

PETER PERNEMALM, LISA LANÅ BOLIN, JOHANNA DANIELSSON, KAIROS FUTURE

# Sveriges solvanor 2022

NOVEMBER 2022

## RAPPORTEN I ETT NÖTSKAL

- Andelen svenskar som har bränt sig har ökat marginellt sedan 2021. Exponeringen vid badplats utomlands ökar kraftigt när svenskarna reser utomlands igen efter pandemin, om än inte på samma nivåer som innan pandemin. Resultatet visar också 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.
- Hälsotrenden fick ett litet bakslag 2022. Även om intresset för att vara solbrun har sjunkit på sikt så skedde en marginell ökning 2022 jämfört med 2021. Sannolikt har detta att göra med att andra faktorer stod i centrum efter två tunga pandemiår.
- Det ser vi även när det gäller skyddandet av barn. År 2022 syns tendenser till att både mammor och pappor har blivit något mindre benägna att skydda sina barn mot solen, där framför allt papporna halkar efter i att se till att barnen undviker solen när den är som starkast. Det är dock fortfarande en hög andel föräldrar (79%) som ser till att deras barn ofta eller alltid använder adekvat solskydd. Föräldrar som skyddar sig själva mot solen är även mer benägna att skydda sina barn.
- Internet är, för första gången sedan den här undersökningen började genomföras, den främsta källan till informationsinhämtning om solstrålningens effekter och hudcancer. Vårdguidens hemsida är den mest frekvent besökta websidan för det, vilket har ökat substantiellt jämfört med föregående år, från 45% till 52%. 15% av respondenterna uppger att de har tagit del av information om solning från solkrämsproducenter.
- Det sedan förra året stärkta förtroendet för Folkhälsomyndigheten planar ut något men förtroendet för myndigheten är fortfarande starkt. Varannan person har stort förtroende för Strålsäkerhetsmyndigheten medan var fjärde person inte har någon uppfattning.
- Det är få som har sett Strålsäkerhetsmyndighetens kampanjfilmer sedan tidigare. Det är vanligast att uppge sig ha blivit påverkad av filmernas budskap bland födda 1985-2004.

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>INLEDNING</b> .....	<b>4</b>
BAKGRUND .....	4
METOD OCH REFLEKTIONER ÖVER JÄMFÖRBARHET .....	4
RAPPORTENS INNEHÅLL .....	5
<b>SVENSKARNAS SOLVANOR</b> .....	<b>6</b>
SVENSKAR ÄR MEST EXPONERADE PÅ UTLANDSSEMESTERN .....	6
EXPONERING VID BADPLATS UTOMLANDS ÖKAR KRAFTIGT I PANDEMINS KÖLVATTEN.....	7
MARGINELL ÖKNING AV ANDELEN SVENSKAR SOM HAR BRÄNT SIG .....	8
SVENSKARNA SÄTTER ORD PÅ MINNEN OM SOLBRÄNNOR .....	10
SOLSKYDDSKRÄM BESKRIVS SOM LÖSNINGEN FÖR ATT FÖRHINDRA FRAMTIDA SOLBRÄNNOR .....	11
SAMMANFATTNING OM SVENSKARS SOLVANOR .....	12
<b>SVENSKARS SOLSKYDDSBETEENDE</b> .....	<b>13</b>
KLÄDER FORTSATT DET VANLIGASTE SOLSKYDDET .....	13
SAMMANFATTNING SOLSKYDDSBETEENDE .....	14
<b>BARNES SOLSKYDD</b> .....	<b>15</b>
PAPPORNA BAKOM STÖRSTA MINSKNINGEN I SOLSKYDDSBETEENDE KRING BARNEN... 15	
FÖRÄLDRAR TILL YNGRE BARN MER SOLSKYDDSMEDVETNA ÄN FÖRÄLDRAR TILL ÄLDRE BARN.....	16
FÖRÄLDRAR SOM SKYDDAR SIG SJÄLVA ÄR MER BENÄGNA ATT SKYDDA SINA BARN ....	17
STABILT SOLSKYDDSBETEENDE HOS FÖRÄLDRAR ÖVER TID .....	17
SAMMANFATTNING AV SOLSKYDD HOS BARN.....	18
<b>SVENSKARS ATTITYDER TILL SOLANDE</b> .....	<b>19</b>
SVENSKARNAS SOLATTITYDER RELATIVT STABILA .....	21
SAMMANFATTNING SOLATTITYDER.....	22
<b>INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER</b> .....	<b>23</b>
INTERNET ÄR NU DEN VANLIGASTE INFORMATIONSKANALEN OM RISKERNA MED SOLSTRÅLNING .....	23
1177.SE FORTSÄTTER ATT VÄXA OCH ÄR DEN VIKTIGASTE INFORMATIONSKÄLLAN .....	24
FORTSATT STARKT FÖRTROENDE FÖR FOLKHÄLSOMYNDIGHETEN .....	24
SAMMANFATTNING AV INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER .....	25
<b>KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE</b> .....	<b>26</b>
KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE FORTSATT MEST FRAMGÅNGSRIK BLAND YNGRE ....	26
DE SOM RESER LÅNGT BRÄNNER SIG MER .....	27
SEMESTERPLANER PÅ FORTSATT UPPGÅNG EFTER PANDEMIN .....	28
SAMMANFATTNING AV KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE .....	29
<b>APPENDIX: SOLENKÄTEN 2022</b> .....	<b>30</b>

# INLEDNING

## BAKGRUND

Enkäten som ligger till grund för den här rapporten syftar till att fånga svenskarnas attityder och vanor kring solande.<sup>1</sup> Den består av en standardiserad del, med målsättningen att kunna göra jämförelser över tid, samt en eller flera temadelar som kan bytas ut varje år.

Liksom 2021 års rapport rör årets temadelar information som respondenterna har tagit del av beträffande risker med solande och förtroendet för myndigheter och aktörer som arbetar med hälsa och säkerhet, bland annat arbete med att förebygga hudcancer, semestervanor och planerade semestrar framåt, samt effekterna av en reklamkampanj från Strålsäkerhetsmyndigheten för att vistas säkrare i solen.

Liksom i tidigare rapporter har respondenterna fått beskriva i fritext den senaste gången de har bränt sig. Nytt för i år är att de också har fått beskriva vad som skulle kunna hindra dem från att bränna sig på ett liknande sätt igen.

## METOD OCH REFLEKTIONER ÖVER JÄMFÖRBARHET

Enkäten om svenskarnas solvanor har distribuerats till en webbpanel med ett nationellt urval av 1374 personer, representativt för den svensktalande befolkningen gällande ålder (18-74 år), kön, och geografi (län).<sup>2</sup> Respondenterna har sedan vikats efter ålder och kön för att resultaten bättre ska motsvara befolkningen som helhet.

Värt att nämna är att frågeställningarna och enkätens tema är av sådan karaktär att respondenterna i vissa fall 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 andelen som har svarat att de har bränt sig, och antalet gånger de har bränt sig förmodas vara högre än vad som anges i enkäten eftersom de flesta vet att det inte är bra att bränna sig.

---

<sup>1</sup> I början av 2015 fick SSM uppdrag av regeringen att se över möjligheterna att påverka svenskarnas solvanor och därmed reducera antalet fall av hudcancer.

<sup>2</sup> SSM genomför regelbundet kvantitativa undersökningar om svenskarnas solande. År 2016 anlätades Kairos Future för att modernisera datainsamlingsmetod och enkät. Vid 2017-års enkät genomfördes vissa förändringar i den standardiserade delen. Datainsamling: Norstats "guldpanel" 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. Metodbytet och moderniseringen har medfört resultat som är mer användbara för SSMs dagliga arbete för att förhindra solrelaterade brännskador, men har samtidigt inneburit att resultaten inte är helt jämförbara med de resultat som tidigare samlats in via SCB:s omnibusundersökning (postal enkät).

## **RAPPORTENS INNEHÅLL**

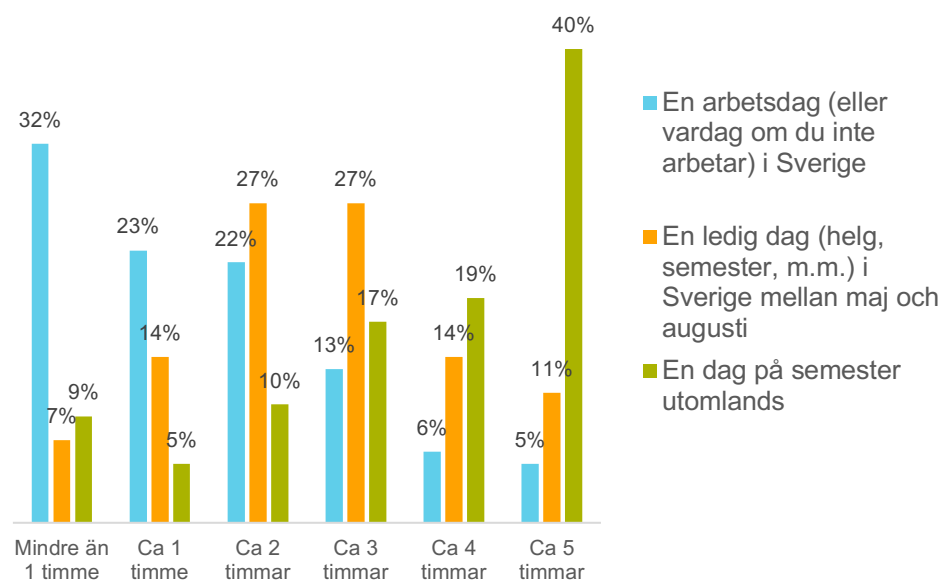
I denna sammanfattande rapport lyfts de viktigaste insikterna från enkäten om svenskars solvanor och sätts i ett bredare sammanhang. I slutet på rapporten finns enkäten i sin helhet. Vi varierar språket genom att ibland använda begreppet ”respondenter” och ibland ”svenskar”.

## SVENSKARNAS 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 den sker. Dels beror exponeringen på med vilka metoder och hur frekvent svenskarna skyddar sig mot 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 generellt de resultat som uppmättes de tidigare åren, även om andelen människor som har vistats ca 5 timmar i solen vid utlandssemester har ökat med fem procentenheter vilket nu ligger mer i linje med hur det såg ut innan pandemin. 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 2019<sup>3</sup> som genomfördes innan pandemin, vet vi att en tredjedel av svenskarna uppgav att den viktigaste resan de gjort de senaste 12 månaderna var en sol- och badresa. År 2020<sup>4</sup> sjönk siffran till drygt en fjärdedel, en minskning som höll i sig även 2021<sup>5</sup>, vilket innebar en fortsatt minskad total exponering. I 2022<sup>6</sup> års undersökning ökar siffran och är nu återigen 30%, i likhet med hur det såg ut innan pandemin.

### **EXPONERING VID BADPLATS UTOMLANDS ÖKAR KRAFTIGT I PANDEMINS KÖLVATTEN**

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 föll kraftigt under 2020 och 2021, en tydlig pandemieffekt. I år ökar exponeringen för sol vid badplats utomlands kraftigt, om än inte på samma nivåer som innan pandemin. Samtidigt minskar andelen svenskar som exponerats på balkongen eller i trädgården.

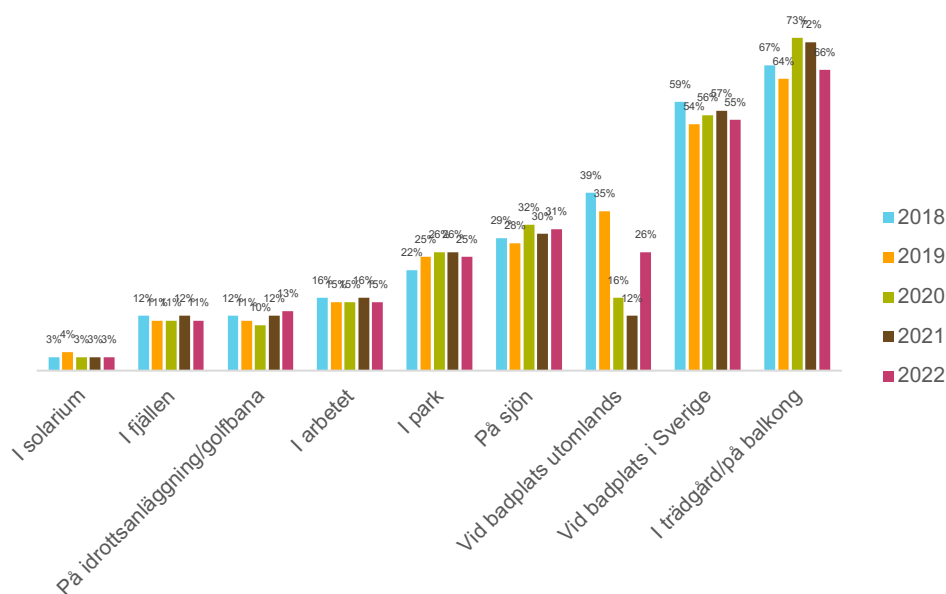
---

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

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

<sup>5</sup> Enkätundersökning med n=1531 svenskar (Norstats webpanel, guldpanelen) i oktober 2021.

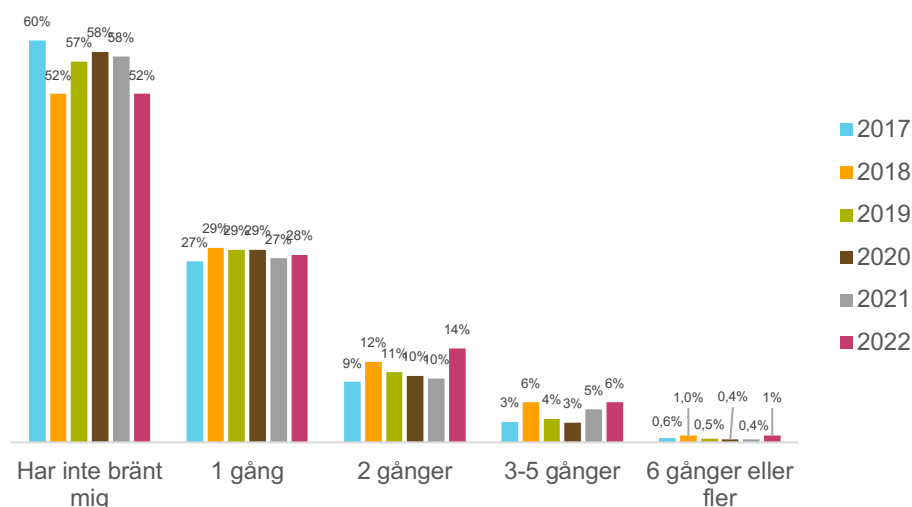
<sup>6</sup> Enkätundersökning med n=1169 svenskar (Norstats webpanel, guldpanelen) i oktober 2022.



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 2022, 2021, 2020, 2019 och 2018.

### MARGINELL ÖKNING AV ANDELEN SVENSKAR SOM HAR BRÄNT SIG

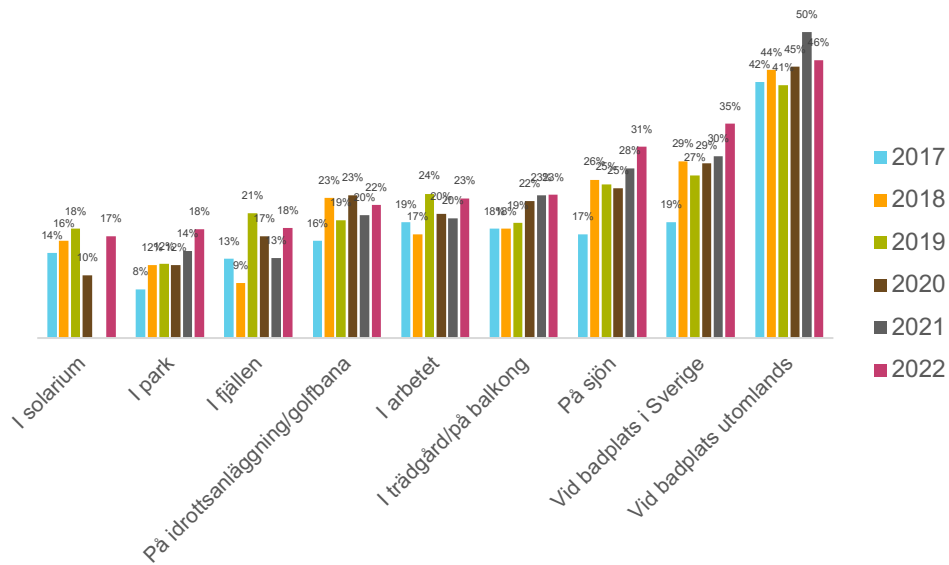
Exponering för solstrålning vid olika platser är dock inte liktydigt med att bränna sig eller ens utsätta sig för ett riskbeteende vid dessa platser. För att få en överblick över riskbeteenden har vi i enkäten dels frågat hur många gånger under året respondenterna har bränt sig, dels på vilka platser de bränt sig. Figur 3 visar att andelen svenskar som uppger att de inte har bränt sig alls har minskat något, och att andelen som har bränt sig två gånger har ökat något jämfört med 2021.



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?

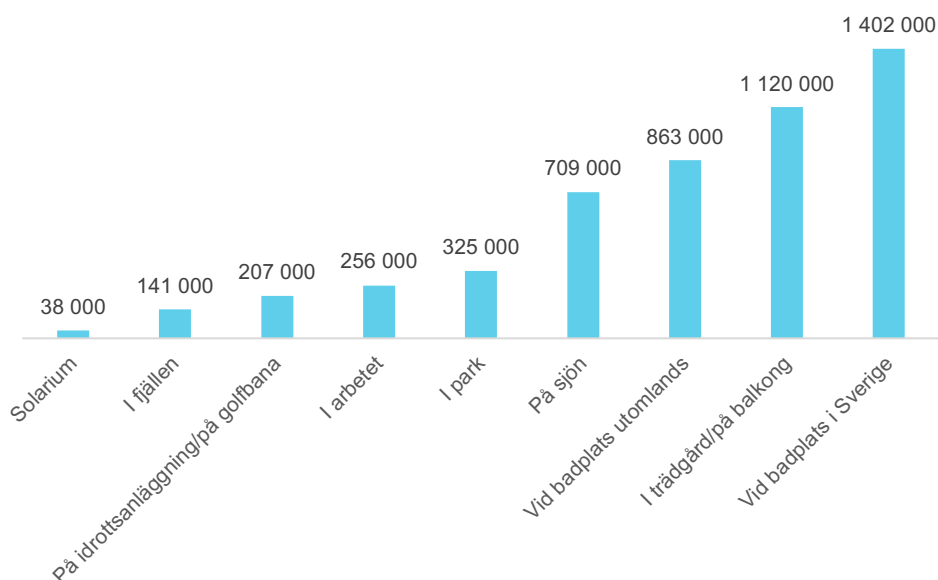


Ser vi till de platser där respondenterna bränt sig och jämför med tidigare år kan det noteras att den *relativa* andelen av de som har exponerats på platsen och som också har bränt sig vid den, ökar vad gäller badplatser i Sverige och i fjällen. Badplatser utomlands är fortfarande den plats som har högst riskprofil, dock sjunker andelen som bränner sig där jämfört med rekordåret 2021, och resultatet är nu mer i linje med hur det har sett ut tidigare.



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 i stället till *antalet* personer som bränt sig på de olika platserna under året i Figur 5 nedan, sjunker antalet som bränner sig i trädgården eller på balkongen jämfört med 2021. Samtidigt har antalet som bränner sig på badplats utomlands mer än fördubblats sedan föregående år vilket kan förklaras av att antalet utlandsresor ökar. Antalet som bränner sig på badplats i Sverige, på sjön och i park har också ökat, om än inte lika mycket.



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).

## SVENSKARNA SÄTTER ORD PÅ MINNEN OM SOLBRÄNNOR

Liksom tidigare enkäter har respondenterna fått beskriva den senaste gången de har bränt sig i solen i fritext. I Figur 6 nedan visualiseras svaren, där de ord som har använts mest frekvent blir större i storlek.



Figur 6. Ordmoln över vanligt förekommande ord i svaren på frågan "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.

Som synes handlar de flesta svaren om att ha varit i solen för länge, att ha glömt att använda solskyddsfaktor och/eller att inte ha smort in sig tillräckligt. Nedan återges tre citat som beskriver olika vanligt förekommande situationer:



Bland de svar som går bortom Strålsäkerhetsmyndighetens rekommenderade solskyddsmetoder och som är mer teknikorienterade finns förslag på mobilappar som påminner om solens styrka, eller egna påminnelse- eller varningsnotiser som larmar när UV-index är högt. Detta välkomnas av ett fåtal användare:

*"Kanske en påminnelse- eller varningsnotis på mobilen när UV-index är högt."*

## **SAMMANFATTNING OM SVENSKARS SOLVANOR**

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- Andelen svenskar som har bränt sig år 2022 är 49%, vilket är en ökning med sju procentenheter sedan 2021 som också är signifikant.
- Svenskarna har under 2022 generellt utsatt sig för solen i samma utsträckning som tidigare. Platserna där detta sker ser nu dock ut att återgå mer i likhet med hur det såg ut innan pandemin.
- Exponeringen av sol på badplatser utomlands återvänder efter pandemin, även om den ännu inte når samma nivåer som innan pandemin.
- Badplatser utomlands är också fortsatt den mest riskfyllda solningsplatsen där närmare hälften av alla som exponerar sig också bränner sig.
- Vanliga beskrivningar av minnen om solbrännor handlar om att ha varit ute i solen för länge och att ha glömt att smörja in sig med solskyddskräm. Att bli bättre på att smörja in sig mer frekvent och att alltid bära med sig solkräm ses som framtida lösningar för att hindra ytterligare solbrännor.

## SVENSKARS SOLSKYDDSBETEENDE

Den andra faktorn som har en väsentlig inverkan på svenskars UV-exponering är de solskydd som används. I det här kapitlet utforskas respondenternas användning av olika solskydd.

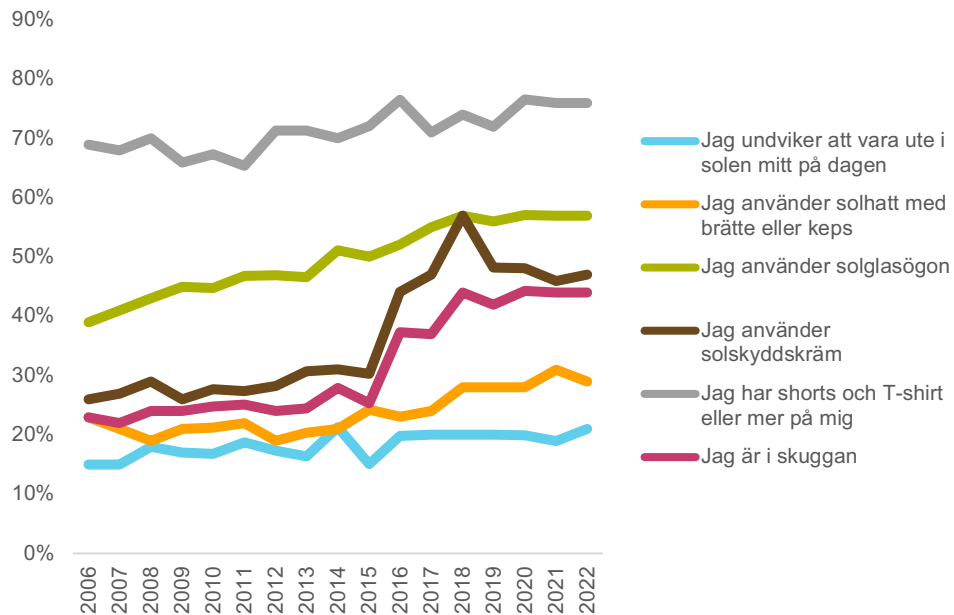
### KLÄDER FORTSATT DET VANLIGASTE SOLSKYDDET

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. Närmare 70% tar på sig extra kläder när de fått "tillräckligt" med sol. Resultaten, som återfinns i Figur 8 nedan, är i princip oförändrade jämfört med 2021, och de skillnader som finns är så små att de inte kan fastslås som signifikanta.



Figur 8. 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".

I en överblick av solskyddstrender över tid syns framför allt tendenser på att fler är i skuggan, fler använder solskyddskräm och att fler använder solglasögon, även om det är en utveckling som tycks ha planat ut nu.



Figur 9. Andelen som "ofta" eller "alltid" använder olika solskyddsmetoder över tid sedan 2006.

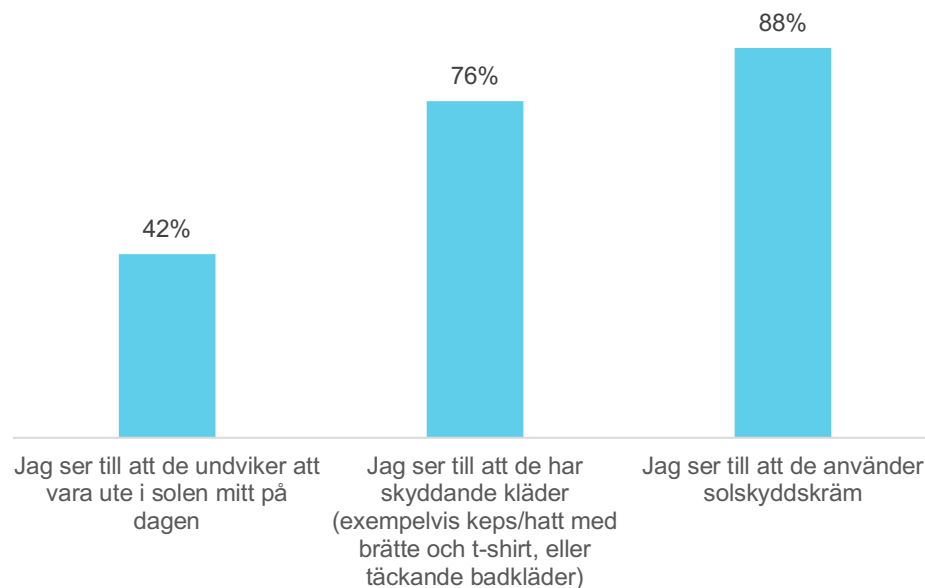
## SAMMANFATTNING SOLSKYDDSBETEENDE

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- Jämfört med förra året finns inga signifikanta skillnader beträffande i vilken utsträckning olika solskyddsmetoder används.
- Därmed kan det också konstateras att resultaten inte pekar på att det skulle skett någon minskning av användandet av solskyddsmetoder.
- Över tid har användningen av solglasögon, använda solskyddskräm och att vara i skuggan ökat mest, även om det är en utveckling som tycks ha planat ut nu.

## BARNES SOLSKYDD

För att få en bättre överblick av barns solskydd har vi liksom i tidigare enkäter frågat personer med hemmaboende barn upp till 12 års ålder hur de ser till att barnen skyddas från solen. Resultaten från denna fråga återfinns i Figur 10 nedan.

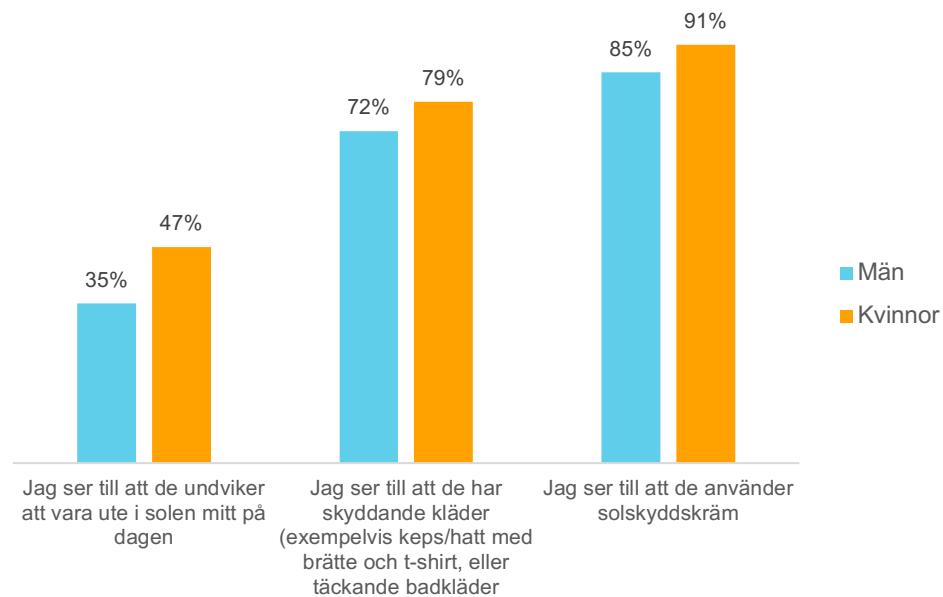


Figur 10. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd.

Dessa resultat visar att föräldrar verkar måna om att deras barn använder någon form av solskydd, med närmare 90% som anger att de ofta eller alltid ser till att deras barn använder solskyddskräm. Andelen som ofta eller alltid använder någon av Strålsäkerhetsmyndighetens rekommenderade metoder, dvs. användandet av skyddande kläder eller undviker att vara utomhus på dagen är 79%, en marginell minskning jämfört med 2021.

### PAPPORNA BAKOM STÖRSTA MINSKNINGEN GÄLLANDE BARNES SOLSKYDD

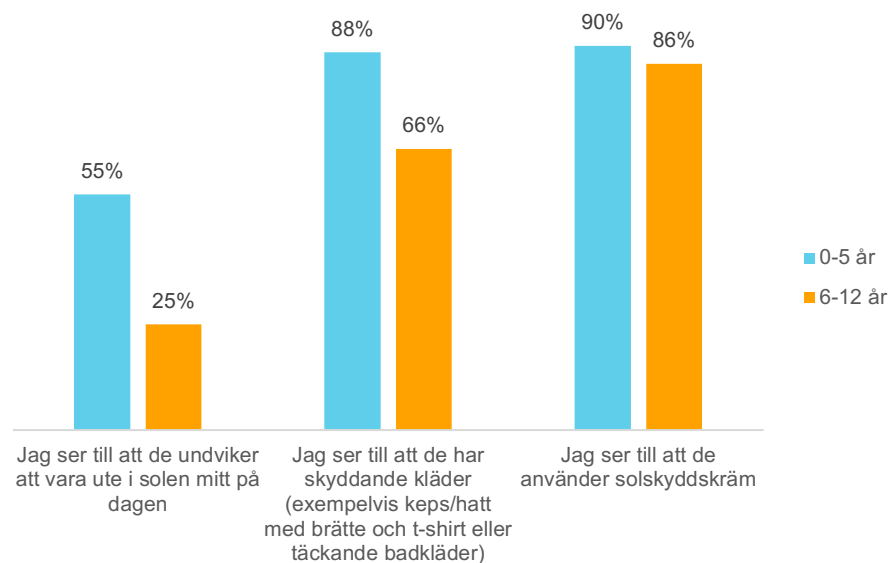
En intressant aspekt att undersöka är om det finns könsskillnader i mammors och pappors solskydds beteenden kring sina barn. Resultaten i Figur 11 visar att mammorna tar något större ansvar för barnens solskydd än papporna. Jämfört med 2021 minskar både mammornas och pappornas solskydds beteenden, men papporna ligger bakom den största minskningen. Om föregående år visade att kvinnor och män tar förhållandevis jämställt ansvar över barnens solskydd, visar årets resultat att papporna nu halkar efter något. Detta är särskilt tydligt vad gäller att få barnen att undvika solen mitt på dagen:



Figur 11. 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 föräldrars solskyddsbedrivande korrelerar med åldern på barnen. 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 är särskilt tydligt vad gäller att undvika att barnen är i solen mitt på dagen, där skillnaden mellan åldersgrupperna är signifikant.



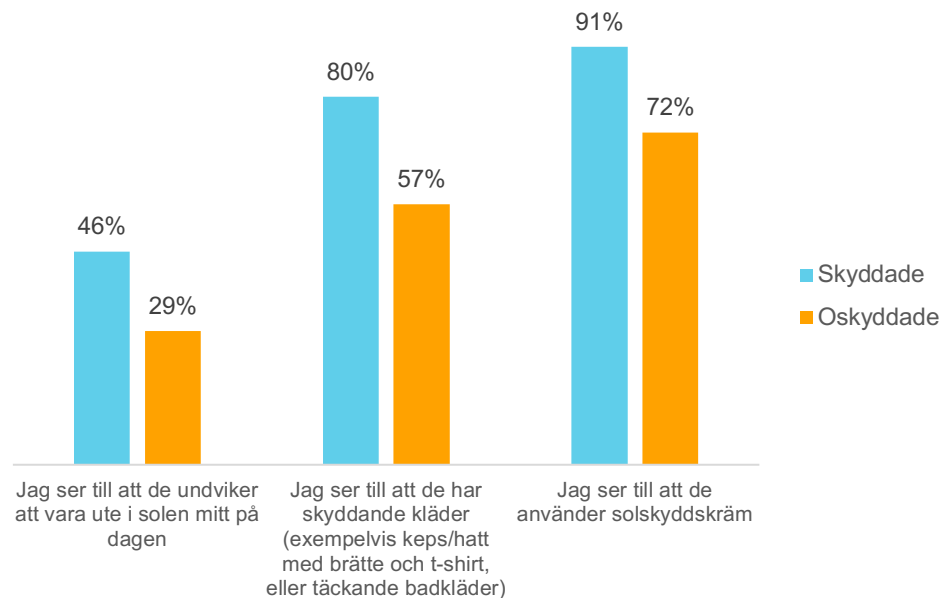
Figur 12. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd brutet på barnens ålder.



I jämförelse med föregående års resultat syns inga större förändringar, förutom när det kommer till solskydd av de äldre barnen i fråga om skyddande kläder, som minskar med tolv procentenheter.

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

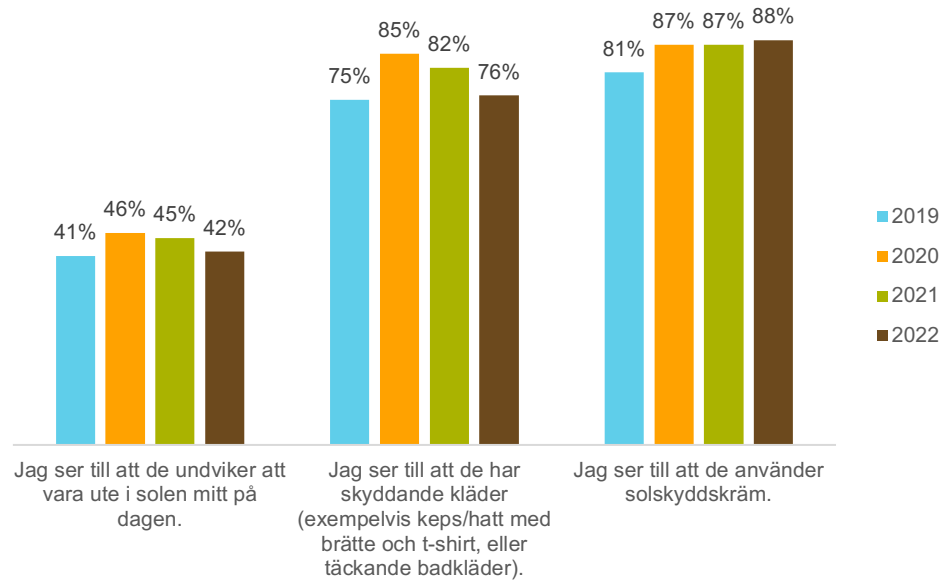
Slutligen har vi i denna undersökning även tittat på hur föräldrarnas benägenhet att skydda sig själva mot solens strålar hänger ihop med deras benägenhet att skydda sina barn. Bland de personer som uppger att de generellt skyddar sig helt mot solen eller mer än ”någorlunda väl” (”skyddade föräldrar”) är andelen som skyddar sina barn betydligt högre än bland föräldrar som anser sig skydda sig mindre. Skillnaderna är påtagliga beträffande att undvika solen mitt på dagen, användandet av skyddande kläder och solskyddskräm, vilka alla är signifikanta.



Figur 13. 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 SOLSKYDDSBETEENDE HOS FÖRÄLDRAR ÖVER TID

Om vi tar ett steg tillbaka och följer utvecklingen över tid (Figur 14) 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. I år syns vissa tendenser till minskat solskydds beteende kring de äldre barnen och vissa skillnader mellan mammor och pappor. Om man tittar på skyddade och oskyddade föräldrar syns ett minskat solskydds beteende jämfört med 2021, detta är särskilt tydligt bland de oskyddade föräldrarna, men även de skyddade visar sådana tendenser. Minskningen är mest påtaglig i att undvika solen mitt på dagen, och att ha skyddande kläder. Rörelserna är i flera av fallen signifikanta, och huruvida detta är ett trendbrott i föräldrars solskydds beteenden kring sina barn återstår att se.



Figur 14. 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.
- Mammor tar marginellt större ansvar för barnens solskydd än pappor vad gäller att ha skyddande kläder och använda solkräm. Beträffande undvikandet av solen mitt på dagen halkar papporna efter.
- Föräldrar till små barn skyddar dem bättre mot solen än föräldrar som enbart har barn i den äldre åldersgruppen.
- Föräldrar som uppger att de skyddar sig själva mot solen är 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 SOLANDE

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.<sup>7</sup> 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 15 nedan.

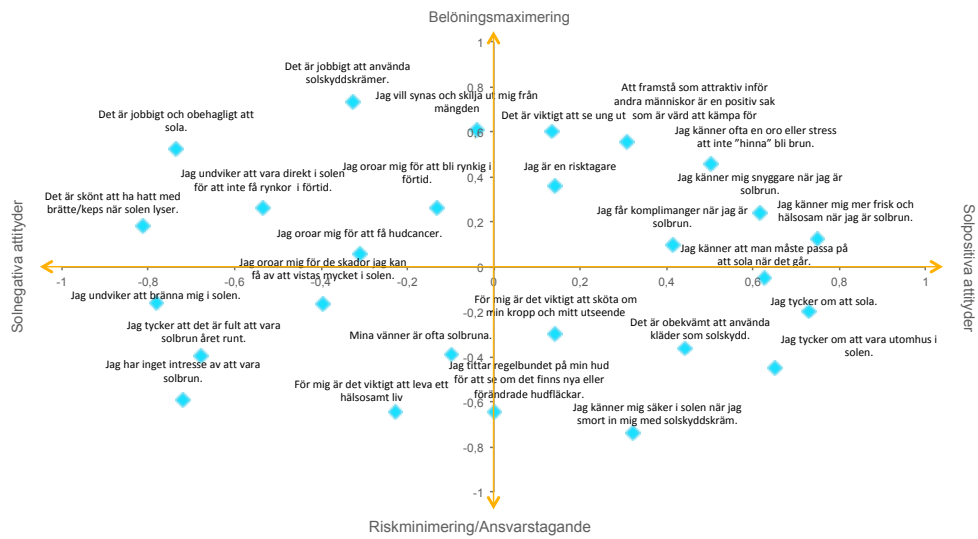
- Jag tycker om att vara utomhus i solen.
- Jag tycker om att sola.
- Jag oroar mig för de skador jag kan få av att vistas mycket i solen.
- Jag undviker att bränna mig i solen.
- Det är jobbigt att använda solskyddskrämer.
- Jag oroar mig för att bli rynkig i förtid.
- Det är skönt att ha hatt med brätte/keps 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 15. 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 16 nedan visar en MDS för attitydpåståendena ovan<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> ”Solstress, En rapport om svenskars solande” Kairos Future, 2015

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

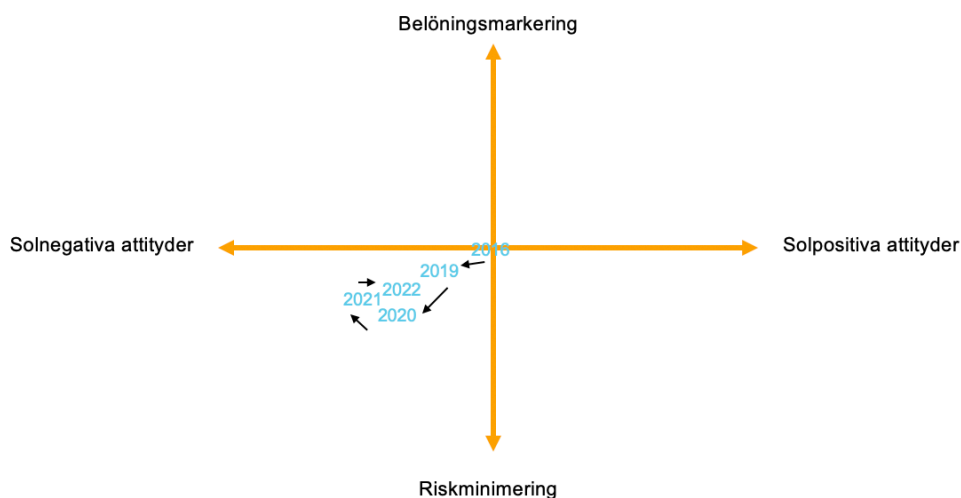


Figur 16. Multidimensionell Skalering (MDS) av solattitydpåståenden.

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 extreman, och påståenden som ”Jag tycker det är fullt att vara solbrun året runt” och ”Jag undviker att bränna mig i solen” på den vänstra extreman. 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 (59%) tittar regelbundet efter nya eller förändrade hudfläckar, medan bara 39% av männen gör detsamma.

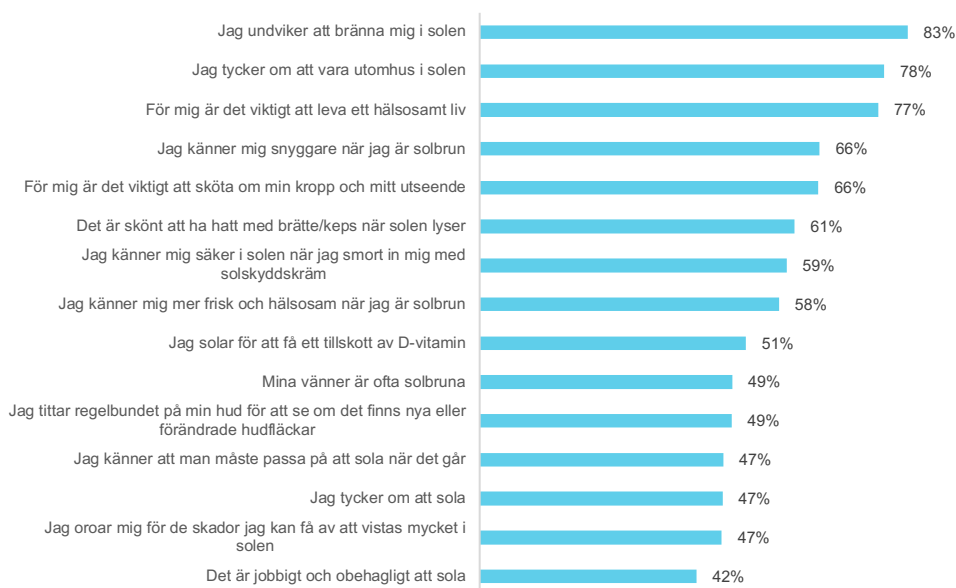
Mellan 2016 och 2019 kan vi notera en förskjutning västerut i kartan enligt figur 14 nedan, d.v.s. mot mer solnegativa eller snarare mindre solpositiva attityder. Mellan åren 2019 och 2020 kan vi se en förflyttning söderut i kartan, d.v.s. mer mot riskminimerande. Från 2020 till 2021 noterar vi en liten förflyttning mot mer solnegativa attityder och något mindre riskminimerande. Från 2021 till 2022 syns en marginell tillbakagång österut på x-axeln, ett avtagande i solnegativa attityder. Vi tittar närmare i avsnittet nedan på vad som orsakar förskjutningen, men en faktor att ta med i beräkningen är att svenskarnas semestervanor har förskjutits under pandemin och under 2022 gradvis förflyttats i riktning mot pre-pandemiska nivåer, även om utlandsresandet fortfarande inte är i kapp.



Figur 17. Svenskars förskjutning över tid i kartan över attityder kring sol och solande.

### SVENSKARNAS SOLATTITYDER RELATIVT STABILA

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”, ”Jag tycker om att vara utomhus i solen” följt av ”För mig är det viktigt att leva ett hälsosamt liv”. Det senare är ett av de påståenden som generellt har ökat mest sedan 2016 – en större andel av svenskarna tycks värdera hälsan högre än andelen som värderar att vara i solen även om en liten tillbakagång syns 2022 jämfört med 2021.

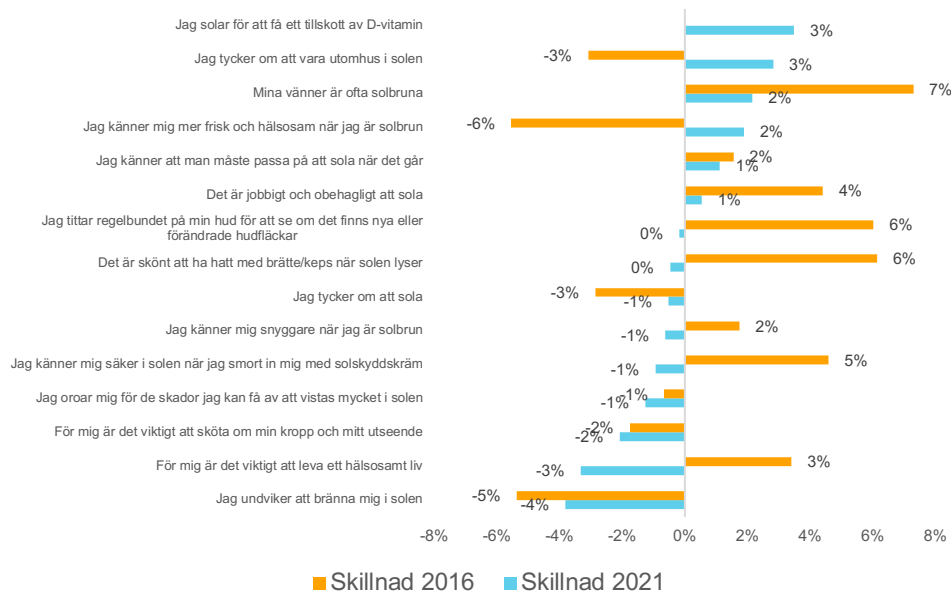


Figur 18. De 15 attitydpåståendena flest svenskar instämmer i 2022.

Det som främst driver förflyttningen på x-axeln mot mer solpositiva attityder är just den marginella minskningen i andelen svenskar som anser det vara viktigt att leva ett hälsosamt liv och en marginell ökning av andelen svenskar som anser det vara jobbigt att smörja in sig med solkräm.

Över tid pekar det mesta på att de solsäkra vanorna bland svenskar ökar och att det ligger förhållandevis stabilt med fler som ser efter sina hudfläckar och använder solhatt. Det som i år bidrar till en liten rörelse norrut i Figur 17 är påstående relaterade till utseende då något fler anser att det är viktigt att se ung ut.

I övrigt kan det konstateras att dryga hälften år 2022 fortsatt instämmer i det för 2019 års undersökning nya påståendet ”Jag solar för att få ett tillskott av D-vitamin”, ytterligare ett tecken på hälsosträvan hos svenskarna.



Figur 19. Förändring över tid hur många som instämmer i de 15 attitydpåståendena flest svenskar instämmer i 2022. Orange stapel visar förändringen från 2016 till 2022, och blå från 2021 till 2022.

### SAMMANFATTNING SOLATTITYDER

- Över tid syns en hälsotrend bland svenskarna som tycks prioritera sin hälsa starkt. Samtidigt uppger mer än hälften att de känner sig mer hälsosamma när de är bruna. Andelen som instämmer i det påståendet har sjunkit successivt sedan 2016, men dock fått ett litet bakslag 2022. Ur andra undersökningar kan vi härleda att annat (njuta, unna sig) förmodligen har stått i fokus efter två tunga pandemiår.
- Jämfört med 2021 syns en marginell tillbakagång mot mer solpositiva attityder. Den rörelsen drivs främst av att något färre anser att det är viktigt att leva ett hälsosamt liv och att något fler anser att det är jobbigt att smörja in sig med solkrämer.

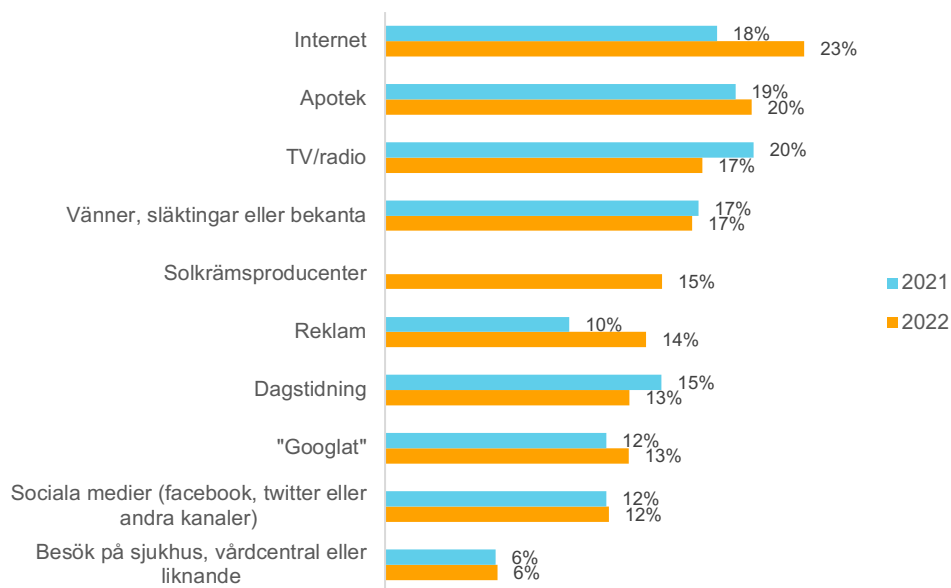
# INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER

## INTERNET ÄR NU DEN VANLIGASTE INFORMATIONSKANALEN OM RISKERNA MED SOLSTRÅLNING

2016 års undersökning visade att traditionella medier fortfarande var vanliga källor till information om hudcancer, solstrålningens styrka eller risker med solande.

Förra årets undersökning visade att TV och radio fortfarande var de vanligaste informationskanalerna, men att internet bara låg två procentenheter bakom. I år är internet, för första gången sedan den här undersökningen började genomföras, den vanligaste informationskällan. Samtidigt minskar användningen av traditionella medier som TV, radio och dagstidningar som källor för informationsinhämtning om hudcancer.

I år har även alternativen influencers inom skönhet och hälsa, nätläkare och solkrämsproducenter adderats som valbara alternativ. Influencers inom skönhet och hälsa (5%) och nätläkare (2%) hamnade inte bland de tio vanligaste informationskanalerna och är därför inte med i Figur 20 nedan. Solkrämsproducenter blev dock den femte vanligaste informationskanalen, vilket 15% av respondenterna angav.

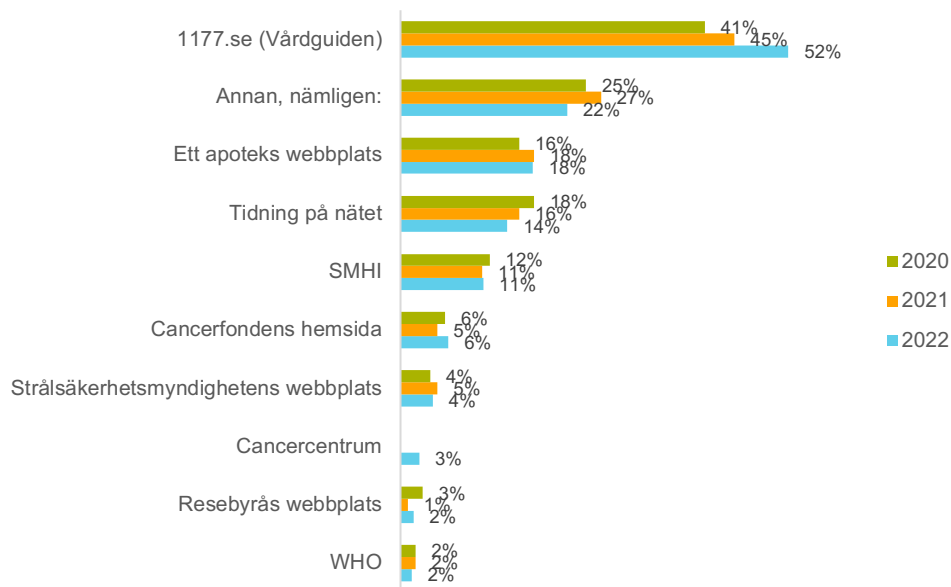


Figur 20. De tio vanligaste informationskanalerna för olika åldersgrupper 2021 jämfört med jämförelser från 2020. Fråga: På vilka sätt, om några, har du under det senaste året tagit del av information om hudcancer, solstrålningens styrka eller riskerna med att sola?

## 1177.SE FORTSÄTTER ATT VÄXA OCH ÄR DEN VIKTIGASTE INFORMATIONSKÄLLAN

Liksom år 2016, 2019 och 2020, har respondenterna fått frågan om vilka webbplatser de har besökt. I år har Cancercentrum adderats som alternativ.

Vårdguiden, eller 1177.se behåller sin ställning som primär digital informationskälla och naturlig portal på webben att söka sig till och ökar med sju procentenheter jämfört med 2021.



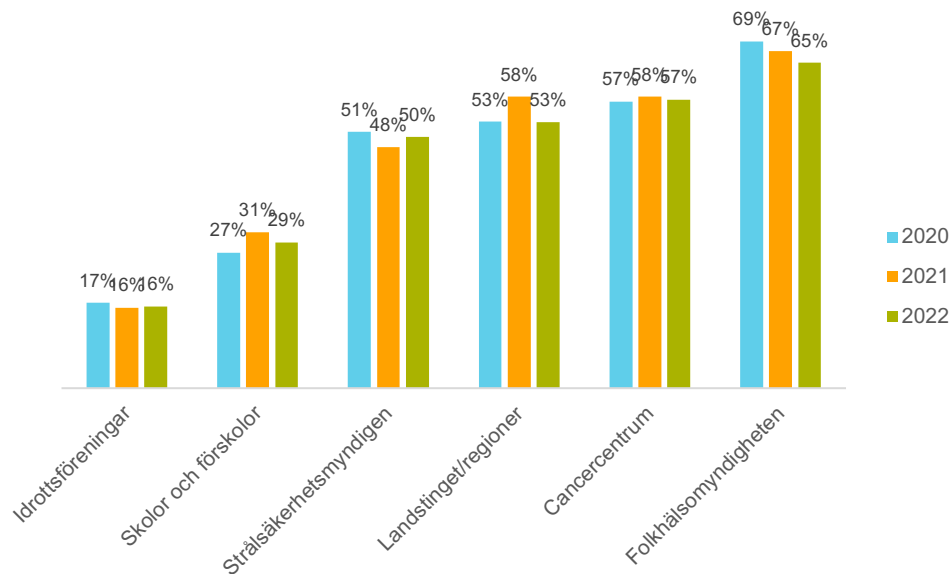
Figur 21. Om du under det senaste året har tagit del av information om hudcancer, solstrålningens styrka eller riskerna med att sola via internet, vilka webbplatser har du då besökt?

## FORTSATT STARKT FÖRTROENDE FÖR FOLKHÄLSOMYNDIGHETEN

Tidigare undersökningar har visat att ungefär hälften av svenskarna har förtroende för Strålsäkerhetsmyndigheten, men att var fjärde respondent inte har någon uppfattning, vilket kan antas bero på 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 övriga aktörerna står Folkhälsomyndigheten fortfarande starka, även om tendenser till minskat förtroende gör sig gällande i Figur 22 nedan. Att regioner, skolor och förskolor fick ett något högre förtroende 2021, kan ha berott på en pandemieffekt, som nu börjar mattas av då årets siffror nu ser ut att återgå mer i likhet med 2020.





Figur 22. 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:

- Internet är nu den vanligaste informationskanalen för kunskapsinhämtning om solstrålningens effekter och hudcancer.
- 1177.se (Vårdguiden) är den vanligaste webbplatsen att vända sig till för information om hudcancer och risker med solande och användningsfrekvensen av den fortsätter att öka.
- Folkhälsomyndighetens pandemiökning ser ut att plana ut något, men förtroendet för myndigheten är fortfarande starkt.
- Varannan person har stort förtroende för Strålsäkerhetsmyndigheten, medan var fjärde person inte har någon uppfattning.

# KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE

Liksom föregående års undersökning fördjupar vi oss i år i hur svenskarna har 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 FORTSATT MEST FRAMGÅNGSRIK BLAND YNGRE**

Under somrarna 2020, 2021 och försommaren 2022 har Strålsäkerhetsmyndigheten gått ut med en kampanj för säkert solande på sociala medier. I förra årets och årets undersökning fick därför respondenterna ta del av 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.

Det är relativt få som uppger att de sett filmerna sedan tidigare (3% 2022, 5% 2021) men av de som nu har sett dem uppger 30% att de har påverkats av filmernas budskap på något sätt. Det är lika många som förra året. Bland dem som har fått sin uppfattning påverkad är det marginellt fler kvinnor än män.

Båda filmerna avslutas med en hänvisning till hemsidan minsoltid.se, och 16% av respondenterna uppgav att de har fått bättre koll på var man kan få hjälp med att hålla koll på sitt solande, nästan lika många som förra året. Kampanjen tycks ha varit särskilt lyckad bland Generation Z (f. 1995-2004) och Millennials (f. 1985-1994) där 28% har svarat att de nu vet bättre var de kan vända sig för att få bättre koll på sitt solande.

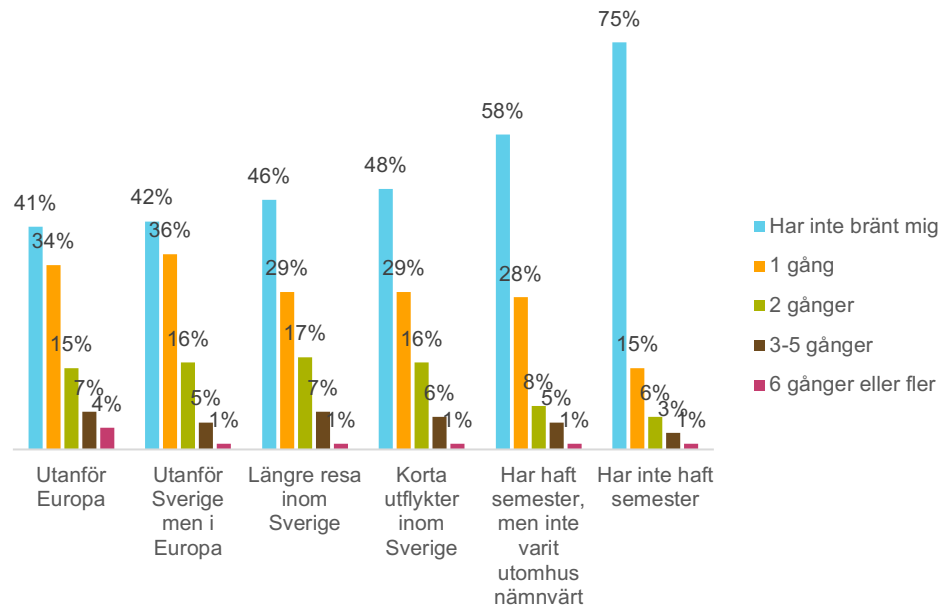


Figur 23. Uppskattad påverkan av reklamfilmerna "Hur mycket sol tål din hud" och "Hur lång är din skugga?". Fråga: "Har filmerna påverkat din uppfattning om solande? Flera alternativ möjliga" Andel som svarat ja på respektive alternativ.

### DE SOM RESER UTANFÖR SVERIGE BRÄNNER SIG MER

I figuren nedan visas hur många gånger svenskarna har bränt sig, uppdelat på hur de har rest sommaren 2022. Tidigare år har en signifikant skillnad konstaterats mellan de som har rest utanför och inom Europa, där det har varit betydligt vanligare att ha bränt sig vid resa utanför Europa. I år tycks den skillnaden plana ut, och antalet solbrännor tycks inte i samma utsträckning korrelera med hur långt bort resan är, utan huruvida den sker innanför eller utanför Sverige. Även inom Sveriges gränser syns en svag ökning, till exempel bland de som har bränt sig två gånger på en längre Sverige-resa eller vid kortare utflykter.

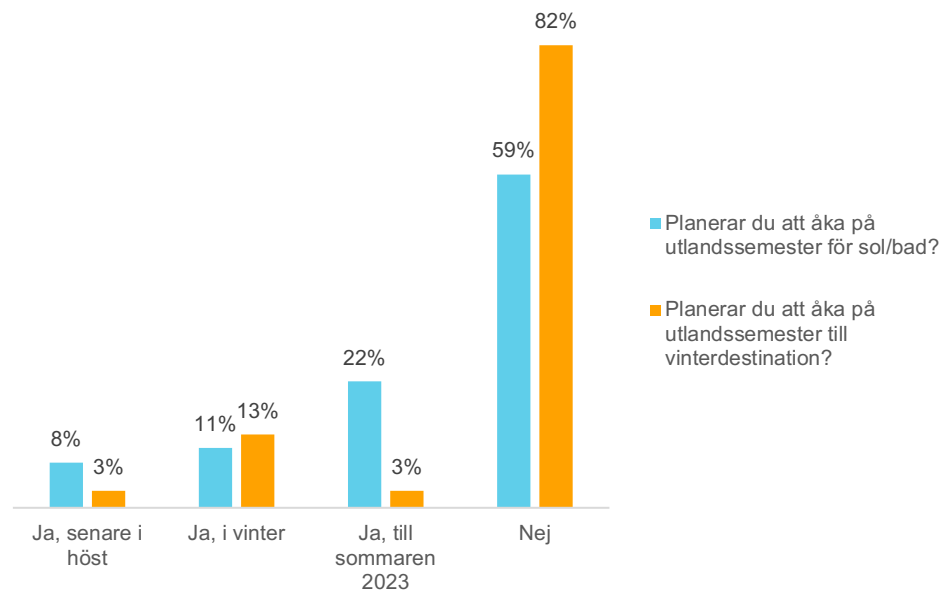
I år syns också att antalet långdistansresor ökar och 6% anger nu att de har rest utanför Europa.



Figur 24. 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 FORTSATT UPPGÅNG EFTER PANDEMIN

Även om en majoritet av svenskarna inte planerar någon utlandssemester det närmsta året ökar de som faktiskt har semesterplaner marginellt. Drygt var femte person planerar en utlandssemester nästa sommar, och en av tio planerar att åka utomlands i vinter.



Figur 25. Planerade resor vid tidpunkten för undersökningen (september 2022).

## **SAMMANFATTNING AV KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE**

Sammanfattningsvis kan vi se följande:

- Det är vanligare att bränna sig flera gånger vid resor utanför Sverige än inom, men även vid resor inom Sverige ökar antalet gånger som svenskar bränner sig marginellt.
- Det är få som har sett Strålsäkerhetsmyndighetens kampanjfilmer sedan tidigare men av dem som nu har sett dem och uppger sig ha blivit påverkade av filmernas budskap är de flesta födda 1985-2004.
- Planerna på utlandssemester det närmsta året ökar nu något efter pandemin, både för vinter- och sommardestinationer. En majoritet av respondenterna har inte planer på att åka utomlands.

## APPENDIX: SOLENKÄTEN 2022

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?

- 2005 eller senare
- 2004
- ... ..
- 1948
- 1947
- 1946 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 uppga
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 4. 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

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

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

### 6. 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

### 7. I vilken ålder är barnen?

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

### 8. 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



**9. 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"/>

**10. Vilken typ av bostad bor du i?**

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

**11. 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

**12. 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.**

**13. 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

**14. 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"/>

**15. De senaste åren har varit 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"/>

**16. 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"/>

**17. 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"/>

**18. 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

**19. 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

**20. 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

**21. 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag solar för att få ett tillskott av D-vitamin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**22. 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

**23. 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

**24. 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.**

---

**25. Vad skulle kunna hindra dig från att bränna dig på ett liknande sätt igen?**

---



**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
- TV/radio
- Text-TV
- Reklam
- Skolan eller arbetsplatsen
- Broschyrer
- Besök på sjukhus, vårdcentral eller liknande
- Internet
- Apotek
- Vänner, släktingar eller bekanta
- Sociala medier (facebook, twitter eller andra kanaler)  Bloggare
- Googlat
- Solkrämsproducenter
- Influencers inom skönhet och hälsa
- Nätläkare
- Annan tidning
- 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
- Cancercentrum
- Annan, nämligen:

**28. Nedan ser du en lista på olika hemsidor och digitala informationskanaler. När det kommer till att hitta information om hälsa och vård, vilken kanal tror du är BÄST, och vilken tror du är SÄMST?**

1177 Vårdguiden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Facebook	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FamiljeLiv.se	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoteket.se	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Folkhälsomyndighetens hemsida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**29. 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 vad gäller dessa frågor?**

	Mycket stort förtroende	Ganska stort förtroende	Varken stort eller litet förtroende	Ganska litet förtroende	Mycket litet 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"/>
Socialstyrelsen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancerfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Osv...						

**30. 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

**31. Hur har du semestrat i sommar? Markera alla nedan som stämmer på din sommarsemester.**

- 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

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

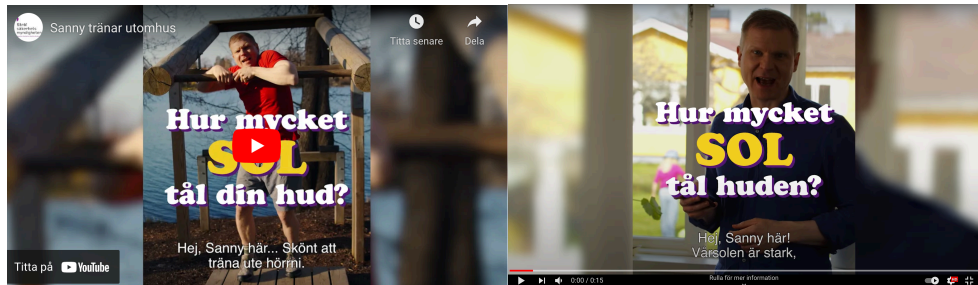
- Ljus eller vit
- Ljust brun
- Brun
- Mörkbrun
- Svart

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

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

**34. Planerar du att åka på utlandssemester till vinterdestination?**

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



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

- Ja
- Nej
- Vet ej

36. Har filmerna på något sätt påverkat din uppfattning om solande?

*Svarsalternativ för de som svarar "Ja" på förgående fråga:*

- Ja, jag tror det är mer viktigt nu att hålla koll på hur länge man är i solen än innan filmen
- Ja, jag tror det är mindre viktigt nu att hålla koll på hur länge man är i solen än innan filmen
- 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, strategi och mjukvarustöd för AI-driven analys, omvärldsbevakning och innovation, hjälper vi våra kunder att omsätta de stora sammanhangen till konkret handling. Kairos Future grundades 1993, vårt huvudkontor finns i Stockholm och vi har egna kontor eller samarbetspartners över hela världen.

För mer information, se [www.kairosfuture.com](http://www.kairosfuture.com) eller kontakta oss:

### **Kairos Future**

Box 804

101 36 Stockholm

*Besöksadress: Västra Järnvägsgatan 3*

08-545 225 00

[info@kairosfuture.com](mailto:info@kairosfuture.com)

[www.kairosfuture.com](http://www.kairosfuture.com)