

# Attitydundersökning – Gävleborg

Sammanfattande rapport

Augusti 2007

CMA – Centrum för Marknadsanalys AB

[www.cma.nu](http://www.cma.nu)

## Kort bakgrund till attitydundersökningen

Denna undersökning har tillkommit som en del i det regionala tillväxtarbetet och är en beställning från länets Tillväxtråd. För att kunna marknadsföra och profilera länet på rätt sätt krävs kunskaper om vad man egentligen känner till om länet och vilka attityder man kan tänkas ha till det. Någon sådan undersökning har inte tidigare gjorts.

Undersökningens syfte är att, inför kommande profileringsarbete, mäta interna och externa kunskaper om och attityder till Gävleborgs län, samt landskapen Gästrikland och Hälsingland.

CMA – Centrum för Marknadsanalys AB har under juni 2007 genomfört en webbenkät bland totalt 2067 svenska privatpersoner i åldern 15-69 år. Respondenterna har indelats i fem olika målgrupper med nedanstående fördelning:

1. **Gävleborg** – 410 privatpersoner boende i Gävleborgs län.
2. **Grannlänen** - 414 privatpersoner boende i Dalarna, Uppland och i Västernorrland.
3. **Mälardalen** – 404 privatpersoner boende i Mälardalsregionen, exklusive Stockholms eller Upplands län.
4. **Stockholm** – 402 privatpersoner boende i Stockholms län.
5. **Sverige** – 437 privatpersoner boende i Sverige. Ett riksrepresentativt urval.

Respondenturval har skett efter slumpmässig metod ur Norstats Webbpanel. Samtliga respondenter i de fyra externa målgrupperna har besvarat en identisk enkät, medan enkäten till den interna målgruppen Gävleborg har omfattat ett antal unika frågeställningar. Respondenterna fick inledningsvis svara på frågor om Gävleborg därefter frågor om Gästrikland och Hälsingland. Resultaten från undersökningen har analyserats av CMA – Centrum för Marknadsanalys AB under augusti månad, och sammanställts i en omfattande huvudrapport. Den rapport som du nu läser, syftar till att på ett kortfattat sätt sammanfatta de viktigaste resultaten från attitydundersökningen. I syfte att uppnå större tydlighet för läsaren har vi i denna rapport valt att endast redovisa resultaten för de två målgrupperna Gävleborg och Sverige. Via målgruppen Gävleborg visar vi de interna attityderna till länet, och genom det riksrepresentativa urvalet i målgruppen Sverige sammanfattar vi de externa målgruppernas attityder till Gävleborgs län. Den fullständiga undersökningen finns tillgänglig på [www.x.lst.se](http://www.x.lst.se) och [www.regiongavleborg.se](http://www.regiongavleborg.se).

## Sammanfattning av undersökningens resultat

Genom undersökningen ser vi framförallt följande övergripande resultat:

- Som helhet är såväl gävleborgare som svenskar i allmänhet positiva till Gävleborg.
- Gävleborg är ett känt begrepp, som främst associeras med företeelser som också är starkt förknippade med Gästrikland.
- Svenskarna kopplar en rad starka varumärken och kända profiler till Gävleborg.
- 6 av 10 svenskar har varit i Gävleborg, men deras mer detaljerade kunskaper om länet är begränsade.
- Gävleborg uppfattas som ett bra län att leva och bo i.
- Gävleborg uppfattas främst som ett gästvänligt län.
- Ett dynamiskt näringsliv och tillgången på arbetstillfällen uppfattas som Gävleborgs främsta förbättringsområden.
- Gävleborg ligger närmare Stockholm än vad svensken i allmänhet tror.

## Vad förknippas man med Gävleborg?

Att Gävleborg är känt som begrepp i Sverige bekräftas genom att respondenterna boende utanför länet lätt på en öppen frågeställning kan göra ett flertal associationer till länet. Gävleborg förknippas dock främst med företeelser som också är starkt förknippade med Gästrikland. Detta kan bero på att kännedomen om att Hälsingland ingår i Gävleborg är relativt låg.

Vi ser även att främst natur, skog, djur och bandy är gemensamma nämnare i associationerna mellan de bägge landskapen Gästrikland och Hälsingland. Gästrikland förknippas dock starkare till industri (t.ex. Sandvik) än Hälsingland, som i sin tur har en starkare koppling till allmog, kultur och folkmusik.

I undersökningen har vi även frågat de externa målgrupperna vilka landskap, kommuner, städer eller orter i Gävleborg som man känner till. Frågan har ställts helt öppen, dvs. respondenten har inte fått några svarsalternativ. Undersökningen visar att Gävle förknippas starkast med Gävleborg (84 %). Hälften så många känner till att Sandviken ligger i länet. Drygt 12 % av respondenterna nämner Söderhamn, Hudiksvall respektive Bollnäs. Undersökningsresultatet indikerar att Gästrikland i något högre omfattning än Hälsingland sammankopplas med Gävleborg.

Undersökningen visar även att svenskarna i allmänhet och gävleborgarna till stora delar gör samma associationer till Gävleborgs län. Nedan presenteras tabeller över de vanligaste vad personer i Gävleborg och i Sverige främst förknippas med Gävleborg, Gästrikland och Hälsingland:

- **Gävleborg** associeras främst med natur, skog och hav, Brynäs och ishockey, Gävle, Gävlebocken, Gävle högskola samt kaffe.

### ○ Boende i Gävleborgs län.

Nämn tre saker som du förknippas med Gävleborgs län.	Gävleborg	
	Antal	Andel
Natur/Skog/Hav/Älvar	211	52%
Brynäs/Brynäs HC/Ishockey	110	27%
Bocken/Gävlebocken/Halmbocken	109	27%
Turism/Semester/Fiske/Fritid	77	19%
Gävle/Gävle Högskola/Gefle	65	16%
Hälsingland/Hälsingehambon	58	14%
Gevalia/Kaffe/Löfbergs Lila	50	12%
Furuviik/Furuviksparken/Djurparken i Furuviik	49	12%
Bandy/Fotboll/Sport	46	11%
Bruksbygd/Bruk/Industri	36	9%

*Respondenterna har kunnat ange flera svarsalternativ varför tabellen summerar till mer än 100%.*

### ○ Boende i Sverige.

Nämn tre saker som du förknippas med Gävleborgs län.	Sverige	
	Antal	Andel
Brynäs/Brynäs HC/Ishockey	137	35%
Gävle/Gävle Högskola/Gefle	132	34%
Bocken/Gävlebocken/Halmbocken	113	29%
Natur/Skog/Hav/Älvar	72	18%
Gevalia/Kaffe/Löfbergs Lila	62	16%
Norrut/Norrland/Norra Sverige/Kallt/Snö	49	12%
Turism/Semester/Fiske/Fritid	49	12%
Bandy/Fotboll/Sport	36	9%
Profiler/Kända människor	31	8%
Furuviik/Furuviksparken/Djurparken i Furuviik	29	7%

*Respondenterna har kunnat ange flera svarsalternativ varför tabellen summerar till mer än 100%.*

- **Gästrikland** associeras främst med natur, skog, hav och djur, Brynäs och ishockey, Furuvik och Furuviksparken, Sandviken samt Sandvik AB och stål.

- *Boende i Gävleborgs län.*

*Respondenterna har kunnat ange flera svarsalternativ varför tabellen summerar till mer än 100%.*

Nämna tre saker som du förknippar med Gästrikland.	Gävleborg	
	Antal	Andel
Natur/Skog/Hav/Djur	146	39%
Gävle	143	38%
Brynäs/Brynäs hockey	111	29%
Furuvik/Furuviksparken	78	21%
Sandviken/Sandvik AB/stål	59	16%
Julbocken	56	15%
Gevalia/Kaffe	45	12%
Bandy (SAIK)/Fotboll/Sport	44	12%
Liljekonvaljer	37	10%
Valbo köpcenter/IKEA	31	8%

- *Boende i Sverige.*

*Respondenterna har kunnat ange flera svarsalternativ varför tabellen summerar till mer än 100%.*

Nämna tre saker som du förknippar med Gästrikland.	Sverige	
	Antal	Andel
Natur/Skog/Hav/Djur	101	33%
Gävle	87	28%
Brynäs/Brynäs hockey	57	19%
Sandviken/Sandvik AB/stål	39	13%
Bandy (SAIK)/Fotboll/Sport	27	9%
Furuvik/Furuviksparken	21	7%
Julbocken	17	6%
Turism/Semester/Fiske/Fritid	16	5%
Gevalia/Kaffe	15	5%
Porten till Norrland/Norrland/Norr/Kallt/Snö	12	4%

- **Hälsingland** associeras främst med natur, landskap, berg och djur, Hälsingehambo, sport, bandy, Edsbyn och Broberg, Hudiksvall och Glada Hudik, Bollnäs samt Järvsö och Järvzoo.

- *Boende i Gävleborgs län.*

*Respondenterna har kunnat ange flera svarsalternativ varför tabellen summerar till mer än 100%.*

Nämna tre saker som du förknippar med Hälsingland.	Gävleborg	
	Antal	Andel
Natur/Landskap/Berg/Djur	146	38%
Järvsö/Järvsö zoo	87	23%
Sport/Bandy/Edsbyn/Broberg	87	23%
Hälsingehambon/Hälsingepolka	75	19%
Hav/Kust/Sjöar/Älvar	64	17%
Kultur/Folkmusik/Folkdräkt/Folkdans/Allmoge/Hantverk	56	15%
Hudiksvall/Glada Hudik	53	14%
Skogen/Träindustri	49	13%
Hälsingegårdar/Fäbodlar	47	12%
Bollnäs	36	9%

- *Boende i Sverige.*

*Respondenterna har kunnat ange flera svarsalternativ varför tabellen summerar till mer än 100%.*

Nämna tre saker som du förknippar med Hälsingland.	Sverige	
	Antal	Andel
Hälsingehambon/Hälsingepolka	63	19%
Natur/Landskap/Berg/Djur	59	18%
Sport/Bandy/Edsbyn/Broberg	56	17%
Kultur/Folkmusik/Folkdräkt/Folkdans/Allmoge/Hantverk	42	13%
Hudiksvall/Glada Hudik	41	12%
Lill-Babs	41	12%
Bollnäs	34	10%
Skogen/Träindustri	32	10%
Hav/Kust/Sjöar/Älvar	24	7%
Järvsö/Järvsö zoo	24	7%

## Länets starkaste varumärken

Undersökningen visar att respondenter utanför Gävleborg har kunskap om en rad kända varumärken i länet. Respondenterna nämner företeelser både inom idrotten och näringslivet, och de varumärken som flest känner till är bl.a. Brynäs, SAIK, GIF, Edsbyn, Gevalia, Läkerol och Sandvik AB. Många känner även till Gävlebocken.

## Länets mest kända profiler

Kunskapen är även hög vad gäller kända profiler med anknytning till länet. Den person som oftast nämns är Tomas DiLeva men det är även många som känner till Lill-Babs, Tomas Ledin, Titti och Roger på Rix-FM samt Rolf Lassgård.

*Respondenterna har kunnat ange flera svarsalternativ varför tabellen summerar till mer än 100%.*

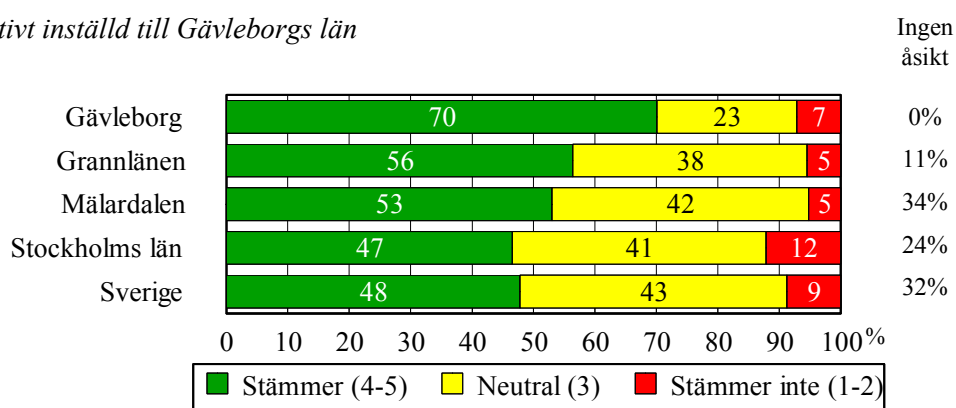
Känner du till några kända personer, idrottslag, företag, varumärken eller kulturhändelser?	Antal	Andel
Brynäs/Brynäs IF/Hockeylaget	769	67%
Gevalia	379	33%
SAIK/Sandvikens bandy/Sandviken	250	22%
Tomas Di Leva	237	21%
Läkerol/Ahlgrens-bilar/Milko/Malaco/Leaf	208	18%
GIF/Gävle IF/Gefle IF	195	17%
Sandvik/Sandvik AB	148	13%
Bocken/Halmbocken/Julbocken/Gävlebocken	106	9%
Gävle/Gefle	95	8%
Edsbyns IF/Edsbyn bandy	81	7%
Lill-Babs/Barbro Svensson	78	7%
Furuvik/Furuviksparken	76	7%
Tomas Ledin	70	6%
Titti Schultz/Roger på RixFM	66	6%
Bollnäs IF/Bollnäs bandy	65	6%
Rolf Lassgård	54	5%
Snoddas	46	4%
Ljusdal bandy/Ljusdal BK	36	3%
Edsbyn	35	3%
Bollnäs	33	3%
Broberg/Broberg bandy/Broberg-Söderhamn	33	3%
Hälsingehambon	28	2%
Korsnäs	27	2%
Daniel Westling/Kronprinsessans pojkvän	25	2%
Börje Salming	23	2%
Babsan (Lars-Åke Wilhelmsson)	22	2%
Skutskär/Skutskärsverken	21	2%
Tomas Brolin	19	2%
Viktoria Silverstedt	18	2%
Annat	1127	97%
Ingen åsikt	5	0%

## Vad tycker man om Gävleborg?

Som helhet är såväl gävleborgarna som svenskarna i allmänhet positiva till Gävleborg. 70 % av gävleborgarna ger länet helhetsbetyget 4 eller 5 på en femgradig skala, och hela 94 % av dem kan tänka sig att rekommendera bekanta att flytta till Gävleborgs län.

Vi har även frågat de svenskar som uppgivit att de planerar att byta bostadsort inom det närmsta året om de skulle kunna tänka sig att flytta till Gävleborg. 43 % av målgruppen Sverige svarar då att de skulle kunna tänka sig att flytta till Gävleborg, och bland de boende i Gävleborgs grannlän uppger ännu fler att de skulle kunna tänka sig att flytta till Gävleborg. Detta visar att svensken i allmänhet har en positiv inställning till Gävleborg, och att ju närmare man bor Gävleborg desto mer positiv är man till länet. Detta resultat bekräftas även när vi studerar helhetsattityderna till länet, i grafen nedan. Varannan svarande i gruppen Sverige uppger att man som helhet är positiv till länet, medan motsvarande siffra i grannlänerna är nästan 60 %.

*Som helhet är jag positivt inställd till Gävleborgs län*



Grafen ovan visar även att ca var tredje svensk avstår från att ge något helhetsomdöme om Gävleborg. Anledningen till detta är att man inte anser sig känna till Gävleborg tillräckligt väl för att kunna ge ett helhetsomdöme. Vi ser även att andelen respondenter som avstår från att ge ett helhetsomdöme är lägre i grannlänerna, där kunskapen om Gävleborg också är högre. Skillnaden i kunskapen om Gävleborg mellan de boende i grannlänerna och boende i hela landet, kan delvis förklaras av att de boende i grannlänerna i högre omfattning (94 %) än övriga svenskar (60 %) har besökt Gävleborg.

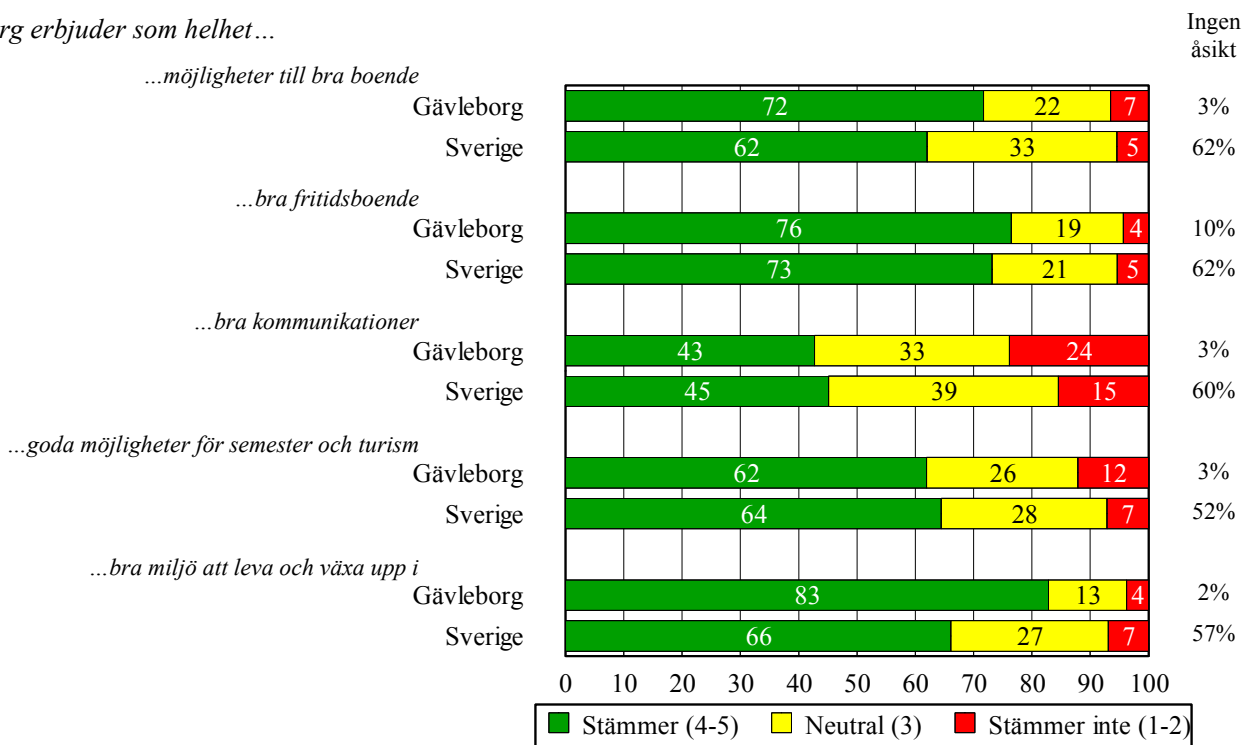
## Många svenskar känner inte till Gävleborg så väl

Den bristande kunskapen om Gävleborg bland svenskar i allmänhet förstärks när vi i undersökningen ställer mer detaljerade frågor kring respondenternas attityder till länet i olika frågor. Respondenter utanför länet har svårt att ta ställning till enskilda frågor. Ju längre bort från länet man bor desto fler är det som har svårt att ta ställning till frågorna. I gruppen Sverige är det upp till 60 % som anser att de saknar tillräcklig kunskap för att ha en åsikt i vissa frågor. Liknande undersökningar från andra län visar att detta inte är en ovanlig förekomst.

## Gävleborg – ett bra län att leva och bo i

Både gävleborgare och boende i övriga delar av Sverige anser att Gävleborgs län är ett bra ställe att bo på. Gävleborg uppfattas erbjuda möjligheter till bra boende och en bra miljö att leva och växa upp i. Dessutom är man överlag mycket positiv till länets möjligheter avseende bra fritidsboende, liksom att man i hög grad instämmer i att länet erbjuder goda möjligheter för semester och turism.

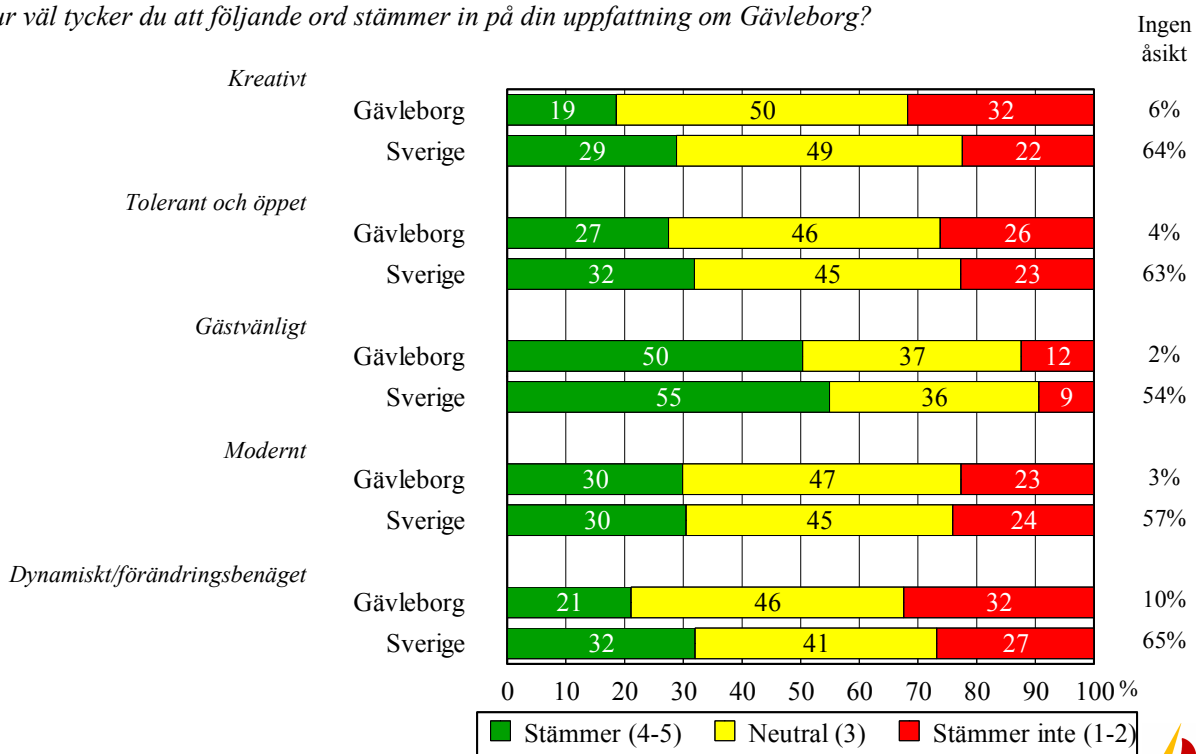
Gävleborg erbjuder som helhet...



## Gävleborg – ett gästvänligt län

När vi undersöker hur väl olika värdeladdade ord stämmer in på Gävleborg, ser vi att länet framför allt förknippas med ordet gästvänligt. Speciellt starkt kopplas ordet till Hälsingland.

Hur väl tycker du att följande ord stämmer in på din uppfattning om Gävleborg?



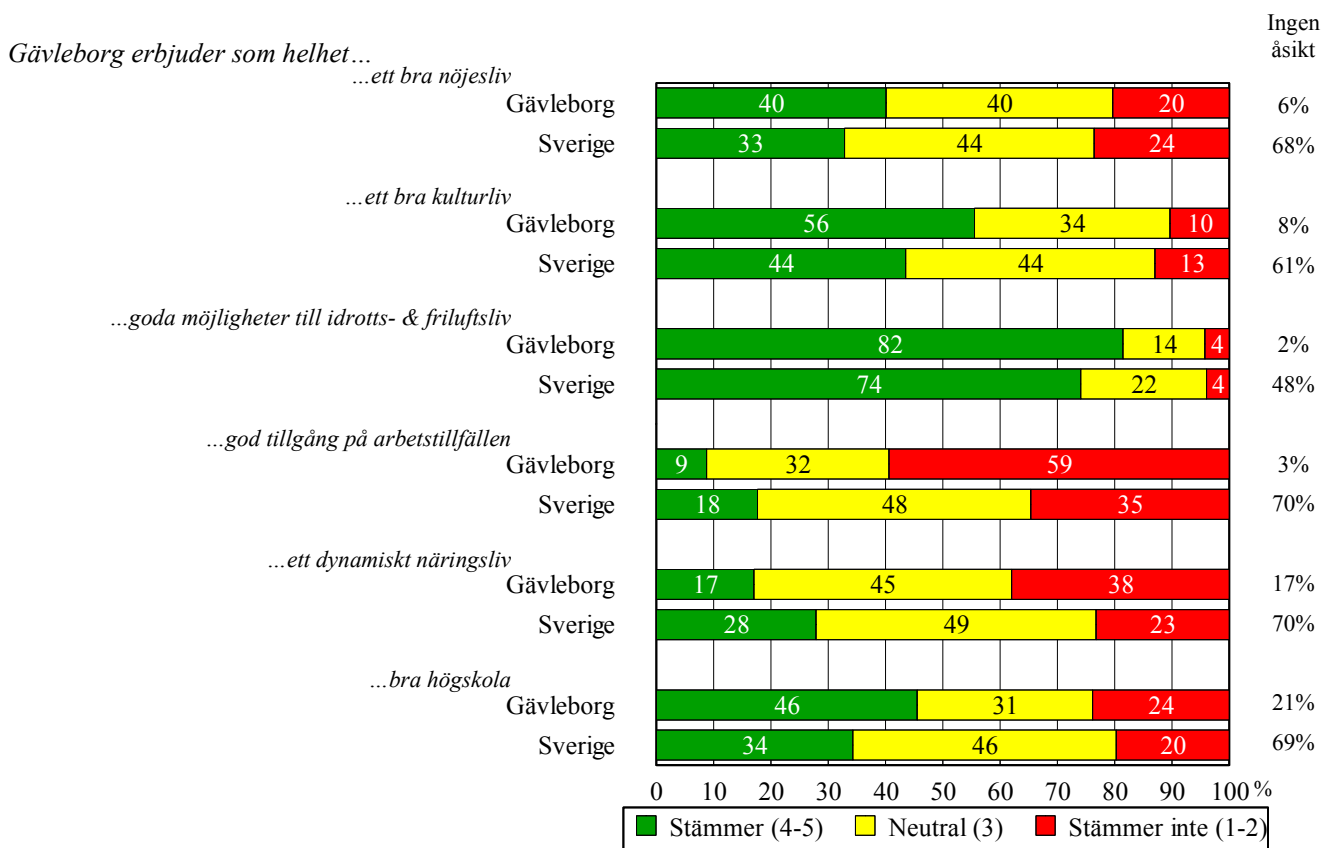
I vissa frågor ser vi att boende utanför Gävleborg har en mer positiv bild än gävleborgarna själva. Sverigesnittet uppfattar Gävleborg som mer kreativt, tolerant, gästvänligt och dynamiskt än vad gävleborgarna själva gör.

## Gävleborgs utmaningar - arbetstillfällena och ett dynamiskt näringsliv

Undersökningsresultaten visar att framför allt gävleborgarna ger länet ett lågt betyg när det gäller tillgången på arbetstillfällena i Gävleborg. Bristen på arbetstillfällena är också en anledning till missnöje med länet som helhet bland gävleborgarna. Nästan 60 % av gävleborgarna anser inte att det inom länet finns god tillgång på arbetstillfällena. Även de svenskar, som uttrycker en åsikt i frågan, ger ett lågt betyg till Gävleborg inom området "god tillgång på arbetstillfällena".

Gävleborg förknippas inte heller med begreppet "ett dynamiskt näringsliv". Här, precis som när det gäller arbetstillfällena, är gävleborgarna mer kritiska än vad respondenterna på Sverige-nivå är.

En jämförande analys på landskapsnivå visar att Gästrikland uppfattas prestera något bättre än Hälsingland inom de bägge områdena. Dock framstår tillgången på arbetstillfällena och ett dynamiskt arbetsliv som viktiga förbättringsområden för länet som helhet.



## Gävleborg erbjuder goda möjligheter till idrotts- och friluftsliv!

Som Gävleborgs enskilt starkaste område framstår de goda möjligheter som länet erbjuder ifråga om idrotts- och friluftsliv. Även om respondenterna i undersökningen också ger de enskilda landskapen, Gästrikland och Hälsingland, höga betyg inom detta område, så uppfattar man att Gävleborg som helhet erbjuder bättre möjligheter till idrotts- och friluftsliv än landskapen var för sig. Gävleborgs goda prestationer inom området förstärks av att många respondenter också spontant associerar länet med företeelser som har nära anknytning till idrotts- och friluftsliv.



## Gävleborg – närmare än vad svensken tror...

När vi ber respondenterna i de externa målgrupperna göra bedömningar av restiderna med tåg respektive bil till Gävle från Stockholm respektive Arlanda, ser vi att man konsekvent anger längre restider än de faktiska. T.ex. är den verkliga restiden på 1 timma och 5 minuter från Arlanda hälften av den tid som de boende utanför Gävleborg har svarat. Vi ser även att boende i grannlänen överlag gör bättre bedömningar av restiden än vad den uppskattningar som boende i övriga delar av Sverige gör.

*Hur lång tid tror du att det tar att resa till Gävle med bil/tåg, enkel resa (i timmar)? (Medelvärden)*

