

A scenic view of a lake with a wooden pier and a red bicycle in the foreground. The bicycle has a basket with a plaid cloth. The background shows a blue lake, a wooden pier, and a large structure in the distance, all framed by green trees and foliage.

Omvärldens bild av Sala

Attraktionsindex 2025

Innehållsförteckning

1. Om undersökningen
2. Resultatredovisning
3. Attraktionsindex
4. Sammanfattning



1. Om undersökningen

Målet med undersökningen

- Att ge insikt i frågan om hur Sala uppfattas av den svenska befolkningen (utanför Sala).
- Att skapa jämförelsemöjligheter med andra platser när det gäller omvärldsbild och attraktivitet.
- Att möjliggöra en dialog mellan olika grupper av intressenter om hur Sala kan stärka sin attraktivitet.
- Att jämföra resultatet med 2021 års mätning för att spåra förändringar i bilden av Sala.



Målgrupp och metod

Målgrupp

Målgrupp för undersökningen är kvinnor och män 18-65 år i Sverige, exklusive boende i Sala kommun.

De tre första frågorna ställs till hela målgruppen och resterande frågor till de som har hört talas om eller känner till Sala.

Närregionen utgörs av följande län och kommuner:

- Län: Dalarna, Gävleborg, Västmanland, Uppsala
- Kommuner: Norrtälje, Sigtuna, Vallentuna, Österåker, Upplands Bro, Upplands Väsby, Täby, Vaxholm, Danderyd, Sollentuna, Järfälla, Lidingö

Metod

Undersökningen är genomförd av opinions- och marknadsundersökningsföretaget YouGov.

Under perioden 20-27 januari 2025 har sammanlagt 814 intervjuer via internet genomförts med män och kvinnor 18-65 år i Sverige som hört talas om eller känner till Sala. De första frågorna i enkäten har besvarats av hela 920 respondenter.

Frågor i undersökningen

Q6. Vilken av följande kommuner skulle du säga... (Sala, Avesta, Skövde, Västervik)

Q1. Vad kommer du att tänka på när du hör Sala? (öppen fråga)

Q3. Hur väl känner du till Sala?

Info: Kartbild som visar Salas placering på sverigekartan.

Q4. Hur skulle du beskriva din allmänna bild av Sala?

Q5. Vad tror du skulle vara det bästa med att bo i Sala?

Q6. Hur lång tid tror du det tar från Stockholm till Sala med tåg?

Q7. Hur väl stämmer följande med din uppfattning om Sala? (Sex attraktionsfaktorer).

Q8. Om du ser till förmågan att locka inflyttare och öka antalet arbetstillfällen, hur tror du då att Sala har klarat sig om 10 år, jämfört med andra kommuner i Sverige?

Q9. Skulle du kunna rekommendera en vän eller kollega att flytta till Sala?

Q10. Hur intressant för dig är Salas viktigaste besöksmål Sala Silvergruva?

Q11. Har du besökt Sala?

Q12. Känner du till att Sala firade 400 år 2024?

Q13. Vilken är din högsta utbildning?

2. Resultatredovisning

Vilken av följande kommuner skulle du säga...

Har det starkaste näringslivet?
Mest värd att besöka som turist?
Vore mest intressant för dig att bo i?
Har det rikaste kulturutbudet?
Erbjuder de mest intressanta jobben?



Skövde



Sala

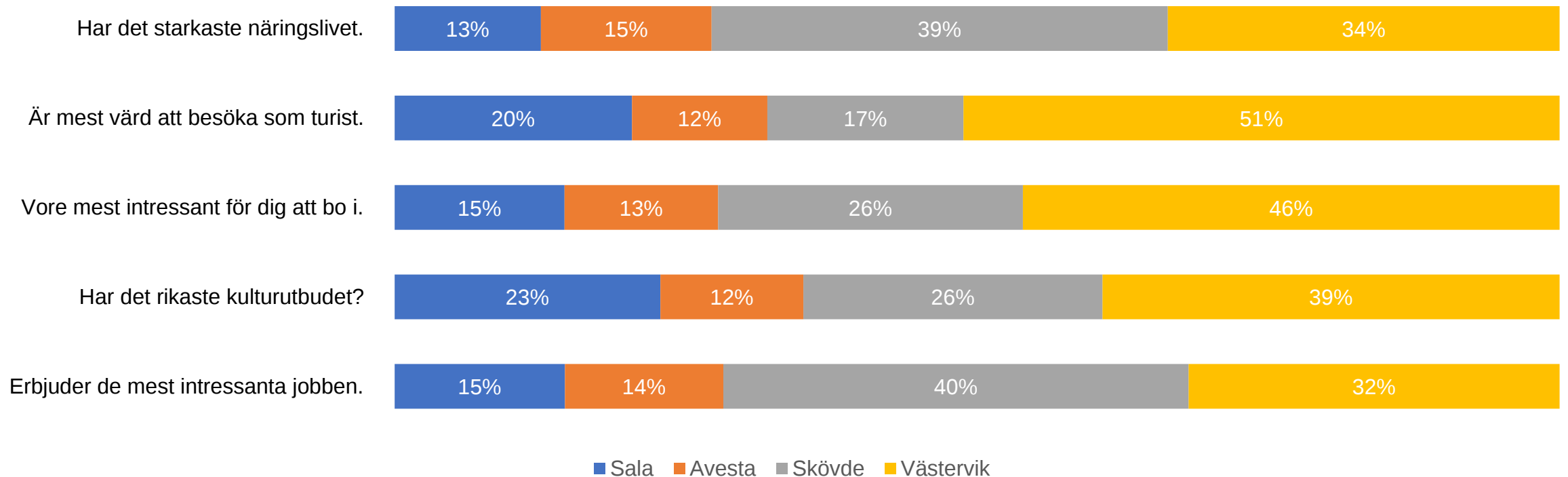


Avesta



Västervik

Sala i jämförelse med tre andra...



1. Vilken av följande kommuner skulle du säga...

Bas: Total (920)

Sala i jämförelse med tre andra...



Övergripande analys

Precis som 2021 är Västervik är det vanligaste förstavalet för respondenterna och kan bland de fyra anses ha det starkaste platsvarumärket (utifrån valda faktorer). Skövde slår den småländska kuststaden på två punkter: "erbjuder de mest intressanta jobben" och "har det starkaste näringslivet".

Salas styrkor är "mest värd att besöka som turist" och "har det rikaste kulturutbudet", enligt svarsbilden. I jämförelse med Avesta går Sala vinnande i jämförelsen förutom på "erbjuder de mest intressanta jobben" där det är oavgjort.

Det starkaste näringslivet

Skövde har den starkaste näringslivsprofilen i startfältet. Bland de som väljer Sala hittar vi en överrepresentation av yngre respondenter (18-24 år) samt bland de som besökt Sala de senaste 12 månaderna men i övrigt är skillnaderna små mellan olika respondentgrupper.

Mest värd att besöka som turist

Västervik väljs oftast och därefter Sala. Ett gott resultat för Sala som vittnar om den kultur- och upplevelseprofil som Sala har. Personer som anger att de har en ganska eller mycket positiv bild av Sala (32% vs 18%). Boende i

närregionen väljer ofta Sala än boende i övriga Sverige (28% vs 19%). Inga skillnader avseende ålder och kön.

Mest intressant för dig att bo i

Västervik är klar 1:a. Skövde 2:a. Sista Sala och Avesta, precis som 2021. Markant bättre resultat i närregionen än i riket som helhet (25% vs 13%). De som har besökt Sala de senaste 12 månaderna är också de betydligt mer positiva än de som inte besökt Sala (40% vs 15%).

Det rikaste kulturutbudet

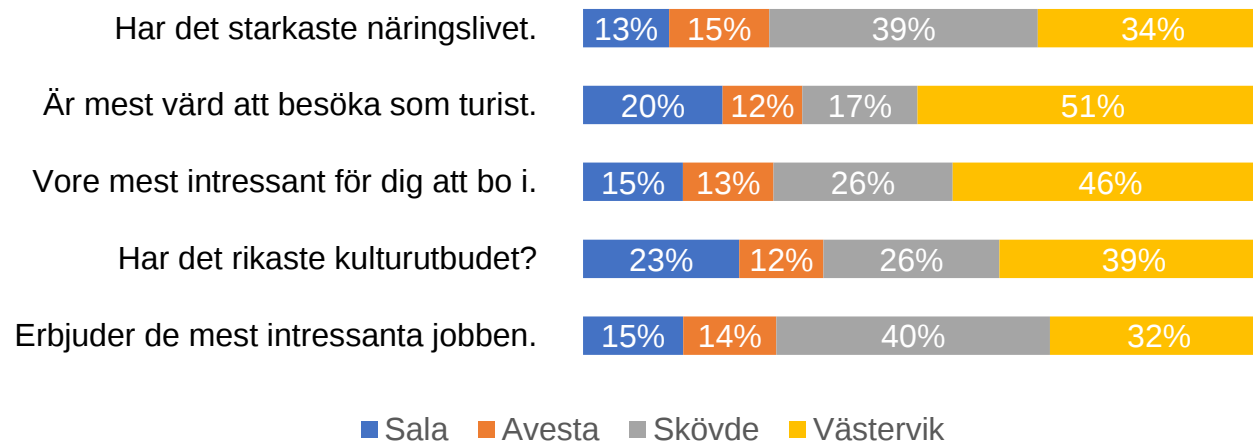
Västervik väljs oftast, före Skövde och Sala. Avesta väljs mest sällan. De med lägre utbildning väljer Sala oftare. De som är särskilt positiva till Sala lyfter gärna fram kulturutbudet (33% vs 21% för övriga). Små skillnader i övrigt.

Mest intressanta jobben

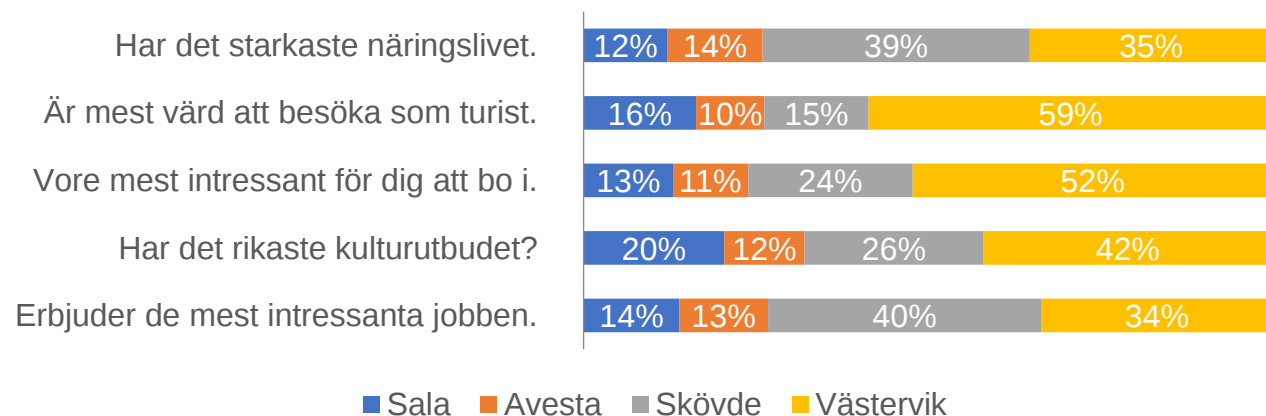
Skövde vinner tydligt före Västervik. Avesta och Sala hamnar lika. Resultatet är oförändrat sedan 2021. Resultatet för Sala är markant bättre i närregionen (24% vs 13%). De yngsta ger högre betyg än övriga åldersgrupper liksom de som besökt Sala senaste månaderna jämfört med de som inte gjort det (39% vs 14%).

2025 jämfört med 2021

2025



2021



Observationer

- Sala väljs oftare 2025 på faktorerna "mest värd att besöka som turist" och "har det rikaste kulturutbudet" än 2021.
- Av de fyra jämförelsekommunerna uppvisar Sala den största ökningen mellan 2021 och 2025.

Direkta associationer till Sala

Assocation

Gruva/silvergruva
Stad/by/samhälle (mysig, fin, mindre..)
(Nära) Uppsala
Natur
(Vägen till) Dalarna
Anstalt/Salberga kriminalvård/fängelse
Tåg/tågstation/järnväg
Kultur
Västmanland
Salaligan
(Norr, nära) Västerås :

Förekomst 2025

334
39
26
12
9
8
8
3
3
2
3



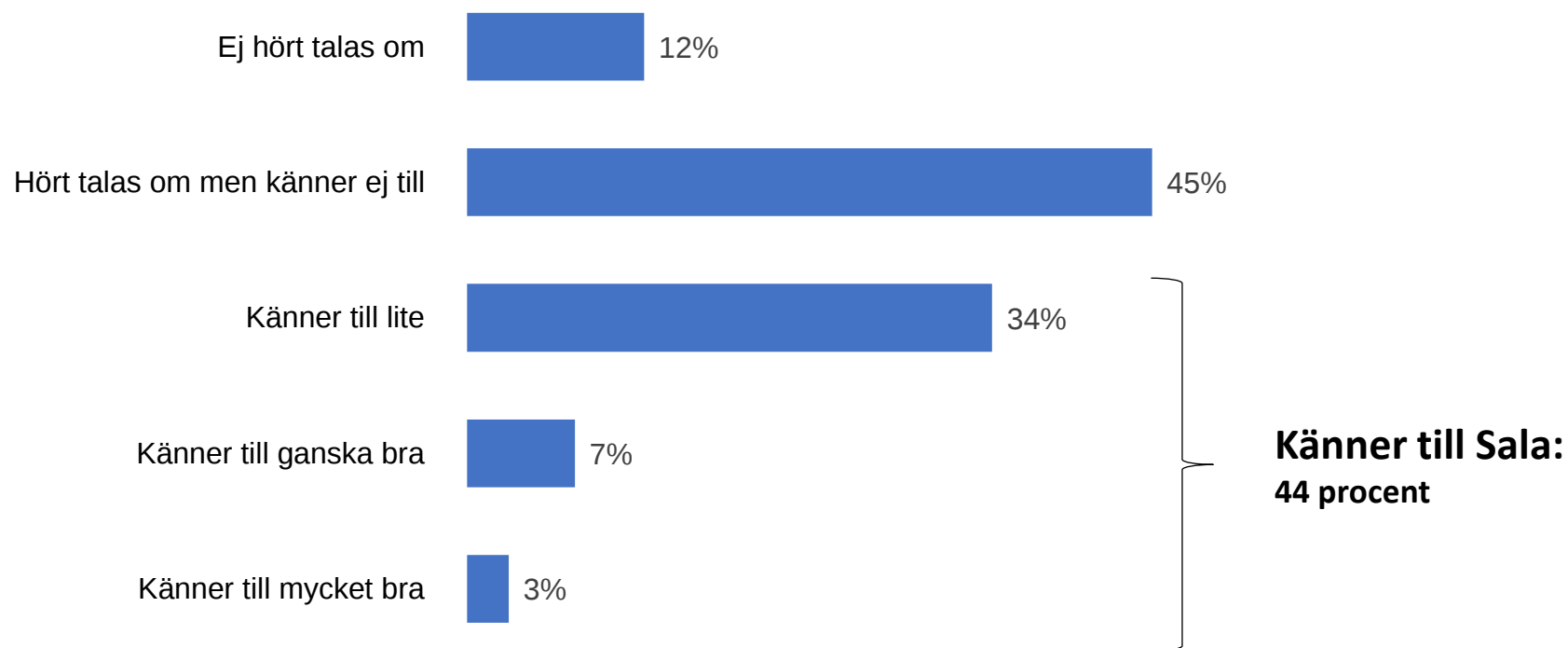
Av cirka 920 respondenter svarar 334 Gruva/Silvergruva. Gruvan är helt dominant i associationsfloran till Sala, vilket skiljer Sala från andra undersökta kommuner i undersökningen (cirka 25 st).

Skillnaden gentemot 2021 års undersökning är mycket liten. Det förekommer ingen association kopplat till jubileumsåret Sala 400 år.

Vad kommer du att tänka på när du hör Sala?

Bas: Total (920)

Kännedom om Sala



3. Hur väl känner du till Sala?

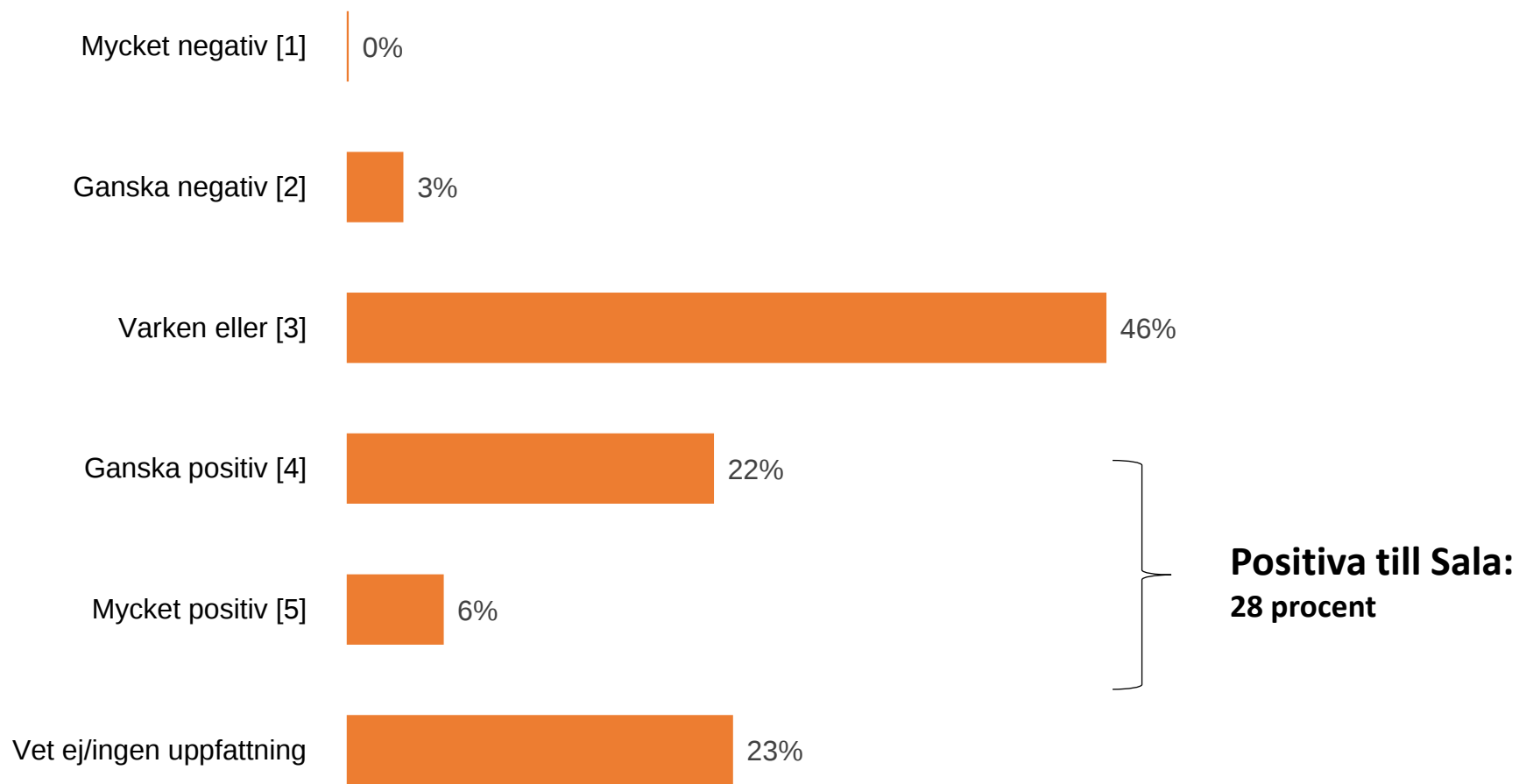
Bas: Total (920)

Kännedomen om Sala är generellt relativt låg vilket bidrar till ett något lågt kännedomindex. Nio av 10 svenskar har hört talas om Sala och fyra av tio (44 procent) anser sig känna till något om Sala. Resultatet är i princip detsamma som i 2021 års mätning, såväl i riket som helhet och i närregionen.

Män anser sig känna till Sala markant bättre än vad kvinnor gör (49% män vs 39% kvinnor anser sig känna till Sala). Dock är skillnaden i kännedom om Sala inte så stor mellan åldersgrupperna. Personer i den äldsta åldersgruppen (51-65) anser sig känna till Sala något bättre än de i 18-24 år och i 25-35 år.

Det är en mycket stor skillnad i kännedom mellan närregion och övriga Sverige: 69 procent vs 39 procent (övriga Sverige) anser sig känna till Sala. Slutligen är kännedomen förstås markant högre hos de som besökt Sala.

Attityder gentemot Sala



4. Hur skulle du beskriva din allmänna bild av Sala?

Bas: Hört talas om Sala (814)

Det vanligaste svaret på frågan om den allmänna bilden om Sala är "varken eller". Det beskriver ett överlag neutralt förhållningsätt till Sala som plats hos den svenska befolkningen. Men sedan 2021 års mätning har attityderna gentemot Sala stärks, vilket ger en ökning av Attraktionsindex för 2025.

Ett gynnsamt resultat är att attityderna gentemot Sala är mer positiva i närregionen (36 procent ganska/mycket positiva) jämfört med 26 procent för övriga Sverige.

Åldersgruppen 25-35 år är särskilt positiva till Sala. De som har besökt sala är markant mer positiva än andra (55% vs 26% anger ganska/mycket positiv).

"Det bästa, som jag tror, är att det är ganska litet men nära till olika städer."

"Man har ett lugn men kan enkelt ta sig till andra större städer... mysigt!"

"Traktens bevarade historia."

"Närheten till storstäder men fördelarna med en småstad."

"Natur och verkar ligga "centralt" med närheten till många andra delar av Sverige."

"Närheten till stora städer med olika jobbmöjligheter, men att man bo i lugn och ro."

"Eventuellt att det är ett mindre samhälle med en trevligare atmosfär än en storstad."

"Förmodligen lägre hyror än större städer."

"Billigare än exempelvis Stockholm."

"Litet, okomplicerat, enkelt."

"Mindre stad med olika saker att göra . Mindre stress."

Salas förväntade kvaliteter

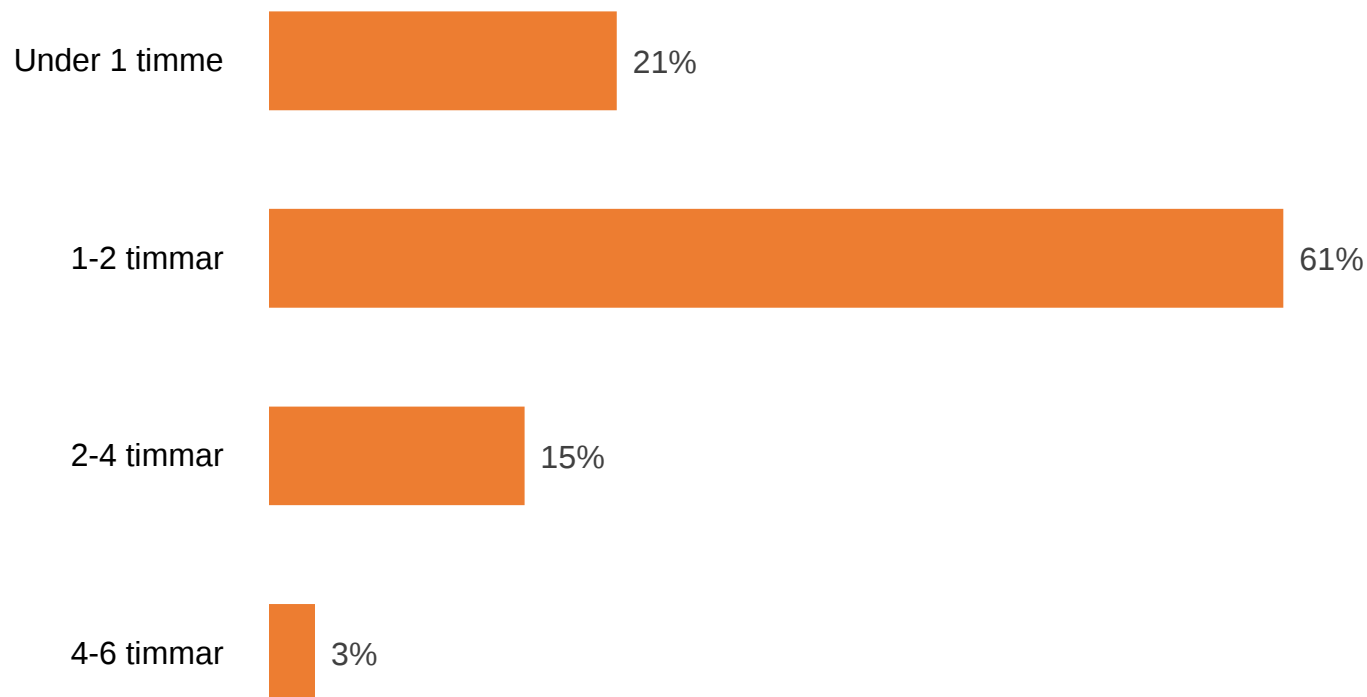


Topplista – förväntade kvaliteter

1. Lugnare miljö / Bo i litet/småskaligt samhälle
2. Närheten till stad: Stockholm (61) /Uppsala (9) / Västerås (16)
3. Närheten till naturen
4. Lägre bostadspriser
5. Lägre kriminalitet

*Vad skulle det bästa vara med att bo i Sala? (öppen fråga).
920 svar.*

Avstånd från Stockholm?



6. Hur lång tid tror du det tar från Stockholm till Sala med tåg?

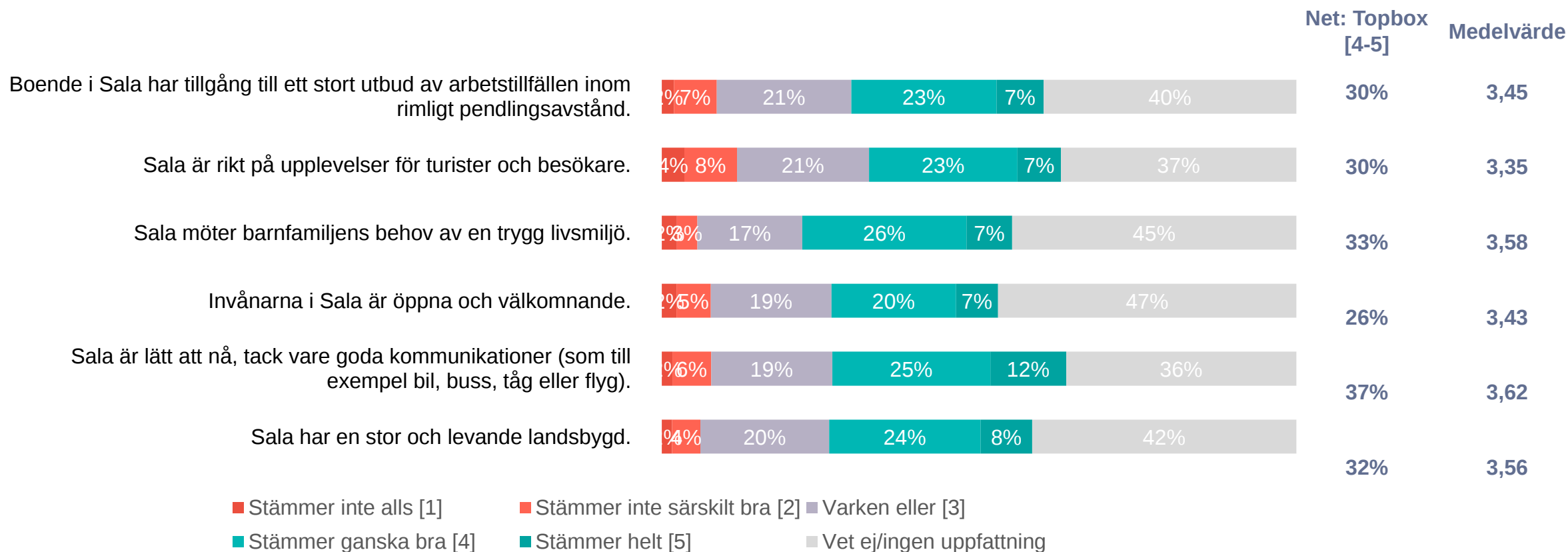
Bas: Hört talas om Sala (814)

Den här frågan har till skillnad från andra ett svarsalternativ som vi betecknar som "korrekt": B. 1-2 timmar. Sex av tio respondenter anger korrekt svar.

Bara 18 procent tror att Sala ligger längre bort från Stockholm än vad egentligen gör.

Resultatet är nästan identiskt med det från 2021 års mätning. Det föreligger inga stora skillnader mellan kön, åldersgrupper eller andra kategorier.

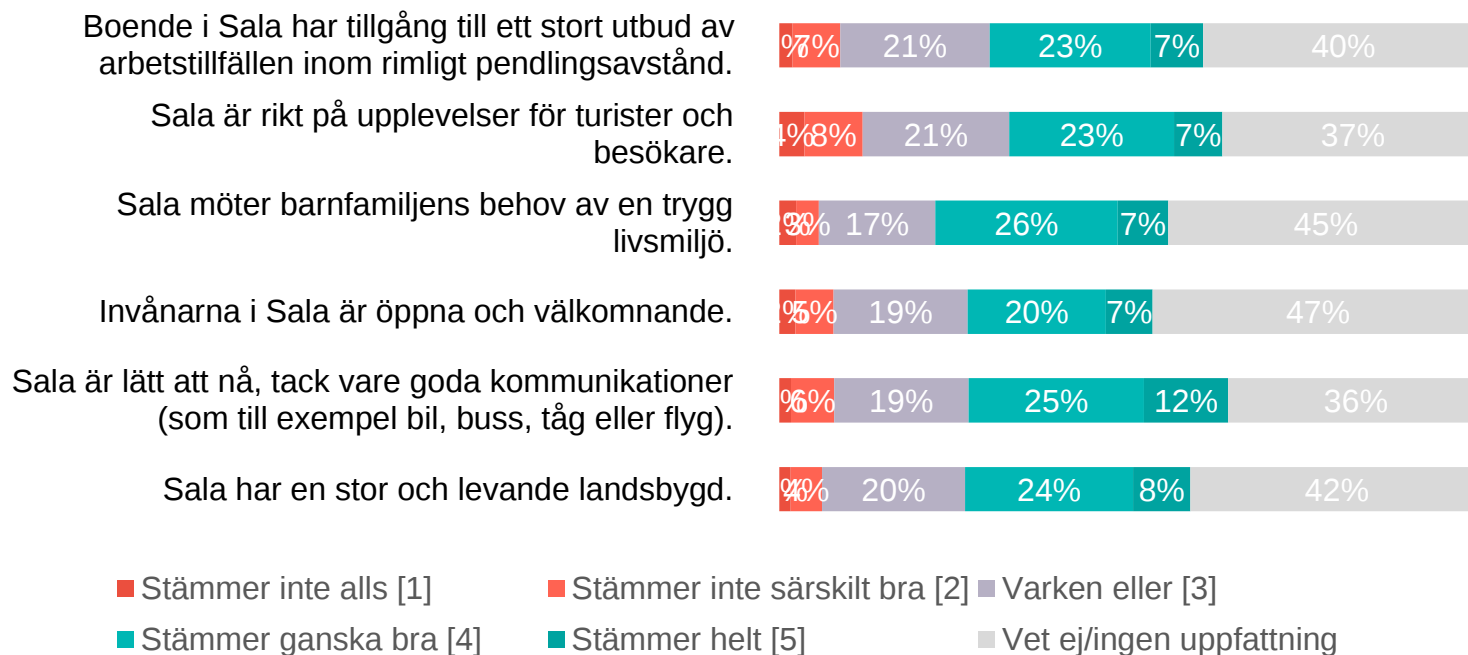
Attraktionsfaktorer



7. Hur väl stämmer följande med din uppfattning om Sala?

Bas: Hört talas om Sala (814)

Attraktionsfaktorer (forts)



Attraktionsfaktorerna ger en bild av Salas möjlighet att möta människors förväntningar på platser utifrån faktorer som kan antas spela en stor roll för inflyttning.

Störst stöd har ***Sala är lätt att nå, tack vare goda kommunikationer***. Lägst stöd får påståendet om att ***invånarna i Sala är öppna och välkomnande***, men just det påståendet får mer stöd i år än det fick i 2021 års mätning. En viss ökning uppvisas även för påståendet ***Sala möter barnfamiljens behov av en trygg livsmiljö***.

I närregionen får samtliga påståenden ett större stöd än i riket, och i synnerhet två faktorer: Sala har en stor och levande landsbygd och Ett stort utbud av arbetstillfällen inom rimligt pendlingsavstånd.

Personer som besökt Sala senaste 12 månaderna instämmer i större utsträckning med alla påståenden, än de som inte besökt Sala.

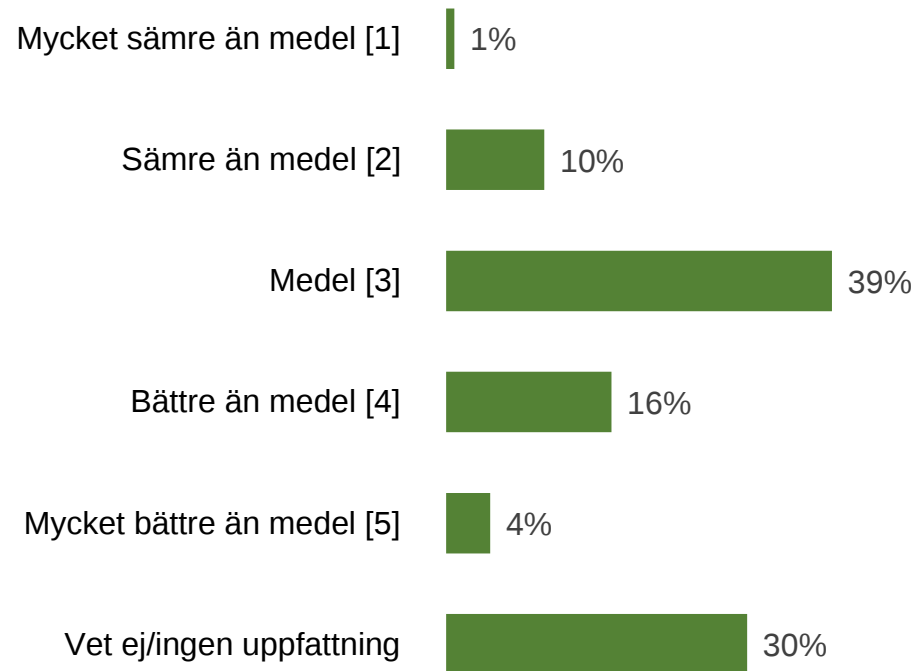
7. Hur väl stämmer följande med din uppfattning om Sala?

Bas: Hört talas om Sala (814)

Tilltro till Salas utveckling

Över hälften av respondenterna tror att Sala kommer klara sig medel eller bättre än medel bland Sveriges kommuner. Det är ett klart tillfredsställande resultat för en liten kommun. Resultatet liknar det från 2021 men har förbättrats ytterligare något i närregionen i årets mätning.

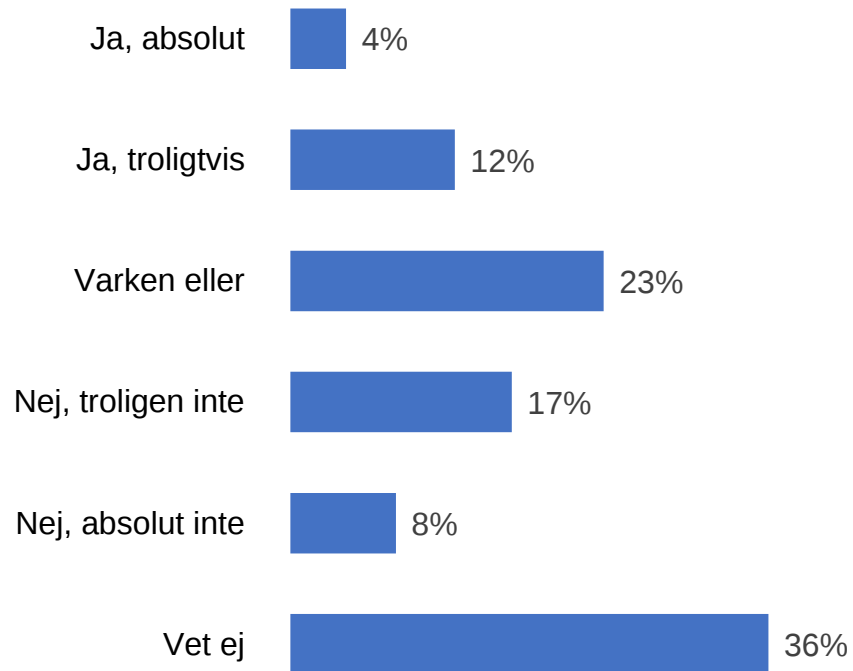
Personer i åldern 25-35 år är mer positiva till Salas framtid än övriga åldersgrupper. De som har besökt Sala är markant mer positiva än de som inte gjort det (45% vs 20% svarar bättre eller mycket bättre än medel).



8. Om du ser till förmågan att locka inflyttare och öka antalet arbetstillfällen, hur tror du då att Sala har klarat sig om 10 år, jämfört med andra kommuner i Sverige?

Bas: Hört talas om Sala (814)

Rekommendationsbenägenhet



9. Skulle du kunna rekommendera en vän eller kollega att flytta till Sala?

Bas: Hört talas om Sala (814)

16 procent av respondenterna kan rekommendera en flytt till Sala. Det är en tydlig ökning från 2021 och ger ett signifikant avtryck i Salas samlade Attraktionsindex för 2025.

Resultatet i närregionen är något högre än det för övriga Sverige och även där har en ökning skett.

Benägenheten att rekommendera Sala är tydligt högre i åldersgruppen 18-35 jämfört med andra åldersgrupper.

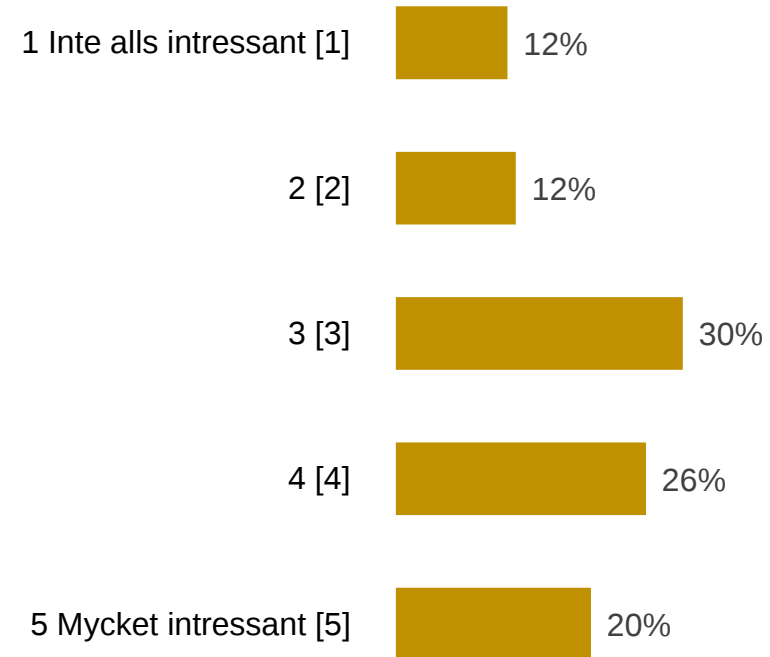
De som har besökt Sala senaste 12 månaderna är markant mer positiva än övriga (39% vs 15%).

Intresse för Sala Silvergruva?

Intresset för Sala Silvergruva som besöksmål har undersökts. På en femgradig skala anger nästan hälften (46%) av respondenterna de högsta betygen: 4-5. Resultatet är nästintill identiskt med det från 2021.

Åldersgruppen 18-24 år är något mindre intresserade än övriga åldersgrupper. Män visar något större intresse för gruvan än kvinnor (49% vs 43%). Resultatet är detsamma i närregionen som i övriga Sverige.

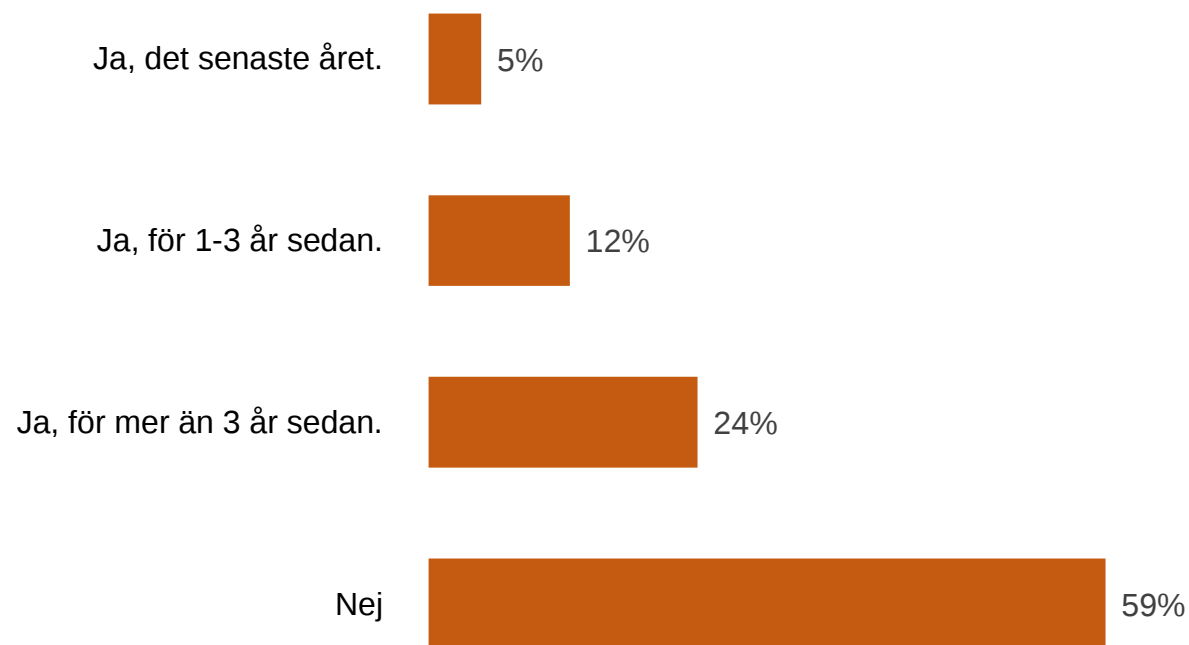
Personer med högskoleutbildning är mer intresserade än de med gymnasieutbildning.



10. Hur intressant för dig vore det att besöka Sala Silvergruva - Salas största besöksmål?

Bas: Hört talas om Sala (814)

Besökt Sala?



11. Har du besökt Sala?

Bas: Hört talas om Sala (814)

Fyra av tio respondenter säger sig ha besökt Sala. En stor andel av dem under de tre senaste åren. Resultatet är detsamma som i 2021 års mätning.

Män har besökt Sala något oftare än kvinnor, enligt undersökningen. Andelen personer i näregionen som besökt Sala är väsentligt större än i övriga Sverige (70% jämfört med 35%).

Som tidigare nämnts är de som besökt Sala markant mer positivt inställda till Sala och ger högre betyg på flertalet undersökta faktorer i undersökningen.

Kännedom om Sala 400 år?



12. Känner du till att Sala firade 400 år 2024?

Bas: Hört talas om Sala (814)

Cirka 1 av 10 respondenter säger sig känna till att Sala firat 400 år. I närregionen är andelen dubbelt så stor (21%).

Personer i åldersgruppen 25-35 år säger sig ha uppmärksammat jubileumsåret i högre utsträckning än andra åldersgrupper (21% vs cirka 10% övriga grupper).

Hela 30% av de som är positivt inställda till Sala anger att de uppmärksammat jubileumet. Tittar vi särskilt på den gruppen som besökt Sala de senaste 12 månaderna är andelen hela 53%.

3. Attraktionsindex

Attraktionsindex - beräkningsprinciper

Inom ramen för undersökningen skapas fyra olika delindex:

Kännedom – som byggs upp av:

Q3. Kännedom (5-gradig skala utan vet ej-alternativ)

Helhetsbild – som byggs upp av:

Q4. Helhetsbild (5-gradig skala samt vet ej-alternativ)

Framtidstro - som byggs upp av:

Q8. Framtidstro (5-gradig skala samt vet ej-alternativ)

Rekommendation - som byggs upp av:

Q9. Rekommendation (5-gradig skala samt vet ej-alternativ)

Då dessa index räknas fram tar vi hänsyn till samtliga svarsalternativ/skalsteg (men exkluderar dem som svarat *vet ej* på frågan). Att ta hänsyn till samtliga skalsteg ger indexen en större stabilitet. Svarsalternativen har kodats om så att vi får ett indexmått som går från 0 till 100.

Exempel:

Skulle samtliga personer i en undersökning svara det mest negativa svaret på frågorna som bygger upp ett index så skulle detta index få värdet 0.

Skulle samtliga personer i en undersökning svara 3 i genomsnitt på frågorna som bygger upp ett index så skulle detta index få värdet 50.

Skulle samtliga personer i en undersökning svara det mest positiva svaret på frågorna som bygger upp ett index så skulle detta index få värdet 100.

Ju högre index desto bättre med andra ord.

Attraktionsindex

Med hjälp av dessa fyra indexmått har vi också skapat ett övergripande index. Detta övergripande index utgörs av medelvärdet för de fyra delindex som beskrivs ovan.

Attraktionsindex Sala 2021-2025

2021

Sala enligt <u>Riket</u>	2021
Kännedom	37
Attityd	57
Framtidstro	54
Rekommendera	41
INDEX	47

Sala enligt <u>närregionen</u>	2021
Kännedom	49
Attityd	58
Framtidstro	55
Rekommendera	44
INDEX	51

2025

Sala enligt <u>Riket</u>	2025
Kännedom	36
Attityd	60
Framtidstro	55
Rekommendera	45
INDEX	49

Sala enligt <u>närregionen</u>	2025
Kännedom	48
Attityd	61
Framtidstro	53
Rekommendera	47
INDEX	52

Sala uppnår ett sammanlagt Attraktionsindex på 49 för riket och 52 för närregionen. Som framgår av tabellen på nästa sida är det ett gynnsamt resultat för en liten kommun. På nationell nivå hålls resultatet tillbaka av en relativt låg kännedom om Sala.

Sedan 2021 har Salas Attraktionsindex höjts såväl för riket som för närregionen. De faktor som mest bidragit till ökningen mellan de två åren är *Attityd och Rekommendation*.

Många undersökta kommuner i undersökningen Attraktionsindex har inte som Sala ett högre index i närregionen utan dras med negativa föreställningar i sin omgivande region. Det verkar inte gälla Sala.

Resultatöversikt

PLATS	KÄNNEDOM	HELVETS BILD	POTENTIAL	ATTRAKTIONSINDEX
Helsingborg	52	70	66	63
Kalmar	49	67	56	57
Karlstad	47	65	53	55
Sundsvall	45	61	57	54
Blekinge	49	64	53	53
Örebro	51	58	45	51
Leksand	42	64	48	51
Växjö	42	58	52	51
Nyköping	39	59	52	50
Kristianstad	41	57	49	49
Trollhättan	42	56	48	49
Sala	36	60	50	49
Piteå	39	62	44	48
Oskarshamn	39	58	48	48
Laholm	34	58	52	48
Sunne	34	62	46	47
Lomma	28	60	55	47
Örnsköldsvik	36	58	46	46
Karlskoga	38	54	46	46
Avesta	33	56	45	45
Ljungby	33	54	48	45
Borlänge	43	53	43	45
Höör	33	53	48	45
Hässleholm	37	52	47	45
Sölvesborg	29	55	45	43
Tierp	27	51	47	43
Kramfors	33	51	43	42
Årjäng	25	56	44	42
Nybro	25	53	43	41

4. Sammanfattning

Sammanfattning

- Den dominerande associationen till Sala som begrepp är *Sala Silvergruva*. Det är mycket få respondenter som inom ramen för undersökningen spontant kan ge uttryck för andra fenomen.
- Den inledande frågan om Sala i jämförelse med tre andra valda platser visar att Sala har störst (relativ) varumärkesstyrka inom områdena *rikt kulturutbud* och *mest värd att besöka som turist*.
- Attityderna gentemot Sala är överlag goda och har förbättrats märkbart sedan 2021. *Sala förväntas erbjuda en en småskalig livsmiljö, närhet till Stockholm och närhet till naturen*.
- Tilltron till Salas utveckling är klart tillfredställande. Få tror att Sala kommer utvecklas sämre än andra kommuner.
- 2025 är det fler som vågar rekommendera en flytt till Sala än 2021. Undersökningen ger inte svar på varför det är så.
- Flertalet respondenter vet att det inte tar längre än 2 timmar att ta sig till Sala från Stockholm med tåg. Läger vi därtill det höga betyget i närregionen på faktorerna "Sala är lätt att nå, tack vare goda kommunikationer" och "tillgång till ett stort utbud av arbetstillfällen" framgår det att Sala inte ses som isolerat.
- Det sammanlagda resultatet visar att Salas varumärkesstyrka, i betydelsen kännedom, attityder och tilltro är jämförbar med Trollhättan, Kristianstad och Oskarshamn – men Sala uppvisar en egen karaktär.

Magnus Pettersson
Research Consultant
YouGov Sweden

magnus.pettersson@yougov.com
+46 709 95 70 09

Per Ekman
Projektledare / VD
Tendensor AB

per.ekman@tendensor.se
+46 707 44 99 80