

GeoBrands®

## Bilden av Lidingö

Rapport från attitydundersökning, november 2004

## Innehållsförteckning

1. Allmänt	3
2. Syfte	3
3. Metod och urval	4
4. Vem har svarat	5
5. Resultat	6
6. Slutsatser	16

---

För frågor angående rapportens innehåll, vänligen kontakta:

Per Ekman, vd i Geobrand AB  
Tel: 0480 – 40 38 60  
E-post: [per.ekman@geobrand.se](mailto:per.ekman@geobrand.se)

Madeleine Helleday, Informationschef Lidingö stad  
Tel: 08 – 731 30 67  
E-post: [mhy@lidingo.se](mailto:mhy@lidingo.se)

## 1. Allmänt

I november 2004 genomfördes en internetbaserad undersökning av hur Lidingö uppfattas som plats att leva och verka på. Studien leddes av Per Ekman från konsultföretaget GeoBrands.

Undersökningen utgör en del i det profileringsarbete som Lidingö stad genomför under 2004 och 2005. Utöver denna studie har även en fokusgruppsstudie genomförts, med personer som bor eller verkar på Lidingö. Resultatet av den studien, som genomfördes i oktober 2004, finns att tillgå i en särskild resultatrapport.

Profileringsarbetet fortsätter efter analyserna med en serie utvecklingsseminarier, med personer från olika delar av samhället på Lidingö. Målet för processen är ett underlag för profilering av Lidingö (en varumärkesplattform), som väntas presenteras i kommunstyrelsen i juni 2005.

## 2. Syfte och avgränsning

### Syfte

Syftet med undersökningen är beskriva hur Lidingö uppfattas av:

- Personer som bor på Lidingö (subjektiv identitet).
- Personer som bor utanför Lidingö (image).

Skillnader mellan subjektiv identitet och image är en av de viktigare ingångskunskaperna inför skapandet av en ny profil för en plats (jämfte framtidsmål, omvärldsanalys och konkurrensbild).

Härutöver är syftet med undersökningen att beskriva de ögonblickliga associationer som ordet *Lidingö* ger upphov till. Mentala bilder av såväl geografiska platser som många produkter och tjänster i övrigt, tenderar att vara förenklade och svepande, och därför utgör de viktiga informationskällor i profilprocessen.

Syftet är också att avgöra om de indikationer som uppkom i fokusgruppsstudien, utgör uppfattningar som har en bredare spridning:

- Att Lidingö förknippas med natur i absolut närhet till storstad.
- Att Lidingö upplevs tryggt.
- Att Lidingö upplevs stillastående och förändringsovilligt.
- Att Lidingöbor upplevs snobbiga.

### Avgränsning

I en studie av det här slaget är det viktigt att en tydlig avgränsning görs. Vad gäller image (externa målgrupper), har vi valt att endast undersöka hur journalister samt beslutsfattare inom offentlig sektor och näringsliv, ser på Lidingö. Detta för att dessa personers syn på Lidingö, kan antas ha stor inverkan på öns utveckling.

Avgränsningen medför att vi inte kan dra säkra slutsatser om hur exempelvis ungdomar, ser på Lidingö. Den livsstilsstudie som har genomförts på Lidingö (Ung Livsstil, 2003), och de fokusgruppsmöten med ungdomar som hållits, ger dock en god bild av ungdomars syn på Lidingö.

Undersökningsmetoden (internetbaserad studie) ger också ett antal avgränsningar, som beskrivs under Metod och urval.

## 3. Metod och urval

### Metod

I valet mellan telefon-, papper-, eller internetbaserad undersökning, föll valet på det sistnämnda; en enkät som kan distribueras, ifyllas och samlas in, helt internetbaserat. Detta ger en hög kostnads-effektivitet och en hög svarsfrekvens. Till mediets fördelar brukar också räknas kvaliteten i fritextsvar samt möjligheten att behandla och presentera materialet. Nackdelen är framför allt att de som inte har tillgång till dator med internetuppkoppling, inte kommer med i urvalet.

För att nå de som bor på Lidingö valde vi att presentera undersökningen på stadens webbplats under tidsperioden 2 till 16 november. En annons i Lidingö Tidning uppmärksammade fler invånare på att undersökningen var utlagd på [lidingo.se](http://lidingo.se).

I och med denna metod påverkas urvalet av ett antal icke kontrollerbara faktorer. Exempelvis kan det antas att datorvana personer blir överrepresenterade liksom de som har ett särskilt intresse att göra sin röst hörd i frågan om *bilden av Lidingö*. Dessa faktorer begränsar möjligheten att med statistisk säkerhet, uttala sig om *hela* Lidingös befolkning.

För att nå de externa målgrupperna (journalister samt beslutsfattare inom offentlig sektor och näringsliv), distribuerades enkäten via e-brev. I e-brevet beskrevs bakgrunden och syftet med undersökningen, liksom hur vi tillgodosatt de krav som ställs enligt lagen om dataskydd och offentlighetsprincipen.

### Urval

E-postadresserna till respondenterna utanför Lidingö, som valts ut i form av ett *strategiskt urval*, hittades hos följande organisationer och företag;

#### *Offentlig sektor (255 respondenter)*

Sveriges riksdag (riksdagsledamöter)  
Landsting och länsstyrelser (politiker och ledande tjänstemän)  
Kommuner i stockholmsregionen (politiker och ledande tjänstemän)

#### *Privat sektor (285 respondenter)*

Tjänsteföretag i och utanför stockholmsregionen (vd, marknadschefer eller liknande)  
Tillverkande företag i och utanför stockholmsregionen (vd, marknadschefer eller liknande)

#### *Medier (140 respondenter)*

Regionala/nationella dagstidningar (journalister, redaktionsledning)  
Regional/nationell/ tv (journalister, redaktionsledning)  
Regional/nationell radio (journalister, redaktionsledning)  
Nyhetsbyråer (journalister, redaktionsledning)

### Enkäten

Enkäten bestod av totalt 16 frågor, som i viss mån varierades beroende på hur respondenten besvarade frågorna. En pappersbaserad kopia av enkäten finns som bilaga till denna rapport. Tre typer av frågor användes;

**Bakgrundsfrågor:** Dessa gällde kön, ålder, boendeort (endast alternativen *På*

*Lidingö/stockholmsregionen/utanför stockholmsregionen*) samt inom vilken sektor respondenten arbetar.

**Fritextfrågor:** Positiva respektive negativa associationer till ordet Lidingö. Varför/varför inte respondenten kan/kan inte rekommendera en god vän att flytta till Lidingö. Slutligen gavs möjligheten att kommentera undersökningen.

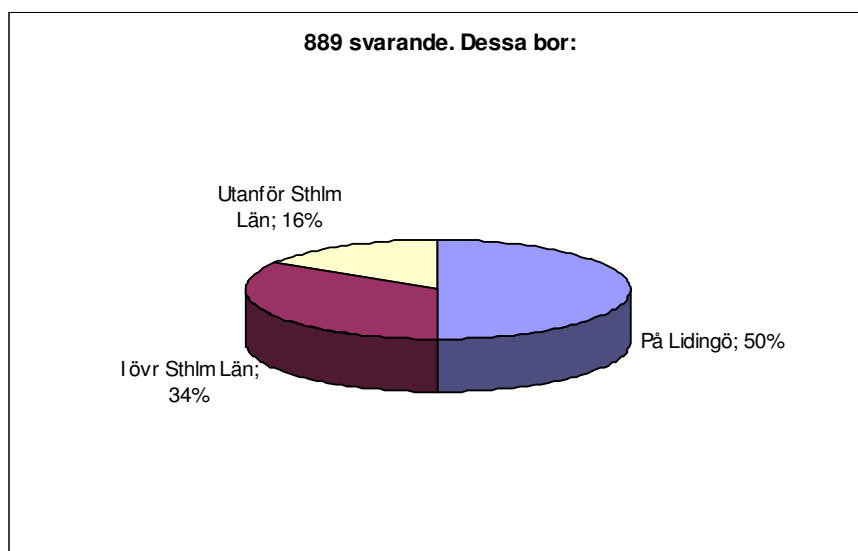
**Påståenden om Lidingö:** Sju påståenden om Lidingö angavs, för vilka respondenten skulle ange i vilken grad han/hon instämmer.

Undersökningens metodval och urvalsförfarande gör att resultatet endast ska betraktas som översiktligt. För att dra djupare slutsatser om enskilda målgruppers attityder, krävs vidare undersökningar eller statistiska analyser av detta undersökningsresultat såsom *standardisering* av de olika respondentgrupperna.

## 4. Vem har svarat?

Totalt har 889 personer deltagit i undersökningen. Av dessa har 565 personer besvarat undersökningen via Lidingö stads webbplats och 324 genom e-brev. Totalt gjordes 719 utskick med e-brev, vilket ger en svarsfrekvens på ca 45%.

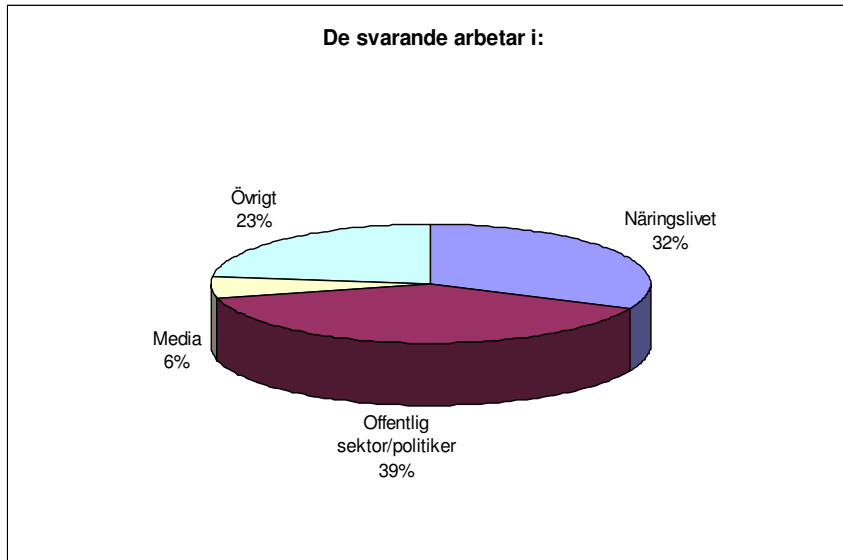
Dessa två undersökningar har resultatmässigt slagits samman till en, och då fördelar sig respondenterna på följande sätt med avseende på boendeort:



Figur 4.1 Respondenternas boendeort.

Av respondenterna är 51% kvinnor och 49% män. Åldersfördelningen är koncentrerad från 26 till 65 år. Endast 10% av respondenterna återfinns i övriga ålderskategorier varför slutsatser om just deras bild av Lidingö, svårligen kan dras.

Responderna fördelar sig på följande sätt med avseende på vilken sektor de arbetar inom:



Figur 4.2 Arbetsmarknadssektor

## 5. Resultat

Nedan återges undersökningresultaten per *fritextfråga* och *påståenden om Lidingö* samt frågan om *rekommendationsbenägenhet*.

### 1. Vad kommer du att tänka på när du hör Lidingö? Låt oss börja med det positiva. Max tre saker.

Uttrag från alla fritextsvar som givits i undersökningen finns att tillgå som bilaga till denna rapport. Gemensamt för både boende på Lidingö och de som bor utanför ön, är att följande positiva tankar verkar prägla bilden av Lidingö (fallande ordning utifrån frekvens):

**1. Lidingös natur.** "Naturen", "vackert", "grönt", "vatten" är exempel på formuleringar som hänger samman med bilden av Lidingö som naturskönt.

**2. Boendemiljö.** "Välsmående", "tryggt", "fina hus", "vacker miljö", "småstad", "livskvalitet", är formuleringar som beskriver Lidingö som en attraktiv boendemiljö.

**3. Kända varumärken.** Lidingöloppet, Millesgården, Bosön och Lidingös konferensanläggningar nämns av många respondenter som positiva tankar om Lidingö.

Natur och boendemiljö är förstås tätt förknippade varför skillnader mellan dessa kategorier ibland är svåra att se. Ett intressant faktum är att ö-begreppet nämns relativt ofta. Just det faktum att Lidingö är en ö, verkar vara attraktivt för många.

Skillnaderna mellan image (omvärldens bild) och subjektiv identitet (lidingöbornas bild) i denna frågeställning, är att lidingöborna i något större utsträckning betonar småstadskänslan på Lidingö, samt det faktum att Lidingö finns i absolut närhet till storstaden.

Respondenternas positiva bild av Lidingö kan i stor utsträckning sägas handla om "en plats att bo på". Ställs motsvarande fråga om tex Gotland handlar svaren med stor sannolikhet om "en plats att resa till" och Gnosjö – "en plats att driva företag på". Dock är de starka varumärken som tydligt lyfts fram

bland svaren, tecken på att Lidingö, för många är ett etablerat besöksmål. Många värdeorienterade ord som också nämns, kan antas vara attraktiva för såväl boende som för besökare.

## 2. Vilka negativa tankar kommer upp när du hör Lidingö? Max tre saker.

Följande negativa tankar, i fallande ordning utifrån frekvens, verkar vara gemensamma för både lidingöbor och de som bor utanför ön:

**1. Snobbigt.** Den mest förekommande negativa associationen till Lidingö är "snobbigt". En rad av närliggande begrepp nämns, som förstärker bilden.

**2. Isolerat & segregerat.** Många respondenter uppfattar också Lidingö som isolerat och segregerat. Formuleringar som "inskränkt", "förändringsovilligt" figurerar även.

**3. Dyrt.** Många tar spontant upp att Lidingö är "dyrt". Förtydligandet "dyrt boende" är vanligast.

**4. Dåliga allmänna kommunikationer.** Både kommunikationer till och från ön, liksom på ön, tas upp spontant av många som negativt med Lidingö.

"Snobbigt" är näst intill lika vanligt bland lidingöbornas svar som omvärldens. Skillnaden mellan de två grupperna ligger främst i att lidingöborna i högre grad lyfter fram kommunikationerna på ön som negativt. Bristande kommunal service nämns också av lidingöborna. Många respondenter från Lidingö lyfter också fram parkeringssituationen och trafiken i stort.

Kanske är det för många läsare av rapporten, förvånande att inte större skillnader uppmättes mellan omvärldens respektive lidingöbornas negativa associationer till Lidingö. Bilden av Lidingö skulle ur den här aspekten (negativa tankar) kunna betraktas som "tydlig". Flera respondenter betonar dock att många av de fördelar som nämns med Lidingö också kan uttryckas i omvänd form som nackdelar, exempelvis "fina hus" – "dyrt boende".

## 3. Påståenden om Lidingö

I enkäten presenterades sju påståenden för respondenten och han/hon ombads att tala om i vilken utsträckning man instämmer med påståendet på en femgradig skala. Alternativet "Har ingen uppfattning" fanns också tillgängligt.

I resultatsammanställningen har alternativen "Ja, det stämmer helt" och "Ja, det stämmer ganska bra" slagits ihop. Det har också alternativen "Nej, det stämmer inte helt" och "Nej, det stämmer absolut inte" gjorts. De som inte ansett sig kunna svara på frågan har räknats bort.

I diagrammen redogörs för respondenter från Lidingö, Stockholms län respektive utanför Stockholms län. Detta mot bakgrund av ett för undersökningen viktigt mål; att beskriva skillnaden mellan *subjektiv identitet* och *image*. När anmärkningsvärda skillnader utifrån andra variabler uppmätts, anges detta i den förklarande texten till varje fråga nedan.

## A. Lidingö är naturskönt och erbjuder ett rikt friluftsliv.

Det första påståendet, rörande Lidingös natur och friluftsliv, mötte en stor enighet bland undersökningens olika målgrupper. Det absoluta flertalet instämde med påståendet och frågan fick hög svarsfrekvens. Som synes är boende utanför stockholmsregionen i något mindre övertygade om Lidingös förträfflighet inom området.

En tänkbar, men icke bekräftad förklaring till den lägre Instämmer-frekvensen hos boende utanför Stockholm är att de förknippar Lidingö med storstadsområdet Stockholm. Den här gruppen besöker också Lidingö i lägre utsträckning än de som bor i Stockholmsregionen.

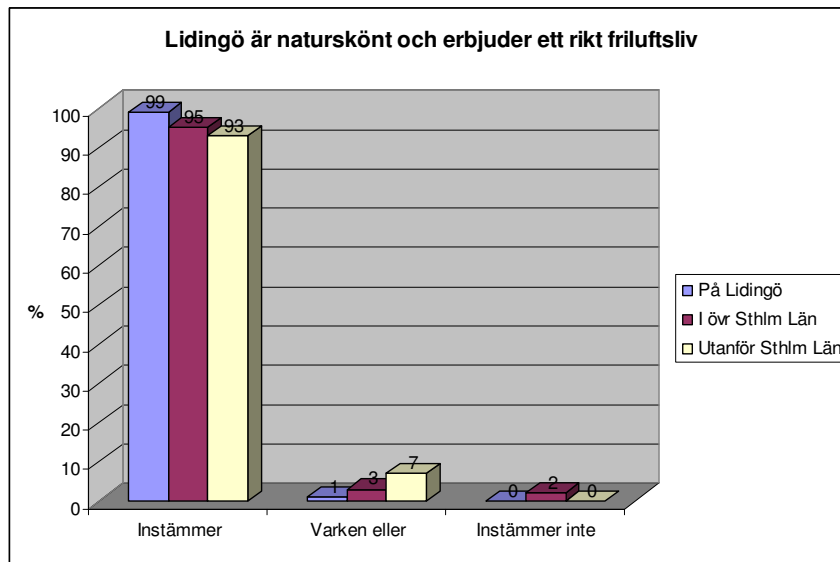


Fig 5.1 Lidingö är naturskönt och erbjuder ett rikt friluftsliv



## B. Lidingö är en trygg miljö att leva i.

För det andra påståendet, att Lidingö är en trygg miljö, råder till synes en lika stor enighet som inför det förstnämnda påståendet. Det ska påpekas att något färre människor anser sig ha kunnat svara på frågan, vilket kan antyda att Lidingö inte är lika förknippat med *trygghet* som med *natur och friluftsliv*. Trots detta måste det framhållas att både lidingöbor och omvärlden i hög grad instämmer med detta påstående om att Lidingö är en trygg miljö – något som inte är en självklarhet för kommuner i storstadsregioner idag. I den fortsatta profileringsprocessen för Lidingö, kan det finnas anledning att utvärdera huruvida trygghet, såvida den kan beläggas, utgör en konkurrensfördel.

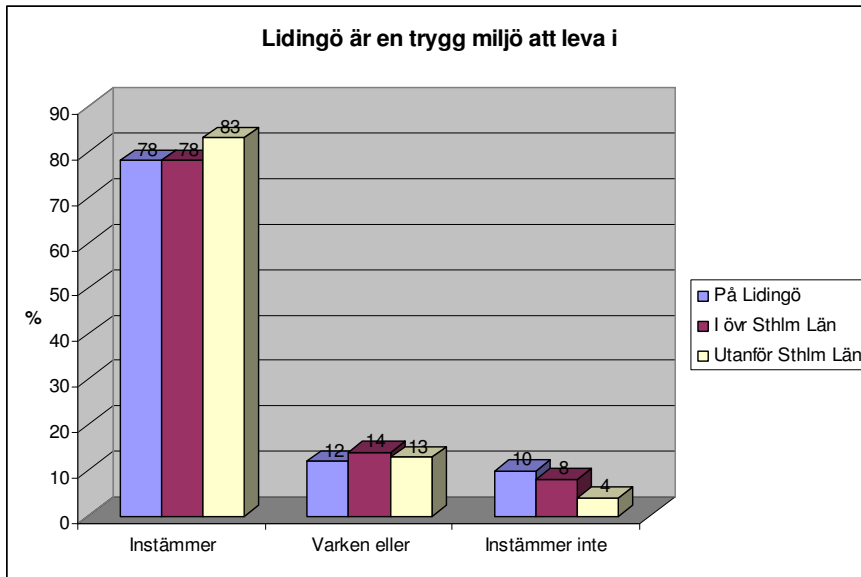


Fig 5.1 Lidingö är en trygg miljö att leva i

## C. Det är lätt att ta sig till Lidingö med allmänna kommunikationer

Frågan om hur lätt det är att ta sig till Lidingö med allmänna kommunikationer ställdes, eftersom det indikerades i fokusgruppsstudien upplevdes som ett problem. Diagrammet nedan visar med tydlighet att boende i övriga Stockholms län, i hög grad säger sig inte instämma med påståendet. Lidingöbor är relativt de övriga grupperna mest positiva till kommunikationerna till Lidingö.

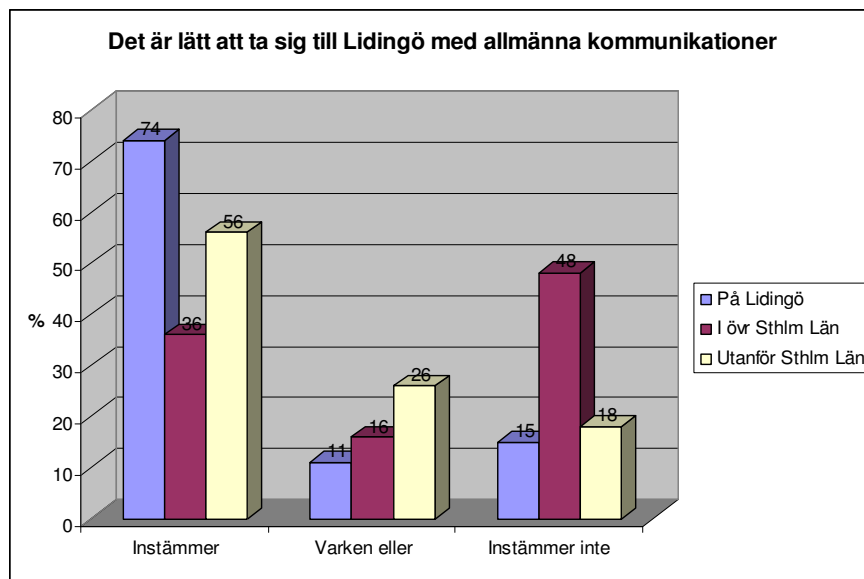


Fig 5.3 Det är lätt att ta sig till Lidingö med allmänna kommunikationer

## D. Lidingö är en bra plats för företag att verka på

Påståendet vållade stort bortfall (uppemot 50%), dvs många avstod från att svara på frågan, vilket kan indikera att Lidingö inte förknippas med företagsamhet på samma sätt som ön förknippas med en bra boendemiljö. Bland de som anser sig kunna svara på frågan, är attityderna försiktigt positiva som synes.

Även inför detta påstående är respondenterna från övriga Stockholms län de minst positivt inställda. Några skillnader i övrigt mellan kön, sektorstillhörighet eller ålder har inte visat sig.

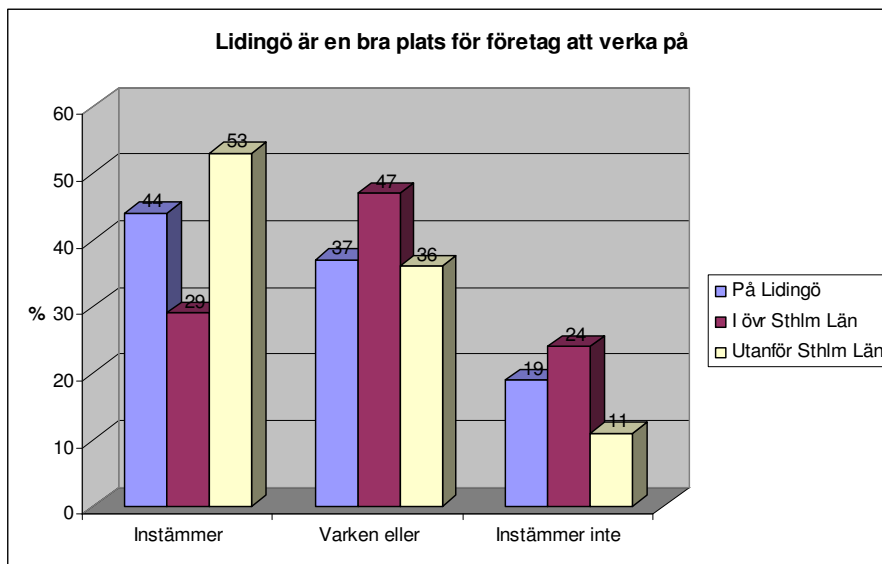


Fig 5.4 Lidingö är en bra plats för företag att verka på

## E. På Lidingö har man tillgång till en bra kommunal service

Även denna fråga hade flera respondenter (40%) valt att besvara med "Har ingen uppfattning". Bland de som svarat har cirka hälften valt att instämna med påståendet. Anmärkningsvärt är att nästan var tredje respondent som bor på Lidingö eller i Stockholms län har sagt "instämmer inte", till skillnad från respondenter hemmavarande i resten av landet, som endast säger så i 7% av fallen. Vad som ligger bakom denna skillnad kan vara föremål för vidare undersökning. Klart är att detta påstående, inte på samma klara sätt förknippas med Lidingö, såsom tex *natur och friluftsliv* och *trygghet*.

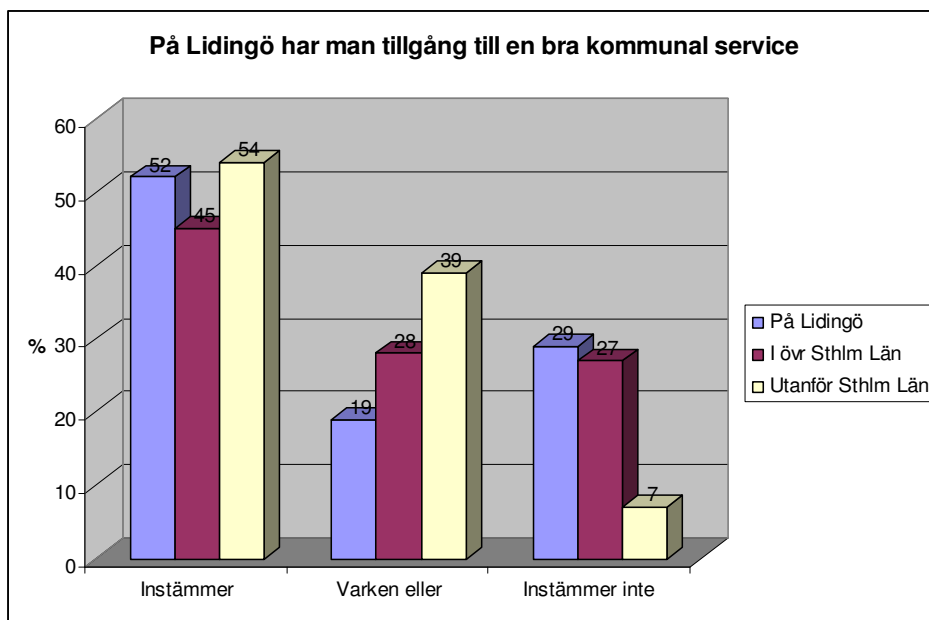


Fig 5.5 På Lidingö har man tillgång till en bra kommunal service

## F. På Lidingö gillar man förändring och utveckling

Påståendet om att man på Lidingö gillar utveckling och förändring medtogs i undersökningen för att testa en indikation som uppkommit i fokusgruppsstudien; nämligen att Lidingö upplevs vara stillastående och inte så förändringsbenäget.

En stor andel av respondenterna har svarat på frågan (80%). Som synes är nu staplarna under "Instämmer inte" väsentligt högre än övriga. Hela 60% av de boende i övriga Stockholms län och 50% av Lidingöborna instämmer inte i påståendet att man gillar förändring och utveckling på Lidingö.

Utan att ha tillgång till något jämförande material för andra kommuner, kan det konstateras att indikationen vi hade, bekräftades i stor utsträckning. Huruvida denna bild är ett problem för Lidingö, beror förstås på de framtidsmål som sätts upp. Men helt klart är att ett mycket vanligt imagemål för regioner och kommuner idag är att visa förändringsbenägenhet. Det eventuella problemet ska ses i ljuset av att den övergripande bilden av Lidingö hos flertalet respondenter, är mycket positiv.

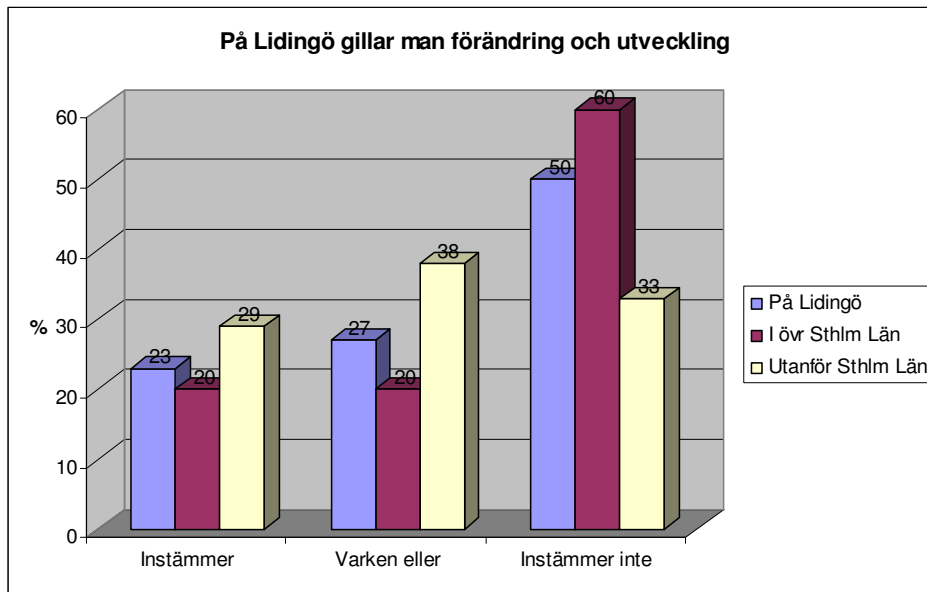


Fig 5.6 På Lidingö gillar man utveckling och förändring

## F. Lidingöbor har snobbig attityd

93% av respondenterna har ansett sig kunna kommentera påståendet att lidingöborna har en snobbig attityd. Således är detta det påstående som flest ansåg sig ha en uppfattning om.

Bland de som bor utanför Lidingö instämmer två tredjedelar av respondenterna med påståendet. Det ska beaktas att vi inte har någon information om huruvida respondenterna har träffat någon lidingöbo eller om det är hörsägen. Oavsett vilket, kan ju den förväntade egenskapen hos en lidingöbo, utgöra ett problem eller möjlighet.

Som synes kommer de mest frekventa invändningarna mot påståendet från lidingöborna själva, 30% av dem instämmer inte med påståendet. De fritextsvar som angetts under frågan "negativa tankar om Lidingö" visar dock att lidingöborna i relativt stor utsträckning delar omgivningens uppfattning att (andra) lidingöbornas attityd är snobbig.

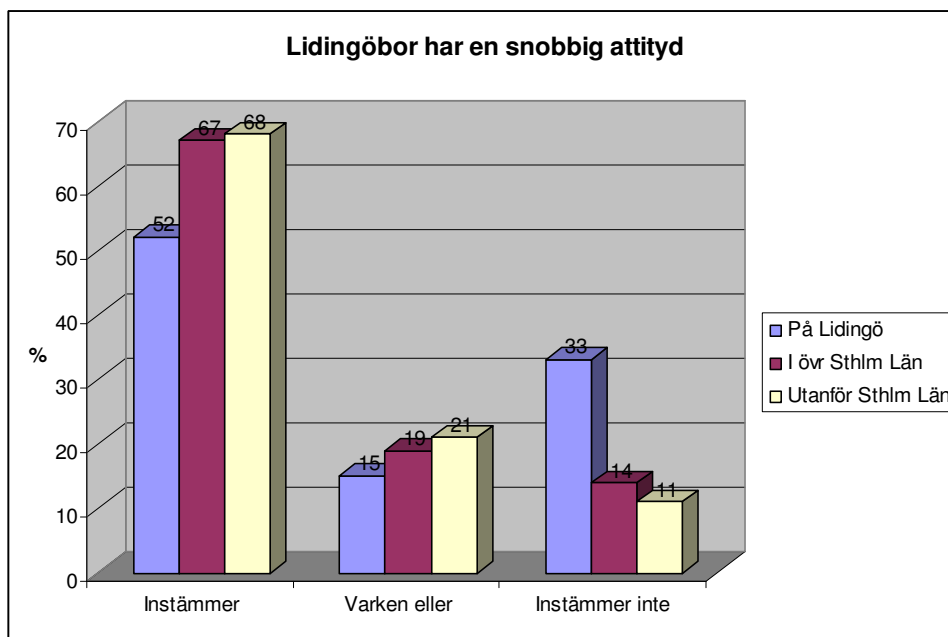


Fig 4.7 Lidingöbor har en snobbig attityd

## 4. Rekommendationsbenägenhet

I undersökningen ställdes frågan "Skulle du kunna rekommendera en god vän att flytta till Lidingö?". Som följdfrågor ställdes: "Vilka är dina argument *för* att han eller hon ska flytta dit?" respektive "Vilka är dina argument *mot* att han eller hon ska flytta dit", beroende på hur respondenten svarat på den första frågan.

Hela 90% av lidingöborna svarar att de kunde kunna rekommendera någon att flytta till Lidingö. Siffran måste betraktas som hög, trots att något jämförande material inte finns. De skillnader i rekommendationsbenägenhet som finns mellan män/kvinnor, ålder och arbetsplats är för små för att kunna säkerställas statistiskt – alla tillfrågade grupper på Lidingö är i stort sett lika positiva.

Boende utanför Lidingö svarar i större utsträckning nej på frågan, i synnerhet de som bor i övriga Stockholms län (33% svarar nej). Observera att frågan som ställs handlar just om flytt till Lidingö, och inte huruvida respondenten kan tänka sig att rekommendera någon att driva företag på Lidingö eller arbeta där.

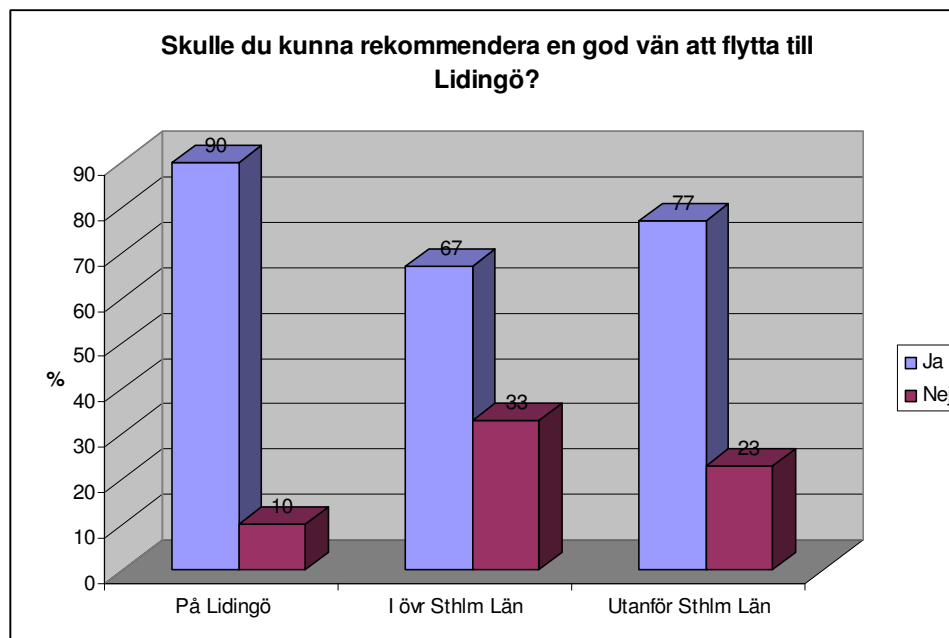


Fig 5.8 Skulle du kunna rekommendera en god vän att flytta till Lidingö?

### 4a. Argument för en flytt till Lidingö

Bland de motiveringar som ges till varför/varför inte respondenten kan rekommendera en flytt till Lidingö dominerar följande:

#### **Argument för en flytt till Lidingö.**

Kombinationen av natur och bra boendemiljö, och nära till staden (Stockholm) dominerar svaren på den här frågan, både givna av lidingöbor och de som inte bor på ön. Närheten till storstaden lyfts i den här frågan (som gäller Lidingös komparativa fördelar som boendeort) fram i högre utsträckning än som svar på frågan "positiva tankar om Lidingö".

Vidare nämns ofta argumentet att Lidingö är "lugnt" och "tryggt". Dessa två sistnämnda begrepp förekommer i större utsträckning bland lidingöbornas svar än hos de övriga grupperna. Detta är att

betrakta som en uppmätt skillnad mellan subjektiv identitet och image.

## **Argument mot en flytt till Lidingö**

Bland lidingöborna har bara ett fåtal svar uppmätts, varför en säker utsaga om skillnader mellan subjektiv identitet och image, inte kan föras med avseende på den här frågan. Bland de svar som givits av samtliga grupper på den här frågan (116 personer) är argumentet att Lidingö är för dyrt, mest frekvent. Många respondenter anger vidare att Lidingö är segregerat, kyligt, inskränkt och att det är ett "rikemansgetto" (dessa har grupperats ihop till en svarskategori). Snobbighet kommer alltså först på tredje plats, i svarsfrekvens. Formuleringen "snobbigt" nämns i väsentligt mindre utsträckning än som svar på frågan om "negativa tankar om Lidingö".

Trots de skarpa formuleringarna under "argument mot en flytt till Lidingö" måste det framhållas att det absoluta flertalet, som tidigare nämnts, dock kan rekommendera en vän att flytta till Lidingö. Detta under förutsättning att vännen i fråga har råd (många betonar just det).

## 6. Slutsatser

1. Lidingö är för stora grupper förknippat med en attraktiv boendemiljö, främst tack närheten till såväl naturen, (grönområden, vatten, skärgård) som storstad. Vidare anses Lidingö av många vara *tryggt*, kanske i högre grad än förväntat innan undersökningen. Ön uppskattas också för dess småstadskaraktär, i synnerhet av de som bor där idag. Hela 90% av lidingöborna kan rekommendera en vän att flytta till Lidingö.
2. Bilden av Lidingö har också mer belastande inslag;
  - a. Lidingöborna anses av många vara snobbiga och ha en överlägsen attityd. Denna uppfattning finns såväl hos lidingöbor som hos de som inte bor på ön. Bilden av lidingöbor som snobbiga, är spridd såväl i Stockholms län som i övriga landet.
  - b. En annan belastande omständighet i bilden av ön, är att många människor anser att Lidingö är stillastående (ej öppet för förändring) samt att det uppfattas som slutet och segregerat. Dessa uppfattningar finns både på och utanför Lidingö. Uppfattningen om Lidingö som förändringsovilligt är inte riktigt lika spridd utanför Stockholms län som i länet.
3. Lidingös image som attraktiv boendeort, har inte sin motsvarighet inom området för företagssamhet, enligt den här undersökningen. Markant färre människor anser sig ha någon uppfattning om Lidingös attraktivitet inom det området. Det ska poängteras att de som väl har besvarat frågan om Lidingö och företagande, är relativt positiva till Lidingö som företagart.
4. Undersökningen visar på flera punkter att boende i övriga Stockholms län, i jämförelse med lidingöbor och de som bor utanför länet, är minst positivt inställda till Lidingö. Exempel på detta gäller synen på Lidingös förändringsovilja, kommunikationer till Lidingö och synen på Lidingö som företagart.
5. De indikationer som uppkom i den fokusgruppsstudie som genomfördes i oktober 2004, bekräftades i den här undersökningen. Dessa återges i syftesbeskrivningen på sidan 3.
6. I undersökningsmaterialet finns möjligheter till jämförelser mellan grupper av respondenter, utöver deras boendeort. Tex avseende kön, ålder, var respondenten arbetar och hur ofta han/hon besöker Lidingö. Påfallande små skillnader har uppmätts, fränsett just deras boendeort (om de bor på Lidingö, i eller utanför Stockholms län).