

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

Sveriges solvanor 2023

NOVEMBER 2023

RAPPORTEN I ETT NÖTSKAL

- Andelen svenskar som har bränt sig har minskat jämfört med 2022, från 49% till 41%. Det finns inga tecken på att användningen av solskydd har ökat. Minskningen beror därför mest troligt på sommarens solsnåla väder.
- Exponeringen för sol utomlands fortsätter att öka i pandemins kölvatten. Samtidigt har exponeringen på badplats i Sverige minskat, vilket troligtvis också beror på sommarens väder.
- Svenskarna fortsätter använda samma solskydd som tidigare år. Att använda kläder och vara i skuggan är fortfarande de vanligaste solskydden, även om andelen som använder dem har minskat något jämfört med 2022. Användningen av keps och solhatt med brätte fortsätter öka. Sedan 2016 har användningen ökat med 10 procentenheter.
- Fler föräldrar använder solskyddskräm och skyddande kläder för att skydda sina barn mot solen. Användningen av solskyddskräm är den högsta på fem år. Samtidigt sjunker andelen föräldrar som skyddar barnen mot solen när den är som starkast och fortsätter därmed en trend som har pågått i flera år. Det är dock fortfarande en hög andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att barnen använder ett adekvat solskydd (83%).
- Traditionella medier ökar kraftigt som informationskanaler kring solstrålningens effekter i efterdyningarna av försommarens nyhetsläge om det ökade antalet cancerfall i Sverige och globalt. 1177.se fortsätter vara den mest besökta websidan för information om solstrålningens effekter.
- I år har två nya frågor ställts i enkäten. Den första handlar om respondenterna använder något verktyg som hjälper dem hålla koll på sitt solande. Resultaten visar att det är få som använder något verktyg men av de som gör det nämns timers och väderappar med UV-index som exempel.
- Den andra frågan är en kunskapsfråga om hur respondenterna tror att hudcancerutvecklingen har varit i Sverige de senaste 10 åren. Resultaten visar att kunskapen om hudcancerutvecklingen är hög men att det finns stora skillnader mellan män och kvinnor och mellan generationerna. Kvinnor är mer insatta i kunskapsläget om hudcancer än män, och de äldre generationerna mer än de yngre.
- Svenskarna har fortsatt högt förtroende för Folkhälsomyndighetens förebyggande arbete mot hudcancer men det har planat ut. Drygt varannan svensk har stort förtroende för Strålsäkerhetsmyndigheten medan var fjärde inte har någon uppfattning.

- Det är fler som har sett Strålsäkerhetsmyndighetens kampanjfilmer "Sanny" i år jämfört med förra året. Det är vanligare att uppge sig ha blivit påverkad av filmernas budskap bland födda 1985-2004.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INLEDNING	5
BAKGRUND	5
METOD OCH REFLEKTIONER ÖVER JÄMFÖRBARHET	5
RAPPORTENS INNEHÅLL	6
SVENSKARNAS SOLVANOR	7
SVENSKAR ÄR FORTSATT MEST EXPONERADE PÅ UTLANDSSEMESTERN	7
EXPONERING VID BADPLATS UTOMLANDS FORTSÄTTER ÖKA I PANDEMINS KÖLVATTEN ..	8
FÄRRE HAR BRÄNT SIG I ÅR JÄMFÖRT MED TIDIGARE	9
DE SOM RESER LÄNGRE BRÄNNER SIG FLER GÅNGER	12
SVENSKARNA SÄTTER ORD PÅ MINNEN OM SOLBRÄNNOR	12
DE ALLRA FLESTA ANVÄNDER INTE UV INDEX-VERKTYG	13
SAMMANFATTNING OM SVENSKARS SOLVANOR	14
SVENSKARS SOLSKYDDSBETEENDE	16
KLÄDER FORTSATT DET VANLIGASTE SOLSKYDDET	16
SAMMANFATTNING SOLSKYDDSBETEENDE	17
BARN SOLSKYDD	18
BÅDE MAMMOR OCH PAPPOR VISAR ÖKADE SOLSKYDDSBETEENDEN I VISSA AVSEENDEN – MEN INTE ALLA	18
FÖRÄLDRAR TILL YNGRE BARN MER SOLSKYDDSMEDVETNA ÄN FÖRÄLDRAR TILL ÄLDRE BARN.....	19
FÖRÄLDRAR SOM SKYDDAR SIG SJÄLVA ÄR MER BENÄGNA ATT SKYDDA SINA BARN	20
ÖVER LAG STABILA SOLSKYDDSBETEENDEN ÖVER TID – MEN TENDENSER PÅ ÖKAD SOLEXPONERING MITT PÅ DAGEN FINNS	20
SAMMANFATTNING AV SOLSKYDD HOS BARN.....	21
SVENSKARS ATTITYDER TILL SOLANDE	22
SVENSKARNAS SOLATTITYDER RELATIVT STABILA	24
SAMMANFATTNING SOLATTITYDER.....	25
INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER	26
TRADITIONELLA MEDIER ÖKAR KRAFTIGT SOM INFORMATIONSKANALER KRING RISKERNA MED SOLSTRÅLNING	26
1177.SE FORTSATT DEN VIKTIGASTE INFORMATIONSKÄLLAN – MEN HAR STAGNERAT .	27
KUNSKAPEN OM HUDCANCERUTVECKLINGEN SKILJER STORT MELLAN GENERATIONER OCH MÅN OCH KVINNOR	28
FOLKHÄLSOMYNDIGHETEN HAR FORTSATT STORT FÖRTROENDE	29
SAMMANFATTNING AV INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER	30
KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE	31
SANNY-FILMERNAS MEST FRAMGÅNGSRIKA BLAND YNGRE.....	31
VAR FEMTE SVENSK PLANERAR EN UTLANDSSEMESTER TILL SOMMAREN	32
SAMMANFATTNING AV KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE	33
APPENDIX: SOLENKÄTEN 2023	34

INLEDNING

BAKGRUND

Enkäten som ligger till grund för den här rapporten syftar till att fånga svenskarnas attityder och vanor kring solande.¹ 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 2022 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.

Nytt för i år är två frågor. Den ena handlar om respondenterna använder någon tjänst eller verktyg för att hålla koll på sitt solande. Den andra är en kunskapsfråga om hur respondenterna tror att antalet hudcancerfall har utvecklats i Sverige de senaste 10 åren.

METOD OCH REFLEKTIONER ÖVER JÄMFÖRBARHET

Enkäten om svenskarnas solvanor har distribuerats till en webbpanel med ett nationellt urval av 1070 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 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.

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

² 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 "gulddpanel" är en internetpanel som slumpmässigt rekryteras, 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

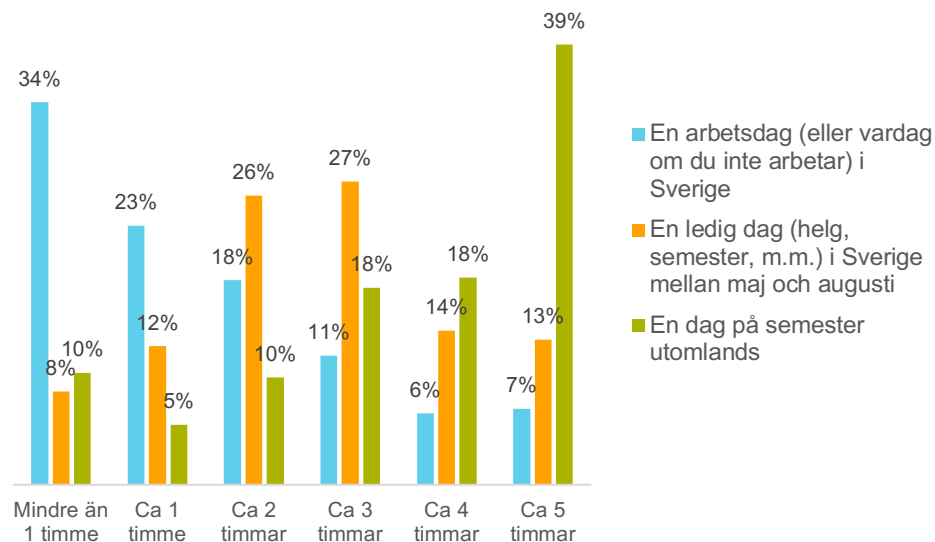
I denna sammanfattande rapport lyfts de viktigaste insikterna från enkäten om svenskars solvanor och sätts i ett bredare sammanhang. I slutet på rapporten finns enkäten i sin helhet. Vi varierar språket genom att ibland använda begreppet ”respondenter” och ibland ”svenskar”.

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 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 de första två 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 FORTSATT 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, liksom tidigare år, 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 har uppmätts tidigare år. Jämfört med förra året syns en något minskad solexponering under arbetsdagar. 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 som genomfördes innan pandemin, vet vi att 35% av svenskarna uppgav 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. 2022⁶ ökade siffran igen till 30%. 2023⁷ har andelen ökat ytterligare, och 36% angav att deras viktigaste semesterresa var en sol- och badsemester, d.v.s. nästan identiskt med prepandemiska nivåer. Den minskade solexponeringen utomlands som pandemin medförde ser alltså ut att vara nästan helt återställd nu.

EXPONERING VID BADPLATS UTOMLANDS FORTSÄTTER ÖKA 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. Förra året ökade exponeringen kraftigt, en ökning som har fortsatt i år och svenskarnas exponering för solstrålning vid badplats utomlands är nu i likhet med innan pandemin.

I år syns också att andelen svenskar som har exponerats vid badplatser i Sverige har minskat med 6 procentenheter, den lägsta siffran sedan 2016. Vad den minskningen beror på går inte att fastslå med enkäten, men sommarens regniga väder är en trolig orsak.

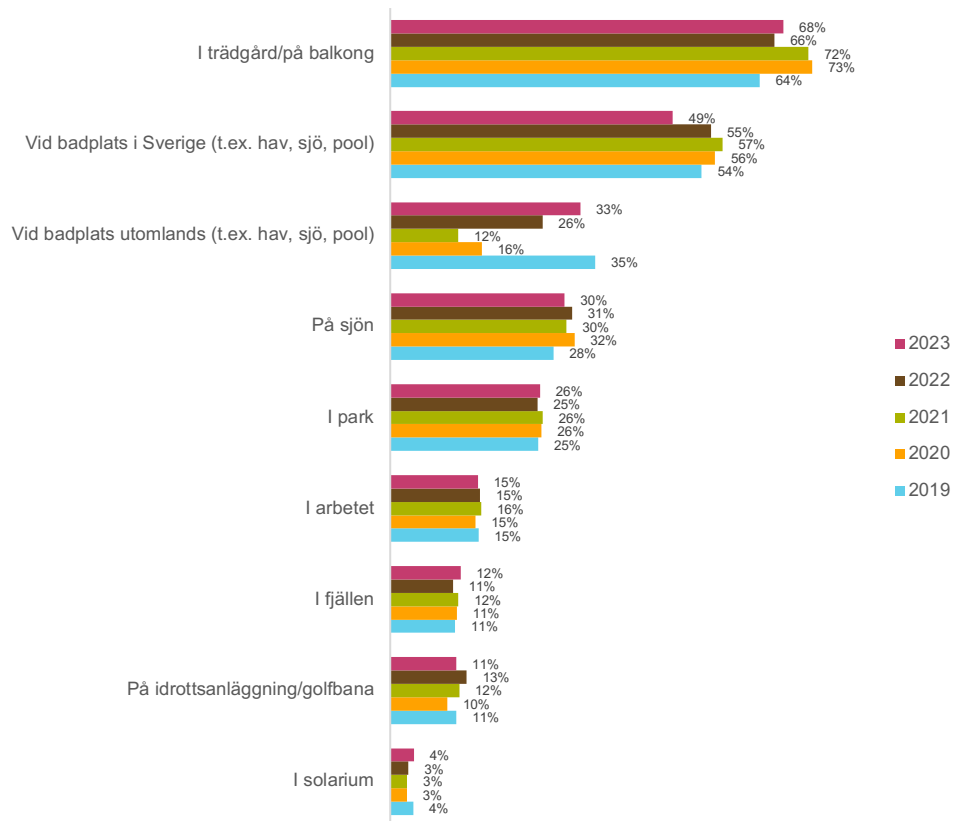
³ Enkätundersökning med n=1531 svenskar (Norstats webpanel, guldpanelen) i oktober 2019.

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

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

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

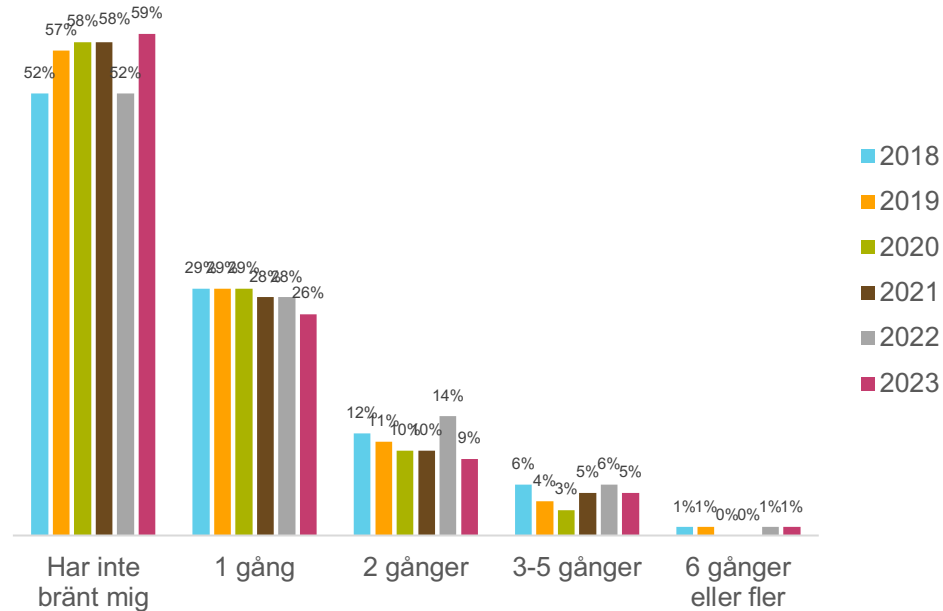
⁷ Enkätundersökning med n=1145 svenskar (Norstats webpanel, guldpanelen) i oktober 2023.



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 2023, 2022, 2021, 2020 och 2019.

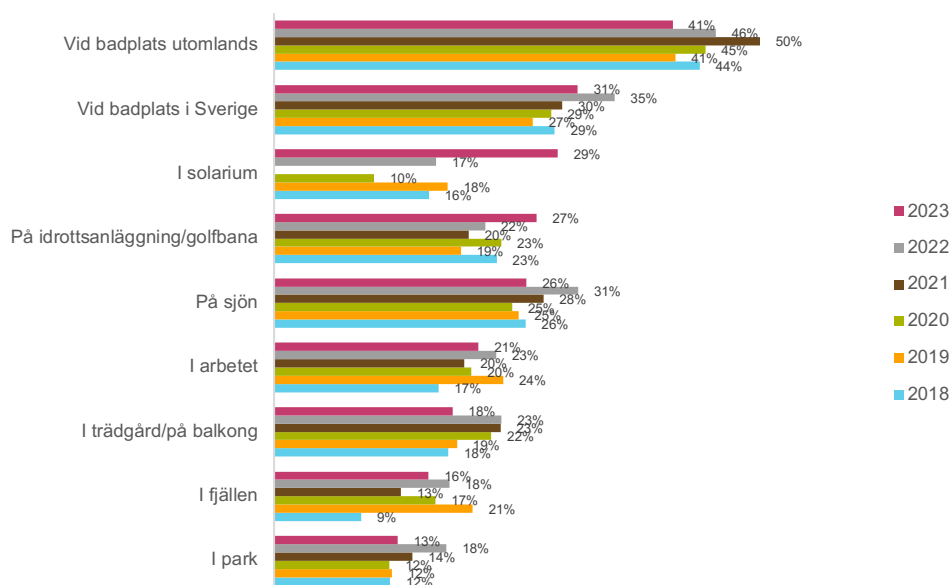
FÄRRE HAR BRÄNT SIG I ÅR JÄMFÖRT MED TIDIGARE

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 har bränt sig. Figur 3 nedan visar att andelen svenskar som har bränt sig har minskat 2023 jämfört med tidigare år. Även här finns anledning att misstänka att sommarens väder kan ha ett finger med i spelet, och att det inte beror på ett trendbrott bland svenskarnas solvanor.



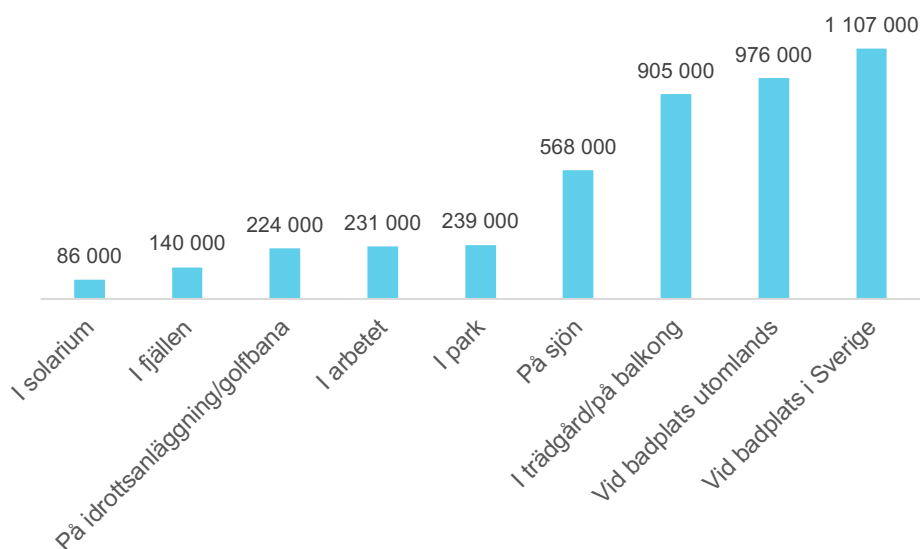
Figur 3. Andelen respondenter som bränt sig under det senaste året olika antal gånger.
Fråga: Hur ofta under det senaste året har du bränt dig så att huden blir både röd och sved?

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 minskar på alla platser utom idrottsanläggning/golfbana och solarium. Badplatser utomlands är fortfarande den plats som har högst riskprofil. Vad gäller den ökade relativa andelen som har bränt sig i solarium är det värt att notera att det är få svenskar som solar solarium över lag. Här har en marginell ökning skett sedan förra året (kanske till följd av sommarens solsnåla väder), liksom en marginell ökning i andelen som har bränt sig. När det handlar om så få procent får en liten rörelse en till synes stor effekt, varför det är värt att tolka den här ökningen med försiktighet.



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).

Ser vi till *antalet* personer som bränt sig på de olika platserna under året i Figur 5 nedan, syns samma trend, och antalet som bränner sig har nu sjunkit på alla platser utom solarium och idrottsanläggning/golfbana. Förra året var det flest antal svenskar som brände sig vid badplats i Sverige och därefter i trädgården/på balkongen. I år är det fler som har bränt sig utomlands än i trädgården, vilket kan förklaras av att utlandsresorna har ökat och närmar sig prepandemiska nivåer.

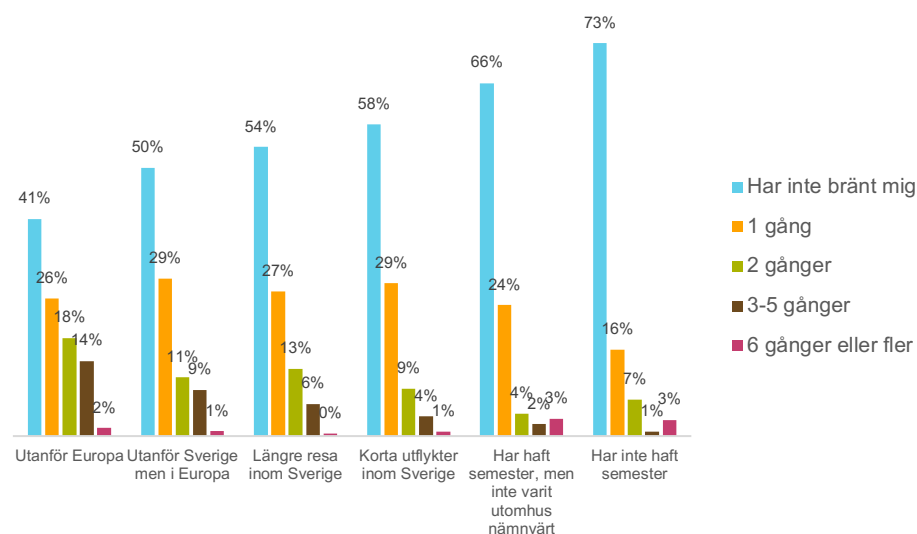


Figur 5. Uppskattat antal svenskar som bränt sig vid olika platser (andel som uppgivit att de bränt sig på en plats, multiplicerat med Sveriges befolkning 18–74 år).

DE SOM RESER LÄNGRE BRÄNNER SIG FLER GÅNGER

I figuren nedan visas hur många gånger svenskarna har bränt sig, uppdelat på hur de har rest sommaren 2023. 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. Förra året planade den skillnaden ut något, och antalet solbrännor tycktes inte i samma utsträckning korrelera med hur långt bort resan är, utan huruvida den sker innanför eller utanför Sverige.

Det sambandet syns i år också, om än svagt. Av de som har bränt sig en gång verkar inte sambandet mellan semesterort vara starkt, det skiljer få procentenheter mellan de som knappt har varit utomhus på sin semester och de som har rest utanför Europa. Vad gäller de som har bränt sig 2-5 gånger syns ett starkare samband. Det är vanligare att ha bränt sig fler gånger vid resor utanför Europa men bortsett från långdistansresorna verkar det inte spela betydande roll om svenskarna har gjort en längre resa inom Sverige eller i Europa, där antalet solbrännor skiljer sig lite.



Figur 6. Hur många gånger svenskarna har bränt sig, uppdelat på var de har semesterat sommaren 2023. 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?".

SVENSKARNA SÄTTER ORD PÅ MINNEN OM SOLBRÄNNOR

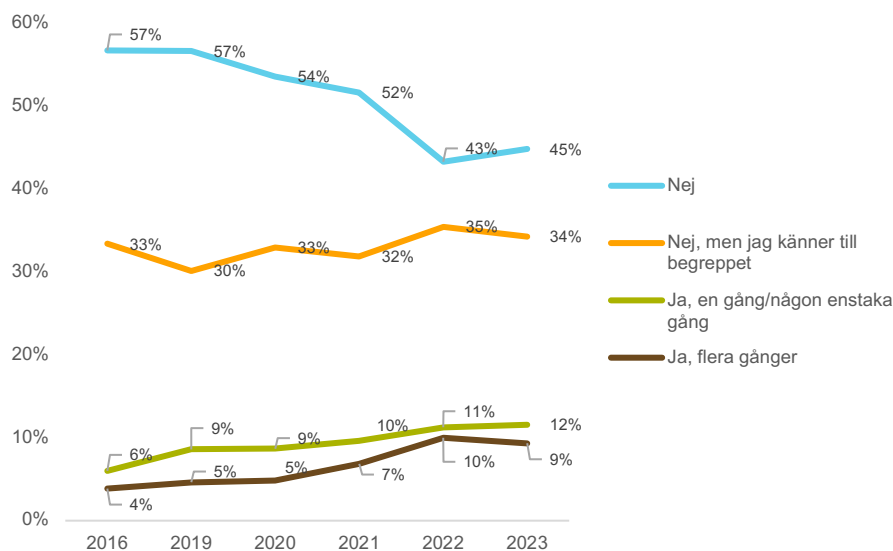
Liksom tidigare enkäter har respondenterna fått beskriva den senaste gången de har bränt sig i solen i fritext. I Figur 7 nedan visualiseras svaren, där de ord som har använts mest frekvent blir större i storlek.

”Timer så jag inte ligger för länge i solen. UV-index på telefonen för att ha koll på hur stark solen är”

”UV-index på startsidan av min Apple Watch”

”Min soltid - app för att ha koll på UV-index och hur länge man kan vara i solen utan att bränna sig”

Att det är få som har vetskap om och använder olika UV-indextjänster och appar stöds också av den konkreta fråga som ställs i enkäten där respondenterna får besvara om de använder just UV-index för att anpassa sin tid i solen. I Figur 8 nedan syns att de allra flesta inte använder det men att andelen som utnyttjar tekniken ökar över tid, om än långsamt.



Figur 8. Tidsserie över andelen människor som använder UV-index för att anpassa sin tid i solen 2016-2023. Fråga: Har du någon gång under det senaste året använt dig av begreppet UV-index för att anpassa din tid i solen?

SAMMANFATTNING OM SVENSKARS SOLVANOR

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- Andelen svenskar som har bränt sig 2023 är 41% vilket är en minskning med åtta procentenheter sedan 2022 som också är signifikant.
- Svenskarna har över lag utsatt sig för solen i samma utsträckning som tidigare. Platserna där detta sker vid fortsätter återgå i likhet med hur det såg ut innan pandemin och solexponering utomlands fortsätter öka. Solexponering på badplats i Sverige har dock minskat jämfört med 2022.
- Badplatser utomlands är fortfarande den mest riskfyllda solningsplatsen även om andelen som har bränt sig där har minskat.
- Solarier och idrottsanläggningar/golfbanor är de enda platser där fler har bränt sig i år jämfört med förra året.

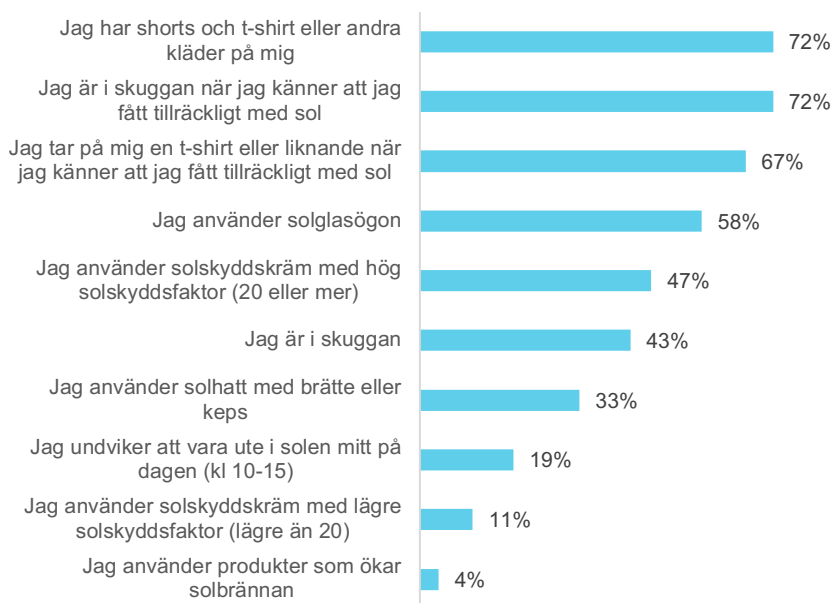
- De som reser längst bränner sig flest gånger, men skillnaderna mellan en längre resa i Sverige och en resa i Europa har inte nämnvärd effekt på antalet brännor.
- Vanliga beskrivningar av minnen om solbrännor handlar om att ha varit i solen för länge och att ha glömt smörja sig med solskyddskräm.
- Det är få svenskar som använder UV-index för att anpassa sin soltid, andelen som gör det ökar dock långsamt över tid.

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.

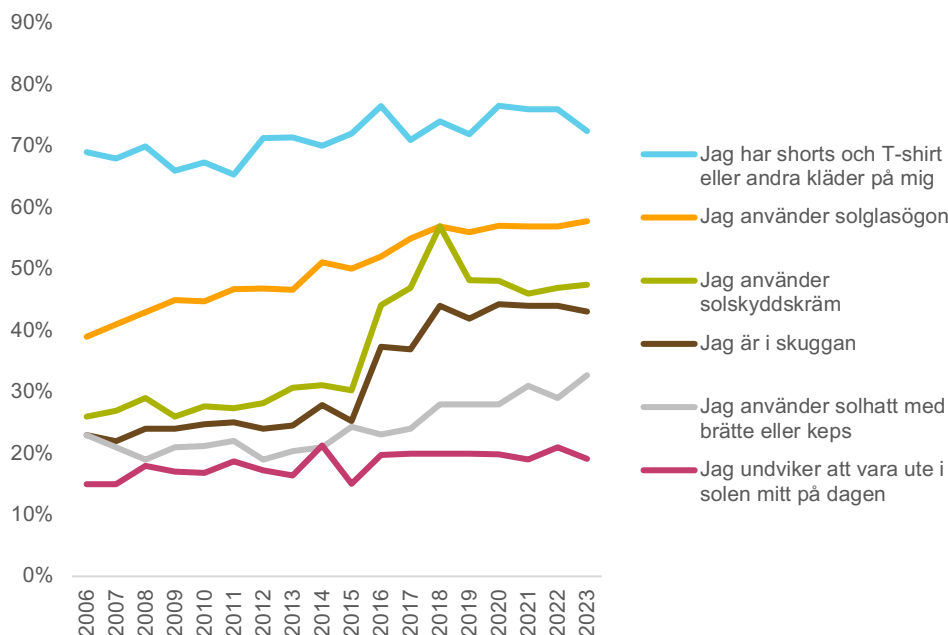
KLÄDER FORTSATT DET VANLIGASTE SOLSKYDDET

På frågan om hur man brukar skydda sig mot solen svarar drygt sju av tio att de ofta eller alltid använder kläder som solskydd. Resultaten i figur 9 nedan är mycket lika resultaten från 2022 förutom att andelen svenskar som använder kläder som solskydd och är i skuggan har sjunkit något (-4 och -3 procentenheter). Trots det är kläder och vara i skuggan fortfarande de vanligaste solskydden. Användningen av keps och solhatt med brätte har ökat något jämfört med 2022 och fortsätter därmed en successiv ökning som har pågått över tid. 2016 svarade 23% att de använder solhatt, jämfört med 33% i år.



Figur 9. 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 figur 10 syns fler förändringar över tid. Dessa handlar framför allt om att vara i skuggan, använda solglasögon och solskyddskräm. Dessa solskydds beteenden ser dock ut att ha stabiliserat sig runt de nivåer de har legat på de senaste åren.



Figur 10. Andelen som "ofta" eller "alltid" använder olika solskyddsmetoder över tid sedan 2006

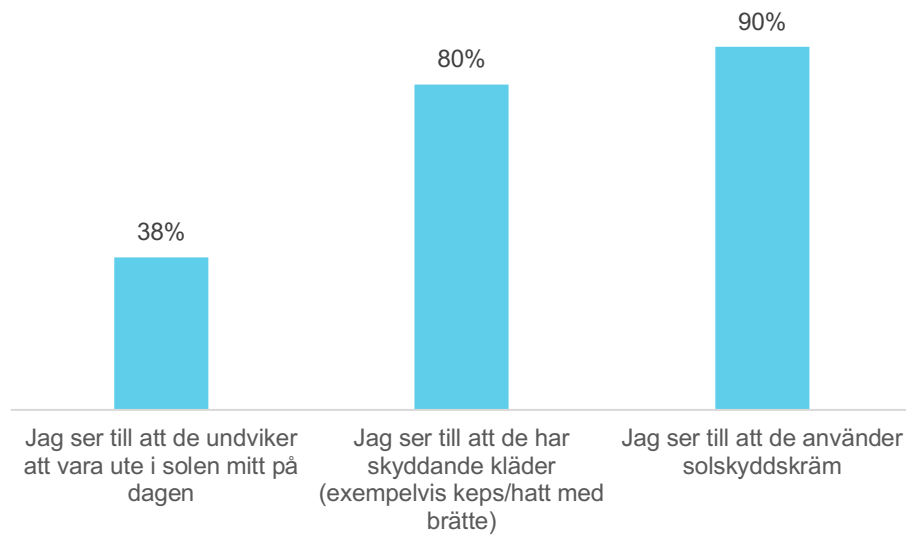
SAMMANFATTNING SOLSKYDDSBETEENDE

Sammanfattningsvis har vi sett att:

- Svenskarna i hög utsträckning fortsätter använda samma solskydd som tidigare år. Att använda kläder och vara i skuggan är det vanligaste solskydds beteenden, även om andelen som använder dem har sjunkit något sedan 2022.
- Användningen av solhatt med brätte eller keps fortsätter öka. Den ökningen har skett successivt över tid och användningen har ökat med 10 procentenheter sedan 2016.
- Andra solskydds beteenden som har ökat över tid är att vara i skuggan, använda solskydds kräm och solglasögon. Dessa har dock stabiliserat sig runt de nivåer de har legat på de senaste åren.

BARNES SOLSKYDD

För att få en bättre överblick av barns solskydd har vi liksom 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 11 nedan.



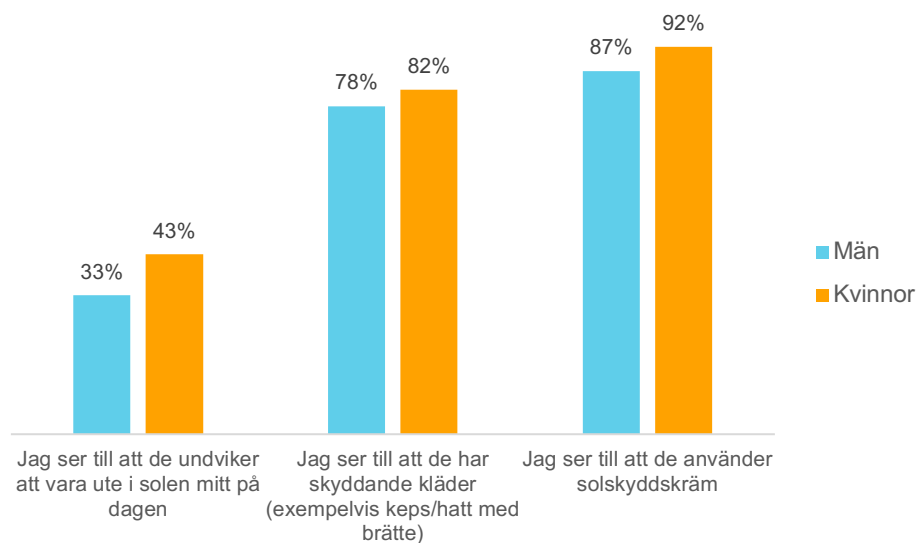
Figur 11. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd.

Resultaten visar att en hög andel föräldrar använder skyddande kläder och solskyddskräm som solskydd till sina barn. Liksom tidigare år är det färre som ser till att barnen undviker solen mitt på dagen.

Andelen som ofta eller alltid använder någon av Strålsäkerhetsmyndighetens rekommenderade metoder, dvs. användandet av skyddande kläder eller undviker att vara utomhus på dagen är 83%, en marginell ökning jämfört med 2022.

BÅDE MAMMOR OCH PAPPOR VISAR ÖKADE SOLSKYDDSBETEENDEN I VISSA AVSEENDEN – MEN INTE ALLA

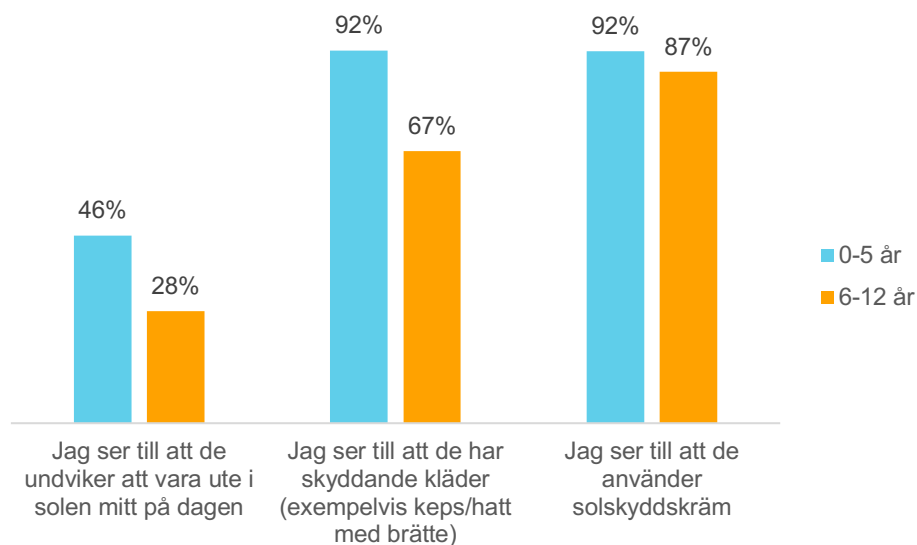
En intressant aspekt att undersöka är om det finns könsskillnader i mammors och pappors solskydds beteenden kring sina barn. Resultaten i Figur 12 visar att mammorna tar något större ansvar för barnens solskydd än papporna men skillnaderna är inte statistiskt signifikanta. Jämfört med 2022 har både mammor och pappor ökat barnens användning av skyddande kläder och solskydds kräm. Ökningen är något mer tydlig hos papporna. Vad gäller att se till att barnen undviker solen mitt på dagen syns ett minskat solskydds beteende hos både mammor och pappor. Minskningen är något mer tydlig hos mammor än pappor.



Figur 12. 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 solskydds beteende korrelerar med åldern på barnen. Liksom tidigare år tycks föräldrar med barn i åldern 0–5 år 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 se till att barnen har skyddande kläder och att undvika solen mitt på dagen där skillnaden mellan åldersgrupperna är signifikant.

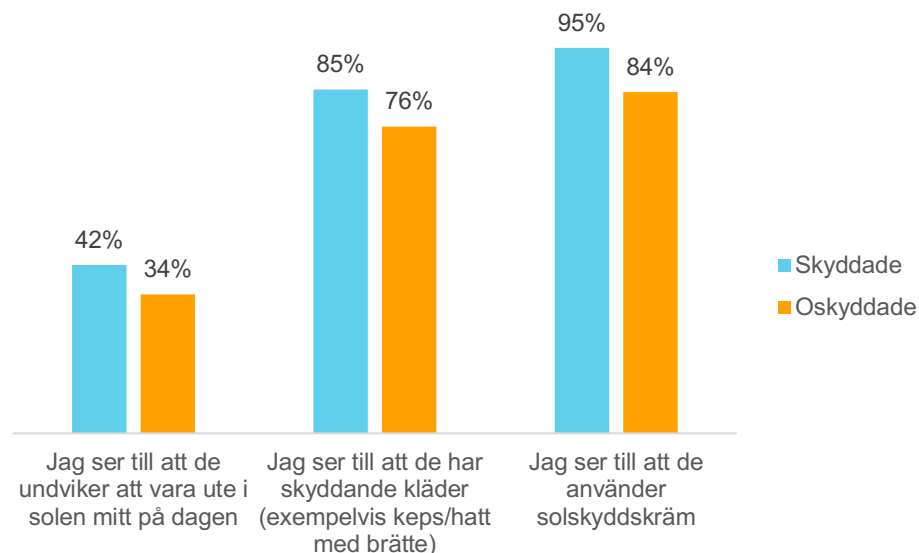


Figur 13. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd brutet på barnens ålder.

När det kommer till att se till att barnen har skyddande kläder och solskyddskräm är resultaten överlag lika de som uppmättes 2022. Den största skillnaden jämfört med 2022 syns vad gäller att skydda barnen mot solen mitt på dagen. Där har andelen föräldrar till 0-5-åringar minskat från 55% till årets 46% medan andelen föräldrar till barn 6-12 år har ökat med 3 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 högre än bland föräldrarna som anser sig skydda sig mindre.

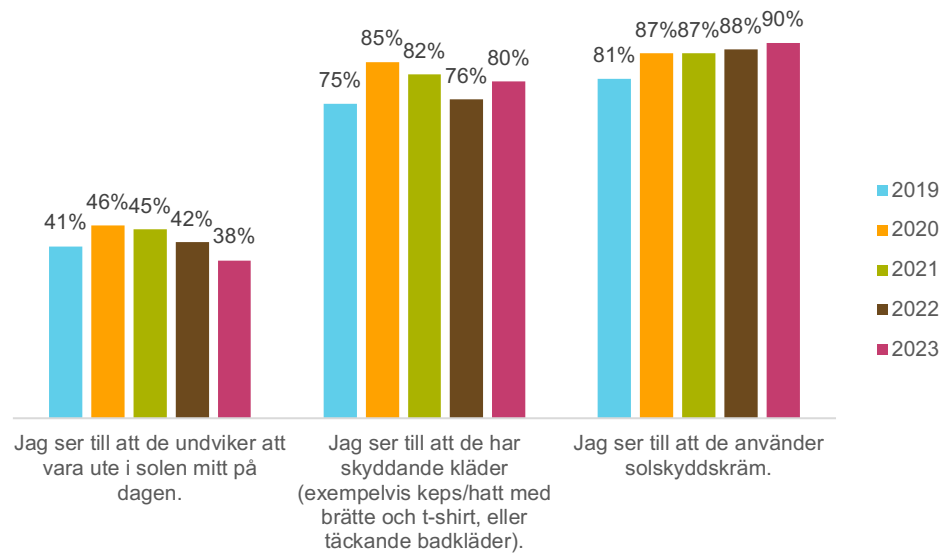


Figur 14. Andel föräldrar som ofta eller alltid ser till att deras barn använder olika typer av solskydd brutet på hur väl föräldrarna anser att de skyddar sig själva.

ÖVER LAG STABILA SOLSKYDDSBETEENDEN ÖVER TID – MEN TENDENSER PÅ ÖKAD SOLEXPONERING MITT PÅ DAGEN FINNS

Om vi tar ett steg tillbaka och följer utvecklingen över tid (Figur 15) kan vi notera att andelen som skyddar sina barn på olika vis är relativt stabil, med undantag för 2019 och 2022 då färre skyddade sina barn över lag. Jämfört med förra året har användningen av skyddande kläder ökat, och andelen som ser till att barnen använder solskyddskräm är den högsta på fem år.

En mindre positiv utveckling syns dock när det kommer till att låta barnen undvika solen när den är som starkast mitt på dagen, där andelen i stället är den lägsta på fem år. Även om sommarens solsnåla väder bör beaktas kan inte det förklara den nedgång som har pågått under flera år. Den här utvecklingen blir viktig att följa framöver för att säkerställa att andelen föräldrar som använder solskyddskräm inte ökar på bekostnad av att barnen undviker solen när den är som starkast.



Figur 15. 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 relativt hög andel föräldrar ser till att deras barn ofta eller alltid använder adekvat solskydd.
- Användningen av solskyddskräm är den högsta sedan 2018. Samtidigt är andelen föräldrar som ser till att sina barn undviker solen mitt på dagen den lägsta på fem år.
- Föräldrar till yngre 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 skydda sina barn.
- Mammor tar fortfarande något större ansvar för barnens solskydd än papporna, men pappornas solskydds beteende kring sina barn har ökat vilket gör att könsskillnaderna minskar.

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 2015.⁸ 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 16 nedan.

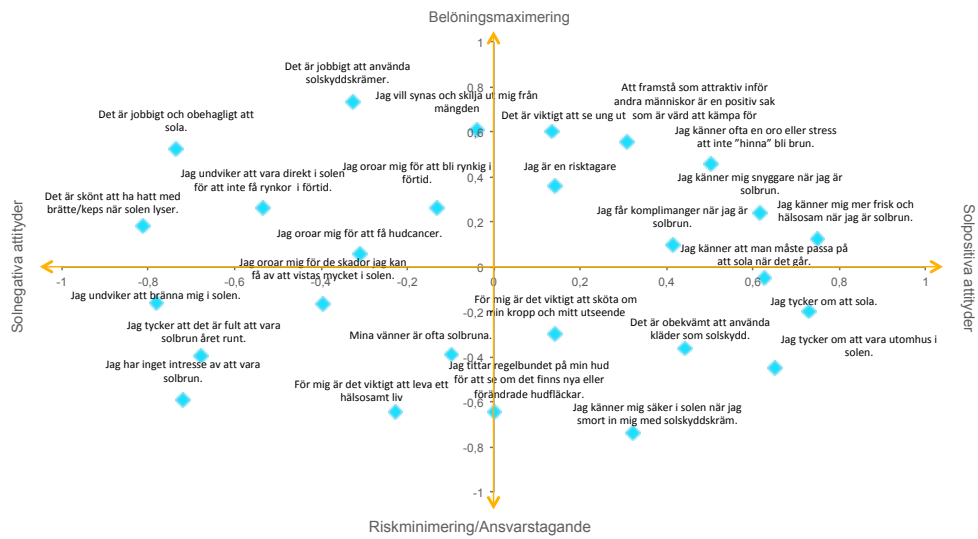
- Jag tycker om att vara utomhus i solen.
- Jag tycker om att sola.
- Jag oroar mig för de skador jag kan få av att vistas mycket i solen.
- Jag undviker att bränna mig i solen.
- Det är jobbigt att använda solskyddskrämer.
- Jag oroar mig för att bli rynkig i förtid.
- Det är skönt att ha hatt med brätte/keps 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 16. 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 17 nedan visar en MDS för attitydpåståendena ovan.⁹

⁸ "Solstress, En rapport om svenskars solande" Kairos Future, 2015

⁹ Denna MDS är baserad på svaren från undersökningen 2016 för att jämförelser skall kunna göras mellan åren.

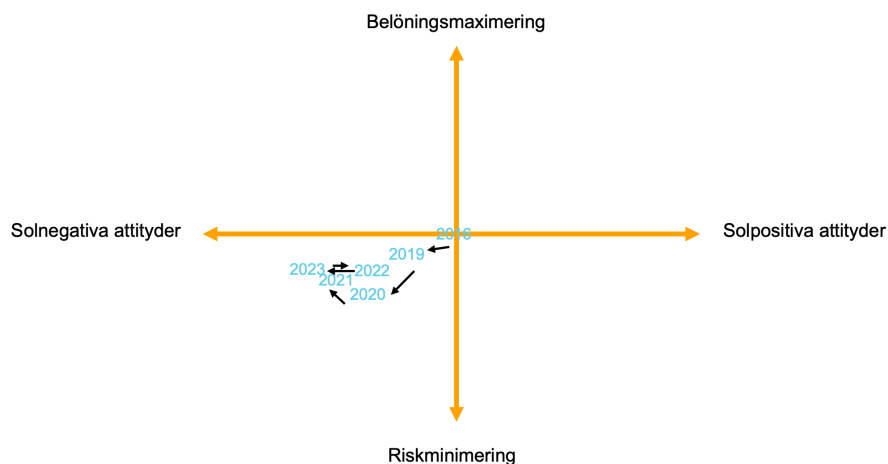


Figur 17. Multidimensionell Skalering (MDS) av solattitydpåståenden.

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. Anmärkningsvärt är att mer än hälften av alla kvinnor (56%) 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 18 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. Från 2022 till 2023 syns återigen en liten rörelse sydväst i kartan mot mer riskminimerande och solnegativa attityder. Vi tittar närmare i avsnittet nedan på vad som orsakar förskjutningen.



Figur 18. 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. De påståendena flest instämmer i är ”Jag undviker att bränna mig i solen”, ”För mig är det viktigt att leva ett hälsosamt liv” följt av ”Jag tycker om att vara utomhus i solen”. De tre påståendena har legat i topp flera år i rad men i år byter det hälsosamma livet plats med att tycka om att vara utomhus i solen. Skillnaderna mot tidigare år är dock få. Något fler tycker det är jobbigt att sola och fler tycker det är skönt att ha hatt med brätte/keps.

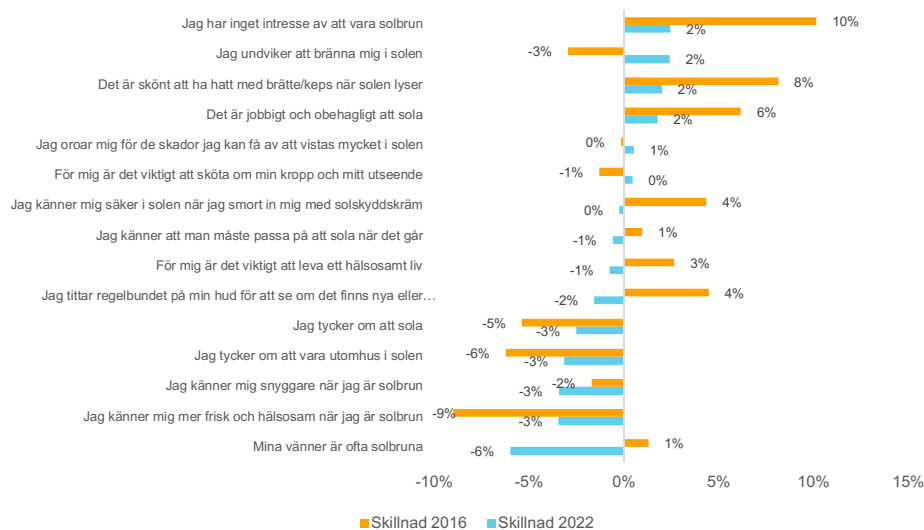


Figur 19. De 15 attitydpåståendena flest svenskar instämmer i 2022.

Det som driver förflyttningen mot solnegativa attityder och riskminimering i MDS-kartan handlar mer om att solpositiva och belöningsmaximerande attityder har

avtagit snarare än att solnegativa attityder har ökat (även om det finns svaga sådana tendenser också). Det är framför allt att ”framstå som attraktiv inför andra människor”, ”att se ung ut” och ”att känna sig mer frisk och hälsosam när man är solbrun” som har minskat jämfört med 2022. ”Jag undviker att bränna mig i solen” och ”det är skönt att använda solhatt med brätte/keps” är exempel på solnegativa attityder som har ökat marginellt.

Även om 2022 visade en tillbakagång mot solpositiva attityder har rörelsen över tid ändå varit i den sydvästra kvadranten, mot solnegativa attityder. I Figur 20 nedan syns också att den typen av påståenden har ökat mest sedan 2016, där ointresset för att vara solbrun, det är skönt att ha hatt med brätte/keps och att det upplevs vara jobbigt att sola visar en tydlig ökning. Kartan ovan visualiserar således en trend mot solnegativa attityder som har pågått i flera år.



Figur 20. Förändring över tid i hur många som instämmer i de 15 attitydpåståendena flest svenskar instämmer i 2023. Orange stapel visar förändringen från 2016 till 2023, och blå från 2022 till 2023.

SAMMANFATTNING SOLATTITYDER

- Svenskarnas solattityder är stabila med en stadig trio i toppen som delas av 75%-85% av svenskarna: ”Jag undviker att bränna mig i solen”, ”För mig är det viktigt att leva ett hälsosamt liv”, ”Jag tycker om att vara utomhus i solen”.
- Även om 2022 visade en tillbakagång mot solpositiva attityder visar årets undersökning att den rörelse som vi har sett tidigare år nu är åter i kurs – svenskarnas solattityder fortsätter röra sig mot de solnegativa- och riskminimerande axlarna.
- Rörelsen drivs snarare av att solpositiva och belöningsmaximerande attityder minskar snarare än att de solnegativa attityderna blir starkare.

INFORMATIONSKÄLLOR OCH AKTÖRER

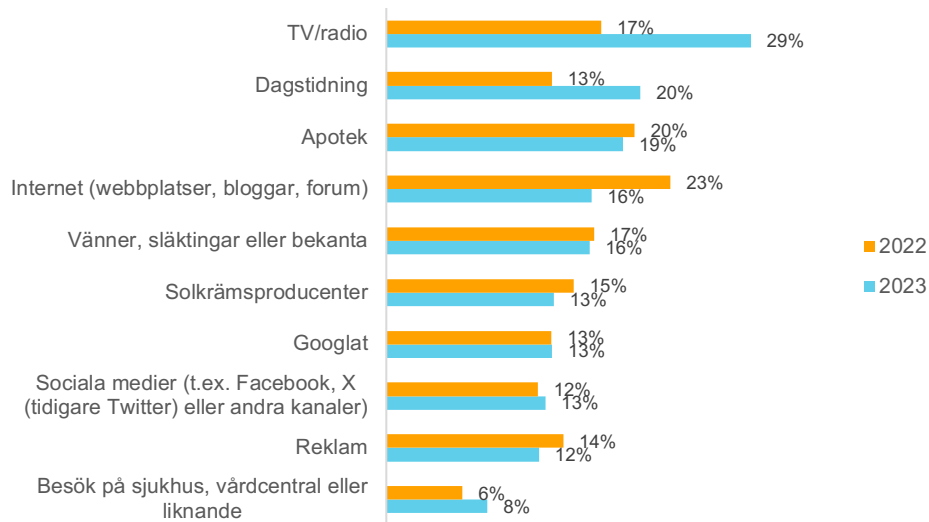
TRADITIONELLA MEDIER ÖKAR KRAFTIGT SOM INFORMATIONSKANALER KRING RISKERNA MED SOLSTRÅLNING

Frågan om vilka informationskanaler respondenterna använder för information om solstrålningens effekter har ställts i flera år och i takt med att medielandskapet har förändrats har de vanligaste kanalerna för information om hudcancer också gjort det. 2016 visade att traditionella medier som TV, radio och dagstidningar var bland de vanligaste informationskanalerna medan de har ersatts av internet under 2022.

I år har den här frågan uppdaterats något där alternativ som de senaste åren har valts av väldigt få har tagits bort medan internet och bloggare har sammanslagits i ett alternativ i stället för två. Dessutom lades solkrämsproducenter, nätläkare och influencers inom skönhet och hälsa till som alternativ förra året. I och med att frågan har uppdaterats genom årens gång får direkta jämförelser göras med försiktighet.

Med den vetskapen i beaktning är det ändå noterbart att TV, radio och dagstidningar visar kraftigt ökade siffror i år jämfört med förra året och att internet minskar. En trolig orsak till dessa förändringar är nyheterna om de ökade hudcancerfallen globalt och i Sverige som avlöste varandra under försommaren. Resultaten i Figur 21 tycks visa att de traditionella medierna fortfarande har genomslagskraft och god räckvidd vid nyhetslägen även om internet har vuxit mer som informationskanal över tid.

Att internet har minskat i år är något svårtolkat, kanske ligger nyheterna i de traditionella medierna mer färskt i minnet när det senaste årets informationsinhämtning om hudcancer reflekteras över. En annan möjlig förklaring är att alternativet i år hade gjorts om något och att bloggar nu har inkluderats inom parentes. Oavsett ser ”googlingarna” kring hudcancer stabila ut varför det är svårt att tänka sig att minskningen av internet är så drastisk som den ser ut nedan.



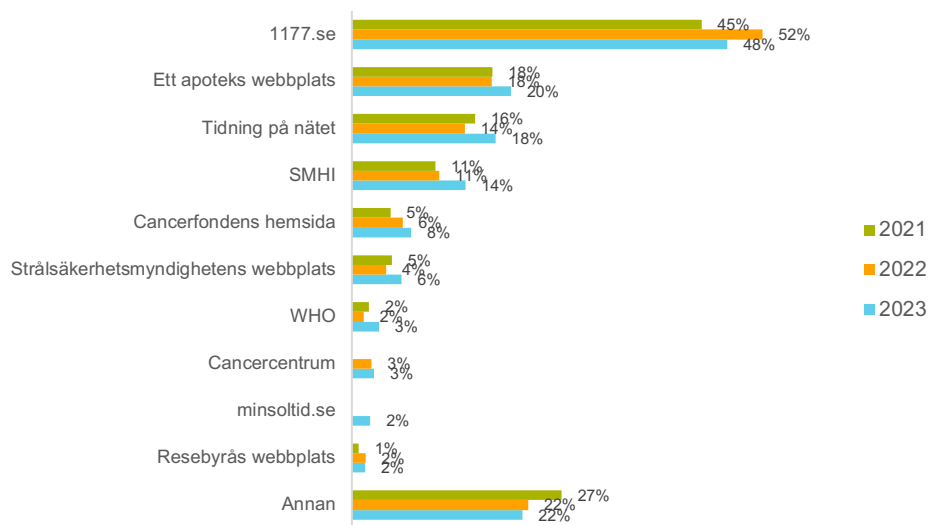
Figur 21. De tio vanligaste informationskanalerna för olika åldersgrupper 2023 jämfört med 2022. Fråga: På vilka sätt, om några, har du under det senaste året tagit del av information om hudcancer, solstrålningens styrka eller riskerna med att sola?

1177.SE FORTSATT DEN VIKTIGASTE INFORMATIONSKÄLLAN – MEN HAR STAGNERAT

Liksom år 2016, 2019, 2020, 2021 och 2022 har respondenterna fått frågan om vilka webbplatser de har besökt. Förra året adderades Cancercentrum som alternativ och i år har minsoltid.se adderats.

Vårdguiden, eller 1177.se behåller sin ställning som primär digital informationskälla och naturlig portal på webben att söka sig till men ökar inte längre. I år syns i stället en marginell minskning.

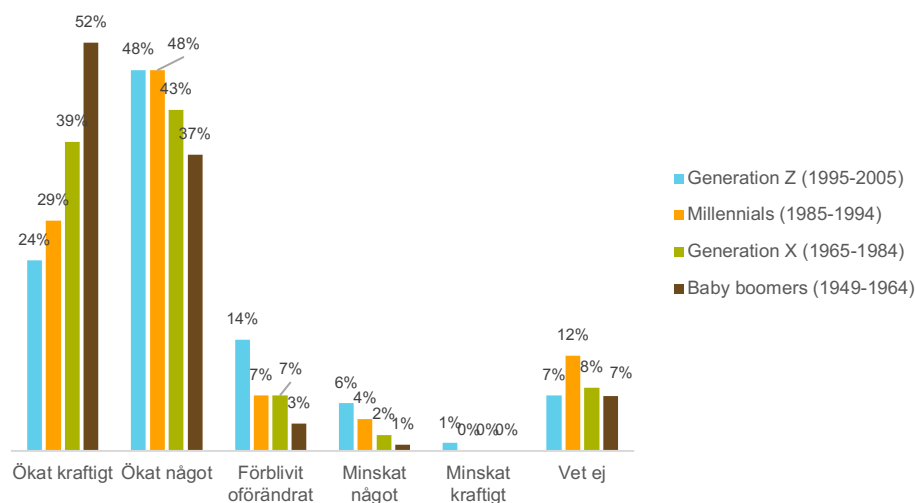
Samtidigt ökar flera av de andra informationskällorna, som bland annat ett apoteks webbplats, tidning på nätet, SMHI, Cancerfondens hemsida och Strålsäkerhetsmyndighetens webbplats vilket skulle kunna vara ett resultat av nyhetsläget kring ökningen av antalet hudcancerfall och att fler människor därför aktivt har sökt information om det.



Figur 22. 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?

KUNSKAPEN OM HUDCANCERUTVECKLINGEN SKILJER STORT MELLAN GENERATIONER OCH MÄN OCH KVINNOR

Nytt för i år är att vi har ställt en kunskapsfråga om hur svenskarna tror att den generella utvecklingen av antalet hudcancerfall i Sverige har varit de senaste 10 åren. Resultaten visar att svenskarna över lag har god kunskapsgrund om att antalet hudcancerfall har ökat och 37% tror att den har ökat kraftigt och 44% att den har ökat något. På så sätt verkar försommarens nyheter om hudcancerutvecklingen ha haft genomslagskraft. Det finns dock stora variationer mellan såväl könen som generationerna. 30% av männen och 45% av kvinnorna tror att hudcancerfallen har ökat kraftigt och i Figur 23 syns att de äldre har betydligt bättre kunskapsgrund om hudcancerutvecklingen än de yngre.

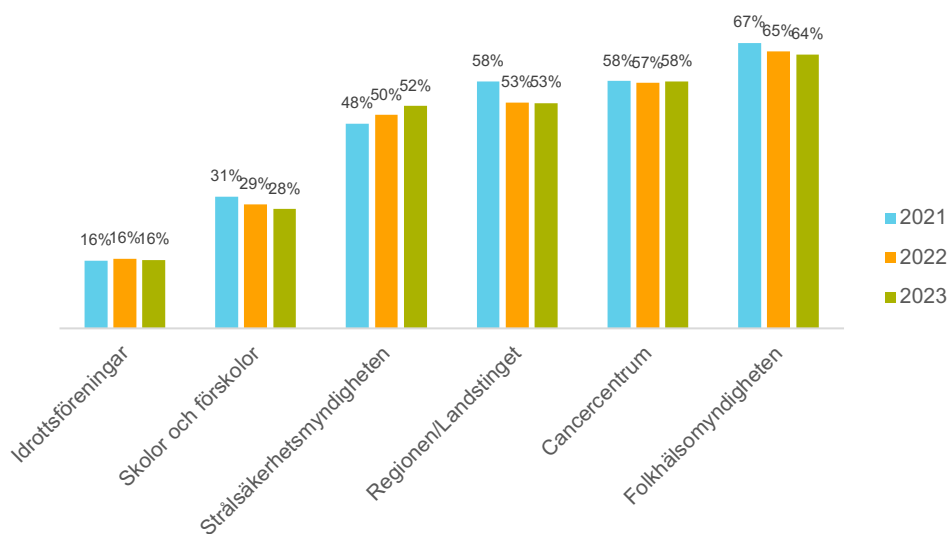


Figur 23. Hur tror du att den generella utvecklingen av antalet hudcancerfall i Sverige har varit de senaste 10 åren? Resultat, brutet på generationstillhörighet.

FOLKHÄLSOMYNDIGHETEN HAR FORTSATT STORT FÖRTROENDE

Tidigare undersökningar har visat att ungefär hälften av svenskarna har ganska stort eller mycket stort förtroende för Strålsäkerhetsmyndighetens arbete att förebygga hudcancer. Samtidigt svarar var fjärde svensk att de inte har någon uppfattning om myndighetens arbete, vilket kan bero på att myndigheten inte är så känd.

Bland övriga aktörer har Folkhälsomyndigheten starkast förtroende och även Cancercentrum visar stabila siffror. Förtroendet för regionen som fick ett uppsving under pandemin har de senaste två åren visat resultat likt de innan pandemin.



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:

- Traditionella medier som tv, radio och dagstidningar visar en kraftig ökning som kanaler för information om hudcancer i år jämfört med 2022. Det beror troligtvis på nyhetsläget under försommaren som kretsade kring det ökade antalet hudcancerfall i Sverige och globalt.
- 1177.se är fortsatt den vanligaste informationskällan även om den nu tycks ha stabiliserat sig runt 50%. Samtidigt ökar andra informationskällor, om än marginellt, vilket troligtvis speglar försommarens nyhetsläge kring hudcancer.
- Svenskarna har relativt god kännedom om att antalet hudcancerfall har ökat de senaste 10 åren. Det finns dock stora skillnader mellan män och kvinnor och mellan äldre och yngre. Kvinnor har bättre kännedom om hudcancerutvecklingen än män, och äldre än yngre.
- 52% av svenskarna har högt förtroende för Strålsäkerhetsmyndighetens arbete kring att förebygga hudcancer, men 25% har ingen uppfattning i frågan.
- Folkhälsomyndigheten är fortfarande den aktör som har högst förtroende bland svenskarna i att förebygga hudcancer.

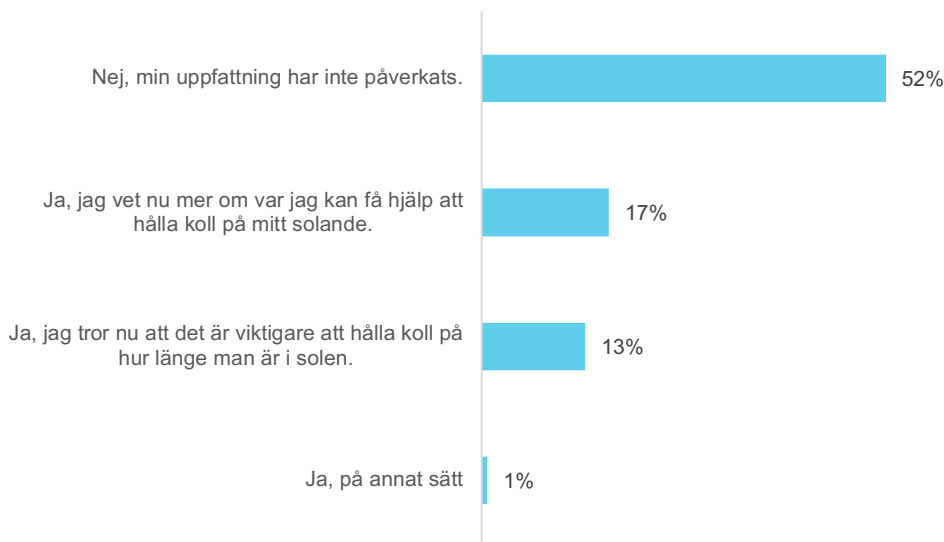
KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE

Liksom föregående års undersökning fördjupar vi oss i år i hur svenskarna har påverkats av Strålsäkerhetsmyndighetens kampanj för säkert solande, samt hur svenskarnas resplaner ser ut, på ett knappt års sikt.

SANNY-FILMERNAS MEST FRAMGÅNGSRIKA BLAND YNGRE

Under somrarna 2020, 2021, 2022 och 2023 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 sol tål din hud” samt ”Hur lång är din skugga”, och tillfrågades sedan om de sett filmerna tidigare och huruvida filmernas budskap påverkat dem.

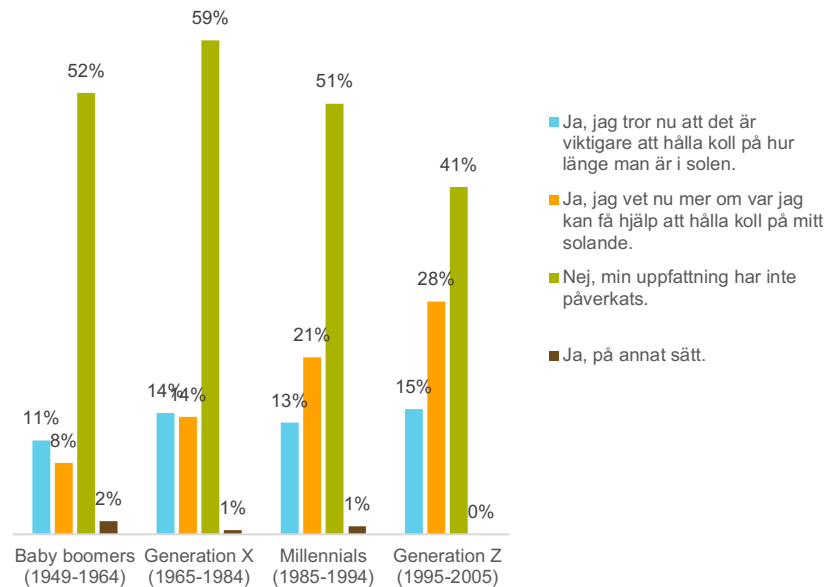
Det är fortfarande relativt få som uppger att de har sett filmerna, men andelen som uppger att de har det har ökat från 3% 2022 till 7% 2023. Det är fler yngre än äldre som har nåtts av filmerna vilket troligtvis kan förklaras av att de främst har visats på sociala medier. Bland Generation Z (f. 1995-2005) uppger 16% att de har sett någon av filmerna och 9% bland Millennials (f. 1985-2004). Bland Generation X (f. 1965-1984) och Baby boomers (1949-1964) är samma siffror 4% respektive 5%.



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.

Av de som nu har sett filmerna uppger 30% att de har påverkats av deras budskap på något sätt, samma andel som förra året. Liksom tidigare år är det framför allt de yngre som uppger sig ha blivit påverkade, där 28% av Generation Z nu vet bättre

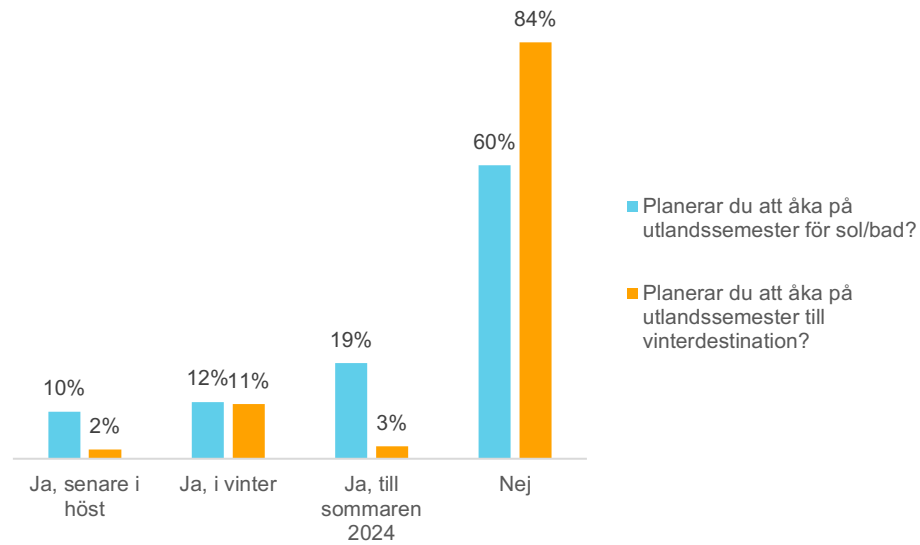
var de ska vända sig för information om säkert solande. Bland Millennials är den siffran 21%.



Figur 26. Uppskattad påverkan av reklamfilmerna "Hur mycket sol tål din hud" och "Hur lång är din skugga?" brutet på generationstillhörighet. Fråga: "Har filmerna påverkat din uppfattning om solande? Flera alternativ möjliga".

VAR FEMTE SVENSK PLANERAR EN UTLANDSSEMESTER TILL SOMMAREN

En majoritet av svenskarna har inga planer på utlandssemester det närmsta året. Den marginella ökning i andelen svenskar som hade planer på semester utomlands i förra årets undersökning syns inte i år, det är snarare en marginell minskning som gör sig gällande. Antingen har planerna på utlandssemestrar nått sin toppnivå, eller så fortsätter de inte öka till följd av andra faktorer, som en ny ekonomisk verklighet eller oroligheter i omvärlden.



Figur 27. Planerade resor vid tidpunkten för undersökningen (september 2023).

SAMMANFATTNING AV KAMPANJ FÖR SÄKERT SOLANDE OCH SEMESTRANDE

Sammanfattningsvis kan vi se följande:

- Sanny-filmerna har nått fler i år (7%) jämfört med 2022 (3%). Det är fler yngre än äldre som har nåtts av filmerna, och fler yngre än äldre som har blivit påverkade av filmernas budskap.
- Var femte svensk planerar en utlandssemester nästa sommar men andelen som har planer på utlandssemestrar har inte fortsatt öka efter 2022.

APPENDIX: SOLENKÄTEN 2023

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?

- 2006 eller senare
- 2005
-
- 1950
- 1949
- 1948 eller tidigare

2. Jag är...

- Man
- Kvinna
- Vill ej uppge

3. Var är du själv och dina föräldrar födda?

	Sverige	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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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
Vinter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vår	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Sommar
- Höst

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. 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 vec ka	2 vec kor	3-4 veck or	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)?

	Aldr ig	Säll an	Ibla nd	Oft a	Allti d
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)?

- | | Aldrig | Sällan | Ibland | Ofta | Alltid |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 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 solskyddskräm. | <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 dåligt	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 fullt 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"/> |

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. Använder du något verktyg eller tjänst som hjälper dig hålla koll på ditt solande? Om ja, vänligen skriv vilken/vilka tjänster/verktyg du använder nedan.
(Fritextfråga)**

25. 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

26. 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.

27. Hur tror du att den generella utvecklingen av antalet hudcancerfall i Sverige har varit de senaste 10 åren?

- Ökat kraftigt
- Ökat något
- Förblivit oförändrat
- Minskat något
- Minskat kraftigt
- Vet ej

28. 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
- Reklam
- Skolan eller arbetsplatsen
- Broschyrer
- Besök på sjukhus, vårdcentral eller liknande
- Internet (webbplatser, bloggar, forum)
- Apotek
- Vänner, släktingar eller bekanta
- Sociala medier (t.ex. Facebook, Twitter eller andra kanaler)
- Googlat
- Solkrämsproducenter
- Influencers inom skönhet och hälsa
- Nätläkare
- Poddar
- Annan tidning
- Annat sätt, nämligen:
- Har inte tagit del av någon information

29. 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
- minsoltid.se
- Annan, nämligen:
- Har inte tagit del av någon information

30. 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"/>
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						

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)?

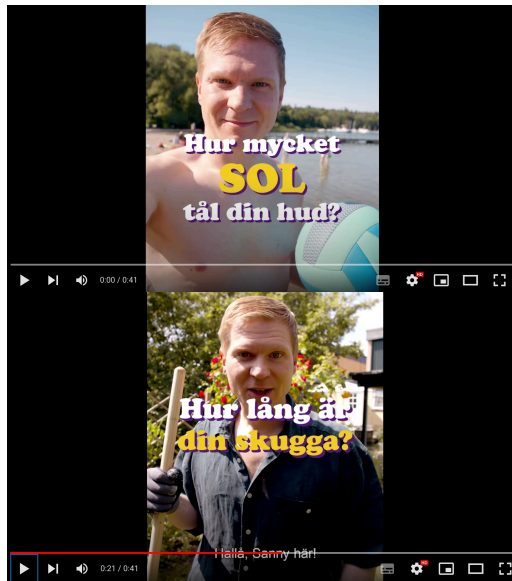
- Ljus eller vit
- Ljust brun
- Brun
- Mörkbrun
- Svart

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 videon nedan. Har du sett någon av dem, eller någon annan film med karaktären Sanny 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 eller kontakta oss:

Kairos Future

Västra Järnvägsgatan 3
111 64 Stockholm
08-545 225 00
info@kairosfuture.com
www.kairosfuture.com