

Sammendrag

Naturbaserte aktiviteter – en undersøkelse blant utenlandske turister i Norge sommeren 2018

TØI rapport 1781/2020

Forfattere: Petter Dybedal, Jan Vidar Haukeland og Kathrin Stemmer
Oslo 2020 59 sider

En undersøkelse blant ca. 2 500 utenlandske turister som besøkte Norge sommeren 2018, og som reiste med ferje eller fly til/fra Norge, viser den store betydningen av den norske naturen som opplevelsarena. Det var 42 prosent av respondentene som mente at naturbaserte aktiviteter og opplevelser var viktigst på reisen i Norge. Kun 7 prosent oppga kulturelle opplevelser/urbane områder alene som viktigst, men 42 prosent svarte «begge deler» og 10 prosent «ingen av dem». Opplevelse av landskaper (62 prosent av reisefølgene), lette gåturer (55 prosent) og vandring i fjell- og skogsterreng (46 prosent) og fjord-sightseeing (40 prosent), var de mest vanlige aktivitetene i tillegg til fotografering i naturen (50 prosent). Aktiviteter som turer til fjelltopper og isbreer, fisking, padling med kajakk eller kano, terrengsykling og fuglekikkning appellerer også til mange turister, andelen som har prøvd slike aktiviteter på reisen lå på mellom 10 og 20 prosent.

Naturbaserte opplevelser er viktige for de utenlandske turistene

Datagrunnlaget

Hovedundersøkelsen omfatter intervju med 2 530 utenlandske turister i Norge sommeren 2018 ved utreise fra Gardermoen og Flesland og fra Color Lines ferjeterminaler i Oslo (Kiel), Larvik (Hirtshals) og Kristiansand (Hirtshals). Det at undersøkelsen ikke omfatter reisende på veg til/fra Norge, bare reisende med fly og utenlandsferje, innebærer at det er få svensker og finner i materialet, og også en viss underrepresentasjon av øst-europeiske besøkende. Svensker og finner utgjorde nesten 30 prosent av alle ankomster av utenlandske besøkende i 2011¹, men knapt tre prosent av respondentene i undersøkelsen.

Det ble også gjennomført en oppfølgingsundersøkelse per epost, hvor 345 respondenter besvarte et elektronisk skjema. Fordelingen av respondenter etter nasjonalitet, kjønn, alder og aktivitetsmønster i epostundersøkelsen er relativt lik tilsvarende fordelinger i hovedundersøkelsen.

Reisemotivasjon

Hovedundersøkelsen bekrefter forestillingen om at naturopplevelser og vakre landskaper er kjerneelementer i det norske turistproduktet om sommeren. Naturbaserte opplevelser i rurale områder var i så måte klart viktigere enn kulturelle opplevelser/urbane områder. Mens 42 prosent oppga at naturbaserte aktiviteter og opplevelser var viktigst på reisen i Norge, oppga kun 7 prosent kulturelle opplevelser/urbane områder som viktigst. Det var anledning til å krysse av begge alternativer, og det var 42 prosent som svarte «begge deler» (10 prosent svarte «ingen av dem»). Slår vi sammen tallene, finner vi at 84 prosent anså naturbaserte opplevelser som viktige, mens ca. 50 prosent anså kulturelle opplevelser som

¹ Farstad, Eivind, Arne Rideng og Iratxe Landa Mata Gjesteundersøkelsen 2011. TØI-rapport 1166/2011. Dette er foreløpig siste undersøkelse som dokumenterer totalt antall utenlandske besøkende til Norge.

viktige. I den oppfølgende epostbaserte undersøkelsen (345 respondenter) svarte to tredeler (67,5 prosent) at naturbaserte opplevelser var «svært viktig» (verdi 7 på en skala fra 1 til 7) for beslutningen om å reise til Norge, mens tilsvarende for kulturelle opplevelser var en av åtte (12,8 prosent).

Deltakelse i naturbaserte aktiviteter og opplevelser

Opplevelse av landskaper, fjord-sightseeing, gåturer i lett terreng og vandreturer i fjell- og/eller skogsterreng var de mest vanlige aktivitetene i tillegg til fotografering i naturen (tabell I).

Blant mer spesifikke, ofte kommersielt tilrettelagte opplevelser, scorer båtrelaterte aktiviteter (kajakk, kano, seiling etc.) og fiskeing høyere enn for eksempel terrengsykling, fuglekikking og deltakelse i ulike typer arrangementer i naturen. En del aktiviteter med stor grad av tilrettelegging (rafting, hesteaktiviteter, villmarksturer, safarier) skårer relativt lavt på målingen, totalt sett mellom tre og fem prosent, men dette innebærer likevel et relativt stort antall turister.

Tabell I: Andel som har oppgitt at de selv og/eller noen i reisefølget har deltatt i ulike aktiviteter på Norgesreisen sommeren 2018. Prosent, rangert etter andel deltakelse. Feltundersøkelsen, N=2449.

	Deltatt selv	Respondenten og/eller andre i følget deltatt
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	60,0	61,7
Naturfotografering	47,6	50,5
Fjord sightseeing	39,0	40,2
Lett gåtur i fjell/skog	52,9	55,0
Vandring i fjell/skog	44,2	46,4
Fjellklatring	21,8	23,1
Vandring til/på isbre	12,2	13,0
Fiskeing i saltvann	15,5	17,2
Fiskeing i ferskvann	11,1	12,8
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	17,5	18,9
Kajakk, kano, roing i ferskvann	11,7	13,3
Terrengsykling	8,8	9,9
Fuglekikking	8,3	8,9
Events etc. i naturomgivelser	9,1	9,5
Villmarksekspedisjon	4,5	4,9
Dyresafari på land (elg, bjørn etc.)	3,8	4,2
Deltatt i elverafting	3,9	4,7
Dyresafari i saltvann (hval etc.)	2,6	4,1
Hesteaktiviteter	2,1	2,8

Aktiviteter knyttet til opplevelser og bruk av landskaper, gjennom sightseeing, fotografering og vandreturer er populære som egne aktiviteter, men opptrer også i stor grad i kombinasjon med andre typer av aktiviteter. De vil ofte være komplementære med, eller også nødvendige (og ofte uunngåelige) for gjennomføring av andre aktiviteter. Om lag 60 prosent av reisefølgene kombinerte landskapsopplevelser, sightseeing og/eller vandring med mer spesifikke aktiviteter som fiskeing, padling, sykling, fuglekikking etc. 27 prosent oppga at de ikke hadde gjort andre aktiviteter enn landskapsopplevelser/sightseeing, fotografering, lette gåturer eller vandring i fjell- eller skogsterreng, mens det var seks prosent av reisefølgene som bare oppga andre aktiviteter enn disse.

Det var kun 6,4 prosent av respondentene som oppga at de ikke hadde deltatt i noen av aktivitetene spesifisert i tabell I.

I gjennomsnitt hadde hver respondent deltatt i fire av de aktivitetene som er listet opp i tabell I. Det var snaut 10 prosent som oppga deltakelse i kun én av aktivitetene og 14 prosent som hadde deltatt i mer enn seks aktiviteter. Dersom vi ser bort fra «Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.», «Naturfotografering» og «Fjord sightseeing», finner vi at 17 prosent ikke har oppgitt deltakelse i noen aktivitet, og at gjennomsnittlig antall aktiviteter er 2,5. Inkluderer vi fjord sightseeing som aktivitet, er gjennomsnittet 2,9 aktiviteter.

Antallet aktiviteter respondenten eller reisefølget har oppgitt, varierer noe med alder og nasjonalitet, men mest med reisens varighet i Norge og antallet ulike steder man har overnattet. Det å reise rundt er et typisk trekk ved sommerturismen i Norge, om lag halvparten av respondentene hadde vært på rundreise i Norge (minst tre overnattingssteder). Gjennomsnittlig oppholdstid var over 11 døgn, og for to av tre varte reisen 8 døgn eller mer. Rundreise øker naturlig nok tilbudet av tilgjengelige aktiviteter og opplevelser, men om man reiser til mange forskjellige steder for å få med seg mye av hva Norge har å tilby eller om man får med seg mye fordi man reiser rundt, kan jo gå begge veier.

Aktivitetenes betydning for respondentene

I epostundersøkelsen (345 fullt utfylte skjemaer) ble respondentene – for hver aktivitet de hadde vært med på – bedt om å oppgi (på en skala fra 1 til 7) hvor viktig denne aktiviteten er generelt («for deg i ditt liv») samt hvor viktig mulighetene for denne aktiviteten var for respondentens beslutning om å reise til Norge sommeren 2018. Resultatene er gjengitt for hver aktivitet separat i tabell II.

Tabell II: Betydningen av spesifiserte naturbaserte aktiviteter for respondentene. Skala: 1 = "Ikke viktig i det hele tatt", 7 = "Svært viktig". Prosent og snittscore.

	Verdi 1-2	Verdi 3-5	Verdi 6-7	sum	snittscore	N
Reise og oppleve naturlandskaper						
Betydning i livet	2,0	8,1	89,9	100,0	6,43	265
Betydning for beslutning om å reise til Norge	2,3	9,4	88,3	100,0	6,48	265
Fotografering i naturen						
Betydning i livet	5,9	43,2	50,8	100,0	5,28	305
Betydning for beslutning om å reise til Norge	17,8	43,4	38,8	100,0	4,57	306
Fotturer i naturen						
Betydning i livet	3,2	42,1	54,7	100,0	5,47	312
Betydning for beslutning om å reise til Norge	6,8	36,7	56,5	100,0	5,46	312
Sportsfiske i saltvann eller ferskvann						
Betydning i livet	11,8	26,8	61,4	100,0	5,47	129
Betydning for beslutning om å reise til Norge	14,0	27,1	58,9	100,0	5,31	129
Kajakpadling i saltvann eller ferskvann						
Betydning i livet	9,5	66,7	23,8	100,0	4,64	65
Betydning for beslutning om å reise til Norge	16,9	44,6	38,5	100,0	4,55	65
Terrengsykling						
Betydning i livet	6,9	51,7	41,4	100,0	4,97	29
Betydning for beslutning om å reise til Norge	20,7	41,4	37,9	100,0	4,66	29
Fuglekikking						
Betydning i livet	6,5	43,5	50,0	100,0	5,29	62
Betydning for beslutning om å reise til Norge	21,0	56,5	22,6	100,0	4,16	62

Stort sett er det samsvar mellom vurderingene av betydningen i respondentens liv og betydning for beslutningen om å reise til Norge. Opplevelse av naturlandskaper scorer

overlegent høyest (nær 90 prosent) som viktig i livet og på betydning for reisebeslutningen. Fotturer (som de fleste respondentene har deltatt i) scorer også høyt. Blant dem som hadde prøvd sportsfiske på reisen i Norge, oppga nær 60 prosent at muligheten til fiske viktig for reisebeslutningen. Sportsfiskerne var i så måte klart mer dedikerte enn for eksempel padlere, syklistene og fuglekikkere.

Blant fuglekikkerne og dem som har fotografert i naturen på reisen, er betydningen generelt større enn betydningen for beslutningen om å reise til Norge, mens når det gjelder kajakkpadling er betydningen for reisebeslutningen klart større enn betydningen av kajakkpadling i respondentens liv.

Interesse for tilrettelegging for naturbaserte aktiviteter

Noen av spørsmålene om tilrettelegging (epostundersøkelsen) var dels felles for alle de undersøkte aktivitetene og dels aktivitetsspesifikke. Av de generelle typene tiltak ble tilgjengelighet og skilting gjennomgående vurdert som viktigst, fulgt av informasjon om risiko og trygghet, parkeringsmuligheter og informasjon om aktiviteten. Andelen som vurderte slike tilrettelegginger som viktige eller svært viktige, varierte mellom 40 og 60 prosent.

Med tanke på næringsutvikling er det litt negativt at tilrettelegging i form av tilbud av guidede tjenester ble ansett som minst viktig av disse tilretteleggingsfaktorene. Kun en av seks respondenter anser dette som viktig eller svært viktig. Men på den annen side anses fasiliteter med kommersielt potensial, slik som for eksempel infosenter med kioskvarer og/eller salg og utleie av utstyr, som viktig eller svært viktig av 30 prosent.

Markedssegmenter og variasjoner i aktivitetsmønstre

Tyske turister utgjorde 29,1 prosent av de 2 530 respondentene i hovedundersøkelsen, nederlendere 11,5 prosent, dansker 5,8 prosent, turister fra Frankrike, Italia/Spania 12,5 prosent, fra Øst-Europa 9,4 prosent, fra andre land i Europa 18,1 prosent og fra land utenfor Europa 13,7 prosent.

Aldersfordelingen varierer noe fra marked til marked, noe som delvis forklarer ulike aktivitetsmønstre. Mens tyske og danske turister samt turister fra «andre land i Vest-Europa» har en relativt jevn fordeling på aldersgrupper, skiller for eksempel amerikanske turister seg ut ved at de har høy snittalder, 40 prosent er 60 år eller eldre. Motsatt er 71 prosent av turistene fra Øst-Europa under 40 år, og bare fire prosent er over 60 år. Også turister fra land utenfor Europa (utenom USA/Canada) er relativt unge, godt over halvparten er under 40 år.

Turister fra viktige markeder som Tyskland, Nederland, Sveits/Østerrike og Danmark har en klart høyere preferanse for naturbaserte opplevelser og landlige områder enn de fleste andre besøkende. Turister fra oversjøiske land (spesielt USA/Canada) er i liten grad opptatt av naturbaserte opplevelser alene, her er det høye andeler som ønsker både naturbaserte og kulturbaserte opplevelser. Turister fra middelhavslandene har en liknende profil, men med noe høyere preferanse for naturbaserte opplevelser enn for kulturbaserte. Turister fra Øst-Europa skiller seg ut ved en relativt høy andel som ikke foretrekker verken naturbaserte/rurale eller kulturbaserte/urbane opplevelser.

Mønstrene i naturbaserte opplevelse varierer relativt lite etter respondentens kjønn, mens vi ser at personer i de eldste aldersgruppene (over 59 år) hadde lavere deltakelse enn øvrige turister i forholdsvis fysisk krevende aktiviteter som fjellvandring, klatring, kajakkpadling og terrengsykling, og lavere antall aktiviteter totalt. Aldersgruppene 30-39 år, 40-49 år og 50-59

år var relativt like i aktivitetsmønster og preferanser, mens de under 30 gjennomgående var mindre opptatt av for eksempel fiske og mer opptatt av fotografering enn gjennomsnittet.

Sammenlignet med andre nasjonaliteter hadde tyske turister høy eller gjennomsnittlig deltakelsesrate i alle aktiviteter bortsett fra fjordsightseeing. De hadde en særlig høy deltakelsesprosent i saltvannsfiske, der de representerte 68 prosent av de spurte. Tyske turister deltok også mer enn gjennomsnittet i padling i saltvann og på fotturer i skogs- og fjellområder. Nederlandske turister hadde høyere deltakelsesgrad enn den gjennomsnittlige turist med hensyn til lette gåturer, fotturer i skog og fjell, terrengsykling og padling i ferskvann. Danske turister hadde relativt lav deltakelsesprosent i de fleste aktiviteter, spesielt innen fjord sightseeing, fotturer og terrengsykling. Kun for fiske i innsjøer og elver og lette gåturer hadde danskene like høy deltakelse som gjennomsnittet. Turister fra Østerrike/Sveits hadde høy deltakelsesgrad i fjellklatring, padling i saltvann, terrengsykling og fugletitting, men hadde relativt lav interesse for saltvannsfiske.

Turister fra Frankrike, Italia og Spania (aggregert) hadde høyere deltakelsesrate enn andre turister i fjordsightseeing og naturfotografering. De hadde spesielt lave interesse for fiske i salt- eller ferskvann, og relativt lav interesse for terrengsykling og båttaktiviteter i saltvann. Amerikanske og kanadiske turister var mest interesserte i fjordturer og landskapsopplevelser, og tilsvarende liten interesse for fysiske aktiviteter som fotturer, fjellturer/klatring og fiske, noe vi antar henger sammen med at en stor andel av respondentene var 60 år eller eldre. Turister fra Øst-Europa er relativt atypiske. De er unge (gjennomsnittlig 35 år) og hadde lav deltakelsesgrad i alle aktiviteter unntatt fjellklatring, ferskvannsfiske, padling i saltvann og ferskvann og terrengsykling.

Turister fra Tyskland, Nederland og Sveits/Østerrike deltok i et større antall aktiviteter enn øvrige turister, henholdsvis 3,1, 3,5 og 3,5 mot 2,6 – ikke medregnet landskapsopplevelse og fotografering i natur, mens danske (2,2) og østeuropeiske turister (2,0) deltok i færrest naturbaserte aktiviteter.

Reisefølger som inkluderte barn hadde høyere deltakelsesprosent enn reisefølger med bare voksne i alle aktiviteter, bortsett fra sightseeingopplevelser, naturfotografering og fugletitting. Følger med barn deltok i 3,5 aktiviteter (utenom landskapsopplevelse og naturfotografering), mens følger uten barn deltok i 2,7 aktiviteter i gjennomsnitt. Reisefølger med kun voksne par var mindre interessert i fiske og fugletitting enn andre typer reisefølger med bare voksne. Respondentene som reiste alene hadde betydelig lavere deltakelsesgrad i nesten alle aktiviteter og deltok bare i 2,3 aktiviteter i gjennomsnitt.

Noen andre sentrale funn fra epostundersøkelsen

Turer til fots i naturen er en av de viktigste aktivitetene blant utenlandske turister om sommeren. I denne sammenhengen er fotturer ikke begrenset til fjellområder og skogs-terreng, turer i kystlandskaper og langs elver, innsjøer og kanaler er like vanlig. Aktivitetsnivået er ganske høyt, om lag 90 prosent av respondentene i epostundersøkelsen oppga at de hadde foretatt en eller annen form for fottur, og de fleste har gått både korte og lange turer. Kun 10 prosent har nøyd seg med turer med under en times varighet, mens tre av fire har gått turer på 1-4 timer, drøyt halvparten oppgir at de har gått tur(er) på minst fire timer, og 10 prosent har gått flere dager i strekk.

Fotografering i naturen er ikke bare en vanlig foreteelse «alle gjør», det har også en viktig egenverdi som aktivitet. Nesten 40 prosent av respondentene i epostundersøkelsen oppga

at fotografering i naturen hadde stor betydning for valget av Norge som reisemål. Naturlandskap og panoramautsikt er det klart viktigste fotomotivet, mens motiver med reisefølget eller andre mennesker, og ikke minst «selfies», rangeres lavest.

Det er lite motvilje blant utenlandske turister mot betaling for fellesgoder i form av bevaring/skjøtsel og tilrettelegging for bruk av naturen. Et knapt flertall (56 prosent) sier ja til å betale en slik avgift (i spørsmålet ble det ikke sagt noe om nivået på en slik avgift), mens andelen som sier et absolutt nei er kun sju prosent. Opparbeiding og vedlikehold av stier og turveier, skilting og mulighetene for assistanse/fasiliteter i nødsituasjoner anses som de viktigste anvendelsesområdene for en slik avgift.