp just dessa aspekter.

### **Deltagarna i Fjällräven Classic Sweden**

Vad gäller deltagarnas sociodemografiska bakgrund visar resultaten sammanfattningsvis att den typiske deltagaren i Fjällräven Classic Sweden är en svensk man i yngre medelåldern, boendes tillsammans med någon i en större stad och med erfarenhet av universitetsstudier.

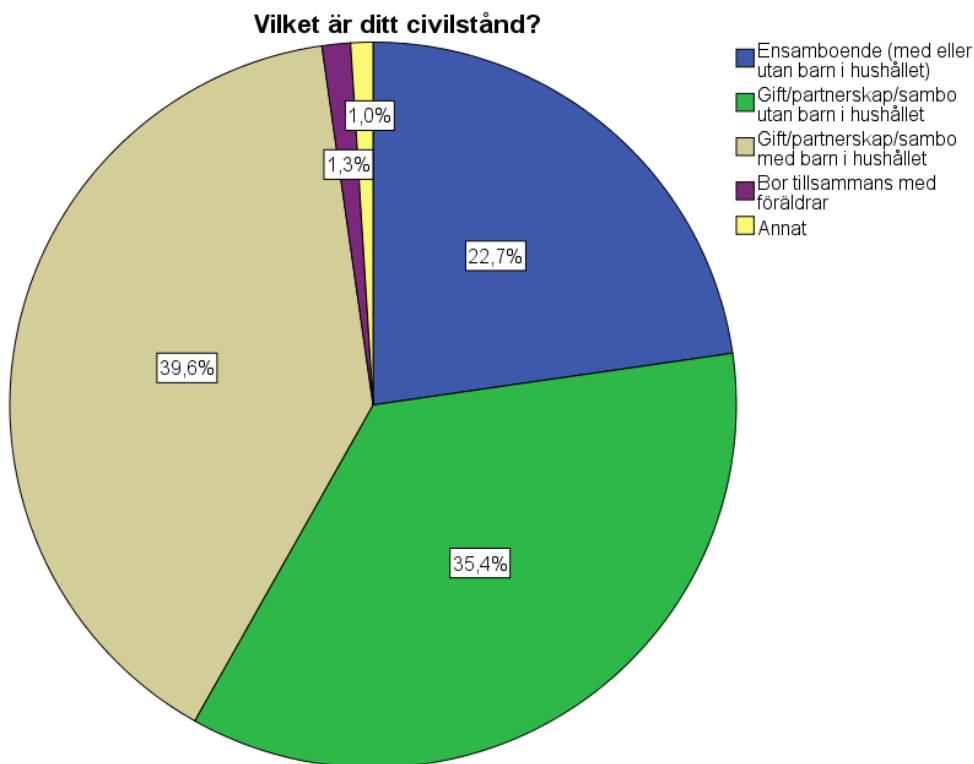
Vad gäller de svarandes kön kan man konstatera att männen är klart överrepresenterade; nästan två tredjedelar av de svarande är män (se bilaga 1 fråga 24 och Figur 2 på nästa sida).



Figur 2. Fördelningen mellan män och kvinnor bland de svarande.

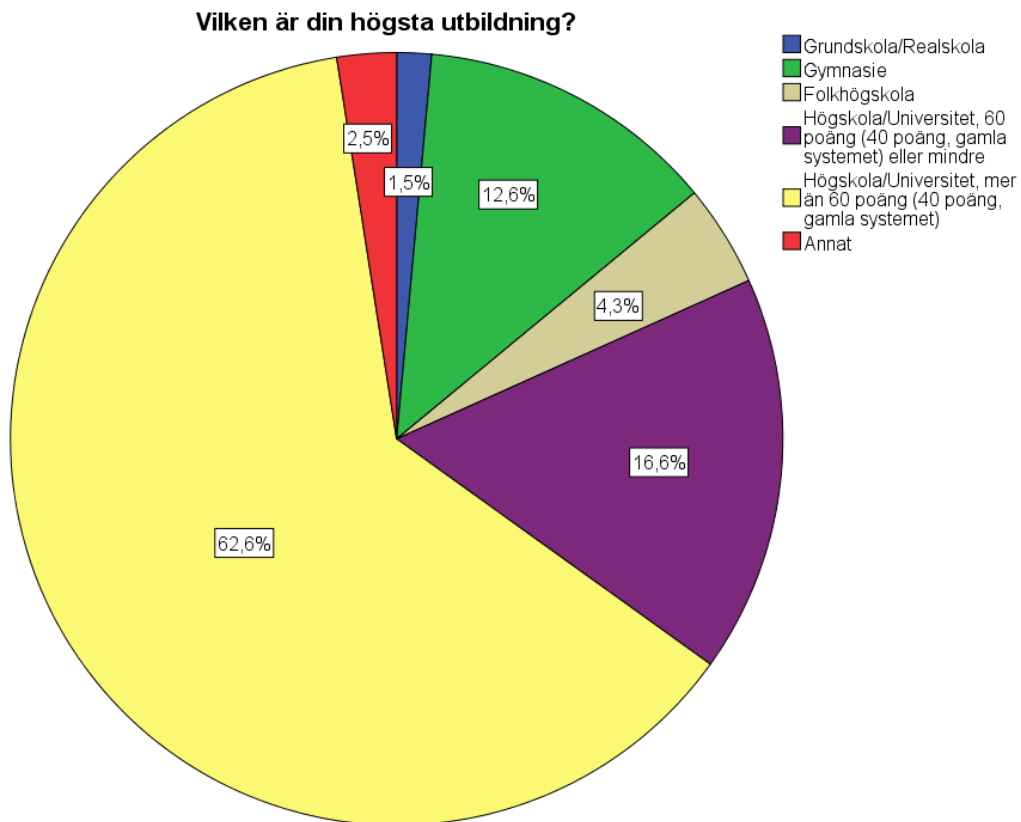


På frågan om civilstånd och föräldraskap (se fråga 27) gav enkäten det svar som nedanstående diagram visar, det vill säga att cirka tre fjärdedelar är gifta eller sammanboende och drygt 20 procent är ensamboende (se Figur 3). Drygt hälften av de sammanboende har också barn i hushållet.



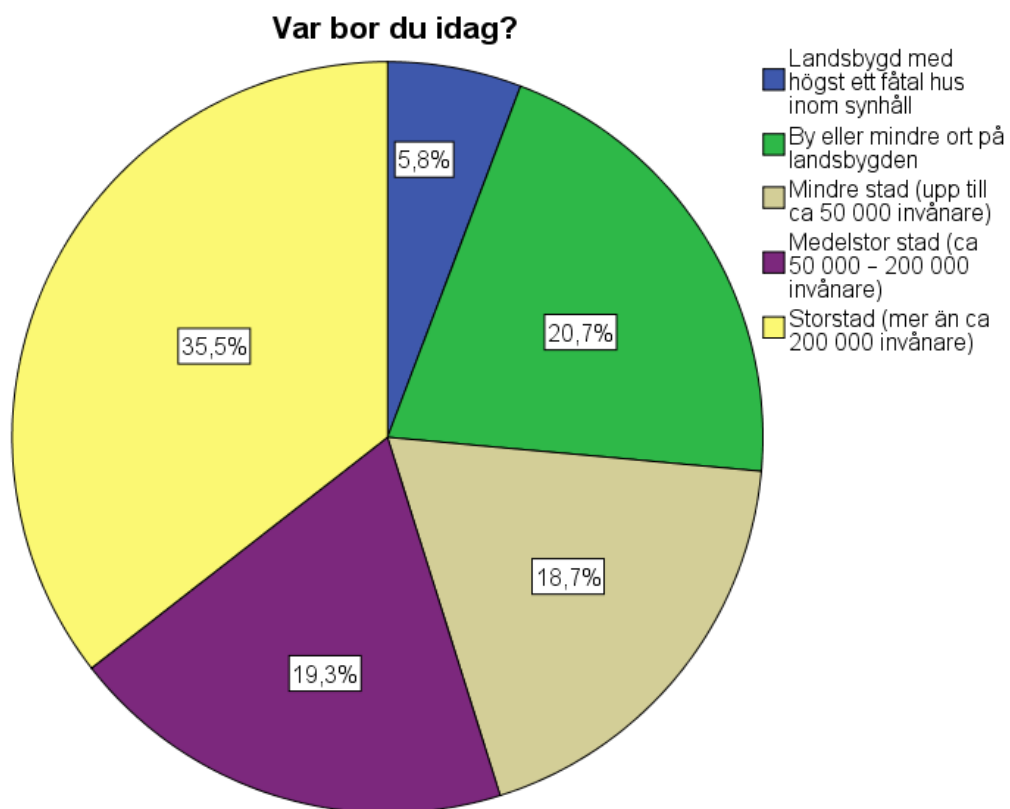
Figur 3. Andel av de svarande som bor ensamma, sammanboende och med barn.

De svarandes utbildningsnivå framgår av diagrammet nedan (se Figur 4 och fråga 29). Bland respondenterna har en klar majoritet, drygt 62 procent, en utbildning motsvarande mer än ett halvårs studier vid universitet eller högskola.



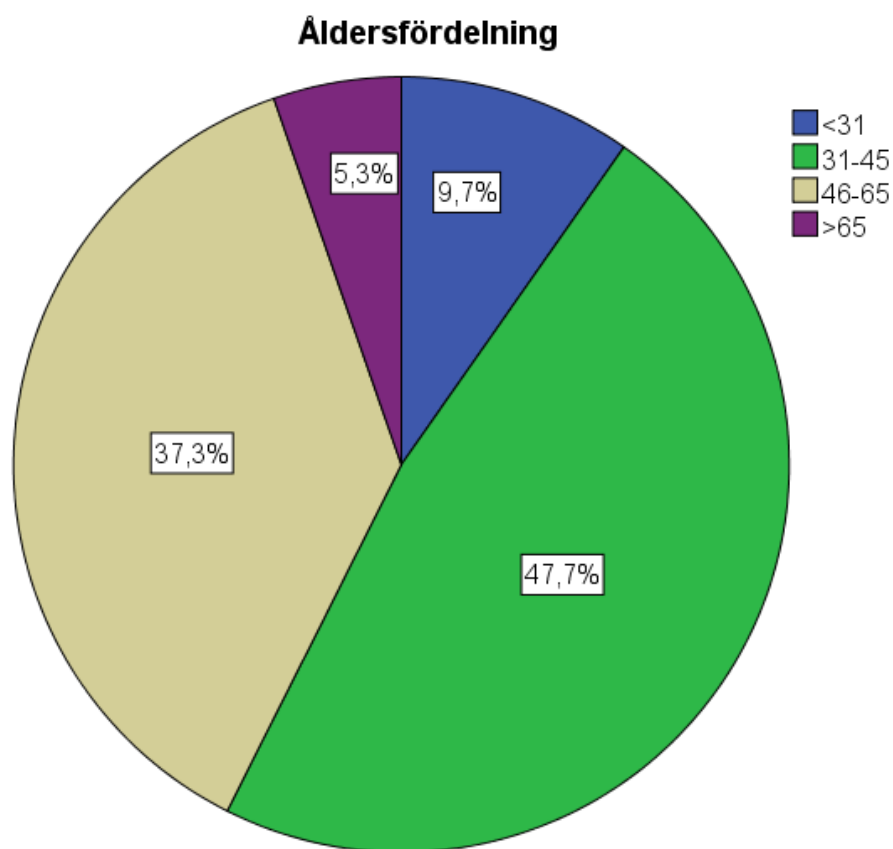
Figur 4. De svarandes utbildningsnivå.

När det gäller bostadsort (fråga 28) ser vi att drygt 73 procent av de svarande bor i städer av olika storlek, varav de allra flesta, cirka 35 procent, bor i städer med fler än 200 000 invånare. Resterande av de svarande, drygt 26 procent bor på landsbygden (se Figur 5).



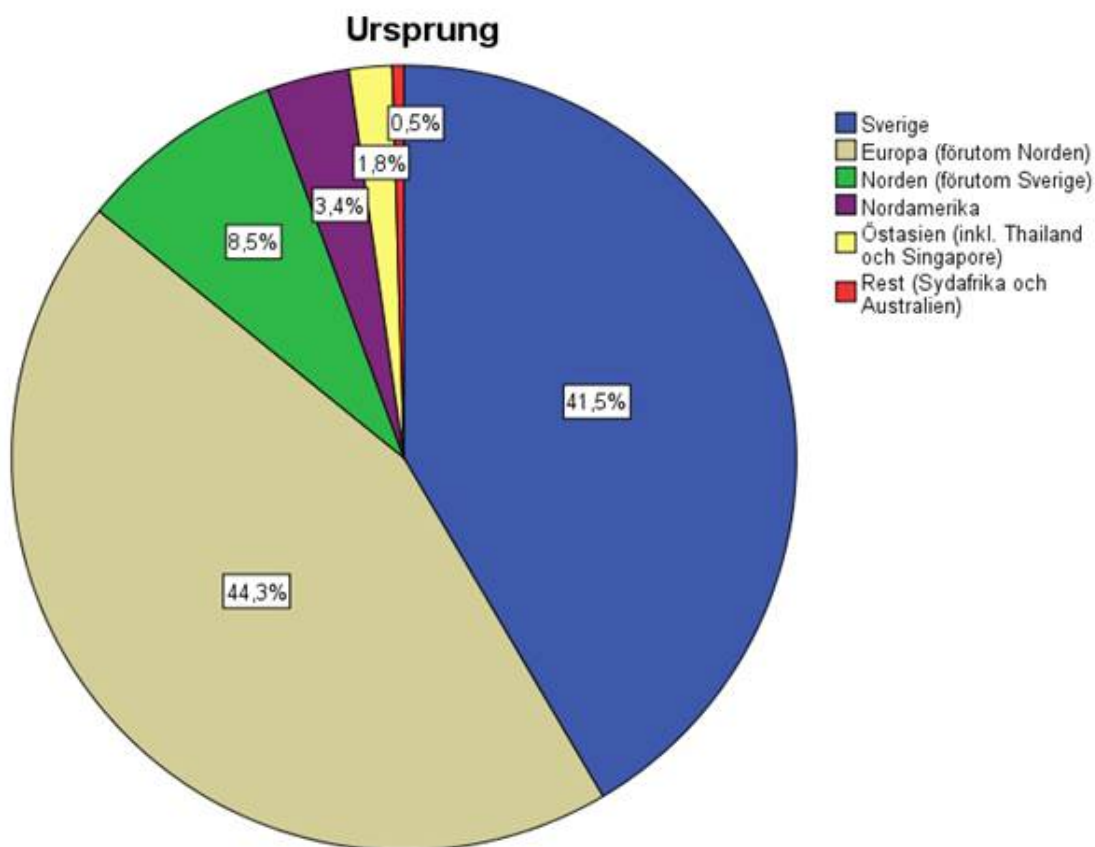
Figur 5. De svarandes bostadsort.

De svarandes åldersfördelning visas i nedanstående diagram (se Figur 6). Där framgår att de flesta svarande, nästan 48 procent, är mellan 31-45 år. Nästan lika stor andel utgörs av människor äldre än 46 år.



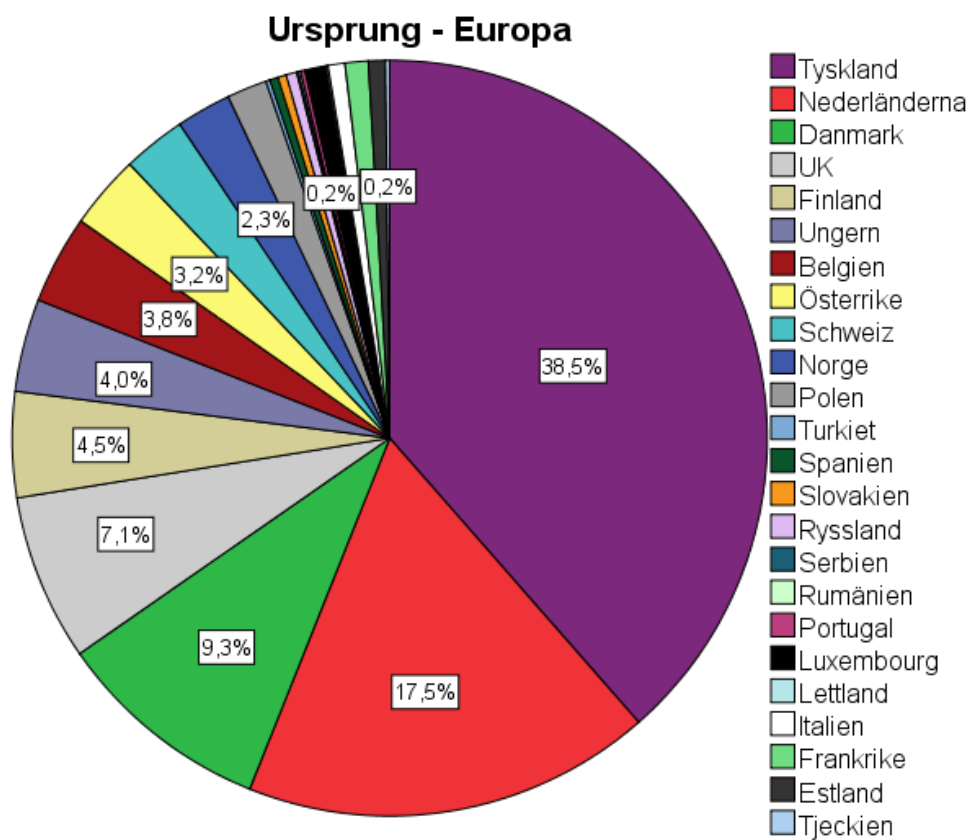
Figur 6. De svarandes åldersfördelning.

Den avslutande bakgrundsvariabeln som redovisas här berör deltagarnas ursprung. Diagrammet nedan (se Figur 7) visar att drygt 40 procent av de svarande bor i Sverige. Mer än åtta procent bor i övriga nordiska länder, medan drygt 44 procent bor i Europa (utöver de nordiska länderna).



Figur 7. De svarandes ursprung.

Tittar vi närmare på de europeiska deltagarna ser vi att Tyskland dominerar som ursprungsland med en andel motsvarande 38 procent av de svarande (Figur 8). Tyskland, tillsammans med Nederländerna, Danmark, Storbritannien och Finland utgör tillsammans mer än 75 procent av de svarande från Europa.

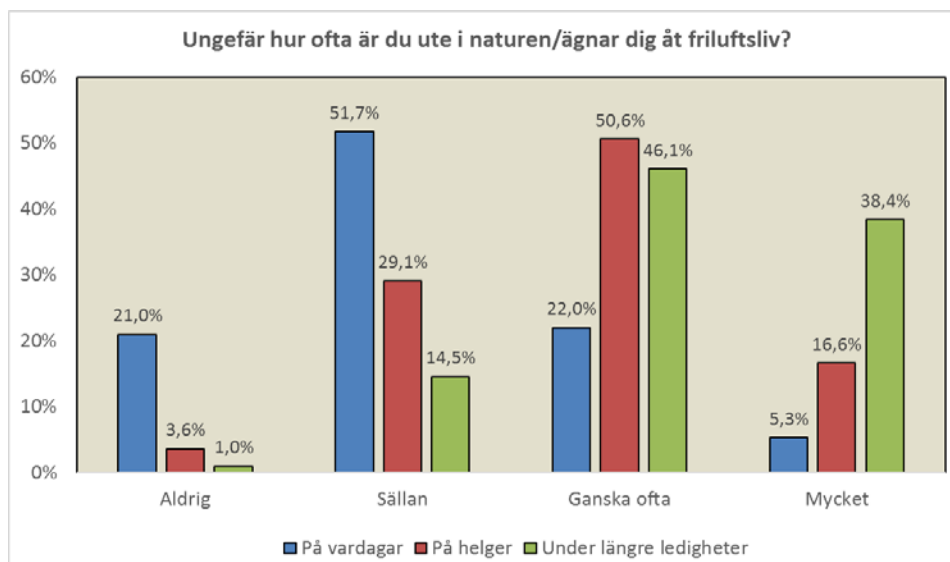


Figur 8. De europeiska deltagarnas ursprung.

## Tidigare erfarenheter

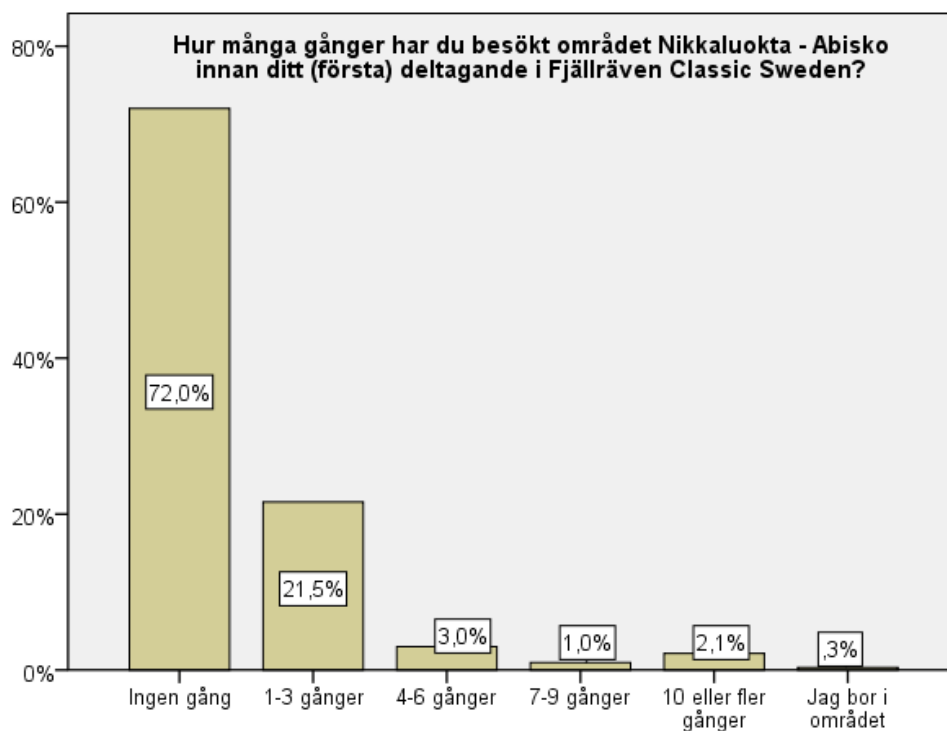
En betydelsefull aspekt när det gäller att ringa in vilka deltagarna i Fjällräven Classic Sweden är vilka tidigare erfarenheter de har av friluftsliv och av området Nikkaluokta – Abisko.

När det gäller deltagarnas friluftsutövande fanns i enkäten en fråga som handlar om hur ofta deltagarna är ute i naturen, och om det finns skillnader mellan vardagar, helger och längre ledigheter (fråga 5). Som framgår av diagrammet nedan (se Figur 9) är det mer vanligt för deltagarna att vara ute under längre ledigheter, semestrar etc. Under vardagar ägnar sig cirka 27 procent åt friluftsliv ganska ofta eller mycket ofta medan den andelen ökar till omkring 68 procent under helger. Under längre ledigheter anger knappt 85 procent att de ägnar sig åt friluftsliv eller är ute i naturen ganska ofta eller mycket ofta. Det kan tyckas vara en hög siffra, men samtidigt är det noterbart att så många som 15 procent av de svarande sällan eller aldrig ägnar sig åt friluftsliv eller är ute i naturen ens under längre ledigheter.



Figur 9. De svarandes utevistelse/friluftsliv under vardagar, helger och längre ledigheter.

En annan viktig och mer specifik fråga rörande erfarenheter är hur många gånger deltagarna besökt området Nikkaluokta – Abisko innan de engagerade sig i Fjällräven Classic Sweden (fråga 2). Resultaten visar att de allra flesta av de svarande, 72 procent, upplevde området för första gången i samband med sitt första deltagande i evenemanget (se Figur 10). Resterande 28 procent hade besökt området innan, men de flesta bara ett fåtal gånger.

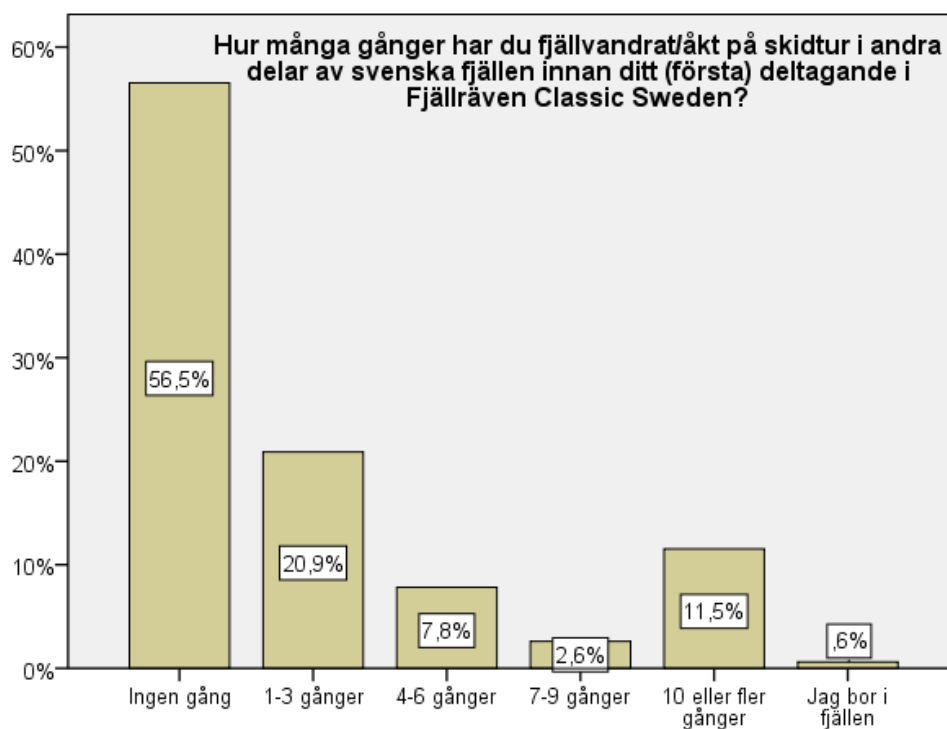


Figur 10. Antal gånger de svarande besökt området innan sitt första deltagande i Fjällräven Classic Sweden.

Vidgar vi perspektiven till övriga delar av svenska fjällen (fråga 3) ökar andelen som gjort tidigare besök till drygt 40 procent. För cirka 60



procent av respondenterna är alltså evenemanget fortfarande den första upplevelsen i de svenska fjällen (se Figur 11).



Figur 11. Antal gånger de svarande besökt andra delar av svenska fjällen innan sitt första deltagande i Fjällräven Classic Sweden.

### Motiv och förväntningar

För att förstå deltagarna i Fjällräven Classic Sweden är det av betydelse att undersöka varför de väljer att vara med. I enkäten listades 20 faktorer som kan tänkas spela roll för beslutet att delta i evenemanget (fråga 5 och Tabell 1). De svarande fick ange hur viktiga dessa var på en femgradig skala enligt alternativen *Inte alls viktigt*, *Mindre viktigt*, *Delvis viktigt*, *Mycket viktigt* och *Helt avgörande*. De fem viktigaste faktorerna,

det vill säga de faktorer som högst andel ansåg vara mycket viktiga eller helt avgörande, var *Att få möta naturen och vistas utomhus* (90,6 procent), *Att få uppleva ett unikt område* (78,7 procent), *Få uppleva de svenska fjällen* (78,2 procent) och *Få ägna mig åt aktiviteten vandring* (75,0 procent) och *Att få uppleva frihet* (66,7 procent). Bland motiven för att delta kan vi alltså se en betoning på det geografiska sammanhanget och upplevelsen av naturlandskapet.

Minst viktiga bland de listade faktorerna, det vill säga de faktorer som högst andel av respondenterna angav som mindre viktiga och inte alls viktiga, var *Att jämföra min prestation med andra* (74,2 procent) *Att få en andlig upplevelse* (63,3 procent), *Få se renar och andra djur* (45,8 procent), *Att träffa andra människor* (42,8 procent) och *Fjällräven är ett varumärke som jag gillar* (36,5 procent). Trots att evenemanget benämns som ett vandringslopp motiveras de svarande inte av att tävla med andra. Att många inte ser att träffa andra människor som ett viktigt motiv är också paradoxalt med tanke på evenemangets sociala karaktär och höga antal deltagare. Vad gäller den sistnämnda faktorn, *Fjällräven är ett varumärke som jag gillar*, ska tilläggas att ungefär motsvarande andel av de svarande, 34,1 procent, angav att deras tycke för varumärket Fjällräven var mycket viktigt eller helt avgörande för deras beslut att delta i evenemanget.

#		Inte alls viktig	Mindre viktig	Delvis viktig	Mycket viktig	Helt avgörande	N
1	Att få möta naturen och vistas utomhus	0.5%	0.9%	78.0%	<b>48.8%</b>	<b>41.8%</b>	2146
2	Att få uppleva ett unikt område	0.8%	3.3%	17.1%	<b>51.7%</b>	<b>27.0%</b>	2146
3	Få uppleva de svenska fjällen	0.8%	3.6%	17.4%	<b>46.9%</b>	<b>31.3%</b>	2149
4	Få ägna mig åt aktiviteten vandring	1.9%	4.0%	19.2%	<b>46.6%</b>	<b>28.4%</b>	2145
5	Att uppleva frihet	2.2%	8.2%	23.0%	<b>44.7%</b>	<b>22.0%</b>	2145
6	Få ett avbrott från vardagen	3.2%	10.0%	20.9%	39.6%	26.3%	2147
7	Få uppleva äventyr	2.2%	8.2%	24.7%	42.7%	22.1%	2146
8	Att utmana mig själv fysiskt	2.2%	9.4%	25.5%	42.2%	20.6%	2147
9	Att få uppleva lugn och ro, tystnad och stillhet	2.5%	13.7%	26.4%	34.8%	22.5%	2146
10	Att utmana mig själv mentalt	4.7%	11.9%	27.1%	39.3%	16.9%	2148
11	Möjligheten till fysisk träning	4.0%	12.0%	30.8%	41.0%	12.0%	2142
12	Umgås med familj och vänner	12.0%	14.1%	23.9%	33.5%	16.4%	2144
13	Att utveckla mina friluftrelaterade färdigheter (t. ex. sätta upp tält, laga mat etc.)	10.2%	21.9%	29.9%	27.1%	10.8%	2146
14	Att delta i ett vandringsevenemang	9.3%	21.5%	34.2%	25.9%	9.1%	2145
15	Fjällräven är ett varumärke som jag gillar	<b>11.5%</b>	<b>25.0%</b>	29.4%	25.1%	9.0%	2142
16	Tillgången till service och stöd vid behov	6.6%	27.7%	38.4%	21.6%	5.7%	2147
17	Att träffa andra människor	<b>11.0%</b>	<b>31.7%</b>	35.5%	18.3%	3.4%	2144
18	Få se renar och andra djur	<b>11.4%</b>	<b>34.4%</b>	34.2%	15.3%	4.7%	2146
19	Att få en andlig upplevelse	<b>35.2%</b>	<b>28.1%</b>	21.0%	12.0%	3.6%	2142
20	Att jämföra min prestation med andra (tävla)	<b>43.2%</b>	<b>31.0%</b>	15.9%	7.0%	2.9%	2144

Tabell 1. Listade faktorernas betydelse beslutet att delta i evenemanget.

I enkäten fanns en öppen fråga (fråga 6) med möjlighet att ange andra faktorer som påverkat valet att delta i evenemanget. De svar som där angavs anknyter i de flesta fall till de faktorer som listades i frågan innan. Bland de öppna svaren kan vi dock se att tyngdpunkten ligger lite annorlunda i jämförelse med den ursprungliga frågan. Trygghet och den service och det stöd som ett organiserat evenemang kan erbjuda framträder som mycket viktiga faktorer. Tydligt är att upplevelsen av organisationen runt omkring för många utgör skillnaden mellan att delta eller inte.

*"Jag och min man vill vandra i fjällen och tyckte det var skönt att göra det inom ramen för ett arrangemang då vi aldrig tidigare fjällvandrat."*

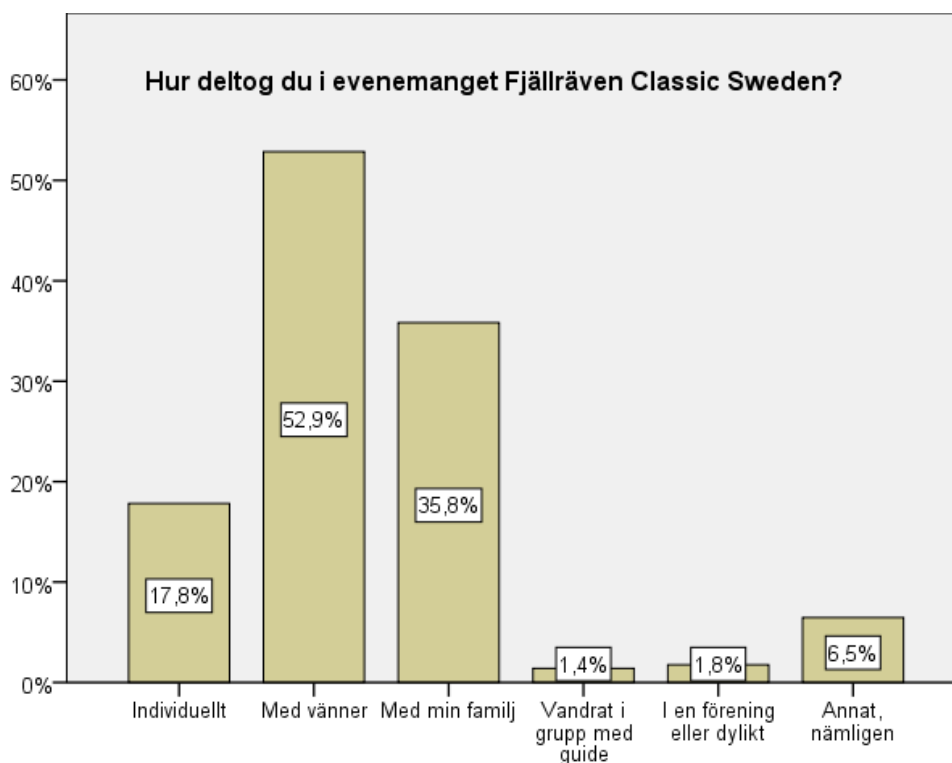
För andra är det inte tryggheten som fått dem att delta utan utmaningen som vandringen innebär. Bland de öppna svaren framkommer att den mentala och fysiska utmaningen sporrar många av deltagarna.

*"Att gå på den gamla "guldtiden" [under evenemangets första år fick deltagare som klarade sträckan på under tre dygn en guldmedalj] var enda orsaken att gå, annars hade jag avstått. Utmaning för mig själv, ej andra."*

Den sociala aspekten lyfts också fram i betydligt högre utsträckning bland de öppna svaren. Många ser evenemanget som en möjlighet att göra nya bekantskaper. I första hand betonas dock möjligheten att få umgås med sina vänner och/eller med sin familj.

*"We looked for a great event to participate together with some friends. The Fjällräven Classic was a perfect opportunity for some value time with the boys."*

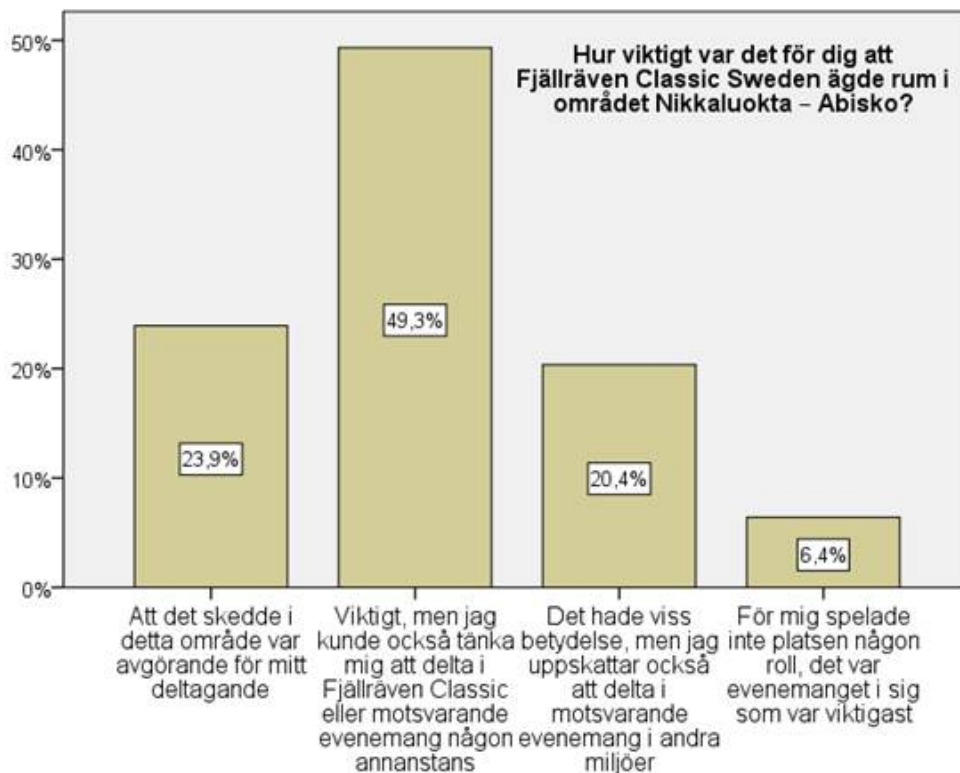
En faktor som inte fanns med i listan i enkäten framkom bland de öppna svaren, nämligen jobbrelaterat deltagande. Jobbrelaterade sammanhang återkommer också bland de öppna svaren under fråga 7 som handlar om hur de svarande deltog i evenemanget. Bland de listade alternativen i den frågan betonas dock återigen betydelsen av vänner och familj. Deltagarna hade möjlighet att ange fler än ett alternativ, så värdet i diagrammet nedan överstiger 100 procent (se Figur 12). Resultaten visar att 17,8 procent av de svarande angav att de deltagit individuellt. Övriga respondenter svarade att de deltog tillsammans med andra på något sätt, bland vilka det vanligaste är med vänner och familj.



Figur 12. Hur de svarande deltog i Fjällräven Classic Sweden.

Resultaten som redovisas ovan i Tabell 1 visar att det geografiska sammanhanget är viktigt för de svarandes val att delta i evenemanget. En intressant fråga i detta sammanhang är vad som väger tyngst för deltagarna när området där evenemanget tog plats ställs mot evenemanget i sig. Fråga nummer tio i enkäten handlade om hur viktigt det var för deltagarna att evenemanget ägde rum i just området Nikkaluokta – Abisko. Resultaten visar att för nära en fjärdedel av de svarande är evenemangets lokalisering avgörande för att de skulle delta (se Figur 13). Ytterligare 50 procent anger att platsen för evenemanget var viktigt men att de också kunde tänka sig att delta i Fjällräven Classic Sweden eller ett motsvarande evenemang någon annanstans. Cirka 20 procent anser att lokaliseringen hade viss betydelse medan cirka sju procent inte ser någon betydelse alls i att evenemanget skedde

i Nikkaluokta - Abisko. För dessa personer är typen av evenemang det centrala, inte var det tar plats. Sammantaget bekräftar resultaten bilden av att området Nikkaluokta - Abisko väger tungt för enkätens respondenter.



Figur 13. Betydelsen av område respektive evenemang för de svarande.

När nu området Nikkaluokta – Abisko är viktigt, vad förväntar sig då deltagarna i Fjällräven Classic Sweden när de besöker den svenska fjällmiljön i termer av faciliteter, tillgänglighet och karaktär (fråga 15)? På den frågan ger inte resultaten några entydiga svar (se Tabell 2), då enkätens respondenter fördelar sig förhållandevis jämt mellan de olika svarsalternativen. De tre alternativ där högst andel av de svarande angav att de var delvis eniga eller helt eniga är *Att kunna köra in med bil i ett attraktivt område för att göra dagsturer* (47,2 procent), *Att det finns fjällstationer/stugor* (40,2 procent) och *Att det finns iordninggjorda lägerplatser med toalett, soptunnor, eldningsmöjligheter mm* (38,9 procent). Tillgänglighet och nödvändiga faciliteter är alltså det som betonas mest bland enkätens respondenter, även om inget alternativ uppnår en andel på mer än 50 procent.

De tre alternativ där högst andel svarade att de var helt oeniga eller delvis oeniga är *Att kunna förflytta sig flera dygn utan att se hus och vägar* (56,2 procent), *Att området är av vildmarkskaraktär* (55,9 procent) och *Att det finns markerade leder* (48,6 procent). Av detta kan man sluta sig till att många inte förväntar sig ett helt och hållet naturpräglat och folktomt landskap när de besöker de svenska fjällen.



#		Helt oenig	Delvis oenig	Varken oenig eller enig	Delvis enig	Helt enig	N
1	Att kunna köra in med bil i ett attraktivt område för att göra dagsturer	21.3%	16.9%	14.6%	<b>17.8%</b>	<b>29.4%</b>	2122
2	Att det finns fjällstationer/stugor	9.2%	29.8%	20.8%	<b>26.3%</b>	<b>13.9%</b>	2123
3	Att det finns iordninggjorda lägerplatser med toalett, soptunnor, eldningsmöjligheter mm.	14.3%	24.0%	22.8%	<b>24.5%</b>	<b>14.4%</b>	2121
4	Att det finns tillgång till Internet i området	25.7%	11.1%	15.2%	14.1%	33.9%	2122
5	Att det finns markerade leder	<b>18.9%</b>	<b>29.7%</b>	12.6%	19.4%	19.4%	2121
6	Att kunna förflytta sig flera dygn utan att se hus och vägar.	<b>39.1%</b>	<b>17.1%</b>	6.6%	14.0%	23.1%	2125
7	Att området är av vildmarkskaraktär (mer än 5 km till närmsta hus, väg, kalhygge, telemast etc.)	<b>37.2%</b>	<b>18.7%</b>	8.6%	14.8%	20.7%	2124
8	Att bara se ett fåtal andra besökare	19.7%	28.5%	22.4%	18.7%	10.6%	2120
9	Att området har sällsynta djur och växter	15.4%	25.8%	30.4%	18.7%	9.7%	2119

Tabell 2. De svarandes förväntningar på fjällmiljön.

## Deltagarnas upplevelser av evenemanget

Resultaten ovan ger svar på vilka deltagarna i Fjällräven Classic Sweden är, vilka relaterade erfarenheter de har och vad som motiverar dem att delta i evenemanget. Nedan följer resultat om deltagarnas upplevelse av Fjällräven Classic Sweden. Enkäten innehöll två frågor kring detta varav den första rör upplevelsen av evenemanget i sig, medan den andra fokuserar på upplevelsen av området (fråga 8 och fråga 9).

### Upplevelsen av Fjällräven Classic Sweden

I den första frågan uppmanades respondenterna att ange i vilken utsträckning de associerar sin upplevelse av evenemanget med 23 listade alternativ (se Tabell 3).

De fem alternativ med högst andel som svarat *I hög grad* eller *Helt och hållet* är *Glädje* (88,2 procent), *Naturmöte/naturkontakt* (87,8 procent), *Frihet* (79,2 procent), *Hälsosamt* (78,7 procent) och *Komma bort (från vardagen)* (74,2 procent). Mot detta kan ställas de fem alternativ med högst andel som svarat *Lite* eller *Inte alls*. Dessa är *Stress* (76,1 procent), *Tävling/konkurrens* (63,3 procent), *Trängsel* (61,6 procent), *Färdighetsträning som att sätta upp tält, laga mat eller liknande* (33,5 procent) och *Allvar* (30 procent). Resultaten här stämmer överens med de om motiv i Tabell 1: det är få som ser tävling och konkurrens som en viktig och framträdande del av evenemanget. I stället framhålls positiva känslor och mötet med naturen. När det gäller alternativet *Färdighetsträning* ska nämnas att en lika hög andel av de svarande, 33,5 procent, i hög grad eller helt och hållet associerar sin upplevelse med detta. Trots det förhållandevis höga antalet deltagare verkar trängsel inte vara något bekymmer för de flesta.

#		Inte alls	Lite	Delvis	I hög grad	Helt och hållet	N
1	<b>Glädje</b>	0.2%	1.3%	10.3%	<b>54.7%</b>	<b>33.5%</b>	2149
2	<b>Naturmöte/naturkontakt</b>	0.5%	1.8%	9.9%	<b>49.6%</b>	<b>38.2%</b>	2144
3	<b>Frihet</b>	1.0%	3.8%	16.0%	<b>48.2%</b>	<b>31.0%</b>	2140
4	<b>Hälsosamt</b>	1.1%	3.4%	19.8%	<b>50.8%</b>	<b>24.8%</b>	2146
5	<b>Komma bort (från vardagen)</b>	2.4%	5.6%	17.7%	<b>43.0%</b>	<b>31.2%</b>	2142
6	Rekreation	1.8%	6.5%	24.1%	49.6%	17.9%	2141
7	Prestation	2.2%	9.4%	26.2%	41.9%	20.3%	2134
8	Tystnad	2.2%	8.7%	27.7%	42.2%	19.1%	2149
9	Fysisk utmaning	1.7%	6.6%	31.2%	42.7%	17.8%	2145
10	Avkoppling	4.1%	8.9%	27.2%	46.3%	13.4%	2143
11	Miljöhänsyn/miljövänlighet	4.4%	10.9%	27.6%	41.3%	15.8%	2140
12	Samvaro med andra/gemenskap	3.1%	9.7%	31.2%	41.5%	14.4%	2142
13	Mental utmaning	4.9%	12.7%	33.0%	34.7%	14.6%	2145
14	Trygghet	7.8%	14.9%	32.7%	34.7%	9.9%	2139
15	Samarbete	4.3%	17.1%	34.4%	36.9%	7.2%	2138
16	Rofyllighet/stillhet	5.2%	13.7%	33.3%	33.8%	14.1%	2133
17	Annat, nämligen	35.8%	3.3%	16.2%	21.2%	23.3%	240
18	Miljöpåverkan	6.4%	19.1%	34.0%	29.5%	11.0%	2134
19	<b>Allvar</b>	<b>9.6%</b>	<b>20.4%</b>	37.1%	26.1%	6.8%	2143
20	<b>Färdighetsträning (sätta upp tält, laga mat etc.)</b>	<b>11.2%</b>	<b>22.3%</b>	32.9%	25.2%	8.3%	2144
21	<b>Tävling/konkurrens</b>	<b>34.9%</b>	<b>28.4%</b>	23.9%	10.4%	2.3%	2144
22	<b>Stress</b>	<b>47.0%</b>	<b>29.1%</b>	15.2%	6.1%	2.7%	2143
23	<b>Trängsel</b>	<b>23.5%</b>	<b>38.1%</b>	28.5%	8.1%	1.8%	2136

Tabell 3. Vad de svarande associerar med sitt deltagande i Fjällräven Classic Sweden.

### Upplevelsen av området Nikkaluokta - Abisko

Den andra frågan om deltagarnas upplevelse (fråga 9) handlar om förhållandena i området Nikkaluokta - Abisko där evenemanget tar plats. Deltagarna ombads svara på i vilken utsträckning ett antal påståenden stämde överens med deras egen upplevelse med området vid det senaste tillfället då de deltog i Fjällräven Classic Sweden (se Tabell 4).

Sammantaget visar resultaten att de svarande upplever förhållandena i området på olika sätt och att en tydlig samstämmighet saknas. De tre påståenden som bäst stämmer överens med de svarandes upplevelse (högst andel *Delvis enig* eller *Helt enig*) är *Det finns många spår efter terrängfordon* (52,8 procent), *Fler besökare skulle inte störa upplevelsen* (48,1 procent) och *Det förekommer störande trafik med flyg och helikopter* (46 procent).

De tre påståenden som i lägst utsträckning stämmer överens med deltagarnas upplevelse (högst andel *Delvis oenig* eller *Helt oenig*) är *Området är tyst* (57,2 procent), *Vandringslederna är välskötta* (52,3 procent) och *Naturen är välbehållen* (41,9 procent). Att knappt 60 procent är oeniga med påståendet att området är tyst strider i viss mån mot resultatet i Tabell 3 där drygt 60 procent associerade evenemanget med tystnad.

#		Helt oenig	Delvis oenig	Varken oenig eller enig	Delvis enig	Helt enig	N
1	<b>Det finns många spår efter terrängfordon</b>	9.8%	15.1%	22.3%	<b>26.6%</b>	<b>26.2%</b>	2112
2	<b>Fler besökare skulle inte störa upplevelsen</b>	11.9%	21.8%	18.2%	<b>28.7%</b>	<b>19.4%</b>	2113
3	<b>Det förekommer störande trafik med flyg och helikopter</b>	11.6%	17.9%	24.5%	<b>25.3%</b>	<b>20.7%</b>	2117
4	<b>Naturen är välbehållen</b>	<b>11.6%</b>	<b>30.3%</b>	15.6%	28.7%	13.8%	2115
5	<b>Vandringslederna är välskötta</b>	<b>20.6%</b>	<b>31.7%</b>	13.0%	22.1%	12.6%	2118
6	Djurlivet blir stört av människor	3.6%	22.0%	40.3%	26.8%	7.4%	2114
7	<b>Området är tyst</b>	<b>29.0%</b>	<b>28.2%</b>	9.9%	20.6%	12.2%	2115

Tabell 4. De svarandes upplevelse av området Nikkaluokta – Abisko.

Vid sidan om hur deltagarna upplever förhållandena i området under evenemanget innehöll enkäten även en fråga om synen på området Nikkaluokta – Abisko i mer generella termer (fråga 9). Sex olika perspektiv på området presenterades och de svarande fick bedöma i vilken utsträckning som dessa perspektiv stämde överens med deras egna (se Tabell 5).

Mest överens var de svarande med beskrivningarna av området som ett *Landskap att bevara och skydda* och ett *Naturlandskap*. I båda fallen var omkring 95 procent respondenterna i hög grad eller helt och hållet överens med beskrivningen. Näst därefter kommer beskrivningarna *Vildmark* och *Arena för utomhusaktiviteter* på drygt 73 procent vardera. Minst överens (det vill säga högst andel som svarat *Inte alls* eller *Lite*)

var de svarande med synen på Nikkaluokta - Abisko som ett område med utvecklingspotential. Endast en femtedel av respondenterna skrev under på den beskrivningen. Resultatet visar således på ett förhållandevis kraftfullt ställningstagande för ett skydd och mot en förändring av området.

#		Inte alls	Lite	Delvis	I hög grad	Helt och hållet	N
1	<b>Landskap att bevara och skydda</b>	1.0%	0.9%	3.3%	<b>29.5%</b>	<b>66.3%</b>	2144
2	<b>Naturlandskap</b>	0.1%	0.3%	4.3%	<b>50.5%</b>	<b>44.8%</b>	2142
3	<b>Vildmark</b>	0.6%	4.0%	22.0%	<b>53.5%</b>	<b>20.0%</b>	2138
4	<b>Arena för utomhusaktiviteter</b>	2.2%	6.4%	17.9%	<b>46.1%</b>	<b>27.3%</b>	2135
5	Renbetesland	2.2%	8.7%	28.5%	39.7%	20.8%	2137
6	Kulturlandskap	6.1%	20.0%	34.4%	26.2%	13.3%	2138
7	Annat, nämligen	50.3%	3.2%	15.5%	10.3%	20.6%	155
8	<b>Område med utvecklingspotential</b>	26.0%	23.6%	31.4%	13.7%	5.2%	2133

Tabell 5. Hur de svarande beskriver området Nikkaluokta - Abisko.

## Evenemangets effekter

Centrala frågor för denna studie är på vilket sätt och i vilken utsträckning som de svarande upplever att deltagandet i Fjällräven Classic Sweden har påverkat dem. Enkäten berörde teman som miljöengagemang, plats- eller aktivitetsfokus, friluftsliv- och resvanor, samt effekter på ett personligt plan. Nedan redovisas resultat relaterade till dessa teman.

### Effekter relaterade till miljöengagemang

I enkäten fanns en fråga som gällde huruvida deltagandet i Fjällräven Classic Sweden bidragit till ett mer miljövänligt beteende och/eller miljöengagemang (fråga 14). Endast omkring 450 personer svarade på denna fråga, vilket gör det svårt att dra långtgående slutsatser av resultatet. Bland de som svarade menade knappt hälften att evenemanget inte hade bidragit till större engagemang eller hänsyn. Många av dessa hänvisade till att deras miljöengagemang för miljön redan är stort och att evenemanget varken gjorde från eller till i detta fall.

En knapp majoritet av de svarande gör dock klart att evenemanget har påverkat dem i en miljövänlig riktning – i vissa fall på grund av, men i andra fall tack vare, upplevelser under Fjällräven Classic Sweden. Några hänvisar till hur skräpigt det är kring Kungsleden. Användandet av helikopter och att deltagarna är för många har också fått dem att reagera.

*Ja, jag funderar på hur bra det egentligen är med dylika arrangemang. Det tär väldigt på området.*

Resultaten kring upplevelsen av evenemanget (Tabell 3) visar att drygt 40 procent associerar sin upplevelse med miljöpåverkan.

De allra flesta är dock mer positiva och refererar till den storslagna naturen och inte minst till evenemangets hantering av avfall (instruktioner om hur avfall ska hanteras, skräppåse, tävling om vem som kan samla mest skräp etc.) som två viktiga skäl till sitt ökade engagemang och förändrade beteende. Om vi igen tittar på Tabell 3 ser vi att nästan 60 procent associerar sin upplevelse med miljöhänsyn och miljövänlighet. En femtedel av de som besvarade den öppna frågan om ökat miljöengagemang menar att deltagandet i evenemanget fått dem att reflektera över och ändra sitt beteende när det gäller skräp. I vissa fall inkluderar detta en vana av att plocka upp efter andra när de är ute.

*I definitely learn to appreciate a completely rubbish-free environment. I always carry my own rubbish off the mountain with me, but it has inspired me to also pick up other people's rubbish.*

Andra vittnar om förändrade beteenden när det gäller friluft produkter, resursanvändning, klimatpåverkan liksom en önskan om att skydda naturlandskap av den typ som Nikkaluokta - Abisko representerar.

### Plats- eller aktivitetsfokus

I enkäten uppmanades deltagarna att ta ställning till två motsatspar som speglade möjliga effekter av deras deltagande i evenemanget (fråga 12). Ju närmare påståendet man kryssar desto mer stämmer det överens med ens egen uppfattning. En markering i mitten innebär att alternativen är likvärdiga.

I det första motsatsparet ställdes en önskan om *att återvända till området Nikkaluokta - Abisko för någon typ av aktivitet* mot en önskan om *att i framtiden kunna delta i ett motsvarande evenemang någon annanstans*.



Resultatet visar att de flesta av de svarande lägger tonvikten på möjligheten att få återkomma till området Nikkaluokta - Abisko för någon typ av aktivitet. Detta kan tolkas som att flertalet av de svarande, när de tvingas välja, betonar platsen framför evenemang av denna sort.

Än tydligare platsfokus visar resultaten när det gäller det andra motsatsparet. Här skulle respondenterna ta ställning till i vilken utsträckning deras deltagande bidragit till en önskan om *att området Nikkaluokta - Abisko anpassas/arrangeras ytterligare för att passa denna typ av evenemang* alternativt *att områdets (Nikkaluokta - Abisko) naturgivna karaktärsdrag bevaras*. Resultatet visar en kraftig dragning mot alternativet att områdets naturgivna karaktärsdrag bevaras framför att området anpassas/arrangeras ytterligare för att passa denna typ av evenemang.

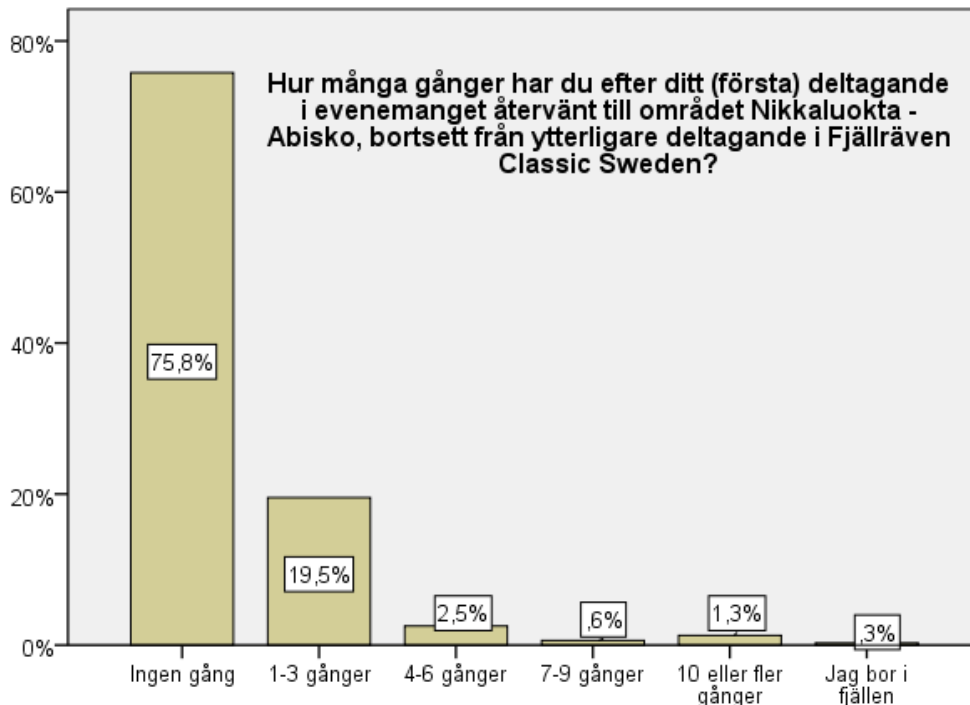
#								N
1	<b>Att i framtiden få möjligheten att återkomma till området (Nikkaluokta - Abisko) för någon typ av aktivitet.</b>	<b>21.2%</b>	<b>19.8%</b>	30.7%	18.1%	10.2%	Att i framtiden kunna delta i ett motsvarande evenemang någon annanstans.	2121
2	Att området (Nikkaluokta - Abisko) anpassas/arrangeras ytterligare för att passa denna typ av evenemang.	2.5%	4.7%	14.4%	<b>20.4%</b>	<b>57.9%</b>	<b>Att områdets (Nikkaluokta - Abisko) naturgivna karaktärsdrag bevaras.</b>	2118

Tabell 6. Den vikt de svarande lägger vid området Nikkaluokta - Abisko i förhållande till betydelsen av evenemanget.

## Förändrade res- och friluftsvanor

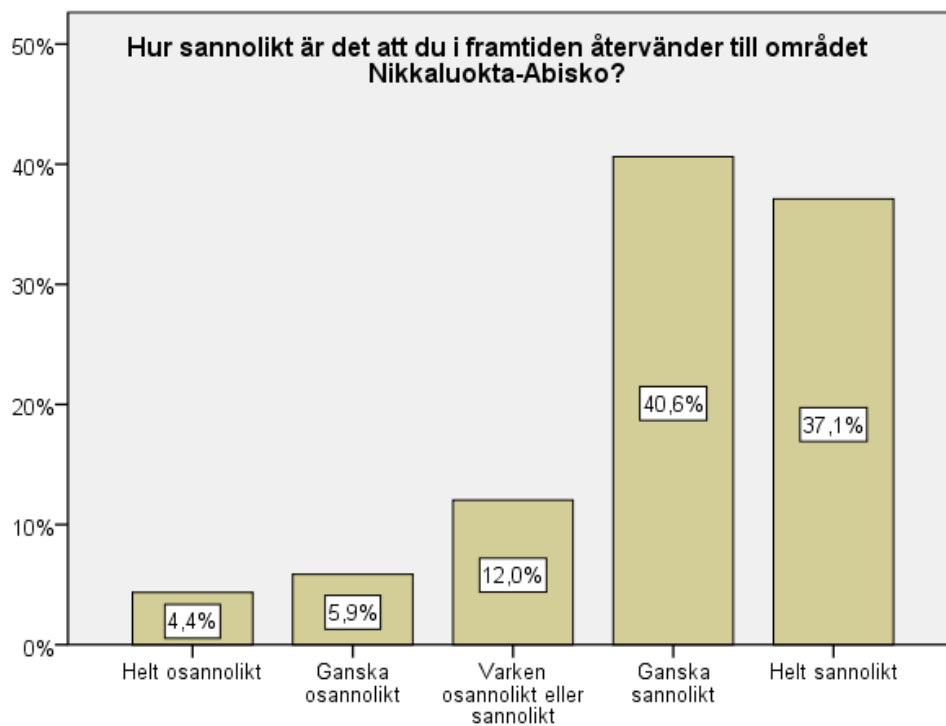
Vid sidan om effekter i termer av ökat miljöengagemang och fokus på plats alternativt aktivitet är det intressant att se om ett deltagande i evenemanget Fjällräven Classic Sweden bidrar till ändrade res- och friluftsvanor. I enkäten finns ett flertal frågor som syftar till att fånga upp detta.

Den första frågan handlar om hur många gånger respondenterna återvänt till området Nikkaluokta – Abisko, ytterligare deltagande i evenemanget undantaget (fråga 4). Här visar resultaten visar att 23 procent av respondenterna har återvänt till området efter sitt första deltagande i evenemanget, varav de flesta en till tre gånger (se Figur 14).



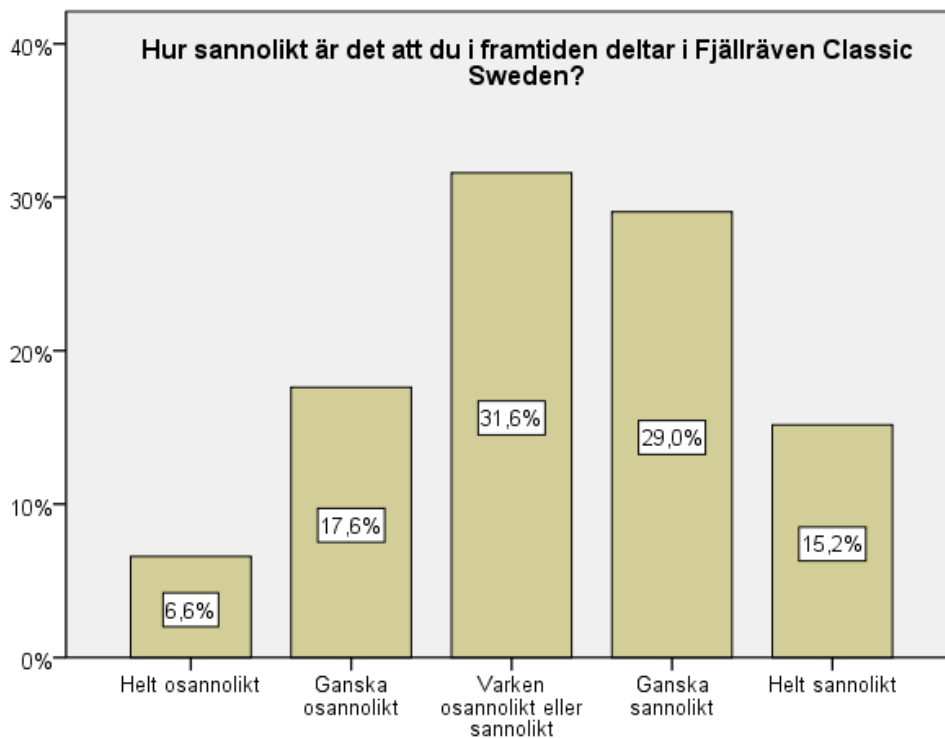
Figur 14. Antal gånger de svarande återvänt till Nikkaluokta - Abisko, bortsett från ytterligare deltagande.

På frågan om hur sannolikt det är att deltagarna i framtiden kommer att återvända till området Nikkaluokta - Abisko (fråga 17) svarade därtill nästan 80 procent ganska eller helt sannolikt (se Figur 15).



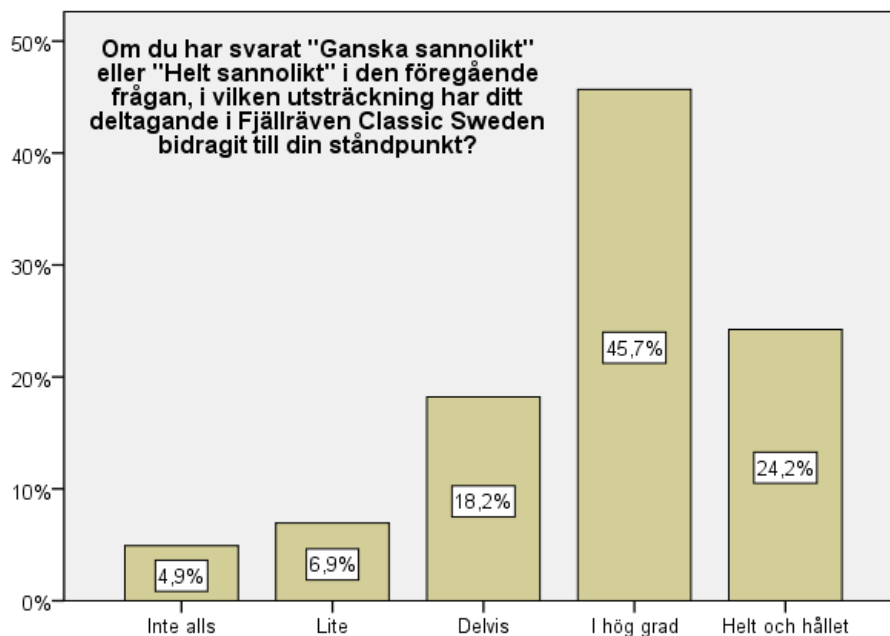
Figur 15. Respondenternas uppskattning av hur sannolikt det är att de i framtiden återvänder till området Nikkaluokta - Abisko.

Nästan 45 procent av respondenterna ser det som ganska sannolikt eller helt sannolikt att de kommer att delta i Fjällräven Classic Sweden i framtiden (se fråga 23 och Figur 16) och därav kan man anta att omkring 35 procent av de svarande har en ambition att besöka området utanför evenemangets ramar.



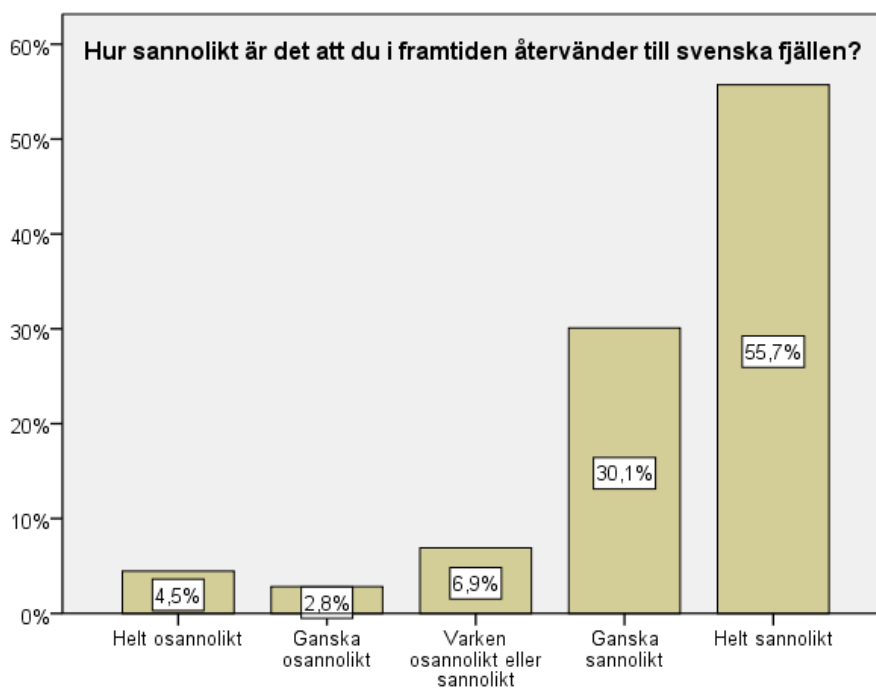
Figur 16. De svarades bedömning av sannolikheten att de deltar i evenemanget igen.

Av avgörande intresse här är förstås i vilken utsträckning deltagandet i Fjällräven Classic Sweden bidragit till denna önskan att återvända till området (fråga 18). Bland de som tror sig återvända (de som svarade *Ganska sannolikt* eller *Helt sannolikt* på fråga 17) svarar cirka 70 procent att deltagandet i evenemanget har bidragit till deras ståndpunkt i hög grad eller helt och hållet (se Figur 17).

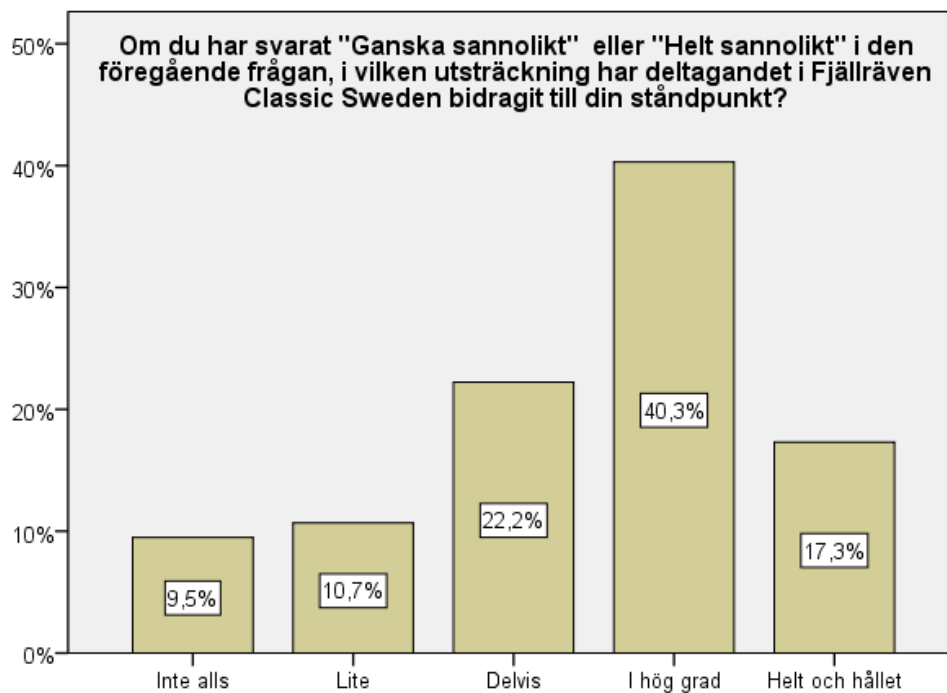


Figur 17. I vilken utsträckning som deltagandet i evenemanget har bidragit till ambitionen att återvända till området Nikkaluokta - Abisko.

När frågan vidgas till att gälla de svenska fjällen i sin helhet ökar andelen som ser det som sannolikt att de återvänder ytterligare (fråga 19). Nästan 86 procent ser det som ganska sannolikt eller helt sannolikt att de i framtiden kommer att återvända till de svenska fjällandskapen. Även här verkar deltagandet i Fjällräven Classic Sweden spela en stor roll (fråga 20). Närmare 60 procent av de som svarat ganska eller helt sannolikt menar att evenemangsupplevelsen bidragit i hög grad eller helt och hållet till deras önskan att besöka svenska fjällen igen (se figurerna 18 och 19).

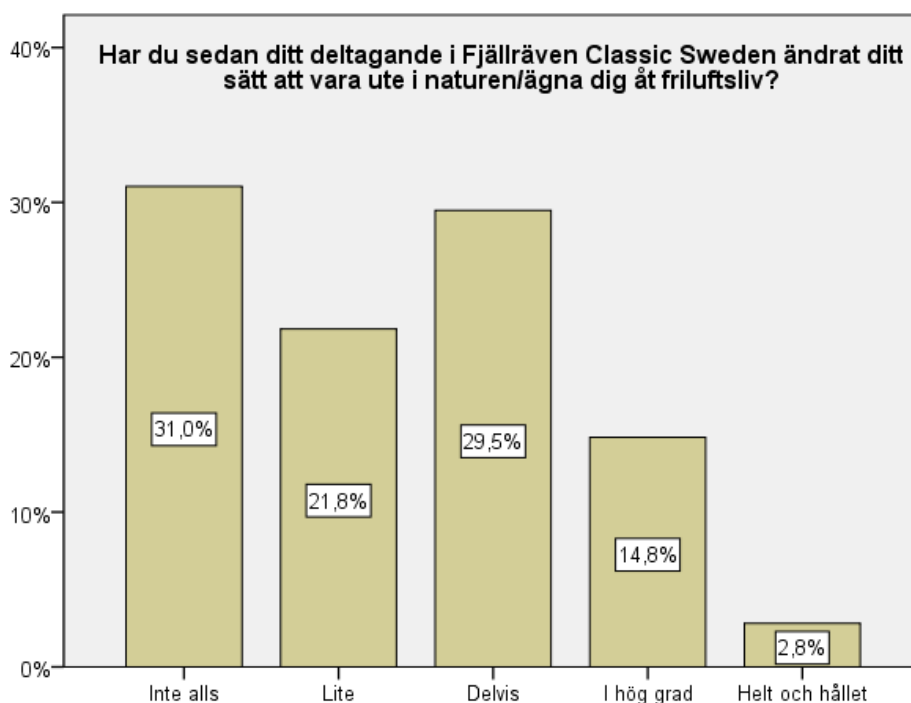


Figur 18. Uppskattad sannolikhet för att återvända till svenska fjällen.



Figur 19. I vilken utsträckning som deltagandet i evenemanget har bidragit till ambitionen att återvända till området Nikkaluokta - Abisko.

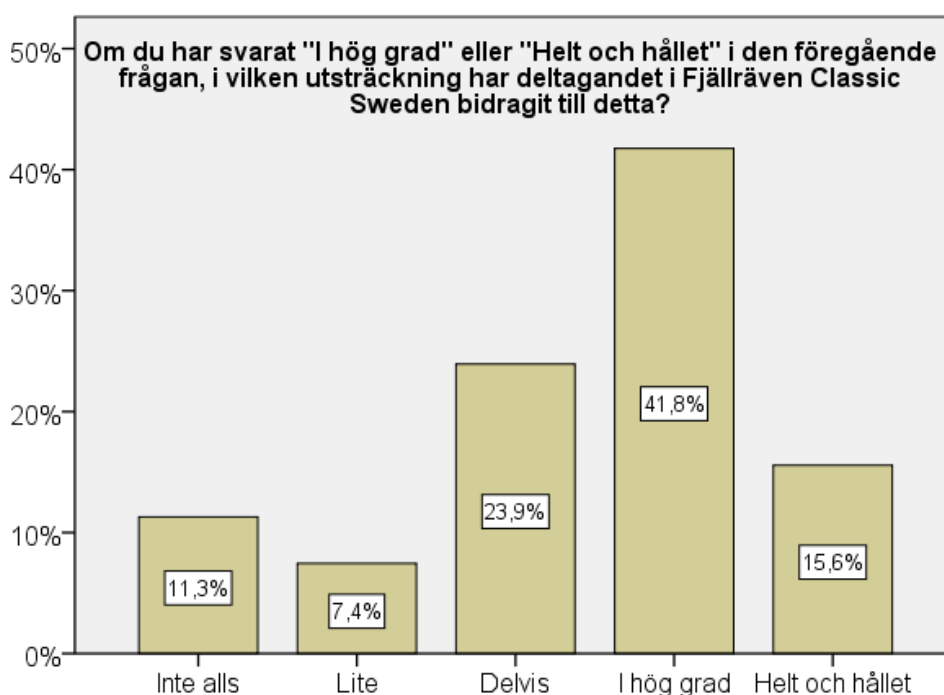
Resultaten visar att de svarande upplever en tydlig påverkan av evenemanget när det gäller deras resvanor. Angående en eventuell förändring av sättet att vara i naturen eller ägna sig åt friluftsliv efter sitt deltagande i evenemanget är resultaten dock inte lika entydiga (fråga 21). Knappt hälften av de svarande hävdar att de förändrat sitt beteende i någon utsträckning (*Delvis, I hög grad* eller *Helt och hållet*), medan 31 procent svarar att de inte alls ändrat beteende (se Figur 20).



Figur 20. I vilken utsträckning de svarande förändrat sitt friluftsliv efter deltagandet.



I fråga 22 uppmanades de som svarat *I hög grad* eller *Helt och hållet* att redogöra för i vilken utsträckning som deltagandet i Fjällräven Classic Sweden bidragit till denna förändring i utevistelse och friluftsliv. Diagrammet (se Figur 20) visar att en tydlig majoritet, drygt 57 procent, anser att deltagandet bidragit *I hög grad* eller *Helt och hållet*.



Figur 21. I vilken utsträckning som deltagandet i evenemanget har bidragit till en förändring i utevistelse och friluftsliv bland de svarande.

I anslutning till fråga 21 fanns i enkäten en möjlighet för deltagarna att beskriva på vilket sätt utevistelsen/friluftslivet förändrats efter evenemanget. Bland de drygt 600 svaren finns ett antal återkommande teman. Vanligast förekommande är förändringar relaterade till mer

utevistelse eller friluftsliv; att respondenterna oftare är ute, att de gör längre vandringar och att de deltar i fler evenemang liknanden Fjällräven Classic Sweden.

*Before the Fjällräven Classic I already had a great habit of outdoor recreation in the mountains (Alps), but participation increased our wish to and habits for outdoor recreation, especially multi-day trekking in remote areas where you rely on your own and need to be self-supported.*

Många beskriver hur denna förändring är kopplad till en ökad självkännet och ökat mod. Dessa förändringar gäller också deras sätt att vara ute, exempelvis att de efter sitt deltagande inte tvekar att övernatta i tält.

*Jag är inte längre rädd att tälta och ge mig iväg på längre vandringar, även om jag innan ägnat mig mycket åt friluftsliv!*

En större medvetenhet om vilken utrustning som krävs är en annan aspekt som lyfts fram som en följd av deras medverkan i evenemanget.

*I am more comfortable camping and hiking for longer periods of time. I am more knowledgeable of the types of equipment I need to survive several days in the wilderness. I am now planning a camping/hiking trio to Scotland.*

Annat som nämns bland de öppna svaren är att evenemanget väckt en smak för liknande naturlandskap och en ambition att inte lämna några spår vid utevistelse.

### Personliga effekter för individen

Vid sidan av de effekter som redogjorts för ovan ställs i enkäten även en fråga om personliga effekter av deltagandet i Fjällräven Classic Sweden (se fråga 11). I frågan listades sex tänkbara effekter relaterade till färdigheter, förtroget med landskap av den typ där evenemanget sker, självkänedom och känslan av att tillhöra ett socialt sammanhang.

Som tabellen nedan (Tabell 7) visar fördelar sig de svarande i stort sätt jämt över de olika listade effekterna, vilket kan tolkas som att deltagarna utgör en heterogen grupp när det gäller tidigare erfarenheter och självkänedom. Mest eniga (högst andel *Delvis enig* och *Helt enig*) är de svarande med påståendet att deltagandet bidragit till *En medvetenhet om min egen fysiska kapacitet och begränsningar* (41 procent). Minst eniga (högst andel *Delvis oenig* eller *Helt oenig*) är respondenterna med påståendet att deltagandet gett *Ett ökat självförtroende inför liknande aktiviteter i motsvarande miljö* (47 procent).

#		Helt oenig	Delvis oenig	Varken oenig eller enig	Delvis enig	Helt enig	N
1	<b>En medvetenhet om min egen fysiska kapacitet och begränsningar</b>	23.3%	22.9%	12.8%	<b>20.4%</b>	<b>20.6%</b>	2140
2	En medvetenhet om min egen mentala kapacitet och begränsningar	18.9%	23.7%	17.9%	21.7%	17.8%	2137
3	<b>Ett ökat självförtroende inför liknande aktiviteter i motsvarande miljö</b>	<b>22.6%</b>	<b>24.7%</b>	14.9%	19.1%	18.7%	2138
4	En ökad kännedom om och förtrogenhet med fjällmiljön/fjällandskapet	18.5%	27.2%	20.2%	18.5%	15.5%	2140
5	En känsla av att tillhöra ett socialt sammanhang	8.1%	22.2%	37.1%	22.5%	10.0%	2135
6	Utvecklade/lämpliga friluftrelaterade färdigheter	13.0%	29.1%	25.0%	22.1%	10.8%	2138

Tabell 7. De svarandes upplevelse av personrelaterade effekter av deltagandet i Fjällräven Classic Sweden.

I den kompletterande öppna frågan uppmanas deltagarna att beskriva på vilka andra sätt deltagandet i Fjällräven Classic Sweden har haft betydelse och påverkan. De omkring 320 svaren vittnar om att deltagandet för många har haft en stor betydelse på olika plan och ofta inneburit minnen för livet. Många beskriver hur de under evenemanget stärkt sina band till sina partners, barn eller vänner.

*My husband and I had not gone on many multi day hikes, we learned so much about each other in the first two days and*

*learned to communicate & work together so that by the end of the hike we had a system down and now are able to use those same skills we learned about ourselves in our daily lives.*

Andra har funnit nya vänner och relationer, som visat sig bli bestående.

*Vi träffade några väldigt trevliga belgier som vi semestrat med varje sommar sedan dess, oftast med vandrings- och matte.*

Ett återkommande tema, som i viss mån strider mot resultaten som presenterades i Tabell 7, är hur det friluftslivsrelaterade självförtroendet (och ibland även inom andra områden) ökat efter att ha klarat en mentalt och fysiskt utmanande vandring.

*Bevisade att mitt pannben är tjockare än min tunna fysik, hade nyligen separerat, och vägde 43 kg vid tillfället, men orkade ändå gå de ca 11 milen med full packning, tack vare envishet och stöd från mina vänner – ett minne för livet!*

Ytterligare andra har på djupet drabbats av landskapet, naturen och ibland även av landet i stort.

*Participation in this event made me fall in love with Sweden, and the idea of open public lands for everyone. My wife and I will be attempting to move to Sweden in the future.*

Ett återkommande tema är också hur vandringen på olika sätt har bidragit till ett ökat välmående såväl fysiskt som psykiskt.

*I've realized ever so much that being outside, in nature, hiking, "living" is something that makes me happy and healthy. It has had an extremely relaxing effect on me. I felt fantastic during and after and I've been dreaming of going back and doing more similar trips ever since.*

Denna typ av svar stämmer väl överens med resultaten Tabell 3 som visar att ett flertal associerar upplevelsen med positiva känslor och hälsa.

Vid sidan av dessa positiva effekter av evenemanget finns också de som förknippade sitt deltagande i evenemanget med negativa upplevelser och erfarna missförhållanden.

*Hur vidrigt det blir när tusentals människor ska fjällvandra tillsammans. Inget som liknar vandring. Förstör detta känsliga naturområde. Är oerhört arg på Fjällräven över detta. Köper aldrig mer deras utrustning. Bara ett försäljningsjippo där det förstör naturen. Fjällvärlden ska avnjutas med försiktighet och respekt.*

## Avslutande diskussion

I den här rapporten presenteras resultat och slutsatser från ett projekt med fokus på deltagarbaserade friluftsevenemang i fjällmiljö och med en fallstudie om Fjällräven Classic Sweden som huvudaktivitet. Den typen av evenemang förväntas öka i antal men då forskning på området är i det närmast obefintlig så var syftet att genom studien om Fjällräven Classic Sweden generera kunskap om deltagarbaserade friluftsevenemang i fjällmiljö.

### Vilka är deltagarna och vad motiverar dem?

Projektets första forskningsfråga handlar om vilka deltagarna är och vad som motiverar dem att delta i evenemanget. Resultaten indikerar att den typiske deltagaren i Fjällräven Classic Sweden är en svensk man på mellan 31-45 år, boendes tillsammans med någon i en större stad och med erfarenhet av universitetsstudier. Noterbart är att andelen deltagande män är nästan dubbelt så hög som andelen kvinnliga deltagarna, om man ser till enkätens respondenter.

Studien beaktar även deltagarnas friluftsutövande, men resultaten är i det fallet svåra att värdera eftersom ingen jämförelse görs med andra grupper (exempelvis med svenskar i allmänhet eller med "vanliga" fjällvandrare). Andelen som sällan eller aldrig är ute i naturen/ägnar sig åt friluftsliv kan dock tyckas vara hög. På vardagar är andelen 72,7 procent, på helger 32,7 procent och i samband med längre ledigheter 15,5 procent.

För de allra flesta är deltagandet i Fjällräven Classic Sweden den första kontakten med området Nikkaluokta - Abisko och de svenska fjällen. Nära tre fjärdedelar besökte området för första gången i samband med sitt (första) deltagande i evenemanget och 60 procent av deltagarna har inte tidigare varit i de svenska fjällen. Fjällräven Classic Sweden kan

därför med fog ses som en årlig introduktion till den svenska fjällmiljön för ett stort antal människor.

Trots deltagarnas begränsade erfarenhet av området, eller möjligen just därför, visar resultaten att det geografiska sammanhanget präglar de viktigaste motiven till varför man väljer att delta i evenemanget. Deltagarna vill uppleva naturen och det unika område som de svenska fjällen utgör. Tvingas de välja väger platsen tyngre än evenemanget i sig. Deltagarna är också i mindre utsträckning motiverade av att jämföra sin prestation med andra och inte heller att träffa andra människor. Båda resultaten är intressanta med tanke på att evenemanget ofta beskrivs som ett vandringslopp och samlar ett förhållandevis stort antal människor. Resultaten är därmed i linje med den generella bilden av fjällvandrares motiv. Bland de öppna svaren betonas dock den sociala aspekten desto mer, vid sidan av den mentala och fysiska utmaningen och den trygghet som evenemanget erbjuder. Dessutom uppger endast omkring 18 procent av de svarande att de deltog i evenemanget på egen hand, vilket också pekar mot att sociala aspekter är viktiga för deltagarna.

#### Hur upplever deltagarna evenemanget och området?

Den andra forskningsfrågan rör deltagarnas upplevelse av Fjällräven Classic Sweden och av området Nikkaluokta - Abisko där evenemanget tar plats. Deltagarna associerar i högre utsträckning sin upplevelse med glädje, naturmöte och frihet och i mindre utsträckning med stress, tävling och trängsel. Evenemanget må vara ett exempel på "sportifiering", men bland deltagarna är det inte tävlingsrelaterade aspekter som är viktigast – fokus ligger istället på upplevelsen av naturlandskapet, den personliga utmaningen och de sociala dimensionerna.



I linje med resultatet om deltagarnas syn på trängsel anser nästan hälften att fler besökare inte skulle störa upplevdeslen av området Nikkaluokta - Abisko.

Större vikt lägger deltagarna på området i sig och aktiviteter som inte har med vandring att göra. Omkring hälften av de svarande upplever att det finns många spår av terrängfordon och att det förekommer störande trafik med flyg och helikopter. Nästan 60 procent menar att området inte är tyst. Till detta kan läggas att så gott som alla svarande, 95 procent, ser området som ett naturlandskap att bevara och skydda. Man kan av detta sluta sig till att evenemangets framgång är nära knutet till områdets naturgivna karaktär och att förändringar som äventyrar denna i möjligaste mån bör undvikas. Resultaten som handlar om deltagarnas förväntningar på de svenska fjällen indikerar dock att tillgänglighet och faciliteter är viktiga att många inte förväntar sig ett helt och hållet naturpräglad och öde naturlandskap.

#### Vilka effekter av evenemanget upplever deltagarna?

Projektets tredje forskningsfråga kretsar kring upplevda effekter av att delta i Fjällräven Classic Sweden. Ett av de områden som studien fokuserar på är miljöengagemang och resultaten visar att evenemanget har betydelse för många av deltagarna på just det området. De svarande hänvisar främst till evenemangets hantering och riktlinjer när det gäller avfall men också till starka upplevelser av naturlandskapet som inspiration till ett förändrat beteende och ökat engagemang.

Mest tydliga är resultaten gällande effekter på res- och friluftsvanor. Nästan en fjärdedel har redan återvänt till området Nikkaluokta - Abisko efter sitt deltagande i Fjällräven Classic Sweden och 80 procent ser det som ganska eller helt sannolikt att de i framtiden kommer att besöka området igen - för att delta i evenemanget eller i andra sammanhang. Ännu fler, 86 procent, ser det som ganska eller helt

sannolikt att de kommer att återvända till de svenska fjällen. I båda fallen anser en klar majoritet av de svarande (70 procent respektive 60 procent) att detta beror på deras upplevelser i samband med Fjällräven Classic Sweden. Det framstår som tydligt att evenemanget bidrar till svenska fjällens attraktivitet och stimulerar till resande.

Knappt hälften av de svarande menar också att deltagandet i evenemanget påverkat deras friluftsvanor i någon utsträckning. Bland de som svarat att de i hög grad eller helt och hållet förändrat sitt friluftsliv anger närmare 60 procent att deltagandet bidragit på ett avgörande sätt. De svarande hänvisar till förändringar i termer av mer utvistelse, ett bättre friluftsliv, ökat självförtroende och en större medvetenhet om vilken utrustning som krävs för friluftsliv.

För många har deltagandet även haft effekter på ett personligt plan, kopplade till friluftslivrelaterade färdigheter, självkänedom och självkänsla, liksom nya relationer, stärkta befintliga sociala relationer och ett allmänt välbefinnande.

### Fortsatt forskning

Studien ger svar på projektets forskningsfrågor men ger också upphov till en rad nya frågor. Hur ser upplevelsen och erfarenheter ut för olika grupper av deltagare (män-kvinnor, svenskar-icke-svenskar, yngre-äldre, de som har deltagit flera gånger jämfört med förstagångsdeltagare). Ytterligare analyser av datamaterialet skulle kunna ge besked. Intressant vore också att jämföra resultaten med andra befintliga studier som riktar in sig på "traditionella" besökare i svenska fjällen. På vilka sätt liknar grupperna varandra och hur skiljer de sig åt? Avslutningsvis vore det också intressant att se vilka svar motsvarande studier av de övriga Classic-tävlingarna (i Danmark, USA och Hongkong) skulle ge.

## Referenser

Dillman, D. (2015). "On Climbing Stairs Many Steps at a Time: The New Normal in Survey Methodology. Retrieved from <http://ses.wsu.edu/wp-content/uploads/2015/09/DILLMAN-talk-Sept-18-2015.pdf>

Fredman, P. & Heberlein, T. A. (2003). Changes in Skiing and Snowmobiling in Swedish Mountains. *Annals of Tourism Research*, 30(2): 485-488.

Fredman, P. & Heberlein, T. 2005. Visits to the Swedish mountains: Constraints and motivations. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(3):177 192.

Fredman, P., Wolf-Watz, D., Sandell, K., Wall-Reinius, S., Lexhagen, M., Lundberg, C., & Ankre, R. (2016). Dagens fjällmål och framtidens fjällupplevelser: Iakttagelser av aktivitetsmönster, landskapsrelationer och kommunikationsformer. ETOUR Report 2016:3.

Getz, D., & Stage, S. J. (2016). *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge: London.

Getz, D., & Stage, S. J. (2015). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593-631.

Getz, D., & McConnell, A. (2014). Comparing trail runners and mountain bikers: Motivation, involvement, portfolios, and event-tourist careers. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15(1).

Hellström-Boström, E. (1997). *Svensk klättring: Pionjärerna*. Alpina förlaget: Sollentuna.

Mallen, C. & Adams, L. J. (2013). *Event management in sport, recreation and tourism: Theoretical and practical dimensions*. London: Routledge.

Nilsson, P.-Å. 1999. *Fjällturismens historia: En studie av utvecklingen i Åredalen*. -Inst. f. Turismvetenskap, Rapport No. 1999:1, Östersund: Mitthögskolan.

Sandell, K. (2016a). *Naturturism och friluftsliv i fjällen – landskapsrelationer i förändring?* ETOUR Rapport 2016:4

Sandell, K. & Sörlin, S. (red.) 2008 (2a reviderade uppl.). *Friluftshistoria – från 'hårdande friluftslif' till ekoturism och miljöpedagogik: Teman i det svenska friluftslivets historia*. Stockholm: Carlsson bokförlag.

Sandell, K., Arnegård, J. & Backman, E. (2011). *Friluftssport och äventyrsidrott: Utmaningar för lärare, ledare och miljö i en föränderlig värld*. Lund. Studentlitteratur.

Sehlin, H. (1998). *Känn ditt land: STF:s roll i den svenska turismens historia*. Stockholm: Svenska Turistföreningen.

Wall-Reinius, S. & Bäck, L. (2011). Changes in Visitor Demand: Inter-year Comparisons of Swedish Hikers' Characteristics, Preferences and Experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11: 38-53.

Öhgren, J., (2016). *On horseback towards Kebnekaise*. Retrieved from <http://www.swedishlapland.com/stories/on-horseback-towards-kebnekaise/>

## Bilaga 1 Enkäten

# ENKÄT OM FJÄLLRÄVEN CLASSIC

---

Det här är en undersökning som riktar sig till dig som deltagit i Fjällräven Classic Sweden en eller flera gånger under åren 2005-2017. Frågorna handlar om din upplevelse av evenemanget och området där det äger rum, här kallat Nikkaluokta-Abisko. Undersökningen är en del av en studie om evenemang i svenska fjällen och genomförs av forskare vid Mittuniversitetet och University of Minnesota.

Det är viktigt att enkäten besvaras av personen den är adresserad till. Alla svar behandlas anonymt. Se bifogat informationsblad för denna undersökning som beskriver deltagandeprocedurer, sekretess, undersökningens frivilliga karaktär och kontaktuppgifter för forskare. Att besvara frågorna tar ca 10-15 minuter.

Stort tack för din medverkan!

Daniel Wolf-Watz  
Mittuniversitetet

Thomas Beery  
University of Minnesota

---

**DELTAGANDE**

---

Q1. Vilket/vilka år har du deltagit/deltog du i Fjällräven Classic Sweden? Kryssa alla som gäller.

- 2005
  - 2006
  - 2007
  - 2008
  - 2009
  - 2010
  - 2011
  - 2012
  - 2013
  - 2014
  - 2015
  - 2016
  - 2017
-

Q 2. Hur många gånger har du besökt området Nikkaluokta - Abisko innan ditt (första) deltagande i Fjällräven Classic Sweden?

- Ingen gång
  - 1-3 gånger
  - 4-6 gånger
  - 7-9 gånger
  - 10 eller fler gånger
  - Jag bor i området
- 

Q 3. Hur många gånger har du fjällvandrat/åkt på skidtur i andra delar av svenska fjällen innan ditt (första) deltagande i Fjällräven Classic Sweden?

- Ingen gång
  - 1-3 gånger
  - 4-6 gånger
  - 7-9 gånger
  - 10 eller fler gånger
  - Jag bor i fjällen
-

Q 4. Hur många gånger har du efter ditt (första) deltagande i evenemanget återvänt till området Nikkaluokta - Abisko, bortsett från ytterligare deltagande i Fjällräven Classic Sweden?

- Ingen gång
  - 1-3 gånger
  - 4-6 gånger
  - 7-9 gånger (
  - 10 eller fler gånger
  - Jag bor i fjällen
- 

Q 5. Ungefär hur ofta är du ute i naturen/ägnar dig åt friluftsliv? Kryssa i det alternativ som passar in bäst för dig på vardagar, på helger, och under längre ledigheter:

	Aldrig	Sällan	Ganska ofta	Mycket
På vardagar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
På helger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Under längre ledigheter, semester, lov, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## MOTIV OCH UPPLEVELSE

---

*Här kommer frågor som rör det senaste tillfället du deltog i Fjällräven Classic Sweden.*

Q 6. Hur viktiga var följande faktorer när du beslutade dig för att delta i Fjällräven Classic Sweden?

	Inte alls viktig	Mindre viktig	Delvis viktig	Mycket viktig	Helt avgörande
Få ägna mig åt aktiviteten vandring	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Få uppleva de svenska fjällen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att få uppleva lugn och ro, tystnad och stillhet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Få ett avbrott från vardagen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Få se renar och andra djur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Få uppleva äventyr	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att träffa andra människor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att få uppleva ett unikt område	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tillgången till service och stöd vid behov	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att jämföra min prestation med andra (tävla)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att uppleva frihet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Umgås med familj och vänner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att få en andlig upplevelse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Att delta i ett vandringsevenemang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att utmana mig själv fysiskt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fjällräven är ett varumärke som jag gillar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att utmana mig själv mentalt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Möjligheten till fysisk träning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att få möta naturen och vistas utomhus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att utveckla mina friluftslivsrelaterade färdigheter (t. ex. sätta upp tält, laga mat etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

Finns det andra faktorer som påverkade när du beslutade dig för att delta i Fjällräven Classic Sweden? Om ja, beskriv!

---

Q 7. Hur deltog du i evenemanget Fjällräven Classic Sweden? Du kan kryssa flera alternativ.

- Individuellt
  - Med vänner
  - Med min familj/familjemedlem
  - Vandrat i skräddarsydd grupp med guide
  - I en förening eller dylikt
  - Annat, nämligen
-

Q 8. I vilken utsträckning associerar du din upplevelse av evenemanget Fjällräven Classic Sweden med följande:

	Inte alls	Lite	Delvis	I hög grad	Helt och hållet
Tävling/konkurrens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Samarbete	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avkoppling	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljöhänsyn/miljövänlighet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miljöpåverkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Samvaro med andra/gemenskap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komma bort (från vardagen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trygghet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Allvar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Glädje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tystnad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hälsosamt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stress	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trängsel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fysisk utmaning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mental utmaning	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekreation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Färdighetsträning (sätta upp tält, laga mat etc)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naturmöte/naturkontakt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frihet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rofyllighet/stillhet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prestation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annat, nämligen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---



Q 9. I vilken utsträckning definierar du området Nikkaluokta - Abisko som:

	Inte alls	Lite	Delvis	I hög grad	Helt och hållet
Vildmark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naturlandskap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulturlandskap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arena för utomhusaktiviteter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Landskap att bevara och skydda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Renbetesland	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Område med utvecklingspotential	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annat, nämligen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q 10. Hur viktigt var det för dig att Fjällräven Classic Sweden ägde rum i området Nikkaluokta – Abisko? Väl det alternativ som bäst stämmer med din uppfattning.

- Att det skedde i detta område var avgörande för mitt deltagande
  - Det var viktigt, men jag kunde också tänka mig att delta i Fjällräven Classic eller motsvarande evenemang någon annanstans
  - Det hade viss betydelse, men jag uppskattar också att delta i motsvarande evenemang i andra miljöer
  - För mig spelade inte platsen någon roll, det var evenemanget i sig som var viktigast
-

Q 11. Mitt deltagande i Fjällräven Classic Sweden har bidragit till:

	Helt oenig	Delvis oenig	Varken oenig eller enig	Delvis enig	Helt enig
En ökad kännedom om och förtrogenhet med fjällmiljön/fjällandskapet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ett ökat självförtroende inför liknande aktiviteter i motsvarande miljö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En medvetenhet om min egen fysiska kapacitet och begränsningar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En medvetenhet om min egen mentala kapacitet och begränsningar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utvecklade/lämpliga friluftrelaterade färdigheter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En känsla av att tillhöra ett socialt sammanhang	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Andra sätt som ditt deltagande i Fjällräven Classic Sweden har påverkat dig/betytt för dig, beskriv!

---

Q 12. Nedan följer två motsatspar. Sätt krysset i rutan som bäst stämmer med din uppfattning. Om alternativen är likvärdiga sätter du krysset i mitten.

Mitt deltagande i Fjällräven Classic Sweden har bidragit till en önskan om:

<p>Att i framtiden få möjligheten att återkomma till området (Nikkaluokta-Abisko) för någon typ av aktivitet.</p>	<p><input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/></p>	<p>Att i framtiden kunna delta i ett motsvarande evenemang någon annanstans.</p>
<p>Att området (Nikkaluokta-Abisko) anpassas/arrangeras ytterligare för att passa denna typ av evenemang.</p>	<p><input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/>   <input type="radio"/></p>	<p>Att områdets (Nikkaluokta-Abisko) naturgivna karaktärsdrag bevaras.</p>

---

Q13. Att delta i Fjällräven Classic Sweden fick mig att känna/uppleva:

	Helt oenig	Delvis oenig	Varken enig eller oenig	Delvis enig	Helt enig
...en ökad insikt om "samspelet i naturen", att allt hänger samman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...en känsla av att städer är beroende av den omgivande naturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...en känsla av att jag själv och alla människor hör samman med, och ingår i naturen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q 4. För dig, har deltagandet i Fjällräven Classic Sweden bidragit till ett mer miljövänligt beteende och/eller miljöengagemang? Beskriv!

---

Q 15. Vad förväntar/önskar du dig som besökare i de svenska fjällen?

	Helt oenig	Delvis oenig	Varken oenig eller enig	Delvis enig	Helt enig
Att det finns iordninggjorda lägerplatser med toalett, soptunnor, eldningsmöjligheter mm.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att det finns fjällstationer/stugor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att det finns markerade leder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att kunna köra in med bil i ett attraktivt område för att göra dagsturer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att kunna förflytta sig flera dygn utan att se hus och vägar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att bara se ett fåtal andra besökare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att området har sällsynta djur och växter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Att området är av vildmarkskaraktär (mer än 5 km till närmsta hus, väg, kalhygge, telemast etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Att det finns  
tillgång till internet  
i området

Q 16. Nedan följer ett antal påståenden om förhållandena i Nikkaloukta-Abisko under ditt deltagande i Fjällräven Classic Sweden. I vilken utsträckning stämmer dessa överens med din upplevelse?

	Helt oenig	Delvis oenig	Varken oenig eller enig	Delvis enig	Helt enig
Det finns många spår efter terrängfordon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fler besökare skulle inte störa upplevelsen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vandringslederna är välskötta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naturen är välbehållen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det förekommer störande trafik med flyg och helikopter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Området är tyst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Djurlivet blir stört av människor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



---

Q 17. Hur sannolikt är det att du i framtiden återvänder till området Nikkaloukta-Abisko?

- Helt osannolikt
  - Ganska osannolikt
  - Varken osannolikt eller sannolikt
  - Ganska sannolikt
  - Helt sannolikt
- 

Q 18. Om du har svarat "Ganska sannolikt" eller "Helt sannolikt" i den föregående frågan, i vilken utsträckning har ditt deltagande i Fjällräven Classic Sweden bidragit till din ståndpunkt?

- Inte alls
  - Lite
  - Delvis
  - I hög grad
  - Helt och hållet
-

Q 19. Hur sannolikt är det att du i framtiden återvänder till svenska fjällen?

- Helt osannolikt
  - Ganska osannolikt
  - Varken osannolikt eller sannolikt
  - Ganska sannolikt
  - Helt sannolikt
- 

Q 20. Om du har svarat "Ganska sannolikt" eller "Helt sannolikt" i den föregående frågan, i vilken utsträckning har deltagandet i Fjällräven Classic Sweden bidragit till din ståndpunkt?

- Inte alls
  - Lite
  - Delvis
  - I hög grad
  - Helt och hållet
-

Q 21. Har du sedan ditt deltagande i Fjällräven Classic Sweden ändrat ditt sätt att vara ute i naturen/ägna dig åt friluftsliv?

- Inte alls
  - Lite
  - Delvis
  - I hög grad
  - Helt och hållet
- 

Beskriv på vilket sätt!

---

Q 22. Om du har svarat "I hög grad" eller "Helt och hållet" i den föregående frågan, i vilken utsträckning har deltagandet i Fjällräven Classic Sweden bidragit till detta?

- Inte alls
  - Lite
  - Delvis
  - I hög grad
  - Helt och hållet
-

Q 23. Hur sannolikt är det att du i framtiden deltar i Fjällräven Classic Sweden?

- Helt osannolikt
- Ganska osannolikt
- Varken osannolikt eller sannolikt
- Ganska sannolikt
- Helt sannolikt

## BAKGRUNDSFRÅGOR

---

*Dina svar ska utgå från det senaste tillfället du deltog i Fjällräven Classic Sweden.*

---

Q 24. Vilket kön identifierar du dig med?

- Kvinna
  - Man
  - Annat
  - Vill ej svara
- 

Q 25. Ditt födelseår (fyra siffror):

---

Q 26. Vilket postnummerområde bor du i? Ange ditt postnummer, fem siffror, utan mellanslag (t.ex. 12345):

---

Q 27. Vilket är ditt civilstånd?

- Ensamboende (med eller utan barn i hushållet)
  - Gift/partnerskap/sambo utan barn i hushållet
  - Gift/partnerskap/sambo med barn i hushållet
  - Bor tillsammans med föräldrar
  - Annat (
- 

Q 28. Var bor du idag?

- Landsbygd med högst ett fåtal hus inom synhåll
  - By eller mindre ort på landsbygden
  - Mindre stad (upp till ca 50 000 invånare)
  - Medelstor stad (ca 50 000 – 200 000 invånare)
  - Storstad (mer än ca 200 000 invånare)
-

Q 29. Vilken är din högsta utbildning?

- Grundskola/Realskola
  - Gymnasie
  - Folkhögskola (
  - Högskola/Universitet, 60 poäng (40 poäng, gamla systemet) eller mindre
  - Högskola/Universitet, mer än 60 poäng (40 poäng, gamla systemet)
  - Annat
-

Q30. Ungefär hur stor är ditt hushålls sammanlagda disponibla inkomst (efter skatt men innan ev. bidrag) per månad?

- Lägre än 10 000 kr/månad
- 11 000 – 20 000 kr/månad
- 21 000 – 30 000 kr/månad
- 31 000 – 40 000 kr/månad
- 41 000 – 50 000 kr/månad
- 51 000 – 60 000 kr/månad
- 61 000 – 70 000 kr/månad
- 71 000 -80 000 kr/månad
- Mer än 80 000 kr/månad

Q31. Var växte du respektive dina föräldrar upp? Kryssa det alternativ som passar bäst.

	Sverige	I Danmark, Finland eller Norge	I övriga Europa (	I annat land utanför Europa
Jag själv växte upp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Min mor växte upp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Min far växte upp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





Mittuniversitetet  
ETOUR Rapport 2018:2  
ISBN 978-91-88527-49-3  
[www.miun.se/etour](http://www.miun.se/etour)