



FRILUFTSLIV BUDSKAP

Naturvårdsverkets
arbete för friluftsliv



FRILUFTSLIV =

Friluftsliv är vistelse utomhus i natur- och kulturlandskap för välbefinnande och naturupplevelse utan krav på tävling.

FRILUFTSLIV FÖR ALLA

Vi arbetar för att förutsättningarna för friluftsliv bevaras och utvecklas





HUVUDBUDSKAP

- Friluftslivet är något vi ska vara stolta över och värna om. Det är en del av vår välfärd med lång tradition och unika möjligheter.
- Friluftslivet är värdefullt för Sverige, både för den enskilda människan och för samhället i stort. Det bidrar till att vi får en förståelse för naturen och miljön, att vi mår bättre samtidigt som svensk ekonomi stärks.



Delbudskap FOLKHÄLSA

Att vistas i naturen har positiva effekter på både den fysiska och psykiska hälsan. Tillgången till friluftsliv är därför värdefullt både för den enskilda människan och för samhället i stort

Fortsättning delbudskap

FOLKHÄLSA

- Människors välbefinnande och hälsa ökar av att vistas i naturen. Därför är det viktigt att alla människor ges samma möjlighet att vistas i naturen och har tillgång till friluftsliv.
- Friluftslivet kan bidra till att förbättra den fysiska och psykiska hälsan i samhället, vilket indirekt leder till stora samhällsekonomiska besparingar.



Delbudskap NATUR- FÖRSTÅELSE

- Människors kontakt med naturen har minskat dramatiskt de senaste hundra åren. I dagens samhälle spelar friluftslivet en avgörande roll i att skapa förståelse för naturen och allt levande.

Fortsättning delbudskap

NATURFÖRSTÅELSE

- När människor vistas i naturen växer förståelsen för att den är värd att bevara. Därför kan friluftslivet bidra till att öka kunskapen och engagemanget för hållbara livsstilar – nu och för framtida generationer.
- Idag bor över 80 % av befolkningen i tätorter. Urbana grönområden och tätortsnära natur är därför en viktig del i samhällsplaneringen. Ju fler som ges möjlighet att vistas i naturen, desto fler är det som vill värna den.



Delbudskap REGIONAL UTVECKLING

- Friluftslivet stärker den svenska ekonomin och skapar arbetstillfällen i hela landet.
- Sveriges varumärke stärks av vår tillgång till friluftsliv där allemansrätten och vår skyddade natur gör oss unika i världen.

Budskapen används inom flera av Naturvårdsverkets arbetsområden

- Allemansrätten
- Ekosystemtjänster
- Skyddad natur
- Fjällfrågor
- Hållbar stadsutveckling
- Landskapsutveckling
- Leder
- Nationalparker
- Terrängkörning
- Vilt, jakt och fiske

Budskapen utgår från friluftslivets värden

Referenser:

Argumenten som budskapen delvis bygger på kommer från forskningsprogrammet Friluftsliv i förändring 2006–2012.

- Slutrapport 6547: Friluftsliv i förändring (Naturvårdsverket 2013)
- Boken: Friluftsliv i förändring – studie från svenska upplevelselandskap (Carlsson Bokförlag 2014)