

PETER PERNEMALM, MAJA NORDFELDT, JOHANNA DANIELSSON, KAIROS FUTURE

Sveriges solvanor 2021

NOVEMBER 2021





RAPPORTEN I ETT NÖTSKAL

- Sedan 2016 har det blivit allt mer ointressant för Sveriges befolkning att vara solbrun. Fler svenskar prioriterar sin hälsa, samtidigt som allt färre känner sig hälsosamma när de är solbruna. Dessa rörelser är del av de största attitydförändringarna sedan 2016. Svenskar har överlag rört sig mot mer solnegativa attityder sedan 2016, och allt fler anger att de tittar på sin hud för att se om det finns förändrade hudfläckar. Det senare är dock mycket vanligare bland kvinnor än bland män.
- Det finns inte några starka solskyddstrender i rörelse, men tendenser mot ökat användande av solglasögon, solhatt och att vara i skuggan finns.
- Andelen svenskar som har bränt sig år 2021 är densamma som år 2020. Färre personer har bränt sig på badplats utomlands än förra året, sannolikt en pandemi-effekt. Badplatser utomlands är dock fortsatt den mest riskfyllda solningsplatsen - ungefär hälften av alla som exponerar sig på sådana platser uppskattas också bränna sig.
- Majoriteten av svenskarna har ingen sol- och bad- eller vinter-resa planerad på ett knappt års sikt framåt. Endast runt en tredjedel uppgav vid tiden för undersökningen (september 2021) att de hade planer på en sol- och bad-resa, drygt dubbelt så många som de som planerar en vinter-resa.
- En hög andel av föräldrar ser till att deras barn ofta eller alltid använder adekvat solskydd. Mammor och pappor skyddar överlag sina barn lika bra, men föräldrar till små barn tenderar skydda barnen mer än föräldrar till större barn. Föräldrar som anser att de själva skyddar sig väl mot solen är också mer benägna att se till att deras barn använder adekvat solskydd.
- Färre svenskar har tagit del av information rörande hudcancer och risker med solande via apotek, men fler via sociala medier. 1177.se (Vårdguiden) är fortfarande den absolut vanligaste webbplatsen att vända sig till för information om hudcancer och risker med solande.
- Det sedan förra året stärkta förtroendet för Folkhälsomyndigheten håller i sig någorlunda, samtidigt som skolor och landsting får förtroende av fler. Strålsäkerhetsmyndighetens förtroende fortsätter vara stort hos ungefär hälften av befolkningen.
- Strålsäkerhetsmyndighetens kampanj för säkert solande uppskattas ha nått drygt var tjugonde svensk, och vara extra framgångsrik hos de yngre i att påverka kunskapen kring solande.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

RAPPORTEN I ETT NÖTSKAL.....	2
INLEDNING.....	5
BAKGRUND.....	5
METOD OCH REFLEKTIONER ÖVER JÄMFÖRBARHET	5
RAPPORTENS INNEHÅLL OCH STRUKTUR.....	5
SVENSKARS SOLVANOR.....	7
SVENSKAR ÄR MEST EXPONERADE PÅ UTLANDSSEMESTERN	7
EXPONERING VID BADPLATS UTOMLANDS HAR FALLIT KRAFTIG I BETYDELSE..	8
SMÅ FÖRÄNDRINGAR I NIVÅER AV ANDELEN SOM HAR BRÄNT SIG I SOLEN.....	9
SAMMANFATTNING OM SVENSKARS SOLVANOR.....	11
SVENSKARS SOLSKYDDSBETEENDE	12
KLÄDER FORTSATT DET VANLIGASTE SOLSKYDDET, MEN FLER HÅLLER SIG I	
SKUGGAN	12
SAMMANFATTNING SOLSKYDDSBETEENDE	13
BARNES SOLSKYDD.....	14
MAMMA OCH PAPPA TAR LIKA STORT ANSVAR	14
FÖRÄLDRAR TILL YNGRE BARN MER SOLSKYDDSMEDVETNA ÄN FÖRÄLDRAR	
TILL ÄLDRE BARN	15
FÖRÄLDRAR SOM SKYDDAR SIG SJÄLVA ÄR MER BENÄGNA ATT SKYDDA SINA	
BARN.....	16
SAMMANFATTNING AV SOLSKYDD HOS BARN	17
SVENSKARS ATTITYDER TILL SOLANDE.....	18
SOLANDETS LYSER FALNAR – PÅTAGLIGARE HÄLSOMEDVETENHET	20
SAMMANFATTNING SOLATTITYDER.....	22
SOLGRUPPER OCH BETEENDE.....	23
DE SOLPOSITIVA GRUPPERNA ÄR MER BENÄGNA ATT EXPONERA SIG FÖR	
SOLEN PÅ DE FLESTA PLATSERNA.....	25
SAMMANFATTNING AV SOLGRUPPER.....	26
INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER.....	27
FORTSATT FÄRRE TAR DEL AV INFORMATION OM RISKER PÅ APOTEK.....	27
1177.SE HAR FORTSATT STARK STÄLLNING SOM DIGITAL PORTAL	28
STARKT FÖRTROENDET FÖR AKTÖRERNA MEST BERÖRDA AV CORONA-KRISEN	
.....	29
SAMMANFATTNING AV INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER	29
KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE	31
KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE TRÄFFAR BÄST BLAND YNGRE	31

DE SOM RESER LÅNGT BRÄNNER SIG MER – ÄVEN INOM SVERIGE.....	32
SEMESTERPLANER PÅ UPPGÅNG EFTER PANDEMIN.....	32
SAMMANFATTNING AV KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE	33
APPENDIX: SOLENKÄTEN 2021	34
OM KAIROS FUTURE	49



INLEDNING

BAKGRUND

I början av 2015 fick SSM uppdrag av regeringen att se över möjligheterna att påverka svenskarnas solvanor och därmed reducera antalet fall av hudcancer. SSM har tidigare regelbundet genomfört kvantitativa undersökningar som genomförts av SCB och som fångar de attityder svenskar har om solande. År 2016 anlitas Kairos Future för att modernisera enkäten och genomföra analysen av svenskars solvanor. Den nya enkäten består av en standardiserad del¹ med målsättningen att kunna göra jämförelser över tid, samt en eller flera temadelar som kan bytas ut varje år. Årets temadelar rör information respondenterna har tagit del av beträffande risker med solande, förtroendet för olika myndigheter och aktörer som har att göra med hälsa och säkerhet, bland annat arbete med att förebygga hudcancer, semestervanor och planerade semestrar framåt, samt effekten av en reklamkampanj från SSM för säkert solande.

METOD OCH REFLEKTIONER ÖVER JÄMFÖRBARHET

Enkäten om svenskarnas solvanor har, liksom 2016, 2017, 2018, 2019 och 2020, distribuerats till en webpanel med ett nationellt urval av 1033 personer, representativt för den svensktalande befolkningen gällande ålder (18-74 år), kön, och geografi (län).² Respondenterna har sedan viktats efter ålder och kön för att få resultat som bättre motsvarar befolkningen som helhet.

Metodbytet och moderniseringen av enkäten under 2016 har medfört resultat som är mer användbara för SSMs dagliga arbete för att förhindra solrelaterade brännskador, men har samtidigt även inneburit att resultaten inte är helt jämförbara med de resultat SSM tidigare samlat in via SCB:s omnibusundersökning (postal enkät).

Värt att nämna är att frågeställningen är av en sådan karaktär att respondenterna i vissa frågor kan ha valt att svara på ett sätt som gör att de framstår som klokare och mer ansvarstagande än de i själva verket är. Till exempel kan man förmoda att andelen som svarar att de har bränt sig, och antalet gånger som de har bränt sig är högre än vad som anges i enkäten eftersom de flesta vet att det inte är bra att bränna sig.

RAPPORTENS INNEHÅLL OCH STRUKTUR

I denna sammanfattande rapport lyfts de viktigaste insikterna från enkäten om svenskars solvanor och sätts i ett bredare sammanhang. I rapporten från 2016 identifierades åtta huvudsakliga solningsgrupper, med olika typer av solnings- och

¹ Vid 2017-års enkät genomfördes vissa förändringar i den standardiserade delen för att underlätta tolkningen av resultaten.

² Norstats "gulddpanel" är en internetpanel som slumpmässigt rekryterats, primärt via telefon, för att få bästa möjliga befolkningsrepresentativitet. Rekryteringen sker aktivt (man kan inte själv anmäla sig utan blir inbjuden) och dubbel "opt-in" tillämpas vid förfarandet. Respondenterna får ersättning för att delta i enkäterna i form av exempelvis presentkort, lotter, eller möjlighet att ge till välgörenhet.



solskyddsbetenden. Dessa ”solningsgrupper” används i rapporten som ett analytiskt ramverk för att ge mer detaljerad information om olika människors beteende i solen. Vi jämför även svenskarnas solvanor bakåt i tiden till 2006, med hjälp av resultaten från de enkätundersökningar SSM tidigare gjort i samarbete med SCB.

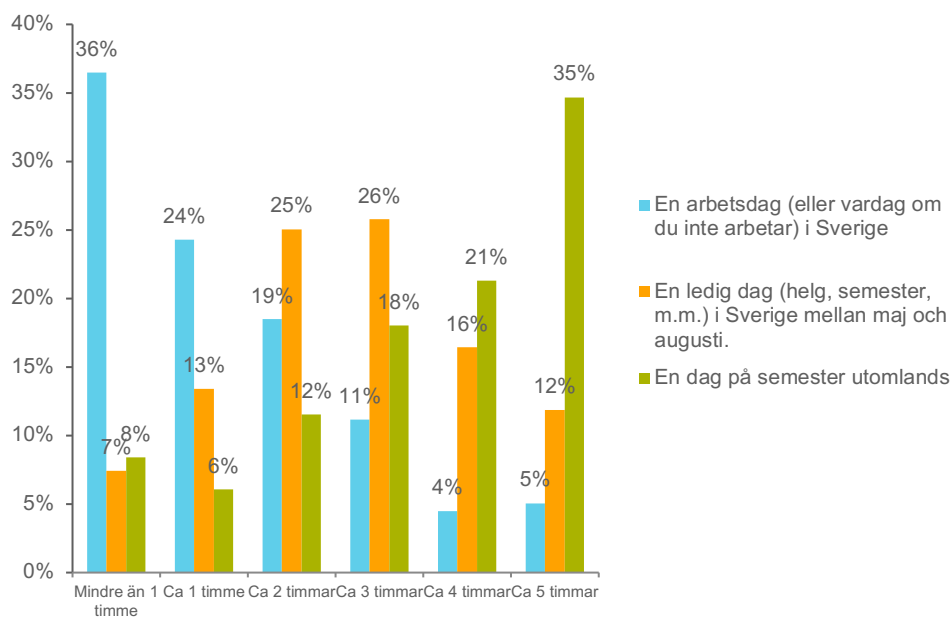
Vi varierar språket genom att ibland använda begreppet ”respondenter” och ibland ”svenskar”.

SVENSKARS SOLVANOR

Svenskars exponering för UV-strålning kan ses som en funktion av två olika faktorer. Dels beror exponeringen på den faktiska tid som svenskarna spenderar i solen och på vilka platser som svenskarna exponerar sig i solen. Dels beror exponeringen på vilka olika metoder och hur frekvent svenskarna skyddar sig för UV-strålning, exempelvis genom att använda kläder, solhatt, solkräm eller att aktivt undvika att vara utomhus i direkt solljus. I detta kapitel undersöker vi den första av dessa aspekter, d.v.s. hur mycket och var svenskar exponerar sig i solen. Vi redovisar också hur många som har bränt sig på olika platser.

SVENSKAR ÄR MEST EXPONERADE PÅ UTLANDSSEMESTERN

I enkäten om svenskars solvanor fick respondenterna svara på frågan om ungefär hur många timmar de spenderade utomhus mellan klockan 10 och 15 under arbetsdagar i Sverige, lediga dagar i Sverige, och lediga dagar utanför Sverige, när det är ”vackert sommarväder”. Resultaten, som återfinns i Figur 1 nedan, visar tydligt att det främst är vid lediga dagar utomlands som svenskars solexponering är som störst.



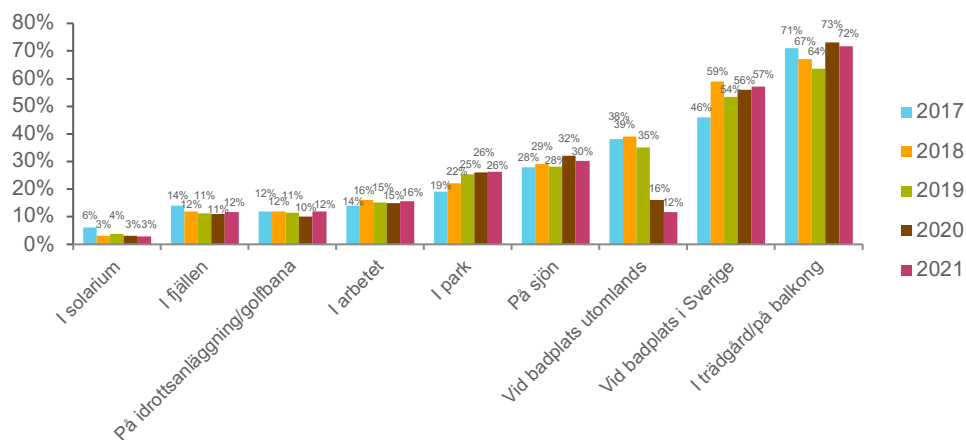
Figur 1. Svenskars exponering för solen vid olika situationer. Fråga: När det är vackert sommarväder, ungefär hur många timmar är du då vanligtvis utomhus mellan kl 10 och 15 vid följande situationer?

Resultaten i Figur 1 ovan motsvarar i stora drag de resultat som uppmättes under 2016, 2017, 2018, 2019 och 2020, med mycket små förändringar på tre års sikt. Resultatet visar att det fortsatt är vid utlandssemester som svenskar i störst

utsträckning utsätter sig för risker associerade med solstrålning. Nästan 60% av svenskarna spenderar då ca fyra eller fem timmar utomhus under den tid på dygnet då UV-strålningen från solen är som starkast. Från undersökningen Kairos Travel Trend Report år 2019³ vet vi att innan pandemin uppgav en tredjedel av svenskarna att den viktigaste resan de gjort de senaste 12 månaderna var en sol- och badresa. År 2020⁴ sjönk siffran till drygt en fjärdedel, en minskning som höll i sig även 2021⁵, vilket innebar en fortsatt minskad total exponering.

EXPONERING VID BADPLATS UTOMLANDS HAR FALLIT KRAFTIG I BETYDELSE

Respondenterna har i undersökningen fått uppge på vilka platser de exponerat sig för solstrålning. Ordningen för de platser där svenskar exponerar sig för solen ligger i princip konstant över tid, med undantaget att andelen som exponerat sig för solstrålning vid badplats utomlands har fallit kraftigt. Här syns effekten av Coronapandemin tydligt. I resultaten i Figur 2 nedan kan vi även se ökningarna mellan åren 2017 och 2021 beträffande andelen som exponerat sig för solens strålar i park och vid badplats i Sverige.



Figur 2. Andelen svenskar som exponerat sig för solen på olika platser. Fråga: På vilka av dessa platser har du under det senaste året solat eller utsatt dig för solens strålar? Jämförelse 2021, 2020, 2019, 2018 och 2017.

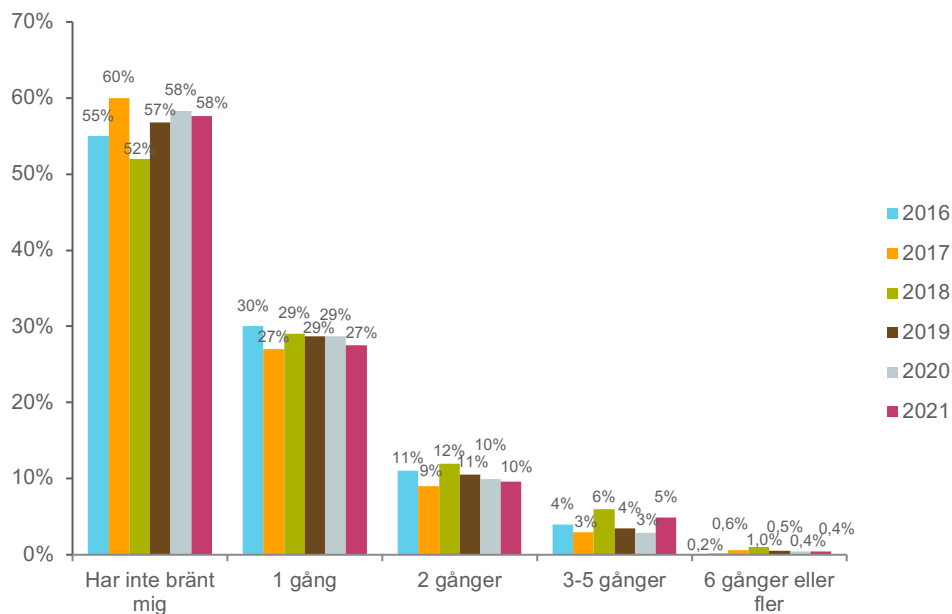
³ Enkätundersökning med n=1531 svenskar (Norstats webpanel, guldpanelen) i oktober 2019.

⁴ Enkätundersökning med n=1156 svenskar (Norstats webpanel, guldpanelen) i oktober 2020.

⁵ Enkätundersökning med n=3 874 svenskar (Norstats webpanel, guldpanelen) i oktober 2021.

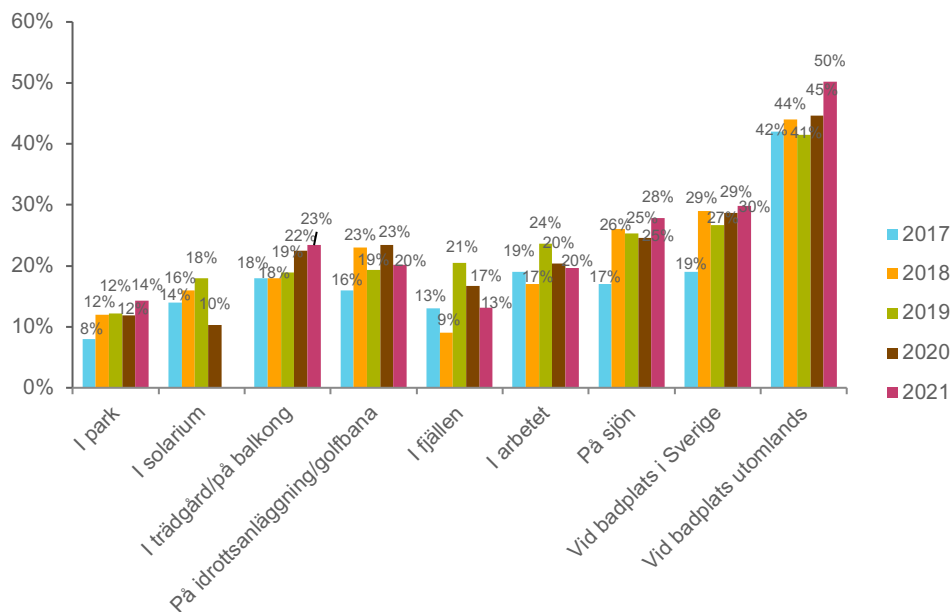
SMÅ FÖRÄNDRINGAR I NIVÅER AV ANDELEN SOM HAR BRÄNT SIG I SOLEN

Exponering för solstrålning vid olika platser är dock inte liktydigt med att bränna sig eller ens att utsätta sig för ett riskbeteende vid dessa platser. För att få en överblick över riskbeteenden har vi i enkäten dels frågat hur många gånger under året respondenterna har bränt sig, dels på vilka platser de bränt sig. I Figur 3 nedan kan vi se att andelen svenskar som uppger att de bränt sig under året återgått till mer ”normala” nivåer jämfört med 2018 och är i stort sett oförändrad sedan år 2019, med undantag för att signifikant fler bränt sig 3-5 gånger i år.



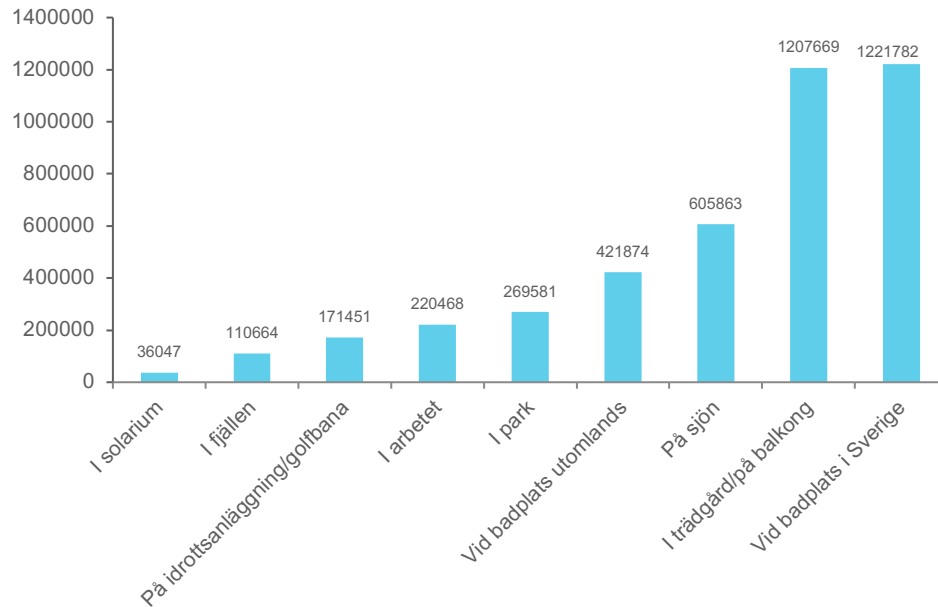
Figur 3. Andelen av respondenter som bränt sig under det senaste året olika antal gånger. Fråga: Hur ofta under det senaste året har du bränt dig så att huden blir både röd och sved?

Ser vi till de platser där respondenterna bränt sig och jämför med tidigare år kan vi notera att den relativa *andelen* av respondenter som bränt sig på de olika platserna, d.v.s. den andel av de som exponerats på platsen som även bränt sig på platsen, kan vi konstatera att allt fler bränner sig på balkong/i sin trädgård. Badplatser utomlands är fortfarande den plats som har högst riskprofil och visar på rekordhög andel i år, även om skillnaden mot förra året inte är signifikant. En möjlig förklaring till fler brända sedan pandemin skulle kunna vara att de som befunnit sig på badplatser utomlands i år varit en mer riskbenägen grupp än under ”vanliga” år.



Figur 4. Den relativa andelen av respondenter som bränt sig vid olika platser (andel som svarat att de bränt sig på platsen delat på andelen som svarat att de exponerat sig för solen på platsen). Gruppen i solarium som bränt sig redovisas inte eftersom för få personer exponerats för en tillförlitlig analys.

Ser vi istället till *antalet* personer som bränt sig på de olika platserna under året i Figur 5 nedan ser vi att badplatser utomlands, som tidigare varit stället där flest svenskar bränns, har tappat i betydelse. Det senaste året var det på badplatser i Sverige och i trädgård/på balkong som svenskarna brände sig mest, med dryga 1,2 miljoner som brände sig på var och en av dessa platser. Med andra ord är det likt förra året mycket färre som bränt sig vid badplatser utomlands jämfört med innan pandemin, medan andra platser är fortsatt vanliga att bränna sig på.



Figur 5. Uppskattat antal svenskar som bränt sig vid olika platser (andel som uppgivit att de bränt sig på en plats, multiplicerat med Sveriges befolkning 18–74 år)

SAMMANFATTNING OM SVENSKARS SOLVANOR

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- Andelen svenskar som har bränt sig år 2021 är 42%, vilket är samma andel som uppmättes år 2020 och även stabilt jämfört med 2019.
- Svenskar har under 2021 både utsatt sig för solen och bränt sig i en utsträckning som sammantaget är ”normal” om man ser till jämförelsen över tid. Däremot har platserna där svenskar utsätts för sol ändrats på grund av panemirestriktionern, med färre som exponeras för sol framför allt på badplatser utomlands varför också antalet personer som bränt sig vid dessa minskat i år.
- Badplatser utomlands är emellertid fortsatt den mest riskfyllda solningsplatsen där runt hälften av alla som exponerar sig bränner sig.

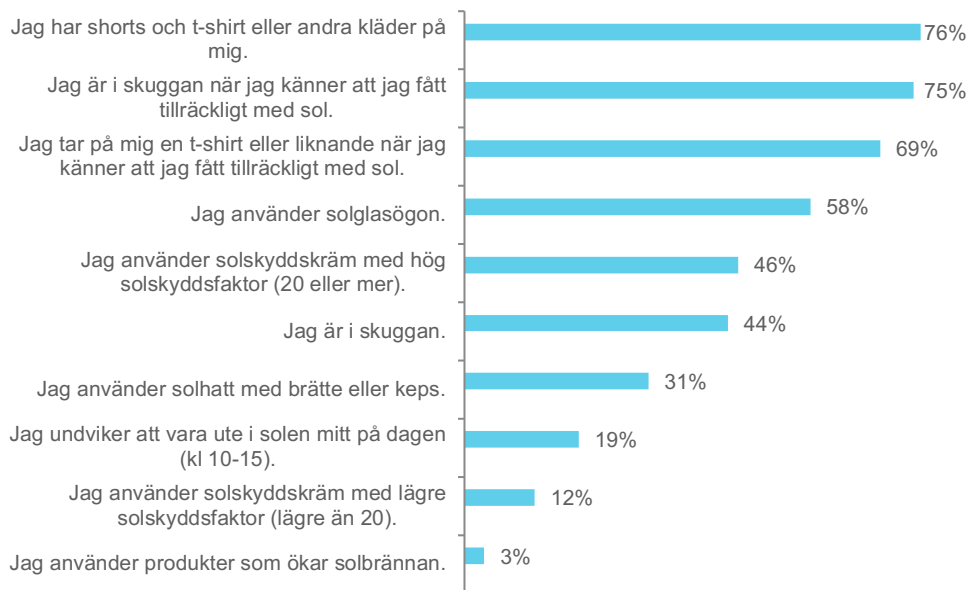


SVENSKARS SOLSKYDDSBETEENDE

Den andra faktorn som har en väsentlig inverkan på svenskars UV-exponering är de solskydd som används. Detta kapitel utforskar de olika solskydd som används bland respondenterna.

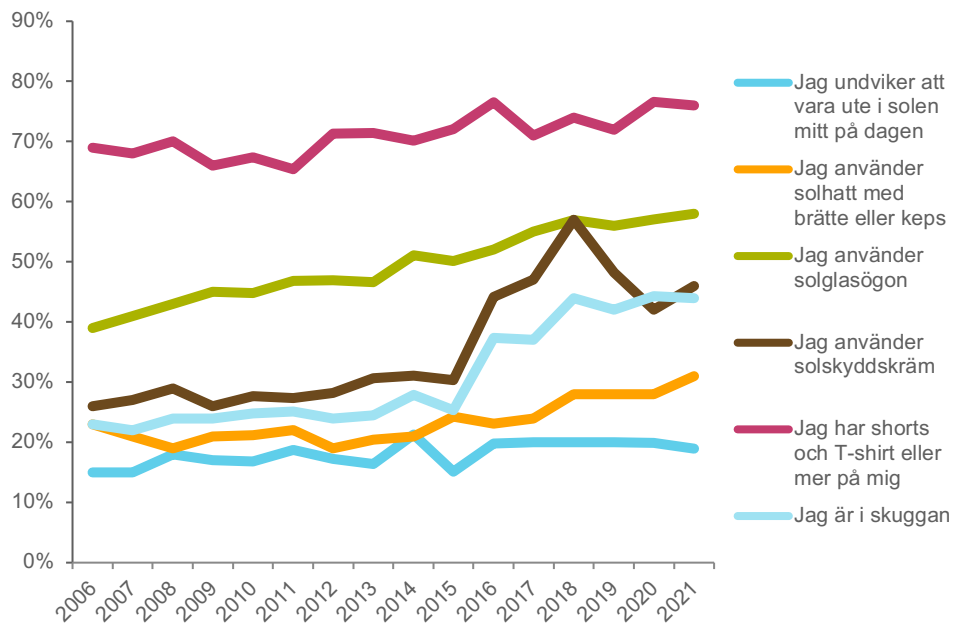
KLÄDER FORTSATT DET VANLIGASTE SOLSKYDDET, MEN FLER HÅLLER SIG I SKUGGAN

På frågan om hur man brukar skydda sig mot solen svarar tre fjärdedelar av respondenterna att de ofta eller alltid använder kläder som solskydd och att de flyttar sig till skuggan när de känner att de fått ”tillräckligt” med sol. Knappt 70% tar på sig extra kläder när de fått ”tillräckligt” med sol. Resultaten, som återfinns i Figur 6 nedan, liknar resultaten från förra årets enkät i stora drag med små skillnader, varav inga är signifikanta.



Figur 6. Solskyddsbeteenden bland svenskar. Fråga: Hur brukar du göra när du är ute i vackert sommarväder (soligt och klart, eller med en del moln)? Andel ”ofta” eller ”alltid”.

Ser vi till solskyddstrender över tid ser vi framför allt tendenser på att fler använder solglasögon och solhatt, samt att fler är i skuggan.



Figur 7. Andelen som "ofta" eller "alltid" använder olika solskyddsmetoder över tid sedan 2006.

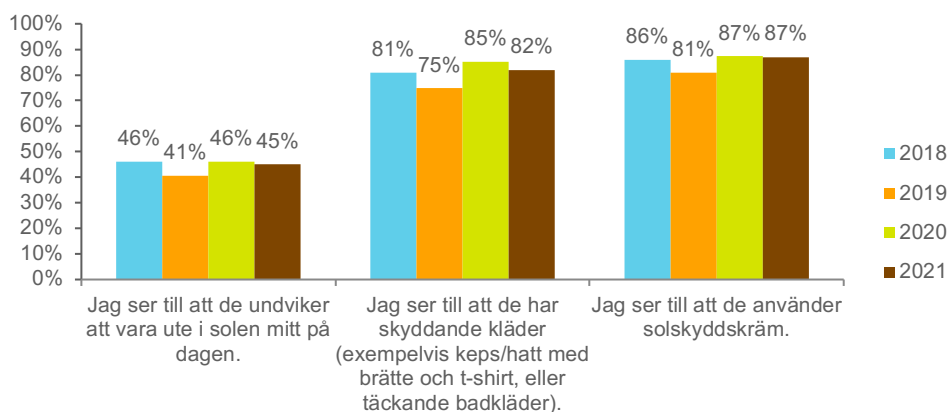
SAMMANFATTNING SOLSKYDDSBETEENDE

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- Jämfört med 2020 finns inga signifikanta skillnader beträffande i vilken utsträckning olika solskyddsmetoder används.
- Därmed kan man också konstatera att det inte har skett någon betydande minskning av solskyddsmetoder.
- Det finns inte några starka solskyddstrender som fortfarande är i rörelse, men över tid finns tendenser mot ökat användande av solglasögon och solhatt, samt att vara i skuggan.

BARNES SOLSKYDD

För att få en bättre överblick av inte bara vuxnas solskydd utan även barns solskydd har vi liksom i tidigare enkäter även frågat personer med hemmaboende barn upp till 12 års ålder på vilka sätt de ser till att deras barn skyddar sig mot solen. Resultaten från denna fråga återfinns i Figur 8 nedan.

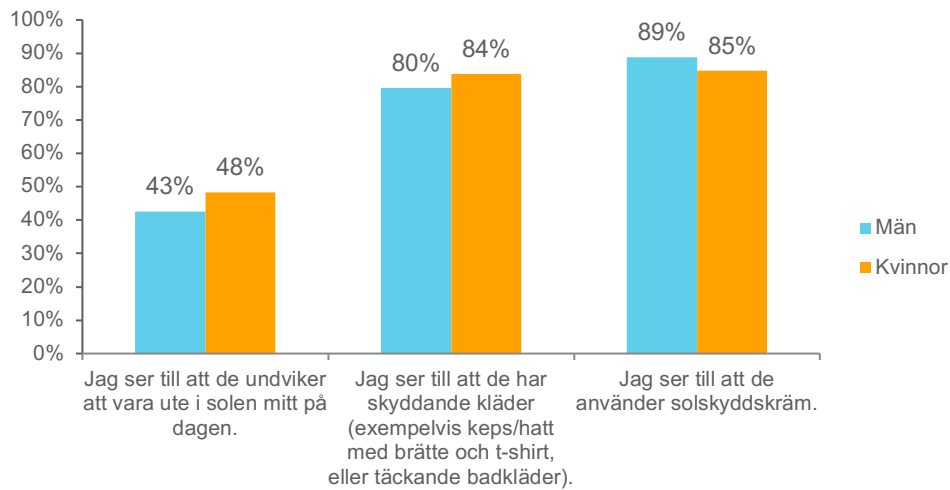


Figur 8. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd.

Dessa resultat visar att föräldrar verkar måna om att deras barn använder någon form av solskydd, med mer än 80% som anger att de ofta eller alltid ser till att deras barn använder skyddande kläder och solskyddskräm. Ser vi till andelen som ofta eller alltid använder någon av Strålsäkerhetsmyndighetens rekommenderade metoder, d.v.s. använder skyddande kläder eller undviker att vara utomhus mitt på dagen så är siffran 84%, vilket innebär att den allra största delen av de föräldrar som ser till att barnen undviker att vara utomhus mitt på dagen, även ser till att deras barn använder skyddande kläder när de väl är utomhus. Jämför man 2020 och 2021 års siffror kan man notera små minskade andelar som tillämpar olika solskyddsmetoder för att skydda sina barn från sol, men skillnaderna är inte signifikanta.

MAMMA OCH PAPPA TAR LIKA STORT ANSVAR

En annan intressant aspekt att undersöka är om det finns några könsskillnader mellan föräldrar i hur de ser på solskydd av sina barn. Resultaten i Figur 9 nedan visar att kvinnor och män tar ett liknande ansvar när det gäller barnens solskydd och skillnaderna är inte signifikanta.

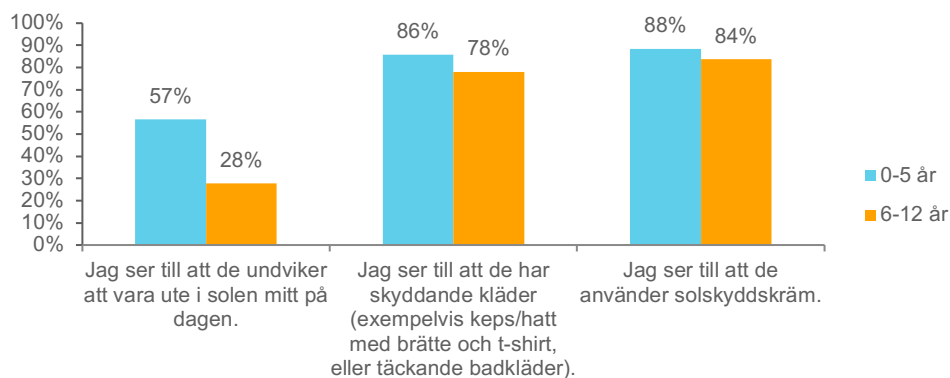


Figur 9. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd brutet på kön.

FÖRÄLDRAR TILL YNGRE BARN MER SOLSKYDDSMEDVETNA ÄN FÖRÄLDRAR TILL ÄLDRE BARN

Ytterligare en intressant dimension att undersöka är om solskydds beteendet i förhållande till barnen är lika eller olika för barn i olika åldrar.

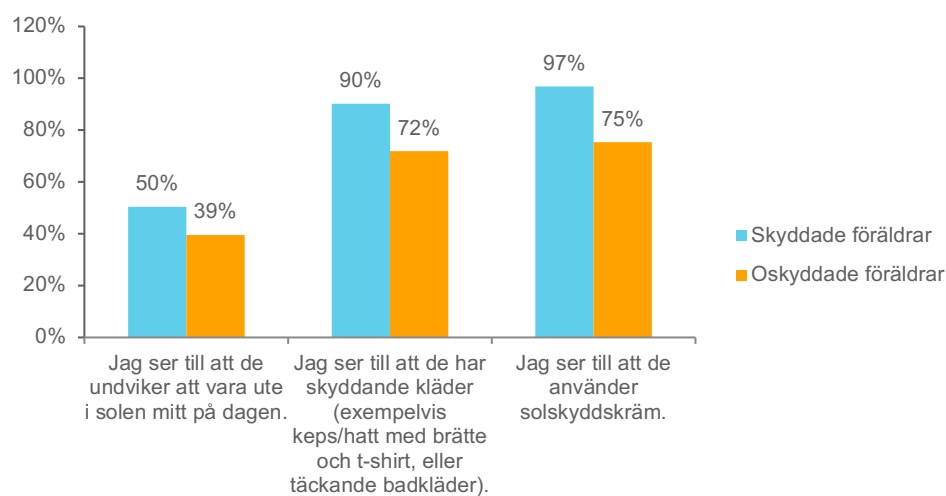
Föräldrar med barn i åldern 0-5 år tycks i större utsträckning än föräldrar med barn enbart i åldern 6-12 år se till att barnen skyddar sig mot solen. Detta gäller främst när det kommer till att undvika att barnen är ute i solen mitt på dagen, där skillnaden mellan grupperna är signifikant.



Figur 10. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd brutet på barnens ålder.

FÖRÄLDRAR SOM SKYDDAR SIG SJÄLVA ÄR MER BENÄGNA ATT SKYDDA SINA BARN

Slutligen har vi i denna undersökning även tittat på hur föräldrarnas benägenhet att skydda sig själva mot solens strålar hänger ihop med deras benägenhet att skydda sina barn. Bland de personer som uppger att de generellt skyddar sig helt mot solen eller mer än ”någorlunda väl” (”skyddade föräldrar”) är andelen som skyddar sina barn överlag högre än bland föräldrar som anser sig skydda sig mindre. Särskilt påtagliga är skillnaderna beträffande att använda skyddande kläder och solskydds-kräm, vilka är signifikanta.

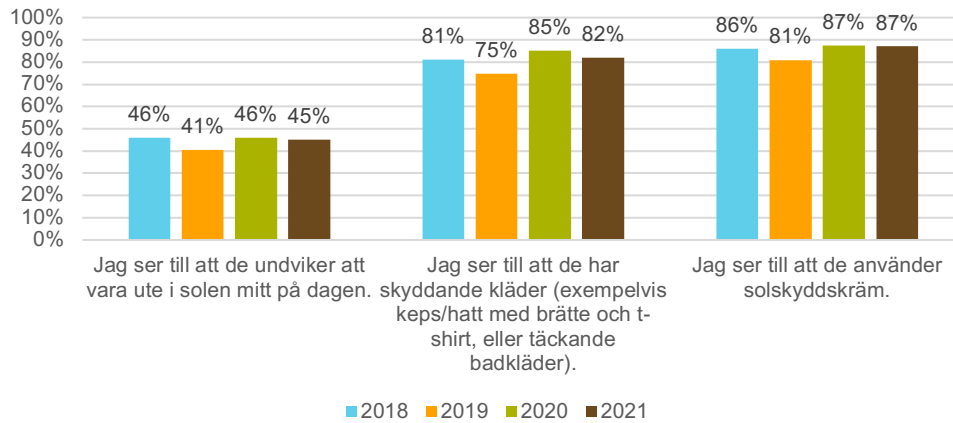


Figur 11. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd brutet på hur väl föräldrarna anser att de skyddar sig själva.

STABILT SOLSKYDDSBETENDE HOS FÖRÄLDRAR ÖVER TID

Om vi tar ett steg tillbaka och följer utvecklingen över tid (Figur 12) kan vi notera att andelen som skyddar sina barn på olika vis är relativt stabil, med undantag för 2019 då färre skyddade sina barn överlag. Bland mammor, pappor, föräldrar med mindre och större barn respektive finns inte heller några betydande förändringar över tid. Om man tittar på skyddade och oskyddade föräldrar⁶ anas en liten ökning av andelen skyddade föräldrar som använder solskydds-kräm på barnen, samt fler oskyddade föräldrar som ser till att barnen undviker att vara utomhus. Rörelserna är dock inte signifikanta och det återstår att se om det är en faktisk förändring bland befolkningen.

⁶ Skyddade och oskyddade som definierade i den här rapporten.



Figur 12. . Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd över tid.

SAMMANFATTNING AV SOLSKYDD HOS BARN

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- En hög andel av föräldrar ser till att deras barn ofta eller alltid använder adekvat solskydd.
- Det finns inga signifikanta skillnader mellan mammor och pappor gällande hur de ser till att skydda sina barn. Föräldrar till små barn skyddar barnen mer än föräldrar till enbart större barn.
- Föräldrar som uppger att de själv skyddar sig mot solen väl är överlag mer benägna att se till att deras barn använder adekvat solskydd.
- Andelen föräldrar som skyddar sina barn på olika sätt är relativt stabil över tid.

SVENSKARS ATTITYDER TILL SOL- LANDE

Ytterligare en aspekt av svenskars solvanor speglas i de attityder som finns kring solande och kring solens uppfattade hälsoeffekter och de skador som kan uppkomma i samband med solande. Dessa attityder har analyserats i den etno- och netnografiska studien som Kairos Future genomförde på uppdrag av Strålsäkerhetsmyndigheten år 2015.⁷ För att kunna generalisera vilka attityder som finns om solande bland svenskar har även respondenterna i denna kvantitativa undersökning fått ta ställning till ett antal påståenden/attityder om solande. Dessa påståenden återfinns i Figur 12 nedan.

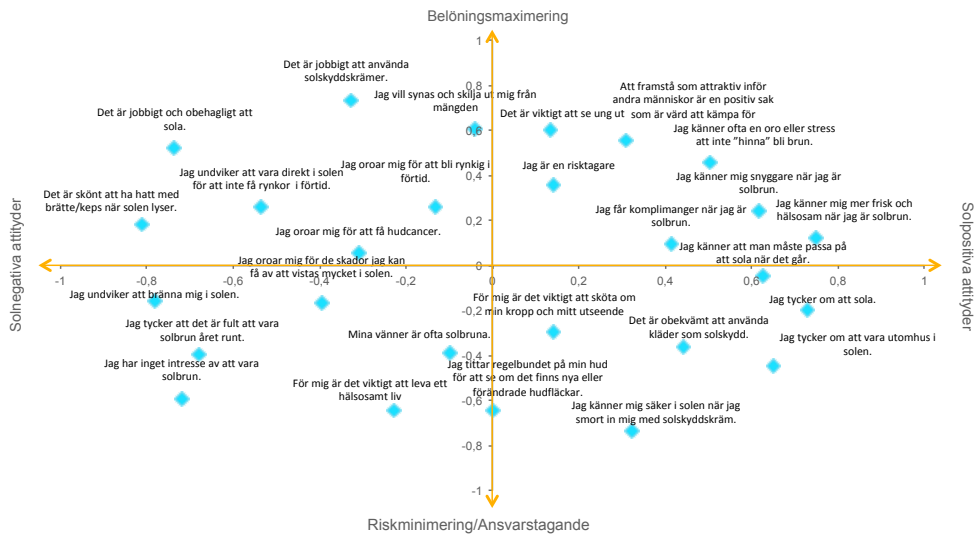
- Jag tycker om att vara utomhus i solen.
- Jag tycker om att sola.
- Jag oroar mig för de skador jag kan få av att vistas mycket i solen.
- Jag undviker att bränna mig i solen.
- Det är jobbigt att använda solskyddskrämer.
- Jag oroar mig för att bli rynkig i förtid.
- Det är skönt att ha hatt med brätte/keps när solen lyser.
- Det är obekvämt att använda kläder som solskydd.
- Det är jobbigt och obehagligt att sola.
- Jag oroar mig för att få hudcancer.
- Jag känner mig säker i solen när jag smort in mig med solskyddskräm.
- Jag känner mig mer frisk och hälsosam när jag är solbrun.
- Jag tycker att det är fullt att vara solbrun året runt.
- Jag får komplimanger när jag är solbrun.
- Jag känner mig snyggare när jag är solbrun.
- Jag har inget intresse av att vara solbrun.
- Mina vänner är ofta solbruna.
- Jag tittar regelbundet på min hud för att se om det finns nya eller förändrade hudfläckar.
- Att framstå som attraktiv inför andra människor är en positiv sak som är värd att kämpa för
- Det är viktigt att se ung ut
- Jag vill synas och skilja ut mig från mängden
- Jag är en risktagare
- För mig är det viktigt att leva ett hälsosamt liv
- För mig är det viktigt att sköta om min kropp och mitt utseende
- Jag känner att man måste passa på att sola när det går.
- Jag känner ofta en oro eller stress att inte "hinna" bli brun.
- Jag undviker att vara direkt i solen för att inte få rynkor i förtid

Figur 13. Attitydpåståenden om solande i enkäten.

För att lättare kunna få en överblick över hur dessa attityder hänger samman har vi tagit fram en Multidimensionell Skalning (MDS) av dessa attitydpåståenden, baserad på hur respondenterna svarat. En MDS bygger på en matematisk modell som gör det möjligt att visualisera hur nära olika variabler (påståenden) är varandra i ett tvådimensionellt plan. I en MDS hamnar påståenden där respondenterna svarat liknande nära varandra, och påståenden där respondenterna svarat olika långt ifrån varandra. Figur 13 nedan visar en MDS för attitydpåståendena ovan⁸.

⁷ "Solstress, En rapport om svenskars solande" Kairos Future, 2015

⁸ Denna MDS är baserad på svaren från undersökningen 2016 för att jämförelser skall kunna göras mellan åren.

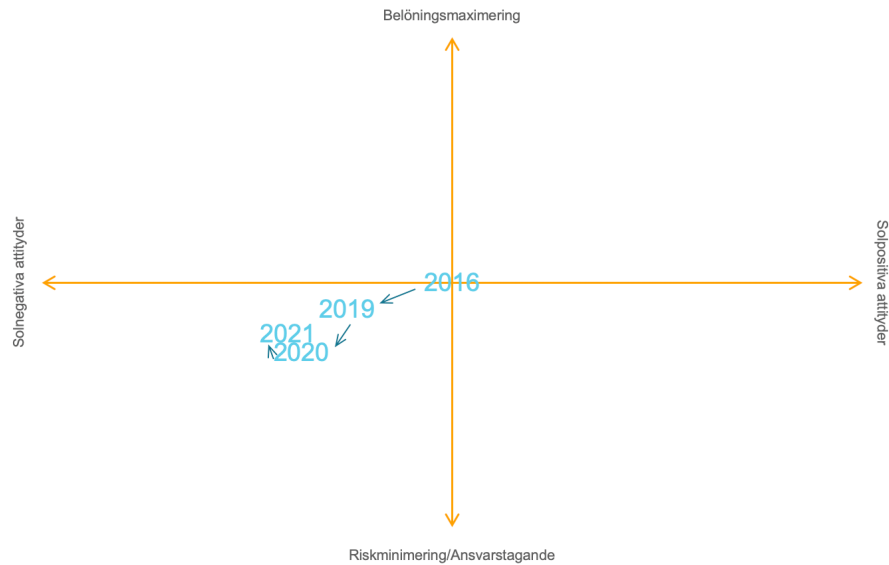


Figur 14. Multidimensionell Skalering (MDS) av solattitydpåståenden.

I denna MDS kan två dimensioner tydligt urskiljas. Den horisontella dimensionen motsvarar en solpositiv (höger) och solnegativ (vänster) dimension, med påståenden som "Jag tycker om att sola" och "Jag känner att man måste passa på att sola när det går" på den högra extremen, och påståenden som "Jag tycker det är fult att vara solbrun året runt" och "Jag undviker att bränna mig i solen" på den vänstra extremen. Den vertikala dimensionen är något mer svårtolkad, men kan ses som en belöningsmaximerings- kontra riskminimeringsdimension, med påståenden som "Det är viktigt att se ung ut" högt upp i bilden, och påståenden som "För mig är det viktigt att leva ett hälsosamt liv" långt ned.

Vi vet sedan tidigare års undersökningar att unga i åldern 18-24 år har i mycket högre grad belöningsmaximerande attityder än andra grupper. Dessa unga är dessutom mer solpositiva än övriga ålderskategorier. Det är också tydligt att kvinnor har mer riskminimerande attityder men också mer solpositiva attityder än män. Dessa skillnader gäller även i årets undersökning. Anmärkningsvärt är att mer än hälften av alla kvinnor (62%) tittar regelbundet efter nya eller förändrade hudfläckar, medan bara 36% av männen gör detsamma.

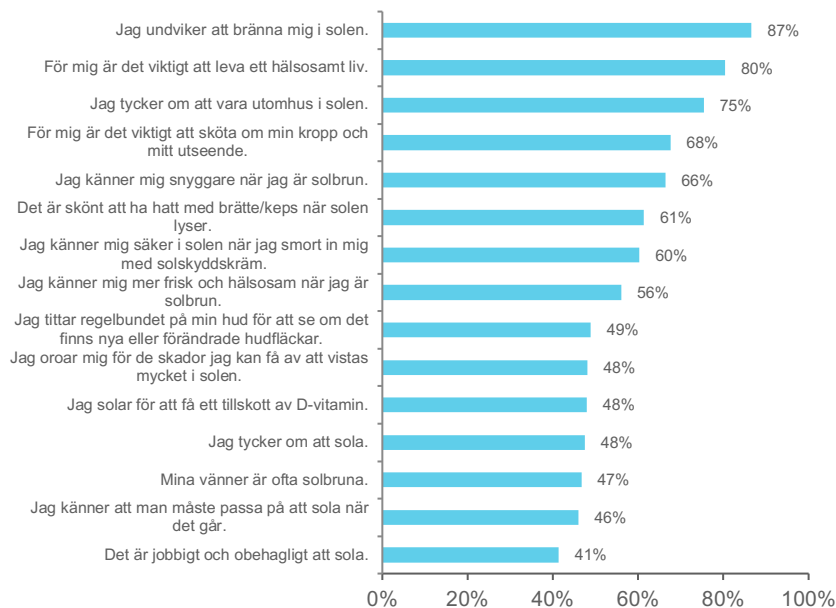
Mellan 2016 och 2019 kan vi notera en förskjutning västerut i kartan enligt figur 14 nedan, d.v.s. mot mer solnegativa eller snarare mindre solpositiva attityder. Mellan åren 2019 och 2020 kan vi se en förflyttning söderut i kartan, d.v.s. mer mot riskminimerande. Från 2020 till 2021 noterar vi en liten förflyttning mot mer solnegativa attityder och något mindre riskminimerande. Vi tittar lite närmare i avsnittet nedan på vad som orsakar förskjutningen.



Figur 15. Svenskars förskjutning över tid i kartan över attityder kring sol och solande.

SOLANDETS LYSTER FALNAR – PÅTAGLIGARE HÄLSOMEDVETENHET

Attityderna till solande har under perioden sedan enkätförändringen 2016 varit relativt konstanta med förändringar som i de flesta fall ligger inom den statistiska felmarginalen. Det påstående flest instämmer i är ”Jag undviker att bränna mig i solen, följt av ”För mig är det viktigt att leva ett hälsosamt liv”. Det senare är ett av de påståenden som ökat mest sedan 2016 – större andel av svenskarna tycks värdera hälsan än andelen som värderar att vara i solen. Endast 16% känner en oro eller stress för att inte hinna bli brun.

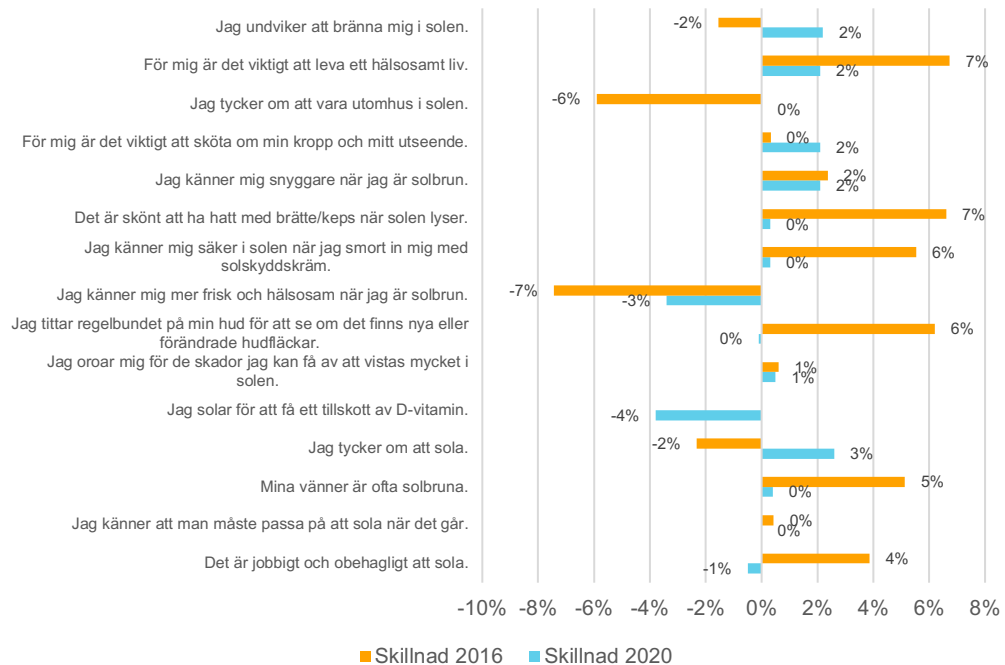


Figur 16. De 15 attitydpåståendena flest svenskar instämmer i 2021.

En annan av de största förändringarna mellan 2016 och 2021 är ett minskat intresse för att vara solbrun, samt en minskning av andelen svenskar som instämmer i påståendet ”Jag känner mig mer frisk och hälsosam när jag är solbrun”. Det är även detta påstående tillsammans med en ökning av andelen som undviker solen för att inte få rynkor i förtid som främst driver förflyttningen västerut jämfört med förra året. Det är även signifikant fler som i år oroar sig för att bli rynkiga i förtid.

Sammantaget pekar det mesta på att de solsäkra vanorna bland svenskar ökar över tid med fler som ser efter sina hudfläckar, använder solhatt och känner sig säkrare med solkräm. Det som i år bidrar till en liten rörelse norrut i figuren ovan är påståenden relaterade till utseende - något fler anser det viktigt att se ung ut, är intresserade av att vara solbruna samt ser det som positivt att framstå som attraktiv inför andra. Skillnaderna mot förra året är dock inte signifikanta så denna rörelse kan betraktas med viss försiktighet.

I övrigt kan det konstateras att dryga hälften år 2021 fortsatt instämmer i det för 2019 års undersökning nya påståendet ”Jag solar för att få ett tillskott av D-vitamin”, ytterligare ett tecken på hälsoträvan hos svenskarna.



Figur 17. Förändring över tid hur många som instämmer i de 15 attitydpåståendena flest svenskar instämmer i 2021. Orange stapel visar förändringen från 2016 till 2021, och blå från 2020 till 2021.

SAMMANFATTNING SOLATTITYDER

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- Svenskar prioriterar sin hälsa väldigt starkt, samtidigt som mer än hälften känner sig mer hälsosamma när de är solbruna. Över tid minskar dock denna andel och står för en av de största attitydförändringarna sen 2016, tillsammans med ett minskat intresse för att vara solbrun, ett fortsatt växande hälsointresse samt en större uppskattning för hatt som skydd i solen.
- Svenskar har överlag rört sig mot mer solnegativa attityder sedan 2016, där allt fler även anger att de tittar på sin hud för att se om det finns förändrade hudfläckar. Detta är dock mycket vanligare bland kvinnor än bland män.
- Jämfört med förra året finns en tendens av att värdera utseende mer, framförallt är det fler som uppger en aversion mot rynkor.

SOLGRUPPER OCH BETEENDE

Från den etno- och netnografiska studien vet vi att sociodemografiska faktorer inte är de enda viktiga faktorerna när det gäller solattityder och solningsbeteenden. För en djupare förståelse togs en typologi med åtta grupper fram vid 2016-års enkät, där varje enskild grupp har egna karaktäristiska solningsbeteenden⁹. De åtta grupperna är:

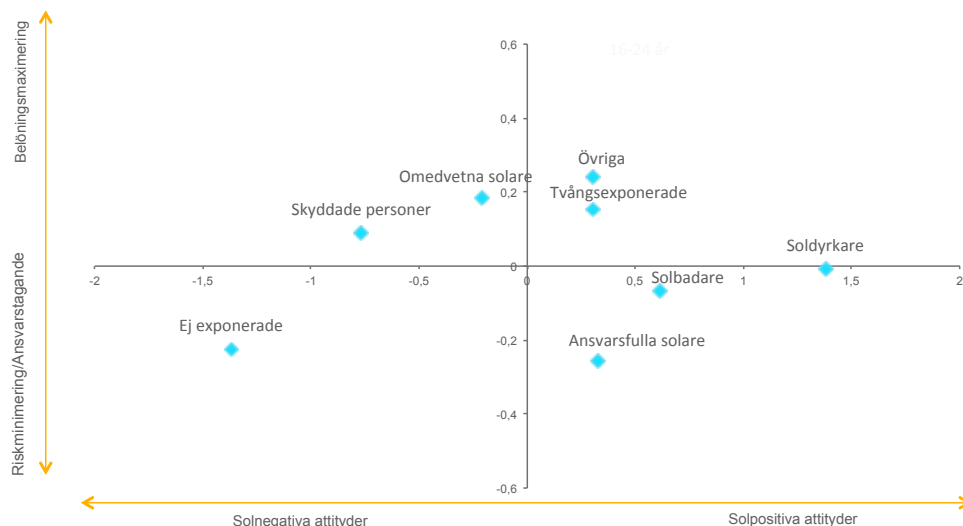
- **Ansvarsfulla solare:** Dessa respondenter tycker om att sola (svaret ”stämmer mycket bra” eller ”stämmer ganska bra” på påståendet ”Jag tycker om att sola”) men använder ofta eller alltid en av de rekommenderade solskyddsmetoderna, som att använda kläder och keps/solhatt, att undvika solen kl 10-15, eller att vara i skuggan.
- **Soldyrkare:** Tycker mycket om att sola (svaret ”stämmer mycket bra” på påståendet ”Jag tycker om att sola”), känner att de måste passa på att sola när det går, och tycker antingen att de är snyggare eller hälsosammare när de är solbruna (svaret ”Stämmer mycket bra” eller ”Stämmer ganska bra” på minst ett av dessa två påståenden), och spenderar ca 4 timmar eller mer utomhus på en ledig dag i Sverige eller utomlands. Skyddar sig inte med någon av de rekommenderade solskyddsmetoderna (ibland, sällan, aldrig).
- **Solbadare:** Tycker om att sola och åker på sol- eller badsemester varje år. Skyddar sig inte med någon av de rekommenderade solskyddsmetoderna (ibland, sällan, aldrig). Utgör en mindre extrem version av soldyrkarna.
- **Solskygga personer:** Tycker inte om att sola (svaret ”stämmer mycket dåligt” eller ”stämmer ganska dåligt” på påståendet ”Jag tycker om att sola”), har inget intresse av att vara solbruna (svaret ”stämmer mycket bra” eller ”stämmer ganska bra” på påståendet ”Jag har inget intresse av att vara solbrun”) och spenderar inte mer än ca 2 timmar utomhus på en ledig dag i Sverige eller utomlands. Skyddar sig ofta eller alltid med minst en av de rekommenderade solskyddsmetoderna.
- **Skyddade personer:** Tycker inte om att sola men spenderar ca tre timmar eller mer utomhus på en ledig dag i Sverige eller utomlands. Använder ofta eller alltid en av de rekommenderade solskyddsmetoderna.
- **Omedvetna solare:** Tycker inte om att sola men spenderar vanligtvis ca 4 timmar eller mer utomhus på en ledig dag i Sverige eller utomlands. Skyddar sig inte med någon av de rekommenderade solskyddsmetoderna (ibland, sällan, aldrig).

⁹ *Indelningen av dessa grupper är grovt baserade på de solningsgrupper som finns i den rapport som Statens Strålskyddsinstitut (SSI) tog fram i samband med en analys av svaren från SSM/SSI:s tidigare enkät om svenskars solvanor 2007.*

- Tvångsexponerade: Spenderar vanligtvis ca två timmar eller mer utomhus under en arbetsdag, men tillhör ingen av de andra grupperna.
- Övriga: Passar inte i någon av de övriga kategorierna

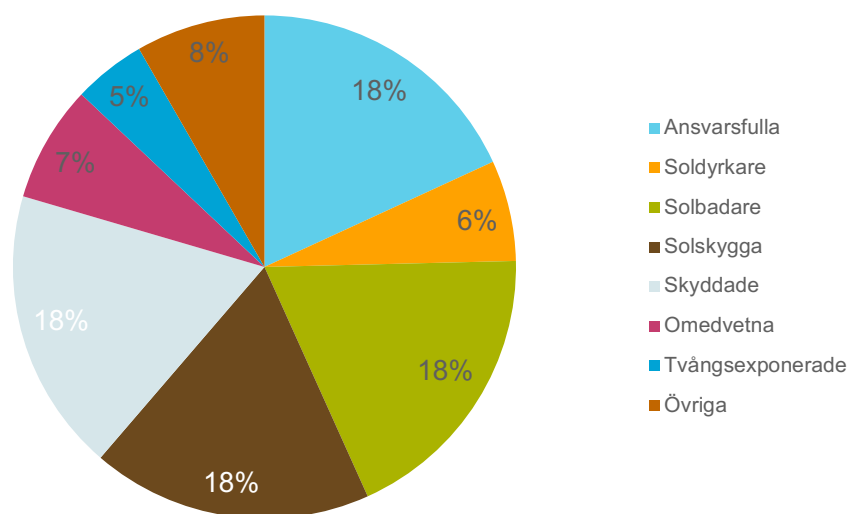
Bortser vi från de tvångsexponerade och de ”övriga” och ser till de återstående sex solgrupperna kan vi se dem i termer av två olika dimensioner, solpositiva mot solnegativa grupper, och skyddade mot oskyddade grupper. De solpositiva grupperna är grupper som på ett eller annat sätt njuter av att vara i solen och försöker inte aktivt undvika solen. Dessa grupper är de ansvarsfulla solarna, soldyrkarna, och solbadarna. Detta kan jämföras med de solnegativa grupperna, omedvetna solare, solskygga personer, och skyddade personer som kan exponera sig för solen men som inte ser solande som något de vill göra. Den andra dimensionen, skyddade mot oskyddade grupper, handlar om vilka solskydd grupperna använder. De skyddade grupperna, ansvarsfulla solare, solskygga personer, och skyddade personer, använder sig ofta eller alltid av någon av SSM:s rekommenderade solskydds-metoder, medan de oskyddade grupperna, soldyrkare, solbadare, och omedvetna solare, inte använder dessa metoder.

Ser vi detta i termer av den MDS som beskrevs ovan så är det tydligt att de tre solnegativa grupperna hamnar långt till vänster i diagrammet, medan de solpositiva grupperna hamnar till höger. Ser vi till dimensionen riskminimering/belöningsmaximering så är resultaten dock inte riktigt lika intuitiva då gruppen ”skyddade personer” hamnar högre än både solbadare och soldyrkare på denna dimension. Detta är dock inte helt förvånande då denna dimension inte direkt motsvarar benägenhet att skydda sig mot solen. Gruppernas position i MDS:en från 2016 kan ses i Figur 16 nedan.



Figur 18. MDS över solattityder med solgrupperna.

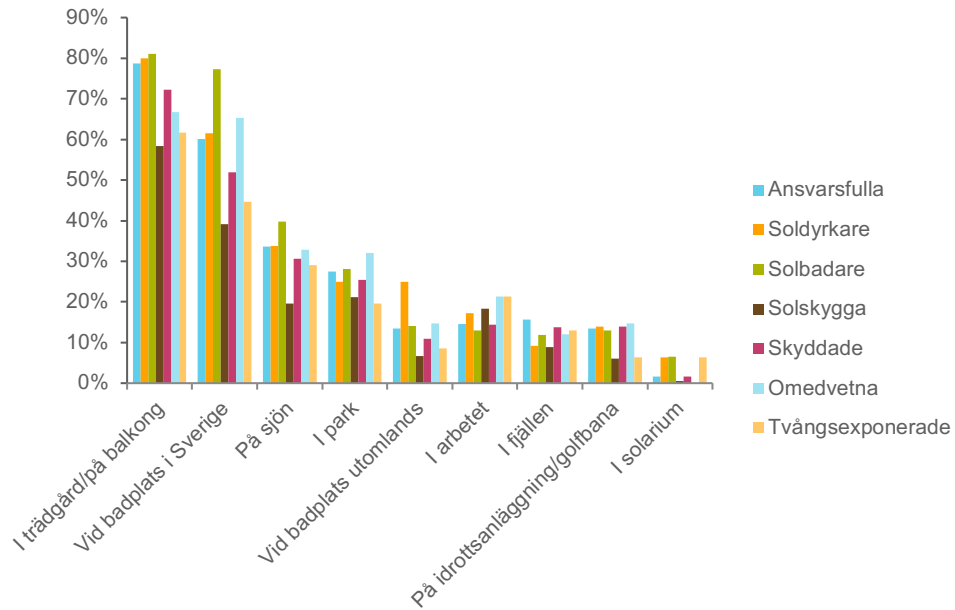
Runt en fjärdedel av befolkningen hör till soltyper som aktivt söker sig till solen utan ordentligt skydd, medan mer än hälften är typer som undviker solen eller skyddar sig med någon av de rekommenderade solskyddsmetoderna.



Figur 19. De olika solgruppernas fördelning i befolkningen

DE SOLPOSITIVA GRUPPERNA ÄR MER BENÄGNA ATT EXPONERA SIG FÖR SOLEN PÅ DE FLESTA PLATSERNA

Från tidigare års undersökningar vet vi att det finns ett starkt samband mellan benägenheten att bränna sig under året och vilken solgrupp man tillhör. Vi ser även i år att de solpositiva grupperna i större utsträckning exponerar sig för solen på de flesta platserna vi frågat om. Det är även tydligt att de solskygga håller sig undan solen mer än de andra grupperna.



Figur 20. Andelen respondenter i de olika solgrupperna som exponerat sig för solen på olika platser.

SAMMANFATTNING AV SOLGRUPPER

Sammanfattningsvis har vi sett att:

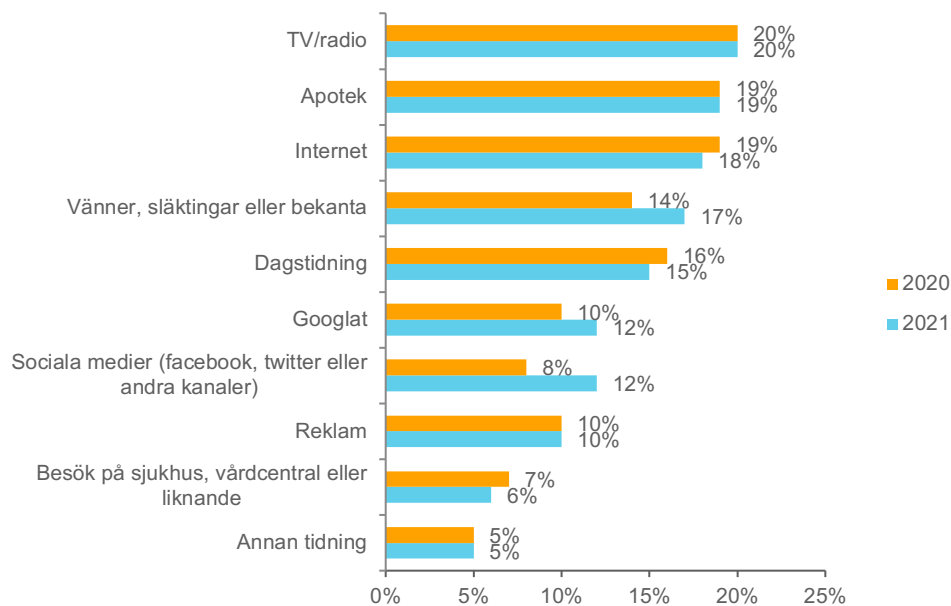
- Ungefär en fjärdedel av befolkningen hör till soltyper som aktivt söker sig till solen utan ordentligt skydd.
- Mer än hälften av befolkningen är soltyper som undviker solen eller skyddar sig med någon av de rekommenderade solskyddsmetoderna.
- De solpositiva grupperna exponerar sig i större utsträckning för solens strålar på de flesta platserna, medan de solskygga är bäst på att hålla sig undan.

INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER

2016 års undersökning visade att traditionella medier fortfarande var vanliga källor för information om hudcancer, solstrålningens styrka eller risker med solande. I 2021 års undersökning ser vi att internet, sociala medier och Google utgör minst lika viktiga informationskällor.

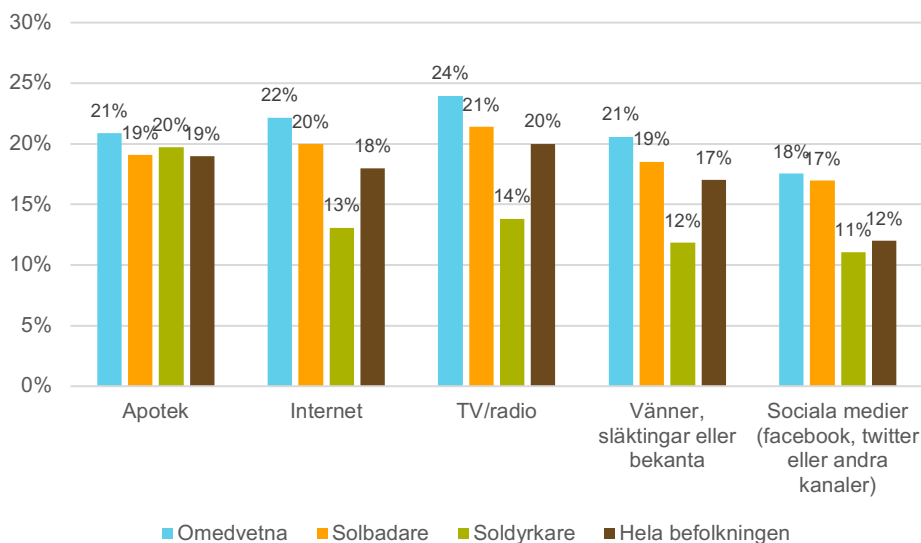
FORTSATT FÄRRE TAR DEL AV INFORMATION OM RISKER PÅ APOTEK

I årets undersökning kan vi se att minskningen sedan 2019 (då 27%) av andelen som uppger att de har informerats via apotek håller i sig, sannolikt en effekt av Coronapandemin. I figur 19 nedan visas de 10 vanligaste informationskällorna år 2021 och hur många som angav informationskällan år 2020. Jämfört med 2020 är det signifikant fler som tagit del av information via sociala medier.



Figur 21. De tio vanligaste informationskanalerna för olika åldersgrupper 2021 jämfört med jämförelser från 2020. Fråga: På vilka sätt, om några, har du under det senaste året tagit del av information om hudcancer, solstrålningens styrka eller riskerna med att sola?

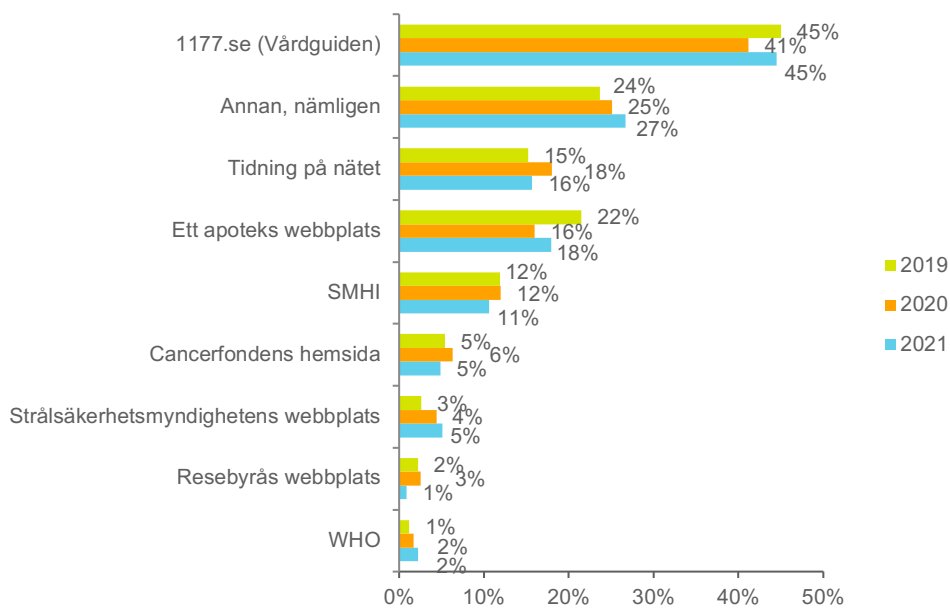
För att framgångsrikt nå olika solprofiler är det viktigt att förstå var dessa vänder sig för information. I Figur 22 jämförs de fem vanligaste informationskällorna mellan soltyperna. Det är framför allt soldyrkare som skiljer ut sig genom att betydligt fler i denna grupp hämtar information från apotek jämfört med från de andra källorna. Gruppen är dock relativt liten så resultaten ska tolkas med viss försiktighet.



Figur 22. De fem vanligaste informationskanalerna för olika soltyper 2021.

1177.SE HAR FORTSATT STARK STÄLLNING SOM DIGITAL PORTAL

De som har tagit del av information på internet har, liksom år 2016, 2019 och 2020, fått frågan vilka webbplatser de har besökt. Vårdguiden, eller 1177.se behåller sin ställning som digital informationskälla och naturlig portal på webben att söka sig till. Ingen av förändringarna mellan år 2020 och 2021 är signifikanta.



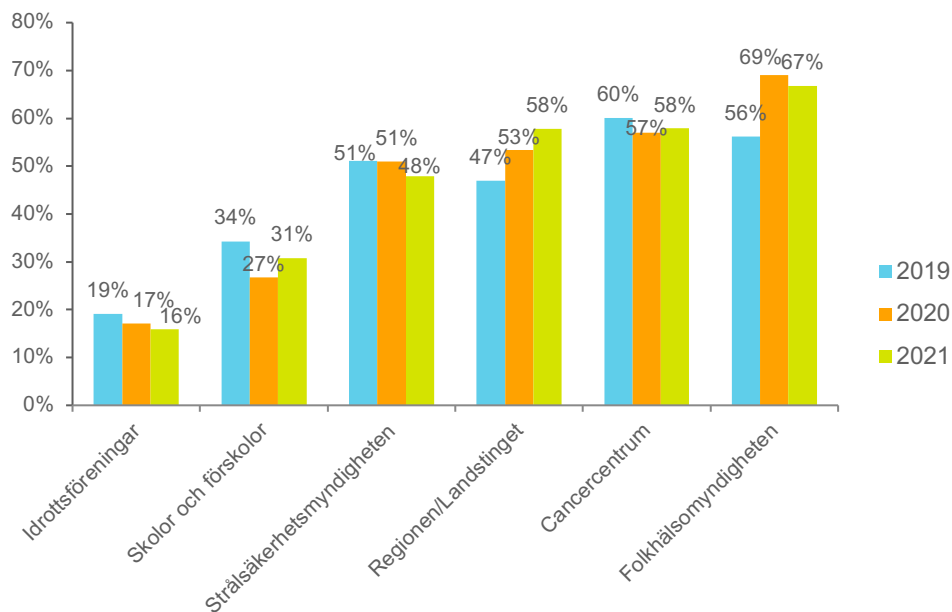
Figur 23. Om du under det senaste året har tagit del av information om hudcancer, solstrålningens styrka eller riskerna med att sola via internet, vilka webbplatser har du då besökt?



STARKT FÖRTROENDET FÖR AKTÖRERNA MEST BERÖRDA AV CO-RONA-KRISEN

Tidigare undersökningar har visat att ungefär hälften av svenskarna har förtroende för Strålsäkerhetsmyndigheten, men att en relativt stor andel inte har någon uppfattning, troligen för att myndigheten inte är så känd. De senaste tre årens undersökningar visar liknande siffror för Strålsäkerhetsmyndigheten beträffande andelen som har mycket stort eller ganska stort förtroende för myndigheten.

Bland de andra aktörerna/myndigheterna kan vi konstatera att förra årets signifikanta förtroendeökning för Folkhälsomyndigheten håller i sig någorlunda. Lands-ting och skolor har högt förtroende hos signifikant fler än förra året. De aktörer som har berörts mest av Coronakrisen, ser ut att ha fått ökat förtroende av svenskarna.



Figur 24. Förtroende för olika myndigheter och aktörer som har att göra med hälsa och säkerhet. Fråga: "Nedan ser du en lista på olika myndigheter och aktörer som har att göra med hälsa och säkerhet, bland annat arbete med att förebygga hudcancer. Hur stort förtroende har du för dessa myndigheter och aktörer vad gäller dessa frågor?" Andel som har mycket stort eller ganska stort förtroende.

SAMMANFATTNING AV INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER

Sammanfattningsvis kan vi se följande:

- Precis som förra året har färre tagit del av information rörande hudcancer och risker med solande via apotek, i år ser vi däremot en signifikant ökning av sociala medier som informationskälla.



- 1177.se (Vårdguiden) är den absolut vanligaste webbplatsen att vända sig till för information om hudcancer och risker med solande.
- Folkhälsomyndighetens pandemi-ökning håller i sig någorlunda, samtidigt som skolor och landsting har ökat förtroende jämfört med förra året. Strålsäkerhetsmyndighetens förtroende fortsätter vara stort hos ungefär hälften av befolkningen.

KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE

I årets undersökning fördjupar vi oss i hur svenskarna påverkats av Strålsäkerhetsmyndighetens kampanj för säkert solande, samt hur olika typer av semestrande och semestervanor kan påverka i vilken utsträckning svenskarna bränner sig. Vi undersöker också hur svenskarnas resplaner ser ut, på ett knappt års sikt.

KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE TRÄFFAR BÄST BLAND YNGRE

Under sommaren 2021 gick Strålsäkerhetsmyndigheten ut med en kampanj för säkert solande på sociala medier. I årets undersökning visades därför respondenterna två filmer från kampanjen – ”Hur mycket tål din hud” samt ”Hur lång är din skugga”, och tillfrågades sedan om de sett filmerna tidigare och huruvida filmernas budskap påverkat dem.

Överlag uppskattar runt 30% att de på något sätt påverkats av filmernas budskap. Drygt en av tjugo uppgav att de sett filmerna tidigare och bland dessa anser fler att filmernas budskap påverkat dem än bland gruppen som inte sett filmerna tidigare.

Bland alla de som fått sin uppfattning påverkad är fler kvinnor än män, men skillnaden är inte signifikant. Kampanjen verkar framförallt ha prickat rätt bland de yngre – runt dubbelt så stor andel svarar anser sig påverkade bland Millennials (individer födda 1985-1994) och Generation Z (1995-2004) respektive jämfört med de äldre generationerna.

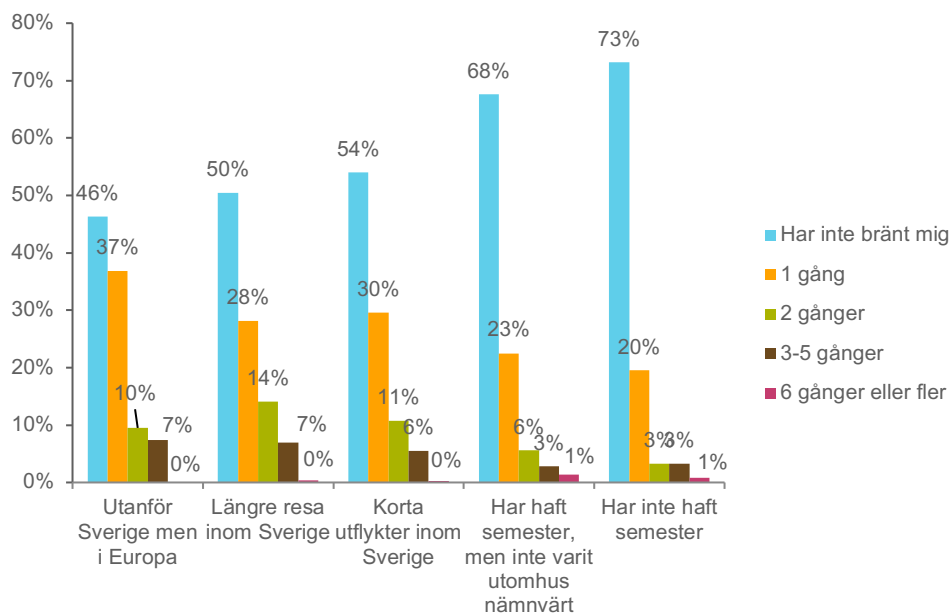
Båda filmerna avslutas med en hänvisning till hemsidan minsoltid.se, och drygt en femtedel av alla respondenter uppgav att de fått bättre koll på var man får hjälp med att hålla koll på sitt solande.



Figur 25. Uppskattad påverkan av reklamfilmerna ”Hur mycket sol tål din hud” och ”Hur lång är din skugga?”. Fråga: ”Har filmerna påverkat din uppfattning om solande? Flera alternativ möjliga” Andel som svarat ja på respektive alternativ.

DE SOM RESER LÅNGT BRÄNNER SIG MER – ÄVEN INOM SVERIGE

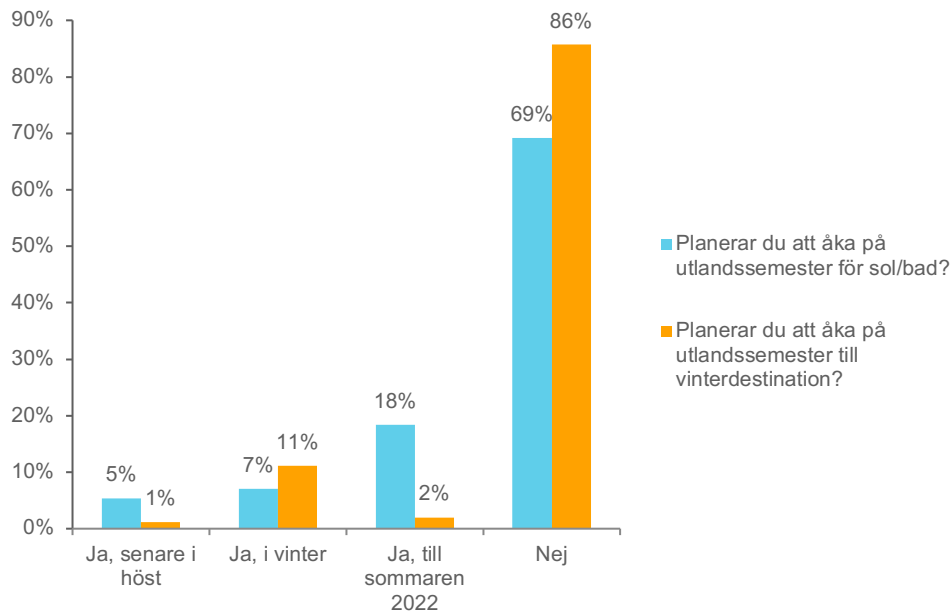
I figuren nedan visas hur många gånger svenskarna har bränt sig, uppdelat på hur de har rest sommaren 2021. Tidigare år har vi konstaterat en signifikant skillnad mellan de som har rest utanför Europa och de andra, där det var betydligt vanligare att ha bränt sig om man har rest utanför Europa. Precis som förra året är det dock på grund av Coronapandemin väldigt få som har rest utanför Europa, varför den gruppen inte redovisas nedan. Men vi kan konstatera att det finns skillnader beträffande hur stor andel som har bränt sig, som till viss del hänger samman med en resas längd. Visserligen har man på en lång resa ”mer tid” att bränna sig, men å andra sidan är det kanske lättare att glömma tänka på solskydd vid en kortare, mer spontan utflykt.



Figur 26. Hur många gånger svenskarna har bränt sig, uppdelat på var de har semesterat sommaren 2021. Frågor: ”Hur har du semesterat i sommar” och ” Hur ofta under det senaste året har du bränt dig så att huden både blir röd och svedd?” De som har rest utanför Europa är en så liten grupp 2021 att de inte kan analyseras enskilt.

SEMESTERPLANER PÅ UPPGÅNG EFTER PANDEMIN

Av svenskarnas planer för det framtida resandet kan vi utläsa att de på inget sätt tar ut några resor i förskott. Visserligen planerar knappt en tredjedel av svenskarna att åka på utlandssemester för sol och bad, men en majoritet av respondenterna planerar ingen resa på ett knappt års sikt. En sjundedel planerar en utlandssemester till vinterdestination, vilket ändå är en betydande andel då det är väsentligt ovanligare att åka utomlands på vinterresa än sommarresa. Signifikant fler uppger att de planerar en utomlandsresa till destinationer för både sol och bad och vinter respektive jämfört med förra året, vilket är väntat med tanke på pandemins utveckling.



Figur 27. Planerade resor vid tidpunkten för undersökningen (september 2021).

SAMMANFATTNING AV KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE

Sammanfattningsvis kan vi se följande:

- Strålsäkerhetsmyndighetens kampanj för säkert solande uppskattas ha nått knappt var tjugonde svensk, och påverka uppfattningar om solande framför allt bland de yngre.
- Personer som har rest och i synnerhet har rest mer långväga har bränt sig mer än de som inte har rest. Jämfört med förra året planerar signifikant fler för utlandssemester, inte minst för sol och bad.
- Få svenskar har planerat någon resa på ett knappt års sikt. Runt en tredjedel planerade vid tiden för undersökningen (september 2021) för en sol- och bad-resa, en ungefär dubbelt så stor andel än de som planerar för vinter-resor.
- Jämfört med förra året planerar signifikant fler för utlandssemester, inte minst för sol och bad.



APPENDIX: SOLENKÄTEN 2021

Hej och välkommen!

Det här är en undersökning om dina solvanor och hur du ser på solande. Tryck på "nästa" för att påbörja enkäten.

Tack för din medverkan!

1. Vilket år är du född?

- 2004 eller senare
- 2003
- .
- .
- .
- 1934 eller tidigare

2. Jag är...

- Man
- Kvinna
- Vill ej uppge

3. Var är du själv och dina föräldrar födda?

	Sve- rige	Övriga Norden	Övriga Europa	Utanför Europa	Vet ej/Vill ej uppge
Jag själv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Min far	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Min mor

4. Jag är...

- Heltidsarbetande
- Deltidsarbetande
- Egen företagare
- Studerande
- Föräldraledig
- Annan sysselsättning
- vill ej uppge

5. Vilken utbildning har du hittills genomgått (avslutat)?

- Grundskola
- 2-årigt gymnasium
- 3-årigt gymnasium
- Högskola, universitet (el. motsvarande) upp till 2 år
- Högskola, universitet längre än 2 år

6. Hur många personer inklusive dig själv, bor i ditt hushåll?

- 1 person
- 2 personer
- 3 personer
- 4 personer
- 5 eller fler personer

7. Jag är...



- Ensamstående/singel utan hemmavarande barn
- Ensamstående/singel med hemmavarande barn
- Gift/sambo/partner med hemmavarande barn
- Gift/sambo/partner utan hemmavarande barn
- Bor tillsammans med förälder/föräldrar

8. I vilken ålder är barnen?

- 0-5 år
- 6-12 år
- 13-17 år
- 18 år eller äldre

9. Hushållsinkomst i månaden:

- Har ingen inkomst
- Mindre än 8.000 kr
- 8.000-9.999 kr
- 10.000-11.999 kr
- 12.000-13.999 kr
- 14.000-16.499 kr
- 16.500-18.999 kr
- 19.000-21.999 kr
- 22.000-24.999 kr
- 25.000-29.499 kr
- 29.500-34.999 kr
- 35.000-41.999 kr
- 42.000-49.999 kr
- 50.000-64.999 kr
- 65.000-83.999 kr
- 84.000 kr eller mer



- Vill ej uppge
- Vet ej

10. Innefattar ditt arbete arbetsuppgifter utomhus under följande perioder

	Nej	Ja, till en viss del	Ja, till en stor del
Vin- ter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vår	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Som- mar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Höst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Vilken typ av bostad bor du i?

- Hyresrätt
- Bostadsrätt
- Egen villa eller radhus
- Annat boende

12. Bor du i

- Stor-Stockholm
- Stor-Göteborg
- Stor-Malmö
- Annan stor kommun med fler än 90.000 invånare
- Kommun med 50.000 till 90.000 invånare
- Kommun med 25.000-50.000 invånare
- Kommun med mindre än 25.000 invånare

13. Vilket län bor du i?



- Blekinge
- Dalarna
- Gotland
- Gävleborg
- Halland
- Jämtland
- Jönköping
- Kalmar
- Kronoberg
- Norrbotten
- Skåne
- Stockholm
- Södermanland
- Uppsala
- Värmland
- Västerbotten
- Västernorrland
- Västmanland
- Västra Götaland
- Örebro
- Östergötland

Vi har några frågor som handlar om solande.

14. Hur skulle du beskriva din egen kunskap kring solande och solens strålars effekt på dig och din hud? Tycker du att du har:

- Mycket stor kunskap
- Ganska stor kunskap
- Varken stor eller liten kunskap



- Ganska liten kunskap
- Mycket liten kunskap

15. När det är vackert sommarväder (soligt och klart eller med en del moln), ungefär hur många timmar är då du vanligtvis utomhus mellan kl 10 och 15 vid följande situationer? Markera ett svar på varje rad.

	Mindre än 1 timme	Ca 1 timme	Ca 2 timmar	Ca 3 timmar	Ca 4 timmar	Ca 5 timmar
En ledig dag (helg, semester, m.m.) i Sverige mellan maj och augusti.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En dag på semester utomlands	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En arbetsdag (eller vardag om du inte arbetar) i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Det här året har varit ett väldigt annorlunda år på grund av pandemin. Ett mer "vanligt" år, ungefär hur många veckor är du på semester på en plats där det är vackert sommarväder större delen av tiden?

	1 vecka	2 veckor	3-4 veckor	5 veckor eller mer	0 veckor/inte aktuellt
Sol- och badsemester i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan semester i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sol- och badsemester utomlands	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Storstadssemester utomlands	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Annan semester utomlands	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



17. Hur brukar du göra när du är ute i vackert sommarväder (soligt och klart, eller med en del moln)?

	Ald- rig	Säl- lan	Ibla nd	Oft a	All- tid
Jag undviker att vara ute i solen mitt på dagen (kl 10-15).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag använder solhatt med brätte eller keps.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag använder solglasögon.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag använder produkter som ökar solbrännan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag använder solskyddskräm med hög solskyddsfaktor (20 eller mer).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag använder solskyddskräm med lägre solskyddsfaktor (lägre än 20).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag har shorts och t-shirt eller andra kläder på mig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag tar på mig en t-shirt eller liknande när jag känner att jag fått tillräckligt med sol.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag är i skuggan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag är i skuggan när jag känner att jag fått tillräckligt med sol.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Hur brukar du se till att dina barn skyddar sig när de är ute i vackert sommarväder (soligt och klart, eller med en del moln)?

	Ald- rig	Säl- lan	Ibla nd	Ofta	All- tid
Jag ser till att de undviker att vara ute i solen mitt på dagen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag ser till att de använder solskydds-kräm.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag ser till att de har skyddande kläder (exempelvis keps/hatt med brätte och t-shirt, eller täckande badkläder).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



19. Hur ofta under det senaste året har du bränt dig så att huden både blir röd och svedd?

- Har inte bränt mig
- 1 gång
- 2 gånger
- 3-5 gånger
- 6 gånger eller fler

20. På vilka av dessa platser har du under det senaste året solat eller utsatt dig för solens strålar?

- I solarium
- På sjön
- I fjällen
- På idrottsanläggning/golfbana
- I trädgård/på balkong
- I park
- I arbetet
- Vid badplats i Sverige (t.ex. hav, sjö, pool)
- Vid badplats utomlands (t.ex. hav, sjö, pool)
- Annan plats, nämligen _____
- Ingen av dessa platser

21. På vilka av dessa platser har du bränt dig så att huden både blir röd och sved under det senaste året?

- I solarium



- På sjön
- I fjällen
- På idrottsanläggning/golfbana
- I trädgård/på balkong
- I park
- I arbetet
- Vid badplats i Sverige (t.ex. hav, sjö, pool)
- Vid badplats utomlands (t.ex. hav, sjö, pool)
- Annan plats, nämligen _____
- Ingen av dessa platser

22. Man kan tycka lite olika om solande. Hur väl stämmer följande påståenden in på dig?

	Stäm mer myck et bra	Stäm mer gans ka bra	Stäm- mer gansk a då- ligt	Stäm- mer mycke t dåligt	Vet inte
Jag tycker om att vara utomhus i solen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag tycker om att sola.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag oroar mig för de skador jag kan få av att vistas mycket i solen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag undviker att bränna mig i solen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det är jobbigt att använda solskyddskrämer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag oroar mig för att bli rynkig i förtid.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det är skönt att ha hatt med brätte/keps när solen lyser.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det är obekvämt att använda kläder som solskydd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Det är jobbigt och obehagligt att sola.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag oroar mig för att få hudcancer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag känner mig säker i solen när jag smort in mig med solskyddskräm.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag känner mig mer frisk och hälsosam när jag är solbrun.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag tycker att det är fult att vara solbrun året runt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag får komplimanger när jag är solbrun.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag känner mig snyggare när jag är solbrun.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag har inget intresse av att vara solbrun.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mina vänner är ofta solbruna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag tittar regelbundet på min hud för att se om det finns nya eller förändrade hudfläckar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Att framstå som attraktiv inför andra människor är en positiv sak som är värd att kämpa för.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Det är viktigt att se ung ut.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag vill synas och skilja ut mig från mängden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag är en risktagare.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
För mig är det viktigt att leva ett hälsosamt liv.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
För mig är det viktigt att sköta om min kropp och mitt utseende.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag känner att man måste passa på att sola när det går.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag känner ofta en oro eller stress att inte "hinna" bli brun.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



- Jag undviker att vara direkt i solen för att inte få rynkor i förtid.
- Jag solar för att få ett tillskott av D-vitamin

23. Hur väl tycker du generellt att du skyddar dig mot solens strålar?

- 1 Jag skyddar mig inte alls mot solens strålar
- 2
- 3
- 4 Jag skyddar mig någorlunda väl mot solens strålar
- 5
- 6
- 7 Jag skyddar mig helt mot solens strålar

24. Har du någon gång under det senaste året använt dig av begreppet UV-index för att anpassa din tid i solen?

- Ja, flera gånger
- Ja, en gång/någon enstaka gång
- Nej, men jag känner till begreppet UV-index
- Nej

25. Tänk nu tillbaka till den senaste gången du brände dig i solen så att huden både blev röd och sved (oavsett om det var det senaste året eller tidigare).

Beskriv med några ord eller meningar hur det kom sig att du brände dig den gången.



26. På vilket sätt, om några, har du under det senaste året tagit del av information om hudcancer, solstrålningens styrka eller riskerna med att sola?

- Dagstidning
- Annan tidning
- TV/radio
- Text-TV
- Reklam
- Skolan eller arbetsplatsen
- Kurs eller informationsmöte
- Broschyrer
- Besök på sjukhus, vårdcentral eller liknande
- Information vid solarium
- Internet
- Apotek
- Resebyrå
- Vänner, släktingar eller bekanta
- Sociala medier (facebook, twitter eller andra kanaler)
- Bloggare
- "Googlat"
- Annat sätt, nämligen:
- Har inte tagit del av någon information

27. Om du under det senaste året har tagit del av information om hudcancer, solstrålningens styrka eller riskerna med att sola via internet, vilka webbplatser har du då besökt?

- 1177.se (Vårdguiden)



- Ett apoteks webbplats
- Strålsäkerhetsmyndighetens webbplats
- Tidning på nätet
- Cancerfondens hemsida
- SMHI
- WHO
- Resebyrås webbplats
- Annan, nämligen:

28. Nedan ser du en lista på olika myndigheter och aktörer som har att göra med hälsa och säkerhet, bland annat arbete med att förebygga hudcancer. Hur stort förtroende har du för dessa myndigheter och aktörer vad gäller dessa frågor?

	Mycket litet förtroende	Ganska litet förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska stort förtroende	Mycket stort förtroende	Har ingen uppfattning
Strålsäkerhetsmyndigheten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Folkhälsomyndigheten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Landstinget/Regionen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancercentrum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Skolor och förskolor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Idrottsföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Hur har du semestrat i sommar? Flera svar möjliga.



- Utanför Europa
- Utanför Sverige men i Europa
- Längre resa inom Sverige
- Korta utflykter inom Sverige
- Har haft semester, men inte varit utomhus nämnvärt
- Har inte haft semester

30. Vilken färg har din hud när den inte varit utsatt för sol eller solarium (titta på insidan av din överarm om du är osäker)?

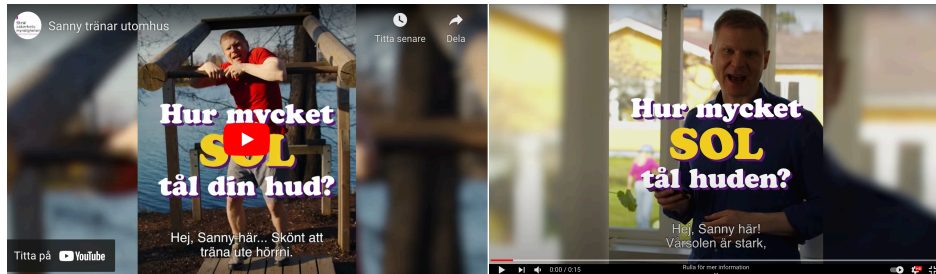
- Ljus eller vit
- Ljust brun
- Brun
- Mörkbrun
- Svart

31. Planerar du att åka på utlandssemester för sol/bad?

- Ja, senare i höst
- Ja, i vinter
- Ja, till sommaren
- Nej

32. Planerar du att åka på utlandssemester till vinterdestination?

- Ja, senare i höst
- Ja, i vinter
- Ja, till sommaren
- Nej



33. Titta på reklamfilmerna ovan. Har du sett någon av dem tidigare?

- Ja
- Nej
- Vet ej

34. Har filmerna påverkat din uppfattning om solande? Flera alternativ möjliga.

- Ja, jag tror nu att det är viktigare att hålla koll på hur länge man är i solen
- Ja, jag vet nu mer om var jag kan få hjälp att hålla koll på mitt solande
- Nej, min uppfattning har inte påverkats

OM KAIROS FUTURE

Kairos Future är ett internationellt konsult- och analysföretag som hjälper företag att förstå och forma sin framtid. Genom trend- och omvärldsanalys, innovation och strategi, ger vi våra kunder de stora sammanhangen. Kairos Future grundades 1993, vårt huvudkontor finns i Stockholm och vi har representanter samt samarbetspartners över hela världen.

För mer information, se www.kairosfuture.com eller kontakta oss:

Kairos Future

Box 804

(Besöksadress: Klarabergshuset, Västra Järnvägsgatan 3)

101 36 Stockholm

Tel. 08-545 225 00

info@kairosfuture.com

www.kairosfuture.com