Idrottsevenemang och lokal platsidentitet

Idrottsliga prestationers ekonomiska och sociala effekter

Sport Events and Local Place Identity

Economic and Social Effects of Athletic Performance

Filip Sjöwall & Hussein Ali

Fakultet: Handelshögskolan (Karlstad Business School)

Ämne/Utbildningsprogram: Turismvetenskap

Nivå/Högskolepoäng: C-nivå / 15 hp

Handledarens nam: Svante Karlsson

Examinatorns namn: Richard Ek

Datum: 2026-06-07

Löpnummer: 92

Sammanfattning:

Studien analyserar hur idrottsevenemang och elitidrott påverkar lokala samhällen genom både ekonomiska och sociala effekter, med särskilt fokus på hur dessa processer bidrar till att forma platsidentitet. Genom en flermetodsansats kombineras statistik från 25 svenska herr elitklubbar inom fotboll, ishockey och handboll med en dokumentanalys och en enkätundersökning riktad till supportrar. Resultaten visar att idrottsevenemang genererar betydande direkta och indirekta konsumtionseffekter, där matchdagar skapar ökade flöden inom logi, restaurang, transporter och detaljhandel. Samtidigt framträder starka sociala värden: majoriteten av respondenterna upplever laget som en central del av platsens identitet, och hemmamatcher fungerar som återkommande sociala arenor som skapar gemenskap, stolthet och känslomässig anknytning.

Analysen visar att lagens kulturella passform och historiska närvaro har stor betydelse för hur invånare tolkar sin hemort och hur de talar om platsen med andra. Sportsliga förändringar påverkar både publikintresse och upplevelsen av lokal identitet, vilket understryker elitidrottens roll som symbolisk resurs i samhällsutvecklingen. Korrelationer mellan platsidentitet, intresse och resebeteenden visar att sociala och ekonomiska effekter samspelar och förstärker varandra. Sammantaget visar studien att elitidrott fungerar som en viktig motor för lokal attraktionskraft, konsumtion och identitetsskapande, särskilt i små och medelstora kommuner där lagens närvaro är djupt integrerad i det lokala samhället.

Nyckelord: Platsidentitet, idrottsturism, evenemang, idrottsevenemang, besöksnäring, kulturell passform, legacy, konsumtion, lokala utveckling, ekonomiska effekter.

Abstract:

The study analyses how sporting events and elite sport impact local communities through both economic and social effects, with a particular focus on how these processes help to shape place identity. Using a multi-method approach, statistics from 25 Swedish male elite clubs in football, ice hockey and handball are combined with a document analysis and a questionnaire survey aimed at supporters. The results show that sporting events generate significant direct and indirect consumption effects, with match days creating increased flows in accommodation, restaurants, transport and retail. At the same time, strong social values emerge: the majority of respondents perceive the team as a central part of the place's identity, and home matches serve as recurring social arenas that foster a sense of community, pride and emotional attachment.

The analysis shows that the team's image fit and historical presence are of great significance to how residents perceive their home town and how they talk about the place with others. Changes in sporting performance affect both public interest and the experience of local identity, which underscores the role of elite sport as a symbolic resource in community development. Correlations between place identity, interest and travel behaviour show that social and economic effects interact and reinforce one another. Overall, the study shows that elite sport acts as a key driver of local attractiveness, consumption and identity formation, particularly in small and medium-sized municipalities where the team's presence is deeply integrated into the local community.

Keywords: Place identity, sports tourism, events, sporting events, tourism, image fit, legacy, consumption, local development, economic impacts.

Förord:

Vi heter Filip Sjöwall och Hussein Ali och har studerat Turismprogrammet vid Karlstads universitet i tre år. Denna uppsats markerar slutet på vår studietid, och den kunskap vi fått med oss har varit avgörande för att genomföra arbetet. Vi hoppas att studien kan bidra till en djupare förståelse för hur elitidrott och idrottsevenemang stärker platsidentitet och den lokala besöksnäringen, samt inspirera framtida utvecklingsarbete inom turismnäringen.

Denna uppsats hade inte kunnat genomföras utan stöd från många. Först vill vi rikta ett stort tack till de 481 respondenter som besvarade enkäten och gav oss ett värdefullt empiriskt underlag. Vi vill även tacka de elitklubbar och supportergrupper som hjälpte till att sprida enkäten.

Ett varmt tack riktas till vår handledare Svante Karlsson för kloka råd och stöd genom hela processen. Vi vill också tacka Ulrika Åkerlund och Sol Agin för hjälp med SPSS och utvecklingen av vårt analysarbete.

Slutligen vill vi tacka varandra. Genom att komplettera varandras styrkor har vi skapat en uppsats som vi är mycket stolta över och som vi med glädje vill dela vidare.

Filip Sjöwall & Husein Ali
Karlstads Universitet
Juni, 2026

Innehållsförteckning

1. Inledning 7
- 1.1 Bakgrund 7
- 1.2 Problemformulering 9
  - 1.2.1 Forskningslucka 10
- 1.3 Syfte & frågeställningar 10
- 1.4 Avgränsningar 11
- 1.5 Begreppslista 12
- 1.6 Disposition 13

2. Teoretisk ramverk 15
- 2.1 Teoretisk positionering 15
- 2.2 Sport Turism 15
- 2.3 Evenemangens effekter på individ, samhälle och plats. 16
  - 2.3.1 Ekonomiska effekter 18
- 2.4 Platsidentitet 19
- 2.5 Kulturell passform & invånarnas mentala koppling till idrottstevenemang 20
- 2.6 Nostalgi inom idrottsturism 21
- 2.7 Legacy - långsiktiga effekter av Idrottsevenemnag 22
- 2.8 Teorins funktion & operationalisering 25

3. Metod 26
- 3.1 Metodologi och vetenskapsteoretiskt förhållningssätt 26
  - 3.1.1 Realistisk positivism 26
- 3.2 Kvantitativ data 27
  - 3.2.1 Dataanalys 27
  - 3.2.2 Urval 30
  - 3.2.3 Enkätens utformning och datainsamling 31
- 3.3 Kvalitativ data 31
  - 3.3.1 Dokumentanalys 32
- 3.4 Flermetodsforskning 34
- 3.5 Etiska ställningstaganden 35
  - 3.5.1 Kvantitativ data 35
- 3.6 Metoddiskussion 35
  - 3.6.1 Validitet & Reliabilitet 36
  - 3.6.2 Kritisk reflektion 38

4. Resultat & Analys 41

4.1 Svenska elitklubbar 41
4.1.1 Publiksiffror och arenakapacitet 41
4.1.2 Sportsliga resultat över tid 42
4.2 Gästnätter Svenska elitklubbar 42
4.3 Bakgrundsfrågor 43
4.4 Platsidentitet & kulturell passform 45
4.5 Sportsliga förändringar 49
4.6 Konsumtion & vistelse 51
4.7 Korrelationer 55
4.7.1 Platsidentitet och kulturell passform 55
4.7.2 Intresse och ligatillhörighet 55
4.7.3 Platsidentitet och intresse 56
4.7.4 Vistelselängd och resavstånd 56
4.8 Dokumentanalys 57
5. Diskussion 59
5.1 Platsidentitetens uttryck och mekanismer 59
5.1.1 Laget som del av platsens identitet 60
5.2 Kulturell passform mellan lag och plats 62
5.3 Sportsliga förändringar och deras sociala konsekvenser 65
5.4 Idrottsevenemangens ekonomiska effekter i lokalsamhället 66
5.4.1 Skillnader mellan elitlag och sporter 67
5.5 Samspel mellan ekonomiska och sociala effekter 70
5.5.1 Ekonomiska drivkrafter och organisatoriska förutsättningar 70
5.5.2 Sociala effekter och platsidentitet 72
6. Slutsats 73
6.1 Forskningsfråga 1 73
6.2 Forskningsfråga 2 73
6.3 Forskningsfråga 3 74
6.4 Syftesuppfyllelse 75
6.5 Kritiska reflektioner 76
6.6 Rekommendationer för framtida forskning 77
Referenser 79
Bilagor 83
Bilaga 1.Excel-fil: Svenska elitklubbar 83
Bilaga 2.Excel-fil: Gästnätter svenska elitklubbar 84
Bilaga 3.Respondenternas folkbokföringsorter 84

Bilaga 4. Informationsutskick till elitklubbar 84
Bilaga 5. Informationsutskick till supportergrupper 85
Bilaga 6. Enkätfrågor 85
Bilaga 7. Samtyckesblankett 91

Figurförteckning

Figur 1 - Vilket elitlag gäller dina svar? 43
Figur 2 - Vilken åldersgrupp tillhör du? 44
Figur 3 - Var är du folkbokförd? 44
Figur 4 - Har du någon geografisk koppling till laget du håller på? 45
Figur 5 - Varför håller du på detta lag? 46
Figur 6 - Jag känner stolthet över platsen när laget spelar i högsta serien? 47
Figur 7 - Laget är en viktig del av platsens identitet ? 47
Figur 8 - Laget passar bra ihop med platsens kultur och värderingar? 48
Figur 9 - När laget spelar hemma känner jag gemenskap med andra som bor här? 48
Figur 10 -Mitt eget intresse skulle minska om elitlaget spelade i en lägre division? 49
Figur 11 - Mitt eget intresse ökar om elitlaget spelar i högsta serien? 50
Figur 12 - Laget påverkar hur jag pratar om min hemort med andra? 50
Figur 13 - Hur ofta besöker du hemmamatcher när elitlaget spelar? 51
Figur 14 - Hur lång är din vistelse på platsen? 52
Figur 15 - Vilket färdmedel använder du för att ta dig till matchen? 52
Figur 16 - Hur långt reser du vanligtvis för att se laget spela live? 53
Figur 17 - På vilket sätt följer du laget? 53
Figur 18 - Hur mycket spenderar du vanligtvis på följande under en matchdag? (utöver matchbiljetterna) 54
Figur 19 - Vad brukar du spendera pengar på under en matchdag (utöver matchbiljetten)? 54

Tabellförteckning

Tabell 1 – Begreppsförklaring av huvudbegrepp. 13
Tabell 2 – Samband mellan upplevd platsidentitet och kulturell passform. 55
Tabell 3 - Samband mellan intresse och lagets ligatillhörighet. 56
Tabell 4– Samband mellan platsidentitet och intresse. 56
Tabell 5 – Samband mellan vistelselängd och reseavstånd. 56
Tabell 6 – Sociala värden och koppling till platsidentitet. 58

1. Inledning

Studien inleds med en bakgrund som belyser idrottsevenemangs betydelse för turism, ekonomi och lokala samhällen. Därefter presenteras problemformulering, syfte och forskningsfrågor samt de avgränsningar som ligger till grund för analysen. I studiens senare delar används statistik från 25 elitidrottslag tillsammans med en enkätundersökning för att analysera hur elitidrott kan påverka platsidentitet och lokal utveckling.

1.1 Bakgrund

Elitidrott och idrottsevenemang spelar en central roll i hur människor uppfattar och skapar relationer till sin plats. Sportsliga prestationer, återkommande matcher och lokala lag fungerar som sociala och kulturella arenor som formar platsidentitet och lokal stolthet. Riksidrottsförbundet (2017) beskriver idrott som en återkommande mötesplats där människor samlas, uttrycker känslor och skapar gemensamma erfarenheter, medan Chalip (2006) visar hur evenemang genererar tillfälliga sociala miljöer som kan stärka gemenskap, identitet och social sammanhållning. Dessa processer gör idrott till en betydelsefull del av hur invånare tolkar, värderar och känslomässigt knyter an till sin hemort, samtidigt som de bidrar till att forma platsens sociala och kulturella landskap.

Samtidigt har idrottsevenemang en växande betydelse för den svenska besöksnäringen. Turismen omsatte 456 miljarder kronor år 2024 och sysselsatte cirka 154 000 personer (Tillväxtverket, 2025).Rapporten visar även att kategorin sport och fritid ökar sin sysselsättning mellan 2022 och 2024. Eftersom 2022 var året då turismsektorn återhämtade sig från pandemins nedgång, innebär utvecklingen att nivåerna 2024 inte bara stabiliserats utan även överstiger de nivåer som rådde före covid-19. Detta tyder på att idrottsturismen inte enbart återgått till tidigare styrka, utan blivit en mer betydelsefull del av den nationella turistekonomin än innan pandemin. Detta ligger i linje med Getz & Page (2016), som visar att idrottsevenemang genererar konsumtion inom logi, restaurang, transporter, kultur och detaljhandel, vilket innebär att deras ekonomiska effekter sträcker sig långt bortom själva matchtillfället. De bidrar därmed till att skapa breda ekonomiska flöden som påverkar både lokala företag och regionala arbetsmarknader.

Idrottsturism kan förstås som resor där sport utgör en central del av upplevelsen, antingen genom aktivt deltagande eller som åskådare (Weed & Bull, 2008). Fenomenet uppstår i samspelet mellan aktivitet, människor och plats och rymmer både ekonomiska, sociala och kulturella dimensioner. Statistik från Svensk Live, Svensk Scenkonst och Riksidrottsförbundet (2025) visar att antalet evenemang i Sverige har ökat med 68 procent sedan 2019, samtidigt som biljettförsäljningen nått rekordnivåer. På nationell nivå har denna utveckling stärkt destinationers varumärken, skapat internationell synlighet och bidragit till investeringar i infrastruktur. Evenemangens attraktionskraft kan dessutom generera långsiktiga effekter genom att locka besökare även efter att tävlingen eller matchen avslutats.

Idrottsevenemang är dock mer än ekonomiska motorer. Riksidrottsförbundet (2017) framhåller att idrott fungerar som en social mötesplats där människor delar känslor, erfarenheter och gemenskap. Chalip (2006) visar hur idrottsevenemang skapar gränsöverskridande miljöer som kan stärka identitet och social sammanhållning, sociala värden som ofta är minst lika betydelsefulla som de ekonomiska effekterna. Parallellt har konsumtionsmönster förändrats, där upplevelser i allt större utsträckning prioriteras framför materiella produkter (Mossberg, 2015). När människor reser för att uppleva ett idrottsevenemang konsumerar de därför inte enbart själva tävlingen, utan även boende, restaurangbesök, shopping och den lokala miljön som helhet.

Ur ett regionalt perspektiv framträder idrottsevenemang som särskilt betydelsefulla. Enligt Getz & Page (2016) kan evenemang bidra till regional utveckling genom att skapa ekonomiska effekter när besökare spenderar pengar och efterfrågan på tjänster och arbetskraft ökar. Detta kan generera arbetstillfällen, ökade skatteintäkter och stärkt regional attraktionskraft. Ur ett turistekonomiskt perspektiv är idrottsevenemang särskilt värdefulla eftersom de lockar besökare som annars inte skulle ha rest till platsen, vilket innebär att nya intäkter tillförs i regionen. Samtidigt innebär ett starkt beroende av sportsliga framgångar en sårbarhet, då minskat publikintresse eller försämrade resultat riskerar att påverka både ekonomi och varumärke negativt.

På kommunal nivå blir kopplingen mellan sport och platsidentitet ännu mer konkret. Platsidentitet

formas genom gemensamma erfarenheter och återkommande sociala praktiker (Syssner, 2013). Idrottsevenemang kan också fungera som centrala resurser i detta identitetsskapande. Förändrade sportsliga prestationer kan därmed påverka invånarnas självbild och platsens attraktionskraft. Detta stöds av Kemppinen et al. (2020), som visar att elitidrottsföreningar fungerar som sociala aktörer som bidrar till integration, hälsa och gemenskap i lokalsamhället. Elitidrott påverkar därmed inte enbart turism och konsumtion, utan spelar även en central roll i skapandet av sociala värden och lokal platsidentitet.

Mot denna bakgrund undersöker uppsatsen statistik från 25 svenska kommuner där elitidrottslag är verksamma, för att undersöka hur idrottsevenemang relaterar till turism, konsumtion och lokal platsidentitet. Detta leder fram till följande problemformulering.

1.2 Problemformulering

Elitidrott framställs ofta som en central drivkraft för lokal och regional utveckling (Riksidrottsförbundet, 2022), samtidigt som allt fler regioner och destinationsorganisationer arbetar strategiskt med evenemang för att stärka platsattraktivitet och ekonomisk hållbarhet (Visit Värmland, 2025). Detta väcker frågor om hur effekterna av elitidrott varierar mellan olika typer av kommuner, beroende på deras storlek, ekonomiska struktur och sportsliga traditioner.

Sportsliga förändringar spelar dessutom en central roll. Speer (2023) visar att förändrade sportsliga resultat kan få långvariga konsekvenser för både klubbar och deras lokala omgivningar. När ett elitlag tappar sin sportsliga position kan detta påverka publikstöd, ekonomiska resurser, organisatorisk kapacitet och i förlängningen lokal identitet och attraktionskraft.

Även om sportsliga förändringar inte utgör en egen forskningsfråga i studien är de centrala för att förstå hur elitlagens prestationer påverkar de ekonomiska och sociala effekter som uppstår kring laget. Sportsliga svängningar fungerar därmed som en kontextuell faktor som formar både konsumtionsmönster och upplevelser av platsidentitet.

Genom att studera 25 elitlag på lokal nivå kan denna studie bidra till en fördjupad förståelse av hur elitidrottens ekonomiska och sociala effekter tar form i olika kommunala kontexter. Detta möjliggör en mer nyanserad analys av relationen mellan elitidrott, samhällsutveckling och platsers långsiktiga positionering.

1.2.1 Forskningslucka

Trots denna bakgrund saknas en systematisk förståelse för hur sådana förändringar påverkar invånarnas stolthet, tillhörighet och upplevelse av platsen. Den tidigare forskning om idrottsevenemang har främst fokuserat på större städer och megaevenemang, där ekonomiska effekter, destinationsmarknadsföring och turistflöden står i centrum. Forskningen visar att idrottsevenemang kan skapa konsumtion, stolthet och gemenskap, men kunskapen bygger ofta på enskilda fallstudier eller analyser av stora internationella evenemang. Det finns betydligt mindre forskning om vardaglig elitidrott i orter och kommuner, där sportens roll är mer kontinuerlig och lokalt förankrad. Samtidigt visar tidigare studier att elitidrott kan bidra till sociala värden såsom gemenskap och lokal förankring (Kemppinen et al., 2020). Det saknas också studier som systematiskt kopplar samman sportsliga förändringar, publikbeteende, gästnätter och invånarnas upplevelser av platsidentitet och kulturell passform.

1.3 Syfte & frågeställningar

Syftet med föreliggande studie är att undersöka hur idrottsevenemang bidrar till ekonomiska och sociala effekter i lokalsamhället samt på vilket sätt det relaterar till invånarnas upplevelse av platsidentitet. De sportsliga förändringarna inkluderas som en bakgrundsfaktor som kan påverka dessa samband.

1. Hur genererar idrottsevenemang direkta, indirekta och inducerade konsumtionseffekter i lokalsamhället?
2. Vilken roll spelar idrottsevenemang och elitidrott i formandet av den lokala platsidentiteten?
3. Hur relaterar idrottsevenemangs ekonomiska och sociala effekter till invånarnas upplevelse av platsidentitet?

1.4 Avgränsningar

Studien avgränsas för att tydliggöra vad som inte omfattas av undersökningen och för att möjliggöra ett fokuserat analysarbete utifrån studiens syfte och forskningsfrågor.

Analysen begränsas till kommunnivå, vilket innebär att regionala och nationella perspektiv inte behandlas. Fokus ligger på svenska orter och kommuner där idrottsturism är etablerad. Studien avgränsas till 25 olika kommuner, och tre sporter inkluderas fotboll, ishockey och handboll eftersom elitklubbar inom dessa sporter har en långvarig närvaro i de högsta serierna och uppvisar höga publiksnitt.

Datainsamlingen baseras på statistik från fem lag i Allsvenskan, fem i Superettan, fem i SHL, fem i Hockeyallsvenskan samt fem lag i Handbollsligan. Endast herrlag inkluderas, eftersom dessa generellt uppvisar högre publikgenomsnitt, starkare lokal identitet och en längre historisk kontinuitet än motsvarande damlag eller andra lagformer (Sveriges Television, 2024). Herrlagen har därmed haft en tydligare och mer långvarig närvaro i respektive plats, vilket gör dem särskilt relevanta för att studera idrottsevenemangs betydelse för platsidentitet och attraktionskraft. Ett centralt urvalskriterium är att elitlaget ska ha spelat minst tio säsonger i den högsta serien för att inkluderas i studien. *(Urvalet redovisas i bilaga 1).*

Valet av elitlag baseras på kommunens folkmängd. Kommuner med över cirka 165 000 invånare har valts bort, även om vissa av deras lag uppvisar högre publiksnitt eller större historisk betydelse. Anledningen är att statistiken blir betydligt svårare att hantera i storstäder som Stockholm, Göteborg och Malmö, där flera större evenemang ofta pågår samtidigt. Detta gör det svårt att avgöra vilka effekter som faktiskt kan kopplas till en matchdag för ett elitlag. För att undvika snedvridna resultat har studien därför avgränsats till kommuner med mindre och mer hanterbara befolkningsunderlag.

Avgränsningen grundar sig i behovet av att minimera påverkan från externa variabler. I större kommuner är den lokala ekonomin mer varierad, och konsumtionseffekter påverkas av många olika

faktorer såsom turism, kulturutbud, handel, andra evenemang och arbetsmarknadens storlek. Detta ligger i linje med Getz & Page (2016), som betonar att evenemang i större städer samspelar med flera andra ekonomiska aktiviteter, vilket gör det metodologiskt svårt att isolera direkta, indirekta och inducerade effekter från ett enskilt idrottsevenemang.

Vidare avgränsas studien till statistik samt en enkät som skickas ut till varje elitlags kommunala, platsbundna grupper och deras supportergrupper. Fokus ligger på hur idrottsevenemang påverkar platsidentitet och attraktionskraft i en lokal kontext. Studien behandlar lokal identitet och attraktivitet ur ett samhälls- och platsutvecklingsperspektiv och inkluderar därför inte individuella psykologiska effekter hos enskilda supportrar. Endast elitidrottens evenemang omfattas; andra typer av kulturella eller kommersiella evenemang ingår inte. Stuiden har avgränsats till I dokumentanalysen har urvalet avgränsats till sex dokument som specifikt belyser den sociala dimensionen av idrottsturism. Denna avgränsning möjliggör en fördjupad och fokuserad analys av hur sociala värden och effekter framträder i materialet.

Studien fokuserar främst på ekonomiska och sociala effekter av sportliga prestationer och förändringar, för att förstå hur elitidrott bidrar till att forma och omforma platsidentitet. Miljömässiga aspekter berörs översiktligt, men utgör inte studiens huvudområde.

1.5 Begreppslista

Sport Turism	*Resor där sport är huvudmotivet; används för att förstå hur matcher skapar ekonomiska och sociala effekter.*
Idrottsturism	*En specifik form av sportturism som fokuserar på organiserad idrott, ofta kopplad till föreningar,förbund och tävlings strukturer.*
Idrottsevenemang	*Återkommande matcher som genererar konsumtion och sociala upplevelser i lokalsamhället.*
Ekonomiska effekter	*Intäkter och konsumtion som uppstår genom besökare vid matcher och evenemang.*

Sociala effekter	*Gemenskap, stolthet och socialt kapital som formas kring laget och matchupplevelsen.*
Inducerade effekter	*Ekonomiska effekter som uppstår när hushåll spenderar sina inkomster, vilket skapar ytterligare konsumtion och aktivitet i ekonomin*
Platsidentitet	*Invånares känsla av tillhörighet och koppling till sin hemort genom sport och gemensamma upplevelser.*
Inifrånperspektiv/Utifrånperspektiv	*Graden av tillhörighet eller distans till en plats; förklarar variationer i lokal anknytning.*
Kulturell passform	*Hur väl laget överensstämmer med platsens kultur och värderingar.*
Legacy	*Långvariga spår som idrottsevenemang lämnar efter sig, till exempel nya miljöer, vanor eller känslor som påverkar platsen även efter matchen.*
Sportsliga förändringar	*Förändringar i lagets prestationer som påverkar intresse, konsumtion och lokal identitet.*

Tabell 1 – Begreppsförklaring av huvudbegrepp.

1.6 Disposition

Uppsatsen är disponerad i flera avsnitt som tillsammans bygger upp en logisk och sammanhängande helhet.

I det **inledande** kapitlet presenteras studiens bakgrund kring idrottsevenemangs betydelse för turism, ekonomi och platsidentitet. Kapitlet behandlar även problemformuleringen kring elitidrottens påverkan på lokal utveckling samt forskningsluckan, där tidigare forskning främst fokuserat på större städer och megaevenemang. Vidare presenteras studiens syfte, forskningsfrågor, avgränsningar och centrala begrepp. Studien bygger på statistik från 25 elitidrottslag samt en enkätundersökning för att analysera hur elitidrott påverkar lokal utveckling och platsidentitet.

I det ***teoretiska kapitlet*** presenteras den tidigare forskning och de teorier som är relevanta för studien. Kapitlet behandlar platsidentitet, inifrånperspektiv och utifrånperspektiv, kulturell

passform samt nostalgi inom idrottsturism. Vidare beskrivs idrottsevenemangens sociala och ekonomiska effekter samt legacy-perspektivet för att belysa de långsiktiga konsekvenserna för platsens identitet, attraktionskraft och ekonomiska strukturer.

I ***metodkapitlet*** beskrivs studiens vetenskapsteoretiska utgångspunkt (realistisk positivism) samt hur empirin samlas in och analyseras. Studien genomförs som flermetodsforskning där kvantitativ data (sekundärstatistik och enkät) kombineras med kvalitativa inslag (dokumentanalys). Kapitlet redogör även för urval, analys, metoddiskussion, metodreflektion och etiska ställningstaganden.

I ***resultat- och analyskapitlet*** redovisas först det kvantitativa underlaget: urvalet av 25 svenska elitklubbar, deras publiksiffror, arenakapacitet och sportsliga resultat över tid, samt matchvisa uppgifter om gästnätter. Därefter presenteras enkäten som beskriver respondenternas bakgrund, platsidentitet och upplevd kulturell passform, följt av avsnitt om sportsliga förändringars betydelse för engagemang och identitet. Vidare presenteras resultaten av konsumtion och vistelse mönster på matchdagar samt korrelationsanalyser som kopplar ihop platsanknytning, intresse, vistelselängd och reseavstånd. Kapitlet avslutas med resultatet av dokumentanalysen.

I ***diskussionskapitlet*** kopplas studiens resultat ihop med den teori som presenterats tidigare. Kapitlet är uppdelat i flera delar som belyser olika perspektiv på elitidrottens lokala betydelse. Först analyseras hur platsidentitet uttrycks och formas, följt av hur lagets kulturella passform påverkar invånarnas upplevelser. Därefter behandlas sportsliga förändringar och deras effekter på engagemang och identitet. Kapitlet fortsätter med idrottsevenemangens ekonomiska effekter och avslutas med en analys av hur ekonomiska och sociala effekter hänger ihop och tillsammans påverkar platsens utveckling.

Det ***avslutande*** kapitlet presenterar studiens övergripande slutsatser och besvarar forskningsfrågorna. Här sammanfattas de ekonomiska effekterna av idrottsevenemang, deras betydelse för lokal platsidentitet samt hur dessa områden hänger samman. Kapitlet avslutas med kritiska reflektioner och rekommendationer för framtida forskning och praktiskt arbete.

2. Teoretisk ramverk

Detta kapitel presenterar de teorier som utgör studiens analytiska ramverk. Genom att introducera centrala begrepp och tidigare forskning skapas en teoretisk grund för att förstå hur idrottsevenemang *påverkar platsidentitet, invånarnas upplevelser och lokalsamhällets utveckling. Teorierna används senare för att tolka och analysera studiens empiriska resultat.*

2.1 Teoretisk positionering

Vår teoretiska positionering utgår från ett forskningsområde som analyserar turism som ett socialt, kulturellt och samhälleligt fenomen. Inom denna tradition ligger fokus inte på ekonomisk styrning eller planeringsprocesser, utan på hur människor, platser och identiteter formas genom turismens praktiker. Idrottsevenemang betraktas därmed som sociala arenor där gemenskap, symboler, känslor och kollektiva berättelser skapas, reproduceras och förhandlas.

Studien berör även *Tourism Planning* i de delar som rör evenemangens långsiktiga effekter på platsens utveckling och attraktionskraft. Den huvudsakliga utgångspunkten är dock *Tourism Studies*, eftersom detta perspektiv möjliggör en fördjupad förståelse för hur idrottsevenemang påverkar invånarnas upplevelse av sin plats, hur lokal identitet formas och hur relationen mellan lag, ort och invånare förändras över tid.

2.2 Sport Turism

Sportturism är ett brett och mångfacetterat fenomen som kan förstås på flera olika sätt. Weed & Bull (2008) betonar att området är så omfattande att det behöver brytas ned och definieras tydligare för att kunna analyseras på ett meningsfullt sätt. Sportturism rymmer perspektiv från bland annat ekonomi, sociologi, psykologi, geografi, politik, sportvetenskap, turismvetenskap och destinationsutveckling. Det är dessutom ett snabbt växande område som inte enbart handlar om att resa för att titta på eller delta i sport. I stället omfattar sportturism ett brett spektrum av beteenden, motiv och upplevelser som sträcker sig från motionslopp och träningsresor till supporterresor och nostalgiska besök på arenor och sporthistoriska platser. I detta sammanhang kan det vara relevant att skilja mellan sportturism och idrottsturism. Sportturism fungerar som ett övergripande begrepp

som omfattar alla typer av resor där sport är huvudmotivet, medan idrottsturism specifikt avser resor kopplade till organiserad idrott och tävlingsverksamhet.

Idrottsturism fungerar som ett strategiskt verktyg för destinationer genom att stärka platsers varumärke, skapa internationell synlighet och bygga positiva associationer. Elitlagens prestationer, återkommande evenemang och starka lokala sportidentiteter kan tillsammans bidra till att forma ett destinationsvarumärke. Weed & Bull (2008) beskriver sport som en symbolisk resurs som destinationer använder för att uttrycka modernitet, energi och attraktivitet. Detta kompletteras av Riksidrottsförbundet (2022), som betonar att idrottsevenemangens sociala och samhälleliga effekter inte uppstår spontant utan kräver aktiv planering, implementering och ändamålsenliga idrottsmiljöer. Idrottsanläggningar och fysiska miljöer utgör därmed en central förutsättning för både fysisk aktivitet och samhällsutveckling, vilket förstärker kopplingen mellan sportrelaterade investeringar och stadsutveckling.

Samtidigt kan idrottsturism fungera som en katalysator för bredare stadsutvecklingsprocesser. Genom sportrelaterade satsningar kan destinationer driva fram nya infrastrukturprojekt, förbättrade transportlösningar, stadsförnyelse och skapandet av arenor och mötesplatser. Dessa investeringar kan generera långsiktiga värden, men Weed & Bull (2008) understryker att effekterna inte är automatiska. Utan långsiktig planering och strategisk samverkan riskerar satsningarna att bli kortvariga och inte skapa det arv som ofta utlovas.

Sammanfattningsvis visar idrottsturismen bredd och komplexitet att fenomenet måste förstås som mer än en enskild aktivitet. Det är ett tvärvetenskapligt område där sportens och turismens logiker möts, och där destinationer, organisationer och individer samspelar i skapandet av upplevelser, identitet och utveckling.

2.3 Evenemangens effekter på individ, samhälle och plats.

Enligt Getz & Page (2016) ses evenemang som förändringsprocesser där insatser, såsom investeringar, arbetskraft och infrastruktur, omvandlas genom evenemangets genomförande till

utfall, vilka i sin tur leder till effekter på ekonomi, samhälle och miljö. Effekterna uppstår när förändringarna faktiskt påverkar människor, organisationer eller platser. Detta är särskilt relevant inom idrottsturism, eftersom idrottsevenemang ofta sker återkommande och därmed kontinuerligt skapar effekter för både individer och destinationer genom återkommande besökare och sociala interaktioner.

Ur ett individperspektiv betonar Getz & Page (2016) att idrottsevenemang kan ge upphov till både positiva och negativa effekter. Positiva effekter inkluderar tillfredsställelse, glädje, förändrade attityder, ökat engagemang och i vissa fall förändringar i individens identitet och livsstil. Inom idrottsturism kan dessa upplevelser stärka individens koppling till laget och platsen, vilket ökar sannolikheten för återkommande besök. Negativa effekter kan uppstå om upplevelsen inte motsvarar individens förväntningar, vilket kan leda till missnöje, minskat engagemang och minskad vilja att återvända. Hur individen påverkas beror bland annat på förväntningar, tidigare erfarenheter, grad av engagemang och den sociala kontexten.

Idrottsevenemang kan skapa betydande sociala och kulturella effekter i lokalsamhällen. Getz & Page (2016) visar att sådana evenemang ofta stärker gemenskap, socialt kapital, lokal stolthet och kollektiv identitet, bland annat genom att erbjuda återkommande mötesplatser där invånare och besökare delar upplevelser. Samtidigt rymmer idrottsevenemang en mer komplex sida: de kan också bidra till konflikter, exkludering och ett ”vi och dom”-tänkande. Syssner (2013) betonar att just dessa exkluderande processer ofta är en central del i hur kollektiva identiteter formas. Dessa perspektiv stärks av Kemppinen et al. (2020), som visar att elitidrottsföreningar kan fungera som sociala aktörer genom att bidra till integration, förbättrad hälsa och ökad samhörighet i lokalsamhället.

Dessa sociala effekter kan förstås mer i detalj genom Chalips (2006) förklaring av hur idrottsevenemang skapar övergångsfas, en tillfällig brytning från vardagen där sociala gränser och hierarkier löses upp. I denna miljö kan sociala grupperingar uppstå, det vill säga en stark känsla av samhörighet mellan deltagare och besökare. Författaren betonar att dessa processer inte sker

automatiskt, utan formas genom hur evenemanget planeras och genomförs. Genom att skapa möjligheter för interaktion och gemensamma upplevelser kan arrangörer därmed aktivt förstärka den gemenskap och lokala identitet som tidigare forskning identifierat (Getz & Page, 2016; Syssner, 2013; Kemppinen et al., 2020).

Dessa processer blir ännu tydligare om man ser dem i relation till hur människor faktiskt använder sin fritid i Sverige. Blom & Karlsson (2026) visar att geografiska förutsättningar påverkar vilka aktiviteter människor deltar i, särskilt när det gäller olika typer av evenemang.

Blom & Karlsson (2026) visar att fritids- och kulturvanor i hög grad formas av geografiska förutsättningar, där idrottsevenemang och friluftsliv framstår som de mest folkliga och geografiskt spridda aktiviteterna i Värmland. De konstaterar att "*besök på idrottsevenemang framstår som betydligt mer folkliga aktiviteter än att gå på teater och opera*", vilket understryker idrottens breda sociala förankring. Författarna visar även att kommuner använder kultur och fritid som verktyg för att stärka lokal attraktivitet och identitet, något som ligger i linje med forskning om evenemangens sociala effekter (Getz & Page, 2016; Chalip, 2006). Detta stärker förståelsen för varför idrottsevenemang fungerar som centrala sociala arenor där gemenskap, stolthet och platsidentitet skapas.

I samma riktning visar Braunerhielm et al. (2014) att idrottsevenemang inte bara handlar om själva sporten, utan också om hur en plats får en starkare identitet och ett tydligare rykte. Evenemang skapar upplevelser som gör att människor känner gemenskap och stolthet över sin ort, samtidigt som de kan göra platsen mer känd utåt och påverka hur både invånare och besökare ser på den. Detta stämmer överens med Getz & Page (2016), som menar att evenemang skapar sociala effekter genom att människor möts, delar upplevelser och bygger känslomässiga band till platsen.

2.3.1 Ekonomiska effekter

Getz & Page (2016) betonar att ekonomiska effekter främst uppstår när evenemang lockar besökare som annars inte skulle ha rest till platsen, vilket genererar nya intäkter genom konsumtion, sysselsättning och skatteintäkter. Samtidigt framhåller de att idrottsevenemang även kan medföra

negativa konsekvenser, exempelvis ökade kostnader, konflikter kring resursfördelning och risk för ekonomiska förluster.

Ekonomiska effekter är därför inte per automatik positiva. De måste analyseras i relation till hur kostnader och vinster fördelas mellan aktörer, vilka alternativkostnader som uppstår och om intäkterna faktiskt stannar i kommunen. I vissa fall kan stora investeringar i arenor, säkerhet eller infrastruktur leda till ekonomiskt läckage, där en betydande del av intäkterna går till externa aktörer snarare än till lokala företag. Detta innebär att även om evenemang genererar konsumtion kan den lokala nyttan bli begränsad eller ojämnt fördelad. Dessa resonemang ligger i linje med Getz & Page (2016), som betonar att ekonomiska effekter måste förstås i relation till kostnadsfördelning, läckage och långsiktiga konsekvenser.

2.4 Platsidentitet

Platsidentitet uppstår genom människors erfarenheter och är både individuellt och socialt konstruerat (Relph, 1976). Den formas i samspelet mellan människa, handling, rum och tid, vilket innebär att platser får betydelse genom hur de används och upplevs. Författaren beskriver också tre centrala komponenter i denna process: den fysiska miljön, de aktiviteter som äger rum på platsen samt de symboliska betydelser som människor tillskriver den. Tillsammans skapar dessa komponenter det som ofta benämns som platsens ”anda”.

En central del av Relphs (1976) teori är distinktionen mellan inifrånperspektiv och utifrånperspektiv, som beskriver graden av tillhörighet individer upplever. Existentiellt inifrånperspektiv innebär en djup och självklar koppling till platsen, där platsen utgör en omedveten och integrerad del av individens identitet och vardagsliv, exempelvis i relation till hemorten. Författaren betonar samtidigt att tillhörighet kan ta olika uttryck: empatisk och beteendemässig inifrånperspektiv representerar mer medvetna eller ytliga former av anknytning, medan utifrånperspektiv innebär distans eller främlingskap. Dessa upplevelser formas inte isolerat, utan utvecklas genom sociala processer, gemensamma erfarenheter, gruppers tolkningar och mediala representationer.

Idrottsturism illustrerar tydligt hur platsidentitet skapas genom upplevelser över tid. Weed & Bull (2008) visar att människor historiskt har rest till samma platser för att delta i eller bevittna sport, vilket skapar återkommande mönster av användning och betydelse. Melo (2017) framhåller att idrottsturism formas i samspelet mellan individ, aktivitet och plats, där upplevelsen inte enbart handlar om sporten i sig utan om den känslomässiga och sociala betydelse som platsen får genom deltagande. Genom återkommande besök kan platser utveckla en stark symbolisk laddning och bli en del av individers identitet.

Idrottens sociala funktion förstärker denna process. Lintumäki och Koll (2024) visar att sportklubbar fungerar som bärare av lokal identitet och att fansens identifikation skapar både lokal och nationell stolthet. Arenor, matcher och lokala lag blir därmed symboler som formar kollektiva föreställningar om platsen och påverkar hur den uppfattas av både invånare och besökare. Idrottens symboler, såsom arenor, lag och matchritualer, representerar därför inte enbart sporten utan fungerar också som sociala markörer som stärker känslan av tillhörighet till en plats. Mossberg (2015) framhåller dessutom att gränserna mellan handel, turism, medier och underhållning har suddats ut, vilket gör idrottsevenemang till kulturella arenor där identitet, upplevelser och konsumtion vävs samman

Syssner (2013) betonar att identitet är relationell och processuell, vilket innebär att den ständigt omförhandlas i sociala sammanhang. Platsidentitet kan uttryckas genom hemkänsla, igenkänning, sociala koder och gemensamma symboler. Samtidigt behöver identitet inte vara knuten till en enda plats; människor relaterar ofta till flera platser som tillsammans formar ett nätverk av betydelse. Även tillfälliga eller återkommande besök kan skapa en känsla av tillhörighet, vilket gör idrottsevenemang till viktiga arenor för platsanknuten identitet även för personer som inte bor på platsen.

2.5 Kulturell passform & invånarnas mentala koppling till idrottstevenemang

Hsu et al. (2020) utgår från forskning om imageöverföring inom idrottsevenemang. Denna

forskning visar hur bilden av ett varumärke och ett evenemang kan ”smitta av sig” på varandra. Samma logik överförs i studien till relationen mellan ett idrottsevenemang och dess värdstad.

Invånare påverkar i hög grad bilden av sin plats. De gör kontinuerligt mentala jämförelser mellan hur platsen uppfattas, exempelvis genom kultur, värderingar, miljö och identitet. De jämför också detta med hur ett evenemang framstår i form av stil, värderingar och målgrupp. När dessa delar upplevs som matchande uppstår det som kallas *kulturell passform* (Hsu et al., 2020).

Ur invånarnas perspektiv stärks den kognitiva kopplingen när evenemanget upplevs som logiskt och naturligt för platsen. Det blir tydligt varför evenemanget finns där, och det integreras lättare i invånarnas mentala schema. Detta skapar stabila associationer som i sin tur väcker känslor av stolthet, glädje, engagemang och en upplevelse av att evenemanget tillför något värdefullt. Det kan beskrivas som en kedjereaktion: positiva tankar och känslor leder till positiva beteenden, såsom ökad platsstolthet (Hsu et al., 2020).

Flera delar av platsens bild påverkas samtidigt, till exempel hur den fysiska miljön upplevs, vilken social stämning som finns och vilka aktiviteter som erbjuds (Hsu et al., 2020). Detta kan förstås utifrån Relphs (1976) idé om att platsens ”anda” formas av samspelet mellan miljön, de aktiviteter som sker där och de symboliska betydelser människor kopplar till platsen. På liknande sätt betonar Syssner (2013) att platsidentitet skapas i relation till andra och hela tiden förändras i sociala sammanhang. När människor tycker att ett evenemang passar bra ihop med platsens kultur och känsla, upplever de att evenemanget stämmer bättre överens med bilden de har av platsen. Det kan också göra att deras känslomässiga och identitetsmässiga koppling till platsen blir starkare

2.6 Nostalgi inom idrottsturism

Wildschut et al. (2006) visar att nostalgiska minnen ofta består av att individen själv är huvudpersonen i minnet och att dessa minnen nästan alltid utspelar sig i betydelsefulla sociala sammanhang. Deras forskning betonar att nostalgi typiskt kretsar kring relationer, viktiga personer och gemensamma upplevelser, vilket gör nostalgi till en i grunden social emotion. Detta perspektiv

är relevant för idrottsturism, där många nostalgiska upplevelser just bygger på sociala band och delade erfarenheter.

Fairley & Gammon (2005) beskriver hur människor reser på grund av nostalgiska känslor kopplade till sport, platser och sociala upplevelser. De skiljer mellan objektbaserad nostalgi, exempelvis kopplad till sportarenor och sportmuseum, och socialt baserad nostalgi, där gemenskap, gruppidentitet och tidigare sociala erfarenheter står i centrum. Social nostalgi kan uppstå genom minnen av resor med lagkamrater, volontärupplevelser vid idrottsevenemang eller andra intensiva gruppsammanhang som skapar starka band. I dessa miljöer blir relationer, gruppidentitet och gemensamma rutiner centrala element som formar den nostalgiska upplevelsen.

Idrottsevenemang fungerar som mötesplatser där gemenskap stärks, lokal stolthet växer fram och kollektiva identiteter formas. Utifrån Fairley & Gammon (2005) framgår att nostalgi är nära kopplad till identitet. Både personliga och kollektiva minnen bidrar till hur individer förstår sig själva, och sport samt turism fungerar som kraftfulla identitetsmarkörer. Detta ligger i linje med Wildschut et al. (2006), som visar att nostalgi stärker sociala band, ökar känslan av tillhörighet och skapar positiva känslor, vilket förklarar varför sportens sociala världar blir särskilt kraftfulla arenor för nostalgiska upplevelser.

Fairley & Gammon (2005) betonar dessutom att nostalgi inte enbart behöver bygga på egna erfarenheter. Den kan vara ”lärd” genom medier, berättelser eller kulturella representationer, vilket innebär att även personer som inte själva upplevt en viss sportperiod kan känna nostalgi inför den. Detta fenomen, ibland kallat ”lånad nostalgi”, gör att nostalgiska känslor kan spridas genom socialisering och kulturella narrativ. Därmed breddas målgruppen för nostalgidriven idrottsturism, och nostalgi blir inte bara en emotionell dimension utan även en kommersiell resurs som kan användas av destinationer, klubbar och evenemangsarrangörer för att skapa attraktiva upplevelser.

2.7 Legacy - långsiktiga effekter av Idrottsevenemnag

Andersson (2019) uttrycker att evenemanget lämnar ofta större avtryck än vad många föreställer

sig. Det påverkar en plats på flera nivåer och skapar både materiella och immateriella spår. Detta fångas väl i legacy-begreppet, som beskriver de effekter som finns kvar efter att ett evenemang har avslutats. Det handlar alltså om mer än ekonomiska effekter, flera sektorer påverkas, och därför blir legacy-perspektivet centralt. Effekterna kan vara både positiva och negativa och kan uppstå före, under och långt efter själva evenemanget.

Enligt Andersson (2019) kan legacy förstås genom sju typer av kapital som påverkas av ett evenemang: natur-, human-, fysiskt-, finansiellt-, kulturellt-, socialt- och politiskt kapital. Detta gör legacy till en central del av evenemangsplaneringen, och för idrottsrörelsen blir det i praktiken en överlevnadsfråga att använda evenemang för att skapa långsiktiga värden. Ziakas (2014) visar samtidigt hur städer kan arbeta mer effektivt genom att betrakta evenemang som en portfölj snarare än som isolerade satsningar. Ett enskilt evenemang tenderar att ge kortsiktiga effekter, medan flera evenemang som planeras och samordnas kan skapa starkare och mer långsiktiga resultat. När evenemangen stödjer varandra, delar resurser och attraherar olika målgrupper uppstår synergier som förstärker deras totala värde. På så sätt kan kommuner skapa tydligare och mer hållbara legacy-effekter. Detta perspektiv bygger vidare på Anderssons (2019) resonemang och visar att de långsiktiga effekterna blir tydligare när evenemang ses som en helhet och inte var för sig.

Utöver de strategiska och långsiktiga aspekterna av legacy är det också viktigt att uppmärksamma de mer praktiska och situationsbundna förutsättningar som påverkar idrottsevenemangens effekter. Dessa rör bland annat publikens beteende, logistiska villkor och yttre omständigheter som kan förstärka eller försvaga evenemangets genomslag.

Utöver de strategiska aspekterna som Ziakas (2014) lyfter fram påverkas legacy även av mer praktiska förutsättningar. Enligt Salgado-Barandela et al. (2017) är sambandet mellan plats och väder centralt. Detta stödjer Andersson (2019), som lyfter fram att ett evenemangs misslyckande kan bero på ogynnsamma väderförhållanden, vilket i sin tur kan leda till ekonomiska förluster och skulder. Genom att förlägga idrottsevenemang inomhus blir det lättare att förutse publikmängd och skapa vädersäkerhet, vilket bidrar till en stabilare nivå av besökare. Utomhusevenemang är

däremot mer sårbara för väderförhållanden och gör det svårare att uppskatta exakta publiksiffror.

Ett idrottsevenemang kan också misslyckas ur ett bredare perspektiv om kapaciteten i värdstaden är otillräcklig. Om det till exempel inte finns tillräckligt med hotellrum går arrangören miste om möjligheten att låta turister stanna en extra natt. Detta kan leda till att besökare väljer att bo i andra kommuner, vilket innebär ett ekonomiskt bortfall eftersom turister behöver boende, mat och aktiviteter på platsen (Salgado-Barandela et al., 2017).

Ett misslyckat evenemang kan däremot skapa en negativ legacy, exempelvis i form av förlorat förtroende hos lokalbefolkningen, en negativ mediabild av platsen eller en ökad upplevd otrygghet. Idrottsevenemang påverkas såklart om ett elitlag åker ur högsta serien, men det finns också andra faktorer som kan bidra till att ett evenemang misslyckas. Det handlar bland annat om hur idrottsevenemanget paketeras, exempelvis genom möten mellan publik och idrottsstjärnor eller aktiviteter för barn och ungdomar. Vid idrottsevenemang finns det många element runt omkring som påverkar helheten, och arbetet med att ställa i ordning de materiella förutsättningarna får därför inte överskugga betydelsen av den sociala och kulturella legacy som också måste planeras (Andersson, 2019).

Idrottsevenemangs samhällsnytta beskriver hur evenemang skapar ekonomiska, sociala och miljömässiga effekter som kan vara direkta eller indirekta, kortsiktiga eller långsiktiga, vilket i praktiken motsvarar legacy-effekter, även om begreppet inte alltid används uttryckligt. Ekonomiskt kan evenemang bidra till ökade turismintäkter, stärkt platsvarumärke och återkommande besökare som fortsätter generera värde över tid. Socialt kan de stärka det sociala kapitalet genom nätverk och gemenskap, öka identitet och stolthet, utveckla volontärskap och kompetens samt stimulera fysisk aktivitet och välbefinnande. Miljömässigt kan effekterna vara både positiva och negativa, men evenemang kan också fungera som plattformar för att sprida hållbarhetsbudskap och inspirera till mer miljövänliga beteenden (Andersson, 2019).

Sammantaget visar källan att idrottsevenemang lämnar bestående avtryck i samhälle, ekonomi och miljö, tydliga uttryck för legacy. Dessa långsiktiga effekter understryker behovet av att planera evenemang strategiskt, så att de värden som skapas inte bara blir tillfälliga utan bidrar till hållbar utveckling över tid.

2.8 Teorins funktion & operationalisering

Teorierna används som analytiska verktyg för att tolka både de ekonomiska och sociala effekter som framkommer av elitidrott i materialet. Platsidentitet och kulturell passform används för att förstå stolthet, tillhörighet och hur laget speglar platsens värderingar. Nostalgi förklarar långsiktigt supporterskap, och legacy-perspektivet belyser de långvariga effekterna av återkommande matcher på platsens attraktionskraft.

Genom att operationalisera dessa teoretiska begrepp i form av mätbara indikatorer i enkäten och i den kvantitativa statistiken skapas en tydlig koppling mellan teori och empiri. Detta utgör grunden för studiens metodval och leder vidare till nästa kapitel, där insamling och analys av data beskrivs mer detaljerat.

3. Metod

I detta kapitel presenteras studiens metodologiska ansats samt hur det empiriska materialet kommer att samlas in. Vidare motiveras metodvalet i relation till studiens syfte och forskningsfrågor.

3.1 Metodologi och vetenskapsteoretiskt förhållningssätt

Denna studie utgår från en realistisk positivistisk positionering, där grundantagandet är att verkligheten existerar oberoende av observatören. Verkligheten betraktas som stabil och möjlig att undersöka genom att identifiera mönster, regelbundenheter och kausala samband (Ingeman, 2018). Inom denna tradition innebär ontologin att sociala fenomen och strukturer betraktas som objektiva och oberoende av människors tolkningar. Epistemologiskt utgår forskaren från att kunskap kan erhållas genom neutrala, systematiska och objektiva studier av verkligheten, där observation, mätning och analys av empiriska data står i centrum. Sanningen förstås som överensstämmelse mellan teoretiska utsagor och det som faktiskt kan observeras (Ingeman, 2018).

Utifrån dessa antaganden betonar positivismen ett deduktivt angreppssätt där forskaren utgår från befintliga teorier och formulerar hypoteser som testas empiriskt. Därefter används induktion för att generalisera resultaten.

3.1.1 Realistisk positivism

En realistisk positivistisk positionering är lämplig för denna studie eftersom den utgår från att verkligheten existerar oberoende av observatören och kan studeras genom att identifiera mönster och kausala samband. Positivismen bygger på antagandet att ”världen existerar oberoende av observatören” och att kunskap nås genom systematiska observationer och mätningar av objektiva förhållanden (Ingeman, 2018). Detta överensstämmer med studiens fokus på att analysera idrottsevenemangens effekter genom kvantitativ statistik och empiriska jämförelser.

Eftersom studien undersöker 25 medelstora svenska kommuner med elitlag inom olika sporter skapas förutsättningar för att identifiera generella mönster som kan bidra till kunskap som även är användbar i andra sammanhang där idrottsevenemang står i centrum. Sanningskriteriet inom positivismen bygger på korrespondens mellan teori och observation, vilket gör denna positionering

väl anpassad för att utveckla evidensbaserad kunskap om hur idrottsevenemang påverkar lokalsamhällen. Genom att analysera empiriska mönster kan studien på ett systematiskt sätt kartlägga hur elitidrott bidrar till ekonomiska och sociala effekter i olika kommunala kontexter.

3.2 Kvantitativ data

Den kvantitativa delen av studien består av två datakällor: sekundärstatistik om publiksiffror och gästnätter samt en enkätundersökning riktad till invånare och supportrar i de 25 utvalda kommunerna. Kvantitativ metod är lämplig eftersom studiens forskningsfrågor delvis rör mätbara fenomen såsom konsumtion, besöksflöden och upplevelser av platsidentitet. Enligt Bryman & Nilsson (2018) kännetecknas kvantitativ forskning av insamling av numeriska data, en deduktiv relation mellan teori och empiri samt en objektivistisk syn på sociala fenomen. Det innebär att forskaren utgår från teori, formulerar antaganden och prövar dessa genom mätbara variabler. Sociala fenomen ses som något som kan mätas, jämföras och analyseras statistiskt.

En viktig del av kvantitativ forskning är operationalisering, vilket innebär att abstrakta teoretiska begrepp översätts till konkreta och mätbara indikatorer. I denna studie omvandlades exempelvis begreppet platsidentitet till specifika enkätfrågor som respondenterna kunde ta ställning till, vilket möjliggör en systematisk och kvantitativ mätning av hur starkt individer identifierar sig med en plats. För att dessa mätningar ska vara tillförlitliga är reliabilitet och validitet centrala begrepp. Reliabilitet avser mätningens stabilitet och om resultaten skulle bli liknande vid upprepade mätningar, medan validitet handlar om huruvida indikatorerna verkligen fångar det teoretiska begrepp som avses att mätas (Bryman & Nilsson, 2018).

3.2.1 Dataanalys

Enligt Bryman & Nilsson (2018) innebär kvantitativ dataanalys att insamlad numerisk data bearbetas, organiseras och analyseras för att besvara forskningsfrågor, testa hypoteser och identifiera samband. Analysen syftar till att skapa struktur i materialet, möjliggöra systematiska jämförelser och dra generaliserbara slutsatser som kan kopplas till teori och tidigare forskning.

I vår studie baseras datainsamlingen på statistik från fem lag i Allsvenskan, fem lag i Superettan, fem lag i SHL, fem lag i Hockeyallsvenskan samt fem lag i Handbollsligan. I ett Excel-ark sammanställs publiksnitt för säsongerna 2021–2025 samt antalet säsonger varje lag har spelat i den högsta serien. Detta material gör det möjligt att avgränsa vilka lag som ingår i studien utifrån deras respektive kommuner. Genom denna sammanställning kan vi analysera hur idrottsturism potentiellt påverkar kommunerna, exempelvis genom att koppla publiksiffror till gästnätter och andra indikatorer på lokal besöksnäring. *(Se Bilaga 1).*

I nästa steg analyseras gästnätterna i de kommuner där lagen är baserade. Gästnattstatistiken under matchdagarna undersöks och sammanställs därefter med ett genomsnittsvärde, det vill säga medelvärdet för hela säsongen. På så sätt får vi en bredare förståelse för idrottsevenemangens lokala effekter. Analysen utgår från gästnattsstatistik från Tillväxtverket, som vi relaterar till respektive sport. Fotboll spelas mellan slutet av mars och november och har dessutom ett sommaruppehåll under juni månad, medan ishockey och handboll har sina säsonger från mitten av september till slutet av april. Detta gör det möjligt att jämföra gästnattsmönster över olika perioder och idrotter. *(Se Bilaga 2).*

Utifrån detta kommer vi att titta på matchdagarna för säsongen 2024/2025 och undersöka om gästnattstatistiken ökar de dagar då ett evenemang äger rum. Vi kommer att föra in varje besöksantal per match i Excel och därefter beräkna om statistiken visar någon ökning.

En viss försiktighet måste dock tas i beaktande, eftersom vi inte kan garantera att inga andra evenemang äger rum samma dag, samt att en betydande mängd svenskar har semester under sommarmånaderna. Detta gäller särskilt i större kommuner där utbudet av aktiviteter är omfattande. Trots dessa osäkerhetsfaktorer ger analysen ändå en övergripande bild av hur idrottsturism varierar beroende på kommun.

Enkäten är uppdelad i fyra tematiska områden som tillsammans undersöker hur invånare och supportrar upplever elitlagens betydelse för kommunen. (1) Den första delen består av

bakgrundsfrågor som kartlägger respondenternas ålder, bostadsort, geografiska koppling till laget och vilket elitlag deras svar avser. (2) Den andra delen behandlar upplevelser av platsidentitet och kulturell passform, där frågor rör lokal stolthet, gemenskap och hur väl laget anses representera platsens kultur och värderingar. (3) Den tredje delen fokuserar på sportsliga förändringar och undersöker hur upp- och nedflyttningar påverkar intresse, engagemang och relationen till laget över tid. (4) Den fjärde delen rör konsumtion och vistelsemönster i samband med matchdagar, såsom resavstånd, vistelselängd, färdmedel och utgifter. Genom dessa fyra sektioner fångar enkäten både sociala och ekonomiska dimensioner av idrottsevenemangens effekter, vilket möjliggör en analys av hur elitidrott bidrar till lokal identitet, stolthet och turistekonomiska flöden.

Våra enkätsvar kommer att analyseras med kvantitativ dataanalys i SPSS. Analysen fokuserar på att identifiera återkommande mönster och tendenser i materialet, vilket görs genom deskriptiv statistik i form av univariat analys. Enligt Bryman & Nilsson (2018) används deskriptiv statistik för att ge en tydlig och överskådlig bild av hur variablerna fördelar sig, och genom att beräkna exempelvis medelvärden och frekvenser kan vi skapa en övergripande förståelse för hur supportrar uppfattar elitlaget och dess betydelse för respektive kommunen.

När vi i studien talar om ”lokalbefolkningens uppfattningar” avser vi den del av lokalbefolkningen som både bor i kommunen och följer elitlaget. Enkäten riktades därför till kommunbaserade supportergrupper och lokala digitala forum, vilket innebär att materialet fångar uppfattningar hos invånare som faktiskt interagerar med laget i vardagen. Detta gör det möjligt att analysera hur just denna grupp upplever lagets betydelse för kommunen.

För att undersöka samband mellan variabler använder vi dessutom bivariat analys genom Pearsons korrelation, en metod som mäter linjära relationer mellan kvantitativa variabler. Korrelationen uttrycks som ett värde mellan −1 och 1, där värden nära 1 indikerar ett starkt positivt samband, värden nära 0 visar att inget samband föreligger och värden nära −1 indikerar ett starkt negativt samband, vilket innebär att variablerna förändras i motsatt riktning. Genom att kombinera deskriptiv och bivariat analys kan vi både strukturera datan, genomföra systematiska jämförelser

och koppla resultaten till våra teoretiska utgångspunkter och hypoteser (Bryman & Nilsson, 2018).

3.2.2 Urval

Utifrån vårt urval beskriver Bryman & Nilsson (2018) att forskare ibland behöver använda personer som kan hjälpa till att sprida en enkät vidare till andra relevanta deltagare. Detta kallas snöbollsurval och innebär att man först etablerar kontakt med ett mindre antal personer, som därefter skickar enkäten vidare inom sina nätverk. För en mindre kommun, som exempelvis Degerfors, är detta ett effektivt tillvägagångssätt eftersom information ofta sprids snabbt när den väl når rätt personer.

För att nå potentiella deltagare i de valda elitlagen kommer vi att använda samma grundprinciper som i exemplet från Degerfors. Inledningsvis tillämpar vi ett strategiskt urval (Bryman & Nilsson, 2018), vilket innebär att vi riktar oss till personer som genom sina roller eller nätverk har goda förutsättningar att sprida enkäten vidare. Det kan handla om administratörer för supportergrupper, lokala platsbundna grupper och kommunikationsansvariga i klubbarna eller individer med ett stort kontaktnät inom respektive förening. När dessa personer delar enkäten vidare övergår processen i ett snöbollsurval, där spridningen fortsätter genom deltagarnas egna nätverk.

För att ytterligare bredda urvalet distribuerades enkäten via Facebookgrupper eftersom dessa utgör naturliga samlingsplatser för engagerade supportercommunityn och därmed möjliggör effektiv åtkomst till studiens målgrupp. Facebook är en etablerad och kostnadseffektiv kanal för att snabbt rekrytera stora mängder deltagare, särskilt när forskningen riktar sig mot specifika eller svåråtkomliga populationer. Samuels & Zucco (2013) visar att "*Facebook can be a cost-effective tool for rapidly recruiting large samples of participants anywhere in the world*", vilket gör plattformen särskilt användbar i samhällsvetenskapliga studier där traditionella urvalsramar saknas eller är svåra att tillämpa. Genom att dela enkäten, i platsbundna grupper och supportergrupper kan studien nå personer som redan är aktiva i lokala idrottssammanhang, vilket ökar sannolikheten för relevanta och informativa svar. Totalt delades enkäten i Facebookgrupper med mellan 500 och 15 000 medlemmar. Detta gav en bred men svårkontrollerad spridning. Utöver detta uppmanades respondenterna att själva dela vidare enkäten till andra sportintresserade personer, vilket ytterligare

ökade räckvidden men samtidigt gjorde det omöjligt att fastställa hur många individer som faktiskt nåddes. Trots osäkerheten bedöms urvalet som ändamålsenligt för studiens syfte och målgrupp.

3.2.3 Enkätens utformning och datainsamling

Enkäten inleddes med en spärrfråga som säkerställde att inga minderåriga deltog i studien. Respondenterna kunde endast svara ja eller nej på frågan ”Är du över 18 år?”. Om svaret var nej avslutades enkäten automatiskt, deltagaren tackades för sitt intresse och skickades ut från enkäten. Som det uttrycks i resultatdelen: ”*Om man svarade nej avslutades enkäten direkt, deltagaren tackades för sitt intresse och skickades ut från enkäten.*”

Samtliga frågor i enkäten var obligatoriska, vilket innebär att bortfall inom enskilda frågor inte förekommer. Detta säkerställer en komplett datamängd för samtliga variabler och möjliggör en mer tillförlitlig analys av samband och mönster. Som dokumentet beskriver: ”*Samtliga frågor i enkäten var obligatoriska, vilket innebär att vi erhöll en svarsfrekvens på 100 procent*.”

För att säkerställa en enhetlig tolkning av frågorna förtydligades i enkäten att samtliga frågor som rör matchbesök, resor, vistelse och konsumtion avser hemmamatcher i lagets hemkommun. Bortamatcher ingår inte i studiens datainsamling.

Totalt besvarades enkäten av 481 respondenter, vilket utgör studiens huvudsakliga kvantitativa underlag. Denna datamängd möjliggör både deskriptiva analyser och bivariat analys genom Pearsons korrelation.

3.3 Kvalitativ data

Enligt Bryman & Nilsson, (2018) är kvalitativ forskning en forskningsstrategi som syftar till att förstå människors erfarenheter, uppfattningar, handlingar och den mening de tillskriver sin sociala verklighet. Till skillnad från kvantitativ forskning, som främst fokuserar på mätning, kvantifiering och generalisering, betonar kvalitativ forskning i stället djup, sammanhang och tolkning. Denna ansats används när forskaren vill undersöka hur människor upplever sin vardag, hur sociala

processer fungerar och hur olika fenomen får betydelse i specifika kontexter. Kvalitativ forskning är därför särskilt lämpad för att fånga nyanser, komplexitet och sociala sammanhang.

Bryman & Nilsson, (2018) beskriver vidare den kvalitativa forskningsprocessen som ofta iterativ, vilket innebär att datainsamling, analys och teoriutveckling sker växelvis och i samspel med varandra. Detta betyder att forskaren kan återvända till fältet, samla in ytterligare material och justera sina forskningsfrågor under arbetets gång. På så sätt präglas kvalitativ forskning av en flexibel process där förståelsen successivt fördjupas

I relation till studiens realistiskt positivistiska positionering betraktas dokumenten som stabila och objektiva källor som kan analyseras systematiskt. Eftersom dokument är icke-reaktiva och inte påverkas av forskarens närvaro passar de positivismens krav på neutralitet och observerbar empiri. Den kvalitativa delen används därför inte för att tolka personliga tolkningar , utan för att identifiera mönster och strukturer som kompletterar den kvantitativa analysen (David & Sutton, 2016).

3.3.1 Dokumentanalys

I studien genomförs även en textanalys. Enligt David & Sutton (2016) kan textuella data omfatta olika typer av dokument och texter som analyseras för att förstå organisatoriska och sociala sammanhang. I denna studie används följande dokument:

- Tillväxtverket – *Beslut om stöd*
- Visit Värmland – *Projektansökan ”Evenemang som resurs”*
- ETOUR – *Forskningsrapport om sociala effekter*
- Riksidrottsförbundet – *Idrottens samhällsnytta*
- SEF – *Fotbollsplanen mitt i byn*
- Impact by SHL – *Färjestad BK:s samhällsvärde*

Motiveringen till urvalet av dokument grundar sig i att de representerar offentliga aktörer, regionala utvecklingsorganisationer, elitidrottens egna samhällsrapporter samt forskning. Tillsammans ger de ett brett spektrum av perspektiv, från forskningsbaserade analyser till hur evenemang och sociala värden formuleras i praktiskt, organisatoriskt arbete. Dokumenten belyser centrala teman som

sociala värden, platsidentitet, evenemangens roll i samhällsutvecklingen och idrottens samhällsnytta. De används för att förstå hur olika aktörer beskriver sociala mål, identitet och vilken funktion idrottsevenemang tillskrivs i lokalsamhället.

Detta ligger i linje med David & Suttons (2016) definition av textuella data, där dokument betraktas som en källa till att förstå organisatoriska och sociala sammanhang utan att påverkas av forskarens närvaro.

Till skillnad från intervjuer och observationer är textuella data icke-reaktiva, vilket innebär att materialet inte förändras beroende på forskarens deltagande (David & Sutton, 2016). Samtidigt produceras dokument alltid i ett specifikt syfte och speglar hur organisationer väljer att framställa sig själva, exempelvis genom att betona vissa mål, problemformuleringar eller prioriteringar. Detta kräver en medvetenhet om att forskarens förförståelse kan påverka vilka aspekter som uppmärksammas i texten. Genom att arbeta systematiskt och hålla analysen nära dokumentens faktiska innehåll minimeras denna påverkan, vilket gör dokumentanalysen till ett stabilt och värdefullt komplement till den kvantitativa datan.

Dokumenten lästes igenom systematiskt vid flera tillfällen för att identifiera formuleringar som berörde sociala värden, platsidentitet, gemenskap, inkludering, attraktivitet och evenemangens funktion i samhällsutvecklingen. Relevanta uttryck markerades och sorterades i övergripande teman, såsom platsidentitet, social hållbarhet och evenemang som resurs, vilket möjliggjorde en strukturerad analys av hur aktörer beskriver idrottsevenemangens betydelse.

Analysen hölls nära dokumentens faktiska innehåll för att minimera forskarens påverkan, i linje med realistisk positivism och David & Suttons (2016) syn på textuella data som icke-reaktiva källor. Dokumentanalysen fungerar därmed som ett stabilt och transparent komplement till den kvantitativa datan.

Kodningen redovisas inte i detalj eftersom dokumentanalysen främst syftar till att komplettera den

kvantitativa datan snarare än att utveckla en fullständig kvalitativ kodningsmodell. Dokumentanalysen fungerar därför som ett stöd till den kvantitativa delen genom att belysa hur olika aktörer formulerar platsidentitet och beskriver evenemangens roll i samhällsutvecklingen. Detta gör det centralt att undersöka hur dokumenten uttrycker dessa perspektiv och hur de tillsammans bidrar till en fördjupad förståelse av idrottsevenemangens betydelse i en lokal kontext.

3.4 Flermetodsforskning

Enligt Bryman & Nilsson (2018) innebär flermetodsforskning att forskaren kombinerar kvantitativa och kvalitativa metoder i samma studie för att få en mer nyanserad och heltäckande förståelse av det fenomen som undersöks. En sådan metodkombination kan användas på olika sätt beroende på studiens syfte. Ett vanligt motiv är triangulering, vilket innebär att resultat från en metod jämförs med resultat från en annan för att undersöka om de bekräftar varandra. På så sätt kan studiens trovärdighet stärkas.

Ett annat motiv är kompensation, där den ena metodens svagheter vägs upp av den andras styrkor. Kvantitativa metoder kan exempelvis bidra med överblick, struktur och viss generaliserbarhet, medan kvalitativa metoder kan ge en djupare förståelse för upplevelser, processer och sociala sammanhang. Ett tredje centralt motiv är fullständighet, vilket innebär att kombinationen av metoder ger en mer komplett bild av forskningsproblemet än vad en enskild metod hade kunnat ge. Kvantitativ forskning kan exempelvis synliggöra mönster och samband, medan kvalitativ forskning kan förklara hur dessa mönster upplevs, tolkas och skapas i praktiken (Bryman & Nilsson, 2018).

I denna studie används flermetodsforskning främst utifrån motivet kompensation. Detta innebär att de kvantitativa data, som utgör studiens huvudsakliga datainsamlingsmetod, ger möjlighet att samla in information som kan mätas, struktureras och analyseras statistiskt. De kvalitativa inslagen fungerar samtidigt som ett komplement genom att bidra med mer djupgående data, vilket möjliggör en fördjupad förståelse av hur respondenter uppfattar och upplever det fenomen som studeras. Kombinationen av dessa metoder gör det därmed möjligt att både identifiera övergripande

mönster och fånga de mer nyanserade och tolkande dimensionerna av studiens undersökningsområde.

3.5 Etiska ställningstaganden

Forskning som involverar människor kräver tydliga och genomtänkta etiska ställningstaganden. Eftersom studien bygger på en enkät till lokalbefolkningen behöver denna metod genomföras på ett etiskt hållbart sätt. Arbetet utgår från de forskningsetiska principer som beskrivs av Bryman & Nilsson (2018).

3.5.1 Kvantitativ data

Enkätrespondenter får tydlig information innan de deltar i studien. I enkäten presenteras därför studiens syfte, information om frivillighet och rätten att avbryta när som helst. För enkäten anses det tillräckligt att deltagaren väljer att besvara frågorna efter att ha tagit del av informationstexten, vilket utgör ett informerat samtycke. Enkätrespondenterna kommer att vara helt anonyma, och inga personuppgifter samlas in. All data som analyseras i SPSS raderas när studien är avslutad. Även i enkäten undviks frågor som kan upplevas som känsliga eller identifierande, och allt material används enbart för detta forskningsprojekt (Bryman & Nilsson, 2018).

3.6 Metoddiskussion

Studien bygger på en flermetodsansats där kvantitativa och kvalitativa metoder kombineras för att fånga både ekonomiska effekter och sociala upplevelser kopplade till idrottsevenemang. Publiksiffror, gästnätter och enkätdata utgör en stabil kvantitativ grund som möjliggör jämförelser mellan kommuner och lag, medan dokumentanalysen tillför förklarande och kompletterande perspektiv som fördjupar förståelsen av de mönster som framträder i statistiken. Genom att kombinera dessa datakällor skapas en mer heltäckande bild av hur elitidrottens effekter tar form i lokalsamhället.

Metodens styrkor ligger i användningen av standardiserade enkätfrågor, återkommande officiell statistik och en systematisk analysprocess. Dessa komponenter bidrar till att mätningen blir enhetlig och tillförlitlig, vilket gör det möjligt att identifiera återkommande samband mellan lagets

prestationer, konsumtion och upplevelser av platsidentitet. Urvalet av kommuner och lag är metodologiskt motiverat eftersom storstäder exkluderades för att undvika påverkan från parallella evenemang, och herrlag inkluderades på grund av större publikunderlag och tydligare lokal identitet. Detta stärker studiens jämförbarhet, men innebär samtidigt att resultaten främst är giltiga för orter och kommuner med liknande strukturella förutsättningar.

Inom denna studien finns det metodologiska begränsningar som påverkar studiens räckvidd. Snöbollsurvalet ger tillgång till en svåråtkomlig målgrupp, men tenderar att samla individer med liknande engagemangsnivåer, vilket begränsar generaliserbarheten. Även om sekundärstatistiken är 34 stabil och återkommande kan den påverkas av faktorer som studien inte kan kontrollera, vilket innebär att resultaten bör tolkas som indikationer på mönster snarare än exakta mått på idrottens effekter.

Sammantaget innebär dessa metodval att studien vilar på en robust men samtidigt kontextberoende grund, där kombinationen av kvantitativa och kvalitativa data ger både bredd och djup men också kräver eftertanke kring hur resultaten ska tolkas. För att bedöma styrkan i denna metodansats blir det därför centralt att diskutera studiens reliabilitet och validitet, det vill säga hur tillförlitliga mätningarna är och i vilken utsträckning de faktiskt fångar de fenomen som avses.

3.6.1 Validitet & Reliabilitet

Enligt Bryman (2018) avser reliabilitet hur pålitligt ett mätinstrument är, det vill säga i vilken utsträckning en mätning ger samma resultat vid upprepade tillfällen. Författaren lyfter tre centrala former av reliabilitet: stabilitet, som handlar om att resultaten ska vara oförändrade över tid; intern reliabilitet, som avser hur väl flera frågor som ska mäta samma begrepp hänger samman; samt interbedömarreliabilitet, som innebär att olika personer som analyserar samma material gör liknande tolkningar. I denna studie blir dessa tre former relevanta på olika sätt. Stabilitet bedöms som god i den kvantitativa delen eftersom publiksiffror, gästnätter och sportsliga resultat bygger på återkommande mätningar från etablerade källor som exempelvis Tillväxtverket med standardiserade metoder. Även enkätens stabilitet bedöms som hög då urvalet består av supportrar.

Om samma enkät genomfördes med samma grupp vid ett annat tillfälle skulle resultaten sannolikt vara liknande.

Intern reliabilitet stärks genom att flera enkätfrågor är utformade för att mäta samma underliggande begrepp, exempelvis olika dimensioner av platsidentitet. Detta gör att svaren kan jämföras och prövas mot varandra, vilket ökar precisionen i mätningen. När det gäller interbedömarreliabilitet är den främst relevant för dokumentanalysen. Genom att vi använder en gemensam analysram och tydliga kriterier för hur dokumenten ska tolkas minskar risken för att våra individuella tolkningar skiljer sig åt. Detta gör att analysen blir mer konsekvent och mindre beroende av vem som läser materialet.

För att kunna bedöma hur bra studien faktiskt fångar det som ska undersökas, och hur starka slutsatserna är, behöver man diskutera studiens validitet. Enligt Bryman (2018) handlar validitet om hur väl underbyggda och logiska slutsatserna i en studie är. Validitet består av flera delar, där mätningsvaliditet, intern validitet och extern validitet är mest relevanta här. Tillsammans visar de både hur bra studiens begrepp har översatts till något som går att undersöka, och hur långt resultaten kan tolkas och användas i andra sammanhang.

Intern validitet avser möjligheten att fastställa orsakssamband. Eftersom studiens design inte tillåter kausala tolkningar är den interna validiteten begränsad. Samband som identifieras, exempelvis mellan lagets ligatillhörighet och invånarnas stolthet, kan inte förstås som direkta orsakssamband. Andra faktorer, såsom kulturell passform, historisk närvaro eller publikens generella engagemang, kan samtidigt påverka resultaten. Studien kan därför visa mönster och relationer, men inte fastställa vad som orsakar vad.

Extern validitet rör möjligheten att generalisera resultaten till andra sammanhang. Då studien omfattar 25 små och medelstora kommuner med etablerad elitidrott är resultaten främst överförbara till liknande idrotts- och platskontexter. Generaliserbarheten till större städer eller andra typer av idrottsmiljöer är mer begränsad, vilket följer av studiens avgränsningar.

Mätningsvaliditet handlar om hur väl mätinstrumenten fångar de teoretiska begrepp de avser att mäta. Enkätens indikatorer har därför utformats direkt utifrån tidigare forskning och de centrala begreppen i det teoretiska ramverket, såsom platsidentitet, kulturell passform och idrottens sociala betydelse. Detta stärker träffsäkerheten i operationaliseringen och därmed mätningsvaliditeten.

3.6.2 Kritisk reflektion

Den kvantitativa enkäten ger en bred översikt över deltagarnas upplevelser av platsidentitet, gemenskap och konsumtionsmönster, medan dokumentanalysen fördjupar förståelsen av hur organisationer arbetar med idrottsevenemang och hur dessa positioneras i lokala utvecklingsstrategier. Kombinationen skapar en bred empirisk grund, men metodvalet innebär samtidigt flera begränsningar som påverkar studiens räckvidd och tolkningar.

Snöbollsurvalet, som användes för att nå en svåråtkomlig målgrupp, riskerar att överrepresentera redan engagerade supportrar. Eftersom spridningen skedde via lokala nätverk och Facebookgrupper går det inte att fastställa hur många personer som nåtts, vilket omöjliggör en traditionell bortfallsanalys. Det blir därför viktigt att utgå från de variabler som faktiskt samlats in, såsom ålder, geografisk koppling, engagemangsnivå och matchdeltagande, för att identifiera möjliga skevheter i urvalet och resonera om dess representativitet.

(Figur 2) visar att studien omfattar ett brett åldersspann, från 18 till 65+, där majoriteten av respondenterna återfinns i åldersgrupperna 25–34 och 35–44 år. Samtidigt är yngre vuxna (18–24 år) och medelålders gruppen (45-64 år) väl representerade, medan den äldsta gruppen (65+) utgör en mindre andel. Detta indikerar att enkäten främst har nått aktiva och digitalt närvarande målgrupper, vilket är i linje med urvalsmetoden. Detta tyder på att studien har fångat flera generationer av supportrar, men med viss tyngd på (25-34 år) och (35-44 år) individer. Detta skapar goda förutsättningar att analysera hur olika åldersgrupper relaterar till sina elitlag och till platsidentitet.

I *(Figur 3)* framgår att svaren är tydligt överrepresenterade från Karlstad och Örebro. En rimlig förklaring är att båda forskarna har en geografisk koppling till dessa orter och dessutom är bosatta i

Karlstad under studietiden, vilket kan ha påverkat spridningen av enkäten genom närhet till sociala nätverk och lokala kontaktytor. Detta ökar sannolikheten att enkäten främst nått personer i dessa regioner. Samtidigt bidrar forskarnas olika bakgrunder, där Filip ursprungligen kommer från Halland och Hussein från Örebro län, till att urvalet ändå fått en viss geografisk bredd. Sammantaget kan överrepresentationen förstås som en konsekvens av forskarnas hemvist och nuvarande bostadsort, men urvalet omfattar trots detta flera olika delar av landet.

Den kvalitativa analysen kräver dessutom ett reflexivt förhållningssätt. Eftersom studien behandlar lokal identitet och samhällsengagemang befinner sig forskaren nära den kontext som undersöks, vilket gör det nödvändigt att synliggöra hur egna erfarenheter och antaganden kan påverka tolkningen. Genom att tydliggöra dessa överväganden stärks studiens transparens och trovärdighet. Ett alternativ hade varit att genomföra semistrukturerade intervjuer för att fördjupa förståelsen av hur invånare upplever platsidentitet och hur de ekonomiska effekterna av idrottsevenemang tar form i vardagen. En sådan metod hade kunnat ge mer nyanserade beskrivningar av relationen mellan lag, plats och invånare. Intervjuer valdes dock bort eftersom anonymiteten i en enkät bedömdes öka sannolikheten för mer ärliga och spontana svar i frågor som rör lokal stolthet och konsumtion. Dessutom omfattar studien 25 lag i 25 olika kommuner, vilket hade krävt ett mycket omfattande intervjumaterial för att uppnå jämförbarhet. Ett sådant upplägg hade blivit både metodologiskt och tidsmässigt svårt att genomföra inom ramen för studien.

Den sekundära statistiken som används, såsom publiksiffror, gästnätter och sportsliga resultat över tid, ger en stabil kvantitativ grund men är samtidigt beroende av externa faktorer som studien inte kan kontrollera. Gästnätter kan exempelvis påverkas av parallella evenemang, säsongsvariationer eller andra lokala aktiviteter, vilket gör det svårt att isolera effekter som enbart kan kopplas till elitidrottens evenemang. Detta innebär att resultaten bör tolkas som indikationer på mönster snarare än exakta mått på idrottens ekonomiska påverkan.

Valet av realistisk positivism innebär att studien söker identifiera mönster och sannolika samband snarare än att förstå identitet som en subjektiv och förhandlad process. Detta stärker studiens

struktur och möjliggör jämförbarhet mellan kommuner, men innebär samtidigt att vissa nyanser av invånarnas upplevelser riskerar att förenklas när de översätts till mätbara indikatorer.

Flera centrala begrepp, såsom platsidentitet och kulturell passform, har operationaliserats genom självskattningsfrågor. Detta gör begreppen mätbara och möjliga att analysera statistiskt, men innebär också att komplexa sociala processer reduceras till indikatorer som inte fångar hela fenomenets djup. Resultaten bör därför förstås som uttryck för upplevda tendenser snarare än fullständiga beskrivningar av identitets- och kulturprocesser.

Sammantaget innebär dessa metodologiska överväganden att studiens resultat bör tolkas med medvetenhet om de begränsningar som präglar både datainsamling och analys, men också med förståelse för att kombinationen av flera datakällor ger en robust grund för att identifiera mönster och tendenser i hur elitidrott påverkar lokal platsidentitet och ekonomiska flöden

4. Resultat & Analys

Detta kapitel presenterar studiens empiriska material. Genom att redovisa resultat från kvantitativ statistik, enkätundersökning och dokumentanalys skapas en empirisk grund för att förstå hur idrottsevenemang påverkar platsidentitet, konsumtion och lokalsamhällets utveckling. Resultaten ligger till grund för den efterföljande analysen, där studiens teoretiska ramverk används för att tolka och förklara de mönster som framträder i materialet.

4.1 Svenska elitklubbar

De svenska herr elitklubbar som har valts ut till denna studie består av fem elitlag från fem olika ligor. För fotbollens del ingår följande klubbar från **Allsvenskan**: Halmstad BK, Mjällby AIF, Kalmar FF, IF Elfsborg och IFK Norrköping. Från **Superettan** ingår: Degerfors IF, Helsingborgs IF, Landskrona BoIS, Örebro SK och Östers IF. Inom ishockey representeras **Hockeyallsvenskan** av: Västerås IK, IF Björklöven, MoDo Hockey, Mora IK och Södertälje SK. Från **SHL** ingår: Färjestad BK, Brynäs IF, Leksands IF, Skellefteå AIK och Luleå Hockey. Slutligen representeras **Handbollsligan** av: IFK Kristianstad, IF Hallby, IFK Skövde, Eskilstuna Guif IF och Ystads IF H. (*Se urvalet i bilaga 1).*

4.1.1 Publiksiffror och arenakapacitet

Publiksiffrorna uppvisar stabila nivåer över de fyra studerade säsongerna (2021-2025), med tydliga skillnader mellan sporterna. SHL-lagen ligger genomgående på höga publiksnitt omkring 6 000–7 500 åskådare per match. I Allsvenskan varierar publiksnittet mellan cirka 3 000 och 8 800, medan Superettan uppvisar en bredare spridning från ungefär 2 500 till över 7 000 åskådare. Handbollsligan har lägre nivåer, ofta mellan 1 000 och 3 000 åskådare per match. Arenakapaciteten följer i regel kommunstorleken, med undantag för Degerfors och Leksand som har relativt stora arenor i förhållande till sin befolkningsmängd. Samtliga publiksiffror och kapaciteter framgår i (*bilaga 1).*

4.1.2 Sportsliga resultat över tid

De sportsliga resultaten omfattar fyra säsonger, från 2021/2022 till 2024/2025, och visar variationer mellan lagen över tid. Flera lag uppvisar stabila placeringar under perioden, exempelvis IFK Norrköping och Leksand IF, medan andra lag har tydligare förändringar mellan säsongerna, såsom Mjällby AIF och MoDo Hockey. Antalet säsonger i högsta serien skiljer sig också markant mellan lagen, vilket illustrerar variationer i historisk närvaro och etablering. Sammantaget visar materialet att sportsliga resultat förändras både mellan lag och över tid, vilket ger ett empiriskt underlag för att beskriva sportsliga förändringar som en del av elitidrottens lokala betydelse (*Se urvalet i bilaga 1*).

4.2 Gästnätter Svenska elitklubbar

Materialet består av en tabell som redovisar hemmamatcher för 25 elitlag inom fotboll, ishockey och handboll. För varje match anges datum samt antalet registrerade kommersiella gästnätter (P), baserat på hotell, stugbyar, vandrarhem och campingplatser. Tabellen inkluderar även genomsnittligt antal gästnätter per lag över hela säsongen.

Resultaten visar tydliga skillnader mellan sporterna samt stora variationer inom respektive liga. SHL-lagen genererar generellt höga nivåer av gästnätter per match, medan handbollsligan uppvisar lägre men mer stabila nivåer. Inom samma liga är variationerna dock betydande. Exempelvis når Helsingborg kommun toppnivåer över 4 400 gästnätter per match, medan Degerfors kommun ligger på betydligt lägre nivåer, mellan 8 och 44 gästnätter per match. Leksand kommun har ett genomsnitt per match 655 gästnätter och Luleå kommun 1366 gästnätter i genomsnitt.

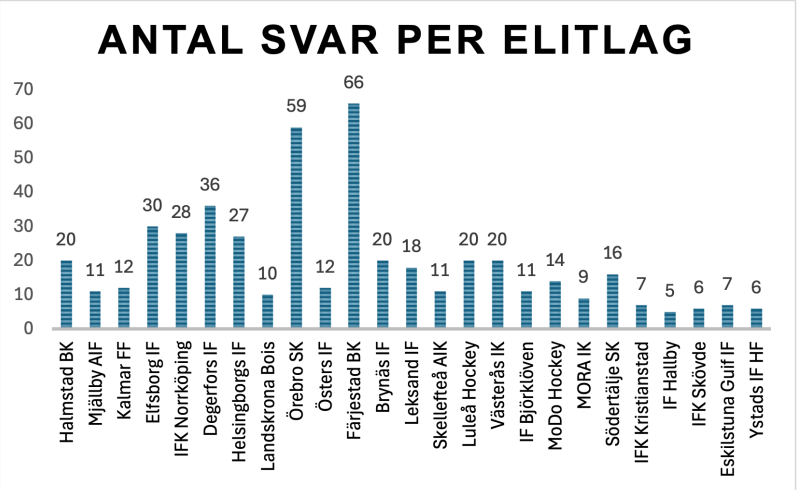
Flera lag uppvisar dessutom enstaka matcher som avviker kraftigt från det normala mönstret. Halmstads- och Umeås kommun är exempel på detta, med toppnoteringar över 3 000 gästnätter. Även genomsnittsnivåerna skiljer sig tydligt mellan kommuner, där större kommuner generellt har högre värden än mindre.

Sammanfattningsvis ger tabellen ett konkret underlag för att analysera hur hemmamatcher påverkar antalet gästnätter, samt hur dessa effekter varierar beroende på sport och lag (*Se Bilaga 2*).

4.3 Bakgrundsfrågor

Frågorna i denna kategori stärker studiens trovärdighet genom att säkerställa att urvalet är relevant för forskningsfrågorna och att respondenterna faktiskt representerar de grupper som studien avser att undersöka. Bakgrundsfrågorna gör det möjligt att beskriva respondenternas demografiska profil, deras koppling till elitlaget samt deras matvanor. Dessa variabler utgör grunden för att senare kunna analysera skillnader mellan olika grupper och förstå hur konsumtion och platsidentitet samspelar i relation till elitlagens lokala betydelse.

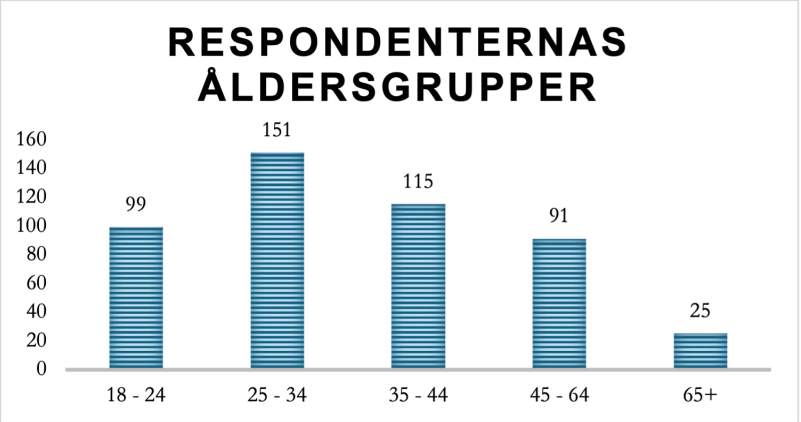
Den första frågan i denna kategori visar hur många enkätsvar som inkommit per elitlag i studien. Färjestad BK har det högsta antalet svar (66), följt av Örebro SK (59) och Degerfors IF (36). Övriga lag uppvisar lägre svarsfrekvenser, vilket indikerar att deltagandet varierar mellan klubbarna. Totalt har 481 personer besvarat enkäten.



Figur 1 - Vilket elitlag gäller dina svar?

I enkätens andra fråga undersöktes vilken åldersgrupp respondenterna tillhör för att ge en tydligare bild av urvalets demografiska sammansättning. Frågan löd: ”Vilken åldersgrupp tillhör du?” I figur 2 presenteras resultatet, där den största åldersgruppen är 25–34 år med 151 respondenter.

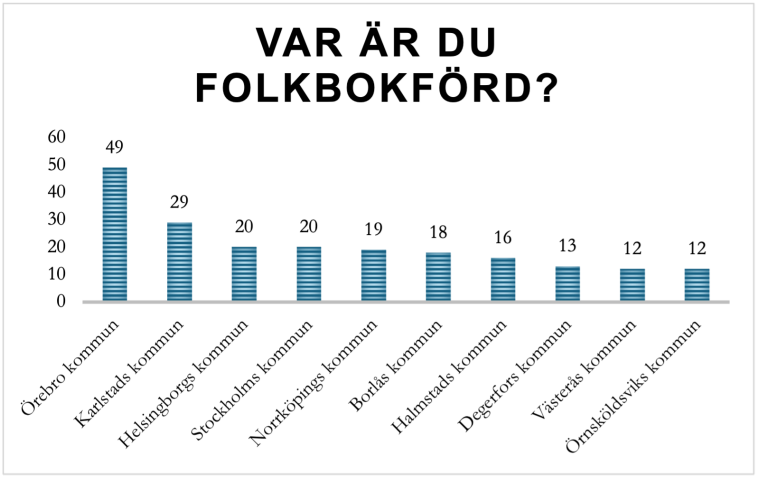
Den näst största gruppen är 35–44 år (115 respondenter), följt av 18–24 år (99 respondenter). Därefter återfinns åldersgruppen 45–64 år med 91 respondenter. Den minsta gruppen utgörs av personer som är 65 år eller äldre, där 25 respondenter har angett detta alternativ.



Figur 2 - Vilken åldersgrupp tillhör du?

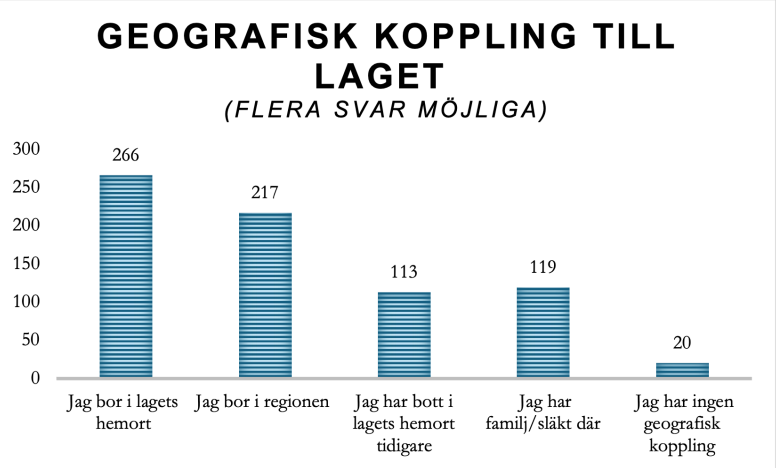
I enkätens tredje fråga undersöktes var respondenterna är folkbokförda för att ge en översikt över den geografiska spridningen i urvalet. Syftet med frågan är att tydliggöra hur stor del av respondenterna som bor i den kommun där deras elitlag är verksamt, samt hur många som kommer från andra delar av landet. I figur 3 presenteras de 10 kommuner som har flest svar. Utöver dessa återfinns respondenter i ytterligare 99 kommuner. Sammanlagt omfattar materialet därmed svar från 110 olika kommuner, vilket visar på en mycket bred geografisk spridning. (se *bilaga 3* för fullständig kommunförteckning).

Den kommun som har flest respondenter är Örebro kommun med 49 personer, följt av Karlstads kommun med 29 personer och Norrköpings kommun med 19 personer. Även Borås kommun (18), Halmstads kommun (16) och Degerfors kommun (13) uppvisar relativt höga svarsfrekvenser. Utöver dessa återfinns mindre grupper av respondenter i ett stort antal kommuner runt om i landet. Två respondenter uppger att de är folkbokförda utomlands.



Figur 3 - Var är du folkbokförd?

I enkätens fjärde fråga undersöktes vilken geografisk koppling respondenterna har till det elitlag de håller på, för att ge en bild av hur relationen mellan lag och plats ser ut i urvalet. Respondenterna kunde välja flera alternativ. Resultatet, som presenteras i figur 4, visar att den största gruppen uppger att de bor i lagets hemort (266 svar). Den näst största gruppen består av personer som bor i lagets region (217 svar). Därefter följer alternativet ”Jag har familj/släkt där” med 119 svar, samt ”Jag har bott i lagets hemort tidigare” med 113 svar. Avslutningsvis uppger 20 respondenter att de inte har någon geografisk koppling till laget.



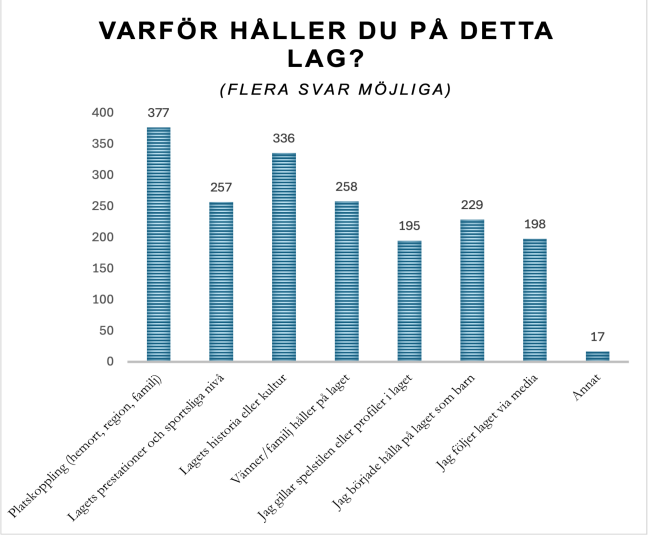
Figur 4 - Har du någon geografisk koppling till laget du håller på?

4.4 Platsidentitet & kulturell passform

Frågorna i denna kategori stärker studiens analys genom att undersöka hur respondenterna upplever sin känslomässiga och symboliska koppling till elitlaget och den plats laget representerar. Dessa frågor belyser centrala aspekter av platsidentitet, såsom stolthet, tillhörighet och igenkänning, samt hur väl laget uppfattas passa ihop med kommunens varumärke. Genom att mäta både känslomässig anknytning och upplevd kulturell passform skapas ett underlag för att förstå hur idrottsevenemang och sportsliga prestationer påverkar invånarnas bild av sin hemort. Resultaten utgör därmed en grund för att senare analysera hur identitet, konsumtion och lokal attraktionskraft samspelar i relation till elitidrotten.

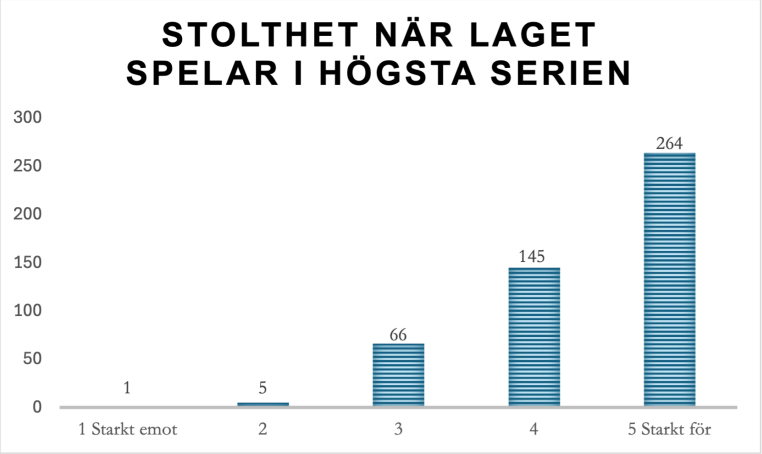
I den första frågan inom denna kategori undersöks varför respondenterna håller på sitt elitlag. Frågan möjliggör flera svarsalternativ för att fånga bredden i respondenternas motiv Resultatet, som presenteras i figur 5, visar att det vanligaste motivet är en geografisk koppling till

laget, såsom hemort, region eller familj (377 svar). Därefter följer lagets historia eller kultur med 336 svar. Det tredje vanligaste motivet är att vänner eller familj håller på laget (258 svar), tätt följt av lagets prestationer och sportsliga nivå (257 svar). Ett annat vanligt motiv är att respondenterna började hålla på laget som barn, vilket 229 personer har angett. Vidare uppger 198 respondenter att de följer laget via media, och 195 anger att de gillar lagets spelstil eller profiler. Alternativet ”Annat” har valts av 17 respondenter.



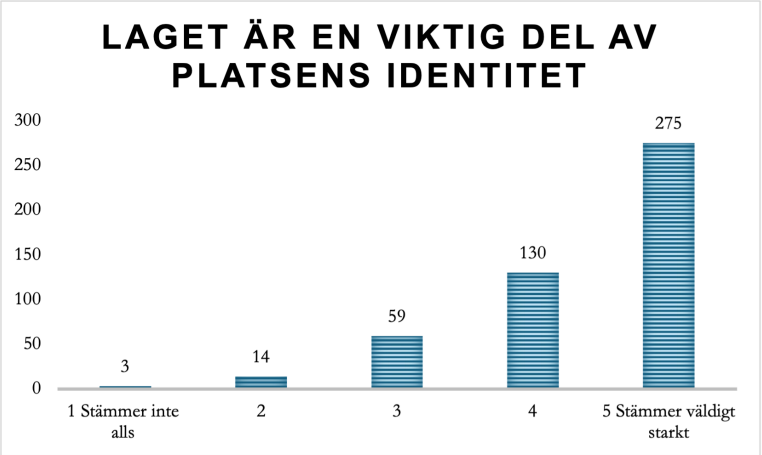
Figur 5 - Varför håller du på detta lag?

I enkätens nästa fråga inom denna kategori undersöks i vilken grad respondenterna känner stolthet över platsen när laget spelar i den högsta serien. Frågan besvarades på en femgradig skala där 1 motsvarar ”starkt emot” och 5 motsvarar ”starkt för”. Resultatet, som presenteras i figur 6, visar att majoriteten av respondenterna instämmer starkt i påståendet. Alternativet 5 har valts av 264 personer, vilket gör det till det mest frekventa svaret. Därefter följer alternativet 4 med 145 svar. Det neutrala mittenalternativet, 3 på skalan, har valts av 66 respondenter. Endast ett fåtal har angett låg instämmande grad: 5 respondenter har valt alternativ 2 och 1 respondent har valt alternativ 1, vilket innebär att mycket få är starkt emot påståendet att de känner stolthet över platsen när laget spelar i högsta serien.



Figur 6 - Jag känner stolthet över platsen när laget spelar i högsta serien?

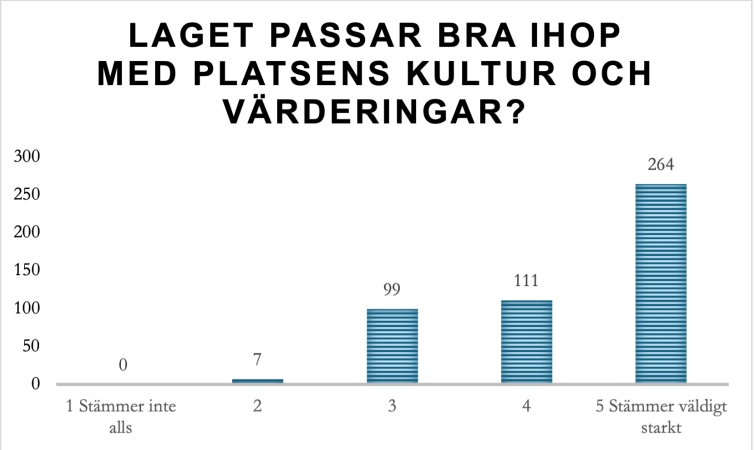
I enkätens tredje fråga inom denna kategori undersöks i vilken grad respondenterna anser att laget är en viktig del av platsens identitet. Frågan besvarades på en femgradig skala där 1 motsvarar ”stämmer inte alls” och 5 motsvarar ”stämmer väldigt starkt”. Resultatet, som presenteras i figur 7, visar att majoriteten av respondenterna instämmer mycket starkt i påståendet. Alternativet 5 har valts av 275 personer, vilket gör det till det mest frekventa svaret. Därefter följer alternativet 4 med 130 svar. Det neutrala mittenalternativet, 3 på skalan, har valts av 59 respondenter. Endast ett fåtal har angett låg instämmande grad: 14 respondenter har valt alternativ 2 och 3 personer har valt alternativ 1, vilket innebär att mycket få anser att påståendet inte stämmer alls.



Figur 7 - Laget är en viktig del av platsens identitet ?

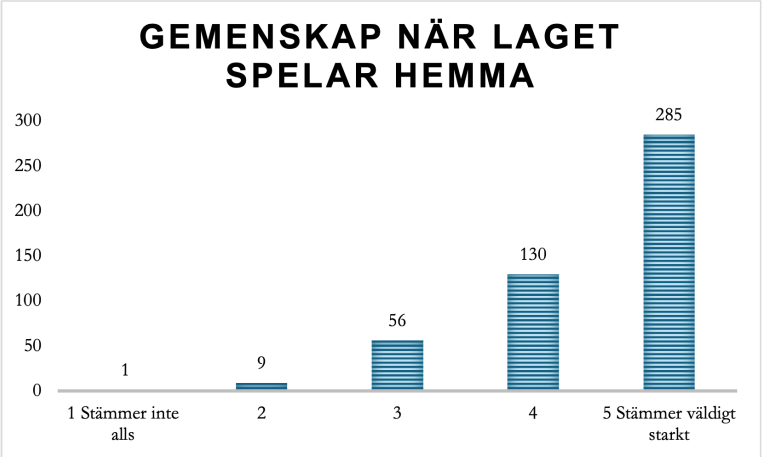
I enkätens fjärde fråga inom denna kategori undersöks i vilken grad respondenterna anser att laget passar bra ihop med platsens kultur och värderingar. Frågan besvarades på en femgradig skala där 1 motsvarar ”stämmer inte alls” och 5 motsvarar ”stämmer väldigt starkt”. Resultatet, som presenteras i figur 8, visar att alternativet 5 är det mest frekventa, med 264 respondenter som instämmer mycket starkt i påståendet. Därefter följer alternativet 4, som har valts av 111 personer.

Det neutrala mittenalternativet, 3 på skalan, har valts av 99 respondenter. Endast ett fåtal har angett låg instämmande grad: 7 personer har valt alternativ 2 och ingen respondent har valt alternativ 1, vilket innebär att ingen upplever att påståendet inte stämmer alls.



Figur 8 - Laget passar bra ihop med platsens kultur och värderingar?

I enkätens femte fråga inom denna kategori undersöks i vilken grad respondenterna känner gemenskap med andra som bor på platsen när laget spelar hemma. Frågan besvarades på en femgradig skala där 1 motsvarar ”stämmer inte alls” och 5 motsvarar ”stämmer väldigt starkt”. Resultatet, som presenteras i figur 9, visar att alternativet 5 är det mest frekventa, med 285 respondenter som instämmer mycket starkt i påståendet. Därefter följer alternativet 4 med 130 svar. Det neutrala mittenalternativet, 3 på skalan, har valts av 56 respondenter. Endast ett fåtal har angett låg instämmande grad: 9 personer har valt alternativ 2 och 1 respondent har valt alternativ 1, vilket innebär att nästan ingen upplever att påståendet inte stämmer alls.

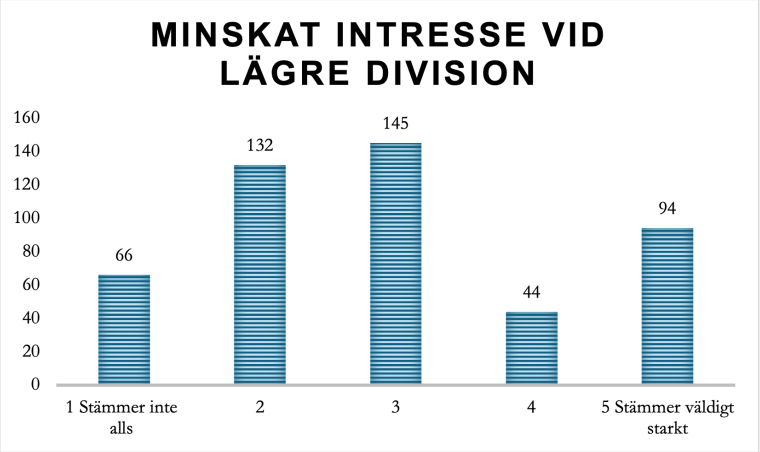


Figur 9 - När laget spelar hemma känner jag gemenskap med andra som bor här?

4.5 Sportsliga förändringar

Frågorna i denna kategori belyser hur förändringar i lagets sportsliga prestationer påverkar respondenternas upplevelser av laget och platsen. Genom att undersöka hur exempelvis upp- och nedflyttningar, resultatförändringar och sportslig nivå påverkar engagemang, stolthet och identitet skapas en förståelse för hur känslig platsidentiteten kan vara för sportsliga svängningar. Dessa frågor bidrar därmed till att förklara hur elitidrottens dynamik formar relationen mellan lag, invånare och plats, och utgör ett viktigt underlag för analysen av hur sportsliga förändringar kan stärka eller försvaga lokal attraktionskraft.

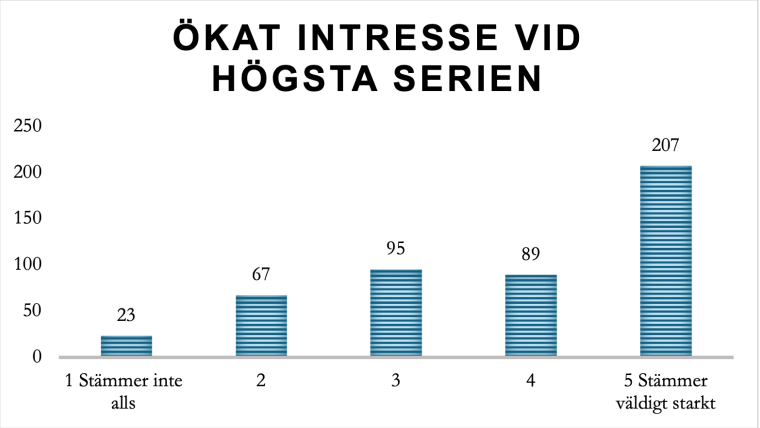
I den första frågan inom denna kategori undersöks i vilken grad respondenterna anser att deras eget intresse skulle minska om elitlaget spelade i en lägre division. Frågan besvarades på en femgradig skala där 1 motsvarar ”stämmer inte alls” och 5 motsvarar ”stämmer väldigt starkt”. Resultatet, som presenteras i figur 10, visar att det vanligaste svaret är alternativet 3, vilket 145 respondenter har valt. Därefter följer alternativet 2 med 132 svar. Alternativet 5, som innebär att påståendet stämmer väldigt starkt, har valts av 94 respondenter. Alternativet 1, ”stämmer inte alls”, har valts av 66 personer. Avslutningsvis har 44 respondenter valt alternativet 4, vilket gör det till det minst frekventa svaret i denna fråga.



Figur 10 -Mitt eget intresse skulle minska om elitlaget spelade i en lägre division?

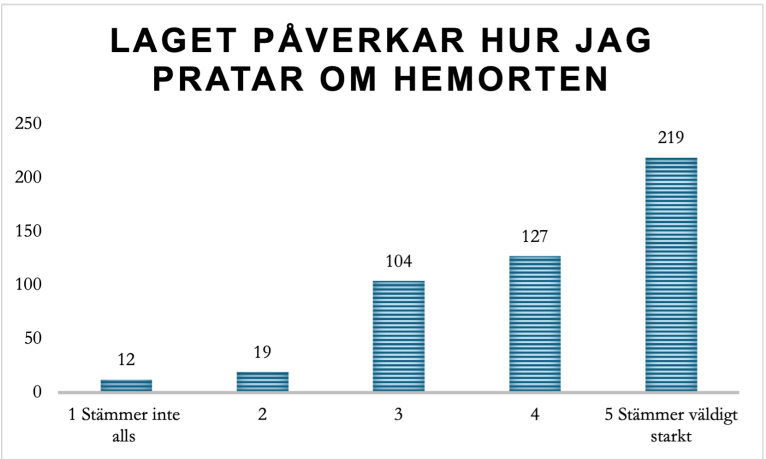
I den andra frågan inom denna kategori undersöks i vilken grad respondenterna anser att deras intresse ökar när elitlaget spelar i den högsta serien. Frågan besvarades på en femgradig skala där 1 motsvarar ”stämmer inte alls” och 5 motsvarar ”stämmer väldigt starkt”. Resultatet, som presenteras i figur 11, visar att det vanligaste svaret är alternativet 5, vilket 207 respondenter har

valt. Därefter följer alternativet 3 med 95 svar. Alternativet 4 har valts av 89 respondenter, medan 67 personer har valt alternativ 2. Avslutningsvis har 23 respondenter valt alternativet 1, vilket innebär att en mindre grupp inte upplever att påståendet stämmer alls.



Figur 11 - Mitt eget intresse ökar om elitlaget spelar i högsta serien?

I den tredje frågan inom denna kategori undersöks i vilken grad respondenterna anser att laget påverkar hur de pratar om sin ort med andra. Frågan besvarades på en femgradig skala där 1 motsvarar ”stämmer inte alls” och 5 motsvarar ”stämmer väldigt starkt”. Resultatet, som presenteras i figur 12, visar att det vanligaste svaret är alternativet 5, vilket 219 respondenter har valt. Därefter följer alternativet 4 med 127 svar. Det neutrala mittenalternativet, 3 på skalan, har valts av 104 respondenter. Endast ett fåtal har angett låg instämmandegrad: 19 personer har valt alternativ 2 och 12 respondenter har valt alternativ 1, vilket innebär att en mindre grupp inte upplever att påståendet stämmer alls.

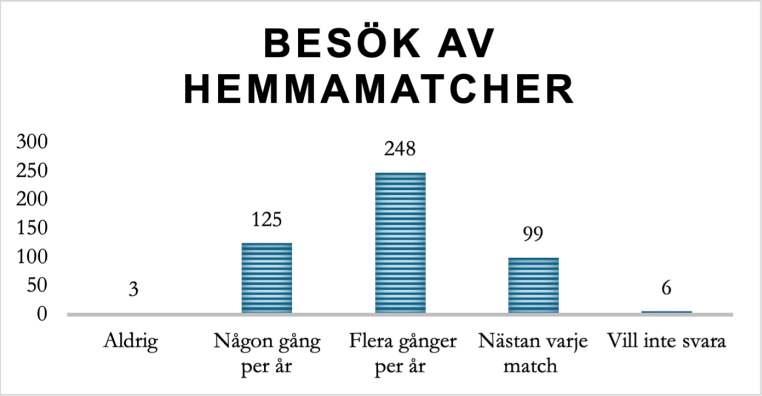


Figur 12 - Laget påverkar hur jag pratar om min hemort med andra?

4.6 Konsumtion & vistelse

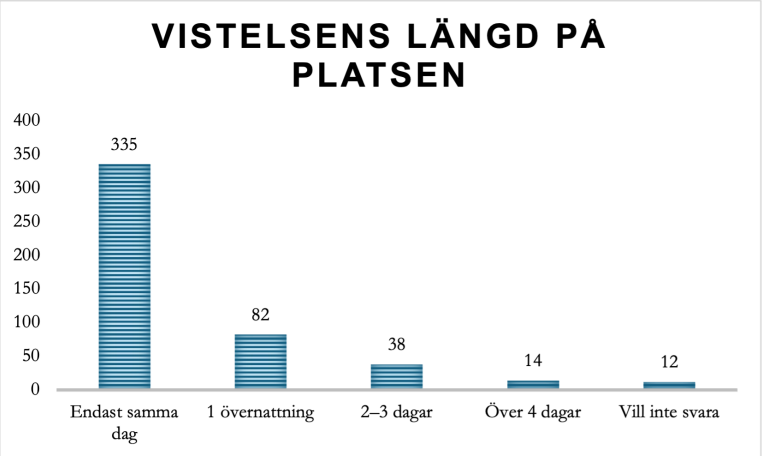
Denna kategori presenterar resultat från enkätens frågor som rör respondenternas konsumtionsbeteenden i samband med vistelsen. Frågorna är utformade för att belysa de ekonomiska aspekterna av idrottsevenemanget och är därmed direkt kopplade till studiens syfte och forskningsfrågor om ekonomiska effekter. Samtliga följande frågor avser hemmamatcher i lagets hemkommun. Bortamatcher ingår inte.

Den första frågan i denna kategori undersöks hur ofta respondenterna besöker hemmamatcher när dess respektive elitlag spelar. I figur 13 presenteras resultatet, där den dominerande kategorin är " flera gånger per år" med med (248 respondenter). Den näst största katogorin är " någon gång per år" med (125 respondenter)följt av "nästan varje match" med (99 respondenter). Därefter återfinns "vill inte svara" med (6 respondenter) och "Aldrig" med (3 respondenter)



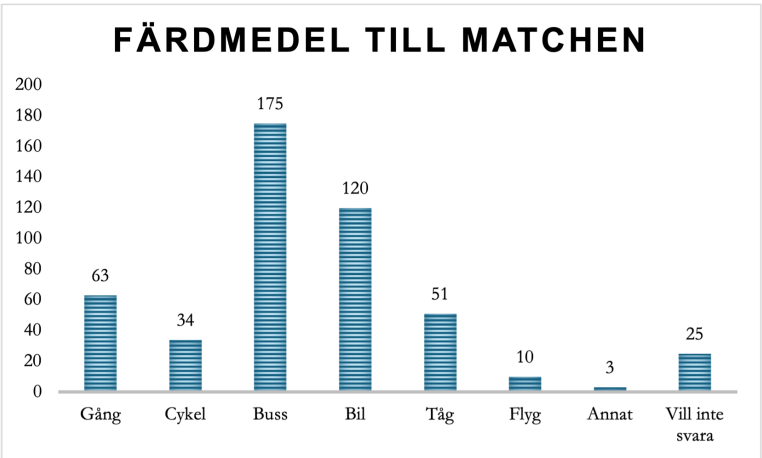
Figur 13 - Hur ofta besöker du hemmamatcher när elitlaget spelar?

I enkätens andra fråga i denna kategori undersöks hur lång vistelse respondenterna har på platsen, för att ge en bild av besökens omfattning. Resultatet, som presenteras i figur 14, visar att den klart största kategorin är ”endast samma dag”, vilket 355 respondenter har angett. Den näst största kategorin är ”1 övernattning” med 82 svar. Därefter följer ”2–3 dagar”, som har valts av 38 respondenter, och ”över 4 dagar”, som 14 personer har angett. Den minsta kategorin är ”vill inte svara”, vilket 12 respondenter har valt.



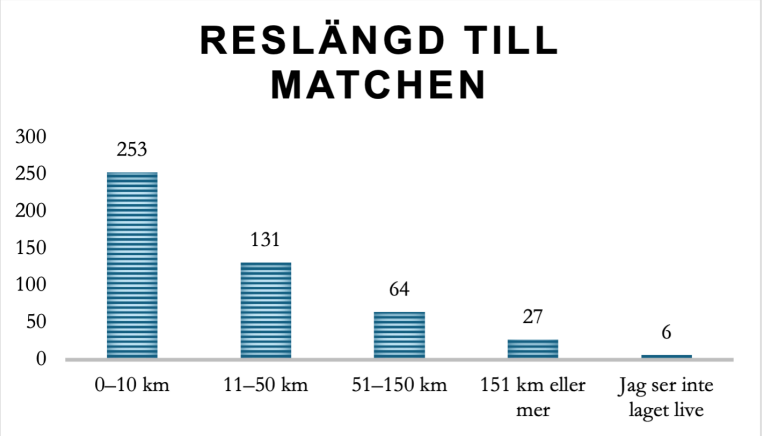
Figur 14 - Hur lång är din vistelse på platsen?

I enkätens tredje fråga i denna kategori undersöktes vilket färdmedel respondenterna använder för att ta sig fram till matchen för att ge en bild av resvanor hos respondenterna. I figur 15 presenteras resultatet där "buss" är vanligast med (175 respondenter) följt av "bil" med (120 respondenter). Den tredje vanligaste färdmedlet hos respondenterna var "gång" med (63 respondenter) följt av "cykel"med (34 respondenter) och "flyg" med (10 respondenter). Slutligen ville inte (25 respondenter) att svara och (3 respondenter) klickade i kategorin "annat"



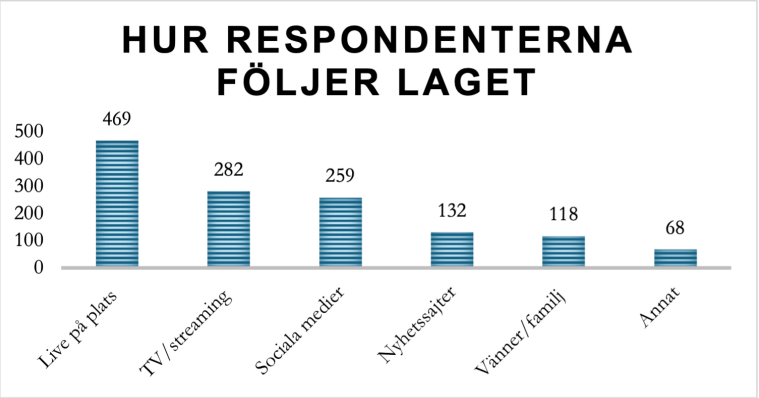
Figur 15 - Vilket färdmedel använder du för att ta dig till matchen?

I enkätens fjärde fråga i denna kategori undersöktes hur långt respondenterna vanligtvis reser för att se laget spela live. I figur 16 presenteras resultatet, där den dominerande kategorin är "0 - 10 km" med (253 respondenter) följt av "11 - 50 km" med (131 respondenter). Därefter återfinns " 51 - 150 km" med (64 respondenter) följt av kategorin "151 eller mer" med (27 respondenter). Den minsta gruppen utgörs av personer som inte ser laget live, där (6 respondenter) har angett detta alternativ.



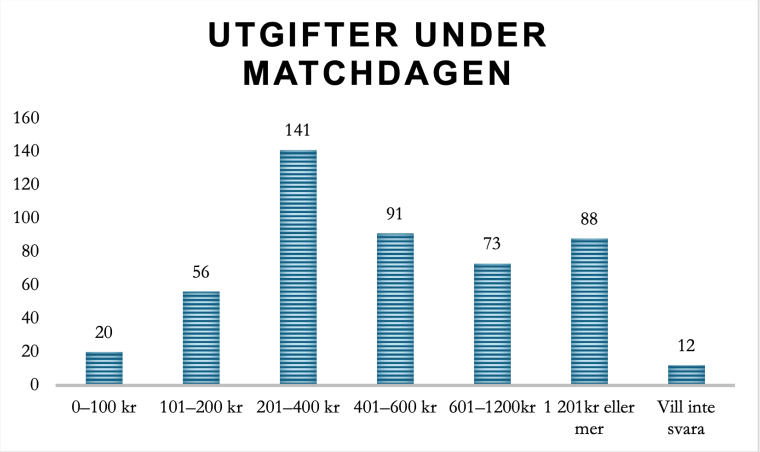
Figur 16 - Hur långt reser du vanligtvis för att se laget spela live?

Enkätens femte fråga i denna kategori undersöktes på vilka sätt respondenterna följer laget, och eftersom det var en flervalsfråga kunde varje person markera flera alternativ. Detta är till för att fånga bredden i respondenternas motiv. Här kan vi se att den dominerande kategorin "live på plats" med (469 svar) följt av "tv/streaming" (282 svar) därefter kommer "sociala medier" med (259 svar . Vidare markerade respondenterna "nyhetssajter" med (132 svar) följt av "vänner/ familj" (118 svar) och slutligen " annat" med (68 svar).



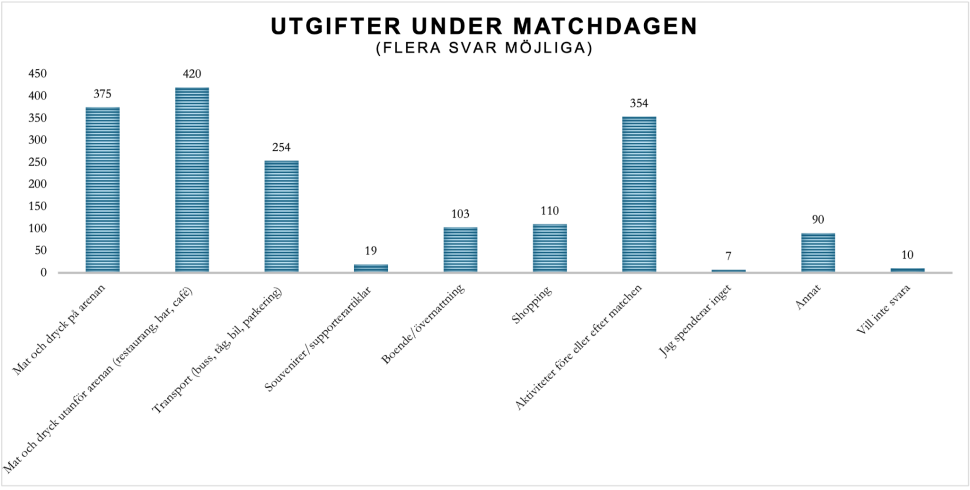
Figur 17 - På vilket sätt följer du laget?

Enkätens sjätte fråga i denna kategori undersöktes hur mycket respondenterna spenderar under en matchdag utöver matchbiljetterna. I figur 18 presenteras resultatet där den största kategorin är "201 - 400 kr" med (141 respondenter). Den näst största kategorin är "401–600 kr" (91 respondenter), följt av 1201 kr eller mer (88 respondenter) och "601–1200 kr " (73 respondenter). Därefter återfinns "101–200" kr med (56 respondenter) och "0–100 kr" med 20 respondenter. Den minsta kategorin utgörs av Vill inte svara, där (12 respondenter) har angett detta alternativ.



Figur 18 - Hur mycket spenderar du vanligtvis på följande under en matchdag? (utöver matchbiljetterna)

I enkätens sjunde fråga i denna kategori undersöktes vad respondenterna brukar spendera pengar på under en matchdag, utöver kostnaden för matchbiljetten. Eftersom det var en flervalsfråga kunde varje respondent markera flera alternativ. I figur 19 presenteras resultatet, där det vanligaste utgiftsområdet är "mat och dryck innan eller efter matchen" med (420 svar). Därefter följer "mat och dryck på arenan" (375 svar) och "aktivitet före eller efter matchen" (354 svar). Vidare uppgav (254 respondenter) att de spenderar pengar på "transport", medan (110 svar) angav "shopping" och (103 svar) angav "hotell eller övernattning". Betydligt färre markerade "souvenirer eller sportartiklar" (19 svar), och (7 svar) uppgav att de inte spenderar något. Den minsta kategorin efter detta är "Annat", med (90 svar) , samt "Vill ej svara" med (10 svar).



Figur 19 - Vad brukar du spendera pengar på under en matchdag (utöver matchbiljetten)?

4.7 Korrelationer

I denna sektion av resultatet presenteras resultatet av korrelationsanalys som genomförts med den insamlade datan av enkäten. I denna studie har det tillämpats Pearsons korrelation, vilket är en metod för att analysera linjära relationer mellan kvantitativa variabler. Pearsons r uttrycks som ett tal mellan −1 och 1, där värden nära 1 visar ett starkt positivt samband, värden nära 0 visar att inget samband finns, och värden nära −1 visar ett starkt negativt samband. Ett negativt samband innebär att variablerna förändras i motsatt riktning – när den ena ökar tenderar den andra att minska.

4.7.1 Platsidentitet och kulturell passform

I tabell 2 ser vi att en korrelationsanalys med Pearson r som visar på ett positivt samband mellan påståendena "laget är en viktig del av platsens identitet" och "laget passar bra ihop med platsens kultur och värderingar". Sambandet är ganska starkt positivt då de har Korrelationskoefficienten r = 0.613 vilket innebär att respondenter som tycker att laget är en viktig del av platsens identitet tenderar att tycka att laget passar ihop med platsens kultur och värderingar. < ,001 i signifikant värde innebär att det är extremt osannolikt att sambandet uppstått av slumpen

3. Laget är en viktig del av platsens identitet?	Pearson Correlation	1	,613**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	481	481
4. Laget passar bra ihop med platsens kultur och värderingar?	Pearson Correlation	,613**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	481	481

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 2 – Samband mellan upplevd platsidentitet och kulturell passform.

4.7.2 Intresse och ligatillhörighet

I tabell 3 ser vi en ytterligare korrelationsanalys med Pearson r som visar på ett starkt samband mellan påståenden "Mitt eget intresse skulle minska om elitlaget spelade i en lägre division" och "Mitt eget intresse ökar om elitlaget spelar i högsta serien". Sambandet är starkt positivt då den har korrelationskoefficienten r = 0, 685. Detta innebär att respondenternas intresse ökar när laget spelar i den högsta divisionen men också minskar ifall dem spelade i en lägre division. P< .001 innebär att det är extremt osannolikt att sambandet uppstått av slumpen.

2. Mitt eget intresse ökar om elitlaget spelar i högsta serien?	Pearson Correlation	1	,685**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	481	481
1. Mitt eget intresse skulle minska om elitlaget spelade i en lägre division?	Pearson Correlation	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	481	481

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 3 - Samband mellan intresse och lagets ligatillhörighet.

4.7.3 Platsidentitet och intresse

I tabell 4 presenteras en korrelationsanalys som visar på ett positivt samband mellan påståendena " Laget ären viktig del av platsens identitet" och "Mitt eget intresse ökar om elitlaget spelar i högsta serien". Analysen visar ett svagt men statistiskt signifikant samband mellan variablerna (r=0,103).Detta innebär att personer som i högre grad uppfattar laget som en viktig del av platsens identitet också tenderar att i viss mån få ett ökat intresse när laget spelar i högsta serien. Sambandet är dock svagt, vilket tyder på att andra faktorer än platsidentitet spelar en större roll för hur mycket individens intresse påverkas av lagets nivå.

3. Laget är en viktig del av platsens identitet?	Pearson Correlation	1	,103*
	Sig. (2-tailed)		,028
	N	460	460
2. Mitt eget intresse ökar om elitlaget spelar i högsta serien?	Pearson Correlation	,103*	1
	Sig. (2-tailed)	,028	
	N	460	460

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabell 4– Samband mellan platsidentitet och intresse.

4.7.4 Vistelselängd och resavstånd

I tabell 5 presenteras en ytterligare korrelationsanalys som visar ett positivt samband mellan påståenden: "Hur lång är din vistelse på platsen?" och "Hur långt reser du för vanligtvis för att se laget spela live?"Analysen visar ett positivt samband mellan vistelselängd och resavstånd (r = 0,559, p < .001). Detta innebär att personer som reser längre sträckor till matchen också tenderar att stanna längre på platsen, medan de som bor närmare oftare gör kortare besök.

2. Hur lång är din vistelse på platsen?	Pearson Correlation	1	,559**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	481	481
4. Hur långt reser du vanligtvis för att se laget spela live?	Pearson Correlation	,559**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	481	481

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabell 5 – Samband mellan vistelselängd och reseavstånd.

4.8 Dokumentanalys

Tabell 6 sammanfattar resultaten från dokumentanalysen och visar hur olika typer av dokument beskriver idrottsevenemangens sociala värden och deras koppling till platsidentitet. Varje rad representerar ett dokument, och kolumnerna förklarar dokumentets karaktär, vilka sociala värden som lyfts fram i texten samt hur dessa värden relaterar till platsens identitet och attraktionskraft.

Rubriken *”Dokument”* anger vilket material som analyserats, medan *”Typ av dokument”* beskriver dokumentets karaktär, exempelvis offentligt styrdokument, forskningsrapport eller samhällsrapport. Kolumnen *”Socialt värde (textanalys)”* sammanfattar vilka sociala effekter dokumentet lyfter fram, såsom gemenskap, inkludering, hälsa eller social hållbarhet. Den sista kolumnen, *”Relevans för platsidentitet”*, visar hur dokumentet kopplar dessa sociala värden till platsens identitet, lokal stolthet och hur evenemang eller elitklubbar bidrar till att forma invånarnas upplevelse av sin hemort.

Dokument	Typ av dokument	Socialt värde	Relevans för platsidentitet
Tillväxtverket – Beslut om stöd	Offentligt styrdokument	Lyfter evenemang som verktyg för social hållbarhet, inkludering, föreningsliv och attraktivitet	Visar hur regioner använder evenemang för att stärka platsens sociala värden och attraktivitet.
Projektansökan – Evenemang som resurs	Strategiskt dokument	Tydliggör sociala mål: inkludering, gemenskap, jämställdhet, tillgänglighet, integration.	Positionerar evenemang som centrala i platsutveckling och identitetsskapande.
ETOUR – Sociala effekter	Forskningsrapport	Visar hur evenemang skapar gemenskap, stolthet, bättre livskvalitet och stärker socialt kapital.	Förklarar hur invånare kopplar sin identitet till evenemang och varför dessa blir betydelsefulla för platsen.
Riksidrottsförbundet – Idrottens samhällsnytta	Forskningsöversikt	Betonar idrottens betydelse för integration, hälsa, nätverk och social sammanhållning.	Kopplar idrott till gemensamma berättelser och stärker lokal stolthet.

SEF – Fotbollsplanen mitt i byn	Samhällsrapport	Visar hur elitklubbar genomför sociala insatser i utsatta områden och stöttar lokalsamhället.	Kopplar klubbar till lokal förankring och deras sociala ansvar i samhället.
Impact by SHL - Färjestad BK	Samhällsekonomisk rapport	Visar hur klubben skapar gemenskap, inkludering, bättre hälsa och andra sociala värden.	Färjestad BK beskrivs som en viktig identitetsskapare för Karlstad och dess invånare.

Sammanfattning:

Dokumentanalysen visar att alla granskade dokument,från statliga beslut till forskning och samhällsrapporter lyfter fram hur idrottsevenemang och elitidrott bidrar till social hållbarhet, gemenskap och lokal attraktivitet. Även om dokumenten har olika syften pekar de åt samma håll: evenemang används som verktyg för att stärka sociala värden och bygga platsidentitet.

Tillväxtverkets beslut om stöd betonar att evenemang skapar inkludering, stärker föreningslivet och gör en plats mer attraktiv. Det visar hur offentliga aktörer ser evenemang som viktiga för samhället. Projektansökan Evenemang som resurs går ännu längre och lyfter tydliga sociala mål som gemenskap, jämställdhet, tillgänglighet och integration. Här framställs evenemang som centrala för platsutveckling och identitetsskapande.

Forskningsrapporterna från ETOUR och Riksidrottsförbundet visar hur evenemang skapar stolthet, sociala nätverk och bättre livskvalitet. De förklarar också varför invånare kopplar sin identitet till lokala evenemang och hur idrott fungerar som en återkommande mötesplats där gemensamma berättelser formas.

Samhällsrapporterna från SEF och SHL visar hur elitklubbar arbetar aktivt med sociala insatser, särskilt i utsatta områden. Klubbarna beskrivs som viktiga lokala aktörer med stark förankring. I Impact by SHL framställs Färjestad BK som en identitetsskapare för Karlstad, där klubben bidrar till gemenskap, inkludering och hälsa, värden som går långt utöver själva sporten.

Sammanfattningsvis visar dokumentanalysen att idrottsevenemang och elitidrott inte bara ses som ekonomiska drivkrafter, utan som viktiga sociala resurser som stärker gemenskap, lokal stolthet och känslan av tillhörighet. Detta skapar en tydlig koppling mellan evenemangens sociala effekter och platsidentitet, vilket är centralt för studiens fortsatta analys av hur sportsliga förändringar påverkar lokalsamhällen.

Tabell 6 – Sociala värden och koppling till platsidentitet.

5. Diskussion

Diskussionen är uppdelad i fem delar eftersom analysen påvisade att elitidrottens lokala betydelse formas genom flera sammanhängande mekanismer. De fem delarna motsvarar de teman som tydligast framträdde i empirin och som samtidigt återfinns i den teoretiska ramen. Platsidentitet och kulturell passform behandlas först eftersom de utgör de centrala sociala processer som återkom i både enkätresultat och teori. Därefter följer sportsliga förändringar, som visat sig påverka både engagemang och identitet. Den fjärde delen behandlar de ekonomiska effekterna som matchdagar genererar.

Avslutningsvis diskuteras hur dessa sociala och ekonomiska processer hänger ihop och förstärker varandra. Genom denna struktur blir det tydligt varför just dessa fem teman är centrala och hur de tillsammans förklarar elitidrottens roll i lokal utveckling.

5.1 Platsidentitetens uttryck och mekanismer

(Figur 1) visar att Färjestad BK är det lag som flest respondenter håller på (66 svar), följt av Örebro SK (59) och Degerfors IF (36), medan övriga lag har betydligt lägre svarsfrekvenser. Detta kan jämföras med *(figur 3)*, där Örebro kommun har flest folkbokförda respondenter (49 personer), följt av Karlstads kommun (29) och Norrköpings kommun (19). Även Borås kommun (18), Halmstad kommun (16) och Degerfors kommun (13) är relativt representerade. Sammantaget visar resultaten att lagpreferens inte nödvändigtvis sammanfaller med respondenternas bostadsort. Detta indikerar att sportrelaterad platsidentitet inte enbart är geografiskt förankrad. I linje med Relph (1976) och Syssner (2013) kan platsidentitet i stället förstås som en socialt och symboliskt konstruerad process, där individer kan känna tillhörighet till platser de inte fysiskt bor i.

(Bilaga 1), som redovisar hur många säsonger lagen har spelat i den högsta serien, ger ytterligare förklaringskraft. Färjestad BK, som har flest följare i denna studie, har varit aktiva i 55 säsonger, Örebro SK i 53 säsonger och Degerfors IF i 33 säsonger. Denna långvariga närvaro på högsta nivå kan bidra till att skapa en stabil och generationsöverskridande supporterskala, vilket innebär att sportsliga meriter och historisk kontinuitet kan vara minst lika betydelsefulla som geografisk

närhet. Den långvariga närvaron möjliggör även att supporterskap förs vidare mellan generationer, vilket ligger i linje med teorin om socialt baserad nostalgi (Fairley & Gammon, 2005; Wildschut et al., 2006).

Detta stärks av *(figur 4)*, där respondenternas geografiska koppling till laget undersöks. Den största gruppen uppger att de bor i lagets hemort (266 svar), följt av dem som bor i lagets region (217 svar), medan andra anger att de har familj eller släkt där (119 svar) eller tidigare har bott i lagets hemort (113 svar). Resultatet visar att geografisk koppling är viktig men inte avgörande, eftersom många relationer till laget bygger på tidigare erfarenheter, sociala band eller regional identitet snarare än nuvarande folkbokföring. I linje med Syssner (2013) kan platsidentitet därför förstås som något som formas genom relationer och flera olika faktorer, där människor knyter an till platser genom erfarenheter, sociala kontakter och tidigare livssituationer. Detta kan också förklaras med Relphs (1976) begrepp inifrånperspektiv, där känslan av tillhörighet inte enbart handlar om var man bor, utan även om känslomässiga och sociala kopplingar.

Sammantaget visar figurerna att lagpreferens formas av flera samverkande faktorer, geografisk närhet, sportsliga meriter, historisk kontinuitet och sociala band. Dessa mekanismer utgör grunden för att förstå lagets roll som identitetsskapande symbol, vilket utvecklas i nästa avsnitt.

5.1.1 Laget som del av platsens identitet

Majoriteten av respondenterna, 275 personer, uppger i *(Figur 7)* att de i mycket hög grad instämmer i påståendet att laget är en viktig del av platsens identitet genom att markera en 5:a på skalan ”stämmer väldigt starkt”. Ytterligare 130 respondenter markerar en 4:a, medan 59 anger en 3:a, vilket innebär att mycket få tar avstånd från påståendet. Sammantaget tyder detta på att en klar majoritet uppfattar laget som en central del av respektive plats identitet. Detta kan förstås som ett uttryck för Relphs (1976) begrepp existentiell inifrånperspektiv, där individen känner en självklar koppling till sin hemort. I denna kontext blir återkommande matcher, arenans fysiska närvaro och de symboliska betydelser som omger laget en del av platsens ”anda”.

Relph (1976) betonar att platsidentitet inte enbart skapas genom fysisk närvaro, utan också genom

sociala tolkningar och representationer som ger platsen en bredare kulturell och emotionell betydelse. Detta perspektiv utvecklas av Melo (2017) som framhåller att idrottsturism formas i samspelet mellan individ, aktivitet och plats där genom återkommande besök kan platser utveckla en stark symbolisk laddning och bli en del av individers identitet.

Våra resultat visar att idrottsevenemang stärker invånarnas stolthet och tillhörighet till sin hemort. Detta liknar Braunerhielm et al. (2014), som i sin studie av Rallycross EM i Höljes visar hur evenemanget blev en central del av ortens identitet och gemenskap. Ett liknande mönster framträder i Impact by Färjestad BK *(tabell 6)*, där klubben beskrivs som en symbol för Karlstad och som en aktör som skapar sociala värden genom gemenskap, inkludering, hälsa och lokalt engagemang. Rapporten visar även hur Färjestad BK bidrar till att ”sätta Karlstad på kartan” genom sin synlighet och starka koppling till stadens identitet. Dessa resultat ligger i linje med Riksidrottsförbundet (2017), som framhåller att idrottsevenemang skapar arenor för möten och gemenskap, samt med Kemppinen et al. (2020), som visar att elitidrottsföreningar fungerar som sociala aktörer som bidrar till integration och ökad samhörighet i lokalsamhället.

Denna tolkning stärks ytterligare av resultaten i *(Figur 5)*, där 377 respondenter anger platskoppling (hemort, region, familj) som skäl till varför de håller på laget. Detta förklarar varför så många instämmer starkt i att laget är en viktig del av platsens identitet, då lagets betydelse är djupt förankrad i respondenternas geografiska och sociala anknytning. Relphs (1976) existentiella inifrånperspektiv hjälper till att förklara varför laget uppfattas som en naturlig del av platsens identitet, där tillhörigheten bygger på känslomässiga och sociala band snarare än enbart fysisk närvaro. Enligt dokumentanalysen *(tabell 6)* syns det att även elitklubbar arbetar för samhället, enligt Impact by SHL – Färjestad BK som visar hur klubben skapar gemenskap, inkludering, bättre hälsa och andra sociala värden. Detta samhällsengagemang förklarar varför så många respondenter i enkäten uppfattar laget som en viktig del av platsens identitet. När klubben både representerar hemorten och samtidigt skapar konkreta sociala effekter förstärks den starka platskoppling som respondenterna uttrycker. Därmed bekräftar dokumentanalysen det som framträder i enkätsvaren.

Dessa processer blir ännu tydligare om man ser dem i relation till hur människor faktiskt använder sin fritid i Sverige. Blom & Karlsson (2026) visar att fritids- och kulturvanor i hög grad formas av geografiska förutsättningar, där idrottsevenemang och friluftsliv framstår som de mest folkliga och geografiskt spridda aktiviteterna i Värmland. De konstaterar att "besök på idrottsevenemang framstår som betydligt mer folkliga aktiviteter än att gå på teater och opera", vilket understryker idrottens breda sociala förankring. författarna visar även att kommuner använder kultur och fritid som verktyg för att stärka lokal attraktivitet och identitet, något som ligger i linje med Getz & Page (2016) om evenemangens sociala effekter. Detta stärker förståelsen för varför idrottsevenemang fungerar som centrala sociala arenor där gemenskap, stolthet och platsidentitet skapas.

Våra resultat kan också förstås genom Lintumäki & Koll (2024), som visar att supportar identifierar sig starkare med ett lag när laget känns unikt och passar ihop med platsens kultur. Detta syns tydligt i våra figurer: många känner stolthet *(figur 6)*, ser laget som en del av platsens identitet *(figur 7)* och upplever att laget stämmer med platsens värderingar *(figur 8)*. Även känslan av gemenskap vid hemmamatcher *(figur 9)* stödjer deras slutsats att lagidentifikation formas genom social tillhörighet. Det förklarar varför sportsliga förändringar påverkar både intresse och hur invånare pratar om sin hemort. Precis som i Höljes och i Färjestads fall skapar även de studerade elitlagen en ”vi-känsla” och en positiv bild av platsen. Detta ligger i linje med Braunerhielm et al. (2014), som visar att evenemang inte bara påverkar ekonomi utan också formar hur människor känner för sin hemort och hur platsidentitet skapas i vardagen.

Sammantaget visar resultaten att platsidentitet formas genom en kombination av geografiska, sociala och emotionella mekanismer. Utöver dessa identitetsskapande processer spelar även kulturell samstämmighet en central roll, vilket behandlas i nästa avsnitt.

5.2 Kulturell passform mellan lag och plats

När laget dessutom upplevs som en naturlig del av platsens kultur förstärks denna koppling ytterligare genom det som Hsu et al. (2020) benämner kulturell passform. I *(Figur 8)* uppger 264 respondenter att laget passar mycket bra ihop med platsens kultur och värderingar och markerar en 5:a, 111 markerar en 4:a och 99 en 3:a. Enligt Hsu et al. (2020) uppstår kulturell passform när

evenemang passar väl ihop med platsens kultur, värderingar, miljö och identitet. Författarna förklarar att invånarnas kognitiva koppling stärks när evenemang känns logiska och naturliga för platsen, vilket skapar stabila associationer som i sin tur väcker känslor av stolthet, glädje och engagemang. Detta stöds av korrelationen i *(Tabell 2)*, som visar ett starkt positivt samband mellan upplevd platsidentitet och kulturell passform ($r = 0{,}613$, $p < .001$). Det innebär att de som ser laget som en viktig del av platsens identitet också tenderar att uppleva att laget stämmer överens med platsens kultur och värderingar. Mot bakgrund av detta kan resultaten tolkas som att laget, enligt respondenterna, inte enbart fungerar som ett idrottsligt fenomen, utan som en identitetsskapande kraft som förstärker platsens sociala och kulturella sammanhang samt bidrar till ökad platsstolthet bland invånarna. Detta ligger i linje med Riksidrottsförbundet (2017) som visar i *(tabell 6)* att idrottsevenemang fungerar som mötesplatser där gemenskap stärks, lokal stolthet växer fram och kollektiva identiteter formas.

Även *(Figur 6)* förstärker denna bild. Här uppger 475 av 481 respondenter att de känner stolthet när laget spelar i högsta serien. Detta visar att sportsliga framgångar inte uppfattas som något isolerat till laget, utan som något som påverkar invånarnas syn på sin hemort i grunden. Detta kan kopplas till Getz & Page (2016), som beskriver evenemang som förändringsprocesser där Insatser omvandlas till utfall och vidare till effekter. I detta fall kan lagets sportsliga framgångar ses som ett resultat av dessa processer, där själva evenemangen (matcherna) leder till sociala effekter i form av stolthet, gemenskap och förändrade attityder hos invånarna. I detta sammanhang är det relevant att lyfta korrelationen i *(Tabell 4)*, som visar ett svagt men signifikant samband mellan platsidentitet och intresse ($r = 0{,}103$, $p < .05$). Detta innebär att personer som uppfattar laget som en viktig del av platsens identitet i viss mån tenderar att bli mer intresserade när laget spelar i högsta serien, men att sambandet är relativt svagt. Resultatet nyanserar bilden av sportsliga framgångars betydelse och visar att även om platsidentitet bidrar till engagemang, är det inte den främsta drivkraften bakom intresset. Detta ligger i linje med Syssner (2013), som betonar att platsidentitet formas genom relationer och erfarenheter, men inte ensamt förklarar individens nivå av sportsligt engagemang.

Den sociala dimensionen framträder tydligt i *(figur 9)*, där 471 respondenter uppger att de känner

en stark gemenskap när laget spelar på hemmaplan. Detta visar att idrottsevenemang inte enbart väcker individuella känslor, utan också genererar kollektiva upplevelser av samhörighet. Riksidrottsförbundet (2017) betonar i *(tabell 6)* att idrottsevenemang har en betydande samhällsnytta genom att skapa arenor för möten, interaktion och gemenskap, vilket ligger i linje med dessa resultat. Även Kemppinen et al. (2020) visar att elitidrottsföreningar fungerar som sociala aktörer som kan bidra till integration, förbättrad hälsa och ökad samhörighet i lokalsamhället.

Chalip (2006) fördjupar detta genom att beskriva hur idrottsevenemang skapar tillfälliga sociala miljöer där sociala gränser löses upp och där deltagarna upplever en temporär men intensiv gemenskap. När människor samlas kring laget uppstår en kollektiv upplevelse som förstärker både social sammanhållning och lokal identitet.

Detta kan förstås genom ett nostalgiperspektiv. Fairley & Gammon (2005) visar att nostalgi är nära kopplad till identitet, där både personliga och kollektiva minnen formar hur individer förstår sig själva. Sport fungerar i detta sammanhang som en kraftfull identitetsmarkör eftersom återkommande matcher, ritualer och gemensamma upplevelser skapar minnen som delas över tid. Wildschut et al. (2006) visar dessutom att nostalgi stärker sociala band, ökar känslan av tillhörighet och genererar positiva känslor. Detta förklarar varför sportens sociala värden blir särskilt betydelsefulla arenor för både nostalgiska och identitetsskapande upplevelser.

I detta sammanhang fungerar matcherna som återkommande sociala arenor där invånare delar känslor, ritualer och upplevelser. Dessa gemensamma praktiker bidrar till att stärka den kollektiva identiteten och fördjupar individers känsla av tillhörighet till platsen. Resultaten i *(figur 9)* kan därmed förstås som ett uttryck för hur idrottsevenemang aktivt producerar och reproducerar social gemenskap och platsidentitet.

Denna tolkning stärks även av den dokumentanalys *(tabell 6)* som genomförts i studien. I en forskningsrapport från ETOUR om sociala effekter framhålls att evenemang bidrar till att skapa

gemenskap och stärka socialt kapital. Rapporten visar också hur invånare kopplar sin identitet till evenemang, vilket förklarar varför dessa upplevelser får en så central betydelse för platsen. Sammantaget bekräftar både enkätresultatet och dokumentanalysen att idrottsevenemang fungerar som viktiga sociala sammanhang där gemenskap och lokal identitet kontinuerligt reproduceras.

5.3 Sportsliga förändringar och deras sociala konsekvenser

(Figur 10) visar att supporterskapet inte är enbart beroende av lagets sportsliga nivå. Här uppger 138 respondenter att deras intresse skulle minska om laget spelade i en lägre division, medan 145 är neutrala och hela 198 inte alls instämmer i påståendet. Detta tyder på att många har ett mer långsiktigt och identitetsbaserade supporterskap som inte i första hand styrs av resultat. Samtidigt visar den neutrala gruppens storlek att divisionstillhörighet ändå spelar viss roll för vissa, men inte är avgörande.

I *(figur 11)* framträder däremot ett motsatt mönster: 296 respondenter uppger att deras intresse ökar när laget spelar i en högre division, medan 95 är neutrala och 90 inte håller med. Detta innebär att sportsliga framgångar fungerar som en tydlig förstärkande faktor för engagemanget. Resultatet visar alltså att många supportrar inte tappar intresset vid en nedflyttning, men att spel i högsta serien skapar ett markant lyft i intresse och känslomässig investering.

Denna dubbelhet bekräftas av korrelationsanalysen i *(tabell 3)*, där ett starkt samband framträder mellan intresse och ligatillhörighet ($r = 0{,}685$, $p < .001$). De som uppger att deras intresse ökar när laget spelar i högsta serien tenderar också att uppge att deras intresse skulle minska vid en nedflyttning. Detta visar att sportsliga prestationer har en tydlig påverkan på individens engagemang. Resultatet kan förstås genom Getz & Page (2016), som beskriver idrottsevenemang som processer där sportsliga prestationer fungerar som centrala insatsfaktorer som formar individers attityder och känslor. När laget spelar i högsta serien skapas positiva sociala effekter i form av ökat intresse, stolthet och engagemang. Detta förstärks av Chalip (2006), som visar att idrottsevenemang skapar sociala miljöer där känslor blir starkare och där evenemangets symboliska betydelse påverkar hur starkt individen engagerar sig. Den starka korrelationen i *(tabell 3)* visar därmed att ligatillhörighet är en av de mest betydelsefulla faktorerna för individens intresse.

Detta förstärks av *(Figur 17)*, där många uppger att de följer laget på flera olika sätt, både genom att se matcher live, via TV och genom digitala kanaler. Det visar att engagemanget inte enbart handlar om närvaro på arenan, utan också om ett brett och mångsidigt supporterskap som aktiveras särskilt starkt vid sportsliga framgångar.

(Figur 12) visar att lagets betydelse sträcker sig bortom det individuella engagemanget och påverkar hur invånarna talar om sin hemort. Här uppger 346 respondenter att lagets sportsliga nivå påverkar hur de talar om sin hemort, medan 104 är neutrala och resterande inte instämmer. Detta innebär att elitlaget fungerar som en symbolisk resurs i hur platsen representeras socialt och kulturellt. När laget presterar väl blir det något invånarna gärna lyfter fram, vilket förstärker både platsens attraktionskraft och den kollektiva identiteten. Detta stöds av Hsu et al. (2020), som visar att invånare kopplar platsens identitet till hur laget uppfattas och presterar.

Speer (2023) visar att förändrade sportsliga resultat kan få långvariga konsekvenser för både klubbar och deras lokala omgivningar. När ett elitlag tappar sin sportsliga position kan detta påverka publikstöd, ekonomiska resurser, organisatorisk kapacitet och i förlängningen lokal identitet och attraktionskraft. Mot denna bakgrund blir resultaten i *(figur 12)* särskilt betydelsefulla: om lagets prestationer påverkar hur invånarna pratar om sin hemort, innebär det att sportsliga framgångar och motgångar kan få direkta effekter på hur platsen uppfattas både internt och externt.

5.4 Idrottsevenemangens ekonomiska effekter i lokalsamhället

Idrottsevenemang genererar både direkta och indirekta effekter i lokalsamhället, vilket blir tydligt i studiens resultat. I *(figur 13)* framgår att intresset för att delta vid flera matcher är högt, vilket indikerar ett återkommande deltagande. Detta är centralt eftersom återkommande besök förstärker evenemangens effekter över tid och bidrar till kontinuerliga ekonomiska och sociala flöden. Detta ligger i linje med Mossberg (2015), som visar att idrottsevenemang fungerar som kulturella arenor där handel, turism, medier och underhållning vävs samman. När besökare återkommer skapas inte bara upplevelser, utan även återkommande konsumtionsmönster som förstärker evenemangets betydelse för både platsens ekonomi och sociala liv.

Resultaten visar även att besökare spenderar pengar på flera olika delar i samband med matchdagen. *(Figur 19)* visar att konsumtionen i hög grad riktas mot mat och dryck utanför arenan samt aktiviteter före och efter matchen. Detta tyder på att idrottsevenemang inte enbart genererar intäkter kopplade till själva matchen, utan även skapar ekonomiska effekter i det lokala näringslivet. Detta ligger i linje med Getz & Page (2016), som betonar att ekonomiska effekter uppstår när evenemang lockar besökare som konsumerar varor och tjänster på destinationen.

Vidare visar *(figur 14)* att ett betydande antal respondenter (82 personer) stannar över natten i samband med idrottsevenemang. Resultatet visar även att (52 personer) övernattar minst två nätter. Detta förstärker den turistekonomiska effekten, då övernattningar innebär ökad konsumtion inom logi, restaurang och andra tjänster. Att besökare väljer att stanna längre på platsen ligger i linje med Weed & Bull (2008), som beskriver idrottsturism som ett brett fenomen där resor, upplevelser och längre vistelser utgör centrala komponenter. Det bekräftar även Riksidrottsförbundet (2022) att idrottsevenemang fungerar som strategiska verktyg för destinationsutveckling när de planeras och genomförs i miljöer som möjliggör just denna typ av förlängda besök. Därmed visar övernattningarna att idrottsevenemang inte enbart genererar dagsbesök, utan fungerar som en faktisk drivkraft för turism och lokal ekonomisk utveckling.

(Figur 15) visar dessutom att många besökare reser med buss eller bil till matcherna, vilket innebär ytterligare konsumtion kopplad till transport, parkering och resväg. Detta understryker att idrottsevenemang skapar ekonomiska effekter även utanför arenan och att resmönster bidrar till den totala turistekonomiska omsättningen.

5.4.1 Skillnader mellan elitlag och sporter

Analysen av gästnätter *(Bilaga 2)* visar tydliga variationer mellan kommunerna. Leksand kommun uppvisar ett genomsnitt på 665 gästnätter under matchdagar, vilket är högt i relation till kommunens storlek och indikerar att idrottsevenemang kan ha en särskilt stor ekonomisk betydelse i mindre kommuner. Degerfors kommun uppvisar däremot betydligt lägre nivåer, med cirka 23 gästnätter per matchdag. Detta kan delvis förklaras av begränsad lokal kapacitet i form av hotell och andra faciliteter, vilket gör att besökare i stället väljer att bo i närliggande kommuner. Därmed

riskerar delar av de potentiella ekonomiska effekterna att förflyttas utanför kommunen, vilket visar vikten av lokal kapacitet för att maximera turistekonomiska effekter.

De ekonomiska skillnader som framträder i gästnattstatistiken *(bilaga 2)* kan förstås genom Anderssons (2019) legacy-perspektiv, där idrottsevenemang skapar långsiktiga värden genom att påverka flera typer av kapital samtidigt. Kommuner med hög kapacitet och etablerade elitlag, såsom Leksand IF, bygger inte bara upp direkta intäkter på matchdagar utan även ekonomiskt, socialt och kulturellt kapital över tid. Återkommande matcher skapar stabila konsumtionsmönster och återkommande besökare, vilket bidrar till att göra evenemangens betydelse till en stadigt etablerad del av lokalsamhället. I kontrast visar Degerfors IF att begränsad infrastruktur kan leda till ett svagare legacy, där ekonomiska effekter förskjuts till andra kommuner och där möjligheten att skapa långsiktiga värden minskar. Detta gör Anderssons (2019) perspektiv centralt för att förstå hur idrottsevenemangens ekonomiska effekter utvecklas och befästs över tid.

Som en fördjupning av de ekonomiska mönstren kan variationerna i gästnätter förstås genom Syssner (2013), som betonar att platsidentitet formas relationellt och genom processer av inkludering och exkludering. Utifrån detta perspektiv blir skillnaderna mellan kommunerna analytiskt betydelsefulla. Leksands kommuns höga nivåer kan tolkas som ett uttryck för en stark social och symbolisk koppling mellan lag, plats och besökare, där evenemanget skapar ett ”inifrånperspektiv” som lockar återkommande deltagande. Degerfors kommuns lägre nivåer kan i sin tur delvis förklaras av begränsad lokal kapacitet, vilket leder till en oavsiktlig exkludering när besökare tvingas söka boende på andra orter. Luleås kommun uppvisar däremot höga gästnätter (1366 per matchdag) trots sitt geografiskt avlägsna läge, vilket indikerar att idrottsevenemang kan fungera som en stark reseanledning även i avlägsna områden där besökare i större utsträckning är beroende av övernattning.

Utöver de kommunala variationerna visar resultaten även tydliga skillnader mellan sporterna. Vidare framgår det av (figur 1) att publikunderlaget är betydligt jämnare mellan fotboll och ishockey, medan handboll ligger avsevärt lägre. Handboll utgör endast cirka 6–7 procent av

samtliga enkätsvar (31 av 481), vilket visar att sportens publikbas är betydligt mindre än fotbollens och ishockeyns. Det begränsade engagemanget återspeglas även i gästnätterna (bilaga 2), där handbollslagen konsekvent uppvisar de lägsta nivåerna. Kombinationen av en mindre supportergrupp och färre besökare innebär att handboll genererar mer begränsade turistekonomiska effekter.

Utifrån (bilaga 1) framgår att både arenakapacitet och publiksnitt generellt ligger lägre i handboll än i fotboll och ishockey. Det enda lag som delvis avviker är IFK Kristianstad, som haft ett publiksnitt över 3 000 åskådare mellan säsongerna 2021/2022 och 2024/2025, vilket sannolikt hänger samman med lagets höga slutplaceringar under dessa år. Detta mönster kan kopplas till kulturell passform (Andersson, 2019; Lintumäki & Koll, 2024), där ett lags betydelse för platsen påverkas av hur väl sporten är integrerad i lokalsamhällets kultur och traditioner. Eftersom handboll i många kommuner har en mindre historisk och kulturell förankring än fotboll och ishockey, blir både publikbasen och de turistekonomiska effekterna svagare. Detta ligger även i linje med Sveriges Television (2024), som genom jämförelser av publiksnitt visar att fotboll och ishockey attraherar större publik än handboll, något som delvis kan förklaras av sporternas längre historiska kontinuitet och starkare lokala förankring.

Jämförelsen mellan sporterna visar därmed hur publikstrukturer och sportens lokala position påverkar dess ekonomiska betydelse för kommunen. Handbollen fungerar som ett tydligt kontrastfall som synliggör hur olika idrotter bidrar till platsidentitet och lokal attraktionskraft i varierande grad.

Utöver dessa skillnader mellan lag och sporter framträder även tydliga konsumtionsmönster bland besökarna. Därutöver visar *(figur 18)* att en stor andel av respondenterna spenderar mellan 201–400 kronor utöver matchbiljetten, och flera ännu mer. Detta indikerar en hög betalningsvilja och tydliga konsumtionseffekter kopplade till idrottsevenemanget. Resultatet ligger i linje med Weed & Bull (2008), som beskriver idrottsturism som ett konsumtionsdrivet fenomen där resor, upplevelser och utgifter skapar betydande ekonomiska värden för destinationer.

Resultaten kan förstås genom Getz & Page (2016), som beskriver idrottsevenemang som processer där insatser omvandlas till utfall och därefter till effekter. I denna studie utgör besökarnas resor, vistelselängd och konsumtion centrala insarser, medan gästnätter och lokal konsumtion motsvarar utfall. Dessa får betydelse först när de påverkar lokalsamhället, exempelvis genom ökade intäkter och stärkt ekonomisk aktivitet. Variationerna mellan kommunerna visar samtidigt att denna övergång inte är självklar, utan beroende av lokal kapacitet och tillgänglighet.

Detta blir tydligt i *(Tabell 5)*, där ett starkt och signifikant samband framträder mellan vistelselängd och resavstånd ($r = 0{,}559$, $p < .001$). Personer som reser längre tenderar också att stanna längre, vilket förstärker de ekonomiska utfallet som Getz & Page (2016) beskriver. När långväga besökare gör längre vistelser ökar sannolikheten för att dessa utfall övergår i faktiska effekter för lokalsamhället, exempelvis genom högre turistekonomisk omsättning och större lokal nytta.

5.5 Samspel mellan ekonomiska och sociala effekter

I föregående avsnitt behandlades idrottsevenemangens ekonomiska effekter. Dessa effekter hänger dock nära ihop med sociala värden som gemenskap, stolthet och lokal identitet. I detta avsnitt analyseras därför hur ekonomiska och sociala effekter påverkar varandra och tillsammans formar elitidrottens betydelse för platsen.

5.5.1 Ekonomiska drivkrafter och organisatoriska förutsättningar

Utifrån vår analys framträder tydliga tecken på att samspelet mellan ekonomiska och sociala effekter är centralt för att förstå elitidrottens lokala betydelse. *(Bilaga 2)* visar att gästnätterna ökar tydligt i samband med hemmamatcher, även om nivåerna varierar kraftigt mellan lag, sporter och kommunstorlek. Dessa mönster visar att idrottsevenemang genererar konkreta ekonomiska inflöden i form av övernattningar, vilket utgör en viktig grund för de vidare sociala effekter som uppstår i staden. Detta förstärks av *(bilaga 1)*, där publikdata visar hur stora åskådarflöden skapar ökad aktivitet i staden. Dessa ekonomiska effekter utgör en grundläggande drivkraft, men de är samtidigt beroende av organisatoriska förutsättningar.

Salgado-Barandela et al. (2017) betonar att kapacitet, väder och ekonomiska risker påverkar

evenemangens genomslag. Detta syns även i materialet: en fullsatt arena skapar betydligt större ekonomiska effekter än en match med begränsad kapacitet eller ogynnsamma förhållanden. Tillväxtverkets beslut om *”stöd och projektansökan”* enligt dokumentanalysen *(tabell 6)* är evenemang en resurs som visar dessutom att ekonomiska effekter först får verklig betydelse när de integreras i en bredare strategi för lokal utveckling. Här blir Anderssons (2019) perspektiv centralt: evenemang fungerar som en resurs när de kopplas till långsiktiga mål och organisatoriskt lärande.

Ziakas (2014) visar att eventportföljer består av återkommande, kompletterande och samverkande evenemang som tillsammans skapar synergier som gör effekterna mer hållbara över tid. Detta ligger i linje med Getz & Page (2016), som beskriver hur idrottsevenemang fungerar som system där ett huvudevenemang ofta lägger grunden för att fler aktiviteter uppstår vid sidan av eller efteråt. Genom kontinuitet, organisatorisk kapacitet och återkommande aktiviteter kan dessa system generera långsiktiga ekonomiska och sociala effekter.

I studiens resultat framgår att elitmatcher, cuper och återkommande evenemang tillsammans skapar ett stabilt aktivitetsflöde som förstärker både ekonomiska och organisatoriska strukturer. Korrelationsanalysen i *(tabell 3)* ($r = 0{,}685$, $p < .001$) visar dessutom att intresset är starkt beroende av lagets ligatillhörighet: intresset ökar tydligt vid spel i högsta serien och minskar vid nedflyttning. Sportsliga resultat fungerar därmed som katalysatorer i det eventsystem som präglar återkommande idrottsevenemang, där förändringar i lagens prestationer förstärker både publiktryck och organisatoriska flöden (Ziakas, 2014; Getz & Page, 2016).

När laget går upp i serien ökar synligheten, fler kommer på matcherna och konsumtionen stiger. Detta syns i *(Figur 11)*, där intresset ökar tydligt vid spel i högsta serien, samt i *(Figur 13)* och *(Figur 19)* som visar återkommande besök och hög konsumtion på matchdagar. När laget går ner kan det istället stärka den lokala sammanhållningen och skapa motståndskraft. Detta framgår i *(Figur 10)*, där många inte tappar intresset vid en nedflyttning, och i *(Figur 9)* som visar en stark känsla av gemenskap vid hemmamatcher. Tillsammans bekräftar dessa figurer både teorin om

sportsliga förändringar som katalysatorer och enkätsvarens betoning på engagemang och gemenskap.

5.5.2 Sociala effekter och platsidentitet

De ekonomiska effekterna övergår snabbt i sociala effekter. När staden fylls av publik och aktivitet uppstår möten mellan människor, vilket bygger gemenskap, stolthet och en känsla av delaktighet. Detta syns tydligt i *SEF:s Fotbollsplanen mitt i byn* som presenteras i dokumentanalysen *(tabell 6)*, där elitklubbar framställs som centrala samhällsaktörer som genom sociala insatser och lokal förankring stärker inkludering, trygghet och lokal identitet. Klubbarna beskrivs som bärare av platsens värderingar och som aktörer med ett tydligt socialt ansvar, något som gör dem viktiga för platsidentitetens utveckling.

Speer (2023) beskriver att just dessa processer, möten, gemenskap, mobilisering och kollektiv identitet, utgör kärnan i de sociala effekterna. I analysen blir det tydligt att publikens känslomässiga investering i laget inte bara skapar atmosfär, utan även driver lojalitet, återbesök och lokal stolthet. Sociala effekter blir därmed en förlängning av de ekonomiska effekterna, men också en förutsättning för att de ekonomiska effekterna ska kunna växa över tid.

Kulturell passform fungerar som navet i detta ekosystem. När laget och evenemanget upplevs som en naturlig del av platsens identitet stärks både engagemang och legitimitet. Detta syns i *projektansökan* vilket presenteras i dokumentanalysen *(tabell 6)*, där evenemanget positioneras som en del av stadens varumärke. En stark kulturell passform gör att invånare accepterar investeringar, engagerar sig i evenemanget och bidrar till att skapa en positiv bild av platsen. Detta förstärker i sin tur både de ekonomiska och sociala effekterna.

Sammantaget visar analysen att elitidrottens lokala påverkan bör förstås som ett ekosystem av ömsesidigt förstärkande effekter. Ekonomiska effekter skapar sociala värden; sociala värden skapar identitet och lojalitet; kulturell passform binder samman dessa dimensioner; organisatoriska förutsättningar avgör styrkan i effekterna; eventportföljer skapar långsiktighet; och sportsliga resultat fungerar som katalysatorer. Det är i detta samspel snarare än i enskilda effekter som elitidrottens lokala betydelse formas.

6. Slutsats

Detta kapitel sammanfattar studiens slutsatser och besvarar forskningsfrågorna genom att visa hur idrottsevenemang skapar ekonomiska effekter, stärker lokal platsidentitet och hur dessa två områden hänger ihop. Kapitlet innehåller även kritiska reflektioner samt rekommendationer för framtida forskning och för hur kommuner kan använda resultaten i sitt fortsatta evenemangsarbete.

6.1 Forskningsfråga 1

Hur genererar idrottsevenemang direkta, indirekta och inducerade konsumtionseffekter i lokalsamhället?

Idrottsevenemang skapar återkommande ekonomiska effekter genom att besökare spenderar pengar på mat, dryck, transporter, aktiviteter och ibland övernattningar i samband med matchdagar. Dessa direkta utgifter sprider sig vidare till lokala företag och tjänster, vilket skapar indirekta effekter när exempelvis restauranger, butiker och transportaktörer får ökade intäkter. På längre sikt uppstår även inducerade effekter, där återkommande besökare och långväga supportrar bidrar till stabila ekonomiska flöden som påverkar både arbetsmarknad och lokal konsumtion. Effekternas omfattning varierar mellan kommuner beroende på befolkningsstorlek, infrastruktur och lagets attraktionskraft, men mönstret visar tydligt att elitidrott fungerar som en återkommande ekonomisk motor i lokalsamhället, vilket ligger i linje med Getz & Page (2016) som menar att idrottsevenemang genererar ekonomiska effekter genom besökares konsumtion som sprids vidare i den lokala ekonomin.

6.2 Forskningsfråga 2

Vilken roll spelar idrottsevenemang och elitidrott i formandet av den lokala platsidentiteten?

Idrottsevenemang spelar en central roll i formandet av lokal platsidentitet genom att skapa stolthet, gemenskap och en känsla av samhörighet mellan invånare. Resultaten i figur 6, 7, 8 och 9 visar tydligt att många upplever laget som en viktig del av platsens identitet, att laget passar väl ihop med platsens kultur och värderingar, och att hemmamatcher skapar stark gemenskap. Även figur 12 visar att sportsliga prestationer påverkar hur människor pratar om sin hemort, vilket understryker lagets symboliska betydelse i vardagliga samtal och i hur invånare representerar sin plats inför andra.

Laget fungerar därmed som en symbolisk resurs som binder samman invånare genom återkommande ritualer, känslomässiga upplevelser och gemensamma berättelser. Platsidentiteten formas inte enbart av geografisk närhet, vilket framgår av att även personer utan direkt lokal anknytning uttrycker stark koppling till laget. I stället skapas identiteten genom historiska, sociala och kulturella band som utvecklas över tid, något som Relph (1976) tydliggör genom sin beskrivning av hur platsidentitet formas av människors erfarenheter och de symboliska betydelser som knyts till en plats. Resultatet stödjer även Chalips (2006) resonemang om att idrottsevenemang skapar gemenskap och social samhörighet genom gemensamma upplevelser. På så sätt blir elitidrotten en betydelsefull del av hur invånare tolkar, värderar och känslomässigt förhåller sig till sin plats.

6.3 Forskningsfråga 3

Hur relaterar idrottsevenemangs ekonomiska och sociala effekter till invånarnas upplevelse av platsidentitet?

De ekonomiska och sociala effekterna av idrottsevenemang hänger nära samman och förstärker varandra på ett sätt som direkt knyter an till studiens syfte att förstå hur elitidrott bidrar till att forma och omforma platsidentitet. När matchdagar skapar liv och rörelse i staden uppstår sociala mötesplatser där invånare delar upplevelser, vilket i sin tur stärker gemenskap, stolthet och känslan av att höra hemma på platsen. Denna sociala förstärkning ökar engagemanget kring laget och leder till ökad konsumtion och fler återkommande besök, vilket visar hur ekonomiska flöden och sociala värden samspelar i praktiken. Resultaten visar också att upplevd platsidentitet och kulturell passform är starkt kopplade till intresse och beteende, där sportsliga förändringar påverkar både hur invånare beskriver sin hemort och hur ofta de deltar i matchrelaterade aktiviteter. Detta innebär att elitidrottens ekonomiska och sociala effekter inte är separata fenomen, utan delar av en sammanlänkande process där konsumtion, engagemang och identitet kontinuerligt påverkar varandra. Hur dessa processer samverkar och formar invånarnas upplevelse av sin plats ligger i kärnan av studiens syfte och förklarar varför elitidrotten får en så stark betydelse i lokala identitetsprocesser. Detta kan förstås i relation till Andersson (2019), som betonar hur

platsidentitet formas genom sociala praktiker och kulturell passform, samt Chalip (2006), som visar hur idrottsevenemang fungerar som katalysatorer för social samhörighet och ökat engagemang.

6.4 Syftesuppfyllelse

Syftet med föreliggande studie är att undersöka hur idrottsevenemang bidrar till ekonomiska och sociala effekter i lokalsamhället samt på vilket sätt detta relaterar till invånarnas upplevelse av platsidentitet. De sportsliga förändringarna inkluderas som en bakgrundsfaktor som kan påverka dessa samband. Resultaten visar att idrottsevenemang skapar tydliga konsumtionseffekter genom ökade flöden inom restaurang, logi och transporter, vilket bekräftar Getz & Page (2016) om evenemangens betydelse för lokal ekonomi. Enkäten visar att majoriteten av besökarna spenderar pengar på mat, dryck och aktiviteter under matchdagar (figur 19), vilket stärker bilden av elitidrott som en återkommande turismmotor.

Samtidigt framträder starka sociala effekter. Respondenterna uttrycker stolthet, gemenskap och känslomässig anknytning till laget (figurer 6 & 8) vilket ligger i linje med Chalip (2006) och Riksidrottsförbundet (2017) som beskriver idrott som en social arena där identitet och sammanhållning skapas. Detta förstärks av (figur 9) att många upplever laget som en central del av platsens kultur och värderingar.

Sportsliga förändringar fungerar som en förstärkande mekanism. Intresset ökar när laget spelar i högsta serien (figur 11), vilket överensstämmer med Speer (2023) som visar att sportsliga resultat påverkar både publikstöd och lokal attraktionskraft. Samtidigt visar studien att identiteten inte enbart är prestationsbaserad, många supportrar behåller sitt engagemang även vid nedflyttning (figur 10) , vilket kan förstås genom Relphs (1976) idé om existentiell platsanknytning.

Sammanfattningsvis visar studien att elitidrott formar platsidentitet genom ett samspel mellan ekonomiska effekter och sociala värden. Matchdagar skapar både konsumtion och sociala mötesplatser, och dessa processer förstärker varandra över tid. Därmed uppfylls studiens syfte: elitidrott fungerar som en central resurs för lokal utveckling, särskilt i små och medelstora kommuner där lagens närvaro är djupt integrerad i det lokala samhället.

6.5 Kritiska reflektioner

Arbetet med uppsatsen har inneburit flera omprövningar av studiens inriktning. Vi började med ambitionen att genomföra en fallstudie med två lag och både intervjuer och enkäter, men insåg snabbt att detta inte var genomförbart inom den givna tidsramen. Därför omformades studien till att omfatta 25 elitlag, och fokus lades i stället på kvantitativa metoder med inslag av kvalitativ analys. Denna förändring krävde att vi kontinuerligt diskuterade och justerade studiens riktning för att säkerställa att arbetet förblev hanterbart. Processen har varit lärorik och visat hur viktigt det är att vara flexibel, göra tydliga avgränsningar och anpassa forskningsdesignen efter de praktiska förutsättningarna.

Resultaten bör samtidigt tolkas med försiktighet eftersom studien bygger på ett urval av 25 kommuner och därför inte kan generaliseras till alla typer av destinationer eller idrottskontexter. Jämförelsen mellan sporterna visar visserligen att handboll uppvisar lägre engagemang och svagare turismrelaterade effekter än fotboll och ishockey, men även dessa skillnader bör förstås som tendenser snarare än generaliserbara resultat. Publiknivåer och turistekonomiska effekter påverkas dessutom av strukturella faktorer som arenakapacitet, historisk förankring och publiktraditioner, vilket innebär att sporternas ekonomiska betydelse främst kan beskrivas som övergripande mönster. En ytterligare aspekt är att matchdagarnas ekonomiska effekter inte kan förstås isolerat. En del av den konsumtion som idag kopplas till elitidrott skulle sannolikt omfördelas till andra lokala utbud om evenemanget försvann. Samtidigt innebär bortfallet av ett återkommande idrottstevenemang att kommunen mister en viktig attraktionspunkt, vilket gör det nödvändigt att andra aktiviteter eller upplevelser kan ta över rollen som drivkraft för besök och lokal konsumtion.

Det som överraskade oss mest var hur starkt många kopplade sin platsidentitet till laget även när laget inte haft sportsliga framgångar de senaste åren. Exempelvis visar både Leksand IF och Degerfors IF att lokal identitet och koppling till laget kan vara mycket stark även under perioder av svagare sportsliga resultat. Detta tyder på att lagets betydelse i lokalsamhället ofta handlar mer om kultur, historia och gemenskap än om prestationerna på planen. Det var också oväntat att

matchdagarnas konsumtionseffekter var så tydliga även i mindre kommuner där besöksnäringen i övrigt är begränsad.

En viktig reflektion är att gästnätter och publiksiffror inte fångar hela den ekonomiska effekten av en matchdag. Många besökare reser över dagen, bor hos vänner eller familj eller konsumerar lokalt utan att registreras i statistiken. Detta innebär att de ekonomiska effekterna sannolikt är större än vad våra siffror visar.

En ytterligare begränsning är att enkäten främst nådde personer som redan är engagerade i laget, vilket innebär att upplevelser av platsidentitet, stolthet och intresse kan vara starkare i vårt material än i befolkningen som helhet. Samtidigt finns det aspekter som studien inte kan besvara; vi kan inte fastställa kausala samband utan endast beskriva de mönster som framträder i materialet. Sportsliga förändringar har heller inte analyserats statistiskt, utan behandlats som en bakgrundsfaktor, vilket innebär att vi inte kan uttala oss om hur mycket resultaten på planen faktiskt påverkar konsumtion eller identitet.

6.6 Rekommendationer för framtida forskning

För framtida forskning kan det vara lämpligt att genomföra intervjuer med kommuner, klubbar och näringsliv, eftersom denna studie bygger på statistik och enkätdata. Kvalitativa intervjuer skulle ge en djupare förståelse för hur olika aktörer arbetar strategiskt med evenemang, kapacitet och identitet. Eftersom studien fokuserar på herrlag kan framtida forskning även undersöka hur damlag skapar andra typer av ekonomiska och sociala effekter, och om identitetsskapandet skiljer sig åt mellan lagen.

När det gäller kommuners framtida evenemangsarbete visar resultaten att kommuner med begränsad boende- och transportkapacitet riskerar att förlora gästnätter och konsumtion till närliggande orter. Genom att utveckla fler boendealternativ, förbättra transportlösningar och samarbeta med lokala företag kan kommuner öka både de direkta och indirekta effekterna av matchdagar. Våra resultat visar också tydligt att stolthet, gemenskap och kulturell passform är

centrala för hur invånare upplever sin plats. Därför är det viktigt att kommuner fortsätter att arbeta med dessa sociala värden, eftersom de har stor betydelse för lokal identitet och engagemang.

Studien visar även hur idrottsevenemang kan påverka platsutveckling på längre sikt. Eftersom ekonomiska och sociala effekter förstärker varandra bör elitidrott ses som en långsiktig resurs snarare än en enskild händelse. Kommuner kan använda resultaten för att utveckla strategier där idrottsevenemang bidrar till ökad attraktivitet, varumärkesbyggande och samhällsutveckling.
Genom att i högre grad börja följa upp och analysera evenemangens effekter, exempelvis gästnätter, konsumtion, publikbeteende och invånarnas upplevelser, kan de bättre förstå vilka evenemang som skapar störst värde och hur resurser bör fördelas framöver.

Referenser

Allsvenskan. (2026). *Matcher*. https://allsvenskan.se/matcher (Hämtad 03.15.2026)

Allsvenskan. (2026). *Statistik*. https://allsvenskan.se/statistik/tabell (Hämtad 03.15.2026)

Andersson, T. D. (2019). *Legacy och evenemang: En modell för att arbeta långsiktigt med effekter av evenemang*. Besöksnäringens forsknings- och utvecklingsfond (BFUF) & Riksidrottsförbundet.

Blom, T., & Karlsson, S. (2026). Kultur- och fritidsvanor i skilda geografiska miljöer – en fråga om stad och land. I P. O. Norell, M. Granberg & F. Kjellström (Red.), *Värmland i orostider: Ett politiskt landskap i förändring* (s. 198–298). Karlstad University Press.

Braunerhielm, L., Harkman, L., & Westlindh, S. (2014). *Utvärdering av Rallycross EM i Höljes: Påverkan, drivkrafter och framtidstro* (Arbetsrapport 2014:2). Karlstads universitet, Cerut.

Bryman, A., & Nilsson, B. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber.

Chalip, L. (2006). Towards social leverage of sport events. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 109–127. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14775080601155126 (Hämtad 05.04.2026).

David, M. & Sutton, C-D. (2016) *Samhällsvetenskaplig metod*. Första uppl.. Studentlitteratur.

Fairley, S., & Gammon, S. (2005). Something lived, something learned: Nostalgia's expanding role in sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 182–197. https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/17430430500102002?src=getftr&utm_source=scopus&getft_integrator=scopus

Handbollsligan. (2026). *Herr – Statistik och nyheter*. https://handbollsligan.se/herr/ (Hämtad 03.05.2026)

Handbollsligan. (2026). *Resultat*. https://handbollsligan.se/herr/resultat/ (Hämtad 03.05.2026)

Hockeyallsvenskan. (2026). *Spelschema*. https://www.hockeyallsvenskan.se/game-schedule?seasonUuid=qeb-73bZkIm9A&seriesUuid=qQ9-594cW8OWD&gameTypeUuid=qQ9-af37Ti40B&completeSeason=all&homeAway=home&allGames=all (Hämtad 03.10.2026)

Hockeyallsvenskan. (2026). *Tabell - Statistik.* https://www.hockeyallsvenskan.se/game-stats/standings/standings?count=25 (Hämtad 03.10.2026)

Hsu, B. C.-Y., Wu, Y.-F., Chen, H.-W., & Cheung, M.-L. (2020). How Sport Tourism Event Image Fit Enhances Residents' Perceptions of Place Image and Their Quality of Life. *Sustainability*, *12*(19), 8227. https://doi.org/10.3390/su12198227

Ingemann, J. H. (2018). *Vetenskapsteori för samhällsvetare* (1. uppl., 213 s.). Gleerups Utbildning.

Kemppinen, J., Nilsson Lundmark, E., & Nilsson, I. (2020). Fotbollsplanen mitt i byn: Fotbollen – en aktör att räkna med. *Svensk elitfotboll och samhället.* Svensk Elitfotboll.

Kronenberg, K., Pettersson, R., & Wallstam, M. (2024). *En guide till evenemangsutvärderingar: sociala effekter*. ETOUR, Mittuniversitetet.

Lintumäki, P., & Koll, O. (2024). *Sport team identification: A social identity perspective comparing local and distant fans*. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 25(1), 1-17 https://doi.org/10.1108/IJSMS-08-2022-0158

Melo, R. (2017). Understanding nature sports participation: A literature review. I R. Melo & C. Sobry (Red.), *Sport tourism: New challenges in a globalized world* (s.229-250) . Cambridge Scholars Publishing.

Mossberg, L. (2015) *Att skapa upplevelser : från OK till WOW!* Andra upplagan. Studentlitteratur.

Page, S. J., & Getz, D. (2016). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events.* (3rd ed.) Routledge.

Pettersson, R., & Wallstam, M. (2017). Idrottsevenemangs samhällsnytta. I J. Faskunger & P. Sjöblom (Red.), *Idrottens samhällsnytta: En vetenskaplig översikt av idrottsrörelsens mervärden för individ och samhälle.* (FoU-rapport 2017:1). Riksidrottsförbundet.

Riksidrottsförbundet. (2022). Idrottens samhällsnytta- En sammanfattning. https://www.rf.se/download/18.5424ab70183abb853551a51/1665068713124/Idrottens%20samh%C3%A4llsnytta%20kortversion.pdf (Hämtad 03.02.2026)

Relph, E. (1976). *Place and placelessness.* Pion.

Salgado-Barandela, J., Barajas, Á., & Sánchez-Fernández, P. (2017). Key factors in sport-event tourism: An economic outlook. I R. Melo & C. Sobry (Red.), *Sport tourism: New challenges in a globalized world* (s. 78–104). Cambridge Scholars Publishing.

Samuels, D., & Zucco, C. (2013). *Using Facebook as a subject recruitment tool for survey-experimental research*. University of Minnesota & Fundação Getúlio Vargas. (Hämtad 07.04.2026)

SHL. (u.å.). *Om SHL*. https://www.shl.se/Om-SHL (Hämtad 02.02.2026)

SHL. (2026). *Spelschema*. https://www.shl.se/game-schedule?seasonUuid=qeb-73bZkIm9A&seriesUuid=qQ9-bb0bzEWUk&gameTypeUuid=qQ9-af37Ti40B&completeSeason=all&homeAway=all&allGames=all (Hämtad 03.07.2026)

SHL. (2026). *Tabell – Statistik.* https://www.shl.se/game-stats/standings (Hämtad 03.07.2026)

SHL & Grant Thornton. (2025). *Impact by SHL: En rapport om Färjestad BK:s roll och värdeskapande i samhället.* Grant Thornton & Svenska Hockeyligan.

Speer, J. D. (2023). The consequences of promotion and relegation in European soccer leagues: A regression discontinuity approach. *Sports Economic Review*, 1, 100003. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2773161822000039 (Hämtad 13.02.2026)

Statistiska centralbyrån. (2026). *Kommunsiffror*. https://kommunsiffror.scb.se/?id1=null&id2=null (Hämtad 03.14.2026)

Superettan. (2026). *Matcher*. https://superettan.se/matcher (Hämtad 03.07.2026)

Superettan. (2026). *Statistik*. https://superettan.se/statistik/tabell (Hämtad 03.07.2026)

Svensk Live, Svensk Scenkonst & Riksidrottsförbundet. (2025). *Evenemang i siffror 2025: Statistik om näringarna idrott, livemusik och scenkonst*.

Sveriges Television. (2024). *Publikbarometern: Här är hela listan.* Fotboll: Publikbarometern: Här är hela listan | SVT Sport (Hämtad 05.04.2026)

Syssner, J. (2013). *Perspektiv på turism och resande: Begrepp för en kritisk turismanalys.* Studentlitteratur.

Tillväxtverket. (2025, 18 juni). *Beslut om stöd: Evenemang som resurs för regional utveckling.* Beslutsdokument (PDF).

Tillväxtverket. (2025). *Turismräkenskaper 2024*. Tillväxtverket. https://tillvaxtverket.se/download/18.189a90d219a7bb08b59d1210/1764170461825/Turismra%CC%88kenskaper%202024.pdf

Tillväxtverket. (2026). *Inkvartering – Gästnätter, per dag, per kommun.* https://tillvaxtdata.tillvaxtverket.se/statistikportal#page=423570ea-62d7-4ea7-af61-b871065bfb60

Visit Värmland. (2025). *Ansökan om stöd: Evenemang som resurs för regional utveckling* [Projektansökan]. Tillväxtverket.

Weed, M., & Bull, C. (2008). *Sports tourism: Participants, policy and providers.* (2nd ed.). Routledge.

Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: Content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91(5), 975–993.

Ziakas, V. (2014). Planning and leveraging event portfolios: Towards a holistic theory. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(3), 327–356. https://www-tandfonline-com.bibproxy.kau.se/doi/full/10.1080/19368623.2013.796868

Bilagor

Bilaga 1.Excel-fil: Svenska elitklubbar

Svenska elitklubbar (herr) 1

Bilaga 2.Excel-fil: Gästnätter svenska elitklubbar

Gästnätter Svenska elitklubbar

Bilaga 3.Respondenternas folkbokföringsorter

Respondenternas folkbokföringsorter

Bilaga 4. Informationsutskick till elitklubbar

Hej!
Vi heter Filip Sjöwall och Hussein Ali och studerar turismvetenskap vid Karlstads universitet. Just nu genomför vi vårt examensarbete, där vi undersöker hur elitidrott påverkar lokalsamhällen, både ekonomiskt och socialt, med särskilt fokus på platsidentitet, lokal stolthet och effekter av sportsliga förändringar.

För att få en bred och representativ bild analyserar vi 25 elitklubbar inom fotboll, ishockey och handboll. Urvalet består av fem klubbar från varje större liga (Allsvenskan, Superettan, SHL, Hockeyallsvenskan och Handbollsligan), och er klubb ingår i detta urval.

Som en del av datainsamlingen genomför vi en enkät riktad till supportrar. Deras perspektiv är centralt för att förstå hur elitidrott bidrar till lokal identitet, konsumtion och samhällsutveckling. Vi vill därför vänligt fråga om ni har möjlighet att hjälpa oss genom att dela enkäten i era supporterkanaler, exempelvis via sociala medier, hemsida eller nyhetsbrev.
Enkäten tar endast ett par minuter att besvara och all data behandlas anonymt och i enlighet med gällande etiska riktlinjer.

Enkätlänk: https://survey.kau.se/survey/31188

Vi uppskattar verkligen er hjälp. Genom att sprida enkäten bidrar ni till ny kunskap om hur elitidrott påverkar lokala samhällen, både i termer av konsumtion, engagemang och platsidentitet.

Vid frågor är ni varmt välkomna att kontakta oss.

Vänliga hälsningar
Filip Sjöwall & Hussein Ali
Turismvetenskap, Karlstads universitet

Bilaga 5. Informationsutskick till supportergrupper

Hej!
Vi är två studenter som just nu skriver vår C-uppsats i turismvetenskap vid Karlstads universitet. I vår studie undersöker vi hur idrottsevenemang och elitidrott påverkar lokalsamhällen, till exempel när det gäller ekonomi, gemenskap, lokal stolthet och hur människor upplever sin plats.

För att få en rättvis och representativ bild analyserar vi 25 elitklubbar inom fotboll, ishockey och handboll. Som en del av studien samlar vi in svar från supportrar, eftersom deras perspektiv är avgörande för att förstå lagets betydelse i den lokala kontexten.

Vi skulle därför bli väldigt tacksamma om du vill hjälpa oss genom att besvara vår enkät. Den tar bara 5–10 minuter och alla svar är helt anonyma.

Enkätlänk: https://survey.kau.se/survey/31188

Dina svar hjälper oss att förstå hur elitidrott påverkar platsidentitet, konsumtion och samhällsutveckling, och hur sportsliga förändringar kan påverka både engagemang och lokal stolthet.
Stort tack för att du tar dig tid att bidra till vår studie!

Vänliga hälsningar
Filip Sjöwall & Hussein Ali
Turismvetenskap, Karlstads universitet

Bilaga 6. Enkätfrågor

1. Är du över 18 år?

- Ja
- Nej

Sektion 1: Bakgrundsfrågor

För att möjliggöra en korrekt analys av resultaten inleds enkäten med några bakgrundsfrågor. Dessa avser grundläggande uppgifter om dig samt vilket elitlag dina svar relaterar till. Samtliga uppgifter behandlas anonymt och används enbart för forskningsändamål.
Om du följer flera lag ombeds du ange det lag som i störst utsträckning låg till grund för dina svar.

1. Vilket elitlag gäller dina svar?

- Halmstad BK
- Mjällby AIF
- Kalmar FF
- Elfsborg IF
- IFK Norrköping
- Degerfors IF
- Helsingborgs IF

- Landskrona Bois
- Örebro SK
- Östers IF
- Färjestad BK
- Brynäs IF
- Leksand IF
- Skellefteå AIK
- Luleå Hockey
- Västerås IK
- IF Björklöven
- MoDo Hockey
- MORA IK
- Södertälje SK
- IFK Kristianstad
- IF Hallby
- IFK Skövde
- Eskilstuna Guif IF
- Ystads IF HF

2. Vilken åldersgrupp tillhör du?

- 18 - 24
- 25 - 34
- 35 - 44
- 45 - 64
- 65 +

3. Var är du folkbokförd?

(Listan är sorterad i alfabetisk ordning, 290 kommuner)

Ale, Alingsås, Alvesta, Aneby, Arboga, Arjeplog, Arvidsjaur, Arvika, Askersund, Avesta, Bengtsfors, Berg, Bjurholm, Bjuv, Boden, Bollebygd, Bollnäs, Borgholm, Borlänge, Borås, Botkyrka, Boxholm, Bromölla, Bräcke, Burlöv, Båstad, Dals-Ed, Danderyd, Degerfors, Dorotea, Eda, Ekerö, Eksjö, Emmaboda, Enköping, Eskilstuna, Eslöv, Essunga, Fagersta, Falkenberg, Falköping, Falun, Filipstad, Finspång, Flen, Forshaga, Färgelanda, Gagnef, Gislaved, Gnesta, Gnosjö, Gotland, Grums, Grästorp, Gullspång, Gällivare, Gävle, Göteborg, Götene, Habo, Hagfors, Hallsberg, Hallstahammar, Halmstad, Hammarö, Haninge, Haparanda, Heby, Hedemora, Helsingborg, Herrljunga, Hjo,

Hofors, Huddinge, Hudiksvall, Hultsfred, Hylte, Håbo, Hällefors, Härjedalen, Härnösand, Härryda, Hässleholm, Höganäs, Högsby, Hörby, Höör, Jokkmokk, Järfälla, Jönköping, Kalix, Kalmar, Karlsborg, Karlshamn, Karlskoga, Karlskrona, Karlstad, Katrineholm, Kil, Kinda, Kiruna, Klippan, Knivsta, Kramfors, Kristianstad, Kristinehamn, Krokom, Kumla, Kungsbacka, Kungsör, Kungälv, Kävlinge, Köping, Laholm, Landskrona, Laxå, Lekeberg, Leksand, Lerum, Lessebo, Lidingö, Lidköping, Lilla Edet, Lindesberg, Linköping, Ljungby, Ljusdal, Ljusnarsberg, Lomma, Ludvika, Luleå, Lund, Lycksele, Lysekil, Malmö, Malung-Sälen, Malå, Mariestad, Mark, Markaryd, Mellerud, Mjölby, Mora, Motala, Mullsjö, Munkedal, Munkfors, Mölndal, Mönsterås, Mörbylånga, Nacka, Nora, Norberg, Nordanstig, Nordmaling, Norrköping, Norrtälje, Norsjö, Nybro, Nykvarn, Nyköping, Nynäshamn, Nässjö, Ockelbo, Olofström, Orsa, Orust, Osby, Oskarshamn, Ovanåker, Oxelösund, Pajala, Partille, Perstorp, Piteå, Ragunda, Robertsfors, Ronneby, Rättvik, Sala, Salem, Sandviken, Sigtuna, Simrishamn, Sjöbo, Skara, Skellefteå, Skinnskatteberg, Skurup, Skövde, Smedjebacken, Sollefteå, Sollentuna, Solna, Sorsele, Sotenäs, Staffanstorp, Stenungsund, Stockholm, Storfors, Storuman, Strängnäs, Strömstad, Strömsund, Sundbyberg, Sundsvall, Sunne, Surahammar, Svalöv, Svedala, Svenljunga, Säffle, Säter, Sävsjö, Söderhamn, Söderköping, Södertälje, Sölvesborg, Tanum, Tibro, Tidaholm, Tierp, Timrå, Tingsryd, Tjörn, Tomelilla, Torsby, Torsås, Tranemo, Tranås, Trelleborg, Trollhättan, Trosa, Tyresö, Täby, Töreboda, Uddevalla, Ulricehamn, Umeå, Upplands Väsby, Upplands-Bro, Uppsala, Uppvidinge, Vadstena, Vaggeryd, Valdemarsvik, Vallentuna, Vansbro, Vara, Varberg, Vaxholm, Vellinge, Vetlanda, Vilhelmina, Vimmerby, Vindeln, Vingåker, Vårgårda, Vänersborg, Vännäs, Värmdö, Värnamo, Västervik, Västerås, Växjö, Ydre, Ystad, Åmål, Ånge, Åre, Årjäng, Åsele, Åstorp, Åtvidaberg, Älmhult, Älvdalen, Älvkarleby, Älvsbyn, Ängelholm, Öckerö, Ödeshög, Örebro, Örkelljunga, Örnsköldsvik, Östersund, Österåker, Östhammar, Östra Göinge, Överkalix, Övertorneå. Utomlands, Vill ej svara.

4. Har du någon geografisk koppling till laget du håller på?

(Flera svar möjliga)

- Jag bor i lagets hemort
- Jag bor i regionen
- Jag har bott i lagets hemort tidigare
- Jag har familj/släkt där
- Jag har ingen geografisk koppling

Sektion 2: Platsidentitet & kulturell passform

Denna sektion avser att undersöka hur du uppfattar relationen mellan laget och den plats det representerar. Frågorna rör upplevelser av stolthet, identitet, kulturell samhörighet och social gemenskap.

1. Varför håller du på just detta lag?

(Flera svar möjliga)

- Platskoppling (hemort, region, familj)
- Lagets historia eller kultur
- Lagets prestationer och sportsliga nivå
- Vänner/familj håller på laget
- Jag började hålla på laget som barn
- Jag gillar spelstilen eller profiler i laget
- Jag följer laget via media
- Annat

2. Jag känner stolthet över platsen när laget spelar i högsta serien?

- 1 Starkt emot
- 2
- 3
- 4
- 5 Starkt för

3. Laget är en viktig del av platsens identitet?

- 1 Stämmer inte alls
- 2
- 3
- 4
- 5 Stämmer väldigt starkt

4. Laget passar bra ihop med platsens kultur och värderingar?

- 1 Stämmer inte alls
- 2
- 3
- 4
- 5 Stämmer väldigt starkt

5. När laget spelar hemma känner jag gemenskap med andra som bor här?

- 1 Stämmer inte alls
- 2
- 3
- 4

- 5 Stämmer väldigt starkt

Sektion 3: Sportsliga förändringar

Denna sektion avser att undersöka hur du uppfattar relationen mellan laget och den plats det representerar. Frågorna rör upplevelser av stolthet, identitet, kulturell samhörighet och social gemenskap.

1. Mitt eget intresse skulle minska om elitlaget spelade i en lägre division?

- 1 Stämmer inte alls
- 2
- 3
- 4
- 5 Stämmer väldigt starkt

2. Mitt eget intresse ökar om elitlaget spelar i högsta serien?

- 1 Stämmer inte alls
- 2
- 3
- 4
- 5 Stämmer väldigt starkt

3. Laget påverkar hur jag pratar om min hemort med andra?

- 1 Stämmer inte alls
- 2
- 3
- 4
- 5 Stämmer väldigt starkt

Sektion 4: Konsumtion & vistelse

Denna sektion syftar till att belysa dina konsumtionsmönster och vistelsevanor i samband med elitlagets matcher. Frågorna avser utgifter, längden på ditt besök samt hur ofta du närvarar vid hemmamatcher.

1. Hur ofta besöker du hemmamatcher när elitlaget spelar?

- Aldrig
- Någon gång per år
- Flera gånger per år
- Nästan varje match
- Vill inte svara

2. Hur lång är din vistelse på platsen?

- Endast samma dag
- 1 övernattning
- 2–3 dagar
- Över 4 dagar
- Vill inte svara

3. Vilket färdmedel använder du för att ta dig till matchen?

- Gång
- Cykel
- Buss
- Bil
- Tåg
- Flyg
- Annat
- Vill inte svara

4. Hur långt reser du vanligtvis för att se laget spela live?

- 0–10 km
- 11–50 km
- 51–150 km
- 151 km eller mer
- Jag ser inte laget live

5. På vilket sätt följer du laget?

(Flera svar möjliga)

- Live på plats
- TV/streaming
- Sociala medier
- Nyhetssajter
- Vänner/familj
- Annat

6. Hur mycket spenderar du vanligtvis på följande under en matchdag? (utöver matchbiljetterna)

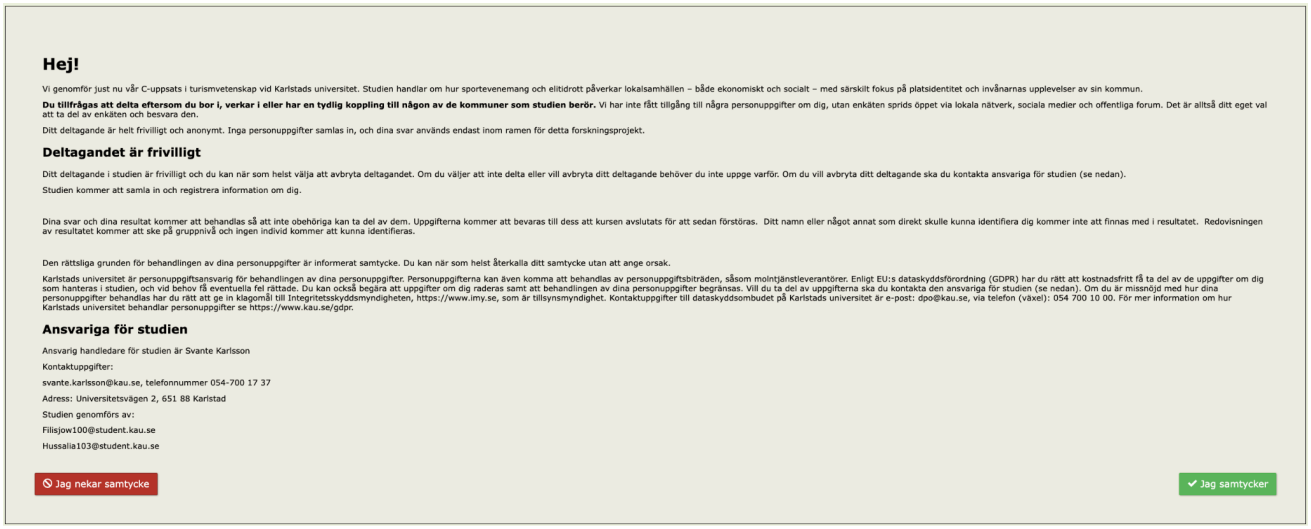
- 0–100 kr
- 101–200 kr
- 201–400 kr
- 401–600 kr
- 601–1200kr
- 1 201kr eller mer
- Vill inte svara

7. Vad brukar du spendera pengar på under en matchdag (utöver matchbiljetten)?

(Flera svar möjliga)

- Mat och dryck på arenan
- Mat och dryck utanför arenan (restaurang, bar, café)
- Transport (buss, tåg, bil, parkering)
- Souvenirer/supporterartiklar
- Boende/övernattning
- Shopping
- Aktiviteter före eller efter matchen
- Jag spenderar inget
- Annat
- Vill inte svara

Bilaga 7. Samtyckesblankett



Hej!

Vi genomför just nu vår C-uppsats i turismvetenskap vid Karlstads universitet. Studien handlar om hur sportevenemang och elitidrott påverkar lokalsamhällen – både ekonomiskt och socialt – med särskilt fokus på platsidentitet och invånarnas upplevelser av sin kommun.

Du tillfrågas att delta eftersom du bor i, verkar i eller har en tydlig koppling till någon av de kommuner som studien berör. Vi har inte fått tillgång till några personuppgifter om dig, utan enkäten sprids öppet via lokala nätverk, sociala medier och offentliga forum. Det är alltså ditt eget val att ta del av enkäten och besvara den.

Ditt deltagande är helt frivilligt och anonymt. Inga personuppgifter samlas in, och dina svar används endast inom ramen för detta forskningsprojekt.

Deltagandet är frivilligt

Ditt deltagande i studien är frivilligt och du kan när som helst välja att avbryta deltagandet. Om du väljer att inte delta eller vill avbryta ditt deltagande behöver du inte uppge varför. Om du vill avbryta ditt deltagande ska du kontakta ansvariga för studien (se nedan).

Studien kommer att samla in och registrera information om dig.

Dina svar och dina resultat kommer att behandlas så att inte obehöriga kan ta del av dem. Uppgifterna kommer att bevaras till dess att kursen avslutats för att sedan förstöras. Ditt namn eller något annat som direkt skulle kunna identifiera dig kommer inte att finnas med i resultatet. Redovisningen av resultatet kommer att ske på gruppnivå och ingen individ kommer att kunna identifieras.

Den rättsliga grunden för behandlingen av dina personuppgifter är informerat samtycke. Du kan när som helst återkalla ditt samtycke utan att ange orsak.

Karlstads universitet är personuppgiftsansvarig för behandlingen av dina personuppgifter. Personuppgifterna kan även komma att behandlas av personuppgiftsbiträden, såsom molntjänstleverantörer. Enligt EU:s dataskyddsförordning (GDPR) har du rätt att kostnadsfritt få ta del av de uppgifter om dig som hanteras i studien, och vid behov få eventuella fel rättade. Du kan också begära att uppgifter om dig raderas samt att behandlingen av dina personuppgifter begränsas. Vill du ta del av uppgifterna ska du kontakta den ansvariga för studien (se nedan). Om du är missnöjd med hur dina personuppgifter behandlas har du rätt att ge in klagomål till Integritetsskyddsmyndigheten, https://www.imy.se, som är tillsynsmyndighet. Kontaktuppgifter till dataskyddsombudet på Karlstads universitet är e-post: dpo@kau.se, via telefon (växel): 054 700 10 00. För mer information om hur Karlstads universitet behandlar personuppgifter se https://www.kau.se/gdpr.

Ansvariga för studien

Ansvarig handledare för studien är Svante Karlsson

Kontaktuppgifter:

svante.karlsson@kau.se, telefonnummer 054-700 17 37

Adress: Universitetsvägen 2, 651 88 Karlstad

Studien genomförs av:

Filisjow100@student.kau.se

Hussalia103@student.kau.se

Jag nekar samtycke

Jag samtycker