

# Luften är fri

Sammanfattning av Friluftslivets år 2021



*”Så mycket det ändå gett friluftslivet!”*



Svenskt Friluftsliv

# Förord

Materialet i denna återrapportering är framtaget av projektgruppen för Friluftslivets år 2021 på Svenskt Friluftsliv och representerar en genomgång av insatser, erfarenheter och effekter av kampanjen. Rapporten skickades den 1 juni 2022 till Naturvårdsverket som ansvarar för uppföljningen av projektets mätbara mål och långsiktiga effektmål.

Projektet har tagit sin inspiration från Norge där Friluftslivets år genomförts vid två tillfällen, nämligen 2005 och 2015 av Svenskt Friluftslivs systerorganisation, Norsk Friluftsliv. Under 2018 besöktes Norsk Friluftsliv och deras erfarenheter låg till grund för den förstudie och projektplan som arbetades fram under 2018. Ambitionen från Svenskt Friluftslivs sida var att projektet skulle kunna planeras under 2019 och genomföras 2020. Nu blev det inte så och detta ska vi nog vara tacksamma för när vi tittar i backspegeln då covid-pandemin skapade stora problem att genomföra aktiviteter, även utomhus. Men det stoppade inte friluftslivet! Tvärtom. Organisationerna och friluftslivet lärde sig hantera den nya situationen och anpassade aktiviteter till de nya förutsättningarna. I stället lanserades kampanjen under 2021 – och vilket härligt och lärorikt år det blev!

Under namnet "Luften är fri" samlades hela friluftslivet till en nationell manifestation för att lyfta friluftslivets betydelse och nytta; främja friluftsliv till ovana grupper, öka samhällsdebatten om friluftsliv, och mycket annat. Projektet bestod av två huvuddelar, en del med aktiviteter hos organisationer ute i landet och en del som bestod av centralt beslutade aktiviteter, allt enligt den utarbetade projektplanen. Genomslaget har varit magnifikt och effekterna och lärdomarna av året kommer vi ha användning för under lång tid framöver.

Jag vill i detta sammanhang rikta ett speciellt tack till Christina Frimodig som med stort engagemang utarbetade förstudien och projektplanen för Friluftslivets år och även till Norsk Friluftsliv som delade med sig av sina framgångsfaktorer och erfarenheter. Jag vill även rikta ett stort tack till projektledare Annika Ismarker och medarbetarna Sanna Ameln, Johan Faskunger och Ylva Berner vilka utgjorde projektgruppen för Friluftslivets år och vars engagemang och kompetens skapade förutsättningar för ett så bra resultat. Ett tack även till Naturvårdsverket som finansierade projektet och det intresse som visats för att delta. Slutligen ett stort tack till alla ni som på olika sätt engagerade er i Friluftslivet år 2021. Svenskt Friluftsliv verkar för att luften ska vara fri och fortsätta att vara fri även i framtiden!

Bromma i maj 2022

Ulf Silvander  
Generalsekreterare Svenskt Friluftsliv

# Innehållsförteckning

Sammanfattning	4
Inledning	6
Luften är fri föds!	6
Roller, definitioner och ansvarsfördelning	6
Mål	7
Metod/tillvägagångssätt	8
Tidslinje	8
Upplägg och utgångspunkter	9
Finansiering	9
Målgrupper	9
Arbetsgrupper	10
Tolv teman/leveranser	11
Kommunikation och samverkan	12
De mest framträdande insatserna	16
Beskrivning av bidragsprojekten	18
Beskrivning av utvärderingsunderlag	19
Resultat	20
Svarsfrekvens enkät och information om intervjuer	20
Material och budskap	21
Digitala plattformar	22
Traditionella medier	27
Prioriterade målgrupper	28
Samverkan	29
Externa möten och nätverk	33
Månadsteman/leveranser	35
Bidragsprojekten	36
Konferensen i Åre – fokus på framtidens utmaningar	42
Kvalitativ utvärdering	43
Utvärdering av måluppfyllelse/mekanismer	49
Ekonomisk redovisning	53
Diskussion/reflektion	56
Inledning	56
Framgångsfaktorer	57
Vad blev mindre bra?	59
På vilket sätt har Luften är fri bidragit till de långsiktiga effektmålen?	62
Tio tips för Friluftslivets år 2.0	66
Referenser	70
Bilagor	71

# Sammanfattning

Friluftslivets år 2021 var ett nationellt projekt lett av Svenskt Friluftsliv i syfte att få fler människor att prova och fortsätta med friluftsliv, öka samverkan mellan aktörer, öka medvetenheten om friluftslivets värden och samhällsnytta samt öka kunskapen om allemansrätten. Projektet döptes till Luften är fri och byggde mycket på digital kommunikation och samverkan med och mellan olika aktörer för att främja och stärka friluftslivet i Sverige. Insatserna syftade i slutändan till att främja de tio friluftspolitiska målen.

*”Så mycket det ändå gett för friluftslivet! Alla de grupper som diskuterar frågan och alla sammanhang man fått vara med och pratat om det. Det hade man ju inte fått annars!”*

Viktiga mål med projektet var att nå relativt friluftsovana grupper, till exempel personer med utländsk bakgrund och mellanstadiebarn, samt att uppmuntra aktörer med mandat att påverka förutsättningarna, till exempel beslutsfattare och tjänstepersoner inom kommun, region och ideell sektor, att prioritera och verka för ökat friluftsliv.

Projektet följde och genomfördes i stort sett enligt projektplanen som låg till grund för kampanjen, även om restriktionerna under pandemin innebar vissa förändringar och tidsmässiga förskjutningar. Luften är fri har, givet resurserna, nått ut till och samverkat med ett stort antal organisationer och bidragit till att arbetet med att främja friluftsliv i samhället har flyttat fram positionerna. Genomgången visar sammantaget att Luften är fri nådde de uppsatta målen, att aktörerna generellt var mycket nöjda med projektet och att samverkan mellan organisationer och aktörer stärktes under året. Insatser och aktiviteter genomfördes i hela landet och under hela året, varav många följde projektets månadsteman. Aktörer har även bidragit med förslag på hur framtida kampanjer och arbete kan förbättras och stärkas. Genomgången av bidragsprojekten visade även att de generellt nådde sina målgrupper, redovisade positiva resultat och lyckades genomföra planerade aktiviteter trots pågående pandemi och restriktioner. Många projekt kommer glädjande nog att leva vidare. Projekten bidrog dessutom med goda exempel som är viktiga för det framtida friluftsarbetet och folkhälsoarbete genom friluftsliv.

*”Det var bra tajming för pandemin gjorde att vi behövde tänka till och sen kom Friluftslivets år och stärkte att vi ville ha ut folk. Sen i och med att ni gjorde det samlat med många olika aktörer så blev det en otrolig kraft i det...vi nådde väldigt långt och många hängde på.”*

Några av de mest framträdande resultaten under projektet är att antalet artiklar i media om friluftsliv ökade kraftigt (25 % vid årets slut; i november var ökningen 36 %), att projektet samverkade med över 360 aktörer under året, inläggen på sociala media översteg 100 000 inlägg samt att över 500 beslutsfattare beräknas ha medverkat i kampanjens olika inslag. De 71 bidragsprojekten som genomfördes anger att de haft nästan 122 000 deltagare under året. Den så kallade Landshövdingestafetten som inledde

året var viktig för att nå beslutsfattare och politiker och gav projektet en bra start. Intervjuerna med utvalda aktörer tyder på att projektets upplägg har varit framgångsrikt med positiv framtoning i kommunikationen, paketering av forskningsbudskap och gratis material och underlag. Inte minst lyfter man fram bredden på insatserna, att hela friluftslivet synliggjordes i projektet och samverkan som framgångsfaktorer.

*”Jag har en väldigt positiv bild av året. Jag tycker det har varit en kraftsamling och en samling som har skapat mycket gemensamt för friluftslivet. Ett brobygge mellan olika aktörer. Man har också fått större förståelse för andra aktörers arbete. Jag tycker man lärde sig mycket av dessa nya aktörer.”*

Om och på vilket sätt Luften är fri har främjat eller uppnått de långsiktiga målen är svårare att bedöma eller ”bevisa” då pandemin på egen hand innebar en rejäl ökning av friluftslivet och ökade intresset för frågan på i princip alla nivåer i samhället. Projektgruppen bedömer att Luften är fri definitivt bidragit till målet att lyfta friluftslivet i samhällsdebatten och att främja förståelse för natur- och kulturvärden. Däremot är det svårare att bedöma målen som rör påverkan på människors fysiska och psykiska hälsa och ökad sysselsättning inom turism. Om friluftslivet och besök i naturen har ökat, även hos ovana grupper, bör det ha bidragit till bättre fysisk och psykisk hälsa i befolkningen åtminstone i teorin. Ett ökat friluftsliv med fler besök i naturen, fler medlemmar hos friluftorganisationerna och fler aktörer som vill etablera sig på området borde i förlängningen även leda till att främja målet om ökad sysselsättning inom naturturism och friluftsliv, och att förståelsen för natur- och kulturvärden har ökat, men sådana samband påverkas givetvis av många andra pusselbitar. Rapporten reflekterar över detta i diskussionen.

Projektet har tydligt visat på behovet av ökad samverkan mellan organisationer och aktörer inom friluftslivet och med nya aktörer för att nå nya grupper och stärka friluftslivet inklusive ökad samverkan mellan medlemsorganisationerna i Svenskt Friluftsliv. Luften är fri samverkade med ett stort antal aktörer under året, exempelvis ideella organisationer, kommuner, länsstyrelser, företag, stiftelser, influencers. Ett stort antal organisationer som traditionellt inte varit verksamma inom friluftsliv bidrog till att genomföra aktiviteter i hela landet, varav en majoritet fokuserade på relativt ovana grupper enligt information från aktivitetskalendern. Exempel är Hej Främling!, Rädda Barnen, RFSL och Miljöverkstan Flaten. Aktörerna i aktivitetskalendern har totalt rapporterat in 3 500 aktiviteter och antalet deltagare bedöms till totalt cirka 350 000. Den allra största inrapporterade aktiviteten var ”Kusträddarna” från Håll Sverige Rent med hela 55 000 deltagare.

Luften är fri har genom sin genomslagskraft tydligt adresserat och verkat för att främja de tio friluftspolitiska målen och ökat samhällsdebatten om friluftsliv.

# Inledning

## Luften är fri föds!

Friluftslivets år 2021 var ett nationellt projekt lett av Svenskt Friluftsliv med finansiellt stöd av Naturvårdsverket i syfte att få fler människor att prova och fortsätta med friluftsliv, öka medvetenheten om friluftslivets värden och samhällsnytta samt öka kunskapen om allemansrätten. Andra viktiga mål var att utvidga och utveckla begreppet friluftsliv till att handla om en naturnära livsstil där alla friluftsvärden får plats – hälsa, förståelse för natur och kultur, sysselsättning och samarbeten, där såväl det bostads- och tätortsnära som det landsbygdsbaserade friluftslivet är av stor vikt. Ytterligare centrala mål handlade om att främja samverkan mellan organisationer och aktörer och visa på alternativa/nya sätt att arbeta med att lyfta och kommunicera friluftsliv. Såväl mål som insatser under kampanjen syftade i slutändan till att främja de tio friluftspolitiska målen för Sverige.

Projektet döptes till *Luften är fri* och är Sveriges hittills första och största nationella kampanj för att främja och lyfta fram friluftslivet. Förebild för projektet var Norges motsvarigheter via Norskt Friluftsliv. Norge har haft två nationella kampanjer för att främja och uppmärksamma friluftsliv tidigare, år 2005 och 2015. Projektnamnet *Luften är fri* anspelar på luft, friluftsliv, allemansrätten, att friluftsliv kan vara billigt eller gratis och att det är öppet för alla. Namnet valdes även för att det bedömdes vara lättare att kommunicera till såväl aktörer som allmänheten jämfört med begreppet 'friluftsliv'. *Luften är fri* byggde på samverkan mellan organisationer, aktörer och individer inom och "utanför" friluftslivet för att främja och stärka friluftslivet i Sverige. Projektet hade sin grund i digital kommunikation i sociala medier enligt en framtagna strategi för sociala medier (*Luften är fri*, 2020). Coronapandemin 2020–2022 ledde till att den digitala aspekten och kommunikationen spelade en än viktigare roll för projektets upplägg och genomförande.

## Roller, definitioner och ansvarsfördelning

I denna rapport används växelvis termerna 'Friluftslivets år', 'Luften är fri', 'projektet', 'kampanjen' och ibland 'året' för att benämna Friluftslivets år. Detta för att underlätta läsningen och variera språket. I denna rapport hänvisas ibland till styrgruppen och projektgruppen. Styrgruppen bestod av representanter från Svenskt Friluftsliv och Naturvårdsverket vilken tog de övergripande besluten kring *Luften är fri*, ekonomi och projektplanen. Styrgruppen hade regelbundna avstämningar med Naturvårdsverkets interna arbetsgrupp för friluftsliv och Friluftslivets år. För fler definitioner se bilaga 1.

Projektgruppen bestod av Annika Ismarker, Sanna Ameln, Ylva Berner och Johan Faskunger, anställda på Svenskt Friluftsliv för att genomföra *Luften är fri* enligt den framtagna projektplanen. Projektgruppen hade både ett

strategiskt och operativt ansvar och hanterade bland annat hemsidan [www.luftenarfri.nu](http://www.luftenarfri.nu), sociala kanaler, framtagande av underlag och forskningsrön, nyhetsbrev, webinarier, övergripande kommunikation, marknadsföring, PR-arbete och samordnade arbetsgrupperna. Gruppen deltog även på konferenser under året och arrangerade en egen konferens i december.

## Mål

I projektets uppdrag fanns de konkreta mål som Luften är fri hade att arbeta emot. Dessa var:

### **Långsiktiga effektmål**

- Friluftslivet har en mer framträdande roll i samhällsdebatten
- Bättre fysisk och psykisk hälsa i befolkningen
- Större förståelse för natur- och kulturvärden
- Högre sysselsättning inom naturturism och friluftsliv.

### **Mätbara mål (målgrupp)**

- 10 procent av Sveriges befolkning har varit ute mer under Friluftslivets år 2021 än tidigare
- 10 procent fler artiklar med sökordet ”friluftsliv” har publicerats i traditionella media 2021 än under 2020
- 100 000 inlägg i någon av Friluftslivets år 2021 interaktiva/sociala medier
- 500 kommunala/regionala/nationella tjänstemän och politiker har deltagit i någon organiserad aktivitet under Friluftslivets år 2021
- Alla län har mötesplatser för dialog om friluftslivet.

### **Mätbara mål (samarbetspartners)**

- Friluftslivets år 2021 har genomförts i samverkan med partnernätverk
- 150 organisationer har deltagit i arbetet med Friluftslivets år 2021
- Alla deltagande organisationer har genomfört minst en aktivitet och kommunicerat den
- Alla länsstyrelser har samordnat Friluftslivets år 2021 på regional nivå.

I slutet av resultatdelen finns ovanstående mål presenterade med övergripande resultat och bedömd måloppfyllelse.

## Metod/tillvägagångssätt

Denna del av rapporten presenterar i mer detalj Luften är fri:s beståndsdelar, insatserna och hur projektet gick till väga. I metoddelen presenteras även de källor till statistik och fakta som använts i återslagningen

### Tidslinje

Nedan presenteras en övergripande tidslinje för Luften är fri och de viktigaste delarna av kampanjen. En detaljerad tidslinje över insatser och aktiviteter återfinns i bilaga 2.

<b>2018</b>	
	Förstudie med projektplan tas fram
<b>2020</b>	
Jan-maj:	Reviderad projektplan tas fram Kunskapssammanställning om friluftslivets värde tas fram Sammanställning av målgruppsanalyser genomförs Verksamhetsplan och kommunikationsstrategi tas fram
Jun-aug:	Hemsidan planeras och nyhetsbrev börjar publiceras Tillsättande av fem arbetsgrupper Arbetsgrupperna påbörjar sina arbeten
Sep-nov:	Inledande webinarier Fördelning av medel till bidragsprojekten
December:	Beslut om tilldelning av medel till bidragsprojekt
<b>2021</b>	
Januari-	Invigning av Friluftslivets år Webbinarier genomförs och nyhetsbrev publiceras under året. Kampanjer och mycket annat drivs i digitala medier. Aktivitetskalendern börjar fyllas på med aktiviteter. Bidragsprojekten drar i gång sina verksamheter. Temamånaderna genomförs löpande
December:	Slutkonferens i Åre, Jämtland Rapport om framtidens friluftsliv och utmaningar tas fram av Kairos Future på uppdrag av Svenskt Friluftsliv.
<b>2022</b>	
Februari:	Delrapport om Friluftslivets år till Naturvårdsverket
April:	Deadline för återslagning av bidragsprojekten
Juni:	Slutrapport om Friluftslivets år till Naturvårdsverket
<b>2023</b>	
	Utvärdering av projektets långsiktiga mål (Naturvårdsverket)



## Upplägg och utgångspunkter

Luften är fri har haft stort fokus på de uppsatta målen och dessa har styrt en stor del av alla insatser under året. Inledningsvis innebar målarbetet att definiera begrepp och hitta en samsyn kring dess innebörd. Utifrån det skapades styrdokument som verksamhetsplan och kommunikationsstrategi och planerade insatser liksom mätverktyg för att förenkla uppföljningen. Dessa innefattades i hög grad av statistik från digitala- och sociala medier, deltagande i webinarier och antalet nedladdade och öppnade nyhetsbrev, statistik från Naturvårdsverkets omvärldsbevakare samt enkät för genomförda aktiviteter i aktivitetskalendern på hemsidan. Projektgruppen genomförde månatliga uppföljningar av målen, i syfte att kunna utvärdera och planera ytterligare insatser löpande. Vissa av dessa mål kunde utvärderas under 2022 medan andra utvärderas i en eftermätning som genomförs av Naturvårdsverket under nästa år, 2023 (främst de långsiktiga målen).

## Finansiering

Svenskt Friluftsliv budgeterade för och sökte 30 000 000 kronor för att genomföra Friluftslivets år. Av det sökta beloppet erhöll Svenskt Friluftsliv 29 100 000 kronor i stöd av Naturvårdsverket. Det beslutades att 18 000 000 kronor (61,9 %) skulle gå som bidrag till externa projekt och resterande medel användas för att driva projektet centralt. I föreliggande rapport benämns dessa externa projekt som "bidragsprojekten".

## Målgrupper

En sammanställning av målgruppernas friluftsvanor och kommunikationsbehov skapades under 2020 (Gullers Grupp, 2020). Den visade tydligt att det finns grupper som är mindre friluftsjaktiva och inte lika engagerade i det organiserade friluftslivet jämfört med andra grupper i samhället. Målgruppssammanställningen visade också hur medieanvändandet ser ut hos de olika målgrupperna, hur de ser på begreppet friluftsliv samt vilken typ av friluftsliv personer i de olika grupperna vanligtvis idkar eller föredrar.

Det finns en väletablerad snedfördelning inom friluftslivet baserad på bland annat socioekonomi, utbildningsnivå, tradition inom familjen och etnicitet. Ju högre socioekonomi och utbildningsnivå, desto högre benägenhet att ägna sig åt friluftsliv och vara involverad i en friluftorganisation. Forskning visar även att grupper födda utanför Europa ägnar sig mindre åt friluftsliv än grupper födda inom Europa eller i Sverige (Naturvårdsverket, 2018). Forskning visar också betydelsen av, eller fördelen med, att grundlägga friluftsvanor i tidig ålder för en aktiv livsstil med friluftsliv som vuxen. Ett viktigt mål med projektet var därför att nå och främja friluftsliv hos relativt ovana grupper inklusive att nå ut till skolor och pedagoger för att främja friluftsliv och kunskap om allemansrätten till mellanstadieelever.

Målgrupperna i fokus för Luften är fri var specifikt:

- Personer med utländsk bakgrund
- Mellanstadie barn och dess föräldrar/vårdnadshavare
- Beslutsfattare och politiker.

Information och kunskap om målgrupperna låg till grund för den styrning som beskrivs i projektplanen och kommunikationsstrategin. I den senare definierades målgrupperna ytterligare och hur man bäst kommunicerar med dessa i en nationell kampanj. Värt att nämna är att i begreppet beslutsfattare inkluderades, förutom politiska företrädare, även vuxna kring barn, såsom rektorer, lärare och annan personal i skolan samt vårdnadshavare.

Andra målgrupper som kom att bli viktiga under året, men som inte specifikt lyftes fram i projektplanen, var personer med funktionsvariationer och HBTQI-personer.

## Arbetsgrupper

Enligt projektplanen skulle fem arbetsgrupper tillsättas för att underlätta genomförandet av Luften är fri och de tolv temamånaderna. Under hösten 2020 startade arbetet med att rekrytera lämpliga personer till grupperna. Projektplanen föreslog lämpliga organisationer att involvera i arbetet vilket underlättade rekryteringen. Under senare delen av 2020 var grupperna tillsatta och i gång med arbetet. Arbetsgrupperna bestod av representanter från myndigheter, medlemsorganisationer, kommuner, länsstyrelser, universitet/högskolor och länsstyrelsernas friluftssamordnare. Syftet med grupperna var att stärka kopplingarna och arbetet inom nedanstående områden och nå ut till viktiga arenor. De fem arbetsgrupperna var:

- Invigning Friluftslivets år 2021
- Aktiviteter i naturen
- Aktiviteter i skolan
- Må Bra ute
- Dialog för friluftsliv och naturturism

Initialt låg arbetet i att definiera roller samt utarbeta uppdragsbeskrivningar. Grupperna fick ansvar för att utforma kärnan till de tolv temamånaderna och bistå projektgruppen med kunskap och insikter samt nå ut till viktiga arenor. Projektgruppens ansvar var att omvandla kärnan till budskap och insatser för att nå både aktörer och allmänhet. Parallellt med att Friluftslivets år drog igång bidrog arbetsgruppernas insatser till det årshjul kopplat till projektets verksamhetsplan som antogs i början av året. Resterande del av året arbetade grupperna på olika sätt. Vissa fungerade mer som bollplank till projektgruppen medan andra initierade egna möten och samarbeten. För projektgruppen var det en tillgång att få ta del av arbetsgruppernas kunskap och erfarenhet.

## Tolv teman/leveranser

Projektet delades in i tolv olika teman eller leveranser enligt årets månader. Syftet var att skapa synlighet och räckvidd, samverkan och förmedla kunskap om natur- och kulturvärden. Målet var också att skapa lättillgänglig information inom olika friluftsområden för att underlätta friluftsidkandet för ovana. Genom att skapa hashtags på sociala medier på varje tema, var målet att kunna följa och mäta antalet inlägg under året.

Tabell: Detaljerad information om temamånaderna.

<b>Månad:</b>	<b>Tema:</b>	<b>Syfte:</b>	<b>Hashtag:</b>
Januari	Invigning	Kickstarta året. Lära känna varandra. Öka kännedom om kampanjen.	#invigning
Februari	Inspiratör	Lyfta inspiratörer. Uppmana till att inspirera andra	#inspiratörfriluftsliv
Mars	Friluftskompis	Ta med en kompis ut, uppmuntra ovana	#friluftskompis
April	Sveriges friluftsdag	Uppmärksamma friluftsdag i skolan och på arbetsplatsen	#sverigesfriluftsdag
Maj	Friluftsliv i skyddad natur	Belysa Sveriges skyddade natur och friluftsliv där	#friluftsliviskyddadnatur
Juni	Äta ute	Uppmuntra till att äta ute. Öka kunskap och färdigheter om matlagning utomhus	#ätaute
Juli	Sova ute	Uppmuntra till att sova ute. Öka kunskap och färdigheter för att klara sig utomhus	#sovaute
Augusti	Jag har aldrig	Prova på något nytt inom friluftsliv. Sänka trösklarna till att besöka naturen	#jagharaldrig
September	Gilla friluftslivet	Lyfta goda värden med friluftsliv	#gillafriluftslivet
Oktober	Lära ute	Lyfta fram uteundervisningens goda effekter för skolan, elever och lärande.	#läraute
November	Må bra ute	Lyfta fram och belysa hälsoeffekter av att vistas i naturen.	#måbraute
December	Dialog friluftsliv	Samverkan mellan aktörer. Blicka framåt mot det framtida friluftslivet.	#dialogfriluftsliv

Aktörerna inom projektet uppmuntrades att arrangera aktiviteter kopplade till ovanstående teman. Alla aktiviteter samlades i aktivitetskalendern på [www.luftenarfri.nu](http://www.luftenarfri.nu).

## Kommunikation och samverkan

Projektgruppen kunde tidigt se att kampanjen i första hand behövde ha en kommunikativ och samordnande roll.

Under våren/hösten 2020 anlätade Svenskt Friluftsliv en kommunikationsbyrå för att ta reda på mer om målgrupperna och hitta rätt väg i kommunikationsarbetet. Initialt gjordes en förstudie (SuperLab 2020) för att titta på hur projektets prioriterade målgrupper upplever friluftsliv samt deras medievänor för att ha ett underlag till projektets grafiska profil. I förstudien tillfrågades ett 40-tal barn och vuxna om deras syn på saken. Baserat på resultaten från förstudien gjorde projektgruppen många av valen kring grafisk profil, kanalval och tonalitet för projektet – och inte minst projektnamnet.

Då fysiska träffar var begränsade under pandemin och tiden att bygga starka kommunikationsvägar var begränsad, bestämde sig projektgruppen för att satsa på digital kommunikation. Målgruppssammanställningen och förstudien stöttade arbetet med kanalval och hur arbetet med att få stor spridning på kort tid skulle se ut. Med den kommunikation som projektgruppen drev ville projektet visa nya sätt att kommunicera friluftsliv i syfte att nå ut med kommunikation till nya grupper.

Samordnarnas roll under projektet var att få de olika aktörerna att jobba tillsammans, dels för att gynna samarbeten på längre sikt, dels i arbetsgrupper för att hitta rätt i projektets uppdrag.

## Budskap och tonalitet

Målgruppssammanställningen och förstudien tillsammans med en kunskapssammanställning av friluftslivets och friluftsområdets värde och nytta för såväl individer, grupper som samhället i stort (Faskunger, 2020) gav projektgruppen bra kännedom om målgruppernas behov och vanor. Tillsammans med projektplanen låg dessa till grund för en kommunikationsstrategi för hur projektet skulle nå de nya målgrupperna. För att nå ut med projektet och till målgrupperna krävdes material och budskap som snabbt fångade uppmärksamheten. Därför tog projektet fram en grafisk profil och anammade ett projektnamn som stack ut. *Luften är fri*, blev namnet på projektet. Moderna färger och logotypen syftade till att ge Luften är fri ett fräscht uttryck. All kommunikation som genomfördes under året följde den grafiska profilen.



Kommunikationsstrategin beskrev två övergripande inriktningar; Att marknadsföra projektet och kommunicera nyttan med friluftsliv baserat på fakta samt att göra budskap kring friluftsliv lättillgängliga och målgrupps-

anpassade. Kommunikationens tonalitet skulle vara inkluderande, inspirerande, uppmuntrande och informativ.

## **Hemsidan**

Hemsidan utgjorde navet i all kommunikation under Friluftslivets år. Syftet med sidan var att samla befintligt material, paketera det i Luften är fri-anda och skapa trafik för att bidra till att väcka intresse och öka kunskap. Sidan publicerades i december 2020 och byggdes successivt ut under året. Här samlades fakta, goda exempel och nyheter kring vad året erbjöd och skulle fokusera på. På hemsidans temasidor beskrevs vad som skulle hända varje månad samt aktiviteter kopplat till det. Kopplat till projektplan och kommunikationsstrategi formulerades budskap som både projektet och aktörerna hjälptes åt att kommunicera. Detta låg också till grund för de aktiviteterna som samverkansaktörer genomförde på olika teman.

Många aktörer bidrog till innehåll genom att beskriva goda exempel och genomföra aktiviteter. På många sätt är hemsidan en dokumentation av både vad projektet skulle vara och blev. Där samlades allt från strategiska styrdokument till konkreta tips på matlagning över öppen eld. Det skapades en hel skolportal med forskningsunderlag för utomhuspedagogik, lärarstöd och utbildningsmaterial.

Sidan blev även en portal för andra aktörers material och information. Exempelvis så vände sig Naturvårdsverket till projektet för att få hjälp att publicera sex fallstudier som skulle diskuteras under Tankesmedjan för friluftsliv. I samråd med Tankesmedjans projektledare på Naturvårdsverket, upprättades en sådan plats på luftenarfri.nu.

Tillsammans med myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) kommunikerade projektgruppen relevant krisinformation om restriktioner som berör friluftsliv. Kampanjmaterial från MSB, riktat till aktörer för spridning, lades också upp och projektgruppen uppmanade medverkande aktörer att sprida det. Materialet spreds såklart även i alla kanaler för Luften är fri. Samma insatser gjordes för Naturvårdsverkets kampanj ”Ta hand om varandra och naturen”.

## **Aktivitetskalendern på hemsidan**

En stor del av hemsidans interaktivitet utgjordes av aktivitetskalendern. En genomlysning i planeringsstadiet av det organiserade friluftslivets information och funktioner visade att det saknades en samlingsplats för planerade aktiviteter i Sverige. Projektet lade mycket tid och engagemang på att utveckla en sådan kalender för att visa på betydelsen av samverkan, skapa överblick över friluftslivet mångfald och göra friluftsaktiviteter lättillgängliga för de ovana. Syftet med kalendern var även att underlätta för organisationer inom friluftslivet att ta del av utbudet. Tack vare att friluftsaktörer själva kunde lägga in sina aktiviteter i kalendern växte sig den större och större under året. Kalendern var inte bara unik i sitt slag, utan gav även

projektgruppen insyn i vilka aktiviteter som genomfördes under året och vilka aktörer som bidrog, vilket även gav information och underlag till utvärderingen.

### **Projektets sociala medier**

Projektet upprättade fyra egna sociala kanaler; Youtube, Instagram, Facebook och LinkedIn. Valet av dessa gjordes utifrån målgrupps-sammanställningen och kommunikationsstrategin. På Youtube samlades filmer som projektet skapade och de webinarier som projektgruppen arrangerade under året. Instagram hade daglig uppdatering med information om projektet, goda exempel från andra aktörer, lättillgängliga forskningsbudskap samt uppmärksammade speciella temadagar såsom Hela Sveriges friluftsdag och Biomångfaldens dag. Facebook följde samma innehåll, men med viss vinkling dels för att passa mediet, dels för anpassning till målgruppen. LinkedIn innehöll uppdateringar som mer riktade sig till yrkesverksamma inom till exempel friluftsföretag, skolor, beslutsfattare och myndigheter.

### **Betalda samarbeten för att öka spridning och nå ut**

Eftersom det kan ta lång tid att bygga en stor följarskara på sociala medier köptes en del av trafiken för att få spridning på inläggen. Projektgruppen inledde också betalda samarbeten med olika influencers som inte bara hade stora följarskaror inom projektets målgrupper, utan också hjälpte till att sprida budskap i kanaler som projektet inte själv kunde upprätta. Dessa var i första hand TikTok och Snapchat, men även Instagram och Youtube för ännu större spridning där.



### **Friluftsliv app för enklare naturbesök**

Svenskt Friluftsliv inledde ett samarbete med ett techföretag som bland annat bygger appar. Ett samarbete kring ett innovationsprojekt inleddes som resulterade i en friluftsliv app byggd på en del material från hemsidan – aktivitetskalendern, nyheter och goda exempel. I appen kopplades även Facebook-sidorna från Svenskt Friluftslivs medlemsorganisationer, Fritidsbanken och Naturum samt en hel del flöden kring badplatser, temperaturer, snödjup och information om kollektivtrafik till välbesökta platser för friluftsliv. Syftet var att visa ett nytt sätt att kommunicera friluftsliv samt att underlätta friluftslivsaktiviteten för den ovana utövaren.

## Film- och kampanjmaterial

Som en del i kommunikationsarbetet tog projektgruppen fram en rad filmer på temat friluftsliv och Luften är fri. Invigningsfilmen togs fram till invigningen i januari i syfte att rivstarta året och börja sprida budskap om Friluftslivets år. Ytterligare filmer var "Hitta ditt friluftsliv" som presenterade Sveriges friluftsförbund och de organiserade friluftslivet de bidrar med. Den filmen översattes till flera språk inklusive engelska, arabiska och turkiska. En film med intervjuer av ovana friluftsutövare visade på de rädslor och den okunskap många ovana har om friluftsliv och svensk natur. Filmen baserades på information om upplevda rädslor från målgruppsanalysen. Vidare togs det fram en film på temat sova ute. I slutet av året producerades också en avslutningsfilm som summerade året och presenterade erfarenheter och preliminära resultat. Alla filmer lades ut för fri användning både på Youtube och luftenarfri.nu.

I september och oktober drev projektgruppen och arbetsgruppen för skolan kampanjen *#uteklassrummet* för att uppmärksamma temamånaderna Gilla friluftslivet och Lära ute. Materialet i kampanjen kom från olika skolors uteklassrum och publicerades på hemsidan och sociala medier. Under november månads tema Gilla friluftslivet drev projektgruppen kampanjen *Livsstil friluftsliv* som lyfte olika grupper som valt att leva närmare naturen i sin vardag. Materialet, i form av intervjuer och bilder, tog projektgruppen fram tillsammans med en student från Södertörns högskola som en del i sin högskoleuppsats. Kampanjen publicerades i projektets sociala kanaler och på luftenarfri.nu.

## Samverkan

Luften är fri byggde mycket på samverkan med andra aktörer, organisationer och etablerade partnernätverk. Målet var att 150 aktörer skulle samverka under året och projektgruppen inledde med att knyta kontakter för att hitta dessa. Många aktörer stod redan redo att delta, vilket gjorde projektgruppens arbete enklare. Redan innan årsskiftet 2020–21 kunde arbetsgrupperna sätta igång sina arbeten.

Projektgruppen upprättade ett nyhetsbrev för att kunna informera aktörer om det gemensamma arbetet framåt.

Under 2020 arrangerade projektgruppen tre webinarier för att förbereda och koordinera arbetet inför Friluftslivets år. Aktörer med kännedom om till exempel de olika målgrupperna och om olika månadsteman bjöds in att bidra till programmet för att sprida sin kunskap till fler och öka förståelsen för vad friluftslivets år skulle innebära. Webinarierna fortsatte sedan varje månad under hela 2021 och följde temamånaderna.

Projektgruppens representanter bjöds också in i en rad externa nätverk och träffar för att informera om året, knyta kontakter och hitta samarbetsformer.

## De mest framträdande insatserna

Av utrymmesskäl går det inte i detalj att beskriva alla insatser under året. Några av de största insatserna var emellertid:

### Landshövdingestafetten

Länsstyrelsernas friluftssamordnare var viktiga resurser under Friluftslivets år. Genom deras nätverk via Naturvårdsverket hittade projektet flera samarbetspunkter och de var drivande kring den regionala samordningen och för att anordna aktiviteter. Den mest framstående aktiviteten under året var Landshövdingestafetten. På initiativ från Uppsala läns landshövding, Göran Enander, utmanades övriga landshövdingar i Sverige att delta i en stafett och samtliga antog utmaningen. Under året genomfördes det ett stort antal aktiviteter i samtliga län med fina resultat. ([Sammanfattning av Landshövdingestafetten](#))



### Må bra-projektet

Ett av de största planerade inslagen under året var ett pilotprojekt för hälsa och friluftsliv i fem kommuner i syfte att främja friluftsliv och kontakt med naturen hos grupper som är socialt och ekonomiskt utsatta, det vill säga, hos de som har allra störst risk för ohälsa. Projektet kunde, på grund av restriktioner och det sena beskedet om huruvida Luften är fri skulle bli av, endast delvis genomföras. Flera involverade projekt fick ställas in, medan andra blev en del av andra inslag under året till exempel konferensen i Åre. Läs vidare i resultatet och diskussionen.



## Konferensen i Åre

Ett av projektets största och mest uppmärksammade inslag var konferensen i Åre, 6–7 december. Konferensen var en sammanslagning av de två konferenser som beskrevs i projektplanen, forskarkonferensen och slutkonferensen. Konferensen handlade dels om att sammanfatta Luften är fri, dels om att lyfta fram framtida utmaningar med friluftslivet. Konferensens syfte var dels att generera erfarenheter och kunskap från året som gått dels att sprida forskning och främja dialog om friluftslivsfrågor. Konferensen var en del av temat dialog.



## Bank av dialogmetoder

I februari inleddes arbetet kring dialog om friluftsliv med en workshop. Utifrån den skapades en bank av dialogmetoder som publicerades på luftenarfri.nu. Den skulle underlätta arbetet med dialog under hela året.

(<https://www.luftenarfri.nu/wp-content/uploads/2021/04/Luften-a%CC%88r-fri-Friluftslivets-a%CC%88rs-bank-av-dialogmetoder.pdf>)

## Handledning för friluftsdagar

I april var temat friluftsdagar och i samarbete med Naturvårdsverket tog projektet fram en handledning för arbetsgivare. Syftet var att förmedla vikten av friluftsdagar på arbetsplatsen samt underlätta för arbetsgivare att anordna aktiviteter.

(<https://www.luftenarfri.nu/wp-content/uploads/2021/03/Luften-a%CC%88r-fri-Underlag-friluftsdag.pdf>)

## Skolportalen

Eftersom barn i åk 4–6 var en viktig målgrupp var skolan en given part att föra dialog med samt stötta skolor att bedriva utomhusundervisning. På luftenarfri.nu skapades en skolportal med aktuell forskning, utbildningsmaterial och lärarstöd. Arbetsgruppen för lära ute bidrog i utformandet och med material. På portalen bidrog också en rad aktörer med goda exempel och material. (<https://www.luftenarfri.nu/skolan/>).

## Beskrivning av bidragsprojekten

Friluftorganisationer och andra aktörer kunde inför Friluftslivets år ansöka om ekonomiskt stöd för externa projekt. Berättigade att söka medel var ideella organisationer, stiftelser och kommuner. Privatpersoner, företag, länsstyrelser och statliga myndigheter var inte berättigade att söka. Intresset för att söka projektmedel var mycket stort, 369 ansökningar inkom med ett totalt sökt belopp på nästan 67 Mkr. Nästan 18 Mkr fanns till förfogande att fördela enligt projektplanen. Fördelningskommittén i Svenskt Friluftsliv ansvarade för uppgiften att behandla och välja ut prioriterade projekt. Ansökningarna fördelades mellan kommitténs representanter för granskning och bedömning.

Ett antal kriterier låg till grund för granskningen och bedömningen av ansökningarna. På en femgradig skala, där '1' representerade lägsta betyg och '5' högsta betyg, bedömdes projektens/ansökningarnas:

- relevans för friluftslivet och uppsatta mål för Friluftslivets år,
- ekonomiska rimlighet och genomförbarhet givet resurser och tidsramen (ska genomföras under år 2021 och återrapporteras senast 1 april 2022),
- grad av nyskapande.

Utifrån ovanstående kriterier gjordes en övergripande bedömning och prioritering av ansökningarna på en femgradig skala.

Viktiga mål vid val av projekt var även att åstadkomma en representation från hela landet och att olika typer av aktörer inom friluftslivet skulle inkluderas, till exempel skolor, kommuner, friluftorganisationer, stiftelser. Stor vikt lades också vid insatser som rörde kunskap om allemansrätten. Vid fördelningsmötet i november 2020 beslutades vilka projekt som skulle inkluderas och finansieras. Ansökningar föredrogs med start "uppifrån", det vill säga, projekt med de övergripande högsta betygen/prioriteringen 5, sedan 4, 3, och så vidare. Projekt med graderingen/prioriteringen +4 och 5 garanterades finansiering medan projekt med betyget 1 inte föredrogs vidare vid mötet. Många ansökningar graderades med det övergripande betyget 3 eller 4. I de fall ansökningar fick identiska graderingar prioriterades projekt utifrån principerna om geografisk spridning, relevans för målen för Friluftslivets år och att olika aktörer inom friluftslivet skulle vara representerade.

Totalt kunde 73 projekt finansieras. Aktiviteter och projekt som erhöll medel från Luften är fri hade krav om återrapportering senast 1 april 2022.

## Beskrivning av utvärderingsunderlag

Ett stort antal informations- och datakällor ligger till grund för denna återrapportering. Rapporteringen använder såväl statistik från användande av digitala medier, via projektgruppens leveranser, som personers och aktörers upplevelse av Luften är fri.

- Ekonomisk redovisning
- Statistik från digitala mediekkanaler hemsida och app,
- Statistik från publikationer i traditionella media,
- Statistik från aktivitetskalendern,
- Deltagande i webinarier, årekonferensen och prenumeranter på nyhetsbrev,
- Information från bidragsprojektens ansökningar och redovisningar av resultat,
- Enkät till aktörer som varit en del av Luften är fri,
- Djupintervjuer med utvalda personer/aktörer som varit en del av Luften är fri,
- Enkät till deltagare på slutkonferensen i Åre (både fysiska och digitala deltagare).

Externa data- och informationskällor har också använts, främst i diskussionen och bedömningen av på vilket sätt projektet har uppnått eller strävat mot att nå de långsiktiga målen. Exempel är Naturvårdsverkets statistik från Sveriges friluftskommun 2021, Länsstyrelsernas rapport om friluftslivsarbetet 2021, SCB:s statistik från ULF (undersökningen av levnadsförhållanden), Friluftsbarmetern 2022 från Svenskt Friluftsliv och annan statistik från Naturrum.

# Resultat

Resultatdelen består av en ekonomisk redovisning, deltagares och aktörers upplevelse av projektet via intervjuer och enkäter samt statistik från källor som nämnts i metod delen.

Först lite information om deltagare och svarsfrekvens...

## Aktörsenkäten

Enkäten besvarades av 53 personer/aktörer vilket bedöms motsvara ungefär hälften av de mest primära samverkansaktörerna under Friluftslivets år. Aktörsenkäten bedöms vara representativ och ge en bra bild av hur projektet uppfattats av friluftslivets aktörer och deltagande organisationer, inte minst tack vare att en mycket stor majoritet av svaren var homogena, det vill säga, entydigt visade samma sak. Frågor och svarsalternativ framgår av bilaga 9.

LUFTEN ÄR FRI  
FRILUFTSLIVETS ÅR 2021

Luften är fri är intresserad av dina åsikter och erfarenheter!



## Enkät Årekonferensen

Enkäten för att utvärdera konferensen i Åre skickades ut i januari 2021, cirka en månad efter konferensen. Enkäten besvarades av totalt 76 personer/aktörer. Antalet deltagande organisationer i Åre uppgick till 220 medan antalet personer var 337. Enkäten bedöms vara relativt representativ, även om högre svarsfrekvens naturligtvis hade varit önskvärt. Även här visade svaren stor enhetlighet - svaren indikerade att deltagarna i stort var nöjda med konferensen.

## Enkät aktivitetskalendern

En enkät skickades ut till alla arrangörer efter avslutade aktiviteter. Svar finns från 157 olika arrangörer och information från totalt 560 aktiviteter. En bedömning av det totala antalet deltagare har gjorts utifrån denna information.

## Djupintervjuer

Totalt elva intervjuer genomfördes, spelades in på band, transkriberades och analyserades. Personerna som rekryterades till intervjuerna hade stor insikt i Luften är fri, bedömdes ha stor kunskap om friluftsliv och friluftslivsarbetet överlag och representerade olika delar av friluftslivet till exempel kommun, länsstyrelse, politiker, ideell sektor. Det var således inte ett slumpmässigt

urval. Intervjuerna bedömdes ge mycket trovärdig och representativ information om hur Luften är fri har uppfattats, effekter som uppnåtts och möjliga förklaringar till varför effekterna uppstått.

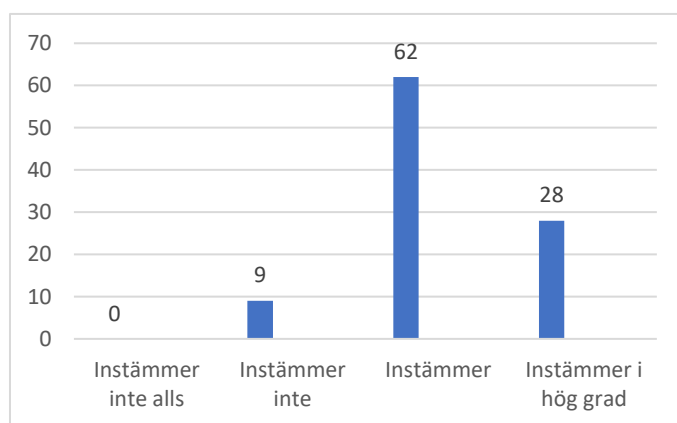
## Material och budskap

Mål i projektplanen (PP): Insatser ska genomföras för att få till samverkan mellan aktörer samt nå ut till de utpekade målgrupperna.

Utfall: Aktörsenkäten och djupintervjuer visade att namnet Luften är fri enade aktörerna under samma flagg och många aktörer använde material och budskap i sin egen verksamhet. Den grafiska profilen gav en igenkänning för projektet och gjorde att kommunikationen stack ut.

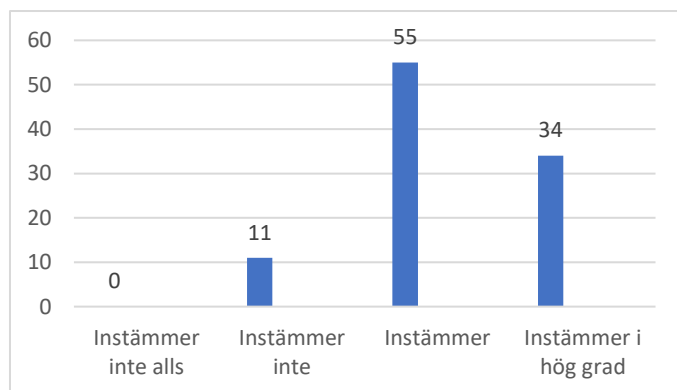
## Nöjdhet med material och budskap

Påstående i aktörsenkäten: Under Luften är fri har organisationer och aktörer kunnat samlas under gemensamma budskap (53 svar; andel):



Diagrammet visar att 90 procent av de svarande anser att organisationer och aktörer inom friluftslivet har kunnat samlas kring gemensamma budskap under året. 62 procent anger 'instämmer'. 28 procent 'instämmer i hög grad'. Endast nio procent 'instämmer inte'.

Påstående i aktörsenkäten: Luften är fri har haft ett tilltalande och lättillgängligt grafiskt material (53 svar; andel):



Diagrammet visar att 89 procent av de svarande anser att Luften är fri har haft ett tilltalande och lättillgängligt grafiskt material. 55 procent 'instämmer', medan 34 procent 'instämmer i hög grad'. Endast 11 procent 'instämmer inte'.

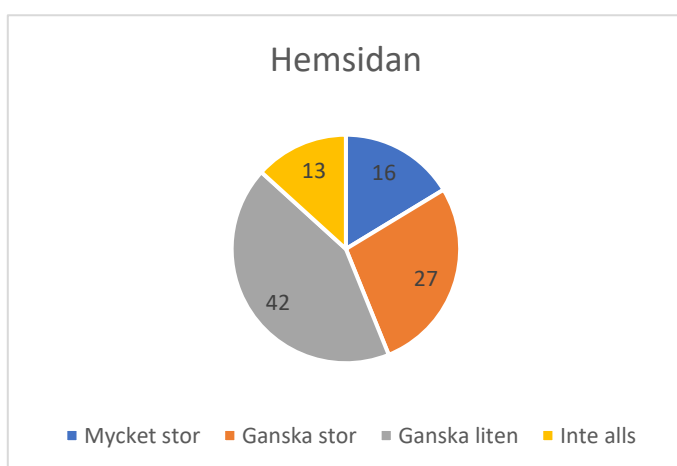
## Digitala plattformar

### Hemsidan

**Mål i PP:** Hemsidan ska bidra till målet att öka kunskap om friluftsliv i syfte att öka förståelse för natur- och kulturvärden. Den ska också fylla en funktion kring samverkan, kunskapsutbyte och inspiration.

**Utfall:** Hemsidan har varit mycket använd under året. Granskningen visade att hemsidan haft 152 293 unika besökare och 440 471 sidvisningar vid årets slut. Se vidare bilaga 3 för mer detaljer.

**Fråga i aktörsenkäten:** I vilken utsträckning har du/ni varit behjälpta av projektets hemsida?



43 procent anger att de i 'mycket stor' eller 'ganska stor omfattning' använt och varit behjälpta i sitt arbete av hemsidan under Luften är fri, medan 69 procent använt sidan i 'liten omfattning' eller 'inte alls'. Alternativet 'Vet inte' visas ej i diagrammet ovan (2 %). Att en majoritet inte varit

behjälpta av hemsidan kan bero på att många som varit involverade i kampanjen själva är sakkunniga och experter inom friluftsliv och därmed inte behövt ta del av materialen.

### Aktivitetskalendern

**Mål i PP:** En kalender ska tas fram för att skapa överblick över friluftslivet i Sverige och hjälpa personer och aktörer att hitta aktiviteter. Kalendern togs fram i syfte att uppfylla de mätbara målen kring samarbetspartners.

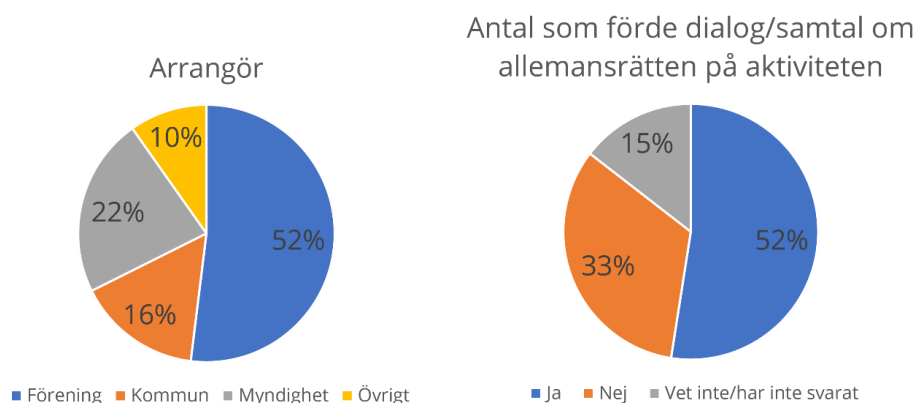
**Utfall:** Kalendern samlade alla aktörers aktiviteter på ett ställe och kunde visa på en bredd under året och vilka aktörer som samverkat i projektet. Kalendern fungerade också som ett mätverktyg för projektgruppen att följa upp flera av målen, bland annat indikationer på att vi nått målgrupperna, hur många personer vi engagerat och hur den geografiska spridningen av aktiviteter sett ut i landet. Totalt 260 olika aktörer bidrog till de omkring 3 500 aktiviteter som fanns inlagda i kalendern under året.

Det fanns 560 svar på enkäten från 157 olika arrangörer med detaljerad information om genomförda aktiviteter. 560 svar/aktiviteter representerar 16 procent av det totala antalet aktiviteter i kalendern. De 157 arrangörerna motsvarar 60 procent av alla medverkande arrangörer.

De inrapporterade aktiviteterna har haft totalt 112 317 deltagare vilket betyder 200 deltagare i genomsnitt. Om en klassar de inrapporterade aktiviteterna som representativa och "genomsnittliga" för de övriga aktiviteterna (ej rapporterade aktiviteterna) skulle det innebära att arrangörerna totalt har haft nästan 702 000 deltagare. Men sådana bedömningar är naturligtvis mycket vanskliga att göra då projektgruppen inte kan bedöma hur representativa och genomsnittliga de 560 svaren är för arrangörer som inte svarat på enkäten. Spridningen i antalet deltagare mellan olika arrangörer är stort. En analys av informationen från aktivitetskalendern visar exempelvis att projektet "Kusträddarna" från Håll Sverige Rent markant drar upp snittet av deltagare med sina 55 000. Om en bortser från Kusträddarna hamnar genomsnittet i stället på omkring 100 deltagare per aktivitet. En mer rimlig bedömning av antalet deltagare för de 3 500 aktiviteterna är därför 350 000.

Drygt hälften av arrangörerna utgjordes av olika föreningar (52 procent). I 42 procent av fallen genomfördes aktiviteter i samverkan med andra och i 52 procent av aktiviteterna har man haft dialog eller samtal om allemansrätten. Utfallet på typ av deltagare motsvarar ungefär målgrupp som aktiviteten riktat sig till, i alla fall sett till gruppen ovan. Det var dock en stor del av de svarande som inte kunde uppskatta fördelningen på deltagare. (se bilaga 3).

De inrapporterade svaren representerade förvisso inte alla aktörer och aktiviteter under Luften är fri - mörkertalet av genomförda aktiviteter som inte lades in i kalendern är sannolikt relativt stort – men speglar ändå vidden och mångfalden av engagemang och insatser under året. Kalendern hade över 63 000 visningar och var en av de tre mest besökta sidorna på hemsidan under året. Se vidare bilaga 3 för mer utförlig statistik. Tack vare kalendern kunde projektgruppen också skapa sig en uppfattning om vilka aktörerna var, typ av aktiviteter som arrangerades, vilka aktiviteterna riktade sig till och var i landet de arrangerades. Detta underlättade i sin tur för projektgruppen att genomföra förändringar i projektet vid behov.



## App

Mål i PP: 10 procent fler än tidigare har varit ute under 2021.

Utfall: 2 735 användare. 250 pushade aktiviteter.

Appen togs fram för att göra aktiviteterna i kalendern på hemsidan mer synliga och för att visa fördelarna med att kommunicera friluftsliv via en app. Genom appen kunde även andra aktörers kommunikationsflöden lyftas och bidrog till appens syfte och mål. Facebook-flöden från Naturum adderade information om vistelse i anslutning till naturum såsom parkeringsmöjlighet när besöksstrycket var som högst och annan aktuell information. Det låg helt i linje med den information appen skulle innehålla för att förenkla friluftsbesök för ovana. Flöden från friluftorganisationerna slog väl ut då användarna kunde välja vilka organisationer man ville följa vilket gjorde informationen relevant och intressant.

## Sociala medier

Mål i PP: Under året ska projektet åstadkomma 100 000 inlägg i sociala medier.

Utfall: Totalt gjordes 84 000 inlägg med för projektet relevanta hashtags.

Det var ett stort mörkertal vad gäller inlägg i sociala medier på grund av att hashtags på Facebook är svåra att räkna och på grund av att alla inlägg inte var taggade. Om hashtags saknas är inläggen i sociala medier mycket svåra att spåra. Projektgruppen bedömer att det totala antalet inlägg under året klart överstiger det uppsatta målet om 100 000.

De digitala plattformarna var centrala verktyg i kommunikationen, inte minst de sociala kanalerna. Projektgruppen lyckades, på kort tid, upparbeta kanaler på Instagram, Facebook, LinkedIn och Youtube med en ökande följarskara under året. Med inlägg som följde kommunikationsplanen förmedlades lättillgängliga och ”peppiga” budskap kring året och om friluftsliv, med bas i fakta och forskning. Syftet med dessa kanaler låg i linje med projektets två kommunikationsinriktningar; att marknadsföra projektet och kommunicera nyttan med friluftsliv. Ett annat syfte var att få fler att tänka nytt kring att kommunicera friluftsliv.





## Samarbete för större räckvidd

En viktig del i strategin var att ta hjälp av personer med stort inflytande på sociala plattformar i syfte att nå bredare med kommunikationen. Därför inleddes ett antal samarbeten med influencers. På så sätt nådde vi inte bara ut via våra egna kanaler och plattformar utan även till plattformar såsom TikTok och Snapchat som används av en av våra primära målgrupper; barn i åk 4–6. Analysen av räckvidden visade att dessa samarbeten var avgörande för att nå målgruppen barn och uppnå det uppsatta målet. Analysen av räckvidden på sociala medier visade även att andra viktiga målgrupper för projektet nåddes, mycket tack vare externa samarbeten, till exempel personer med utländsk bakgrund och redan vana friluftsutövare.



Projektet inledde samarbete med Skärgårdsradion som sände inslag från olika aktiviteter under året, vilket skapade en bra exponering i radions upptagningsområde i Stockholms skärgårdskommuner och de som lyssnar på Skärgårdsradion via webben. Bland annat besökte radion bidragsprojekten Friluftsförfrämjandet PINK, Skogsturs *Vinterglädje* och scoutverksamhet i Värmdö kommun. Under sommaren syntes Luften är fri i samband med att Båtpodden sände avsnitt riktat till båt- och friluftsliv.



## Betalda kampanjer

För att nå ut ytterligare till viktiga målgrupper skapades betalda kampanjer på sociala medier. Tillsammans med byrån OTW producerades ett antal filmer som på olika sätt belyste friluftslivet och projektet. Allt material var fritt tillgängligt på hemsidan och Luften är fri's Youtube-kanal. Den sista filmen som producerades summerade året. Den redovisade de resultat som fanns klara i november 2021 och kommer kunna användas även efter året för att på fyra minuter berätta vad som gjordes. ([Nya höjder för friluftsliv under friluftslivets år 2021 - textad](#))



De sammantagna insatserna på sociala medier resulterade i att Luften är fri nådde över 6 000 000 konton under året. Huruvida detta genererade ökat friluftsliv är svårt att bedöma, men kan klassas som ett rejält genomslag ur ett kommunikationsperspektiv, speciellt med tanke på den korta tidsramen.



### Gå ut? När de äntligen sitter still vid sina bänkar?

Vi vet att du vet att det är bra med frisk luft och rörelse. Men att du också grunnar över HUR alla i klassen ska få poddänt i matte, NÄR du ska hinna rätta geografiprovet och VARFÖR vissa föräldrar talar om hur de tycker att du borde sköta ditt jobb.

Vi fattar.

**M**en - att ta med eleverna ut i det fria behövs inte betyda att sätta med läppar hem om matsäck och två veckor senare räkna in 28 barn på en trång buss. Det kan också innebära att varv runt kvarteret med upp- giften att fotografera lavar på träden. Eller att i närmsta park undersöka hur många olika slags grässtrån det går att hitta. (Och på köpet upptäcka att den där tyst- lära tjejen i parallellklassen är grym på grodor).

Under 2021 har över 300 aktörer inom svenskt friluftsliv gått samman för att sprida kunskap och lyfta de möjligheter som friluftsliv kan ge. Vi vet att ni lärare, rektorer, skolchefer, fritidspersonal - ja alla

i skolan - är oerhört viktiga för att öppna dörren till naturen för landets elever. Ett arbete som pågår, många lektioner hålls redan idag utomhus.

Vi hoppas att ännu mer av skoltiden ska tillbringas i det fria.

På luftnarfri.nu finns filmer, litteratur och aktuell forskning som berättar att uteundervisning stärker i stort sett allt, från koncentration till motorik.

Frågor eller funderingar? Tveka inte att höra av dig till någon av alla oss som är övertygade om att - luften är fri!

Svenskt friluftsliv

Under november och december 2021 annonserade projektet i Sveriges tre största skoltidningar; Skolvärlden, Läraren och Skolledaren, för att belysa vikten av utomhusundervisning. Totalt har dessa tidningar en läsarkrets på drygt 300 000 pedagoger och beslutsfattare inom skolan. Huruvida detta genererade ökad uteundervisning och mer fokusering på allemansrätten är svårt att bedöma. Förhoppningsvis har fler pedagoger och skolor funnit verktyg och motiv till att öka antalet friluftsdagar, öka andelen undervisning utomhus och fokuserat mer på allemansrätten, vilket på sikt kan innebära en förflyttning mot ovanstående mål.

## Övriga kampanjer

Ytterligare insatser gjordes för att lyfta friluftsliv på olika sätt. På luftenarfri.nu, via nyhetsbrev och sociala kanaler uppmanades aktörerna att använda kampanjmaterial om pandemirestriktioner som Myndigheten för samhällsskydd och beredskap tog fram och som var relevant för friluftslivet. På projektets hemsida lades det också till en sida med coronainformation för att underlätta för arrangörer i deras planering vid fysiska träffar. Projektet delade och tillgängliggjorde Naturvårdsverkets kampanj *Ta hand om varandra och naturen* som var kopplat till friluftsliv under pandemin. Genom detta kunde projektet bidra till spridning av samhällsinformation och stötta de myndigheter som hade stort behov av att nå civilsamhället. Projektet använde också sina egna kanaler för att sprida materialet och upplysa allmänheten, vilket bidrog till en ökad kunskap om friluftsliv, allemansrätt, restriktioner och rekommendationer i pandemitider.

När Naturvårdsverket skulle lägga upp innehåll för sin Tankesmedja för friluftsliv bistod projektet med utrymme på luftenarfri.nu för detta. Det genererade mycket trafik inför och under tankesmedjan och insatsen uppskattades av Tankesmedjans projektledare och deltagare på. Kampanjen *Livsstil Friluftsliv* under november lyfte individer, par och familjer som valt en livsstil närmare naturen. Inlägg och artiklar publicerades och visualiserade personernas ökade livskvalitet och välmående som ligger i linje med de hälsoeffekter som friluftslivet har.

## Traditionella medier

Mål i PP: Luften är fri ska under 2021 öka antalet artiklar om friluftsliv och öka antalet träffar i traditionell media med 10 procent jämfört med referensåret 2020.

Utfall: 25 procents ökning av artiklar/träffar vid jämförelse mellan december 2020 och december 2021.

Utfall: 36 procents ökning av artiklar/träffar vid jämförelse mellan november 2020 och november 2021.

Ett av projektets mål var att öka antalet träffar i traditionell media på sökordet 'friluftsliv' med 10 procent. Målet uppnåddes med råge. Svenskt Friluftsliv publicerade ett antal pressmeddelanden under året kopplat till olika teman, samt en debattartikel kring vikten av friluftsdagar såväl på jobbet som i skolan. Debattartikeln publicerades dock inte, men lades ut på [www.luftenarfri.nu](http://www.luftenarfri.nu). Projektgruppen har intervjuats i en rad tidningar och på bloggar. Arbetsgruppen för skolan bidrog med en text till tidskriften BI-Lagan. Projektgruppen skrev också förordet till DN:s outdoor-bilaga under året.

Genomslaget på regional och lokal nivå har varit fantastiskt. Länsstyrelserna har lyckats väldigt bra med sin PR-bearbetning tillika att samordna olika projekt och aktörer. Bidragsprojekten har även bidragit till genomslaget

lokalt och regionalt. Att friluftslivet har fått ett uppsving i media under pandemin, går inte att förneka. Träffarna på sökordet ökade med 25 procent i slutet av året. Som mest var ökningen uppe i 36 procent jämfört med under 2020 – detta vid en jämförelse mellan november 2020 och november 2021. Anledningen till att ökningen minskade till 25 procent vid årets slut var sannolikt att det redan i december 2020 började skrivas om Friluftslivets år i media trots att kampanjen ännu inte officiellt startat. Utgångsvärdet blev således högre.

Projektet hade även en omfattande löpande omvärldsbevakning kring vad som skrevs i media om Friluftslivets år, Luften är fri och om friluftsliv i allmänhet. Bevakningen låg bland annat till grund för eventuella ytterligare insatser. Naturvårdsverket försåg projektet med månatliga rapporter från myndighetens omvärldsbevakningstjänst. Luften är fri bevakade även publiceringen av ny forskning och relevanta rapporter inom området.

## Prioriterade målgrupper

### **Barn i åk 4–6 och personer med utländsk bakgrund**

Mål i PP: Att nå personer i ovana grupper, där projektet identifierat dessa grupper som prioriterade. Att 10 procent fler än tidigare har varit ute under 2021.

Utfall: Projektet har nått dessa målgruppen i stor utsträckning. Om det har medfört en ökning på 10 procent är dock svårt att säga med tanke på att det inte gjordes någon nollmätning av målgruppernas friluftsvanor innan projektet och eftermätningen ännu inte är genomförd.

Att projektet nått målgrupperna finns det dock flera tydliga indikationer på. Underlaget som projektet har tagit fram visar att bidragsprojekten nått en stor del av denna målgrupp, aktiviteter i aktivitetskalendern riktat sig till barn och unga i stor utsträckning, de insatser på sociala medier har nått målgrupperna på plattformar där de befinner sig och filmer, annonsmaterial och kampanjer har riktat sig specifikt till dessa.

### **Beslutsfattare**

Mål i PP: 500 kommunala/regionala/nationella tjänstemän och politiker har deltagit.

Utfall: 330 beslutsfattare deltog i Landshövdingestafetten. 37 stycken finns dokumenterade i bidragsprojekten och ytterligare projekt som angett att de uppfyllt målet att nå beslutsfattare utan att uppge en konkret siffra. Ett femtontal deltog på konferensen i Åre, ett tiotal medverkade eller deltog i projektets webinarier och ytterligare runt 15 från riksdagens friluftsnätverk deltog i möten med Svenskt Friluftsliv.

Projektet bedömer att målet uppnåtts även om det officiella antalet dokumenterade deltagande beslutsfattare understiger 500 stycken. Det är sannolikt ett mörkertal i deltagande beslutsfattare i flera olika delar av Luften är fri. Utöver de som presenterats i utfallet har en stor andel beslutsfattare involverats av projektets aktörer, till exempel i bidragsprojekten. I djupintervjuerna, vidare, framgår det att kommuner upplever att friluftsförfrågningar lyfts högre upp på den politiska agendan och i dialog med friluftsförfrågningar upplever man att året bidragit till att dialogen med politiker har blivit enklare och bättre under året. Detta är dock exempel på indirekt medverkan av beslutsfattare snarare än direkt.

### **Målgrupper som projektet prioriterade utanför projektplanen**

Som tidigare nämns i metoddelen fokuserade inte projektplanen specifikt på personer med funktionsvariationer och HBTQI-personer, utan bara ovana grupper. Specifika insatser för dessa grupper har genomförts under året. Flera bidragsprojekt hade personer med funktionsvariationer som huvudmålgrupp för sina aktiviteter. Mer om detta under resultatet från bidragsprojekten. Förespråkare för personer med funktionsvariationer deltog i panelsamtal i projektets webinarier. Dialog med RFSL kring exkludering av HBTQI-personer i organiserat friluftsliv resulterade i justering av genusalternativ i datainsamlingen från aktivitetskalendern samt i RFSL:s medverkan på konferensen i Åre. En av alla workshops på konferensen tog också upp tillgänglighetsfrågan kring spår, leder och friluftsområden. Enligt föreläsningen finns det ett stort behov av att tillgängliggöra friluftslivet för fler grupper inklusive att förbättra informationen och presentationen. Dessutom lyfte projektet dessa grupper i flera kommunikations- och marknadsföringsinsatser under året.

### **Samverkan**

Ett övergripande och prioriterat mål för projektet var att förmå olika delar av samhället, exempelvis ideella organisationer, kommuner, markägareorganisationer, kommersiella aktörer, med flera, att samverka för att främja friluftsliv och skapa bättre förutsättningar för friluftslivet.

Mål i PP: Under året ska Luften är fri samverka med minst 150 organisationer eller aktörer.

Utfall: Totalt 367 aktörer deltog under året i Luften är fri.

Utfall: Över 300 aktörer deltog dessutom i bidragsprojektens aktiviteter enligt slutredovisningarna.

Utfall: Slutkonferensen i Åre lockade över 200 olika organisationer.

Många av friluftslivets aktörer tog kontakt med projektgruppen i ett tidigt stadium för att visa sitt intresse att ta aktiv del i Friluftslivets år. Målet att 150

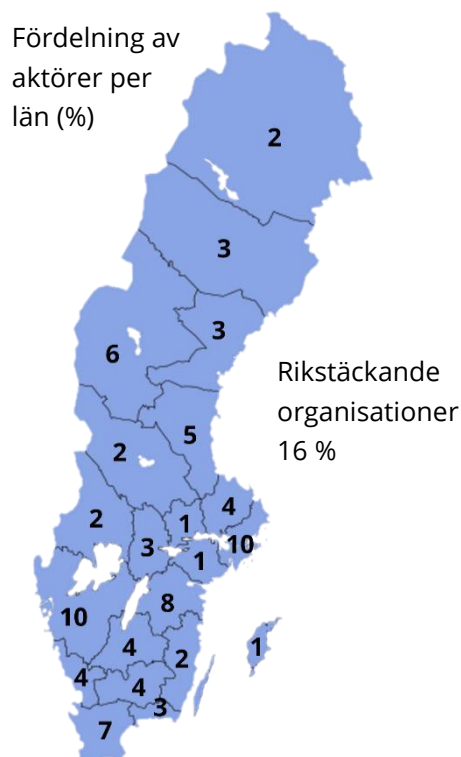
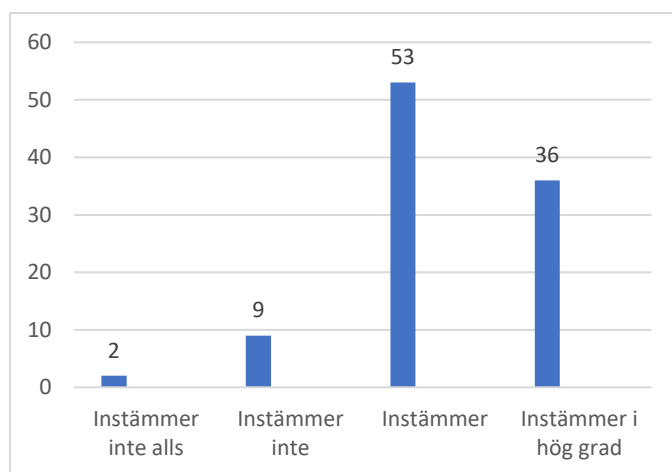
aktörer skulle medverka, resulterade därför i långt över 300. Totalt samverkade projektet med 367 olika aktörer. De 73 bidragsprojekten redovisade i sin tur ett mycket stort antal samverkande aktörer. Vidare deltog över 200 organisationer vid konferensen i Åre.

Den geografiska fördelningen av aktörer framgår av sverigekartan till höger. Jämtland, Östergötland och Gävleborg är exempel på län som har haft fler deltagande organisationer i förhållande till sin befolkningsmängd i relation till andra läns befolkningsmängd. Sörmland, Västmanland, Dalarna och Värmland är exempel på motsatsen.

Samverkan under Friluftslivets år är det enskilda tema som varit mest gynnande, om man ska peka på en övergripande framgångsfaktor. Myndigheter, kommuner, stiftelser, ideella organisationer, turistföretag, skogsägare och privata aktörer har alla bidragit till att året blev till vad det blev. Friluftslivets år började tidigt definieras som ett nationellt samverkansprojekt och tack vare den samverkan som uppstod under året, samt projektgruppens förmåga att skapa bra förutsättningar, gjorde att fler och fler aktörer slöt upp.

Arbetsgruppernas sammansättningar bidrog till samverkan mellan aktörerna och flera konkreta samarbeten uppstod som inte bara gynnade kampanjen under 2021 utan även kommer att gynna friluftslivet framöver. Tidigt insåg projektgruppen vikten av samverkan och jobbade aktivt för att knyta fler aktörer till projektet.

Påstående i aktörsenkäten: Luften är fri har främjat och underlättat samverkan mellan organisationer och aktörer (53 svar; andel)



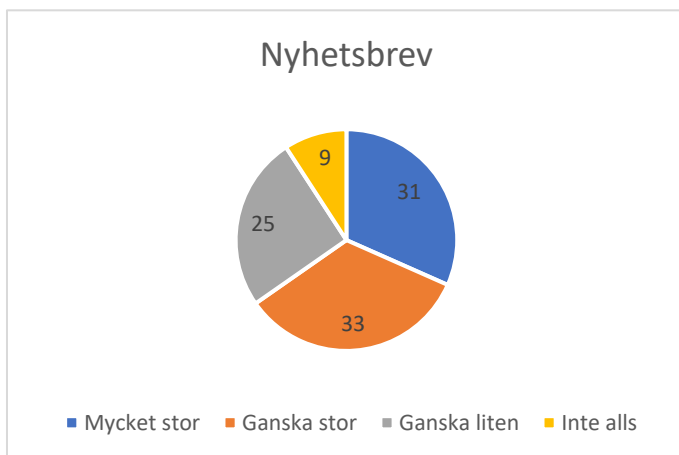
Diagrammet visar att 89 procent av de svarande anser att Luften är fri har främjat och underlättat samverkan mellan aktörer inom friluftslivet. 53 procent "instämmer" och 36 procent anger att de "instämmer i hög grad". Endast 11 procent anger "instämmer inte" eller "instämmer inte alls".



## Nyhetsbrev

Nyhetsbrevet var centralt för projektet ur många synvinklar. Nyhetsbrevet gav Svenskt Friluftsliv möjligheten att peppa och belysa betydelsen av samverkan samt informera om projektet och lyfta såväl goda exempel som forskningsrön. Följarskaran växte snabbt till över 1 000 prenumeranter och öppningsgraden låg stadigt mellan 30–40 procent, vilket får anses vara en väldigt bra siffra för nyhetsbrev.

Fråga i aktörsenkäten: I vilken omfattning har du varit behjälpt av nyhetsbrevet under året?



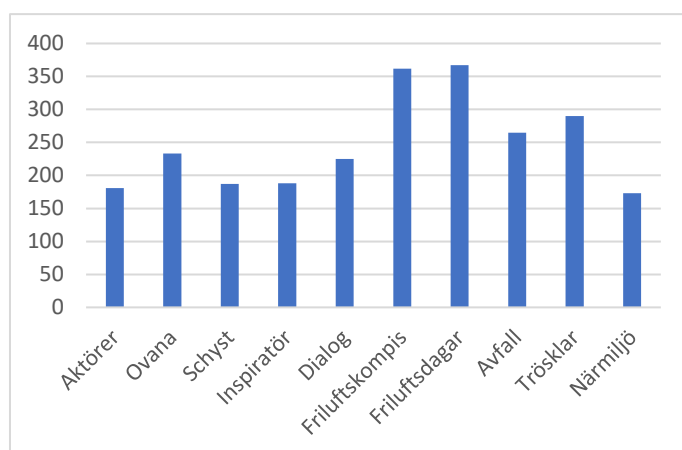
64 procent av de svarande anger att det månatliga nyhetsbrevet har hjälpt dem i 'ganska stor' eller 'mycket stor omfattning' under året. 25 procent anger 'i ganska liten omfattning' medan 9 procent svarar 'inte alls'. Alternativet 'Vet inte' visas ej i diagrammet (2 %). Att 34 procent inte varit

behjälpta av nyhetsbrevet kan bero på att många personer som följde projektet själva var sakkunniga och experter inom friluftsliv.

## Webbinarier

En nyckelfaktor till samverkan har varit att skapa mötesplatser för friluftslivets aktörer. Tack vare den digitala transformationen som pandemin tvingade in oss i, kunde projektet arrangera månatliga webinarier som följde temamånaderna. Intresset för att delta och medverka var stort, vilket resulterat i spännande föreläsningar, intressanta insikter, kunskapsutbyten och personliga möten. Invigningen i januari följdes av över 500 personer, projektets sista i november om hälsoeffekter av friluftsliv hade vid årets slut setts av lika många. Totalt arrangerades tolv webinarium (fyra under 2020) med 1 700 anmälda deltagare och 2 500 visningar på Luften är fris Youtube-kanal.

Diagrammet och tabellen presenterar deltagarantalet vid webinarierna.



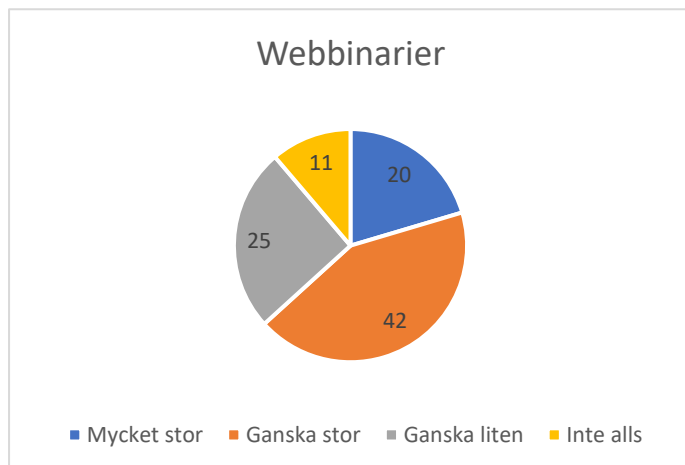
Invigningswebbinariet i januari och det avslutande webinariet om hälsoeffekter av friluftsliv ingår inte. Antalet deltagare och visningar för invigningen uppgår till 1 546. Antalet deltagare och visningar för webinariet om hälsoeffekter: 250 respektive 275 stycken.

Tabell. Webinarier under Friluftslivets år. Antal anmälda, faktiska deltagare och visningar i digitala kanaler i efterhand. \* Webinariet spelades inte in.

Namn på webinarium, datum	Anmäl- ningar	Faktiska deltagare	Visats i efterhand
Aktörer, 9 sept 2020	181	150	0*
Hur når man ovana grupper 2 nov	170	128	63
Schysstmetoden, 23 nov	147	123	40
Inspiratör, 7 dec	148	76	60
Invigning, 22 jan 2021	615	522	931
Dialog, 2 feb,	100	100	125
Friluftskompis, 3 mars	95	95	267
Friluftsdagar, 14 april	105	73	262
Avfall i skyddad natur, 19 maj	101	68	164
Trösklar & knep, 2 juni	80	54	210
Närmiljö, 1 sept	90	74	83
Hälsoeffekter, 3 nov	232	250	275
<b>Totalt:</b>	<b>2 064</b>	<b>1 713</b>	<b>2 480</b>



Fråga i aktörsenkäten: I vilken grad har du varit behjälplig av våra webinarier?



62 procent av de svarande anger att webinarierna har hjälpt dem i 'ganska stor' eller 'mycket stor' omfattning under året. Andelen som svarar i 'ganska liten omfattning' eller 'inte alls' uppgår till 25 respektive 11 procent. Alternativet 'Vet inte' visas ej i diagrammet (2 %). Även här kan de 36

procent som i liten utsträckning varit behjälpta av webinarierna bero på att många deltagare själva var sakkunniga och experter inom friluftsliv.

## Externa möten och nätverk

Mål i PP: Alla län har mötesplatser för dialog om friluftslivet.

Utfall: I Länsstyrelsernas återrapportering till Naturvårdsverket (IVL Svenska Miljöinstitutet, 2022) framgår det att 57 procent av Länsstyrelserna genomfört regionala konferenser om friluftsliv under 2021. I samma rapport har 81 procent av Länsstyrelserna angett att de ordnat en eller flera träffar för kommunerna om friluftsliv. Samtliga länsstyrelser deltog dessutom i Landshövdingestafetten. Projektet bedömer att målet uppnåtts, även om det är svårt att bedöma utfallet på grund av att begreppet "mötesplats" är diffust och kan betyda många olika saker.

Mål i PP: Alla länsstyrelser har samordnat Friluftslivets år 2021 på regional nivå.

Utfall: I Länsstyrelsernas återrapportering till Naturvårdsverket framgår det att 95 procent av länsstyrelserna har samordnat arbetet med Friluftslivets år. 90 procent av länsstyrelserna uppgav också att de tillsatt en tjänst för arbetet med ansvar för samordning av friluftslivsarbetet. Projektet bedömer att målet uppnåtts.

Under året har projektgruppen också medverkat på externa föreläsningar, konferenser och seminarier där projektet Luften är fri och samhällsnyttan med friluftsliv och friluftsområden lyfts fram liksom Svenskt Friluftslivs arbete. Här följer en fullständig lista:

**Januari:**

- 18/1: Föreläsning, Tankesmedja, Länsstyrelsen Skåne  
20/1: Medverkan, Västerhavsveckans nätverksgrupp  
28/1: Medverkande arrangör till seminarium Älgen i rummet, Centrum för Naturvägledning vid Sveriges lantbruksuniversitet.  
28/1: Medverkan, riksdagens friluftsnätverk, Svenskt Friluftsliv

**Februari:**

- 25/2: Föreläsning, Skogens kraft, LRF

**Mars:**

- 9/3: Medverkan, Västerhavsveckans nätverksgrupp  
30/3: Föreläsning, Besöksnäringen Vadstena Infocenter

**April:**

- 4/4: Föreläsning, Östergötlands friluftsnätverksträff, Länsstyrelsen Östergötland  
9/4: Föreläsning, Nätverksträff idrottsanläggningar Jönköpings län  
15/4: Föreläsning, Sveriges Lantbruksuniversitet  
20/4: Föreläsning, inspirationsdag, PRO  
29/4: Föreläsning, Riksdagens friluftsnätverk, Svenskt Friluftsliv  
29/4: Föreläsning, Länsstyrelserna i Norr

**Juni:**

- 21/6: Föreläsning, FrämjaFys (tillgänglighet, information om spår och leder)

**Augusti:**

- 20/8: Föreläsning, Studieförbundet riks  
26/8: Föreläsning, Gävleborgs folkhälsodag (RF/SISU & Länsstyrelsen)

**September:**

- 7–8/9: Medverkande arrangör, Tankesmedjan, Naturvårdsverket  
28/9: Föreläsning, Scouterna

**Oktober:**

- 6/10: Föreläsning, Nätverket Gröna Kilar Norra Stockholm  
12/10: Medverkande arrangör, Vad är poängen med undervisning och lärande utomhus? Utenavet  
13/10: Föreläsning, utbildningsdag 4H  
15/10: Medverkan och föreläsning på Sustainable Fashion Week, Östersund  
21/10: Föreläsning på Outdoor Destination Vänern, Karlstad  
22/10: Föreläsning, Healthy Cities höstkonferens

**November:**

- 2/11: Föreläsning, GIH-konventet, Gymnastik- och idrottshögskolan Stockholm  
16/11: Föreläsning, Naturskyddsföreningen  
24/11: Föreläsning, Region Östergötlands konferens Må Bra i Naturen

## Månadsteman/leveranser

**Mål i PP:** Att genomföra varje månad på olika teman för att lyfta olika viktiga områden av friluftsliv och tillsammans med andra aktörer sluta upp kring gemensamma budskap.

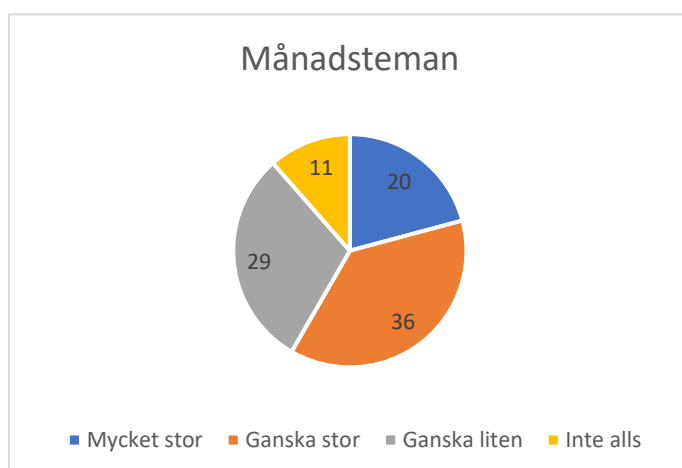
**Utfall:** Projektet genomförde samtliga teman under året.

Planering av leveranserna gjordes initialt av arbetsgrupperna, vars arbete förfinades av projektgruppen i form av kommunikations- och tidsplaner. Information om varje månadstema, med budskap, planerade aktiviteter och goda exempel publicerades på luftenarfri.nu och förmedlades till andra aktörer via nyhetsbrevet. Projektets aktörer inspirerades att skapa aktiviteter på projektets olika teman. Många valde ut ett eller några teman, andra aktörer valde att följa alla. Bland bidragsprojekten var det vanligast att följa och genomföra insatser inom alla eller nästan alla teman. De enskilt populäraste temamånaderna var:

- Äta ute (juni)
- Skyddad natur (maj)
- Lära ute (okt)
- Jag har aldrig (aug)
- Må bra ute (nov)

Aktörerna och enskilda utövare valde att använda hashtags vilket gjorde att projektgruppen kunde skapa sig en uppfattning om genomförda aktiviteter och uppskatta antalet inlägg som publicerades samt samla alla inlägg och aktiviteter på ett synligare sätt. Bidragsprojekten var synnerligen noga med att följa flera eller alla månadsteman.

**Fråga i aktörsenkäten:** Hur mycket har temamånaderna under Luften är fri underlättat ditt arbete?



56 procent menar att temamånaderna har underlättat arbetet med friluftsliv under året, antingen i 'mycket stor' (20 %) eller 'ganska stor' omfattning (36 %). 40 procent anger att det underlättat arbetet i mindre omfattning (29 %) eller inte alls (11 %). Alternativet 'Vet inte' visas ej i

diagrammet (4 %). I de öppna svaren från aktörsenkäten och i djupintervjuerna finns mer information om temamånaderna.

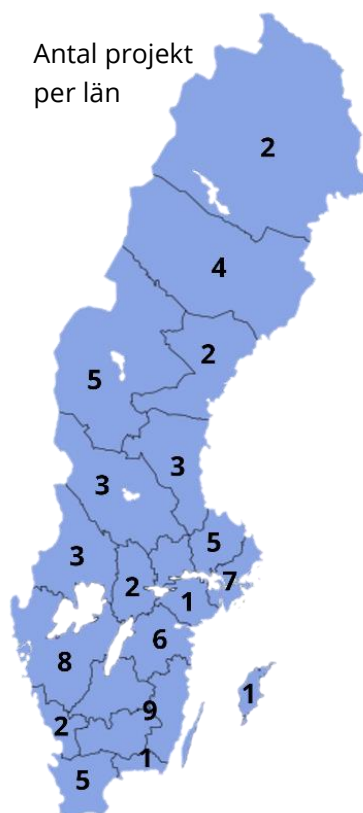
## Bidragsprojekten

- Mål i PP:** Bidragsprojekten är kopplade till flera av målen i verksamhetsplanen. Bland annat för att bidra till att fler kommer ut, samverkan mellan aktörer, ökad sysselsättning samt säkerställa att deltagande aktörer genomfört sina aktiviteter och kommunicerat dem.
- Utfall:** Bidragsprojekten gav en bra bild över aktiviteter som genomfördes, hur de kommunicerats, hur omfattande deltagandet varit och vilka aktiviteterna riktats till, hur projekten bidragit till sysselsättning samt vilka aktörer som har samverkat. Merparten av bidragsprojekten har uppgivit i sin återrapportering att man uppnått sina mål. Se bilaga 7 för detaljerad information.

Som tidigare nämnts inkom totalt 369 ansökningar om projektmedel. Av dessa kunde 73 finansieras genom Luften är fri, vilket motsvarar 19,5 procent. Att totalt 369 aktörer sökte medel är ett viktigt resultat i sig och som visade på det stora intresset från olika aktörer för att engagera sig i Luften är fri och att främja friluftslivet 2021. Ideella organisationer stod för 57 procent av ansökningarna, medan kommuner, stiftelser och övriga representerade 35, 6 respektive 3 procent. Totalt kunde 27 procent av det sökta beloppet beviljas. Hur många av de ej finansierade ansökningarna som ändå genomförts är okänt för projektgruppen.

## Geografisk spridning av projekten

Det var en mycket bra geografisk spridning på bidragsprojekten, från södra till norra Sverige, öst till väst, och mellan stadsbygd, landsbygd och glesbygd. Alla län utom ett (Västmanland) fanns representerade, liksom ett 60-tal kommuner som antingen huvudarrangörer eller samarbetspartner. Se fördelning i svergekartan. Det var även spridning på projekten vad gäller rikstäckande, regionala och lokala projekt och aktiviteter. Bland aktörerna återfanns såväl medlemsorganisationer i Svenskt Friluftsliv, kommuner, stiftelser, naturvårdsorganisationer som skolor och organisationer som primärt inte tidigare ägnat sig åt eller fokuserat sin verksamhet mot friluftsliv. Sett till befolkningens mängd är glesbygd och mellanstora orter överrepresenterade bland projekten. Luften är fri har följaktligen inkluderat orter och områden som ofta anses segregerade och "förbisedda" i olika typer av satsningar och kampanjer.



## Om bidragsprojektens återrapporteringar

Merparten av projekten slutredovisade sin verksamhet 1 april 2022. De 73 projekt som fick medel under Friluftslivets år har bidragit till både aktiviteter och kunskapsutbyte. Se vidare bilaga 7. Projektgruppen har kunnat följa vissa på nära håll. Flera projekt anger att de har haft problem att genomföra sin tänkta verksamhet på grund av coronarestriktionerna, men med hjälp och stöd från Svenskt Friluftsliv, kreativa lösningar och flexibilitet har projekten kunnat genomföras.

Två av projekten har inte kunnat genomföras som planerat, det handlar om Fritidsbanken Hagfors *Friluftsliv med Fritidsbanken* och Malå ridklubbs *Friluftsliv med häst*. Ett trettiotal av projekten har inte förbrukat alla tilldelade medel och kommer återbetala medel.

Övergripande har bidragsprojekten uppfyllt de krav som ställdes initialt. De allra flesta har tagit projektets övergripande mål och formulerat egna mål utifrån dessa. I det stora hela har projekten också uppfyllt dem. Av de som inte helt uppfyllt sina mål, är pandemin en stor orsak. Man har inte kunnat genomföra sina fysiska träffar som planerat och flera har fått ställas in på grund av sjukdom eller förskjutits tidsmässigt. Flera projekt har lyckats senarelägga aktiviteter eller ställa om sina fysiska träffar till digitala aktiviteter och då fått en stor räckvidd. Ett exempel är Höörs kommun som nått över 40 000 personer i digitala kanaler genom att uppmana invånarna att idka friluftsliv på egen hand. Även Sportfiskarna, som fick ett stort bidrag, har med digitala hjälpmedel lockat ut många grupper, bland annat genom att sälja fiskekort för en krona styck, samt via kampanjen Fiskeutmaningen som nådde 200 000 personer på Instagram. Andra projekt har kunnat skjuta upp aktiviteter och genomfört dem när restriktionerna lättade.

## Bidragsprojektens räckvidd

I slutredovisningarna uppger de 71 projekt som genomförts att de tillsammans haft 121 854 deltagare, fysiska och digitala sammanslaget, under året. Detta representerar de deltagare som projekten kunnat dokumentera. Till detta tillkommer ett stort antal andra personer som inte gått att dokumentera, men som tagit del av projektets insatser och aktiviteter på egen hand. De projekt som fått stora bidrag har generellt nått fler personer, men det finns några mindre bidragsprojekt som sticker ut. Sävar IK Korpen hade aktiviteter under hela året kopplat till flera av projektets månadsteman. Målgruppen var personer med psykisk ohälsa och ovana friluftsutövare. I denna lilla bygd i Umeåtrakten deltog över 6 000 personer i projektet. Sävar IK Korpen anger i sin rapportering att deras Facebook-grupp nås av 33 procent av invånarna, vilket kan tyda på att man generellt har lättare att nå en stor del av sin befolkning på en mindre ort.

Ett annat exempel är Friluftsförbundet Öxnegården i Jönköping som nådde över 7 000 personer i sina aktiviteter. En slutsats man kan dra av detta är att ett projekt ofta gynnas av att ha en fysisk plats att samlas kring. Det är något som även visas i bidragsprojektet som Stiftelsen Tyrestaskogen som arrangerat aktiviteter i Tyresta Nationalpark. Tyresta är en välbesökt och känd plats och där det dessutom finns ett Naturum med personal som är vana att arrangera aktiviteter och attrahera besökare.

### **Exempel på aktiviteter i bidragsprojekten**

Mångfalden av genomförda aktiviteter var imponerande. Nedan presenteras ett utdrag som på intet sätt är uttömmande:

- Fiske, funkisfiske
- Svampkurs
- Vandring
- Rullstolsexpedition
- Bestiga "berg"
- Kanot, kayak
- Skogsbad, meditation
- Streetfiske
- Längdskidor, längdskidor funkis
- Ridning, hästar
- Korpen
- Scoutverksamhet
- Discgolf
- Bandy
- Fågelskådning
- Segling
- Besöka naturreservat & nationalparker
- Friluftsliv för familjen i närmiljö
- Tipspromenader
- Funkisgympa
- Skogsäventyr
- Stigcykling
- Dialogmöten
- Matlagning utomhus
- Friluftsbussar
- Geocaching
- Naturpedagogik
- Friluftsliv i skolan
- Hitta-ut orientering
- Summercamp
- Grillning
- Bad
- Socialt "häng" & skapa attraktiva mötesplatser
- Samarbetsövningar
- Löpning & styrketräning i friluftsområden
- Guidade turer
- Bad & vattenlek
- Motionsbingo
- Upptäcka naturen
- Upptäck din ort
- Pokemonjakt
- Uteundervisning
- SFI-undervisning utomhus
- Låna utrustning från Fritidsbanken
- Vandring på leder, kulturvandringar
- Friluftsliv för kvinnor
- Friluftsliv för barn
- Friluftsliv för äldre
- Klättring
- Walk n talk
- Tältning
- Fototävling
- Slalom
- Pulkaåkning
- Dialog Allemansrätten
- Motverka nedskräpning, plogning.

## **Ämnesområden**

Projektens inriktning och fokus speglade de mål och prioriterade grupper som Friluftslivets år betonade. Viktigt att poängtera är att många projekt berörde flera av kategorierna och ämnesområdena samtidigt – det var inte vattentäta skott mellan kategorierna. Följande övergripande kategorier kunde identifieras:

- Tillgänglighet till friluftslivet, främjande av friluftsliv till personer med funktionsvariationer
- Inkludering, jämlikhet, främjande av friluftsliv till nya och ovana grupper
- Främja friluftsliv till barn och ungdomar, ofta genom arena skolan
- Samverkan och koordinering av friluftslivet (ofta kommuner)
- Integration, främjande av friluftsliv till utlandsfödda eller flyktingar.

Beskrivningen av bidragsprojektens redovisningar (bilaga 7) presenteras utifrån dessa kategorier.

### **Tillgänglighet till friluftslivet**

Fyra av bidragsprojekten riktade sig till personer med funktionsvariationer, vilket gjorde att Luften är fri till viss del lyfte fram en viktig målgrupp för friluftslivet, men som inte var identifierad som prioriterad målgrupp i projektet initialt. Dessa fyra projekt lockade förvisso inte den största publiken eller hade de största deltagarantalerna, men utgör självfallet en viktig del av Luften är fri eftersom insatserna visar på att friluftsliv är och ska vara möjligt för alla. På så sätt fungerade de sannolikt som inspiratörer och förebilder åt andra. Projektet *Den långa vandringen* fick stor uppmärksamhet i media. Projektet innebar att tolv deltagare med deras supportpersonal och assistanshundar, tog sig de nio milerna på Vasaloppsleden, under ledning av föreningen Skogstur. Många lokala företag och ledare från Friluftsfrämjandet Botkyrka assisterade under resan. I media gick vandringen under namnet "Rullstolsexpeditionen". Projektet *Tillgängligt Friluftsliv* som drevs av Funktionsrätt Sörmland arrangerade med framgång tillgänglighetsanpassade aktiviteter såsom stolsyoga, guidade vandringar och friluftsdag vid fiskesjö på olika platser och orter i Sörmland. Av stor vikt för projektet var att välja natursköna platser som samtidigt var tillgängliga för alla oavsett funktionsvariation.

### **Inkludering, jämlikhet, främjande av friluftsliv till nya och ovana grupper**

Projekt med fokus på inkludering, integration och insatser mot barn och ungdomar via skolan var mest framträdande, det vill säga inom detta område beviljades flest projekt. Även om ämnesområdena skiljer sig åt till viss del, tangerar dessa varandra i både målgrupp och aktiviteter.

Inom området som rubriken antyder, riktade sig projekt inom detta område till en av årets prioriterade målgrupper – barn, personer med utländsk bakgrund samt beslutsfattare. En stor variation av aktiviteter kan man hitta bland dessa projekt. Friluftsförbundet PINK i Tyresö har under året arrangerat hela 167 aktiviteter riktade till friluftsovana kvinnor, både de med svensk och de med utländsk bakgrund. Det har varit allt från övernattningar, kanotpaddling och bushcraft. Stiftelsen Västerviks museum och projektet *Luften är fri Västervik* anordnade bland annat plogning och lyckades totalt locka över 800 personer till sina aktiviteter under året. Bland dem fanns även beslutsfattare. Livräddarna i Tylösands projekt *Jag har aldrig testat friluftsliv i öppet vatten* nådde hela 1 000 personer genom att arrangera vattenaktiviteter för personer med låg simkunnighet, många från utanförskapsområden. Studieförbundet i Norrbotten nådde alla prioriterade målgrupper och samverkade med ett stort antal aktörer under året.

### **Främja friluftsliv till barn och ungdomar**

Av alla bidragsprojekten var det 16 som specifikt riktade sig till barn och unga i allmänhet och skolan i synnerhet. Dessa hade stort fokus på att upptäcka naturen, friluftslivet, lyfta fram allemansrätten och att använda utomhusmiljöer i undervisningen. De flesta har genomfört detta genom temadagar och friluftsdagar med olika mellanstadieklasser. Aktiviteterna var varierande med allt från att klappa djur, bygga kolmila och övernatta till fågelskådning, matlagning, paddling och mycket mer. I Varbergs kommun flyttade hela fritidsgården ut till stranden med skönt häng och varierande aktiviteter under sommaren, men hela året arrangerade man olika utflykter och aktiviteter enligt projektets alla teman. Genom dessa insatser deltog sammanlagt över 2 500 barn och unga.

I Uppsala kommun tog *Friluftsbussarna* med sammanlagt 500 skolbarn på utflykter i olika friluftsområden under lov dagar. Konceptet med friluftsbussar är viktigt för allas tillgänglighet, men sannolikt extra viktigt på orter och i städer med dålig tillgång till sammanhängande friluftsområden och skog. Uppsala arrangerade även summercamp med aktiviteter i det fria. Man tog också fram inspirationsmaterial kring utomhusundervisning till kommunens pedagoger.

### **Samverkan och koordinering av friluftslivet**

De bidragsprojekt som i huvudsak arbetade med samordning var till stor del kommuner. Dessa verkade för ökad dialog mellan kommunen, friluftsförbund och organisationer samt ovana grupper och dess företrädare för att lyfta och tillgängliggöra aktiviteter runt om i kommunerna. Tillsammans med andra aktörer inom kommunerna anordnades aktiviteter på årets alla teman. Bidragsprojekten satsade också mycket på kommunikation och marknadsföring i olika medier för att synliggöra Friluftslivets år. Till exempel tog Dals-Eds kommun fram en film för att marknadsföra kommunens rika friluftsliv.



Dal-Eds kommun investerade i aktivitetsrundor och digitala tipspromenader för att uppmåna till kunskap samt för att öka intresset för barn och unga. Man arrangerade också friluftsförbund som en del av kommunens årliga kulturvecka som lockade personer i samtliga av projektets målgrupper. De flesta aktiviteterna genomfördes i samverkan med andra aktörer i kommunen. Sammantaget deltog nästan 2 000 personer i dessa.

I samverkan med andra anordnade Värmdö kommun aktiviteter såsom fågelskådning, Hitta-ut orientering, plogning med Naturskyddsföreningen, friluftsliv med Friluftsförbundet (lära ute, vandring, plogning), fototävling och funkispromenad. Kommunen organiserade även sommarjobbare som undersökte ungdomars motiv och hinder till friluftsliv och producerade filmer om Värmdös friluftsförbund. Totalt deltog över 700 personer i projektets aktiviteter. Värmdö kommun uppgav i sin slutrapportering att kommunens friluftsförbund lärde känna varandra bättre under projektet samt att de rapporterade in fler medlemmar jämfört med tidigare år.

### **Integration, främjande av friluftsliv till utlandsfödda eller flyktingar**

De projekt som fokuserat på integration och främjande av friluftsliv till utlandsfödda eller flyktingar har i huvudsak arrangerat aktiviteter för personer i dessa grupper. Man satsade också på utbildning för SFI-lärare.

Naturskolan och Umeå kommuns projekt *Friluftsliv i skolan* satsade på att utbilda pedagoger i utomhuspedagogik, både digitala och fysiska utbildnings-tillfällen arrangerades. Totalt fortbildades 128 SFI-pedagoger. Man genomförde också aktiviteter enligt projektets månadsteman där 694 SFI-elever deltog. Totalt deltog 931 personer i projektets olika insatser.

Miljöverkstan Flatens projekt *Mitt friluftsliv!* riktade sig till nyanlända ungdomar och ungdomar med olika funktionsvariationer. För dessa arrangerades 22 resor/äventyr med totalt 120 deltagare under året. Ungdomarna skrev sedan resereportage och producerade filmer om sina äventyr. Projektet deltog även vid konferensen i Åre.

Naturskyddsföreningen Dalarna och Hitta ut i Dalarna tog fram 73 skyltar med natur- och kulturinformation vilka sattes upp vid Hitta-ut-kontroller. Totalt 2 163 personer gjorde 66 970 registreringar under april-oktober. Man arrangerade också 90 dokumenterade möten enligt konceptet friluftskompis (samt många odokumenterade).

*Ain't no mountain too high!* var ett bidragsprojekt arrangerat av Rädda Barnen i Örnsköldsvik och Östersund. I det projektet arrangerades aktiviteter som speglar den norrländska mångfalden och friluftslivet i norr. Många aktiviteter planerades med barnrättsperspektivet i fokus. Totalt deltog 1 340 personer med rötter i 22 olika länder. Projektet presenterades vid konferensen i Åre.

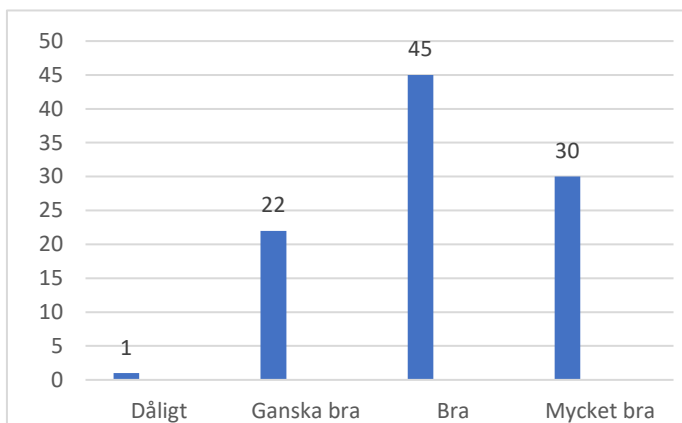
## Konferensen i Åre – fokus på framtidens utmaningar inom friluftslivet

En viktig aspekt att sprida forskning och kunskap om friluftsliv, utöver kunskapssammanställningar och webinarier under året, var den konferens som Svenskt Friluftsliv arrangerade i Åre, Jämtland, 6–7 december 2021. Konferensen blev mycket lyckad med 337 deltagare, varav 177 fysiskt på plats i Åre. Ett 15-tal beslutsfattare deltog antingen som föreläsare eller åhörare. Konferensen handlade dels om att sammanfatta Luften är fri och sprida forskning och kunskap, dels om att lyfta fram framtida utmaningar med friluftslivet och främja dialog i friluftsfrågor.

Redan under april 2021 började planeringen för att genomföra en avslutningskonferens. Arbetsgruppen för dialog var involverade i planeringen tillsammans med projektgruppen. Åre kommun och länsstyrelsen i Jämtland räckte upp handen för att stå som medarrangörer. Konferensen innehöll två dagar fulla av givande samtal, nätverkande, intressanta föreläsningar, workshops och mycket klokskap för framtiden. Det var programpunkter om allt från hållbar utveckling och hälsoekonomi, via integration, tillgänglighet och hälsoeffekter i naturen, till samtal om politik, allemansrätten, nedskräpning och framtidens friluftsliv. Några projekt som skulle ha ingått i pilotprojektet för hälsa och friluftsliv ingick i stället i konferensen. Det var, bland andra, Friluftsfrämjandets och Sjöbo kommuns projekt *Häng med oss ut* som använder friluftsliv för att behandla och hjälpa personer med psykiatriska diagnoser och Riksförbundet Sveriges 4H:s *Lära genom att göra i naturen på 4H-gården!* riktat mot barn och ungdomar.

Över 40 föreläsare presenterade material på konferensen under ledning av konferenciern Patrik Jämteborn. Det fanns ett stort uppdämt behov av att träffas fysiskt efter all digital kommunikation och möten tidigare under 2021. Utvärderingen från deltagarna visade att merparten gärna ser att konferensen återkommer på regelbunden basis, så länge den inte tangerar innehåll och syfte med Naturvårdsverkets Tankesmedja. Utvärderingen visade också att deltagarna gärna sett mer tid till informella samtal och workshops utomhus.

Fråga i utvärderingen av konferensen i Åre: Vad är ditt övergripande omdöme av konferensen i Åre? (76 svar; andel)



Diagrammet illustrerar att en stor majoritet av de svarande ansåg att konferensen i Åre antingen var 'bra' eller 'mycket bra'. Totalt 75 procent angav detta, medan 22 procent angav 'ganska bra'. Endast 1 procent av de svarande (en person) upplevde att konferensen hade varit

'dålig'. Nästan 90 procent av de svarande angav att en liknande konferens borde återkomma regelbundet (visas ej grafiskt i denna rapport; 89 %).

## Kvalitativ utvärdering

Som nämndes i metodavsnittet och i inledningen av resultatdelen har utvärderingen primärt använt två källor för att undersöka aktörers och individers upplevelse av Luften är fri. Dels öppna svar från aktörsenkäten (53 svar), dels djupintervjuer med utvalda personer från olika delar av friluftslivet och projektet. Dessa två källor kan klassas som kvalitativa och ger information, inte bara om vad som varit bra och mindre bra med projektet, utan kan även sannolikt bidra med en fördjupad förståelse av varför och möjliga mekanismer till olika effekter och resultat.

## Öppna enkätsvar

De öppna svaren i aktörsenkäten bidrog med en hel del erfarenheter och information om både positiva och negativa upplevda aspekter av Luften är fri. I texten finns citat för att illustrera innehåll. Ett större antal utvalda citat finns presenterade i bilaga 4. Bilagan är uppdelad enligt kolumner med temana "Samverkan", "Material, upplägg, tonalitet", "Övriga positiva aspekter" och "Negativa aspekter".

Över lag var de öppna enkätsvaren mycket positiva till Luften är fri, vilket är i linje med svaren på de fasta frågorna i enkäten som presenterats tidigare i föreliggande rapport. Deltagarna betonade framför allt projektets fokusering på samverkan, bra digital kommunikation inklusive bra webinarier och finurliga influencersamarbeten, användbara praktiska månadsteman, gratis material och paketering av forskningsbudskap. Här följer några citat:

*"Månadsteman var framgångsfaktorn. Man kunde haka på men ändå sätta sin egen touch."*

*"Gemenskapen, peppen och inspirationen!". "Samarbetet på bred front!"*

*"Er snygga logo och fyndiga namn". "Användandet av hashtags".*

Flera aktörer anger i enkäten att projektet har medverkat till att få upp frågan på den politiska agendan, att det underlättat friluftsarbetet i kommunen och att man haft lättare att nå målgrupperna som traditionellt ofta varit svåra att nå. Luften är fri har dessutom erbjudit något konkret som varit lättare att prata om med kollegor, skolor och föreningar jämfört med att försöka hänvisa till de nationella friluftspolitiska målen eller begreppet friluftsliv som upplevs som mer abstrakt och diffust. Projektet har "sänkt trösklarna" och ökat "medvinden" ytterligare.

I återkopplingen från de svarande fanns även några saker som upplevdes som mindre bra och som kan göras bättre vid nästa kampanj. Den främsta kritiken handlar om att planeringen blev sen eftersom det politiska beslutet om finansiering dröjde alldeles för länge, men även att informationen kunde ha varit tydligare:

*"Planeringen för året blev sen och hade behövt vara tydligare."*

*"Organisationen och finansieringen måste vara säkrad tidigare nästa gång."*

Andra svarspersoner menar att det förvisso är sant att det sena beslutet sannolikt skapade en viss osäkerhet hos aktörerna, men att den nära dialogen med aktörer under 2020 både från Naturvårdsverkets och Svenskt Friluftslivs sida ändå gjorde att de flesta var väl förberedda och stod i startgroparna när beskedet om finansiering väl kom.

## **Djupintervjuer**

Totalt genomfördes elva intervjuer med personer från olika delar av friluftslivet och Friluftslivets år i syfte att få en bred representation och olika synvinklar på projektet. Personerna valdes ut för att de bedömdes ha gedigen kunskap om friluftslivet, Friluftslivets år samt framtida utmaningar och behov. Resultatet från intervjuerna speglar väl de resultat som framkom i enkäten till aktörerna, både vad gäller positiva och negativa aspekter och viktiga utvecklingsbehov för framtiden. Även här finns citat för att illustrera innehåll. Deltagarna i djupintervjuer benämns "respondenter" i texten. Fler exempel på citat och teman presenteras i bilaga 6.

## **Positiva aspekter**

För att förstå vad Luften är fri bidrog med för friluftsarbetet kan det vara värt att först fokusera på några av de brister och systemfel som fanns inom friluftslivet innan Friluftslivets år och som projektet försökte förändra enligt respondenterna. Generellt uppfattade de att arbetet med friluftsliv tidigare hade varit relativt fragmentiserat ungefär som ett delvis ihåligt lapptäcke med otydliga roller, även om mycket fungerar bra också. Det var vanligt att aktörer arbetade i egna spår utan större samverkan med andra. Många med friluftsförhållanden på sitt bord har sannolikt känt sig lite ensamma och isolerade

inom respektive organisation och på sin ort. Vissa respondenter menade även att det organiserade friluftslivet och arbetet med att främja friluftsliv sannolikt har upplevts som lite exkluderande och ”präktigt” av många, inte minst av friluftsovana grupper: Det ska vara rätt kläder, friluftsliv i fina miljöer i fjällen, avancerade och gärna lite riskfyllda aktiviteter för att synas eller pulshöjande idrottsliknande aktiviteter i naturen för att förbättra hälsan, om man ”målar med den breda penseln”. Ovanstående riskerar att höja trösklarna för många grupper, till exempel ovana, enligt några av respondenterna. Enligt dem var Luften är fri ett försök att i stället fokusera på det enkla, det billiga, det bostadsnära och det roliga med friluftsliv och i förlängningen en betoning på att alla kan ägna sig åt friluftsliv och har en självklar plats inom friluftslivet – det vill säga försöka sänka trösklarna och nå målgrupper som varit svåra att nå och involvera tidigare.

### **Fräsch och lättillgänglig paketering av budskap**

Intervjuerna visade sammantaget att Luften är fri har varit ett uppskattat inslag för att samla olika aktörer och ge mer riktad kraft åt arbetet med att främja friluftslivet. Några av de mest framträdande temana i intervjuerna handlar om att Luften är fri har främjat och påtalat vikten av samverkan, genererat ”ovanliga och fräscha nya” samarbeten och skapat förutsättningar för ökat driv och ökad förståelse för ”frågan” inom organisationer. Fler med friluftsliv på sitt bord har fått kontakt med varandra under året. Luften är fri har även haft en framgångsrik och finurlig kommunikation och inte bara fokuserat på policyer, planer och forskningsevidens utan lika mycket på konkreta aktiviteter och användbara verktyg för att främja just det enkla, billiga, bostadsnära och det roliga friluftslivet lokalt. Paketering av kunskap och budskap upplevs som avgörande för att förmå fler aktörer att arbeta med frågan och för att lyfta friluftslivet. Många deltagare nämner att de hade stor nytta av paketerat material, exempelvis materialet inom skolportalen.



*”Det hjälper mycket att ha forskningsbaserat material och underlag samlat...för vi hinner inte läsa forskningsrapporter och göra en egen analys och så... så paketering av kunskap och information är viktigt.”*

### **Luften är fri belyste alla delar av friluftslivet**

Projektet har främjat samverkan och kompetensutbyte, skapat kontaktytor på olika nivåer och underlättat friluftsarbetet på ”hemmaplan” enligt de intervjuade. Att kampanjen har visat på nya och annorlunda sätt att främja friluftsliv på påtalas som viktigt för det fortsatta och pågående arbetet.

Bredden på satsningen nämns av många som väldigt viktig för resultatet – att hela friluftslivet har belysts. Själva processen att flera aktörer med intresse för friluftsliv börjar samtala och samarbeta på lokal eller regional nivå lyfts fram som särskilt viktig faktor – sannolikt viktigare än att det på kort sikt leder till positiva resultat och fantastiska effekter.

Vidare upplevs kampanjen ha använt uppskattade och lite annorlunda kommunikationsstrategier med en lekfull ton och användandet av moderna kanaler, framför allt via digitala kanaler och samarbeten med influencers, för att nå ut bredare än vad som åstadkommits eller försökts tidigare:

*”Styrkorna tycker jag var att projektet nådde en mycket bredare målgrupp än vad man gjort tidigare. Jag tyckte också att projektet satte an en annan, mer lekfull ton...liksom bortifrån det här...lite prestigefyllda friluftslivet...Luften är fri fick in mer glädje och skoj i det.”*

### **De samlade insatserna lyfte friluftsfrågor högre upp på agendan**

Att projektet bidrog med olika praktiska underlag, forskningsbaserade budskap, månadsteman, webinarier, grafiskt material och mycket annat gjorde att aktörerna upplevde det som lättare att implementera arbetet med friluftsliv inom sina respektive organisationer, inte minst gentemot politiker, beslutsfattare och chefer, samt i det lokala eller regionala arbetet. En intervjuperson med stor erfarenhet av att arbeta med friluftsliv på kommunal och regional nivå beskrev att innan Friluftslivets år kanske friluftsliv fanns med på en punkt i dagordningen där frågan diskuterades ”halvhjärtat”, men under projektet och pandemin var plötsligt friluftsliv integrerat i många olika punkter och diskuterades relativt flitigt. Kampanjen och pandemin gjorde att friluftsarbetet fick driv och kraft. Pandemin 2020–21 hade redan ökat intresset för friluftsliv hos allmänheten och många organisationer och Luften är fri förstärkte den trenden under 2021.

*”Framför allt att det syntes i hela Sverige! Det gav ju oss legitimitet och mandat att jobba med frågan...här kraftsamlar hela Sverige...det är inte bara i min kommun liksom. Så det blev ju lyskraft på friluftslivet det året...och det är ju bra rent politiskt...för att få upp frågan på bordet.”*

Känslan av att många kollegor arbetar med samma fråga i hela landet, och att beslutsfattare och andra upplever att det pågår en koordinerad nationell satsning, verkar således viktig för att lyckas åstadkomma förändringar och sätta friluftslivet på agendan lokalt eller regionalt. Och om förbättringar kan åstadkommas lokalt och regionalt krattar det manegen för det nationella arbetet. Detta är viktiga motiv till ett fortsatt arbete med att stärka policyarbetet på egentligen alla nivåer av friluftslivet.

En intervjuperson med insikt i riksdagsarbetet och politiken menade att Friluftslivets år bidrog till att friluftslivet och friluftsarbetet fick större uppmärksamhet.

*”Friluftslivets år gjorde att frågorna fick större uppmärksamhet i riksdagen och hos politiker generellt, delvis också på grund av pandemin naturligtvis. Frågorna är mer på agendan nu. I och med att Folkhälsomyndigheten gick ut och rekommenderade utevistelse så blev det mer fokus på frågorna.”*

Det handlade inte bara om partierna som traditionellt förknippas med naturvård och hälsofrågor, utan i stort sett alla riksdagspartier. Landshövdingestafetten lyftes också fram som viktig för att få uppmärksamhet hos politiker:

*”Landshövdingestafetten fick stor uppmärksamhet hos politiker, mycket tack vare att många landshövdingar är före detta riksdagspolitiker och har kvar sina kontakter med ledamöter i riksdagen.”*

### **Negativa aspekter:**

Respondenterna nämnde även några aspekter som fungerade mindre bra och där det finns förbättringspotential till nästa nationella kampanj eller i det framtida friluftsarbetet generellt. Det viktigaste påpekandet är att det sena beskedet om finansiering av Friluftslivets år hämmade projektets planering vilket i sin tur försvårade för egentligen alla inblandade parter, inklusive för aktörer som sökt projektmedel, länsstyrelserna, kommunerna och medlemsorganisationerna hos Svenskt Friluftsliv. Detta medförde försvårande omständigheter och tidsbrist i ett redan osäkert läge med restriktionerna under pandemin – något som även lyftes fram i aktörsenkäten. Emellertid hade friluftorganisationer och aktörer informerats och involverats under 2020 så de flesta stod redan i startgroparna och kunde starta upp på relativt kort tid. Oavsett, besked om finansiering behöver lämnas i ett mycket tidigare skede från politiskt håll inför nästa kampanj.

### **Mer tid för planering och färre teman**

Flera av de intervjuade nämnde att temamånaderna var ett viktigt och uppskattat inslag i planeringen av friluftaktiviteter under året. Men antalet teman upplevdes som för många och viktiga aktörer på lokal och regional nivå hann inte med att planera och koordinera insatser varje månad. Ett viktigt budskap är därför att dessa nyckelaktörer behöver involveras tidigare och förses med material och information i god tid så att de i sin tur kan planera och bedriva arbetet i samverkan med lokala aktörer.

*”Det var många som vände sig till oss (Länsstyrelse) ”hur ska vi jobba med nästa månads tema i Friluftslivets år?” och det fanns ingen tid till förberedelse. Vi fick ju materialet samtidigt som de andra. Det var lite frustrerande ibland att man var steget efter hela tiden.”*

### **Involvera lokala och regionala samverkanspartners tidigare**

Ett annat påpekande är att kampanjen borde ha fokuserat ännu mer på att involvera kommunerna vilka naturligtvis har goda förutsättningar att implementera aktiviteter och samverka med existerande lokala aktörer. Flera

respondenter betonar att om projektet hade ställt högre krav på att alla bidragsprojekten skulle involvera "sin" respektive kommun och allmänt betonat vikten av samverkan skulle fler kommuner kunnat nås och involveras i arbetet. Delvis är detta givetvis en resursfråga. Här finns ett viktigt budskap för framtida kampanjer och det fortsatta arbetet med friluftsliv för bland annat Svenskt Friluftsliv:

*"Involvera och prata med kommunerna! De kan det här rätt bra...och jobbar väldigt mycket med friluftsliv. Det glappet finns där idag."*

Ovanstående gäller för övrigt även på regional nivå hos länsstyrelserna. Länsstyrelserna hade självfallet en viktig och stor roll i genomförandet av Friluftslivets år, men en intervjuperson från en länsstyrelse menar att de kunde ha haft en ännu tydligare roll och varit en ännu starkare motor i projektet såväl vad gäller planering som koordinering och genomförande:

*"Om man får möjlighet att starta processen tidigare så är länsstyrelserna en ganska bra aktör att ha med i planeringen och i genomförandet."*

### **Involvera företrädare för målgrupperna mer**

En av de intervjuade nämner också avsaknaden av deltagande från de prioriterade målgrupperna eller från de organisationer som företräder dessa målgrupper. Till nästa kampanj är det viktigt att involvera de prioriterade målgrupperna och dess företrädare i planering och genomförande, vilket också är en central pusselbit i implementering. Att involvera barn och ungdomar i en framtida kampanj, exempelvis, är inte minst viktigt för att sträva efter att uppnå principerna i Barnkonventionen.

### **Bör Friluftslivets år upprepas?**

Denna fråga ställdes i en av frågorna i aktörsenkäten och under djupintervjuerna. Utvalda citat från aktörsenkäten och djupintervjuerna finns i bilaga 5 respektive 6. Det var delade meningar om huruvida kampanjen ska upprepas eller inte, även om de allra flesta hade en positiv grundinställning. En majoritet av respondenterna var positiva till att året borde upprepas och angav som motiv att det vore en ny och nödvändig kraftsamling för friluftslivet. Många aktörer och organisationer skulle vilja medverka igen, och vid nästa tillfälle skulle ännu bättre resultat kunna uppnås eftersom en hel del material och samverkansformer redan är upparbetade och årets projekt genererat viktiga erfarenheter.

*Det skulle helt klart bli liknande upplägg om man skulle göra om året. Basen är byggd...vi vet vad som skulle ge effekt ganska snabbt, och då är det mycket enklare att koppla på det igen...och liksom ta det ännu längre. Vi vet ju vilka organisationer och nätverk som finns och vilka knappar man ska trycka på...hur man får effekt på saker...Även om tider förändras så tycker jag ändå att projektet har visat på saker som kan funka om 3-4 år också."*



Några svarande angav emellertid att "det beror på" om året ska/bör upprepas, framför allt bör kampanjen 2021 utvärderas ordentligt först, och om det ska upprepas bör det inte ske varje år eller återkomma med för kort uppehåll mellan. En upprepning av året skulle också vara beroende av en bättre förankring hos kommunerna, länsstyrelserna och Sveriges Kommuner och Regioner enligt vissa deltagare.

Några respondenter var mer negativt inställda till en upprepning av Friluftslivets år med motiv såsom att friluftsmålen redan är uppnådda, fler människor och grupper ägnar sig åt friluftsliv efter kampanjen och pandemin samt att statsanslaget redan höjts. En svarande menade att det vore fel att återigen fokusera på ett tidsmässigt kortsiktigt projekt, när vi i stället behöver tänka och agera långsiktigt och arbeta mer med styrning och strukturer.

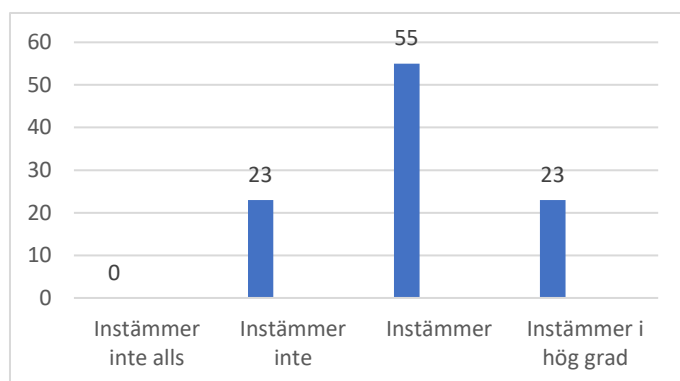
*"Ser inget behov i närtid. Målen nådda. Fler utövare. Höjda statsanslag".*

En av respondenterna i djupintervjuerna vänder sig dock emot detta synsätt och menar att det ena inte behöver utesluta det andra. Vi kan arbeta med strukturen och det långsiktiga friluftsarbetet samtidigt som vi bedriver en nationell kampanj för att belysa frågorna lite extra under ett år. Intervjupersonen menar vidare att det inte är uteslutet att det fördubblade anslaget till friluftslivet 2022 delvis kan ha sin grund i den uppmärksamhet som Friluftslivets år fick, vilket visar på betydelsen av att ibland jobba med en kampanj parallellt med det vanliga arbetet.

## Utvärdering av möjlig måluppfyllelse/möjliga mekanismer

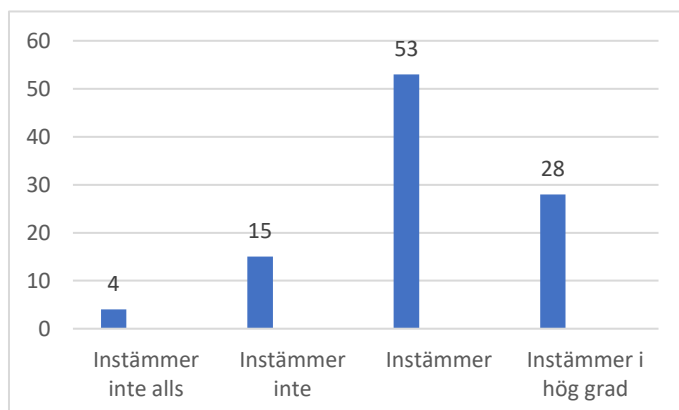
Övriga viktiga mål för Luften är fri var att verka för att nå nya och ovana grupper, sprida kunskap och evidens och att hjälpa aktörer att stärka sitt arbete med friluftsliv. Nedan presenteras resultat som rör dessa mål.

Påstående i aktörsenkäten: Luften är fri har underlättat arbetet med att främja friluftsliv till nya och ovana grupper (53 svar; andel).



Diagrammet visar att av de svarande är det 78 procent som 'instämmer' eller 'instämmer i hög grad' att Luften är fri har underlättat arbetet med att främja friluftsliv till nya och ovana grupper. 23 procent 'instämmer inte'.

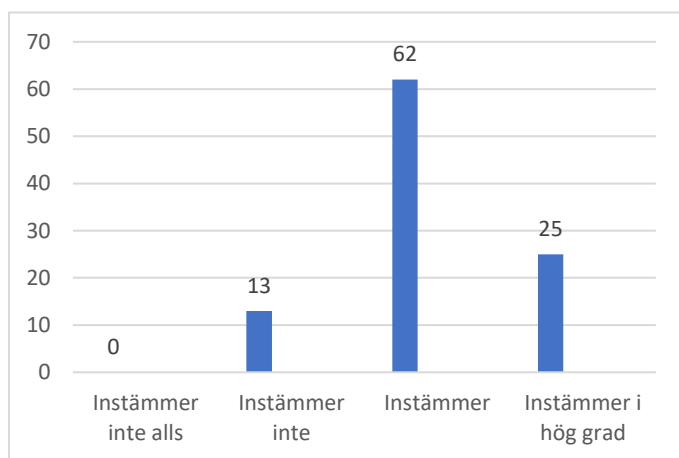
Påstående i aktörsenkäten: Under Luften är fri har min organisation stärkt arbetet med friluftsliv (53 svar; andel).



Diagrammet visar att 81 procent av de svarande anser att deras organisation stärkt arbetet med friluftsliv under Friluftslivets år. 28 procent och 53 procent angav 'instämmer' respektive 'instämmer i hög grad'. Som exempel på "stärkt arbetet" angavs: 'samarbetat med nya aktörer', 'fokuserat på nya områden' och 'utökat arbetet/aktiviteterna'.

Svaret i aktörsenkäten är i linje med vad kommunerna anger i enkäten som ligger till grund för utmärkelsen Sveriges friluftskommun (Naturvårdsverket, 2021), det vill säga att kommunernas arbete med friluftsliv verkar stärkas och en högre andel av kommunerna anger att de har rutiner för friluftsarbetet.

Påstående i aktörsenkäten: Luften är fri har underlättat spridningen av aktuell forskning, erfarenheter och kunskap (53 svar; %).



Diagrammet visar att 87 procent av de svarande anser att Luften är fri har underlättat spridningen av såväl nya forskningsrön som aktuella erfarenheter och kunskap inom området. 62 och 25 procent 'instämmer' respektive 'instämmer i hög grad'. Endast 13 procent av de svarande 'instämmer inte'.





## Sammanfattning av måluppfyllelse


I följande tabeller ges en övergripande bedömning av måluppfyllelsen av de uppsatta målen för Luften är fri. Tabellen visar att de allra flesta målen har uppfyllts, till exempel målen om samverkan, uppmärksamhet i traditionella media, visningar i digitala medier och stärkt roll i samhällsdebatten. När det gäller målet att alla län ska ha mötesplatser för dialog om friluftsliv har målet delvis uppfyllts. En majoritet av länen anger att de har sådana mötesplatser, men inte alla.





Vad gäller målet att nå och involvera beslutsfattare bedömer projektgruppen att målet uppnåtts, även om antalet bekräftade och dokumenterade besluts-

fattare understiger 500 stycken. Mörkertalet är sannolikt stort, inte minst i bidragsprojekten.

Vad gäller de långsiktiga målen bedömer projektgruppen att målet om att öka samhällsdebatten om friluftsliv har uppnåtts och sannolikt har Luften är fri bidragit till ökad förståelse för natur- och kulturvärden, medan påverkan på de andra två långsiktiga målen inte kan bedömas i skrivande stund annat än i övergripande och teoretiska resonemang.

Långsiktiga mål	Måluppfyllelse
Friluftslivet har en mer framträdande roll i samhällsdebatten.	
Bättre fysisk och psykisk hälsa i befolkningen.	
Större förståelse för natur- och kulturvärden.	
Högre sysselsättning inom naturturism och friluftsliv.	

Mätbara mål, målgrupper	Måluppfyllelse
10 procent av Sveriges befolkning har varit ute mer under Friluftslivets år 2021 än tidigare.	
10 procent fler artiklar med sökordet "friluftsliv" har publicerats i traditionella media 2021 än under 2020.	
100 000 inlägg i interaktiva/sociala medier.	
500 kommunala/regionala/nationella tjänstemän och politiker har deltagit i någon organiserad aktivitet under Friluftslivets år 2021.	
Alla län har mötesplatser för dialog om friluftslivet.	

<b>Mätbara mål, samarbetspartners</b>	<b>Måluppfyllelse</b>
Friluftslivets år 2021 har genomförts i samverkan med partnernätverk.	
150 organisationer har deltagit i arbetet med Friluftslivets år 2021.	
Alla deltagande organisationer har genomfört minst en aktivitet och kommunicerat den.	
Alla länsstyrelser har samordnat Friluftslivets år 2021 på regional nivå.	

## Ekonomisk redovisning

Svenskt Friluftsliv har av Naturvårdsverket erhållit bidrag om 29 100 000 kronor för att genomföra Friluftslivets år 2021. Medlen som tillgängliggjorts Svenskt Friluftsliv har varit uppdelad i två budgetar, en för de centrala satsningar som genomförts av ett kansli på Svenskt Friluftsliv (11,1 MSEK) samt en budget för externa aktörer som beviljats medel av Svenskt Friluftslivs fördelningskommitté (18 MSEK) nedan kallat Bidragsprojekten.

Bidragen till de externa aktörerna har tidigare redovisats till Naturvårdsverket i Svenskt Friluftslivs delrapport från februari 2022. I delrapporten fanns två fel som är rättade i nedanstående tabell. Stiftelsen Västerviks museum beviljade belopp är 143 400 kronor (tidigare angivet 143 000 kronor) samt Scouternas beviljade belopp är 2 266 000 (tidigare angivet belopp 2 226 000 kronor). Detta har inneburit att Svenskt Friluftsliv har återbetalat 40 400 kronor för mycket till Naturvårdsverket. Svenskt Friluftsliv har sedan rapporterna från bidragsmottagarna inkommit inlett processen att återkräva de summor som inte förbrukats under 2021. Denna process är inte klar vid denna återslagrapportering, men Svenskt Friluftsliv uppskattar att återkraven kommer uppgå till cirka 1 500 000 kronor. När processen är avslutad kommer den ekonomiska redovisningen att kompletteras med de belopp som vi återfått. I samband med den redovisningen kommer de 40 400 kronorna att regleras.

### Bidragsprojekten

Förteckning över organisationer, projekt och beviljade medel för Friluftslivets år 2021. Projekten presenteras i bokstavsordning nedan. FF: Friluftslivsförbundet. NSF: Naturskyddsföreningen.

Aktör	Aktivitet	Beviljat belopp
Alingsås kommun	Friluftsliv och mat i Alingsås	60 000 kr
Bergs kommun	Luften är fri i Berg	205 000 kr
Bird Life Sverige	Naturuppdraget	533 000 kr
Blekinge Arkipelag	Upptäck ARK56 under Friluftslivets år	388 034 kr
Bohusläns museum	Friluftsliv kulturmiljöer = sant	253 000 kr
Dals-Eds kommun	Friluftslivets år i Dals-Ed	300 000 kr
Emmaboda kommun	Invigning Friluftslivets år	76 000 kr
Emmaboda kommun	Hela Sveriges Friluftsdag	220 000 kr
FF Munkedal	Kanot- och vandringsupplevelse	35 000 kr
FF Söderköping	Friluftsliv åt alla	125 000 kr
FF Tyresö	Pink	307 000 kr
FF Örnköldsvik	Ny i naturen	22 465 kr
FF Öxnagården Jönköping	Friluftsliv i närmiljön	63 000 kr
Fritidsbanken Hagfors	Friluftsliv med Fritidsbanken	33 800 kr
Funktionsrätt Sörmland	Tillgängligt friluftsliv	543 000 kr
Förbundet Skog och Ungdom	En lärande dag i skogen	65 000 kr
Förbundet Skog och Ungdom	Jag har aldrig gjort detta i skogen	50 000 kr
Föreningen Argaladei	Kulturnära friluftsliv på naturens...	11 000 kr
Föreningsalliansen Ockelbo	Häng med på friluftsåret	56 278 kr
Habo kommun	Svampkurs för nybörjare	10 000 kr
Helsingborgs kommun	Naturnära äventyr	69 000 kr

Hestra IF	Linnémarsch special	16 300 kr
Höörs kommun	Friluftslivets år	110 000 kr
Kisa scoutkår	Öppen paddling	192 000 kr
Korpen Norrköping	Med naturen och hälsan i fokus	200 000 kr
Kristianstad kommun	Aktivera mera – Friluftsliv	250 000 kr
Kronobergs läns 4 H	Framtiden växer i naturen	100 000 kr
LAB Landskrona	Hav, skog, stad	15 400 kr
Laponiatjuottjudus	Laponia för alla!	17 000 kr
Levenebygdens Ridklubb	Sommaraktiviteter på hästryggen	20 000 kr
Livräddarna Tylösand	Jag har aldrig testat...	183 000 kr
Ludvika scoutkår	Upplev ute liv	55 000 kr
Malå ridklubb	Friluftsliv med häst	30 000 kr
Miljöverkstan Flaten	Mitt friluftsliv	250 000 kr
Munkfors kommun	Ännu mera friluftsliv	260 000 kr
Naturkraft Gästrikland	Samverkan för friluftsliv	43 800 kr
Naturskoleföreningen	Friluftsliv på svenska	688 025 kr
NSF Dalarna	Hitta ut i Dalarna!	260 160 kr
NSF Nora	Friluftsliv i Nora	600 000 kr
NSF Linnébygden	Friluftsvägar i Linnébygden	358 000 kr
Ovanåkers kommun	Upptäck Ovanåker!	254 822 kr
RF/SISU Gotland	Naturkompisar	200 000 kr
Rädda Barnen	Ain't no mountain too high!	929 000 kr
Scouterna	Hos Scouterna är luften fri!	2 266 000 kr
Skogstur	Vinterglädje	60 000 kr
Skogstur	Den långa vandringen	200 000 kr
Skövde kommun	Geokids på Billingen	260 000 kr
Sliperiet Gylsboda	Friluftsliv med Sliperiet Gylsboda	313 000 kr
Sportfiskarna	Fiske för alla!	1 815 000 kr
Stiftelsen Tyrestaskogen	Barnklubb i Tyresta	70 000 kr
Stift. Västerviks museum	Luften är fri Västervik	143 400 kr
Studieförbundet Norrbotten	Fri luft året runt – Norrbotten 2021	348 000 kr
- Örebro Värmland	Samlad kraft för friluftslivet	1 152 040 kr
- Östergötland	Tillsammans i naturen	156 296 kr
- Östergötland	Svenska i naturen	37 500 kr
Svenska turistföreningen	Vandringens dag	127 000 kr
Sävar IK Korpen	Friluftsåret i Sävar IK Korpen	219 000 kr
Söderhamns kust- & skärgårdsförening	Lär känna din kommun	15 000 kr
Umeå kommun/Naturskolan	Temadagar om friluftsliv	153 550 kr
	Friluftsliv i skolan	96 130 kr
Uppsala kommun	- Parallellt Summercamp	91 000 kr
	- Friluftsbusar	100 000 kr
	- Biotopia Naturpedagogik på fritidsklubbarna	75 000 kr
	- Biotopia Upptäck Uppland	204 700 kr
Vadstena kommun	Skogstokig	58 400 kr
Varbergs kommun	Friluftslivets år i Varberg	658 400 kr
Vasaskolan, Kalmar kommun	Kalmarsundsleden i skolan	26 800 kr
Värmdö kommun	Samverkan föreningslivet för friluftsliv	45 000 kr
Växjö kommun	Naturrundan i Växjö	44 800 kr
Örnsköldsviks OK	Trivsel i Öviksskogen	25 900 kr
Östersunds bandysällskap	Friluftskompisar vid bandyplanen!	10 000 kr
Östersunds kommun	Samordning för Friluftslivets år 2021	650 000 kr
Östhammars kommun	Ut & njut!	120 000 kr
<b>Totalt</b>		<b>18 000 000 kr</b>
Budget		18 000 000 kr

## Centrala satsningar

De centrala satsningarna har genomförts av kansliet för Friluftslivets år, dels via anställda vid Svenskt Friluftsliv dels via inköpt expertis. Den centrala satsningen vid Svenskt Friluftsliv har tidigare redovisats till Naturvårdsverket i Svenskt Friluftslivs delrapport från februari 2022. Nedan visas samma rapport.

<b>Administration</b>	<b>Budget</b>	<b>Utfall</b>
Projektledare	450 000 kr	468 113 kr
Kommunikatör 1	840 000 kr	773 663 kr
Kommunikatör 2		
Specialist	115 000 kr	62 416 kr
Samordnare 1	800 000 kr	643 544 kr
Samordnare 2	300 000 kr	484 277 kr
Semesterlön och arbetsgivaravgifter		55 567 kr
Kommunikatör, konsult	500 000 kr	560 243 kr
Resor	100 000 kr	44 979 kr
Dator, telefon, hemsida, hyra, m.m.	425 000 kr	348 156 kr
<b>SUMMA</b>	<b>3 530 000 kr</b>	<b>3 440 958 kr</b>

<b>Genomförande</b>		
Invigning Friluftslivet år	100 000 kr	14 250 kr
Ambassadör friluftsliv	50 000 kr	225 000 kr
Friluftskompis		
Hela Sveriges friluftsdag	500 000 kr	0 kr
Nationalparkernas dag		
Äta ute Gilla friluftslivet		
Jag har aldrig....		
Sova ute		
Lära ute	100 000 kr	154 050 kr
Må bra ute	1 300 000 kr	545 279 kr
Dialog friluftsliv	200 000 kr	12 500 kr
Forskningskonferens	50 000 kr	272 320 kr
<b>SUMMA</b>	<b>2 300 000 kr</b>	<b>1 223 399 kr</b>

## Kommunikation PR och mobilisering

Kommunikation och PR	4 200 000 kr	2 756 628 kr
Möten arbetsgrupper		738 kr
Webbsida, förstudie, logga	100 000 kr	6 500 kr
Utrymme media, övrigt (sociala medier, youtube) 800 000 kr	256 752 kr	
Profilmaterial (flaggor, kläder, stickers mm)	100 000 kr	25 093 kr
Övrigt	70 000 kr	0 kr
<b>SUMMA</b>	<b>5 270 000 kr</b>	<b>3 045 711 kr</b>

<b>TOTAL SUMMA</b>	<b>11 100 000 kr</b>	<b>7 710 068 kr</b>
<b>Ej förbrukade medel:</b>		<b>3 389 932 kr</b>
Ej utbetalde medel för aktiviteter		40 400 kr
– vilket justerats i redovisningen av projekt (ovan).		
Ej förbrukade medel		3 389 932 kr
Att återbetala till Naturvårdsverket		3 430 332 kr

# Diskussion/reflektion

## Inledning

De viktigaste resultaten i denna rapport är att Luften är fri uppnådde de uppsatta mätbara målen för Friluftslivets år och genomförde de allra flesta planerade aktiviteterna trots den korta tidsramen och pandemirestriktioner. Nyckeln till att uppnå målen och genomföra projektet var digitala medier, bred aktörssamverkan och att det fanns medel till externa projekt. Rapporten visar vidare att inblandade aktörer var nöjda med projektet och att samverkan mellan organisationer och aktörer stärktes under året. Luften är fri har, givet resurserna och tidsramen, nått ut till projektets målgrupper och bidragit till att friluftsliv och arbetet med att främja friluftsliv i samhället generellt har flyttat fram positionerna och bidragit till måluppfyllelse för de tio friluftspolitiska målen.

Några av de mest framträdande resultaten under projektet är att antalet artiklar i media om friluftsliv ökade kraftigt (25 % vid årets slut; i november var ökningen 36 %), att projektet samverkade med över 360 aktörer under året; inläggen på sociala media översteg 100 000 inlägg samt att över 500 beslutsfattare beräknas ha medverkat i kampanjens olika inslag. Av de 73 bidragsprojekten som kunde finansieras genom Luften är fri har 71 projekt kunnat genomföras. Dessa anger att de haft nästan 122 000 deltagare under året. På grund av pandemirestriktioner har dock nästan hälften av bidragsprojekten delvis fått ställa in vissa aktiviteter. Ungefär hälften av projekten har därmed inte kunnat förbruka alla tilldelade medel. Sannolikt har även ett antal av de 296 ej finansierade ansökningarna genomförts under året, men antalet projekt och antalet deltagare är okänt för projektgruppen i skrivande stund.

Ett annat viktigt resultat är att aktörerna som lagt in aktiviteter i aktivitetskalendern har redovisat ett stort antal deltagare, varav en relativt stor andel ovana utövare. Aktörerna har rapporterat in närmare 3 500 aktiviteter runtom i landet och antalet deltagare bedöms uppgå till totalt 350 000. Den allra största inrapporterade aktiviteten var "Kusträddarna" från Håll Sverige Rent med hela 55 000 deltagare.

Luften är fri har tydligt visat på behovet och betydelsen av ökad samverkan mellan organisationer och aktörer inom och utanför friluftslivet för att nå nya grupper och stärka friluftslivet inklusive ökad samverkan mellan medlemsorganisationerna i Svenskt Friluftsliv. Ett stort antal organisationer som traditionellt inte varit verksamma inom friluftslivet bidrog till att genomföra aktiviteter och kampanjer i hela landet, till exempel Rädda Barnen, Hej Främling!, Miljöverkstan Flaten, Studieförbundet, RFSL. Detta visar att många organisationer som inte tidigare varit involverade i friluftsliv ser friluftsliv som ett lovande område och medel för att uppnå sina uppsatta mål.

Att projektet också kunde bistå myndigheter med att sprida samhällsnyttig information och stötta upp med kommunikationsinsatser, såsom Luften är



fri gjorde tillsammans med MSB och Naturvårdsverket visar på en samverkan som inte bara gagnar de medverkande aktörerna, utan samhället i stort.

### **Bredden av insatser**

Luften är fri fokuserade i hög grad på digital kommunikation och sociala medier för att nå ut till organisationerna och till målgrupperna. Användandet av digital kommunikation var en på förhand planerad nyckelaspekt i projektet, men blev också en nödlösning på grund av att pandemi-restriktionerna omöjliggjorde fysiska möten under större delen av 2021.

En viktig insikt under utvärderingen är att projektet inte hade kunnat genomföras och uppnå vad det uppnådde utan digital kommunikation och sociala medier. Dessa bidrog starkt till effektiva möten, en stor bredd i samverkansarbetet och i att nå målgrupperna. En annan viktig pusselbit till framgången är att projektet har innehållit allt från insatser inom policyarbete och "nationellt fokus", via paketering av forskningsbudskap och material till konkreta tips på lokala och regionala insatser och aktiviteter för att främja friluftsliv till individer och grupper. Detta bidrog till projektets bredd, mångfald och lokala förankring trots att det var en nationell kampanj. Projektet var också utformat med ett relativt luftigt ramverk via projektplanen vilket underlättade för aktörer att utforma sina egna aktiviteter och prägel under året. Framtida kampanjer behöver hitta en bra balans mellan sådana pusselbitar för att lyckas – nationellt, regionalt, lokalt, digital och fysisk kommunikation, tonalitet och upplägg, att fokusera på olika arenor för att främja friluftsliv och så vidare. Många av projektets framgångar och effekter liknar de som tidigare åstadkommits genom de nationella kampanjerna i Norge (NINA, 2015).

### **Framgångsfaktorer**

Denna genomgång av Luften är fri menar att de viktigaste framgångsfaktorerna med projektet är det breda samverkansarbetet, att det fanns medel till externa projekt som kunde driva frågorna lokalt och regionalt, användandet av digital kommunikation och projektets tonalitet och upplägg med månadsleveranser och gratis material för aktörerna att använda. Bredden på projektet blev dess största framgång där aktörerna upplevde att hela friluftslivet syntes och berördes.

### **Samverkan**

Som påpekats tidigare har Luften är fri haft ett tydligt fokus på samverkan och det kan tyckas tjatigt att återigen nämna företeelsen, men betydelsen av samverkan för projektet kan inte nog understrykas och ska inte underskattas. Ökad samverkan innebär att man kan ta del av varandras kompetens, kunskap och nätverk vilket i slutändan underlättar för friluftslivet att nå nya grupper - grupper som ofta har varit svåra att nå eller involvera via "de

traditionella” friluftsförbund och organisationerna eller i det vanliga friluftslivets arbete. Under Friluftslivets år har samarbeten ”uppstått” mellan traditionella friluftsförbund och organisationer utanför friluftslivet eller som använder friluftslivet som medel, till exempel för att nå grupper med utländsk bakgrund, flyktingar, friluftsovana personer eller personer med annan sexuell läggning än heterosexuell. Bidragsprojekten, medlemsorganisationerna och länsstyrelsernas arbete har alla bidragit med lokal och regional förankring, samverkan och hjälpt till att ta fram och sprida goda exempel. Många av de goda exempel som projekten bidrog med kommer kunna leva vidare i det fortsatta friluftslivets arbete. Flera aktörer redovisar att många initiativ under Friluftslivets år kommer leva vidare och vissa har till och med kunnat anställa personal vilket borgar för fortsatt och förstärkt arbete. Det ger också indikationer på att sysselsättningen inom friluftsliv ökat, vilket var ett av projektmålen.

Landshövdingestafetten lyfts fram som oerhört viktig för att projektet skulle få en bra start och för att få upp frågan om friluftsliv på såväl den politiska agendan som att generera uppmärksamhet generellt.

## **Digital kommunikation**

Att satsa på digital kommunikation för att sprida budskap om och skapa förankring för projektet var en lyckad satsning, men ingen tillfällighet. För det första, sammanställningen av målgruppsanalyser (Gullers 2020) gav projektgruppen god kännedom om målgruppernas friluftslivs- och medievanor och det var avgörande faktorer i projektets kommunikationsstrategi. För det andra, som tidigare nämnts, medförde pandemin att projektet till stor del fick förlita sig på digital kommunikation. Digitaliseringen möjliggjorde att vi kunde delta i fler nätverk, hålla och delta i fler digitala möten och webinarier med betydligt fler deltagare än vad som hade varit möjligt genom fysiska möten. För det tredje, med insikter från målgruppsanalysen och pandemin, tillsammans med den korta tiden för förberedelse och genomförande, omfattande målgrupper och mängden aktörer, insåg projektgruppen att digital kommunikation var den enda vägen framåt.

Kommunikationsarbetet hade två huvudinriktningar. Den första skapade engagemang och förankring hos friluftslivsaktörer så att fler ville medverka inom ramen för projektet. Genom att aktörerna kunde se att projektet lyfte deras arbete, material och varumärke skapades engagemang. Frågor som dykt upp under året var varför projektet fick namnet Luften är fri, i stället för Friluftslivets år. Detta finns förklarat i den här rapportens resultat. För att beskriva det ytterligare var det projektet Luften är fri, bestående av alla medverkande aktörer, som tillsammans genomförde Friluftslivets år. Projektgruppen är övertygad om att strategin med att skapa ett varumärke för projektet (Luften är fri) förstärkte känslan av att projektet tillhörde alla. En neutral flagg att samla kring och som underlättade arbetet på hemmaplan, vilket var något som också bekräftades av enkätundersökningen som riktade sig till aktörerna inom projektet.

Den andra inriktningen var arbetet med köpt trafik på sociala medier och betalda samarbeten med influencers. Det gav enorm spridning och en stor igenkänning för projektet hos målgrupperna, men syftade också till att visa ett nytt sätt att kommunicera friluftsliv på. Genom dessa samarbeten lyckades projektet få mycket stort genomslag på kort tid. Valet av influencers hade stor inverkan på resultatet eftersom de gjordes utifrån målgrupp och på vilka plattformar de hade störst synlighet. Även om betalda samarbeten för en utomstående kan framstå som kostnadskrävande, får en ändå sätta det i relation till vilken fantastisk spridning projektet fick och på så kort tid. Att få en spridning på närmare sex miljoner konton, till riktade målgrupper, hade varit omöjligt på annan väg. Att viktiga målgrupper nåddes under året fick projektgruppen själv erfara vid en extern konferens i Östersund. Projektgruppen delade ut Luften är fri-klistermärken till barnen efter föreläsningen. Deras blixtnabba reaktion var *"Det är ni som jobbar med 'I just wanna be cool!'"*

Filmerna under Luften är fri var centrala för framgången. De filmer som togs fram i projektet bidrog inte bara till en större spridning, utan gav också material för aktörer att använda under lång tid framöver.

En framgångsfaktor var också projektgruppens sammansättning av personer och kompetenser. Det blev en bra dynamik i gruppen och allas spetskompetenser kom till användning. Den arbetsglädje som projektgruppen hade, speglade av sig i projektets lekfulla framtoning. Sådana faktorer ska inte underskattas när en utvärderar projektet.

## Vad blev mindre bra?

Projektet har, enligt denna utvärdering och utifrån projektgruppens egna erfarenheter, även några mindre bra aspekter.

## Senfärdigt besked om finansiering

Framför allt rör kritiken osäkerheten som uppstod på grund av det senfärdiga beslutet om finansieringen från politiskt håll hösten 2020. Det ledde till att planeringen blev lidande och ofullständig, såväl för projektet centralt som för många friluftsjaktörer runt om i landet. Detta kan naturligtvis inte lastas projektet och projektgruppen som försökte agera så gott det gick i en svår och tidspressad situation. Generellt anser aktörerna som bidragit med information till återrapporteringen, styrgruppen och projektgruppen att projektet genomfördes på ett bra sätt trots den inledande osäkerheten.

## Otydligheter kring projektgruppens funktion

Projektgruppen hade egentligen två uppgifter. Den ena var att driva projektet enligt plan samt se till att följa upp och uppfylla målen. Den andra var att marknadsföra projektet och genomföra kommunikationsinsatser. En stor del av planeringsarbetet behövdes för att identifiera detta och hitta former för

vilken roll projektgruppen skulle ha. Till en början fick projektgruppen intrycket av att vara de som skulle kommunicera med allmänheten och arrangera aktiviteter. Den arbetsuppgiften var inte realistisk given de medel och resurser som stod till förfogande. Efter en dialog med de personer som drivit Friluftslivets år i Norge utkristalliserades uppdraget bättre och vi hittade till sist formerna som projektet kom att genomföras på. Med facit i hand landade det bra, men mycket av projektgruppens kommunikation riktades till aktörerna – även den externa kommunikationen till exempel via sociala medier. Vid nästa genomförande av Friluftslivets år, vore det bra att tydligare definiera projektgruppens roll initialt.

### **Arbetsgruppernas uppdrag var otydligt**

Förbättringspotential finns även vad gäller information och vägledning till arbetsgrupperna. Inledningsvis fanns det en viss osäkerhet från personerna i arbetsgrupperna kring arbetsgruppernas roll, uppgift och genomförande vilket medförde att vissa grupper kom i gång senare än förväntat och inte levererade helt enligt plan. Projektgruppen tog fram en arbetsbeskrivning och mall för de områden/teman som varje arbetsgrupp ansvarade för i syfte att underlätta och vägleda. I det stora hela anser aktörerna och projektgruppen att arbetsgrupperna levererade planenligt och bidrog till projektets genomförande.

### **Pilotprojekt kring temat Må bra gick inte att genomföra**

Ett av få delprojekt som inte kunde genomföras enligt plan var det så kallade Må bra-projektet. Det planerade projektet med fem deltagande kommuner eller aktörer kunde inte genomföras dels på grund av att restriktionerna medförde att flera aktörer fick ställa in sina planerade aktiviteter, dels på grund av att planeringen kom i gång sent när beskedet om finansieringen drog ut på tiden. Flera planerade inslag kunde dock genomföras på annat håll inom Luften är fri, till exempel på konferensen i Åre.

### **För många teman och sena leveranser**

Många aktörer har framfört att fokuseringen på månadsteman var positivt och användbart, men några aktörer anser att det blev för kort om tid att genomföra aktiviteter varje månad. Även om det framgick, från projektgruppens håll, att man kunde välja vilka teman man ville följa, ville aktörerna ändå genomföra så många som möjligt. Under friluftslivets år i Norge hade man fyra teman under året, vinter, vår, sommar, höst. Det kan vara att föredra för framtiden. Flera aktörer ansåg att detalj-planeringen kring varje tema – budskap, goda exempel och annat material – publicerades och kommunicerades för tätt in på att temamånaden startade. Osäkerheten under projektets planeringsfas, kring finansiering och arbetsgruppernas uppdrag och senare även arbetet med att ta fram kommunikationsplaner för varje

tema, påverkade denna försening i viss grad. Vissa brister i projektgruppens planering bidrog också.

### **Ojämn könsfördelning i statistiken**

En annan Vad som framgick av besöksstatistik på luftenarfri.nu samt de sociala kanalerna Instagram och Facebook var att det var betydligt fler kvinnliga besökare och följare än manliga. Av besökarna på hemsidan var 62 procent kvinnor och 38 procent män. På Instagram och Facebook var fördelningen ungefär 75 procent kvinnor och 25 procent män. Detta trots att statistik från rapporten *Svenskar och Internet* (Internetstiftelsen, 2021) visar att användandet av Facebook och Instagram är jämnt fördelat mellan könen. Av rapporten *Friluftsliv 2018 Nationell undersökning av svenska folkets friluftsvanor* (Naturvårdsverket, 2018) framgår det att kvinnor utövar friluftaktiviteter i något högre utsträckning än män (åtta procent högre enligt aktivitetsindex). Projektgruppen diskuterade denna snedfördelning under året men kunde inte hitta orsak och verkan kring denna. Möjligen är fler kvinnor än män involverade i arbetet med att främja friluftsliv. Önskvärt hade såklart varit att fördelningen mellan könen i befolkningsstatistiken och i användandet av digitala medier även hade speglats i projektet.

### **För litet fokus på sårbara grupper**

Projektplanen identifierade inte viktiga målgrupper som personer med funktionsvariationer eller HBTQI-personer, trots att det under årets gång framgick att personer i dessa grupper kommer ut mindre i friluftslivet än andra grupper. Brister i den fysiska och informationsbaserade tillgängligheten och socialt bemötande var några av de upplevda trösklarna. Det framgick också på resan att tillgänglig natur och friluftsliv ofta innebär något mer än enbart närhet/korta avstånd till friluftsområdet eller tillgång till välskyltade platser. För personer med funktionsvariationer kan det handla om allt från bristande färdtjänst, via att många inte är medlemmar i friluftsförbund till bemötandet och bristande anpassning av aktiviteter. För andra grupper såsom grupper med HBTQI-personer kan det handla om bemötande såsom att bli kallad "han" eller "hon" när man inte identifierar sig så. Många sådana viktiga aspekter av tillgänglighet eller bristande tillgänglighet kan göra att en väljer att avstå från organiserat friluftsliv eller att avstå från att ta del av friluftslivet och naturen.

När projektgruppen blev varse om dessa missar försökte gruppen få in mer material och fokus kring tillgänglighet och inkludering/bemötande av vissa grupper i projektet. Några av webinarierna tog upp frågan kring tillgänglighet, RFSL bjöds in till konferensen i Åre för att öka medvetenheten om bemötande mot HBTQI-personer. En föreläsning på konferensen tog upp bristande information och presentation av spår, leder och friluftsområden utifrån ett tillgänglighetsperspektiv och fyra av bidragsprojekten riktade sig specifikt till personer med funktionsvariationer. En av aktörerna fick också in en debattartikel i DN rörande bristande tillgänglighet och bristfälliga

system för färdtjänst. Trots att projektet inkluderade dessa insatser blev det en del ad hoc-lösningar och personer/aktörer kring projektet (vissa aktörer) reagerade på att det inte fick ännu mer utrymme. Projektet hade vunnit mycket på att få med dessa grupper redan från början, inte minst för att mer resurser och fokus hade kunnat läggas på att nå dessa och lyfta fram möjliga lösningar.

## På vilket sätt har Luften är fri bidragit till de långsiktiga effektmålen?

De långsiktiga effekterna av projektet faller på Naturvårdsverket att utvärdera under 2023, men Svenskt Friluftsliv har ombetts i sin slutrapportering att resonera kring dessa aspekter av effekterna av Luften är fri.

På vilket sätt Luften är fri har främjat de långsiktiga målen är givetvis svårt att bedöma eller statistiskt underbygga av olika anledningar, inte minst då pandemin och nationella rekommendationer från Folkhälsomyndigheten om att vara mera utomhus på egen hand innebar en rejäl ökning av friluftslivet och ökade intresset för frågorna på egentligen alla nivåer i samhället under projekttiden. Allmänheten har kraftigt ökat sina besök i naturen enligt SCB:s nationella undersökning, ULF (SCB, 2022). Den totala ökningen i befolkningen under 2021 uppgår till 30 procent, ännu mer i den yngsta och äldsta åldersgruppen. De långsiktiga målen är dessutom generellt formulerade och ingen enskild insats eller åtgärd kan på egen hand skapa måluppfyllelse.

## **Långsiktigt effektmål - Friluftslivet har en mer framträdande roll i samhällsdebatten**

Föreliggande rapport bedömer att projektet definitivt bidragit till målet att lyfta friluftslivet i samhällsdebatten. Att projektet och dess samverkansaktörer har bidragit till en ökad samhällsdebatt om friluftsliv finns många fakta för i de insamlade materialen. Här följer några exempel: Politiker och andra beslutsfattare verkar ha uppmärksammat Landshövdingestafetten och flera andra för projektet centrala inslag under året. Bidragsprojektens effekter på lokal och regional nivå, inklusive artiklar i traditionella och digitala media. Intervjudeltagarnas upplevelser av högre prioritet för friluftslivet och "frågan" under året samt genom trafik och inlägg i våra digitala kanaler. Flera bidragsprojekt anger även att de kunnat anställa personal för att driva friluftsförslag under året och de flesta beskriver en situation där projekten som startades upp 2021 har mottagits väl och kommer kunna leva vidare 2022 och senare. Friluftsliv har även diskuterats i riksdagen, till exempel den 12 maj 2022, där motioner om forskning om friluftsliv och friluftslivsmålen behandlades.

Även uppföljningar av det kommunala (Naturvårdsverket, 2021) och regionala (IVL Svenska Miljöinstitutet, 2022) friluftslivet tyder på att främjandet av friluftsliv har prioriterats högre på agendan under 2021 jämfört med tidigare. När det gäller det kommunala arbetet är det fler

kommuner som anger att de har tjänstepersoner som aktivt arbetar med friluftsliv och säkerställda områden för friluftsliv. En högre andel av kommunerna producerar information och material om friluftsliv och allemansrätten för invånare och turister. Även andelen kommuner med avsnitt om friluftsliv i översiktsplanen ökar, liksom andelen kommuner med en politiskt antagen friluftsplan jämfört med tidigare år. När det gäller uppföljningen av länsstyrelsernas arbete framkommer det att Friluftslivets år har varit en mycket stor och integrerad del i deras arbete under året. Till exempel har alla län spridit information och kommunicerat ut Friluftslivets år och 62 procent anger att frågor om friluftsliv har fått större utrymme i den regionala samhällsdebatten. Inget län upplever att frågorna på något sätt fått minskat utrymme.

Erfarenheterna från projektgruppen för Luften är fri, de kvalitativa undersökningarna samt redovisningarna från kommunerna och länsstyrelserna tyder på att projektet och pandemin tillsammans har lyft friluftslivet i samhällsdebatten och frågor om friluftsliv satts högre på agendan.

### **Långsiktigt effektmål - Bättre fysisk och psykisk hälsa i befolkningen**

Speciellt svårt att bedöma är målet som rör projektets och friluftslivets eventuella påverkan på människors fysiska och psykiska hälsa då inga sådana baseline-mätningar har gjorts och friluftsliv är ett relativt vagt, brett och mångfacetterat begrepp (det vill säga, svårt att mäta). Friluftslivet har onekligen ökat under 2021 – även hos ovana grupper inklusive projektets målgrupper (SCB, 2022) vilket talar för en positiv påverkan.

Eftersom friluftslivet och besök i naturen har ökat, även hos ovana grupper, bör det ha bidragit till bättre fysisk och psykisk hälsa i befolkningen, i alla fall i teorin. Grupper som bytt en aktiv livsstil innan kampanjen (till exempel via träning och idrottande inomhus) mot en lika aktiv livsstil med mer friluftsliv och fler besök i naturen under kampanjen och pandemin borde åtminstone ha bibehållit sin fysiska hälsa och psykiska välbefinnande. Samtidigt innebar pandemin att medellivslängden i Sverige minskade för första gången på väldigt länge, både på grund av direkta sjukdoms- och dödsfall via covid-smitta men sannolikt även genom indirekta faktorer som ökad arbetslöshet och social isolering (Folkhälsomyndigheten, 2022). Det gör eventuella samband mellan ökat friluftsliv 2021 och förbättrad folkhälsa eller individers hälsostatus vanskligt att bedöma eller fastställa. Sambandet påverkas givetvis också av hur stor andel av ovana grupper som anammat och fortsatt med friluftsliv. Det räcker inte att redan aktiva grupper ökat sina besök i skog och mark. Att Luften är fri har lyckats nå och engagera många ovana individer och grupper att prova friluftsliv står klart. Om detta fått tillräckligt genomslag för att synas på befolkningsnivå i Sverige är mycket svårt att bedöma i skrivande stund, men att involvera många ovana grupper bidrar till att uppnå målen om att skapa jämlika förutsättningar till rörelse, folkhälsa och friluftsliv.

## **Långsiktigt effektmål - Högre sysselsättning inom naturturism och friluftsliv**

Lika svårt är det att bedöma projektets eventuella påverkan på målet om ökad sysselsättning. Ett ökat friluftsliv med fler personer ute i skog och mark (SCB, 2022), ökande medlemsantal hos friluftsorganisationerna (Svenskt Friluftsliv, 2022a) och fler aktörer, inklusive privata, som vill bedriva verksamhet på friluftsområdet (Kairos Future, 2021) borde i förlängningen även leda till ökad sysselsättning inom naturturism och friluftsliv. Sådana samband påverkas givetvis även av många andra faktorer bortom det allmänt ökade intresset. Dessutom kan sådana trender ta längre tid att skönja. Samtidigt finns det trender i projektmaterialiet och i allmänhet som tyder på ökad sysselsättning eller bättre förutsättningar för framtida sysselsättning.

I länsstyrelsernas rapport till Naturvårdsverket, om sitt friluftsarbete under 2021, framkom att nästan alla län genomförde eller planerade insatser för att friluftslivet skulle få större genomslag i utvecklings- och tillväxtarbetet. Det borde på både kort och lång sikt kunna bidra till att skapa bättre förutsättningar för sysselsättningen inom natur- och friluftsområdet. Även aktuella framtidsspaningar lyfter fram sannolika positiva effekter på sysselsättningen. Under 2021 gav Svenskt Friluftsliv i uppdrag åt Kairos Future att granska friluftslivet ur ett systemperspektiv och beskriva framtida trender och utmaningar. Ett av rapportens huvudbudskap var att ett ökat friluftsliv kommer leda till att fler och nya aktörer kommer etablera sig inom näringen i framtiden. Det handlar enligt dem både om ideella organisationer som vill använda friluftslivet för att uppnå sina mål (målen behöver inte ha med friluftsliv att göra) och privata aktörer som ser en möjlighet att bedriva verksamhet. Dessutom anger många kommuner som deltagit i Friluftslivets år att ett viktigt motiv till att satsa på friluftsliv och friluftsområden är att de bedömer att det leder till ökad sysselsättning och är positivt för den lokala ekonomin, även om huvudmålet är att skapa bra förutsättningar för invånarna.

## **Långsiktigt effektmål - Större förståelse för natur- och kulturvärden**

Egentligen har projektet bidragit till detta mål bara genom att det har genomförts, men i hur stor omfattning är oklart. Under året har många aktörer haft aktiviteter som fokuserat på utbildning kring natur- och kulturvärden och allemansrätten. Detsamma gäller många av bidragsprojekten, vilka hade stort fokus på allemansrätten och naturvärden. Forskning visar att människors förståelse för och benägenhet att värna naturen ökar vid utomhusvistelse och genom besök i naturen (Faskunger 2020). Enkäten som var kopplad till aktiviteterna i aktivitetskalendern visade att drygt hälften av aktiviteterna fokuserade på dialog eller samtal om allemansrätten. Utöver information i aktivitetskalendern genomförde projektet inga insatser för att utvärdera målet eller inhämta fakta som understöd för detta antagande. På vilket sätt projektet har påverkat detta



långsiktiga effektmål får framtiden utvisa, men flera faktorer i materialet talar för en viss positiv påverkan.

Inom det organiserade friluftslivet ingår det alltid en kunskapsöverföring till deltagarna eller medlemmarna främst kring natur och allemansrätten, men till viss del även om kultur beroende på aktivitet. Eftersom antalet medlemmar i Svenskt Friluftslivs medlemsorganisationer ökade med fyra procent under 2021 (personlig kommunikation Ulf Silvander, Svenskt Friluftsliv, 2022), kan man anta att dessa organisationers deltagare fått större förståelse för naturvärden. Som angetts ovan har friluftslivet ökat under pandemin, vilket också borgar för att de som gett sig ut på natur- och kulturaktiviteter ökat sin förståelse. Det är dock mycket svårt att i nuläget avgöra hur stor inverkan Friluftslivets år hade jämfört med pandemins effekter.



I aktivitetskalendern, finns det en hel del inslag av kulturaktiviteter som till exempel guidade vandringar i kulturmiljöer. På så sätt kan Friluftslivets år även ha bidragit till ökad förståelse specifikt för naturvärden.

## Tio tips till ”Friluftslivets år 2.0”

Rapporten avslutas med ett antal inspel och tips kring ett eventuellt framtida Friluftslivets år. Projektgruppen har föreslagit ett antal utvecklingsbehov och uppgifter för att stärka friluftslivsarbetet inför framtiden. Dessa förslag är förankrade i de behov och önskemål som projektets aktörer lyfter fram, men bygger även på de erfarenheter och kunskaper som projektgruppen fick under året. I bilaga 5 (aktörsenkäten) och 6 (djupintervjuerna) presenteras också tips för framtida friluftskampanjer. Det kanske viktigaste inspelet för ett eventuellt Friluftslivets år 2.0 är självfallet att dra lärdomar från Friluftslivets år 1.0 och projektgruppens erfarenheter. Nedan följer tio andra konkreta inspel:

### **1. Avsätt mycket tid till planering av projektet**

Att avsätta ordentligt med tid för planering av kampanjen är a och o för att lyckas väl, dels vad gäller att ta fram en övergripande projektplan, dels för detaljplaneringen och att få pusselbitarna på plats. I denna uppgift ligger även att identifiera och rekrytera rätt personer och kompetenser för projektets olika områden och vad som ska åstadkommas. Under Luften är fri blev planeringen delvis lidande på grund av osäkerheten kring om året skulle bli av eller inte. Det är viktigt att tydliggöra allas roller i olika delar av kampanjen inklusive i arbetsgrupper.

### **2. Knyt kontakter tidigt!**

En annan lärdom är att det är oerhört viktigt att knyta kontakter med samverkanspartners tidigt – ofta tidigare än vad en kan tro. Det kan handla om stora ideella organisationer som genom sitt arbete och sina insatser når många människor och grupper, såväl som med länsstyrelserna och kommunerna vilka är motorer för att driva friluftsfrågor regionalt och lokalt. En lärdom under kampanjen 2021 är att såväl länsstyrelser som regioner och kommuner kunde ha involverats ännu mer, och tidigare, för att sprida innehåll, kunskap och material. Till viss del handlar detta om en resursfråga, det vill säga, om projektgruppen är större kan fler relevanta aktörer involveras.

### **3. Driv projektet under en gemensam flagg**

Vikten av att skapa projektnamnet Luften är fri har betonats flera gånger i den här rapporten och är värt att betona igen. Att driva Friluftslivets år under ett projektnamn som är neutralt och oberoende från befintliga organisationer främjar känslan av att projektet tillhör alla, vilket skapar delaktighet och skaparglädje. Alla får samma möjlighet att synas och utrymme att göra sin grej, utifrån de givna ramarna. Det gör också att ansvaret för hur varje del i projektet genomförs och lyckas, delas av alla involverade organisationer. Helt nödvändigt är det dock att det finns en huvudman, likt Svenskt Friluftsliv, som tar ett övergripande ansvar.

#### **4. Hitta balansen mellan det digitala och det fysiska**

En del av framgången med Friluftslivets år var att det blev en blandning av digital kommunikation, material och aktiviteter såsom arbetsgruppsmöten, tryckt material och webinarier med mer fysiska inslag som konferensen i Åre och föreläsningar. Digitaliseringen av samhället kommer onekligen att fortsätta och framtida kampanjer behöver hitta en bra mix mellan det digitala och det fysiska.

#### **5. Lyft och synliggör hela friluftslivets aktörer**

En upplevd positiv aspekt med projektet var att projektgruppen lyckades synliggöra och marknadsföra en stor del av friluftslivet i Sverige genom bland annat samverkan med många olika aktörer/organisationer. En framtida kampanj behöver också lyfta fram bredden av friluftslivet för att nå ut, och gärna nå ännu bredare. En förbättringspotential vore att i en framtida kampanj knyta starkare kontakter med och involvera friluftsföretagen. Dessa deltog i liten utsträckning i projektet 2021 trots försök från projektet att knyta sådana kontakter. En annan aspekt av att skapa stor bredd är att nå ut och involvera allmänheten i en framtida kampanj.

#### **6. Bygg kampanjen kring insatser som når olika delar av friluftsarbetet**

Att jobba brett kring insatser är också något att ta med sig vidare till Friluftslivets år 2.0. I projektgruppens utvärderingar ansåg aktörerna att projektet fördelade sina insatser jämnt mellan "policynivå", praktiska aktiviteter och samverkansinsatser. Årets månadsteman gav möjlighet att lyfta alla aspekter av friluftslivet, där insatserna anpassades utifrån temat och i förlängningen var relaterade till de friluftspolitiska målen för Sverige. Även om färre teman är att rekommendera i framtiden, bör insatserna fördelas jämnt mellan "tunga" policydokument (t.ex. råd, riktlinjer, vägledningar), peppiga budskap, seriöst genomförande och mer lekfulla arbetssätt.

#### **7. Bygg kampanjen kring teman, samverkan och paketerat material**

Teman och paketerat material upplevdes som effektiva verktyg i Friluftslivets år 2021. Aktörer anger att sådant material underlättade för dem att skapa egna insatser och aktiviteter, vilket i sin tur underlättade implementeringen på hemmaplan. Ett Friluftslivets år 2.0 behöver på liknande vis ha teman och material som hjälper aktörer att forma sina budskap och insatser. Paketerat material kan handla om att tillgängliggöra forskningsrön, material, verktyg och sprida goda exempel. Samtidigt är det viktigt att ett Friluftslivets år 2.0 inte upplevs som en exakt upprepning av 1.0, utan innehåller nya inslag och utifrån aktuella behov.

## **8. Mycket fokus på tillgänglighet och inkludering**

En framtida kampanj behöver också fokusera mera på frågor som rör tillgänglighet för att underlätta deltagande i organiserat friluftsliv och besök i naturen. Det kan dels handla om att arbeta med den fysiska tillgängligheten till friluftslivet och naturen, till exempel via anpassningar, information, skyltning och att förbättra färdtjänstsystem och dylikt, det vill säga, att skapa bättre generella förutsättningar att ägna sig åt friluftsliv. Dels att höja kunskapen om hur en når utsatta och ovana grupper och vilka insatser som är effektiva. Det sistnämnda handlar om mer riktade, direkta insatser. Behov hos och perspektiv från exempelvis personer med funktionsvariationer och HBTQI-personer behöver integreras mycket tydligare i ett Friluftslivets år 2.0.

## **9. Genomföra 2.0 som ett nordiskt samarbete**

Ett sätt att använda liknande upplägg på nästa kampanj, men med lite ny inriktning vore att skapa ett gemensamt nordiskt Friluftslivets år. Ett samarbete med de övriga nordiska länderna vore intressant då den sammanslagna erfarenheten och goda resultaten från Norges och Sveriges respektive kampanjer skulle kunna gynna både planering, genomförande och utfall i ett nordiskt perspektiv. Detta är något som också lyfts fram av andra inblandade, till exempel i aktörsenkäten och djupintervjuerna.

## **10. Ökad kapacitet på flera plan**

Projektgruppen föreslår även att ett framtida Friluftslivets år behöver större resurser och fler involverade personer i det centrala arbetet för att hantera och styra ett projekt av sådan omfattning och magnitud ”på alla tre nivåer”, lokalt, regionalt och nationellt. Mer fokus på planering och funktioner behövs som fungerar som brygga mellan projektets planering och genomförande.

Projektgruppen saknade också en koordineringsfunktion som kunde samordna arbetet för de andra i teamet. Under Friluftslivets år 2021 var genomförandet mindre resurskrävande på grund av att mycket av samverkansarbetet, såsom webinarier och nätverksmöten skedde digitalt. I framtiden kommer det finnas förväntningar på fysiska möten i större utsträckning vilket kommer kräva en större projektgrupp. En större projektgrupp har även större förutsättningar att koordinera insatser och arbetet bland annat gentemot bidragsprojekt, friluftsföretag, kommuner, regioner och länsstyrelser. Ska kommunikation riktas direkt mot allmänheten behöver sannolikt projektet och projektgruppen utökas väsentligt.

## Slutord

Vi som har arbetat med Luften är fri på Svenskt Friluftsliv vill rikta ett stort tack till alla härliga och driftiga människor som varit med och gjort Friluftslivets år till en riktig succé. Förhoppningsvis har ni haft lika kul som vi. För riktigt riktigt kul har det varit!

Ibland slet vi som djur, ibland grät vi som barn – men oftast skrattade vi. Mest åt oss själva och alla tokiga idéer som kom upp. Ett tag spånade vi på att projektet skulle ha en maskot. Vi kontaktade till och med en illustratör. Det blev inget med det. Vi tänkte oss också en receptsamling på utemat för barn. ”McDonald´s kanske köper in den och distribuerar ut den via Happy meal”. Det blev inget med det heller.

Men många av våra idéer blev till verklighet. Att smälla av konfetti i slutet av invigningswebbinariet var en av de bättre. Det ligger fortfarande kvar konfetti här och var på kontoret, som ett kärt minne från det som var. Eller när vi bestämde att Luften skulle vara fri det här året och alla skulle få vara med. Det var också riktigt bra. Och så många det var som ville det. Och vad mycket bra vi lyckades åstadkomma tillsammans. Tack för det!

Hoppas att du tar med dig mycket av Friluftslivet år i ditt arbete framöver. Så det vi gjorde får leva kvar länge.

Med det återstår bara en sak att säga – ut och tjut!

## Hälsningar

Teamet för Luften är fri



## Referenser

De flesta referenser i listan går att hitta och ladda ned från Svenskt Friluftslivs hemsida eller sidan för Luften är fri. Listan presenterar även länkar till digitala källor och material.

Faskunger, J (2020) Friluftslivets möjligheter – en kunskapssammanställning av friluftslivets nytta för individ och samhälle. Svenskt Friluftsliv, Stockholm.

Folkhälsomyndigheten (2022) Folkhälsans utveckling. Årsrapport 2022. Stockholm.

Gullers Grupp (2020) Ovana friluftsutövare. En genomgång av befintlig kunskap och strategier för att hjälpa dem ut i naturen. Stockholm.

Internetstiftelsen (2021) *Svenskar och Internet*. <https://internetstiftelsen.se/>

IVL Svenska Miljöinstitutet (2022) Redovisning av länsstyrelsernas regeringsuppdrag 8 om friluftsliv 2021. Stockholm.

Kairos Future (2021) Det svenska friluftssystemet i ett framtidsperspektiv. En systemanalys med fokus på aktörer och trender som påverkar friluftslivet mot framtiden. Svenskt Friluftsliv, Stockholm.

Naturvårdsverket (2018) Friluftsliv 2018. Nationell undersökning av svenska folkets friluftsvanor. Redaktörer: Peter Fredman et al. Stockholm.

Naturvårdsverket (2021) Sveriges friluftskommun 2021. Stockholm.

NINA, Norskt institut for naturforskning (2015) Ekstern evaluering av Friluftslivets år 2015. Samarbeid, informasjon og kommunikasjon. Norge.

SCB (2022) ULF: Undersökningen av levnadsförhållanden 2022. Stockholm.

SuperLab (2020) Förstudie - Ungdomars rörelsemönster i naturen. Landskrona.

Svenskt Friluftsliv (2020 a) Strategi för sociala medier. Stockholm.

Svenskt Friluftsliv (2020 b) Projektplan Luften är fri – Friluftslivets år 2021. Stockholm.

Svenskt Friluftsliv (2020 c) Kommunikationsplan. Stockholm.

Svenskt Friluftsliv (2020 d) Kommunikationspolicy. Stockholm.

Svenskt Friluftsliv (2020 e) SWOT-kommunikation.

Svenskt Friluftsliv (2021) Friluftsbarometern 2021. Stockholm

Svenskt Friluftsliv (2022 a) Verksamhetsberättelse. Årsredovisning 2021. Stockholm.

Svenskt Friluftsliv (2022 b) Friluftsbarometern 2022. Stockholm

### **Digitala källor:**

[Nya höjder för friluftsliv under friluftslivets år 2021 - YouTube](#)

## Bilagor

- Bilaga 1: Definitioner och termer
- Bilaga 2: Detaljerad tidslinje över aktiviteter och insatser 2020–2022
- Bilaga 3: Sammanställning av statistik och utfall (bifogas också som en layoutad PDF för presentationer)
- Bilaga 4: Citat från öppna frågor i aktörsenkäten
- Bilaga 5: Ska Friluftslivets år upprepas? Öppen fråga från aktörsenkäten
- Bilaga 6: Citat från djupintervjuer
- Bilaga 7: Redovisning av bidragsprojekten (bifogas separat)
- Bilaga 8: Sammanställning av statistik från aktivitetskalendern (bifogas separat)
- Bilaga 9: Frågor och svarsalternativ i aktörsenkäten
- Bilaga 10: Sammanställning medverkande aktörer (bifogas separat)

## Bilaga 1. Definitioner och termer

Styrgrupp:	En grupp av representanter från Svenskt Friluftsliv och Naturvårdsverket som ansvarade för övergripande beslut.
Projektgrupp:	En grupp med fyra projektanställda på Svenskt Friluftsliv som drev projektet och genomförandet av Friluftslivets år.
Arbetsgrupper:	Fem grupper som tillsattes i projektet med expertkunskaper som stöttade projektgruppen med kunskap, input till årets teman samt spridning av projektet.
Aktörer:	De företag, organisationer, stiftelser, kommuner och myndigheter som på olika sätt bidrog till Friluftslivets år.
Barn i åk 4–6:	En av de prioriterade målgrupperna i projektet som inkluderar alla barn i Sverige i detta åldersspann, främst de som är ovana av att idka friluftsliv.
Personer med utländsk bakgrund	En av projektets prioriterade målgrupper som inkluderar vuxna personer som är utlandsfödda eller som är inrikesfödda med två utrikesfödda föräldrar.
Beslutsfattare:	En av projektets prioriterade målgrupper som inkluderar personer i beslutsfattande positioner såsom politiker, politiska tjänstemän, rektorer, lärare och vårdnadshavare.
Ovana:	Ett samlingsbegrepp för personer i de prioriterade målgrupperna, främst barn i åk 4–6 och personer med utländsk bakgrund, som inte idkar friluftsliv i samma utsträckning som andra grupper i samhället.
Kommunikationsstrategi	Strategiskt dokument som projektgruppen tog fram utifrån projektplan, målgrupps- och kunskapssammanställning.
Kunskapssammanställning	En översikt över befintlig friluftsforskning och som legat till grund för många av de budskap, fakta och kunskap om friluftslivets fördelar som gav tyngd och trovärdighet till projektet.
Målgruppssammanställning	En sammanställning av olika målgruppsanalyser med fokus på projektets prioriterade målgrupper och deras medievänor.
Luften är fri:	Namnet på det nationella samverkansprojekt som tillsammans genomförde Friluftslivets år. Tillsammans med namnet kom en logotyp och en grafisk profil. I denna rapport används termerna ”Friluftslivets år”, ”projektet”, ”kampanjen” och ”året” som synonymer för Luften är fri.



## Bilaga 2: Detaljerad tidslinje över aktiviteter och insatser 2020–2022



## 2021

Webbinarium: Invigning	<b>Jan</b>	<b>#luftenärfri</b>
Workshop: Dialog friluftsliv	<b>Feb</b>	Medarrangör: Älgen i rummet <b>#inspiratörfriluftsliv</b>
Luften är fri-appen lanseras	<b>Mar</b>	<b>#friluftskompis</b>
Webbinarium: Friluftskompis		Press kring friluftsdagar i skolan
Film: Barnens bästa tips lanseras	<b>April</b>	<b>#sverigesfriluftsdag</b>
Film: Hitta ditt friluftsliv lanseras		Debattartikel kring friluftsdagar
Webbinarium: Friluftsdagar	<b>Maj</b>	<b>#friluftsliviskyddadnatur</b>
Föreläsning för Riksdagens friluftsnätverk		Samarbete med IJWTBC drar igång
Kusträddarna med Håll Sverige rent	<b>Juni</b>	<b>#ätaute</b>
Webbinarium: Avfall i skyddad natur		Samarbete med Båtpodden lanseras
Webbinarium: Trösklar och knep	<b>Juli</b>	Kampanj Dagens recept <b>#sovaute</b>
Föreläsning på Främjafys webinarium		
Film: Sova ute lanseras och visas	<b>Aug</b>	<b>#jagharaldrig</b>
Naturskyddsföreningen		Samarbete med TeamLost och Alexia
lanserar gillanaturen.se	<b>Sep</b>	<b>#gillafriluftslivet</b>
Webbinarium: lärmiljö=närmiljö		Kampanj #uteklassrummet körs
Naturvårdsverkets Tankesmedja	<b>Okt</b>	<b>#läraute</b>
Olofström blir årets friluftskommun		Kampanj #uteklassrummet fortsätter
Föreläsning på Healthy Cities-konferens	<b>Nov</b>	<b>#måbraute</b>
Medverkan Sustainable fashion week		Kampanj Livsstil friluftsliv körs
Webbinarium: Hälsoeffekter	<b>Dec</b>	<b>#dialogfriluftsliv</b>
Föreläsning GIH-konventet		Avslutningsfilm lanseras
Landshövdingestafetten går i mål		
Avslutningskonferens i Åre		
Rapporten från Kairos future		

## 2022

Webbinarium: Om rapporten från Kairos future	<b>Jan</b>	Sammanställning av statistik och utvärderingar för 2021
Summering av Friluftslivets år presenteras i olika nätverk	<b>Feb</b>	Svenskt Friluftslivs delrapport lämnas in till Naturvårdsverket
Svenskt Friluftsliv genomför djupintervjuer för slutrapporten	<b>Mar</b>	
Resultat från bidrags- projekten analyseras.	<b>Apr</b>	Bidragsprojektens slutrapporter lämnas in till Svenskt Friluftsliv
Arbetet med slutrapporten fortsätter	<b>Maj</b>	
	<b>Juni</b>	Svenskt Friluftslivs slutrapport lämnas in till Naturvårdsverket

### Bilaga 3. Sammanställning av statistik och utfall

<b>Område:</b>	<b>Mål:</b>	<b>Utfall:</b>
<b>Samverkan</b> Landshövdingestafetten	150 aktörer	367 aktörer 330 beslutsfattare, 210 organisationer och 1400 personer deltog.
<b>Kampanjer</b> sociala medier Influencersamarbeten Egna filmer m.m.	Öka kunskap Synliggöra projektet	30,8 miljoner exponeringar 4 miljoner videovisningar 235 000 länkklick
<b>Sociala medier</b> A: Instagram, B: Facebook, C: LinkedIn, D: Hashtags	100 000 inlägg	A: 387 inlägg, 1,9 milj i räckvidd B: +365 inlägg, 4 551 002 i räckvidd C: 120 inlägg, 29 319 visningar D: +86 976 taggade inlägg
<b>Webbsidan</b> luftenarfri.nu	Öka kunskap	152 293 unika besökare 440 471 sidvisningar Kvinnor/män 62/38 %
<b>Traditionella medier</b> "Friluftsliv" "friluftsliv" "friluftslivets år" "Luften är fri"	10 % ökning från 2020	25 % ökning dec 20 – dec 21. 36 % ökning nov 20 – nov 21. 3 992 publikationer 548 publikationer 235 publikationer
Webbinarier Nyhetsbrev	Samverkan	1 536 deltagare, 2 838 visningar 1 188 prenumeranter, 41 % öppningsgrad, 20 % klick
<b>Avslutningskonferens Åre</b> Beslutsfattare	Samverkan 500 st	338 deltagare, 521 digitala visningar 330 st i Landshövdingestafetten 20 st på konferensen i Åre 20 st i Svenskt Friluftslivs nätverk Okänt antal i bidragsprojekten
<b>Bidragsprojekt:</b> Antal ansökningar: Antal beviljade: Totalt sökt belopp: Andel ideella organisationer: Andel kommuner: Andel stiftelser: Antal deltagare:		369 st 72 st (19,5%) 67 Mkr (27%) 209 st (57 %) 128 st (35%) 22 st (6 %) 10 st (3 %) 121 854 (71 projekt genomfördes)
<b>Annons</b> i tre lärartidningar om utomhuspedagogik	Nå beslutsfattare	Räckvidd: 353 300 personer (tidningarnas upplevda läsekrets)
<b>Aktiviteter</b> i kalendern Antal arrangörer Antal visningar hemsidan Antal pushnotiser i app	Alla org. genomför aktiviteter	3 531 st 275 st 62 828 st 250 st
<u>App</u>	Öka friluftsliv	2 735 användare. 1 100 pushanvändare

## Bilaga 4. Citat från öppna frågor i aktörsenkäten

Samverkan	Material, upplägg, tonalitet	Övrigt	Negativa aspekter
"Samarbetet i arbetsgrupper har varit givande"	"Er snygga logo och fyndiga namn". "Användandet av hash-tags"	"Att vi fick ta del av medel från Svenskt Friluftsliv var till oerhört stor hjälp!"	"Aktivitetskalendern var svår att använda"
"Att flera organisationer har försökt samverka för ökad utvistelse både i ett skol- och ett icke skol-relaterat sammanhang"	"Månadsteman var så smart! Att fokusera på en sak i taget". "Det gemensamma temat har varit inspirerande och hjälpt oss att arrangera oväntade evenemang"	"Bredden"  "Enklare och tydligare att kunna hänvisa till LÄF än till nationella friluftsmål"	"Kontakten med politiker, chefer och förvaltningar ...jag upplever att vi inte riktigt lyckades nå de vi behövde nå...en av anledningarna var att det var så rörigt inför Friluftslivets år...vår planering blev lidande"
"Gemenskapen, peppen och inspirationen!". "Samarbetet på bred front!"	"Månadsteman var framgångsfaktorn. Man kunde haka på men ändå sätta sin egen touch"	"Att friluftslivet hamnat i fokus och att mindre gynnade grupper har nåtts"	"Hemsidan var svår-navigerad". "Borde synts mer i "vanliga media". "Dålig synlighet "på stan"
"Kontakt och samarbete med andra organisationer"	"Målgruppsrapporten var mycket bra!". "En forskningsbaserad grund och ett bra ledarskap från Svenskt Friluftsliv!"	"Att friluftslivet har kommit upp på den politiska agendan på många olika håll i samhället".	"Spridningen till kommuner, skolor och allmänheten om satsningen blev lidande...många som inte känner till FÅ"
"Bra spridning och nya samarbeten".		"Att få genomslag för dessa frågor på kommunal nivå"	
"Dörröppnare för samverkan"			
"Att ta del av intressanta webinarier och få inspiration av andra deltagare"	"Den positiva attityden". "Energin hos de som arbetat med projektet"	"Projektet underlättade för oss att kick-starta från pandemin. Vi fick fantastiska möjligheter att genomföra aktiviteter för målgrupperna!"	"Tyvärr satte tidsaspekten käppar i hjulen tillsammans med coronan... hade behövts ett år till"
"Fått igång några bra samarbeten internt och externt"	"Hela Sveriges friluftsdag...den skulle jag vilja att den fick leva kvar". "Bra rapporter och bra seminarier"	"Underlättat kontakten med kommunpolitiker som inte varit insatta i friluftsförhållanden"	"Tycker tyvärr inte kampanjen nått ut i traditionella media alls". "Tidskrävande att lägga in event på hemsidan så det slutade vi med"
"Ökad kännedom om det arbete som sker från olika aktörer"	"Det kommunikativa uttrycket". "Tycker hemsidan med alla aktiviteter är bra och kunde utnyttjats ännu mer"	"Att ha något konkret att påtala för kollegor, skolor, föreningar...och som stöttade mig i mitt arbete att förmedla bredden av vad friluftsliv är"	"Planeringen för FÅ var ser och hade behövt vara tydligare". "Organisationen och finansieringen måste vara säkrad tidigare nästa gång"
"Att alla ställde upp och att projektgruppen var så bra!".			
"Samverkan mellan friluftslivets aktörer"	"Engagemang för dem med funktionsvariationer"		
	"Är väldigt nöjd med att projektledarna var kommunikatörer. Det var verkligen ett kommunikationsprojekt"		"Med årets erfarenhet i bagaget hade jag jobbat annorlunda med FÅ, men det ska inte lastas projektet"
			"Planeringen i början var otydlig och arbetsgruppernas uppdrag inte genomtänkta...kanske en "slant" så att varje grupp hade kunnat få en projektledare på 10 % som hade haft tid att driva lite"

## Bilaga 5. Ska Friluftslivets år upprepas? Öppen fråga från aktörsenkäten

Ja	Kanske/beror på...	Nej
<i>"Ja! 2021 var bara en provomgång! Nu vet vi vad vi pratar om och kan faktiskt göra verklighet av visionerna"</i>	<i>"Kanske. En reflektion är att det blir en oerhörd konkurrens när alla ska nå målgruppen"</i>	<i>"Nej, för projekt har en tendens att dö ut när de avslutas"</i>
<i>"Ja, det behövs fokus ibland för att något ska hända"</i>	<i>"Måste utvärderas först vilken effekt det givit"</i>	<i>"Jag tycker inte att FÅ ska fortsätta som projekt. LÅF kan däremot fortsätta som ett koncept"</i>
<i>"Ja, ett år är för kort tid för att skapa resultat och effekt"</i>	<i>"I så fall med ett nytt tydligt och gemensamt budskap. Inte bara för att göra samma sak igen"</i>	<i>"Nej, i så fall med ett bättre uppstyrt samarbete inom kommunen"</i>
<i>"Ja absolut. Det behövs i samhället".</i>	<i>"Ja, men först om några år och då med ännu tydligare beställning på vad det ska leda till så att ännu fler konkreta aktiviteter tas fram inom projektet"</i>	<i>"Nej. Mycket bra tema, men allt bra behöver inte bli återkommande. Det är så många teman, dagar och annat som återkommer. Men kanske en dag per år?"</i>
<i>"Ja såå bra att kraftsamla tillsammans"</i>	<i>"Vart fjärde år gärna. Absolut inte varje år"</i>	<i>"Nej, inte för vårt områdes skull"</i>
<i>"Ja! Kanske vart 5:e år? Ta vara på varumärket som har byggts upp och investerats mycket i"</i>	<i>"Initiativet är både behjärtans-värt och viktigt, men svårt att skapa innehåll som ska kunna spridas av alla."</i>	<i>"Ser inget behov i närtid. Målen nådda. Fler utövare. Höjda statsanslag"</i>
<i>"Vore bra. Vi har verkligen fått positiv respons o frågor från våra deltagare om projektet kan fortsätta"</i>	<i>"Ser gärna ett framtida projekt, men ser gärna att det ska vara en ännu tydligare samverkan mellan SKR, Naturvårdsverket och länsstyrelserna. Dags att friluftsliv tar större plats, då tror jag SKR är en otroligt viktig part"</i>	
<i>"Det är viktigt att ta tillvara och förvalta det engagemang som har skapats under FÅ"</i>		
<i>"Ja, kanske vartannat eller var tredje år. Det är en stor kraftsamling och för att det ska ge effekt kan det var bra med vanliga år däremellan"</i>		
<i>"Intressant vore om vi kunde genomföra ett gemensamt Nordiskt Friluftslivets år"</i>		
<i>"Ja absolut! I Norge har det återkommit flera gånger och de har erfarenheter av att upprepningen i sig har varit effektfull och ökat framgångarna"</i>		
<i>"Ja, för att ena oss som jobbar med frågan. Politisk samverkan är det viktigaste. Behöver ej vara projekt"</i>		
<i>"Ja jag att vi har lärt oss mycket. Kanske kan vi ha ett friluftstema varje år i en enklare form så blir det mer samlat och mindre spretigt"</i>		

## Bilaga 6. Citat från djupintervjuer

### Del A: Information som rör motiv till varför ett Friluftslivets år behövdes.

Det fragmentiserade friluftslivet	Det exkluderande friluftslivet	Isolerade öar av tjänstemän
<b>Citat 1</b> ”Det blev påtagligt hur uppdelat friluftssverige är...man jobbar i sina isolerade öar... Naturvårdsverket jobbar med sina frågor... friluftorganisationerna med sina. Det finns väldigt många fina initiativ, bra engagemang och idéer, men att man inte pratar med varandra gör att det inte blir någon effekt. Som gammal marknadsförare så kryper det i hela kroppen när folk inte tar tillfället i akt att jobba tillsammans mot ett större mål. Det är så mycket fokus på sitt ”lilla egna uppdrag””	”Friluftslivet kändes exkluderande i många fall...det var många som redan var invanda i friluftslivet och...i den världen liksom folk hade ”rätt” kläder och utrustning...det fanns en segregation mellan allmänheten och friluftsfolket. Och det tyckte jag...att friluftslivet skulle bli mer allmängiltigt...”	”Jag tror många har suttit ute i sina organisationer och känt sig lite ensamma i sitt arbete.”
	<b>Viktigt, men inte prioriterat</b>	<b>Otillräcklig måluppfyllelse p.g.a. aktörer som arbetar en och en</b>
<b>Citat 2</b> ”Det kändes som att många aktörer gjorde liknande saker men utan att samarbeta. Ofta blev inte resultatet så bra. Varför ta fram åtta halvdåliga filmer om allemansrätten när man skulle kunna samarbeta och göra en eller två bra filmer liksom...”	”Sen är det ju det här med att lyfta friluftslivet. Jag vet inte hur man ska uttrycka det...det känns ofta som att alla är så himla positiva till friluftsliv och liksom ”absolut...det är jätte viktigt” och så, men sedan är det något annat som prioriteras högre eller får mer pengar...och det där har ju friluftslivet lidit av tycker jag.”	”Grunden till att året behövdes tror jag var att vi inte uppnådde de uppsatta målen genom att arbeta en och en på varsin kammare... Jag tror året behövdes för att sätta friluftslivet i fokus och få draghjälp av varandra.”

## Del B: Information som rör genomförandet av Friluftslivets år

Text inom parentes är förklaringar och förtydliganden.

Samverkan	Insatser	Planering/organisation
<b>Samverkan och helhetssyn</b> <i>"Luften är fri fyllde en viktig funktion...tog blicken ifrån det här (att arbetet med friluftsliv är fragmentiserat och segregerat) och fick hela friluftssverige att synas...inte bara de som är medlemmar i en viss organisation."</i>	<b>Nå nya grupper på innovativa sätt</b> <i>"Styrkorna tycker jag var att projektet nådde en mycket bredare målgrupp än vad man gjort tidigare. Jag tyckte också att projektet satte an en annan, mer lekfull ton...liksom bortifrån det här...lite prestigefyllda friluftslivet... Luften är fri fick in mer glädje och skoj i det."</i>	<b>Framgång genom planering och förberedelser</b> <i>"Jag tycker det kändes väldigt proffsigt och ambitiöst av Svenskt Friluftsliv. Man hade gjort sådana här målgruppsundersökningar innan. Man hade en projektplan."</i>
<b>Framgång tack vare samverkan och intresse</b> <i>"Att projektet lyckades göra allt detta på den korta tiden visade att det fanns både ett intresse, men också möjlighet att göra skillnad!"</i>	<b>Nationell kampanj skapade resurser och driv</b> <i>"För vår del blev landshövdingestafetten något som ändå drev frågan och plötsligt fanns både resurser och hjälp från andra att lyfta friluftsförhållanden... både från landshövdingen förstås men i och med att hen kom in så kom ju hela kommunikationsavdelningen till och man fick ett helt annat driv."</i>	<b>Implementering via underlag och vägledning</b> <i>"Luften är fri gjorde att vi hade något att hänga upp det på. Nu hade vi ett tema om uteundervisning...då kunde man kroka arm och få reda på vad andra gjorde inom det temat... Det var bra!"</i>
<b>Utmaningar med samverkan myndighet – ideell org</b> <i>"Det finns ju några saker som är utmanande...det här med att man jobbar en myndighet med ideella organisationer. Ofta blir det väldigt olika förutsättningar...det här med olika tidsperspektiv och så, men om jag har förstått saken rätt så har det gått ganska bra och man har hittat olika roller och så. Men man har säkert kämpat med de sakerna lite."</i>	<b>Nationell kampanj skapar unika förutsättningar</b> <i>"Så mycket det ändå gett för friluftslivet! Alla de grupper som diskuterar frågan och alla sammanhang man fått vara med och prata om det. Det hade man ju inte fått annars!"</i>	<b>För många teman</b> <i>"Det var jättebra med olika teman under året, men det kanske var för många teman. Det var svårt att hinna med nya teman varje månad."</i>
<b>Samverkan över gränserna</b> <i>"Det kändes som att "alla" var med och träffades. Ibland kan det vara så att olika organisationer inte möts...man står för långt ifrån varandra. Det kan vara ideologiskt...ja...skogsbruk jämfört med naturvård liksom. Det kändes som att alla organisationer var med. Det är inte så ofta det är så."</i>	<b>Uppmärksamhet hos politiker</b> <i>"Friluftslivets år gjorde att frågorna fick större uppmärksamhet i riksdagen och hos politiker generellt, delvis också på grund av pandemin naturligtvis. Frågorna är mer på agendan nu. I och med att Folkhälsomyndigheten gick ut och rekommenderade utevistelse så blev det mer fokus på frågorna."</i>	<b>En sann manifestation</b> <i>"Det är ju otroligt häftigt att se friluftslivet, för det händer så otroligt mycket hela tiden! Och folk är med och vill engagera sig. Hela det där är fantastiskt! Och det där tycker jag kommer fram så himla fint i Friluftslivets år... Det blev ju en manifestation av det som friluftslivet faktiskt är!"</i>
<b>Samverkan i arbetsgrupperna</b> <i>"Arbetsgrupperna har varit bra. Man har tvingats att göra saker. Det har varit givande att lära känna alla aktörerna där och det ledde ju till en del bra saker också."</i>		<b>Policy och påverkan</b> <i>"Framförallt att det syntes i hela Sverige! Det gav ju oss legitimitet och mandat att jobba med frågan...här kraftsamlar hela Sverige...det är inte bara i min kommun liksom... Så det blev ju lyskraft på friluftslivet det året...och det är ju bra rent politiskt...för att få upp frågan på bordet."</i>

## Del B fortsättning...

Samverkan	Insatser	Planering/organisation
<b>Nya kontakter utanför egna bubblan</b> <i>"Året gav mig många nya kontakter utanför vår egen bubbla vi normalt jobbar i. Det var kanske det bästa för min och vår del. Man blir lite uppdaterad. Vad görs för övrigt. Man har koll på vad som görs av andra."</i>	<b>Uppmärksamhet hos politiker:</b> <i>"Landshövdingestafetten fick stor uppmärksamhet hos politiker, mycket tack vare att många landshövdingar är före detta riksdagspolitiker och har kvar sina kontakter med ledamöter i riksdagen".</i>	<b>Nationell kampanj skapade kraft</b> <i>"Det var bra tajming för pandemin gjorde att vi behövde tänka till och sen kom Friluftslivets år och stärkte att vi ville ha ut folk. Sen i och med att ni gjorde det samlat med många olika aktörer så blev det en otrolig kraft i det...vi nådde väldigt långt och många hängde på."</i>
<b>Samverkan lokalt och regionalt</b> <i>"Vi hade ett lokalt initiativ här i länet (som byggde på principerna för Friluftslivets år). Många olika aktörer som körde en kampanj. Visst, det var inte så att det blixtrade, men den processen var väldigt viktig! Själva effekten av det var inte så imponerande, men att vi började samarbeta var en väldigt bra grund framåt. Jag gissar att sådana saker hände på många olika ställen."</i>	<b>Implementering via fakta och kunskap</b> <i>"Det hjälper mycket att ha forskningsbaserat material och underlag samlat...för vi hinner inte läsa forskningsrapporter och göra en egen analys och så... så paketering av kunskap och information var viktigt..."</i>	<b>Projektgruppen borde varit större</b> <i>"Projektgruppen skulle ha behövt bestå av fler samordnare, t ex till arbetsgrupperna, för att hålla igång alla processer."</i>
<b>Samverkan med nya aktörer</b> <i>"Jag har en väldigt positiv bild av året. Jag tycker det har varit en kraftsamling och en samling som har skapat mycket gemensamt för friluftslivet. Ett bro-bygge mellan olika aktörer. Man har också fått större förståelse för andra aktörers arbete. Jag tycker man lärde sig mycket av dessa nya aktörer som Hej Främling och Miljöverkstan Flaten..."så där kan man ju göra..."</i>	<b>Implementering via underlag och vägledning</b> <i>"Det var bra att man tog fram material kring varje tema och att man från er sida hade de här webinarier på varje tema. Sanna gjorde ett mycket bra jobb med webinarier. Ylva höll ihop arbetsgrupperna bra. Det gjorde ni väldigt bra! Med tanke på det snäva tidsperspektivet och de resurserna ni hade så var året långt över förväntan. 200 % positivt!"</i>	<b>Kampanj med lokala aktiviteter och förankring</b> <i>"Det som var bra var ju att det var konkret! Ibland kanske det bara blir policydokument och så...här var det ju verkligen att det blev aktiviteter."</i>
<b>Kontaktytor och samverkan</b> <i>"Året gav nya kontaktytor i frågor där personer och aktörer behöver ha kontakt med varandra."</i>		<b>Behov av att involvera centrala aktörer</b> <i>"Det som blev lite knöligt är när man är på Länsstyrelsen där man var lite "mittemellan" (dvs både var en aktör med förväntat ansvar att driva frågorna regionalt och samtidigt en aktör som alla andra). Det var många som vände sig till oss "hur ska vi jobba med nästa månads tema i Friluftslivets år?" och det fanns ingen tid till förberedelse. Vi fick ju materialet samtidigt som de andra. Det var lite frustrerande ibland att man var steget efter hela tiden."</i>



## Del C Information som rör framtidens arbete med att främja friluftsliv och "Friluftslivets år 2.0"

Text inom parentes är förklaringar och förtydliganden.

Involvering	Upplägg	Kapacitet
<b>Det nordiska perspektivet</b> <i>"Det är viktigt att få till ett nytt Friluftslivets år där även alla nordiska länder ingår. Det nordiska perspektivet och samarbetet är viktigt."</i>	<b>Liknande upplägg</b> <i>"Det skulle helt klart bli liknande upplägg om man skulle göra om året. Basen är byggd...vi vet vad som skulle ge effekt ganska snabbt, och då är det mycket enklare att koppla på det igen...och liksom ta det ännu längre. Vi vet ju vilka organisationer och nätverk som finns och vilka knappar man ska trycka på...hur man får effekt på saker...Även om tider förändras så tycker jag ändå att projektet har visat på saker som kan funka om 3-4 år också."</i>	<b>Nå ut till allmänheten</b> <i>"Då tror jag man ska kolla på Norge. Norge var ju förebild för året. Norge har ju en helt annan samlad kraft i dessa frågor... personer engagerade på en högre nivå. Nu (FÅ 2021) var det mycket organisationerna som drog i det hela. Men för att få ett genomslag hos människor så måste man "lämna" de här stora organisationerna och också tänka in hur man når de olika subgrupperna...alla tribes. Om man hade haft ett sätt att få flera att driva den här frågan så hade man förstås kunnat nå ännu längre."</i>
<b>Involvera centrala aktörer tidigare</b> <i>"Skulle man göra om året skulle ni behöva en mycket längre förberedelsefas...och få med sig föreningarna och länsstyrelserna tidigare... vi hann liksom inte med!"</i>	<b>Planering</b> <i>"Skulle man ha en projektgrupp som jobbar med det här helikopterperspektivet hela tiden. Och sen koppla på en större grupp under kampanj-året. Då skulle man komma hur långt som helst med ett sådant år. Under nästa kampanj riktar man alla de här krafterna utåt, mot allmänheten. Då tror jag effekten kan bli hur stor som helst. Så att jobba mer organiserat och strategiskt skulle jag säga...att inte tappa för mycket kunskap och kontakter...att hålla en form av basnivå och baskunskap för att sedan växla upp."</i>	<b>Behov av strategi och förankring</b> <i>"Svenskt Friluftsliv och kommunerna behöver kroka arm lite bättre... Jag tänker att RF, idrotten och kommunerna är duktiga på att kroka arm...och där är kanske inte vi lika duktiga (friluftslivet i stort; friluftslivetsorganisationerna). Det vore bra att sträva åt det hållet."</i>
<b>Få med markägarna nästa gång</b> <i>"En sak jag tänkte på var markägarperspektivet. För det var inte så många stora markägare med väl? Det tror jag man skulle kunna jobba mer med inom friluftslivet... För de här stora markägarorganisationerna, de sitter på stora resurser för att kunna vara ute...och är ju också mycket positiva till friluftsliv, men de är just en sådan här bransch som jag nämnde i början att "ja, det är bra och viktigt med friluftsliv, men just nu måste vi nog jobba lite mera med skogsbruk"... Jag tänker att man borde jobba med dom, men det kanske är Naturvårdsverkets roll att göra...Men det är en bransch som skulle behöva komma in ordentligt i frågorna."</i>	<b>Policy och påverkan/ framtida kommunikation</b> <i>"Friluftslivsorganisationer gör ju otroligt mycket bra saker som kommer allmänheten till gagn. Det går ju inte att jämföra med idrotten där det mest är medlemmarna som gynnas och där det är aktivitetstimmar som räknas och så för bidragen... Där måste vi tänka lite annorlunda och föra fram våra budskap för att flytta fram positionerna..."</i>	<b>Behov av att bygga kapacitet</b> <i>"Hur kan vi få fler friluftslivsorganisationer att bli regionala så att man kan göra större saker ihop. Idag är det inte så många som har den organisationsformen. Hur kan vi få friluftslivet att steppa upp liksom...och matcha lite det som idrotten gör."</i>
<b>Involvera målgrupperna</b> <i>"Till nästa gång är det viktigt att få med sig målgrupperna... representanter för de vi vill nå och påverka. Det var inte många barn och unga med i arbetet exempelvis och inte aktörer som representerar dem heller."</i>		

## Del C fortsättning...

Involvering	Upplägg	Kapacitet
<p><b>Involvera aktörer för regional implementering</b></p> <p><i>"Om man får möjlighet att starta processen tidigare så är Länsstyrelserna en ganska bra aktör att ha med i planeringen och i genomförandet."</i></p> <p><i>"Det statliga anslaget har ju fördubblats och Friluftslivets år kan ju ha varit en bidragande orsak till det! Så en ny kampanj och det vanliga arbetet gifter sig med varandra. Det behöver inte vara antingen eller."</i></p>	<p><b>Goda exempel</b></p> <p><i>"I det fortsatta friluftsarbetet är det viktigt att lyfta fram och sprida goda exempel från bl a Friluftslivets år. Goda exempel underlättar ett utökat arbete med att främja friluftslivet – inte minst i kommunerna och i länen."</i></p>	<p><b>Processledare behövs</b></p> <p><i>"Sen tycker jag att det finns många med bra kompetens i processarbete. Där känner jag att det skulle behövas någon riktigt kompetent som arbetar med processen...en processledare!"</i></p>

## Bilaga 9. Frågor och svarsalternativ i aktörsenkäten

**Svarsalternativ:** Instämmer i hög grad/Instämmer/Instämmer inte/Instämmer inte alls.

Fråga/påstående:

1. Luften är fri har främjat samverkan.
2. Genom Luften är fri har vi kunnat samlas under gemensamma budskap och strävat mot samma/liknande mål.
3. Luften är fri har haft ett tilltalande och lättillgängligt grafiskt material (logga, profilmaterial)
4. Luften är fri har skapat ett samlat och nytt grepp kring arbetet med friluftsliv.
5. Under Friluftslivets år 2021 har min organisation stärkt arbetet med friluftsliv.
6. Luften är fri har underlättat arbetet med att främja friluftsliv till nya grupper och ovana grupper.
7. Luften är fri har underlättat spridningen av aktuell forskning, erfarenheter och kunskap.

**Svarsalternativ:** Mycket stor. Ganska stor. Ganska liten. Inte alls. Vet inte.

I vilken utsträckning har du/ni använt och varit behjälpta av:  
Hemsida. Månadsteman. Webinarier. Nyhetsbrev. Material & kampanjer.  
Kunskapssammanställningen. Kommunikationsplanen.  
Målgruppsrapporten. Annat, nämligen...

### Öppna frågor:

- Vad är du mest nöjd med under Luften är fri?
- Vilka insatser och moment kunde ha gjorts bättre?
- Anser du att Friluftslivets år ska återkomma som projekt? Motivera!

### Bakgrundsfrågor:

I vilken roll är du verksam inom eller intresserad av friluftsliv?  
Kommun. Länsstyrelse. Nationell myndighet. Ideell organisation.  
Företagare/näringsliv. Forskare. Student. Politiker/beslutsfattare.  
Privatperson. Annan.

Hur kom du först i kontakt med Luften är fri?  
Sociala medier. Hemsidan. Nyhetsbrev. Webinarier. Annat sätt – vilket?