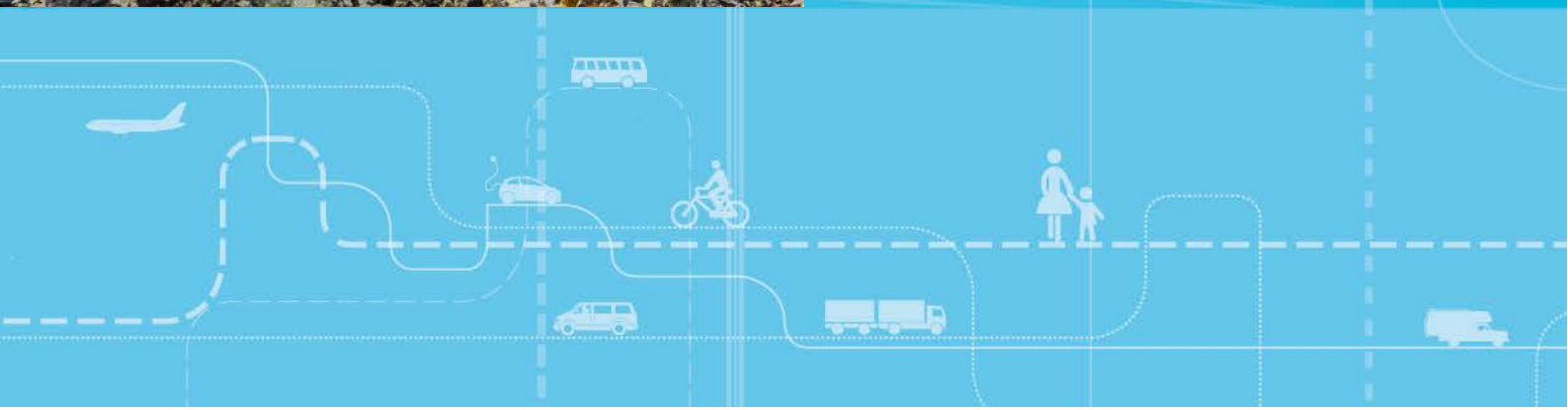


Naturbaserte aktiviteter – en undersøkelse blant utenlandske turister i Norge sommeren 2018

BIOTOUR Rapport 1 WP3 Markedsanalyse



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

BIOTOUR Rapport 1 WP3 Markedsanalyse

Petter Dybedal

Jan Vidar Haukeland

Kathrin Stemmer

Forsidebilde: Shutterstock

Transportøkonomisk institutt (TØI) har opphavsrett til hele rapporten og dens enkelte deler. Innholdet kan brukes som underlagsmateriale. Når rapporten siteres eller omtales, skal TØI oppgis som kilde med navn og rapportnummer. Rapporten kan ikke endres. Ved eventuell annen bruk må forhåndssamtykke fra TØI innhentes. For øvrig gjelder [åndsverklovens](#) bestemmelser.

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

Forfattere: Petter Dybedal, Jan Vidar Haukeland, Kathrin Stemmer

Dato: 10.2020

TØI-rapport: 1781/2020

Sider: 59

ISSN elektronisk: 2535-5104

ISBN elektronisk: 978-82-480-2300-5

Finansieringskilde: Norges forskningsråd

Prosjekt: 4321 BIOTOUR WP3

Prosjektleder: Petter Dybedal

Kvalitetsansvarlig: Frants Gundersen

Fagfelt: Regional utvikling og reiseliv

Emneord: Friluftsliv
Natur
Naturopplevelser
Norge
Reiseliv-turisme
Reiseliv

Sammendrag:

En undersøkelse blant ca. 2 500 utenlandske fly- og ferjereisende turister i Norge sommeren 2018, viser at 42 prosent av respondentene oppga 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), lette gåturer (55 prosent), 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). Andelen som hadde prøvd turer til fjelltopper og isbreer, fiske, padling med kajakk eller kano, terrengsykling og fuglekikking var mellom 10 og 20 prosent. En oppfølgingsundersøkelse per epost kartla blant annet holdninger til tilrettelegging. Tilgjengelighet og skilting vurderes gjennomgående som viktigst, fulgt av informasjon om risiko og trygghet, parkeringsmuligheter og informasjon om aktiviteten. Guidede tjenester anses som minst viktig av disse tilretteleggingsfaktorene.

Transportøkonomisk Institutt
Gaustadalléen 21, 0349 Oslo
Telefon 22 57 38 00 - www.toi.no

Title: Nature-based tourism experiences – a survey among foreign visitors in Norway in the summer season 2018

Authors: Petter Dybedal, Jan Vidar Haukeland, Kathrin Stemmer

Date: 10.2020

TØI Report: 1781/2020

Pages: 59

ISSN: 2535-5104

ISBN Electronic: 978-82-480-2300-5

Financed by: The Research Council of Norway

Project: 4321 BIOTOUR WP3

Project Manager: Petter Dybedal

Quality Manager: Frants Gundersen

Research Area: Regional development and tourism

Keywords: Outdoor recreation
Nature
Nature-based experiences
Norway
Tourism

Summary:

A survey among about 2,500 foreign air and ferry travelers visiting Norway in the summer of 2018, shows that 42 percent of the respondents stated that nature-based activities were the most important experiences on their trip in Norway. Only 7 per cent stated cultural experiences / urban areas as most important, but 42 per cent answered «both nature-based and cultural experiences» and 10 per cent «neither of them». Experience of landscapes (62 per cent), easy walks (55 per cent), hiking in mountain and forest terrain (46 per cent) and fjord sightseeing (40 per cent), were the most common activities in addition to photography in nature (50 per cent). Between 10 and 20 per cent had experienced trips to mountain peaks and glaciers, fishing, kayaking/canoeing, mountain biking and bird watching. A follow-up survey by email mapped that accessibility and signage are generally considered the most important types of facilitation, followed by information about risk and safety, parking opportunities and information about the activity. Guided services are considered the least important facilitation factor.

Language of report: Norwegian

Institute of Transport Economics
Gaustadalléen 21, N-0349 Oslo, Norway
Telephone +47 22 57 38 00 - www.toi.no

Forord

BIOTOUR er et prosjekt finansiert av Norges forskningsråd, med Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) som prosjektleder. Prosjektet startet i 2016 og sluttføres i 2020. Prosjektet har hatt som hovedoppgave å analysere nøkkelbetingelser for framtidig utvikling av det naturbaserte reiselivet i Norge som grunnlag for næringsutvikling, robuste lokalsamfunn og bærekraftig ressursbruk. Gjennom vitenskapelige resultatet fra prosjektet, bl.a. doktoravhandlinger, fagfelleverderte publikasjoner inkludert egen bokutgivelse og konferanser, bidrar BIOTOUR til å styrke det naturbaserte reiselivet i Norge.

BIOTOUR ledes av Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU), og gjennomføres i samarbeid med Ruralis (tidl. Bygdeforskning), Transportøkonomisk institutt, Norsk institutt for naturforskning og Høgskulen i Sogn og Fjordane. Internasjonale samarbeidspartnere er; European Tourism Research Institute (ETOUR) ved Mittuniversitetet i Sverige, Natural Resources Institute Finland, University of Applied Sciences i Sveits og Oregon State University i USA. Gjennomføringen av BIOTOUR skjer i samarbeide med prosjektpartnerne NHO Reiseliv, Hanen, Bondelaget, DNT og Innovasjon Norge.

Transportøkonomisk institutt har i BIOTOUR hatt ansvaret for (blant annet) arbeidspakke 3 «Markedsanalyse». Denne rapporten viser hovedresultater fra en undersøkelse blant utenlandske turister på reise i Norge i 2018 og fra en oppfølgende epostundersøkelse i 2019. Undersøkelsene hadde fokus på bruk av, og holdninger til, ulike naturbaserte aktiviteter og opplevelser på reisen i Norge.

I tillegg til offentliggjøring gjennom TØIs rapportssystem er hovedfunn fra arbeidspakke 3 publisert i BIOTOURs bokprosjekt «*Nordic Perspectives on Nature-based Tourism. From place-based resources to value-added experiences*», som utgis av Edward Elgar Publishing våren 2021. I tillegg omfatter arbeidspakke 3 Kathrin Stemmers doktorgradsløp (med disputas i 2021) med fokus på betalingsvillighet for ulike typer av attributter knyttet til opplevelsproduktet.

Denne rapporten er i hovedsak skrevet av Petter Dybedal, som også har vært prosjektleder for arbeidspakke 3 i BIOTOUR. Jan Vidar Haukeland og Kathrin Stemmer har vært medarbeidere i prosjektet og særlig bidratt i datainnsamling og dataanalyse. Forskningsleder Frants Gundersen har kvalitetssikret rapporten, og Trude Kvalsvik har stått for bearbeiding av tekst og layout.

Oslo, oktober 2020

Transportøkonomisk institutt

Gunnar Lindberg
Direktør

Frants Gundersen
Avdelingsleder

Innhold

Sammendrag

1	Innledning	1
1.1	Markedsanalysen i BIOTOUR-prosjektet	1
1.2	Formålet med rapporten	1
1.3	Feltundersøkelsen sommeren 2018	2
1.4	Epostundersøkelse 2018-2019	3
1.5	Mer detaljert beskrivelse i vedlegg	4
2	Respondentene i undersøkelsene	5
2.1	Feltundersøkelsen	5
2.2	Tilleggsdata fra E-postundersøkelsen	9
3	Hovedmotivasjon for Norgesreise – natur eller kultur?	13
3.1	Betydning av naturbaserte og kulturbaserte aktiviteter	13
3.2	Variasjoner etter alder	14
3.3	Variasjoner etter nasjonalitet	15
3.4	Variasjoner etter reisefølge	15
4	Deltakelse i naturbaserte aktiviteter - oversikt	17
4.1	Aktiviteter og deltakelse	17
4.2	Kombinasjoner av aktiviteter	18
5	Segmenter basert på feltundersøkelsen	21
5.1	Innledning	21
5.2	Landskapsopplevelser og fotografering	21
5.3	Vandreturer i fjell og skog	24
5.4	Fiske og andre vannbaserte aktiviteter	26
5.5	Terrengsykling og fuglekikking	29
6	Utfyllende materiale fra epostundersøkelsen	32
6.1	Deltakelse i aktiviteter	32
6.2	Aktivitetenes betydning for respondenten	33
6.3	Tilrettelegging og tilfredshet	34
6.4	Vurdering av egne ferdigheter i form av erfaring	39
6.5	Fotturer – utfyllende spørsmål	41
6.6	Naturfotografering	42
6.7	Holdninger til ulike natur- og miljøspørsmål	44
	Vedlegg: Nærmere om feltundersøkelsen 2018 og epostundersøkelsen 2019	47
	Vedlegg 1: Feltundersøkelsen sommeren 2018	48
	Vedlegg 2: Epostundersøkelsen 2019	51
	Vedlegg 3: Sammenlikning av bakgrunnsvariabler i felt- og epostundersøkelse	55

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 opplevelsesarena. 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 kioskarer 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 turisten 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.

1 Innledning

1.1 Markedsanalysen i BIOTOUR-prosjektet

BIOTOUR-prosjektet er organisert i fem integrerte arbeidspakker for forskning og to støttende arbeidspakker for formidling, kommunikasjon og prosjektadministrasjon. De fem arbeidspakkene med forskning omfatter:

1. Det naturbaserte reiselivet i den norske bioøkonomien (sektoranalyser, samfunnsendring, trender, servicebetingelser, robuste lokalsamfunn)
2. Ressurs- og produktanalyser (ressursanalyser, landskap, risiko for ressursårbarhet)
3. Markedsanalyser (markedssegmenter, etterspørselsparametere, betalingsvillighet)
4. Aktører og forvaltning i reiselivet (bedrifters motivasjon, lønnsomhet og vekstpotensialer, samhandling og forvaltning)
5. Innovative løsninger (produktpakking, ny teknologi, kunnskapsdrevet entreprenørskap).

Prosjektets rammeverk omfatter forskning innen fire varianter av naturbasert reiseliv: opplevelser, vill natur («wildlife»), turruter («trails») og arrangementer («events»). Det ble videre valgt ut tre geografiske caseområder; Varangerhalvøya i Finnmark, Trysil og Hardanger.

Arbeidspakke 3 omfatter identifisering av etterspørselssegmenter for ulike typer av naturbaserte aktiviteter. Målet har vært å kartlegge og drøfte ulike karakteristika relatert til både sosiodemografiske kjennetegn, egenskaper ved reise og reiseatferd og psykografiske kjennetegn, det vil for eksempel si egenskaper som har med dedikasjon, ferdighetsnivå, risikoaksept og motivasjonsfaktorer å gjøre.

En annen hoveddel av denne arbeidspakken tar for seg turistenes preferanser i form av holdninger til og betalingsvillighet for ulike typer av attributter knyttet til opplevelsesproduktet (komfort, servicenivå, priser, eksklusivitet, ressursbruk, bærekraft osv.). Dette arbeidet er i hovedsak dokumentert gjennom doktorgradsprosjektet til Kathrin Stemmer ved NMBU (som har arbeidstitelen «Understanding nature-based tourist product choices through choice analysis»).

1.2 Formålet med rapporten

Hensikten med denne rapporten er primært å presentere en sentral del av det omfattende datamaterialet om er blitt samlet inn i arbeidspakke 3 i BIOTOUR. Ved siden av å presentere funn skal rapporten også dokumentere framgangsmåte og metoder i innsamling og analyse.

Denne rapporten dekker den generelle undersøkelsen som ble gjennomført blant utenlandske turister ved avreise fra Norge. Det er i arbeidspakke 3 også gjennomført undersøkelser i tre caseområder i Norge; Trysil (terrengsykling), Varanger (fuglekikking) og Hardanger (vandring til Trolltunga), og resultatene herfra blir presentert i en egen rapport.

I denne rapporten blir det først beskrevet problemstillinger, innsamlingsprosedyrer og -metoder, svarinnang osv., deretter presenteres og drøftes hovedresultater.

Resultatdelen av rapporten er konsentrert til hovedresultater i henholdsvis en feltundersøkelse med ca. 2 500 respondenter og en oppfølgingsundersøkelse per epost med 345 svar. Feltundersøkelsens resultater med fokus på deltakelse i ulike naturbaserte opplevelser og etterspørselssegmenter etter sosiodemografiske og reiserelaterte variabler er mer omfattende kommentert og analysert enn epostundersøkelsens resultater. Epostundersøkelsen gir mer utfyllende informasjon om temaer som reisemotivasjon, dedikasjon og ferdigheter, tilrettelegging osv. for noen hovedtyper av naturbaserte aktiviteter. Her er det først og fremst presentert materiale i form av tabeller med kortfattede analyser/kommentarer.

1.3 Feltundersøkelsen sommeren 2018

1.3.1 Formål og innretning

Undersøkelsen hadde to hovedformål. For det første å kartlegge deltakelse i naturbaserte aktiviteter generelt blant utenlandske turister i Norge, for det andre å rekruttere respondenter til en mer omfattende undersøkelse per epost i etterkant av Norgesbesøket.

Det ble delt ut et spørreskjema på to sider i A4-format (vedlegg 1) i engelsk, tysk og norsk versjon (beregnet på svensker og dansker), for utdeling og selvutfylling på stedet. Målgruppen var feriereisende bosatt utenfor Norge, ved utreise fra Norge. Som innsamlingssteder ble valgt de to flyplassene i Norge med flest utenlandsruter (Oslo og Bergen) og tre av de mest trafikkerte ferjestrekningene til/fra Norge (Oslo-Kiel, Larvik-Hirtshals og Kristiansand-Hirtshals).

Hovedspørsmålene dreide seg om

- Betydning av naturbaserte aktiviteter vs. kulturbaserte opplevelser
- Deltatt eller ikke på i alt 19 spesifiserte kategorier av naturbaserte aktiviteter og opplevelser, på reisen i Norge.
- Type reise (ferie, slektsbesøk etc.), oppholdets varighet, antall ulike overnattingssteder og hovedtype overnatting.
- Demografiske basisvariable – kjønn, alder, bostedsland, hvem man reiste sammen med
- Epostadresse og spørsmål om man ville delta i en oppfølgende undersøkelse.

1.3.2 Omfang og vekting

Det endelige datamaterialet omfatter i overkant av 500 skjemaer fra hvert av de fem innsamlingsstedene, til sammen 2 533 respondenter. Av disse var 84 respondenter på yrkesrelatert reise, og disse er utelatt i analysene i denne rapporten.

Lik fordeling av respondenter på de fem innsamlingsstedene (ca 500) reflekterer ikke antallet utenlandske turister som reiste ut av Norge sommeren 2018 (juni-august). For det første utgjorde antallet utenlandske reisende med fly ca. dobbelt så mange som de som reiste med ferje til/fra Norge, og Gardermoen hadde nesten fem ganger så mange reisende utlendinger som Flesland. For det andre fordelte antall utenlandske ferjepassasjerer på de tre strekningene seg med 27 prosent på strekningen Oslo-Kiel, 16 prosent på Larvik-Hirtshals og 57 prosent på Kristiansand-Hirtshals (to selskaper).

Dataene er følgelig vektet, først slik at flyplassene teller dobbelt så mye som ferjestedene, og at henholdsvis flyplassene og ferjestrekningene vektes innbyrdes etter deres andel av trafikken. Denne vektingen innebærer at respondenter fra OSL Gardermoen teller 55,3

prosent, fra Flesland 11,5 prosent, fra Oslo-Kiel 8,8 prosent, fra Larvik-Hirtshals 5,3 prosent og fra Kristiansand-Hirtshals 19,2 prosent.

1.3.3 Undersøkelsen omfatter ikke grenseoverganger (veg)

Undersøkelsen har visse begrensninger og usikkerhetsmomenter når det gjelder representativitet, fordi undersøkelsen er begrenset til reisende med fly og ferje ut fra Norge. Turister som reiser ut av Norge på vei over Svinesund, Ørje eller en av de ca. 15 andre grenseovergangene mot Sverige, Finland og Russland, fanges ikke opp av undersøkelsen². Dette innebærer at feriereisende med egen bil (inkludert campingvogn, bobil etc.) bare er representert av reisende med bilferjer.

1.4 Epostundersøkelse 2018-2019

1.4.1 Omfang

Formålet med epostundersøkelsen var å kunne stille flere og mer dyptgående spørsmål om bruk av og interesse for nærmere definerte naturbaserte aktiviteter, holdninger til tilrettelegging og grad av tilfredshet med ulike sider av opplevelsestilbudet.

Epostundersøkelsen ble gjennomført i perioden januar-mars 2019. Av de 2 533 respondentene fra feltundersøkelsen sommeren 2018 var det ca. 1 600 som hadde oppgitt identifiserbare epostadresser, og som hadde sagt ja til å være med i en oppfølgende undersøkelse.

I alt 401 respondenter åpnet det elektroniske skjemaet, det vil si 25 prosent av dem som ble bedt om å delta i undersøkelsen. For å være aktuell som respondent, måtte man kunne svare ja på følgende spørsmål:

Var du med på noen form for naturbaserte aktiviteter eller opplevelser i løpet av din feriereise i Norge? (som for eksempel fotturer i fjell eller skog, klatring, kajakkpadling, terrengsykling, sportsfiske, se ville dyr, fuglekikkning, naturfotografering, ridning, etc.)

I alt 54 av dem som åpnet det elektroniske skjemaet svarte «nei» og ble dermed høflig utelukket, mens to falt fra underveis i utfyllingen. Dermed sto vi igjen med 345 respondenter som svarte på alle spørsmålene i undersøkelsen.

Dataene fra denne undersøkelsen er ikke blitt vektet fordi antallet respondenter er lavt, og det vil derfor være betydelig usikkerhet knyttet til om respondentene fra hvert innsamlingssted er representative for alle reisende fra vedkommende flyplass eller ferjeterminal.

1.4.2 Spørsmål

Spørsmålene dreide seg i hovedsak om følgende:

- Reisens besøksmål (landsdeler), transportmiddel, informasjonskilder, organisering/ bestilling
- Betydningen av naturbaserte opplevelser og naturlandskaper som reisemotivasjon

² Turister som reiser ut av Norge på veg er utelatt fordi dette er et langt mer vanskelig felt for innsamling av data. Spesielt skaper dette skjevheter i materialet for nasjonsfordeling. Se vedlegg 1 for nærmere drøfting av slike skjevheter.

- For de spesifiserte aktivitetene vandreturer av ulik varighet, fuglekikking, terrengsykling, padling med kajakk eller kano i henholdsvis ferskvann og saltvann, sportsfiske i henholdsvis ferskvann og saltvann og naturfotografering, ble det stilt spørsmål om
 - respondenten og/eller noen i reisefølget hadde deltatt/opplevd dette på reisen
 - betydning for valg av reisemål,
 - vurdering av egne ferdigheter i vedkommende aktivitet
 - holdninger til tilrettelegging og tilfredshet med produkt/opplevelser
- Omfanget av deltakelse/besøk ved naturbaserte arrangementer eller festivaler
- Betydningen av ulike aspekter ved opplevelser i naturen
- Holdning til avgifter for å finansiere tilrettelegging for turister
- Miljørelatert atferd knyttet til reisemiddelvalg, og kjøp av ulike typer produkter
- Medlemskap/deltakelse i natur- og/eller miljørettede organisasjoner
- Utfyllende sosiodemografiske karakteristika; inntekt, utdanning, husholdningstype, type bostedsområde.

1.5 Mer detaljert beskrivelse i vedlegg

Datainnsamlingen er beskrevet mer i detalj i vedlegg 1. For det første gis det en detaljert gjennomgang av spørsmålene som er stilt i de to undersøkelsen. Her foretas også en sammenlikning mellom fordeling på sosiodemografiske variabler og reiseatferdsvariabler for alle respondentene i feltundersøkelsen og for dem som også besvarte den oppfølgende epostundersøkelsen, for å se etter eventuelle skjevheter.

I vedlegget drøftes også skjevheter i utvalget som følge av at reisende på veg til/fra Norge er utelatt i undersøkelsen.

2 Respondentene i undersøkelsene

2.1 Feltundersøkelsen

2.1.1 Innledning

Spørsmålene i feltundersøkelsen (2 533 respondenter) om sosiodemografiske og reisetilknyttede kjennetegn omfatter alle respondenter – i utgangspunktet uavhengig av om de har deltatt i noen som helst naturbasert aktivitet eller ikke. Det viser seg for øvrig at nesten alle (95 prosent) har vært med på en eller flere naturbaserte aktiviteter.

Innledningsvis (avsnitt 2.1.2 og 2.1.3) ser vi på hvordan utenlandske turister i Norge om sommeren generelt fordeler seg etter sosiodemografiske kjennetegn (kjønn, alder, nasjonalitet, reisefølge) og reisespesifikke kjennetegn som reiseformål, overnattingsform etc. Dette vil være en viktig referanseramme for analysene av kjennetegn for deltakere i spesifikke aktiviteter.

I avsnitt 2.4 gis en oversikt over hvor store andeler som har vært med på de ulike naturbaserte aktivitetene som var spesifiserte i undersøkelsen.

2.1.2 Sosiodemografiske kjennetegn

Kjønn og alder

Det er noe flere menn (54 prosent) enn kvinner (46 prosent) blant respondentene i feltundersøkelsen.

Den aldersmessige fordelingen er vist i tabell 2.1. Om lag 40 prosent er mellom 40 og 60 år, 42 prosent er mellom 18 og 39 år, mens 18 prosent er over 60 år.

Tabell 2.1: Respondenter etter aldersgruppe. Prosent.

Alder	70 år +	60-69 år	50-59 år	40-49 år	30-39 år	18-29 år	Sum
Andel i prosent	5,0	13,0	18,6	21,3	19,8	22,4	100

Bostedsland

Fordelingen av respondenter etter bostedsland viser at – blant dem som reiser med fly eller ferje til/fra Norge – er Tyskland er det desidert viktigste markedet, fulgt av Nederland.

Tyske og nederlandske turister utgjorde drøyt 40 prosent i feltundersøkelsen. Det er 28 prosent som er bosatt i andre land i Vest-Europa utenom Skandinavia (som utgjør 8,5 prosent) og drøyt ni prosent fra Øst-Europa. Det er 14 prosent av respondentene som kommer fra land utenfor Europa, herav drøyt halvparten (8 prosent) fra USA/Canada.

Undersøkelsene er gjennomført kun blant reisende med ferje og med fly. Utelatelsen av turisttrafikk på vei innebærer at det er klare skjjevheter i materialet. Innreise med bil over

grensene mot Sverige, Finland og Russland omfattet i 2011 om lag 40 prosent av alle utenlandske turister³.

Noen total statistikk over utenlandske turister i Norge finnes for tiden ikke, siste kjente tall er fra TØIs gjesteundersøkelse blant utenlandske besøkende (GU) 2011. En sammenlikning mellom TØIs tall for sommersesong 2011 og BIOTOURs feltundersøkelse 2018 (tabell 2.2) indikerer at utelatelsen av vei gir en nokså skjev nasjonsfordeling, idet spesielt svenske og finske turister i liten kommer grad med i undersøkelsen⁴. Et annet trekk er at blant de øvrige turistene synes særlig turister fra Syd- og Mellom-Europa å være noe overrepresenterte i 2018-undersøkelsen.

Tabell 2.2: Bostedsland. Feltundersøkelse reisende med fly og ferje ut fra Norge sommeren 2018. TØIs gjesteundersøkelse mai – september 2011. Prosent.

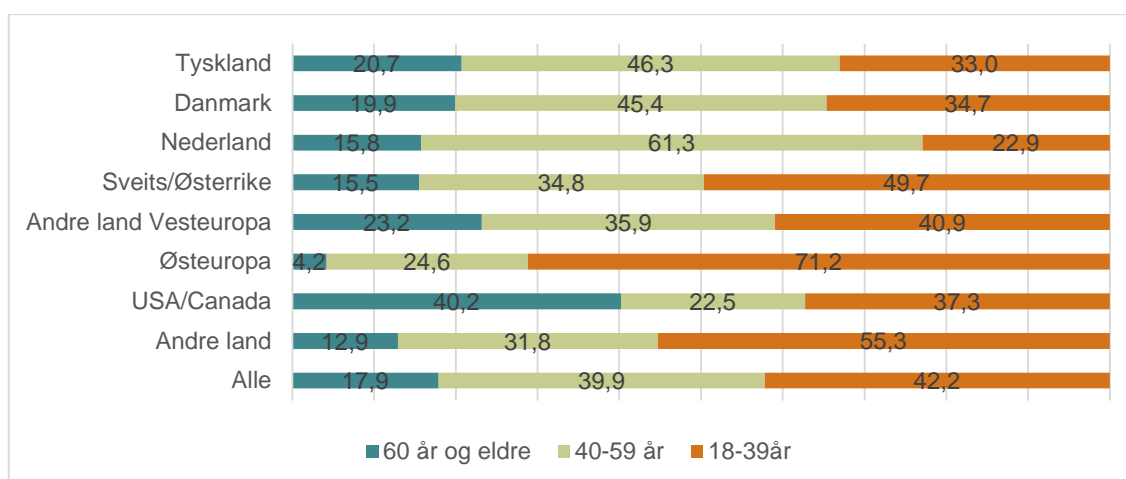
Bostedsland	Feltundersøkelsen BIOTOUR 2018 Reisende med ferje + fly fra utvalgte steder	Tall fra TØI (GU) sommer 2011 Alle transportmidler
Tyskland	29,1	19,2
Nederland	11,5	5,0
Danmark	5,8	7,9
USA	6,6	4,0
Sveits/Østerrike	6,6	2,3
Frankrike/Italia/Spania	12,5	7,0
Storbritannia	2,8	4,7
Polen	1,2	3,8
Russland	0,6	1,8
Andre land Øst-Europa	7,6	4,0
Sverige	1,2	21,9
Finland	1,5	7,7
Andre land Vest-Europa	6,0	4,0
Andre land	7,1	6,9
Totalt	100,0	100,0
Antall svar (N)	2 432	5 537

Alder og bostedsland

Materialet viser at det er noen ulikheter i alderssammensetning etter nasjonalitet (figur 2.1). Figuren viser at mens tyske og danske turister samt turister fra «andre land i Vest-Europa» har en relativt jevn fordeling på aldersgrupper, er nederlendere overrepresentert i aldersgruppen 40 – 59 år. Amerikanske turister skiller seg ut ved høy snittalder, 40 prosent er 60 år eller eldre. 71 prosent av turistene fra Øst-Europa er 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.

³ Kilde: Gjesteundersøkelsen 2011. TØI-rapport 1166/2011

⁴ Se nærmere omtale i vedlegg 1, avsnitt 3.3.



Figur 2.1: Aldersfordeling respondenter etter bostedsland/hovedgrupper av bostedsland. Prosent.

2.1.3 Reiseatferdsrelaterte kjennetegn

Reisefølge

Omtrent hver sjettede respondent (17 prosent) oppgir at de reiser alene. Det er samme andel som oppgir at de reiser sammen i en gruppe på minst fem personer (inkludert respondenten selv). De som reiser sammen med én person eller to til tre andre personer, utgjorde til sammen litt over 70 prosent av respondentene.

Tabell 2.3: Antall personer som respondenten reiste sammen med på Norgesreisen. Prosent.

Reiste med	Alene	Med 1 annen	Med 2-3 andre	Med 4-6 andre	> 6 andre	Sum
Andel i prosent	17,1	41,2	30,2	8,4	3,1	100

Omtrent fire av fem respondenter som reiser sammen med kun en person, reiser sammen med partner/ektefelle. Disse parene utgjør om lag en tredel av alle reisefølgene (tabell 2.4). Den siste femtedelen av dem som reiser sammen med kun en annen person, reiser i hovedsak med venn/kollega eller et voksent familiemedlem.

Følger med barn (personer under 18 år) utgjør om lag 26 prosent av alle reisefølgene. Tre firedeler av disse er rene kjernefamilieturer, det vil si barn sammen med foreldre (en eller to) og ingen andre voksne.

Tabell 2.4: Hvem respondentene reiste sammen med på Norgesreisen, hovedgrupper. Prosent.

	Prosent
Alene	17,1
Barn 0-17 år i følget	25,8
Kun med ektefelle/partner	33,3
Voksne medreisende ellers	23,9
Totalt	100

Reisefølger med bare voksne (utenom de som reiser alene) utgjorde 57 prosent. Herav utgjorde altså par (respondent + ektefelle/partner) 33,3 prosent, og følger med andre voksne om lag 24 prosent.

Hovedformål med reisen

Om lag 75 prosent av respondentene i feltundersøkelsen oppga at hovedformålet med reisen var ferietur, mens 18 prosent oppga besøk hos slekt og/eller venner som hovedformål (tabell 2.5). Det var få som oppga kombinasjon av ferie og slektsbesøk eller kombinasjon av feriereise og yrkesreise.

Tabell 2.5: Respondenter etter hovedformål med reisen. Yrkesreiser ikke medregnet. Prosent.

	Prosent
Besøk venner/familie	17,8
Annen ferie/fritidsreise	75,3
Kombinert yrke/feriereise	0,1
Annen type reise	4,8
Kombinasjon slekt/vennebesøk og feriereise	1,8
Flere alternativer krysset av	0,2
Total	100,0

Overnattingstype

Om lag 71 av respondentene oppgir at de har benyttet kommersiell overnatting på reisen og 29 prosent privat overnatting (tabell 2.6). Hotell utgjorde 32 prosent og camping 17 prosent, mens leide hytter utenom campinghytter også utgjorde 17 prosent. Kombinasjoner av ulike kommersielle overnattinger, og kombinasjoner av privat og kommersiell overnatting, utgjorde ca. 5 prosent.

Tabell 2.6: Respondenter etter viktigste overnattingsform på reisen i Norge.

	Prosent
Hotell e.l.	31,9
Camping	16,9
Leid hytte utenom camping	16,7
Privat og «annen» overnatting	29,1
Kombinasjoner av privat, «annen» og kommersiell overnatting	3,2
Kombinasjoner av kommersielle overnattingstyper	2,1
Sum	100,0

Merk at det kan være litt ulike oppfatninger blant respondentene med hensyn til hva som er hotell og hva som er leid hytte. Mange hotellanlegg i Norge i dag omfatter hytter med hotellstandard.

Antall netter i Norge på reisen

Majoriteten av respondentene i feltundersøkelsen hadde oppholdt seg i Norge 8 dager eller mer (65 prosent). Kun 12 prosent hadde vært i Norge færre enn fire netter, mens 17 prosent hadde oppholdt seg i Norge mer enn 14 netter (tabell 2.7). Gjennomsnittlig oppholdstid var 11,4 netter.

Tabell 2.7: Respondenter etter antall netter i Norge på reisen. Prosent.

Antall netter	0 netter	1-3 netter	4-7 netter	8-14 netter	15-21 netter	> 21 netter	Sum
Prosentandel	0,2	11,7	25,8	39,4	17,0	5,9	100,0

Antall overnattingssteder

I overkant av 30 prosent av respondentene har overnattet kun ett sted i Norge, og ytterligere ca. 19 prosent har overnattet to steder (tabell 2.8). Det er følgelig ca. 50 prosent som er på en eller annen form for rundreise med overnatting minst tre ulike steder.

Tabell 2.8: Respondenter etter hvor mange steder de overnattet i Norge på reisen, Prosent. N = 2 504

Antall steder overnattet	1 sted	2 steder	3-7 steder	> 8 steder	Flere svar	Total
Andel i prosent	31,1	18,7	32,8	17,2	0,2	100

2.2 Tilleggsdata fra E-postundersøkelsen

2.2.1 Sosiodemografiske kjennetegn

Epostundersøkelsen omfatter 345 respondenter (jfr. kapittel 1). Alle disse hadde svart ja på et spørsmål om de hadde vært med på noen form for naturbaserte aktiviteter eller opplevelser i løpet feriereisen i Norge i 2018.

Husholdningstype

Spørsmålet som her ble stilt gjaldt personene i respondentens hushold, «hvilken av følgende kategorier beskriver din husstand best?».

Tabell 2.9: Respondenter etter type husholdning, Prosent.

	Prosent
Enslig uten barn	11,0
Enslig forelder med barn	3,8
Gift/samboende uten barn	29,0
Gift/samboende med barn	49,9
Bor med foreldre/annen slekt	4,6
Annet	1,7
Total	100,0

Halvparten av respondentene bor sammen med ektefelle/partner og med barn. Den nest største kategorien (29 prosent) er husholdninger med to personer, par uten hjemmeboende barn. Om lag hver tiende respondent bor alene.

Bostedstype

Vi ville her undersøke hvor urbant/ikke urbant område respondenten bor i til daglig. Spørsmålet var formulert som «Hvordan vil du beskrive området der du har ditt nåværende bosted?», og kategoriene i tabell 2.10 viser at vi ikke skilte mellom for eksempel forstad og by, eller forstad og annen type tettsted.

Tabell 2.10: Respondenter etter type bostedsområde. Prosent.

	Prosent
By med mer enn 1 million innbyggere	13,6
By med 500 000 - 1 million innbyggere	7,0
By med 200 - 500 000 innbyggere	9,0
By med 20 000 - 200 000 innbyggere	30,1
By med 2 000 - 20 000 innbyggere	24,9
Tettsted med færre enn 2000 innbyggere	7,5
Landlig område	7,8
Total	100,0

Om lag 40 prosent bor i det vi kan karakterisere som ikke-urbane områder – landlig område, tettsted med færre enn 2 000 innbyggere eller småby (færre enn 20 000 innbyggere). 30 prosent bor i store byer (mer enn 200 000 innbyggere), mens 30 prosent bor i små og middels store byer (20 000 - 200 000 innbyggere).

Antallet respondenter er for lite til å kunne undersøke om det er noen variasjoner etter for eksempel nasjonalitet. Det er usikkert hvorvidt tallene skiller seg fra den faktiske fordelingen av befolkningen etter urbaniseringsgrad. I følge Store Norske leksikon bodde for eksempel 74 av befolkningen i Europa i «byer eller i bymessige strøk» i 2015. I Nord- og Vest-Europa var andelen 81 prosent, og i Øst- og Sør-Europa 70 prosent. Problemet er at definisjonen av urbane strøk varierer fra land til land, noe som gjør en direkte sammenlikning komplisert.

Utdanning

Spørsmålet lød: Hva er din høyeste fullførte utdanning? De utenlandske turistene i Norge om sommeren har gjennomgående høy utdanning, over 70 prosent oppgir utdanning på høyskole/universitet. Dette er vesentlig høyere enn tall fra for eksempel EU. I EUs strategi for sysselsetting og vekst er det et mål om at 40 prosent av befolkningen mellom 30 og 34 år skal ha tatt høyere utdanning innen 2020. Gjennomsnittet i EU var på 38,7 prosent i 2012, og i Norge 51 prosent i 2015 (kilde: SSB).

Tabell 2.11: Respondenter etter utdanningsnivå. Prosent.

Utdanningsnivå	Prosent
Barne/ungdomsskole	10,1
Videregående skole	18,8
1-4 år på universitet/høyskole	32,8
Master/PhD/minst 4 år på universitet/høyskole	38,3
Total	100,0

Tallene er ikke nødvendigvis sammenliknbare. For det første gjelder EUs tall en relativt snever aldersgruppe, for det andre er vår kategori «1- 4 år på universitet/høyskole» ikke nødvendigvis samsvarende med som hva man regner som høyere utdanning i EUs statistikk.

Inntekt

På spørsmålet «Hvor høy vil du anslå at din husholdnings totale inntekt er sammenliknet med det generelle inntektsnivået (gjennomsnittet) i landet der du bor?» svarte en tredel at

de lå på gjennomsnittet, men av de resterende var det 55 prosent som oppga høyere inntekt og kun 11,3 prosent som oppga lavere inntekt enn gjennomsnittet (tabell 2.12).

Tabell 2.12: Respondenter etter vurdering av egen husholdningsinntekt i forhold til inntektsnivå i hjemlandet. Prosent.

	Prosent
Mye lavere	4,3
Litt lavere	7,0
Omtrent som gjennomsnittet	33,3
Litt høyere	42,0
Mye høyere	8,1
Vil ikke/kan ikke svare	5,2
Total	100,0

2.2.2 Informasjonskilder og bestilling av reise

Infokilder

Respondentene ble bedt om å vurdere betydningen av ulike informasjonskilder om naturbasert turisme i Norge, henholdsvis før reisen og i løpet av reisen (tabell 2.13 og 2.14).

Tabell 2.13: Betydningen av ulike informasjonskilder om naturbaserte opplevelser i Norge, før reisen til Norge. Prosent.

	Generell turistinformasjon om Norge fra websider, blogger & sosiale media	Informasjon fra venner og andre	Reisehåndbøker, magasiner, brosjyrer	Websider, blogger & sosiale media med fokus på naturbaserte opplevelser i Norge	Mobiltelefoner som har fokus på naturbaserte opplevelser i Norge	Informasjon fra turoperatør eller reisebyrå
1 Ikke viktig i det hele tatt	10,7	16,8	14,2	22,9	38,0	55,1
2	5,8	11,0	12,5	8,4	19,1	9,0
3	9,0	7,2	8,7	9,3	11,9	7,0
4	11,0	13,9	14,2	12,5	11,0	7,0
5	23,2	16,5	17,7	13,3	7,5	7,5
6	23,8	14,8	16,5	15,1	8,7	6,4
7 Svært viktig	16,5	19,7	16,2	18,6	3,8	8,1
Gjennomsnittsscore	4,68	4,26	4,23	4,04	2,72	2,54
N	345	345	345	345	345	345

Tabell 2.14: Betydningen av ulike informasjonskilder om naturbaserte opplevelser i Norge, i løpet av oppholdet i Norge. Prosent.

	Reise- håndbøker, magasiner, brosjyrer	Generell turistinforma- sjon om Norge fra websider, blogger & sosiale media	Informasj on fra venner og andre	Websider, blogger & sosiale media med fokus på naturbaserte opplevelser i Norge	Mobiltelefon- apper som har fokus på naturbaserte opplevelser i Norge	Informasjon fra turoperatør eller reisebyrå
1 Ikke viktig i det hele tatt	16,2	18,6	29,3	28,4	41,4	55,9
2	9,0	9,3	11,0	11,0	13,3	6,7
3	14,2	10,4	7,5	11,6	12,2	7,2
4	13,0	12,2	9,3	13,9	10,1	6,7
5	14,5	18,3	11,9	11,3	10,1	8,7
6	15,1	16,5	12,5	11,3	7,0	6,4
7 Svært viktig	18,0	14,8	18,6	12,5	5,8	8,4
Gjennomsnittsscore	4,18	4,11	3,75	3,52	2,78	2,58
N	345	345	345	345	345	345

I begge situasjoner er det generell turistinformasjon om Norge fra websider, blogger & sosiale media, reisehåndbøker/brosjyrer og informasjon fra andre som er de viktigste kildene. Det er ingen kilder som peker seg ut som svært viktige, mens derimot informasjon fra turoperatør/reisebyrå og bruk av mobiltelefonapper oppgis som lite viktig (verdi 1 eller 2) av over halvparten av respondentene.

Organisering/bestilling

På spørsmålet om hvordan reisen var organisert og bestilt, svarte fire av fem at det var en individuell reise, bestilt direkte av dem selv eller noen i reisefølget. De fleste av de øvrige hadde bestilt et helt eller delvis organisert opplegg gjennom turoperatør eller reisebyrå, men svært få var deltakere på en eller annen form for gruppereise.

Tabell 2.15: Organisering og bestilling av reisen til Norge.

	Prosent
Individuell privat reise, alt ble organisert og direkte bestilt av respondenten eller noen i reisefølget	80,9
Individuell privat reise, delvis eller helt organisert av og bestilt gjennom turoperatør eller reisebyrå	17,4
Organisert gruppereise, ekskursjon, treningsleir eller liknende	1,7
Total	100,0

3 Hovedmotivasjon for Norgesreise – natur eller kultur?

3.1 Betydning av naturbaserte og kulturbaserte aktiviteter

En viktig problemstilling i disse undersøkelsene var å kartlegge hva naturbaserte opplevelser betyr som motivasjon for å besøke Norge sammenliknet med mer kulturbaserte opplevelser. I feltundersøkelsen koblet vi naturbaserte opplevelser til landlige (rurale) områder, mens kulturbaserte opplevelser ble koblet til urbane områder, idet spørsmålsstillingen var: Hvilken hovedtype av områder og opplevelser var viktigst for deg/dere på denne reisen i Norge? Svaralternativene framgår av tabell 3.1.

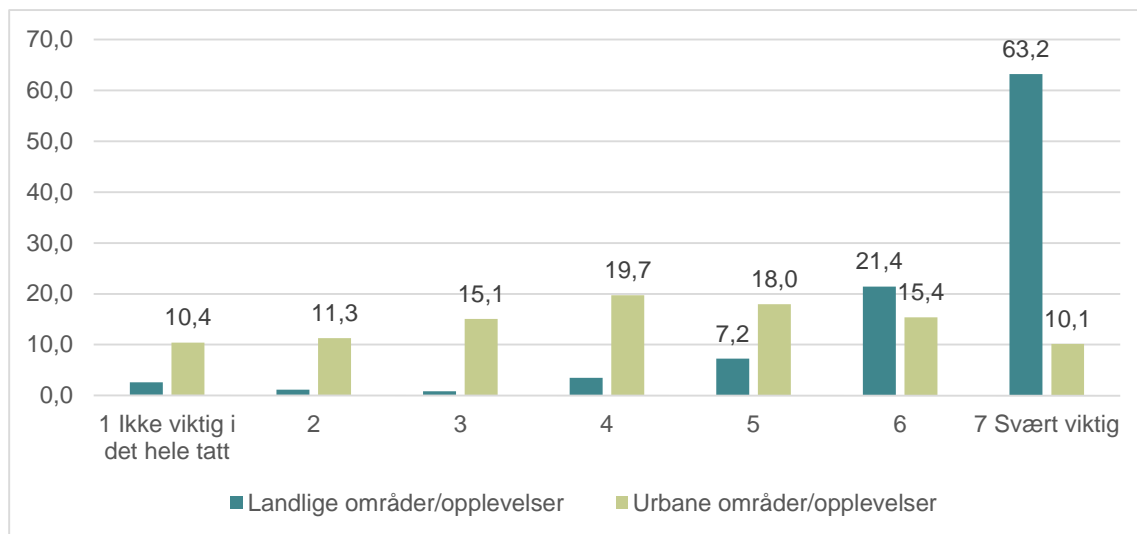
Dette gir en viss begrensning, idet kulturbaserte opplevelser selvsagt ikke er begrenset til urbane områder, men hovedtanken var – i et spørreskjema av begrenset omfang – å forenkle spørsmålsstillingen til to antatte hovedkontekster for ferieopplevelser.

Tabell 3.1: Hovedtyper av områder og opplevelser som var viktigst på reisen til Norge. Resultater fra feltundersøkelsen og fra epostundersøkelsen. Prosent.

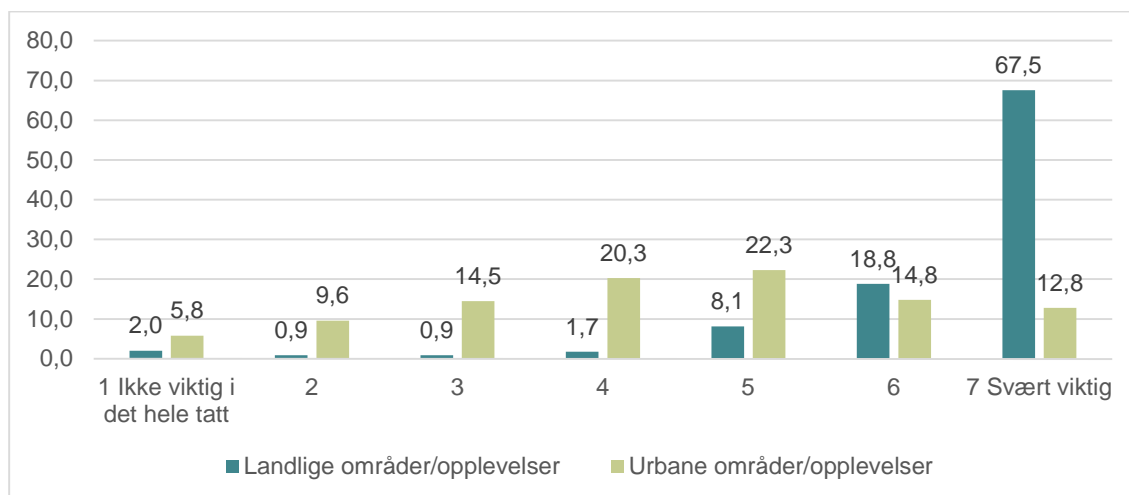
	Feltundersøkelsen (N=2449)	De som også svarte på E-post survey (N=332)
Naturbaserte opplevelser/rurale områder	41,9	49,7
Kulturbaserte opplevelser i mer urbane områder	6,7	3,3
Begge deler	41,9	44,3
Ingen av dem	9,5	2,7
Sum	100,0	100,0

I feltundersøkelsen var det over 40 prosent som krysset av for naturbaserte opplevelser/ rurale områder som det man primært søkte etter på reisen til Norge. Det er ganske få (under sju prosent) som har krysset av for kun kulturbaserte opplevelser i mer urbane områder, men mer enn fire av ti svarte begge deler. Resultatene fra epostundersøkelsen (uvektet) gir omtrent samme bilde, men enda lavere andel som prioriterer kulturbaserte opplevelser.

I den oppfølgende epostundersøkelsen ble dette litt mer inngående undersøkt. Det ble spurt om både viktigheten av å besøke henholdsvis rurale og urbane områder på reisen til Norge, og om betydningen av henholdsvis naturbaserte og kulturbaserte opplevelser for beslutningen om å reise til Norge. I begge spørsmål ble det anvendt en skala fra 1 til 7. Resultatene er vist i figurene 3.1 og 3.2. Selv om det er relativt få respondenter, understreker resultatene at naturbaserte opplevelser trekker turister til Norge om sommeren i langt større grad enn kulturbaserte opplevelser gjør. Snittscore for betydningen av naturbaserte aktiviteter for reisen til Norge var 6,4, og for kulturbaserte opplevelser 4,4. For betydningen av å besøke rurale områder var snittscoren 6,3, og den var 4,1 for urbane områder.



Figur 3.1: Betydningen av å besøke henholdsvis rurale og urbane områder/opplevelser på turen til Norge. Prosent. N=345.



Figur 3.2: Betydning av henholdsvis naturbaserte opplevelser og aktiviteter og kulturbaserte opplevelser og aktiviteter for beslutningen om å reise til Norge på den aktuelle turen. Prosent. N=345.

3.2 Variasjoner etter alder

Hva slags område og type opplevelser man søker, varierer relativt lite med alder (tabell 3.2).

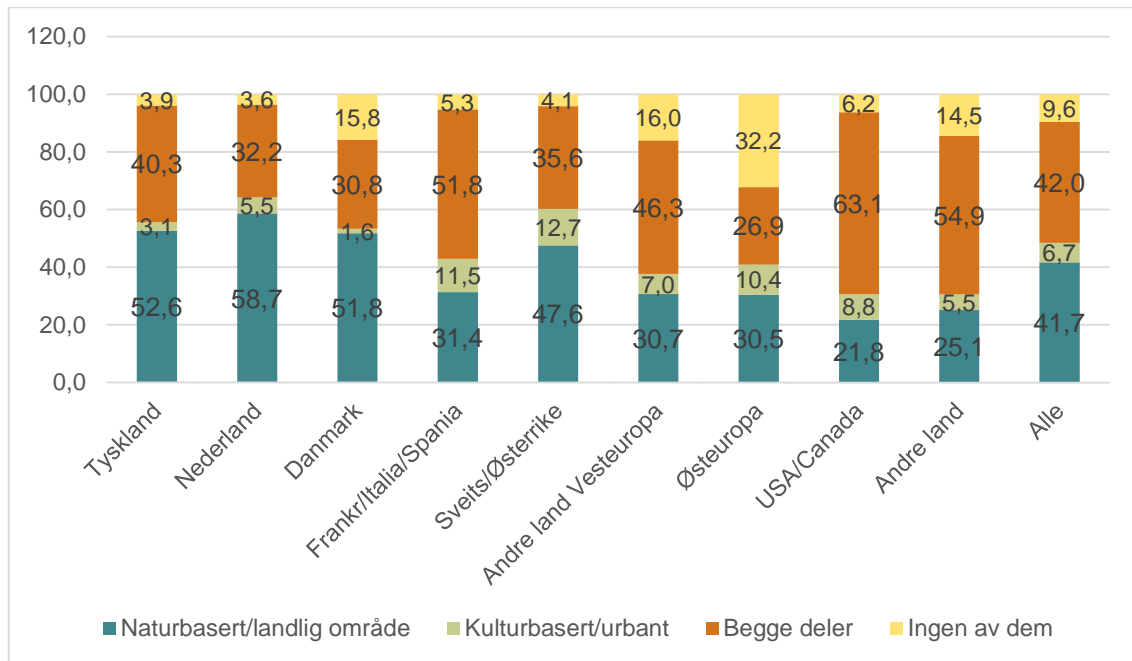
Tabell 3.2: Hovedtyper av områder og opplevelser som var viktigst på reisen til Norge, etter respondentens alder. Prosent. N=2449.

	70 år og eldre	60 - 69 år	50 - 59 år	40 - 49 år	30 - 39 år	18 - 29 år	Alle over 18 år
Naturbasert/landlig område	37,9	34,9	51,6	44,1	41,4	36,9	41,8
Kulturbasert/urbant område	8,1	6,0	2,7	7,2	8,6	7,9	6,7
Begge deler	51,2	48,2	39,4	40,2	39,4	42,8	42,0
Ingen av dem	2,8	10,9	6,3	8,5	10,6	12,4	9,4
Sum	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

De eldste aldersgruppene (60 +) har en litt større tilbøyelighet enn andre til å svare «begge deler», og det er en lavere andel som prioriterer naturbaserte opplevelser/landlige områder. Videre skiller personer i aldersgruppen 50 - 59 år seg ut med høyere preferanse for naturbaserte opplevelser og lavere preferanse for kulturbaserte aktiviteter/urbane områder enn øvrige aldersgrupper.

3.3 Variasjoner etter nasjonalitet

Hovedtrekkene i resultatene som er vist i figur 3.3 er at turister fra viktige markeder som Tyskland, Nederland 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 opptatt av naturbaserte opplevelser alene, her er det høye andeler som ønsker begge typer av opplevelser/områder. Turister fra middelhavslandene har en liknende profil, men med noe høyere preferanse for naturbaserte opplevelser. Turister fra Øst-Europa skiller seg ut ved en relativt høy andel som verken foretrekker naturbaserte/landlige eller kulturbaserte/urbane opplevelser.



Figur 3.3: Hovedtyper av områder og opplevelser som var viktigst på reisen til Norge, etter respondentens bostedsland. Prosent.

3.4 Variasjoner etter reisefølge

Nesten en firedel av personer som reiser alene oppgir at de ikke anser noen av de spesifiserte typene av opplevelser/områder som viktige på reisen til Norge (tabell 3.3). Det er nokså liten forskjell i preferansene mellom de øvrige typene av reisefølger.

Tabell 3.3: Hovedtyper av områder og opplevelser som var viktigst på reisen til Norge, etter type reisefølge. Prosent. N=2449.

	Reiser alene	Barn 0-17 i følget	Kun med ektefelle/partner	Voksne med-reisende ellers	Alle
Naturbasert/landlig område	36,8	48,8	46,7	49,5	46,8
Kulturbasert/urbant område	6,0	3,2	4,0	4,2	4,0
Begge deler	34,3	43,8	44,9	41,5	42,4
Ingen av dem	22,9	4,2	4,5	4,8	6,8
sum	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

3.4.1 Variasjoner etter reisemønster og reisens varighet

Det er et tydelig skille mellom de som har overnattet 1-2 steder og de som er på en mer rundreisepreget tur. Interessen for naturbaserte opplevelser øker med antall overnattingssteder, mens interessen for kulturbaserte opplevelser/urbane strøk avtar med antall steder (tabell 3.4).

Tabell 3.4: Hovedtyper av områder og opplevelser som var viktigst på reisen til Norge, etter antall overnattingssteder i Norge på reisene. Prosent. N=2449.

	1 sted	2 steder	3-7 steder	8 + steder	Alle respondenter
Naturbasert/landlig område	32,6	36,3	50,3	48,5	41,8
Kulturbasert/urbant	15,2	5,9	1,8	1,8	6,8
Begge deler	33,0	45,0	47,0	45,1	41,9
Ingen av dem	19,2	12,8	0,9	4,6	9,5
Sum	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Andel av respondentene	31,3	18,7	33,0	16,9	100,0
Antall netter i Norge på reisen (snitt)	8,5	9,6	11,9	17,4	11,4

Det samme mønsteret finner vi igjen når vi ser på reisens varighet (tabell 3.5)⁵. De som har oppgitt kulturopplevelser/urbane strøk som hovedmotivasjon, er i Norge bare halvparten så lang tid (5,8 døgn) som dem som søker naturbaserte opplevelser eller både naturbaserte og kulturelle opplevelser.

Tabell 3.5: Hovedtyper av områder og opplevelser som var viktigst på reisen til Norge, etter reisens varighet i Norge. Prosent. N=2449.

	1-3 netter	4-7 netter	8-14 netter	15 + netter	Alle respondenter	Antall netter i Norge på reisen (snitt)
Naturbasert/landlig område	24,8	38,3	44,4	50,3	41,9	12,2
Kulturbasert/urbant	28,3	8,5	1,8	2,1	6,7	5,8
Begge deler	33,0	39,0	46,1	42,3	41,9	12,1
Ingen av dem	13,9	14,2	7,7	5,3	9,5	8,0
Sum	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	11,37
Andel av respondentene	11,8	25,8	39,5	22,9	100,0	

⁵ Nederste rad i tabell 3.4 viser at antall overnattingssteder øker med antall døgn i Norge – naturlig nok.

4 Deltakelse i naturbaserte aktiviteter - oversikt

4.1 Aktiviteter og deltakelse

De i alt 19 ulike aktivitetene/opplevelsene man skulle krysse av, gir et bilde av betydningen av ulike typer naturrelaterte gjøremål. De fleste har en fysisk aktiv karakter, mens noen er mer allmenne og til dels fysisk passive opplevelser. I alt har om lag 94 prosent av respondentene oppgitt at de selv og/eller noen i reisefølget har deltatt i minst en av de oppgitte aktivitetene/opplevelsene i spørreskjemaet. Det er relativt liten forskjell i deltakelsesandel for respondenter og reisefølger i tabell 4.1, og vi velger å bruke reisefølgets andel i analysene nedenfor.

Tabell 4.1: 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
Fjordsightseeing	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
Fisking i saltvann	15,5	17,2
Fisking 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

For å kunne få til en noenlunde operasjonell og oversiktlig analyse av aktiviteter/opplevelser og segmenter, har vi foretatt følgende inndeling av de aktivitetene/opplevelsene vi har kartlagt:

Landskapsopplevelser og fotografering

Det å oppleve spektakulære landskaper (62 prosent) og delta på fjordsightseeing, (40 prosent) er relativt passive aktiviteter. Vi har plassert det å fotografere i naturen (50 prosent) i denne gruppen, selv om det er en noe mer aktiv form for opplevelse, tror vi at dette har nokså nær sammenheng med landskapsopplevelser (fra land eller fra sjø).

Vandreturer

Blant de «aktive» gjøremålene er vandring i naturen, på ulike ferdighetsnivåer, klart mest utbredte type av opplevelse. 55 prosent av respondentene (reisefølgene) har vært på lett gåtur og 46 prosent på vandreturer i fjell- og/eller skogsterreng.

En av fire oppgir at de selv eller noen i reisefølget har deltatt i fjellklatring (engelsk *mountaineering*). Dette inkluderer sannsynligvis også toppturer og andre turer i ulendt fjellterreng, og ikke nødvendigvis klatring i teknisk forstand. Den oppfølgende epostundersøkelsen gir mer detaljerte svar på typen turer, se kapittel 5.

Fiske og andre vannbaserte aktiviteter

Om lag hver sjettede respondent (17 prosent) oppgir fiske i saltvann som gjennomført aktivitet, mens andelen ferskvannsfiskere er noe lavere (13 prosent). Tilsvarende aktivitetsnivåer finner vi for båttaktiviteter, 19 prosent i saltvann og 13 prosent i ferskvann.

Andre aktiviteter

Terrengsykling og fuglekikking har vært prøvd av rundt 9 - 10 prosent av reisefølgene. En del aktiviteter med stor grad av tilrettelegging (rafting, hesteaktiviteter, villmarksturer, dyresafarier) skårer lavt på målingen, med en andel på mellom tre og fem prosent. Dette innebærer faktisk et relativt stort antall turister, men antallet respondenter er for lite til å foreta noe annet enn en relativt grovmasket analyse av segmentene.

4.2 Kombinasjoner av aktiviteter

Aktiviteter knyttet til opplevelser og bruk av landskaper, gjennom sightseeing, fotografering og vandreturer er altså dominerende blant de utenlandske turistene. De 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. Vi fant at det var 27 prosent som oppga at de ikke hadde gjort andre aktiviteter enn landskapsopplevelser/sightseeing, fotografering, lettere gåturer eller vandring i fjell- eller skogsterreng (10 prosent oppga kun sightseeing eller fotografering). Det var bare seks prosent av reisefølgene som bare oppga andre aktiviteter enn disse, og altså ytterligere seks prosent som ikke hadde vært med på noen aktiviteter. Det vil si at 61 prosent av reisefølgene kombinerte landskapsopplevelser, sightseeing og/eller vandring med mer spesifikke aktiviteter som fiske, padling, sykling, fuglekikking etc.

I gjennomsnitt hadde hver respondent deltatt i fire av de aktivitetene som er listet opp i tabell 4.1. I tabell 4.2 har vi sett på antall aktiviteter med og uten landskapsopplevelser, naturfotografering og fjordsightseeing.

Tabell 4.2: Antall aktiviteter hvert reisefølge har oppgitt at de har vært med på. Prosent. N=2449.

	Av alle aktiviteter i tabell 4.1	Aktiviteter utenom landskap, foto, fjordsightseeing
Ingen aktiviteter	6,4	16,7
1 aktivitet	9,6	17,7
2 aktiviteter	13,2	22,1
3-4 aktiviteter	32,1	28,8
5-6 aktiviteter	24,6	11,3
Flere enn 6 aktiviteter	14,1	3,4
	100,0	100,0
Gjennomsnittlig antall	4,0	2,5

Det var snaut 10 prosent som oppga deltakelse i kun én av aktivitetene og 14 prosent som hadde deltatt i mer enn seks aktiviteter. Gjennomsnittet var fire aktiviteter. Dersom vi ser bort fra «Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.», «Naturfotografering» og «Fjordsightseeing», finner vi at 17 prosent ikke har oppgitt deltakelse i noen aktivitet, og at gjennomsnittlig antall aktiviteter er 2,5. Inkluderer vi fjordsightseeing 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 (tabell 4.3). Det å reise rundt er et typisk trekk ved sommerturismen i Norge, gjennomsnittlig oppholdstid i Norge blant respondentene var over 12 døgn og halvparten overnattet minst tre ulike steder (jf. tabell 2.7 og 2.8). Rundreise øker naturlig nok tilbudet av tilgjengelige aktiviteter og opplevelser, og om man reiser mye for å få med seg mye av Norge eller om man får med seg mye fordi man reiser rundt, kan jo gå begge veier.

Tabell 4.3: Gjennomsnittlig antall aktiviteter hvert reisefølge har deltatt i, ikke medregnet landskapsopplevelse og fotografering i natur, etter sosiodemografiske og reiserelaterte variabler.

Sosiodemografiske variable	Ant. akt	Reiseadferdsvariable	Ant. Akt.
Kvinne	2,9	Reisefølge	
Mann	2,9	Med kun ektefelle/partner	2,7
Aldersgrupper		Reisefølge med barn 0-17	3,5
70 år og eldre	1,8	Kun voksne i følget	3,0
60 - 69 år	2,3	Reiser alene	2,3
50 - 59 år	2,8	Antall overnattingssteder	
40 - 49 år	3,2	1 sted	2,2
30 - 39 år	2,9	2 steder	2,6
18 - 29 år	3,2	3-7 steder	3,5
Utvalgte land		8 el flere steder	3,3
Tyskland	3,1	Reisens varighet	2,9
Nederland	3,4	1-3 netter	1,4
Danmark	2,2	4-7 netter	2,4
Frankrike/Italia/Spania	2,8	8-14 netter	3,3
Østeuropa	2,0	15-21 netter	3,5
USA/Canada	2,8	Mer enn 21 netter	3,8

Spesielle aktiviteter som fiske, kajakkpadling og terrengsykling er sjelden den eneste opplevelsen eller aktiviteten man deltar i. Som nevnt er det bare seks prosent som ikke deltar i sightseeing, fotografering eller vandreturer, og når vi ser på de enkelte aktivitetene er det for eksempel bare 7,5 prosent av dem som har prøvd fiske i saltvann som kun har

gjort det, og mellom null og fem prosent som kun har gjort en av de andre av disse aktivitetene.

I tabell 4.4 har vi satt opp kombinasjoner av aktiviteter i betydningen andelen av dem som har gjort en bestemt aktivitet som også har gjort de andre respektive aktivitetene.

Tabell 4.4: Reiseløper som har deltatt i utvalgte aktiviteter – andelen som har deltatt også i andre utvalgte aktiviteter. Prosent.

	Fisking i saltvann	Fisking i ferskvann	Seiling, kajakk etc., i saltvann	Kajakk, kano, ferskvann	Terrengsykling	Fuglekikking	Naturbaserte arr. (festival, sport etc.)
Andel reiseløper. som har deltatt ->	17,2	12,8	18,9	13,3	9,9	8,9	9,5
Lett gåtur i fjell/skog	57,6	61,0	68,4	66,7	64,5	69,1	51,1
Vandring i fjell/skog	58,0	58,5	58,6	64,5	57,2	59,5	40,9
Fisking i saltvann		42,4	45,3	20,4	20,5	20,5	13,8
Fisking i ferskvann	31,5		19,7	29,9	22,3	18,0	11,4
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	49,9	29,3		32,4	25,1	25,8	32,5
Kajakk, kano, etc. i ferskvann	15,8	31,2	22,8		26,9	15,9	18,3
Terrengsykling	11,9	17,4	13,2	20,0		15,7	10,5
Fuglekikking	10,7	12,6	12,2	10,7	14,1		15,9
Naturbaserte arr. (festival, sport etc.)	7,6	8,5	16,4	13,1	10,0	17,0	
Deltatt i elverafting	6,6	9,8	9,2	15,8	13,9	8,6	11,9

Tabellen leses slik: Hver kolonne viser – for aktivitetene fiske i saltvann til og med naturbaserte arrangementer – andelen som har prøvd de andre aktivitetene også. Eksempelvis har, av de som har fisket i saltvann (17,2 prosent av alle reiseløper), 58,0 prosent også vandret i fjell- og skogsterreng, 31,5 prosent har fisket i ferskvann, 10,7 prosent har prøvd fuglekikking, osv.

5 Segmenter basert på feltundersøkelsen

5.1 Innledning

Dataene fra feltundersøkelsens 2 449 respondenter gir muligheten til å analysere hva som kjennetegner deltakere i spesifikke aktiviteter med hensyn til noen sentrale sosiodemografiske og reiseatferdsmessige kjennetegn.

I dette kapitlet ser vi på hva som kjennetegner deltakere i spesifikke aktiviteter med hensyn til de viktigste sosiodemografiske og reiseatferdsmessige kjennetegnene.

Spørsmålet om deltakelse i spesifiserte aktiviteter omfatter spørsmål om respondenten selv deltok og om det var andre i reisefølget som deltok. I praksis er andelen reisefølger hvor kun andre enn respondenten deltok, relativt liten (jfr tabell 2.10), men for sosiodemografiske kjennetegn er det mest meningsfylt å benytte andelen respondenter som selv har deltatt som grunnlag i analysene. For reisespesifikke variable (reisefølge, antall overnattingssted og reisesens varighet) anvender vi andelen reisefølger hvor respondenten og/eller noen i reisefølget har deltatt i vedkommende aktivitet.

Det er to faktorer som virker i samme retning når det gjelder å bestemme hvor viktige (i betydningen «hvor store») de enkelte delmarkeder er. Det ene er hvor stor andel et segment utgjør av totalt antall kunder, det andre er hvor stor andel av individene i dette segmentet som faktisk etterspør gjeldende aktivitet.

For eksempel vil tyskere utgjøre mange kunder i de fleste aktivitetene i kraft av at de er mange i utgangspunktet – ca. 29 prosent av alle respondentene i feltundersøkelsen.

I analysene nedenfor ser vi først på hyppighet av deltakelse innen hvert segment, det vil si andelen som har deltatt i vedkommende aktivitet, og hvor mye dette avviker fra gjennomsnittlig deltakelsesandel (andelen blant alle respondenter). Deretter ser vi på hvordan avvikene slår ut i fordelingen av deltakere på segmentene (aldersgrupper, bostedsland osv.) for hver type opplevelse/aktivitet. Det er denne fordelingen som beskriver omfang og relativ betydning av segmentene.

5.2 Landskapsopplevelser og fotografering

5.2.1 Kjønn og alder

Interessen for landskapsopplevelser, sightseeing fra båt og fotografering i naturen er omtrent den samme for menn og kvinner, og andelene i hver aktivitet reflekterer følgende fordelingen etter kjønn i utvalget.

Aldersgruppene har litt ulike preferanser, men det er ikke store forskjeller (tabell 5.1). De eldste aldersklassene er lett overrepresenterte i fjordsightseeing, og underrepresenterte i landskapsopplevelser og fotografering i naturen. Den yngste aldersklassen er overrepresentert i naturfotografering, og svakt overrepresentert i landskapsopplevelser. I de øvrige aldersklasser er det små avvik.

Med såpass få og relativt små avvik fra gjennomsnittet, finner vi at størrelsen på segmenter i ulike aldersklasser stort sett reflekterer fordelingen av alle respondentene på aldersklasser.

Tabell 5.1: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter aldersgruppe. Aktiviteter knyttet til landskapsopplevelser og fotografering. Prosent. N=2449.

	70 år +	60 - 69 år	50 - 59 år	40 - 49 år	30 - 39 år	18 - 29 år	Alle med oppgitt alder
Andel av respondenter i vedkommende aldersgruppe som har deltatt							
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	52,5	58,1	61,5	59,5	59,8	63,0	60,0
Fjordsightseeing	41,9	36,9	38,3	40,5	40,2	38,6	39,0
Naturfotografering	35,9	43,6	51,4	44,8	45,9	54,1	47,6
Fordeling av respondenter etter aldersgruppe							
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	4,3	12,5	19,0	21,0	19,7	23,4	100,0
Fjordsightseeing	5,3	12,2	18,1	22,0	20,3	22,0	100,0
Naturfotografering	3,7	11,8	20,0	20,0	19,1	25,4	100,0
Alle respondenter	5,0	13,0	18,6	21,3	19,8	22,4	100,0

5.2.2 Nasjonalitet

Her ser vi relativt store variasjoner i deltakelse fra land til land, spesielt for fjordsightseeing (tabell 5.2). Tyskere og dansker benytter seg i ganske liten grad av sightseeing på fjord, mens turister fra land utenfor Europa skiller seg ut her med svært høy deltakelse, rundt 60 prosent. Også turister fra Frankrike/Italia/Spania, Nederland og «andre land Vest-Europa» ligger godt over gjennomsnittet.

Når det gjelder naturfotografering ligger dansker og østeuropeere noe under gjennomsnittet, mens turister fra Mellom- og Sør-Europa samt fra oversjøiske land utenom USA oppgir større interesse for dette enn andre.

Tabell 5.2: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter bostedsland. Aktiviteter knyttet til landskapsopplevelser og fotografering. Prosent. N=2449

	Tyskland	Nederland	Danmark	Frankrike/ Italia/ Spania	Sveits/ Østerrike	Andre land Vest-Europa	Øst-Europa	USA/ Canada	Andre land	Alle med oppgitt nasjonalitet
Andel av respondenter i vedkommende land/landgruppe som har deltatt										
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	65,7	60,5	52,1	56,3	60,8	59,0	42,6	68,5	64,6	60,0
Fjordsightseeing	24,4	45,2	15,8	55,2	40,5	46,9	30,7	61,8	57,7	39,0
Naturfotografering	45,9	43,2	40,6	59,0	55,3	44,7	42,8	44,8	56,9	47,6
Fordeling av respondenter etter land/landgruppe										
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	31,9	11,6	5,0	11,8	6,7	11,1	6,7	8,9	6,4	100,0
Fjordsightseeing	18,1	13,3	2,3	17,6	6,8	13,5	7,4	12,2	8,7	100,0
Naturfotografering	28,1	10,4	4,9	15,5	7,7	10,6	8,4	7,3	7,1	100,0
Alle respondenter	29,1	11,5	5,8	12,5	6,6	11,3	9,4	7,8	5,9	100,0

Turister fra Øst-Europa er klart mindre interessert enn andre i opplevelse av landskaper og utsikt. Dansker er også mindre interessert enn gjennomsnittet, mens personer fra USA og Canada har noe høyere interesse enn andre.

Dette betyr at markedene for opplevelse av landskaper og naturfotografering med noen få unntak stort sett følger fordelingen av turister etter land generelt. For sightseeing på fjord samsvarer etterspørselen relativt lite med fordelingen på respondenter generelt etter bostedsland. Spesielt har turister fra oversjøiske land og fra Sør-Europa klart større markedsandel enn deres andel av respondentene skulle tilsi.

5.2.3 Type reisefølge

Reisefølger som består av respondent pluss ektefelle/partner (og ingen andre), har generelt større tilbøyelighet enn andre reisefølger til å delta i landskapsrelaterte opplevelser (inkludert fjordsightseeing) og naturfotografering. Respondenter som reiser alene, har lavere interesse for alle tre typene aktiviteter enn andre (tabell 5.3). Reisefølger med barn har generelt noe lavere tilbøyelighet til fjordsightseeing og fotografering enn andre følger med flere enn en person, mens følger med voksne (inkludert andre enn partner/ektefelle) skiller seg relativt lite fra gjennomsnittet.

Dette innebærer at reisefølger bestående av respondent og ektefelle/partner utgjør det største segmentet etter reisefølge for alle tre aktiviteter, noe større enn den andelen de utgjør av respondentene.

Tabell 5.3: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter type reisefølge. Aktiviteter knyttet til landskapsopplevelser og fotografering. Prosent.

	Med kun ektefelle/partner	Reisefølge med barn 0-17 år	Kun voksne i følget	Reiser alene	Alle som har oppgitt reisefølge
	Andel av respondenter i vedkommende reisefølgegruppe som har deltatt				
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	67,7	64,3	59,3	49,7	61,7
Fjordsightseeing	46,2	38,3	45,4	25,0	40,4
Naturfotografering	52,3	46,9	55,0	47,8	50,8
	Fordeling av respondenter etter type reisefølge				
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	36,5	26,8	22,9	13,7	100,0
Fjordsightseeing	38,1	24,4	26,9	10,5	100,0
Naturfotografering	34,3	23,8	25,9	16,0	100,0
Alle respondenter	33,3	25,8	23,9	17,0	100,0

5.2.4 Reisemønster og reisens varighet

Den halvdelen av reisefølgene som er på rundtur, har større innslag av landskapsopplevelser enn de som flytter lite på seg, og andelen øker også mye med lengden på oppholdet i Norge. For fjordsightseeing og fotografering i naturen ser en noe av det samme bildet, men her er det først og fremst de med kun ett oppholdssted og/eller en varighet på 1-3 døgn som har lav deltakelse.

Tabell 5.4: Deltakelse (reisefølget) i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter antall overnattingssteder og antall overnattingsdøgn i Norge på reisen. Aktiviteter knyttet til landskapsopplevelser og fotografering. Prosent.

	Antall steder overnattet i Norge					Antall netter i Norge				
	1 sted	2 steder	3-7 steder	8 el flere steder	Alle	1-3 netter	4-7 netter	8-14 netter	15 el flere netter	Alle
	Andel deltakelse									
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	41,6	59,0	73,1	78,5	61,6	34,2	54,0	69,8	70,2	61,6
Fjordsightseeing	21,6	44,0	51,5	46,3	40,3	24,7	42,8	43,0	40,7	40,3
Naturfotografering	35,5	56,7	55,3	61,4	50,6	26,4	47,5	58,3	53,1	50,6
	Fordeling av respondenter etter antall steder					Fordeling av respondenter etter antall netter				
Sett spektakulære landskaper, utsikt etc.	21,1	18,0	39,1	21,8	100,0	6,5	22,6	44,7	26,1	100,0
Fjordsightseeing	16,9	20,7	42,5	19,9	100,0	7,2	27,5	42,1	23,2	100,0
Naturfotografering	22,0	21,1	36,1	20,8	100,0	6,2	24,3	45,5	24,1	100,0
Alle respondenter	31,2	18,8	32,9	17,1	100,0	11,8	25,8	39,5	22,9	100,0

5.3 Vandreturer i fjell og skog

5.3.1 Kjønn og alder

Kvinner har litt høyere deltakelse på lette gåturer i fjell- og skogsterreng (61 prosent) enn menn (53 prosent), ellers er det små forskjeller mellom kvinner og menn med hensyn til omfanget av deltakelse i de ulike typene av vandreturer.

Tabell 5.5: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter aldersgruppe. Aktiviteter knyttet til ulike typer av vandring i skog og fjell. Prosent.

	70 år og eldre	60 - 69 år	50 - 59 år	40 - 49 år	30 - 39 år	18 - 29 år	Alle med oppgitt alder
	Andel av respondenter i vedkommende aldersgruppe som har deltatt						
Vandring i fjell/skog	18,4	35,0	46,7	48,0	46,0	48,4	44,3
Lett gåtur i fjell/skog	43,3	47,1	51,9	56,7	53,7	56,0	53,1
Fjellklatring	3,2	13,4	24,4	24,1	19,8	28,5	21,9
Vandring til/på isbre	4,1	7,0	13,6	12,1	12,9	15,4	12,2
	Fordeling av respondenter etter aldersgruppe						
Vandring i fjell/skog	2,1	10,2	19,6	23,0	20,6	24,5	100,0
Lett gåtur i fjell/skog	4,0	11,5	18,1	22,7	20,0	23,6	100,0
Fjellklatring	0,7	7,9	20,8	23,5	17,9	29,2	100,0
Vandring til/på isbre	1,7	7,5	20,7	21,1	20,9	28,2	100,0
Alle respondenter	5,0	13,0	18,6	21,3	19,8	22,4	100,0

Naturlig nok er de eldste aldersgruppene (de over 60 år) til dels kraftig underrepresenterte i disse aktivitetene (tabell 5.5). Aldersgruppene fra 30 til 59 år har omtrent samme hyppighet med hensyn til å gjøre disse aktivitetene, det vil si at deres andel av vandrerne tilsvarer omtrent den andelen de utgjør av respondentene.

I den yngste aldersgruppen finner vi en relativt stor overrepresentasjon når det gjelder fjellklatring og (til dels) vandring til/på isbre.

5.3.2 Nasjonalitet

Interessen for vandreturer av ulik vanskelighetsgrad er gjennomgående stor – over 50 prosent deltakelse i gjennomsnitt for alle respondenter – men deltakelsen varierer mye etter nasjonalitet. Vandring i fjell- og skogsterreng appellerer mest til tyskere og nederlendere, mens nederlenderne også skiller seg ut ved høy interesse for lette gåturer og isbreturer.

Dansker, og turister fra Øst-Europa og oversjøiske land, har klart lavere interesse for vandring i fjell- og skogsterreng enn gjennomsnittet. Derimot ligger danskene på gjennomsnittet når det gjelder lette gåturer, mens de øvrige nevnte nasjonalitetene ligger under gjennomsnittet.

Tabell 5.6: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter bostedsland. Aktiviteter knyttet til ulike typer av vandring i skog og fjell. Prosent.

	Tysk-land	Neder-land	Dan-mark	Frankr/Italia/Spania	Sveits/Østerrike	Andre land Vest-europa	Øst-europa	USA/Canada	Andre land	Alle med oppgitt nasjonalitet
Andel av respondenter fra vedkommende land/landgruppe som har deltatt										
Vandring i fjell/skog	55,5	55,8	28,4	39,6	47,4	42,5	23,5	41,3	27,3	44,2
Lett gåtur i fjell/skog	56,0	63,9	54,4	53,5	56,3	56,6	32,4	46,0	44,2	52,9
Fjellklatring	27,2	27,2	15,4	18,1	26,8	13,7	20,1	11,7	24,6	21,8
Vandring til/på isbre	11,4	21,9	3,2	13,4	16,5	8,7	6,3	13,8	12,3	12,2
Fordeling av respondenter etter land/landgruppe										
Vandring i fjell/skog	36,6	14,6	3,7	11,2	7,1	10,9	5,0	7,3	3,7	100,0
Lett gåtur i fjell/skog	30,8	13,9	5,9	12,7	7,1	12,1	5,8	6,8	4,9	100,0
Fjellklatring	36,3	14,4	4,1	10,4	8,1	7,1	8,7	4,2	6,7	100,0
Vandring til/på isbre	27,3	20,7	1,5	13,8	9,0	8,0	4,9	8,8	6,0	100,0
Alle respondenter	29,1	11,5	5,8	12,5	6,6	11,3	9,4	7,8	5,9	100,0

Om lag 22 prosent oppgir at de har deltatt i en eller annen form for fjellklatring (*mountain climbing/mountaineering* i engelsk spørreskjema, *bergsteigen* i tysk). Her skiller tyskere, østerrikkere/sveitsere og nederlendere seg ut med relativt høy deltakelse, mens turister fra USA og Canada har lavest deltakelse.

Av de ca. 12 prosent av respondentene som oppgir at de vært med på vandring til og på isbreer, er deltakelsen relativt sett høyest blant nederlendere og lavest blant dansker.

5.3.3 Type reisefølge

Personer som reiser alene deltar klart minst i vandreaktiviteter. Reisefølger med barn er mer tilbøyelige enn følger med bare voksne til å delta i vandre- og klatreaktiviteter, dette gjelder spesielt vandring i skog- og fjellområder og lette vandreturer.

Følger med kun voksne (enten bare med ektefelle, eller med andre) utgjør omtrent samme andel på hver aktivitet som deres andel av respondentene i utvalget.

Tabell 5.7: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter type reisefølge. Aktiviteter knyttet til ulike typer av vandring i skog og fjell. Prosent.

	Med kun ektefelle/partner	Reisefølge med barn 0-17	Kun voksne i følget	Reiser alene	Alle som har oppgitt reisefølge
Andel av respondenter fra vedkommende type reisefølge som har deltatt					
Vandring i fjell/skog	46,0	57,9	43,2	33,5	46,3
Lett gåtur i fjell/skog	56,6	64,2	52,7	42,1	55,2
Fjellklatring	20,3	28,4	25,1	18,0	23,1
Vandring til/på isbre	13,2	14,3	14,7	7,4	12,9
Vandring i fjell/skog	33,2	32,2	22,3	12,3	100,0
Lett gåtur i fjell/skog	34,2	30,0	22,8	13,0	100,0
Fjellklatring	29,3	31,6	25,9	13,2	100,0
Vandring til/på isbre	34,3	28,7	27,3	9,8	100,0
Alle respondenter	33,3	25,8	23,9	17,0	100,0

5.3.4 Reisemønster og reisens varighet

Alle de fire formene for vandring og liknende aktiviteter vi har stilt spørsmål om, øker med grad av rundreise (antall overnattingssteder) og varighet av reisen i Norge (tabell 5.8). Det er ikke så store forskjeller på om turistene bor ett eller to steder, men med fra og med tre oppholdssteder øker andelen som har deltatt i disse aktivitetene markant.

Tabell 5.8: Deltakelse (reisefølget) i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter antall overnattingssteder og antall overnattingsdøgn i Norge på reisen. Aktiviteter knyttet til ulike typer av vandring i skog og fjell. Prosent.

	Antall steder overnattet i Norge					Antall netter i Norge				
	1 sted	2 steder	3-7 steder	8 el flere steder	Alle	1-3 netter	4-7 netter	8-14 netter	15 el flere netter	Alle
Andel deltakelse										
Vandring i fjell/skog	31,0	35,6	60,8	58,3	46,4	21,0	32,5	55,8	58,5	46,3
Lett gåtur i fjell/skog	40,5	46,0	67,4	68,3	55,1	26,4	44,2	62,4	68,7	54,9
Fjellklatring	16,5	18,9	30,2	26,7	23,2	11,8	16,9	25,6	31,5	23,1
Vandring til/på isbre	4,8	11,3	20,0	15,9	13,0	3,9	9,7	16,2	16,1	13,0
Fordeling av respondenter etter antall steder										
Vandring i fjell/skog	20,8	14,4	43,2	21,5	100,0	5,3	18,1	47,5	29,0	100,0
Lett gåtur i fjell/skog	22,9	15,7	40,2	21,2	100,0	5,7	20,8	44,8	28,7	100,0
Fjellklatring	22,2	15,3	42,8	19,7	100,0	6,0	18,9	43,8	31,3	100,0
Vandring til/på isbre	11,7	16,4	50,9	21,0	100,0	3,5	19,2	49,0	28,4	100,0
Alle respondenter	31,2	18,8	32,9	17,1	100,0	11,8	25,8	39,5	22,9	100,0

Turistene med 3-7 ulike overnattingssteder utgjør en tredel av respondentene, men fra 40 til 50 prosent av deltakerne i disse naturbaserte aktivitetene.

5.4 Fiske og andre vannbaserte aktiviteter

5.4.1 Kjønn og alder

Fisking i saltvann og seiling, padling etc. i saltvann hadde blant respondentene (ikke reisefølgene) en deltakelse på omlag 15 prosent, mens tilsvarende ferskvannsaktiviteter hadde en

deltakelse på 11 prosent. To tredeler av dem som har deltatt i fiske (salt- eller ferskvann), er menn, mens kjønnsfordelingen innenfor padling, seiling etc. er relativt lik kjønnsfordelingen blant alle respondentene.

Tabell 5.9: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter aldersgruppe. Aktiviteter i saltvann og i ferskvann. Prosent.

	70 år og eldre	60 - 69 år	50 - 59 år	40 - 49 år	30 - 39 år	18 - 29 år	Alle med oppgitt alder
Andel av respondenter i vedkommende aldersgruppe som har deltatt							
Fisking i saltvann	16,6	15,5	16,0	19,1	14,8	12,0	15,5
Fisking i ferskvann	6,9	10,2	12,4	13,4	13,2	8,0	11,2
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	11,5	13,9	14,5	20,0	20,6	18,6	17,6
Kajakk, kano i ferskvann	2,3	4,9	8,8	17,4	13,1	13,8	11,8
Fordeling av respondenter etter aldersgruppe							
Fisking i saltvann	5,3	13,0	19,1	26,2	19,0	17,4	100,0
Fisking i ferskvann	3,0	11,8	20,5	25,4	23,3	16,0	100,0
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	3,2	10,3	15,3	24,2	23,2	23,8	100,0
Kajakk, kano i ferskvann	1,0	5,4	13,9	31,3	22,1	26,3	100,0
Alle respondenter	5,0	13,0	18,6	21,3	19,8	22,4	100,0

Fisking i saltvann ser ut til å være like vanlig i alle aldersgrupper, mens fisking i ferskvann appellerer noe mer til personer mellom 30 og 50 år enn til de øvrige aldersgruppene. Båtrelaterte aktiviteter, både i saltvann og i ferskvann, har høyest deltagelse blant personer under 50 år. Det er likevel bare personer som er 70 år og eldre som er helt tydelig underrepresenterte i alle de fire vannbaserte aktivitetene. Turister mellom 60 og 70 år er klart underrepresenterte i padling i ferskvann, mens de yngste turistene er underrepresenterte i både salt- og ferskvannsfiske.

5.4.2 Nasjonalitet

Andelen tyskere som har fisket i saltvann er nesten dobbelt så høy som gjennomsnittet (og nesten fire ganger så høy som snittet for andre land enn Tyskland). Dette betyr også at tyskere utgjør mer enn to tredeler av alle som har prøvd saltvannsfiske, og 10 ganger så mange som østeuropeerne (som er nest største gruppe).

Ferskvannsfiske er litt jevnere fordelt. Her har tyskere, dansker og østeuropeere omtrent samme andel deltagelse. Tyske turister utgjør likevel 40 prosent av de utenlandske ferskvannsfiskerne, mens østeuropeerne utgjør 12 prosent. Interessen for fiske i saltvann eller i ferskvann er minst blant sør-europeere og oversjøiske turister.

Tabell 5.10: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter bostedsland. Aktiviteter i saltvann og i ferskvann. Prosent.

	Tysk-land	Neder-land	Dan-mark	Frankr/Italia/Spania	Sveits/Øster-rike	Andre land Vest-europa	Øst-europa	USA/Canada	Andre land	Alle med oppgitt nasjonalitet
Andel av respondenter fra vedkommende land/landgruppe som har deltatt										
Fisking i saltvann	35,9	6,9	11,0	4,0	8,2	6,4	10,9	7,0	0,8	15,3
Fisking i ferskvann	15,2	10,3	15,8	3,4	10,6	7,3	14,5	9,4	8,8	11,1
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	26,3	13,8	8,3	16,3	21,3	10,9	8,0	17,0	16,1	17,4
Kajakk, kano i ferskvann	10,3	18,1	12,6	10,2	12,4	10,3	10,9	10,0	13,8	11,7
Fordeling av respondenter etter land/landgruppe										
Fisking i saltvann	68,4	5,2	4,2	3,3	3,6	4,8	6,7	3,6	0,3	100,0
Fisking i ferskvann	40,0	10,7	8,2	3,9	6,4	7,4	12,3	6,6	4,7	100,0
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	43,9	9,1	2,7	11,7	8,1	7,0	4,3	7,6	5,5	100,0
Kajakk, kano i ferskvann	25,7	17,9	6,2	10,9	7,0	9,9	8,8	6,6	7,0	100,0
Alle respondenter	29,1	11,5	5,8	12,5	6,6	11,3	9,4	7,8	5,9	100,0

Seiling, padling etc. i saltvann har relativt sett størst deltakelse blant tyskere og sveitsere/østerrikere, mens dansker og østeuropeere har lavest deltakelse. Det er mindre variasjon etter nasjonalitet når det gjelder padling i ferskvann, her har nederlendere høyere deltakerandel enn andre.

5.4.3 Type reisefølge

Reisefølger med barn er også her mest aktive, og er overrepresenterte i alle de fire vannbaserte aktivitetene vi har undersøkt. De som reiser kun med partner/ektefelle og de som reiser alene, er stort sett underrepresenterte, med et par unntak: Alenereisende ligger nokså nær gjennomsnittet for fisking i ferskvann og padling i ferskvann, men klart under i saltvannsaktiviteter.

Tabell 5.11: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter type reisefølge. Aktiviteter i saltvann og i ferskvann. Prosent.

	Med kun ektefelle/partner	Reisefølge med barn 0-17	Kun voksne i følget	Reiser alene	Alle som har oppgitt reisefølge
Andel av respondenter fra vedkommende type reisefølge som har deltatt					
Fisking i saltvann	12,4	25,1	20,3	8,7	16,9
Fisking i ferskvann	9,2	20,1	11,0	11,7	12,9
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	14,4	26,5	19,9	12,7	18,6
Kajakk, kano i ferskvann	11,1	18,9	11,8	11,1	13,3
Fordeling av respondenter etter type reisefølge					
Fisking i saltvann	24,5	38,2	28,6	8,8	100,0
Fisking i ferskvann	23,8	40,3	20,5	15,4	100,0
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	26,0	36,8	25,6	11,7	100,0
Kajakk, kano i ferskvann	27,8	36,7	21,2	14,3	100,0
Alle respondenter	33,3	25,8	23,9	17,0	100,0

5.4.4 Reisemønster og reisens varighet

Fisking i saltvann forekommer hyppigst blant dem som oppholder seg på stort sett samme sted og som er i Norge mer enn en uke. Andelen som har fisket i ferskvann øker også med oppholdstid, men varierer ikke så mye mellom rundreiseturister og de som stort sett er samme sted.

Tabell 5.12: Deltakelse (reisefølget) i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter antall overnattingssteder og antall overnattingsdøgn i Norge på reisen. Aktiviteter i saltvann og i ferskvann. Prosent.

	Antall steder overnattet i Norge					Antall netter i Norge				
	1 sted	2 steder	3-7 steder	8 el flere steder	Alle	1-3 netter	4-7 netter	8-14 netter	15 el flere netter	Alle
	Andel deltakelse									
Fisking i saltvann	25,3	17,7	10,1	16,3	17,3	3,3	12,7	20,4	24,1	17,2
Fisking i ferskvann	11,8	11,7	13,3	14,6	12,8	4,6	10,0	12,5	20,5	12,8
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	20,8	20,0	16,3	19,8	19,0	7,5	14,2	23,7	21,4	18,8
Kajakk, kano i ferskvann	7,4	9,5	20,2	15,8	13,4	9,1	7,2	14,0	20,7	13,2
	Fordeling av respondenter etter antall steder					Fordeling av respondenter etter antall netter				
Fisking i saltvann	45,6	19,2	19,2	16,1	100,0	2,2	19,0	46,7	32,1	100,0
Fisking i ferskvann	28,9	17,2	34,3	19,6	100,0	4,3	20,3	38,6	36,8	100,0
Seiling, kajakk, kano, roing i saltvann	34,1	19,8	28,2	17,9	100,0	4,7	19,6	49,6	26,1	100,0
Kajakk, kano i ferskvann	17,2	13,3	49,4	20,1	100,0	8,1	14,1	41,9	35,9	100,0
Alle respondenter	31,2	18,8	32,9	17,1	100,0	11,8	25,8	39,5	22,9	100,0

Båtaktiviteter i saltvann og ferskvann øker også med oppholdstid. Derimot ser vi at padling etc. i saltvann ikke varierer i særlig grad med antall overnattingssteder, mens derimot padling i ferskvann gjør det. Det siste kan rett og slett skyldes at padling i ferskvann kan omfatte overnatting på flere leirplasser, mens padling i saltvann oftest skjer fra en base. Vi har imidlertid ikke noen spørsmål i undersøkelsen som kan bekrefte en slik antakelse.

5.5 Terrengsykling og fuglekikking

5.5.1 Kjønn og alder

Menn har en litt større tilbøyelighet til å utøve terrengsykling enn kvinner i materialet (ca. 10 prosent mot 7,5 prosent). Når det gjelder fuglekikking er det liten forskjell på andelen kvinner og andelen menn som har vært med på dette på den aktuelle reisen.

Deltakelse etter aldersgruppe varierer en del innen terrengsykling, andelen blant personer under 50 år er ca. 10 prosent, mens andelen blant dem som er 60 år eller eldre, er 5 prosent. Det er relativt flest (høyest andel) blant personer i alderen 40-49 år.

Fuglekikking er relativt jevnt fordelt etter alder. Andelen er lavest blant de yngste og blant de aller eldste, men faktisk høyest i aldersgruppen 60-69 år.

Tabell 5.13: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter aldersgruppe. Terrengsykling og fuglekikking. Prosent.

	70 år og eldre	60 - 69 år	50 - 59 år	40 - 49 år	30 - 39 år	18 - 29 år	Alle med oppgitt alder
Andel av respondenter i vedkommende aldersgruppe som har deltatt							
Terrengsykling	3,7	3,7	9,6	12,2	9,4	8,9	8,9
Fuglekikking	6,0	11,6	8,7	9,4	9,1	5,0	8,3
Fordeling av respondenter etter aldersgruppe							
Terrengsykling	2,1	5,4	20,0	29,2	21,0	22,3	100,0
Fuglekikking	3,6	18,0	19,4	24,0	21,6	13,4	100,0
Alle respondenter	5,0	13,0	18,6	21,3	19,8	22,4	5,0

5.5.2 Nasjonalitet

De høyeste deltakerandelene for terrengsykling finner vi blant nederlendere og sveitsere/østerrikere. Andelen er lav blant dansker og blant turister fra Sør-Europa (tabell 5.14).

Tabell 5.14: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter bostedsland. Terrengsykling og fuglekikking. Prosent.

	Tysk-land	Neder-land	Dan-mark	Frankr/Italia/Spania	Sveits/Øster-rike	Andre land Vest-europa	Øst-europa	USA/Canada	Andre land	Alle med oppgitt nasjonalitet
Andel av respondenter fra vedkommende land/land gruppe som har deltatt										
Terrengsykling	7,6	15,6	3,9	7,3	11,3	8,5	8,7	9,4	6,5	8,8
Fuglekikking	8,3	8,5	5,1	11,1	13,4	7,3	2,7	6,1	13,1	8,3
Fordeling av respondenter etter land/landgruppe										
Terrengsykling	25,1	20,5	2,6	10,4	8,5	10,9	9,3	8,3	4,4	100,0
Fuglekikking	29,1	11,8	3,6	16,8	10,7	9,9	3,0	5,8	9,3	100,0
Alle respondenter	29,1	11,5	5,8	12,5	6,6	11,3	9,4	7,8	5,9	100,0

Fuglekikkerandelen er adskillig jevnere fra land til land, mellom 7 og 9 prosent i de fleste nasjonalitetene som er spesifisert i tabellen. Østeuropeere og turister fra Danmark har lavest andel, mens turister fra Sveits/Østerrike og fra oversjøiske land utenom USA/Canada har høyest andel.

5.5.3 Type reisefølge

Andel som har vært med på terrengsykling er nokså lik i alle reisefølger uten barn, men det klart høyere andel blant reisefølger med barn.

Andelen som har vært med på fuglekikking er høyest for følger med kun voksne og lavest for personer som reiser alene og for reisefølger med barn.

Tabell 5.15: Deltakelse i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter type reisefølge. Terrengsykling og fuglekikking. Prosent.

	Med kun ektefelle/partner	Reisefølge med barn 0-17	Kun voksne i følget	Reiser alene	Alle som har oppgitt reisefølge
Andel av respondenter fra vedkommende type reisefølge som har deltatt					
Terrengsykling	8,1	13,4	8,8	10,7	10,1
Fuglekikking	9,9	7,6	12,5	4,9	9,1
Fordeling av respondenter etter type reisefølge					
Terrengsykling	26,8	34,2	20,8	18,1	100,0
Fuglekikking	36,4	21,5	32,9	9,2	100,0
Alle respondenter	33,3	25,8	23,9	17,0	100,0

5.5.4 Reisemønster og reises varighet

Deltakelsesandel for både terrengsykling og fuglekikking øker med oppholdstid i Norge, og andelen er ganske lave for personer som har vært her kortere enn fire dager. Andelen fuglekikkere øker også med antall steder man har overnattet, mens dette ikke er så markant for terrengsykling.

Tabell 5.16: Deltakelse (reisefølget) i naturbaserte aktiviteter i Norge sommeren 2018, etter antall overnattingssteder og antall overnattingsdøgn i Norge på reisen. Terrengsykling og fuglekikking. Prosent.

	Antall steder overnattet i Norge					Antall netter i Norge				
	1 sted	2 steder	3-7 steder	8 el flere steder	Alle	1-3 netter	4-7 netter	8-14 netter	15 el flere netter	Alle
Andel deltakelse										
Terrengsykling	8,3	7,3	13,0	10,3	10,0	4,1	9,0	9,9	14,2	10,0
Fuglekikking	4,8	8,5	10,2	13,4	8,8	2,7	8,2	10,4	10,5	8,9
Fordeling av respondenter etter antall steder										
Terrengsykling	25,9	13,7	42,8	17,6	100,0	Fordeling av respondenter etter antall netter				
Fuglekikking	17,2	18,3	38,4	26,1	100,0	4,8	23,3	39,3	32,6	100,0
Alle respondenter	31,2	18,8	32,9	17,1	100,0	11,8	25,8	39,5	22,9	100,0

6 Utfyllende materiale fra epostundersøkelsen

6.1 Deltakelse i aktiviteter

6.1.1 Typer aktiviteter og deltakingsdata

Oppfølgende spørsmål om aktiviteter ble stilt for de naturbaserte aktivitetene hvor det i feltundersøkelsen ble registrert høyest deltakelse. Dette omfatter fotturer, fuglekikking, terrengsykling, kajakkpadling i henholdsvis ferskvann og saltvann, sportsfiske i henholdsvis ferskvann og saltvann, sightseeing i natur, fotografering i natur og deltakelse i naturbaserte arrangementer.

Spørsmålsstillingene om deltakelse var for noen aktiviteter litt annerledes formulert enn i hovedundersøkelsen (feltundersøkelsen).

Fotturer: Utvalget her består av respondenter som oppga at de selv hadde vært med på noen fotturaktiviteter i naturen (i skogs- eller fjellterreng, på isbreer, langs kysten, ved elver og vann etc.) i løpet av sin reise i Norge. Nærmere spesifisert en eller flere av følgende fem ulike typer: Kort dagstur (mindre enn en time gåtid), middels dagstur (1-4 timer,) lang dagstur (mer enn 4 timer), tur over flere dager, klatring i fjell.

Fotografering i natur var spesifisert som «fotografering i naturen (landskaper, vegetasjon, dyreliv, etc.) i løpet av din reise i Norge».

Spørsmålet om landskapsopplevelser var i epostundersøkelsen spesifisert slik: «Var du på noen slags sightseeing i naturlandskaper (fjell, isbreer, fjorder, fossefall, elver, skoger, etc.) i løpet av din reise i Norge?»

Kajakk: Både for saltvann og ferskvann ble det kun spurt om respondenter hadde utført kajakkpadling på reisen i Norge, det vil si at kano eller annen type båtliv ikke var nevnt.

For sportsfiske i henholdsvis saltvann og ferskvann, fuglekikking og terrengsykling var spørsmålet rett og slett om man hadde utført dette i løpet av reisen i Norge.

Tabell 6.1: Antall og andel respondenter som har deltatt på utvalgte aktiviteter. Prosent.

	Fotturer	Fotografering i natur	Sightseeing i natur	Fiske i saltvann	Fuglekikking	Kajakk i ferskvann	Fiske i ferskvann	Terrengsykling	Kajakk i saltvann
Antall respondenter	312	305	265	87	62	43	42	29	22
Andel av respondentene	90,4	88,4	76,9	25,2	18,0	12,5	12,2	8,4	6,4
N	345	345	345	345	345	345	345	345	345

Epostundersøkelsen hadde et lavt antall svar, totalt 345. Tabell 6.1 viser at det er bra med respondenter som har vært på en eller annen form for fottur (312), som har fotografert i naturen (305) eller har vært på sightseeing i natur (265), mens det for de vannrelaterte aktivitetene (fiske og padling etc.), terrengsykling og fuglekikking er få svar. Det er derfor begrenset hva vi kan gjøre av analyser knyttet til de sistnevnte aktivitetene.

Vi vil likevel presentere sammenliknbare data for alle aktivitetene mht. betydningen av aktiviteten for respondenten, preferanser mht. tilrettelegging, tilfredshet med opplevelsen og respondentens vurdering av eget ferdighetsnivå. På grunn av lavt antall respondenter er fiske i ferskvann og i saltvann slått sammen, likeledes padling i ferskvann og i saltvann.

For turer til fots i naturen og fotografering i natur vil vi i tillegg presentere noen aktivitets-spesifikke data i egne avsnitt.

Fuglekikking og terrengsykling har i BIOTOUR hatt status som egne caseområder. Resultatene fra casestudiene er presentert i rapportens del 2. Her vil vi også presentere eget materiale om fotturer fra det tredje casestudieområdet i BIOTOUR; Trolltunga i Hardanger.

6.1.2 Arrangementer i naturen

Deltakelse på arrangementer i naturen, eller naturbaserte «events» er ikke dekket i epost-undersøkelsen slik som de andre aktivitetene. Det er kun spurt om respondenten eller noen i reisefølget deltok eller var til stede på fire spesifiserte typer av naturbaserte arrangementer eller festivaler. Størst deltakelsesandel for reisefølgene finner vi for «arrangement på vann (fisking, kajakkpadling, seiling, roing etc.)» med 19 prosent (av 345). Omtrent 15 prosent hadde deltatt på «kulturfestival ute i naturen (dans, musikk, teater, etc.)», mens 12 prosent hadde deltatt på «arrangement i naturomgivelser med lokal mat (for eksempel matfestival)». Kun seks prosent hadde deltatt på «sportsarrangement i naturen som for eksempel løping, sykling eller liknende».

6.2 Aktivitetenes betydning for respondenten

Respondentene ble for hver aktivitet de hadde vært med på bedt om å oppgi (på en skala fra 1 til 7) betydningen av aktiviteten generelt. Spørsmålet var todelt, i) «Hvor viktig er denne aktiviteten for deg i ditt liv?», og ii) «Hvor viktig eller uviktig er mulighetene for denne aktiviteten for din beslutning om å reise til Norge sommeren 2018?». Resultatene er gjengitt for hver aktivitet separat i tabell 6.2:

Tabell 6.2: Betydningen av spesifiserte naturbaserte aktiviteter for respondenten. 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 ⁶						
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
Kajakkpadling 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. 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 i respondentens liv.

6.3 Tilrettelegging og tilfredshet

Respondentene ble her presentert for to spørsmålsstillinger. For det første hvor viktig de mener det er at det finnes ulike typer av tilrettelegging for vedkommende aktivitet, for det andre hvor tilfredse de var med de samme faktorene etter reisen i Norge. Begge deler ble målt på en skala fra 1 til 7. Spørsmål om tilrettelegging og tilfredshet omfattet aktivitetene fotturer, fiske, padling med kajakk/kano, fuglekikking og terrengsykling. I tabellene under har vi for tilfredshet kun tatt med gjennomsnittscore.

6.3.1 Tilrettelegging generelt

Noen av spørsmålene om tilrettelegging var felles for alle de undersøkte aktivitetene, og vi har her aggregert svarene for å få et oversiktsbilde (tabell 6.3). Vurderingene ble gitt på en skala fra 1 (ikke viktig i det hele tatt) til 7 (svært viktig).

Tilgjengelighet og skilting vurderes gjennomgående som viktigst, fulgt av informasjon om risiko og trygghet, parkeringsmuligheter og informasjon om aktiviteten. Guidede tjenester

⁶ Populasjonen er her de som har oppgitt at de har deltatt på sightseeing i naturlandskaper.

anses som minst viktig av disse tilretteleggingsfaktorene. Fasiliteter i form av for eksempel infosenter med kioskvarer og/eller salg og utleie av utstyr havner midt på treet poengmessig (4,0 er midtpunktet på skalaen), men det er 30 prosent som synes dette er viktig eller svært viktig.

Tabell 6.3: Respondentenes vurdering av betydningen av ulike type tilrettelegging for fotturer/fiskeing/padling/terrengsykling/fuglekikkering på en skala fra 1 til 7. Prosent og gjennomsnittscore.

	Verdi 1-2	Verdi 3-5	Verdi 6-7	Sum	Snittscore
Tilgjengelighet til ruter, steder	6,7	31,9	61,4	100,0	5,57
Markedsføring og informasjon om aktiviteten	14,2	46,9	38,9	100,0	4,74
Informasjon om risiko og trygghet	11,2	41,9	46,9	100,0	5,04
Skilting	7,4	32,2	60,4	100,0	5,51
Parkeringsmuligheter	12,0	46,8	41,2	100,0	4,84
Guidede tjenester	38,3	45,1	16,6	100,0	3,42
Fasiliteter som informasjon, kiosk, utleie/ salg av utstyr	25,9	44,5	29,6	100,0	4,19

6.3.2 Fotturer

Tabell 6.4 viser hvilke fasiliteter turister som hadde prøvd en eller annen form for vandretur i Norge,⁷ ble bedt om å evaluere betydningen av. I tillegg til tilgjengelighet og skilting legger fotturistene mest vekt på bearbeiding av stier og gangveier. Kun 13 prosent mener at tilgjengelighet av turguider er viktig og 20 prosent at tilgang på kioskvarer og/eller utstyr for kjøp eller leie er viktig.

Man kan ellers merke seg at tilgang på toaletter scorer lavere i betydning enn de fleste andre typene av fasiliteter.

Tabell 6.4: Respondentenes vurdering av betydningen av ulike type tilrettelegging for fotturer, på en skala fra 1 (ikke viktig i det hele tatt) til 7 (svært viktig). Prosent og gjennomsnittscore.. N=312.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore tilrettelegging	N fratrukket «vet ikke»
Tilgjengelighet til vandreruter	3,6	26,6	69,8	100,0	5,90	308
Skilting	4,2	29,4	66,3	100,0	5,77	309
Bearbeiding og vedlikehold av stier og gangveger	4,9	34,0	61,1	100,0	5,60	306
Informasjon om risiko og trygghet	9,5	45,8	44,8	100,0	5,07	306
Parkeringsmuligheter	12,6	48,9	38,5	100,0	4,75	309
Markedsføring av og informasjon om turvandring	12,7	50,3	37,0	100,0	4,75	308
Søppelbeholdere	21,1	39,3	39,6	100,0	4,62	308
Toaletter	19,7	50,2	30,1	100,0	4,35	309
Informasjon/kiosk, utleie og/eller salg av utstyr	30,1	48,5	21,4	100,0	3,90	309
Guidede tjenester	38,4	48,9	12,8	100,0	3,29	305

For de samme fasilitetene (samt for fire ulike typer fotturer) ble det spurt om tilfredshet med vedkommende type fasilitet. Her benyttet en del av respondentene seg av muligheten til å svare «ikke interessert eller ikke relevant» i stedet for å oppgi en verdi fra 1 til 7.

⁷ Som hadde svart ja på spørsmålet: Hadde du noen fotturaktiviteter i naturen (for eksempel i skogs- eller fjellterreng, på isbreer etc.) i løpet av din reise i Norge?

Generelt gir svarene et klart inntrykk av at det man synes er viktigst er man også i størst grad fornøyd med.

Tabell 6.5: Respondentenes tilfredshet med ulike type tilrettelegging for fotturer, på en skala fra 1 (svært misfornøyd) til 7 (svært fornøyd). Prosent og gjennomsnittsscore. N=312.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore tilfredshet	N fratrukket «ikke relevant»
Tilgjengelighet til vandreruter	2,8	33,7	63,5	100,0	5,67	288
Bearbeiding og vedlikehold av stier og gangveger	3,7	37,7	58,6	100,0	5,51	273
Skilting	6,0	41,7	52,3	100,0	5,27	283
Parkeringsmuligheter	4,5	53,2	42,3	100,0	5,12	265
Informasjon om risiko og sikkerhet	6,8	47,3	45,8	100,0	5,11	264
Markedsføring av og informasjon om turvandring	5,0	56,2	38,8	100,0	5,03	258
Søppelbeholdere	7,4	48,8	43,9	100,0	4,98	244
Toaletter	9,8	53,7	36,5	100,0	4,81	244
Informasjon/kiosk, utleie og/eller salg av utstyr	9,7	56,2	34,1	100,0	4,73	217
Guidede tjenester	15,2	53,0	31,7	100,0	4,44	164
Tilbudet av korte vandreruter (mindre enn en time)	3,3	32,2	64,5	100,0	5,71	276
Tilbudet av middels vandreruter (1-4 timer)	2,1	25,5	72,3	100,0	5,93	282
Tilbudet av lange vandreruter (mer enn 4 timer)	3,8	22,9	73,3	100,0	5,88	240
Omfanget av vandreruter /antall vandremuligheter	3,6	26,9	69,5	100,0	5,84	279

Respondentene er gjennomgående godt meget fornøyd med tilbudet (mulighetene) for å gå på fotturer av ulik varighet og vanskelighetsgrad.

Det ble også målt tilfredshet ut fra i hvilken grad man ville anbefale, gi positiv omtale og/eller gjenta vedkommende aktivitet i Norge (tabell 6.6). Det er rundt 90 prosent som vil anbefale og snakke positivt om fotturer (herav 67 prosent som har sagt seg «svært enig»). Svært mange vil også gå fotturer i Norge ved senere anledninger.

Tabell 6.6: Respondentens holdning til anbefaling etc. om fotturer i Norge, på en skala fra 1 (helt uenig) til 7 (svært enig). Prosent og gjennomsnittsscore.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	snittscore	N fratrukket «vet ikke»
Jeg vil anbefale fotturer i Norge til andre	1,6	8,8	89,6	100,0	6,45	307
Jeg vil snakke positivt om fotturer i Norge til andre	2,3	7,2	90,6	100,0	6,47	307
Jeg vil gjerne gå på fotturer i Norge igjen	3,1	13,4	83,6	100,0	6,31	292

6.3.3 Sportsfiske i saltvann og ferskvann

Tabell 6.7, 6.8 og 6.9 gjengir resultater for fiske i ferskvann og fiske i saltvann samlet. Noen (24) respondenter har gjort begge deler, og er talt med to ganger i beregningene av prosentandeler og snittscore. Vi har slått sammen saltvannsfiske og fiske i elver og vann fordi snittscoreverdiene er relativt like. Kun for ønske om leie av båt er det en klar forskjell (saltvann 5,90 og ferskvann 4,36).

Tabell 6.7: Respondentenes vurdering av betydningen av ulike type tilrettelegging for sportsfiske i saltvann og ferskvann, på en skala fra 1 (ikke viktig i det hele tatt) til 7 (svært viktig). Prosent og gjennomsnittscore.. N=129.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore tilrettelegging	N fratrukket «vet ikke»
Regler for og reguleringer av sportsfiske	8,3	19,8	71,9	100,0	5,75	121
Mulighet for å leie båt	12,1	25,9	62,1	100,0	5,42	116
Tilrettelagt adkomst til fiskeplasser/ områder	13,4	30,3	56,3	100,0	5,28	119
Informasjon om risiko og sikkerhet	17,6	32,8	49,6	100,0	4,86	119
Markedsføring og informasjon om fiske	21,2	33,1	45,8	100,0	4,74	118
Informasjon/kiosk, utleie og/eller salg av utstyr	21,5	38,0	40,5	100,0	4,61	121
Mulighet for profesjonell guide	46,2	36,8	17,1	100,0	3,25	117

Forvaltning i form av regelverk og fangstregulering anses som det viktigste tilretteleggingsaspektet, mens også adkomstrelaterte faktorer som båtleie og fysisk tilrettelagt adkomst vurderes som viktig.

Også her finner vi et ganske entydig bilde av at det man gir høyest score på tilfredshets-skalaen også er det man synes er de viktigste aspektene ved tilrettelegging (tabell 6.8). Guidede tjenester er ikke så høyt etterspurt, men det er likevel slik at nesten hver tredje utenlandske sportsfisker er lite fornøyd med tilbudet av profesjonell guiding.

Tabell 6.8: Respondentenes tilfredshet med ulike type tilrettelegging for sportsfiske i saltvann og ferskvann, på en skala fra 1 (svært misfornøyd) til 7 (svært fornøyd). Prosent og gjennomsnittscore. N=129

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore tilfredshet	N fratrukket «ikke relevant»
Regler for og reguleringer av sportsfiske	6,1	31,6	62,3	100,0	5,48	114
Tilrettelagt adkomst til fiskeplasser/ områder	5,1	43,2	51,7	100,0	5,36	118
Mulighet for å leie båt	10,3	29,9	59,8	100,0	5,35	107
Informasjon om risiko og sikkerhet	12,8	41,3	45,9	100,0	4,95	109
Informasjon/kiosk, utleie og/eller salg av utstyr	8,7	54,4	36,9	100,0	4,83	103
Markedsføring og informasjon om fiske	12,5	52,9	34,6	100,0	4,61	104
Mulighet for profesjonell guide	31,7	47,6	20,7	100,0	3,83	82
Muligheten for å få en god fangst	5,1	33,3	61,5	100,0	5,55	117
Hvilke fiskearter man kan fange	2,6	35,3	62,1	100,0	5,59	116

«Tilbudet» består også av hvor lett det er å få fisk og hvilke fiskeslag man kan få. Her er tilfredsheten høy, over 60 prosent er godt fornøyd eller svært godt fornøyd med disse aspektene. Høy tilfredshet vises også i respondentenes holdning til å anbefale, snakke positivt om og foreta gjenbesøk i Norge for å drive sportsfiske i sjø og/eller i elver og innsjøer (tabell 6.9).

Tabell 6.9: Respondentens holdning til anbefaling etc. om fiske i saltvann og ferskvann i Norge, på en skala fra 1 (helt uenig) til 7 (svært enig). Prosent og gjennomsnittscore. N = 129.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore	N fratrukket «vet ikke»
Jeg vil anbefale sportsfiske i Norge til andre	1,7	13,4	84,9	100,0	6,33	119
Jeg vil snakke positivt om sportsfiske i Norge til andre	1,6	12,3	86,1	100,0	6,40	122
Jeg vil gjerne prøve sportsfiske i Norge igjen	2,6	12,0	85,5	100,0	6,38	117

6.3.4 Kajakkpadling i saltvann og ferskvann

Ønske fra utenlandske brukere om fasilitering for kajakkpadling, enten det er i saltvann eller i elver og innsjøer, dreier seg mye om tilgjengelighet og informasjon. Typisk nok er gode parkeringsmuligheter relativt sterkt ønsket av kajakkpadlere.

Tabell 6.10: Respondentenes vurdering av betydningen av ulike type tilrettelegging for kajakkpadling i ferskvann og saltvann, på en skala fra 1 (ikke viktig i det hele tatt) til 7 (svært viktig). Prosent og gjennomsnittsscore. N=65.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore tilrettelegging	N fratrukket «vet ikke»
Tilgjengelighet til områder hvor man kan padle	3,3	36,7	60,0	100,0	5,48	60
Parkeringsmuligheter	8,6	39,7	51,7	100,0	5,24	58
Informasjon/kiosk, utleie og/eller salg av utstyr	12,1	29,3	58,6	100,0	5,22	58
Informasjon om risiko og sikkerhet	7,0	43,9	49,1	100,0	5,18	57
Markedsføring og informasjon om kajakkpadling	6,9	51,7	41,4	100,0	4,88	58
Skilting	14,5	45,5	40,0	100,0	4,69	55
Muligheten for padleturer med profesjonell guide	25,0	44,6	30,4	100,0	4,04	56

Guidede turer kommer også her lengst ned på listen, mens muligheter for leie av utstyr kommer relativt høyt opp sammenliknet med for eksempel fiske og fotturer.

Både parkeringsmulighetene og tilgjengelighet og informasjon scorer relativt høyt på tilfredshet, det er svært liten andel som er misfornøyd (tabell 6.11). Det er gjennomgående ganske høye andeler som har lagt seg midt på treet med hensyn til tilfredshet (verdi 3-5).

Tabell 6.11: Respondentenes tilfredshet med ulike type tilrettelegging for kajakkpadling i ferskvann og saltvann, på en skala fra 1 (svært misfornøyd) til 7 (svært fornøyd). Prosent og gjennomsnittsscore. N=65

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore tilfredshet	N fratrukket «ikke relevant»
Parkeringsmuligheter	0,0	52,1	47,9	100,0	5,42	48
Tilgjengelighet til områder hvor man kan padle	0,0	54,5	45,5	100,0	5,35	55
Markedsføring og informasjon om kajakkpadling	4,2	45,8	50,0	100,0	5,17	48
Informasjon/kiosk, utleie og/eller salg av utstyr	6,1	51,0	42,9	100,0	5,12	49
Skilting	2,3	55,8	41,9	100,0	5,09	43
Informasjon om risiko og sikkerhet	6,0	52,0	42,0	100,0	5,04	50
Muligheten for padleturer med profesjonell guide	10,0	45,0	45,0	100,0	4,88	40
Variasjonen/bredden i mulighetene for kajakkpadling	0,0	44,4	55,6	100,0	5,59	54
Mengden av ulike ruter/steder for kajakkpadling	0,0	51,9	48,1	100,0	5,41	54

Tilbudet av kajakkmuligheter, både mengde og variasjon i mulige ruter og steder for padling verdsettes høyt, grovt regnet halvparten er passe fornøyd og halvparten godt eller svært godt fornøyd.

Tilfredsheten gjenspeiles i holdningene til anbefaling, rosende omtale og gjentakelse av padleaktiviteten (tabell 6.12).

Tabell 6.12: Respondentens holdning til anbefaling etc. om kajakkpadling i Norge, på en skala fra 1 (belt uenig) til 7 (svært enig). Prosent og gjennomsnittscore.

	Verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	snittscore	N fratrukket «vet ikke»
Jeg vil anbefale kajakkpadling i Norge til andre	1,6	19,4	79,0	100,0	6,08	62
Jeg vil snakke positivt om kajakkpadling i Norge til andre	0,0	19,4	80,6	100,0	6,18	62
Jeg vil gjerne prøve kajakkpadling i Norge igjen	7,0	22,8	70,2	100,0	5,81	57

6.3.5 Bruk av guidetjenester

En del av respondentene legger vekt på at det blir tilbudt guidetjenester i ulike aktiviteter, selv om den uttrykte betydning er lavere enn for andre typer av tilrettelegging, jf. tabellene 6.4, 6.7 og 6.10. Andelen som faktisk har brukt guide er gjennomgående klart lavere (tabell 6.13) enn andelen som synes det er viktig at guidetjenester er tilgjengelig. Dette kan oppfattes som et signal om at det kan være en del å hente – et visst potensial – i utvikling av guidetjenester, eller produktpakker som inkluderer guidetjenester knyttet til fotturer, fiske og padling.

Tabell 6.13: Andel som har oppgitt bruk av guide ved deltakelse i ulike aktiviteter. Prosent.

	Andel med guide	Andel uten guide	Antall respondenter
Fotturer mindre enn 1 time	3,7	96,3	267
Fotturer 1-4 timer	4,1	95,9	270
Fottur mer enn 4 timer	7,2	92,8	167
Turer over flere dager	8,3	91,7	36
Toppturer/klatring	22,6	77,4	31
Sightseeing i natur	14,0	86,0	265
Fiske i saltvann	9,2	90,8	87
Fiske i ferskvann	7,1	92,9	42
Fiske i saltvann eller ferskvann	8,5	91,5	129
Kajakk i saltvann	27,3	72,7	22
Kajakk ferskvann	20,9	79,1	43
Kajakk i saltvann eller ferskvann	23,1	76,9	65
Fuglekikking	12,9	87,1	62
Terrengsykling	10,3	89,7	29

6.4 Vurdering av egne ferdigheter i form av erfaring

6.4.1 Fotturer

Her ble alle respondenter som hadde oppgitt at de hadde deltatt på minst en form for vandretur, spurt om hvordan de vurderte sine egne erfaringer med ulike typer turer til fots i naturen. Det ble benyttet en skala fra 1 til 7, uten noe «vet ikke»-alternativ.

De aller fleste (96-97 prosent) har god eller middels erfaring med turer under fire timers varighet, men det er også en høy andel som oppgir erfaring med lengre dagsturer enn fire timer. Det er få som oppgir meget god erfaring med turer over flere dager, og svært få som oppgir erfaring med klatring i fjell.

Tabell 6.14: Alle respondenter som har deltatt på minst en type fotturaktivitet på reisen i Norge. Respondentenes vurdering av egen erfaring med fotturer av ulike lengde og/eller vanskelighetsgrad, på en skala fra 1 (helt uerfaren) til 7 (meget god/erfaren). Prosent og gjennomsnittscore.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore erfaring	N
Korte dagsturer (mindre enn en time vandring)	3,5	25,6	70,8	100,0	5,92	312
Middels dagsturer (1-4 timer vandring)	2,9	36,2	60,9	100,0	5,63	312
Lange dagsturer (mer enn 4 timers vandring)	20,2	39,4	40,4	100,0	4,54	312
Flerdagsturer (flere dager etter hverandre med vandring)	59,3	31,1	9,6	100,0	2,57	312
Klatring i fjell	81,1	16,3	2,6	100,0	1,66	312

En annen måte å vurdere erfaring på, er å se på tilsvarende verdier kun for de som har oppgitt at de faktisk deltok på vedkommende type aktivitet i løpet av reisen i Norge (tabell 6.15).

Tabell 6.15: Respondenter som har deltatt på bestemte typer av fotturaktiviteter på reisen i Norge. Respondentenes vurdering av egen erfaring med fotturer av ulike lengde og/eller vanskelighetsgrad, på en skala fra 1 (helt uerfaren) til 7 (meget god/erfaren). Prosent og gjennomsnittscore.

	verdi 1-2	verdi 3-5	Verdi 6-7	sum	Snittscore erfaring	N
Korte dagsturer (mindre enn en time vandring)	2,6	25,1	72,3	100,0	5,98	267
Middels dagsturer (1-4 timer vandring)	1,1	34,4	64,4	100,0	5,80	270
Lange dagsturer (mer enn 4 timers vandring)	6,6	31,1	62,3	100,0	5,56	167
Flerdagsturer (flere dager etter hverandre med vandring)	5,6	55,6	38,9	100,0	5,11	36
Klatring i fjell	35,5	45,2	19,4	100,0	3,42	31

Her ser vi at de som har deltatt på dagsturer på mer enn fire timer også har ganske bra erfaring. Det er få respondenter som har deltatt på flerdagsturer, men de aller fleste av disse har noe erfaring eller god erfaring. Blant deltakerne på mer klatrepregete turer (også få respondenter) er det få med solid erfaring og mange som oppgir at de er uerfarne.

6.4.2 Andre aktiviteter

For disse aktivitetene ble det også benyttet en skala fra 1 til 7, men det var mulighet for å svare «vet ikke». Spørsmålet ble stilt til dem som oppga at de hadde deltatt i vedkommende aktivitet, og i tabell 6.16 er de som svarte «vet ikke» ikke med i tallgrunnlaget.

Blant de Norgesbesøkende som har deltatt i sportsfiske er det flere erfarne enn uerfarne. Det er omtrent 40 prosent av sportsfiskerne som regner seg som godt erfarne (verdi 6-7). Blant kajakkpadlere er bildet noe annet, her er det flest middels erfarne og omtrent like store andeler uerfarne som erfarne. Dette gir en gjennomsnittscore ganske nær det matematiske midtpunktet 4,0 på skalaen.

Tabell 6.16: Respondentenes vurdering av egen erfaring med sportsfiske, kajakkpadling, fotografering i naturen og fuglekikking, på en skala fra 1 (belt uerfaren) til 7 (meget god/erfaren). Prosent og gjennomsnittscore.

	verdi 1-2	Verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore erfaring	N fratrukket «vet ikke»
Sportsfiske i saltvann	14,9	47,1	37,9	100,0	4,62	87
Sportsfiske i ferskvann	19,0	35,7	45,2	100,0	4,81	42
Kajakkpadling i saltvann	27,3	45,5	27,3	100,0	4,05	22
Kajakkpadling i ferskvann	16,3	65,1	18,6	100,0	4,09	43
Fotografering i naturen	24,2	57,7	18,1	100,0	3,84	303
Fuglekikking	20,0	66,7	13,3	100,0	3,82	60

Fotografering i naturen og fuglekikking omfatter store andeler som har noe erfaring, og det er relativt få «eksperter» og noe større andel uerfarne. Dette gjør at gjennomsnittscoren ligger litt under matematisk snittverdi på 4,0.

6.5 Fotturer – utfyllende spørsmål

For fotturrelaterte aktiviteter ble det stilt noen utfyllende spørsmål. Fotturer i naturen har relativt mange fasetter, og ofte har turistene deltatt på flere ulike typer av turer, på ulike typer av steder, osv. Selv om det er få respondenter, har vi funnet det interessant å se på hvordan respondentene fordeler seg på ulike kombinasjoner av turer (tabell 6.17).

Tabell 6.17: Antall og andel respondenter som har deltatt på ulike former for turer på bena og kombinasjoner av slike i løpet av besøket i Norge. Antall og prosent.

	Antall	Andel i prosent	Andel av alle
Kun turer med varighet under 1 time	31	9,9	9,0
Kun turer med varighet 1-4 timer	10	3,2	2,9
Kun turer med varighet på mer enn 4 timer	3	1,0	0,9
Kun flerdagersturer med eller uten klatring	7	2,2	2,0
Både turer under 1 time og turer 1-4 timer	95	30,4	27,5
Både turer på mer enn 4 timer og turer under 1 time, og/eller 1-4 timer	122	39,1	35,4
Kombinasjoner av dagsturer, flerdagersturer og/eller klatring	44	14,1	12,8
Sum vandreturer	312	100,0	90,4
Ingen av disse aktivitetene	33		9,6
Totalt	345		100,0

Hver sjettede turist oppga at de kun hadde gått en av de spesifiserte turtypene, de aller fleste (84 prosent) hadde gått flere turer av varierende lengde. Kun en av 10 hadde kun gått tur(er) på under en time, mens det var 75 prosent som hadde gått turer av varighet opp mot fire timer og 53 prosent som hadde gått turer på minst fire timer (inkludert flerdagersturer og turer med klatring).

Turistenes fotturer er ikke begrenset til fjellområder og skogsterreng (tabell 6.18). Turer i kystlandskaper og langs elver, innsjøer og kanaler er like vanlig.

Tabell 6.18: Respondenter etter hvilke typer av landskaper de gikk fotturer i på reisen i Norge. Prosent.

	Ja	Nei	Usikker/ husker ikke	Total	N
Fjellandskap med tinder og bratte fjell	44,6	52,2	3,2	100,0	312
På isbreer	30,8	66,0	3,2	100,0	312
Fjellplatåer og fjellvidder	73,1	24,0	2,9	100,0	312
Skogsterreng	70,8	27,9	1,3	100,0	312
Kystlandskaper	66,7	31,1	2,2	100,0	312
Langs innsjøer, elver eller kanaler	76,3	21,5	2,2	100,0	312
Naturområder i nærheten av urbane områder	43,9	53,8	2,2	100,0	312

Erfaringer fra enkelte populære fjellområder er at det lett kan oppstå trengsel og situasjoner som kan oppleves som negative. Det ble derfor spurt om negative erfaringer i løpet av turen med hensyn til konflikter og trengsel (tabell 6.19).

Tabell 6.19: Forekomst av negative erfaringer i forbindelse med fotturer, angitt på en skala fra 1 (Nei, ikke i det hele tatt) til 7 (Ja, i stor grad). Prosent og gjennomsnittscore.

	verdi 1-2	verdi 3-5	Verdi 6-7	sum	Snittscore	N fratrukket «vet ikke»
Konflikt med andre deltakere i friluftsliv (syklister, ryttere, etc)	91,0	3,8	2,6	100,0	1,32	304
Trengsel på vandrestier og ved utsiktspunkter	59,9	29,2	9,3	100,0	2,49	307

Det er få som har opplevd konflikter med andre brukere av natur- og rekreasjonsområder når de har vært på vandretur i norsk natur. Det er flere som har angitt trengsel på populære ruter punkter som opplevd problem, nesten en av 10 har opplevd dette i ganske stor eller i stor grad.

6.6 Naturfotografering

Nesten 90 prosent av respondentene oppga at de hadde fotografert i naturen på reisen i Norge, og halvparten oppga at fotografering i naturen var viktig for dem i livet, og nesten 40 prosent oppga at dette hadde stor betydning for valget av Norge som reisemål (jf. tabell 6.2). De fleste av respondentene regnet seg som middels erfarne når det gjaldt fotografering, det var ca. 18 prosent som regnet seg som erfarne og 24 prosent som regnet seg som uerfarne (jf. tabell 6.16).

6.6.1 Fotomotiver

Respondentene ble spurt om hvilke typer av motiver man var på leting etter «når du fotograferte i naturen i Norge» (tabell 6.20).

Tabell 6.20: Fotografering i natur: Motiver respondentene var på leting på leting etter, på en skala fra 1 (i svært liten grad) til 7 (i svært høy grad svært høy grad. Prosent og gjennomsnittscore.

	verdi 1-2	verdi 3-5	verdi 6-7	sum	Snittscore erfaring	N fratrukket «vet ikke»
Naturlandskap, panoramaer	1,0	14,9	84,1	100,0	6,34	302
Vær- og lysforhold	13,9	36,1	50,0	100,0	5,02	296
Trær, planter, vegetasjon	9,7	44,0	46,3	100,0	5,00	298
Dyreliv, fugler, etc.	18,2	43,2	38,5	100,0	4,63	296
Spesifikke objekter/detaljer	14,9	47,9	37,2	100,0	4,62	282
Kulturlandskaper (landskaper påvirket av mennesker)	22,3	46,3	31,3	100,0	4,24	300
Andre mennesker og/eller reisefølge i naturomgivelser	31,9	36,6	31,5	100,0	4,02	298
Selvportretter/ "selfies" i naturomgivelser	53,5	29,1	17,4	100,0	3,00	299

Naturlandskap og panoramautsikt er det klart viktigste fotomotivet. Naturrelaterte motiver er jevnt over ganske viktige, mens motiver med reisefølget eller andre mennesker, og ikke minst «selfies», rangeres lavest.

6.6.2 Utstyr

Den tekniske utviklingen, med mobilkameraer og andre typer elektroniske kameraer har ført til at fotografering ikke er helt det samme som for bare få år siden. Det kan for eksempel være et dedikasjonskille mellom dem som bare utnytter mobiltelefonens muligheter og dem som eksplisitt har anskaffet fotoutstyr. Det ble derfor også spurt om hva slags utstyr man hadde brukt til fotografering i naturen på reisen (tabell 6.21).

Tabell 6.21: Oppgitt type utstyr for respondenter som fotograferte i natur i løpet av reisen i Norge. Prosentfordeling, flere svar mulig.

	Andel
Smartphone med integrert kamera	35,7
Vanlig ikke-elektronisk kamera	45,2
Lite, kompakt elektronisk kamera (ikke smart phone)	31,1
Avansert elektronisk kamera med ulike linser (vidvinkel, zoom, langdistanse zoom, etc.)	46,2
Video kamera (ikke smart phone)	7,9
Kamerastativ	18,0
Annet utstyr	5,9
Sum	190,2

Det var i alt 38 prosent som oppga kun en type utstyr og 62 prosent oppga flere typer utstyr. I gjennomsnitt ble det oppgitt at man hadde benyttet to typer utstyr. Totalt sett var det flest som benyttet avansert elektronisk kamera (46 prosent) og vanlig ikke-elektronisk kamera (45 prosent). Først på tredjeplass kom mobilkameraet (36 prosent).

Av dem som oppga at de hadde brukt kun én type utstyr, var det flest med ikke-elektronisk kamera (35 prosent), deretter fulgte mobiltelefon (28 prosent), avansert elektronisk kamera (25 prosent) og lite kompakt elektronisk kamera (11 prosent).

6.6.3 Guiding

Fotografering med guide (for eksempel for å finne spesielle motiver, fotosafari etc.) ser ut til å være lite etterspurt. På spørsmålet «Foretrekker du å ha en profesjonell guide når du

fotograferer i naturen i Norge?» svarte 90 prosent (av de 305 som oppga at de hadde tatt fotoer på reisen) «nei», 9 prosent «vet ikke» og en prosent «ja».

6.6.4 Tilfredshet

For fotografering i naturen ble tilfredshet med opplevelsen kun registrert som grad av anbefaling, positiv omtale til andre og gjentakelse (tabell 6.22). Resultatene indikerer høy tilfredshet, om lag 90 prosent av respondentene er helt eller svært enige i at de vil anbefale fotografering i natur i Norge og at de vil snakke positivt om denne aktiviteten til andre. Spørsmålet om gjentakelse sier kanskje vel så mye om det å reise til Norge igjen som det å fotografere i naturen her, men uansett sier 84 prosent at de kunne tenke seg å prøve aktiviteten «fotografering i naturen i Norge» igjen.

Tabell 6.22: Respondentens holdning til anbefaling etc. om fotturer i Norge, på en skala fra 1 (helt uenig) til 7 (svært enig). Prosent og gjennomsnittsscore.

	Verdi 1-2	verdi 3-5	Verdi 6-7	sum	Snittscore	N fratrukket «vet ikke»
Jeg vil anbefale naturfotografering i Norge til andre	1,6	8,8	89,6	100,0	6,45	307
Jeg vil snakke positivt om naturfotografering i Norge til andre	2,3	7,2	90,6	100,0	6,47	307
Jeg vil gjerne prøve naturfotografering i Norge igjen	3,1	13,4	83,6	100,0	6,31	292

6.7 Holdninger til ulike natur- og miljøspørsmål

E-postundersøkelsen omfattet også noen få spørsmål om faktorer eller egenskaper ved turisten(e) knyttet til holdninger til miljøvern, naturinteresse og konservering. Disse faktorene er ikke blitt knyttet opp mot bestemte typer opplevelser, men de antas å kunne bety noe med tanke på for eksempel identifisering av spesielle segmenter.

6.7.1 Holdninger til miljøvennlige produkter

I hvilken grad er de utenlandske turistene opptatt av sitt eget miljørelaterte fotavtrykk? De av faktorene nedenfor som størst andel av respondentene sier at de gjør ofte eller alltid, er knyttet til kjøp av varer. Det vil si fra produsenter som er kjent for å være miljøbevisste framfor fra de som ikke er det, og matvarer som er økokerkede, selv om dette medfører dyrere varer.

Tabell 6.23: Hvor ofte respondenten gjør ulike typer av miljøbevisste handlinger. Prosent.

	Aldri	Sjelden	Av og til	Ofte	Alltid	Total
Når du er på ferie, velger miljøvennlige transportmåter selv om de koster mer	9,3	27,5	45,2	16,2	1,7	100,0
Kjøper utslippskvoter/klimakvoter når du reiser med fly	53,9	21,2	13,9	7,8	3,2	100,0
Når du er på reise, velger øko-sertifiserte tjenester som for eksempel overnatting eller guiding, selv om de koster mer	24,3	27,0	36,2	11,3	1,2	100,0
Kjøper øko-merkede matvarer selv om det koster mer	9,3	13,6	35,9	33,6	7,5	100,0
Bidrar finansielt til miljøvernorganisasjoner (ved medlemskap og/eller pengebidrag)	22,0	25,5	31,6	14,8	6,1	100,0
Kjøper varer fra produsenter som er kjent for å være miljøbevisste, selv om varene koster mer	7,0	12,2	38,8	35,9	6,1	100,0
Boikotter selskaper som ikke er miljøvennlige, selv om kjøp fra alternative produsenter er dyrere.	16,5	20,3	31,3	25,5	6,4	100,0

De handlingene som flest aldri eller sjelden gjør, er knyttet til reiser. Først og fremst kjøp av klimakvoter ved flyreiser (75 prosent), deretter valg av økosertifiserte tjenester (51 prosent). og økonomisk bidrag til miljøvernorganisasjoner.

6.7.2 Medlemskap i organisasjoner

Et annet mulig kriterium for spesiell interesse i naturbaserte aktiviteter er medlemskap i organisasjoner innen miljøvern eller ulike typer friluftaktiviteter. På spørsmålet «er du medlem av noen av følgende typer av organisasjoner» svarte litt over halvparten at de ikke var medlem i noen slike organisasjoner (tabell 6.24).

Tabell 6.24: Medlemskap i organisasjoner for miljøvern/ naturvern eller friluftaktiviteter. Antall og prosent.

	Antall	Prosent
Ikke medlem i noen slike organisasjoner	179	51,9
Medlem i kun en organisasjon	97	28,1
Medlem i flere organisasjoner	69	20,0
Sum	345	100
Herav medlem i:		
Fuglekikker-/ornitologiforening	10	2,9
Vandretur- eller fjellsportsorganisasjon	32	9,3
Fiske- og/eller jaktforening	36	10,4
Sykkel-/terrengsykkelorganisasjon	16	4,6
Idretts- eller sportsklubb	71	20,6
Annen type friluftorganisasjon	21	6,1
Miljøvern-/naturvernorganisasjon	64	18,6

Av de resterende var fire av 10 medlem i flere organisasjoner. Idrettslag/sportsklubb og miljø- og naturvernorganisasjoner var de som forekom oftest blant respondentene.

6.7.3 Holdninger til avgifter i rekreasjonsområder

Spørsmålet om brukerbetaling for fellesgoder er tatt opp i undersøkelsen på et generelt grunnlag. Det er for eksempel ikke sagt noe om nivået på en eventuell avgift. Et knapt flertall (56 prosent) sier «ja» til å betale en slik avgift, mens andelen «nei» er lav, sju prosent. Det er mange som ikke har noen mening om dette (37 prosent).

Tabell 6.25: Villighet til å betale en avgift for bevaring/ skjøtsel og tilrettelegging for bruk av naturen, når man besøker og bruker et naturområde?

	Antall	Prosent
Nei, absolutt ikke	24	7,0
Ja	194	56,2
Vet ikke	127	36,8
Total	345	100,0

Av de 24 respondentene som ikke ville betale en slik avgift, oppga to tredeler at bevaring og tilrettelegging burde finansieres over offentlige budsjetter. Omtrent like mange krysset av for at naturen burde være gratis tilgjengelig for alle, men en tredel viste til lavt reisebudsjett (flere svar mulig per respondent).

326 av 345 respondenter hadde besvart et spørsmål om hva man burde bruke en slik avgift til (tabell 6.26). På en skala fra 1 til 7 scorer opparbeiding og vedlikehold av stier og turveier og skilting høyst, om lag to tredeler av respondentene oppgir at dette er viktig eller svært viktig. Om lag halvparten mener at mulighetene for assistanse i nødsituasjoner og leskur/ varmestuer er viktig eller svært viktig, mens søppelhåndtering og toalettfasiliteter har litt lavere score. Fysisk tilrettelegging på utsiktspunkter eller i form av rasteplasser og parkering har lavest score, men såpass mange som en tredel mener at dette er viktige eller svært viktige tiltak.

Tabell 6.26: Bruk av inntekter fra avgift – betydningen av ulike tiltak på en skala fra 1 til 7. Gjennomsnittscore og prosentfordeling. N = 326.

	1 Ikke viktig i det hele tatt	2	3	4	5	6	7 Svært viktig	Vet ikke	Sum	Snittscore
Opparbeiding og vedlikehold av stier og turveier	1,5	3,1	1,8	6,7	16,0	31,3	35,3	4,3	100,0	5,79
Skilting	2,1	1,2	2,5	7,4	17,5	34,4	30,1	4,9	100,0	5,74
Toaletter	7,1	6,1	7,4	12,3	19,0	21,2	23,0	4,0	100,0	4,93
Søppelbeholdere	8,3	5,5	6,4	11,7	16,3	23,0	25,8	3,1	100,0	5,00
Nødhjelp/assistanse og leskur/ varmestuer	2,8	2,8	7,1	15,0	18,4	22,4	27,0	4,6	100,0	5,29
Piknik-områder med bord etc.	10,4	7,4	12,6	18,4	19,3	16,3	12,3	3,4	100,0	4,31
Tilrettelegging for publikum ved utsiktspunkter og naturattraksjoner	10,1	6,4	9,2	18,1	16,3	19,0	16,9	4,0	100,0	4,55
Parkering	7,1	8,0	10,4	17,2	20,6	17,5	16,0	3,4	100,0	4,58

6.7.4 Kategorier av vernede naturområder og deres appell

I hvilken grad ulike kategorier av vernede naturområder appellerer til respondenten når man er på reise i Norge, er gjengitt i tabell 6.27. Nasjonalpark ser ut til å ha noe mer appell enn landskapsvernområder (som nok er et mindre kjent og mer diffust begrep), mens verdensarvområder overraskende fikk færrest avkryssninger på «meget stor appell». Dette kan ha sammenheng med at begrepet «verdensarvområder» i større grad assosieres med kulturelementer eller kombinasjon natur/kultur, og ikke oppfattes som et naturvernbegrep i like stor grad som for eksempel nasjonalpark.

Tabell 6.27: Vernede naturområder – ulike begreper og deres appell. Prosent. N = 345.

	Ingen appell	Litt appell	Ganske stor appell	Meget stor appell	Vet ikke	Sum
Nasjonalpark (National Park)	1,7	6,7	26,1	60,6	4,9	100,0
Landskapsvernområde (Landscape conservation area)	2,3	8,4	30,4	53,0	5,8	100,0
Verdensarvområde (World Heritage Site)	2,9	13,3	30,1	44,6	9,0	100,0

Vedlegg: Nærmere om feltundersøkelsen 2018 og epostundersøkelsen 2019

Vedlegg 1: Feltundersøkelsen sommeren 2018

Opplegg og innsamling

Undersøkelsen hadde to hovedformål. For det første å kartlegge deltakelse i naturbaserte aktiviteter generelt blant utenlandske turister i Norge, for det andre å rekruttere respondenter til en mer omfattende undersøkelse per epost i etterkant av Norgesbesøket.

Det ble delt ut et spørreskjema på to sider i A4-format (vedlegg 1) i engelsk, tysk og norsk versjon (beregnet på svensker og dansker), for utdeling og selvutfylling på stedet. Målgruppen var feriereisende bosatt utenfor Norge, ved utreise fra Norge. Som innsamlingssteder ble valgt de to flyplassene i Norge med flest utenlandsruter (Oslo og Bergen) og tre av de mest trafikkerte ferjestrekningene til/fra Norge. Målsettingen var 500 skjemaer fra hvert av de fem innsamlingsstedene, noe som greit ble oppnådd (tabell V1).

Tabell V1: antall respondenter etter innsamlingssted.

	Antall	Prosent	Ønsket ikke å svare	Andel ikke-svar prosent	Tidsrom for innsamling
Gardermoen	504	19,9	797	61,3	26. juli - 20. aug
Flesland	508	20,1	84	14,2	20.juli - 16.aug
Ferje Oslo-Kiel	504	19,9	185	26,9	22.juli - 13.aug
Ferje Larvik-Hirtshals	513	20,3	66	11,4	27.juli - 15. aug
Ferje Kristiansand-Hirtshals	504	19,9	53	9,5	25.juli - 11.aug
Totalt	2533	100,0	1185	31,9	

I alt kom det inn 2 533 fullt utfylte skjemaer. Det ble registrert hvor mange som takket nei til å fylle ut skjemaet, på hvert av innsamlingsstedene. Denne andelen var gjennomgående lav, unntatt på Gardermoen.

Skjevheter i materialet

Transportmiddel og utreisested

Undersøkelsen har visse begrensninger og usikkerhetsmomenter når det gjelder representativitet, fordi undersøkelsen begrenset til reisende med fly og ferje ut fra Norge. Turister som reiser ut av Norge på vei over Svinesund, Ørje eller en av de ca. 15 andre grenseovergangene mot Sverige, Finland og Russland, fanges ikke opp av undersøkelsen. Dette innebærer at feriereisende med egen bil (inkludert campingvogn, bobil etc.) bare er representert av reisende med bilferjer.

Siden det etter 2011 ikke har vært laget noen total statistikk over utenlandske turister i Norge, er det litt usikkert hvor stor andel den bil- og bussbaserte turisttrafikken på veg inn i Norge nå utgjør. I perioden mai – september 2011 kom nær 40 prosent av alle utenlandske turister til Norge med bil over grensene mot Sverige, Finland og Russland, mens 39 prosent kom med fly, 19 prosent kom med ferje og to prosent med tog eller rutebuss. Fordelingen har sannsynligvis endret seg noe de siste årene på grunn av rask vekt i internasjonal luftfart, men 2011-tallene gir uansett en pekepinn på hvilken størrelsesfordeling vi står overfor.

Vekting

Undersøkelsen er ikke stratifisert ut fra transportmiddelfordeling, det vil si å legge opp undersøkelsen slik at fordelingen på flyreisende og ferjereisende er den samme som i virkeligheten (som for alle ferje- og flyreisende utenlandske turister). Beregninger TØI har gjort (Landa Mata) viser om lag dobbelt så mange flypassasjerer som ferjepassasjerer, mens det i utvalget er 60 prosent ferjepassasjerer og 40 prosent flypassasjerer. Dataene i feltundersøkelsen er derfor vektet for å oppveie disse skjevhetene: Først slik at flyplassene teller dobbelt så mye som ferjestedene, deretter er henholdsvis flyplassene og ferjestrekningene vektet innbyrdes etter deres andel av trafikken. Denne vektingen innebærer at respondenter fra OSL Gardermoen teller 55,3 prosent, fra Flesland 11,5 prosent, fra Oslo-Kiel 8,8 prosent, fra Larvik-Hirtshals 5,3 prosent og fra Kristiansand-Hirtshals 19,2 prosent.

Bostedsland

Begrensningen av undersøkelsen til reisende med fly eller med ferje betyr at personer bosatt i Sverige og Finland er sterkt underrepresenterte i undersøkelsen. Likeledes vil vi anta at personer fra Øst-Europa, spesielt Polen, Baltikum og Russland i hovedsak reiser til/fra Norge på vei og dermed også kan være underrepresenterte.

Nasjonalitetsfordelingen på utenlandske turister i Norge er mer eller mindre ukjent etter at Gjesteundersøkelsen blant utenlandske turister ble lagt ned etter 2011⁸. SSB overnattingsstatistikk for hoteller og camping/hyttegjeng gir nasjonalitetsfordeling for antall overnattinger i disse sektorene, men gir ikke det fulle bildet ettersom (i) ulike nasjonaliteter har ulike oppholdstid i Norge, for eksempel er svensker her i klart kortere tid enn tyskere, og (ii) private overnattinger og utleie av hytter og leiligheter i liten grad dekkes.

Sammenlikning mellom vektete tall fra feltundersøkelsen, tall fra TØIs gjesteundersøkelse og overnattingstall fra SSB (tabell V2) viser klart at svenske og finske turister er underrepresenterte, men også at blant de andre nasjonalitetene er det noen som er mer overrepresenterte (for eksempel tyske turister)

⁸ TØI har fortsatt å samle inn tall for ferjer og fly, samt for total trafikk med lette kjøretøyer ved grenseovergangene. Nasjonalitetsfordelingen for reisende med bil over grensen er imidlertid problematisk. For å gjøre anslag, er man henvist til å anta samme fordeling på nasjonalitet (også forholdet nordmenn/utlendinger) som man fant i Gjesteundersøkelsen 2011.

Tabell V2: Respondenter etter bostedsland fra feltundersøkelsen, uvektet og vektet. Sammenlikning med tall fra SSBs overnattingsstatistikk (hoteller + camping/ hyttegrender) og TØIs Gjesteundersøkelse blant utenlandske turister 2011.

Bostedsland	Feltundersøkelsen, uvektet	Feltundersøkelsen, vektet	SSB overnattingsstatistikk juni-august 2018	Tall fra TØI (GU) sommer 2011 Alle transport-midler
Tyskland	35,2	29,1	23,1	19,2
Nederland	13,2	11,5	10,0	5,0
Danmark	10,9	5,8	4,1	7,9
USA/Canada	7,4	7,8	7,8	4,0
Sveits/Østerrike	4,6	6,6	4,1	2,3
Frankrike/Italia/Spania	8,4	12,5	11,8	7,0
UK/Irland	3,3	3,3	4,2	4,7
Øst-Europa	5,3	9,4	6,8	9,6
Sverige/Finland	1,8	2,8	10,3	29,6
Andre land Europa	5,1	5,2	3,3	4,0
Asia	2,4	2,8	11,8	6,9
Andre land	2,2	3,1	2,7	
Norge	0,2	0,2	-	-
Totalt	100,0	100,0	100,0	100,0

Variabler

Hovedspørsmålene dreide seg om

- Hvilken type opplevelser/type områder man primært søkte på reisen – naturbaserte aktiviteter i landlige områder eller kulturbaserte opplevelser i urbane strøk.
- Deltakelse eller ikke i alt 19 kategorier av naturbaserte aktiviteter og opplevelser på reisen i Norge,
 - om respondenten selv hadde deltatt/utført
 - om andre i reisefølget hadde deltatt i slike aktiviteter i løpet av reisen

Spørreskjemaet omfattet videre

- Demografiske basisvariable – kjønn, alder, bostedsland, hvem man reiste sammen med
- Reisespesifikke spørsmål – type reise (ferie, slektsbesøk etc.), oppholdets varighet, antall ulike overnattingssteder og hovedtype overnatting.
- E-postadresse og spørsmål om man ville delta i en oppfølgende undersøkelse.

Vedlegg 2: Epostundersøkelsen 2019

Opplegg, innsamling og svarinnang

Formålet med e-postundersøkelsen var å kunne stille flere og mer dyptgående spørsmål om bruk av og interesse for nærmere definerte naturbaserte aktiviteter, holdninger til tilrettelegging og grad av tilfredshet med ulike sider av opplevelsestilbudet.

E-postundersøkelsen ble gjennomført i perioden januar – mars 2019. Det ble brukt et ganske omfattende skjema, som ble antatt å ta 30 minutter å svare på for respondentene. Av de 2 533 respondentene fra feltundersøkelsen sommeren 2018 var det ca. 1 650 som hadde gitt samtykke til å være med i en oppfølgende E-postundersøkelse og ca. 1 600 som hadde oppgitt identifiserbare E-postadresser. I alt 401 respondenter hadde åpnet skjemaet, det vil si nokså nær 25 prosent av dem som ble bedt om å delta i undersøkelsen.

I alt 54 respondenter hadde svart nei på følgende spørsmål:

Var du med på noen form for naturbaserte aktiviteter eller opplevelser i løpet av din feriereise i Norge? (som for eksempel fotturer i fjell eller skog, klatring, kajakkpadling, terrengsykling, sportsfiske, se ville dyr, fuglekikking, naturfotografering, ridning, etc.)

Siden spørsmålene i hovedsak dreide seg om naturbaserte aktiviteter, ble disse ekskluderte fra undersøkelsen, og vi sto igjen med 347 respondenter som svarte ja på spørsmålet ovenfor. 345 av disse svarte på alle spørsmålene i undersøkelsen.

Karakteristika ved reisen

Reiserelaterte spørsmål fra feltundersøkelsen ble i E-postundersøkelsen komplettert med spørsmål om følgende:

- Hvor mange netter overnattet du i henholdsvis Nord-Norge, Trøndelag, Vestlandet, Sørlandet, Østlandet?
- Besøkte du noen av områdene Hardanger, Trysil eller Varanger?
- Hvilket transportmiddel brukte du hovedsakelig for å reise fra sted til sted i Norge?
- Hvor viktige var ulike (spesifiserte) informasjonskilder før og under reisen?
- Hvordan var reisen bestilt og organisert? Det vil si om reisen var en individuell reise bestilt/organisert av respondenten selv eller gjennom reisebyrå/turoperatør, eller om den var en organisert gruppereise.

Spørsmål om naturbaserte aktiviteter og opplevelser

Naturbaserte vs. kulturbaserte opplevelser

Her utdypes betydningen av naturbaserte aktiviteter i landlige områder som reisemotivasjon, sett i relasjon til kulturbaserte opplevelser og opphold i urbane strøk:

- Hvor viktige var henholdsvis naturbaserte og kulturbaserte opplevelser og aktiviteter for din beslutning om å reise til Norge på den aktuelle turen (skala 1-7)?
- Hvor viktig var det for deg å besøke henholdsvis rurale og urbane områder/steder og opplevelser på denne turen til Norge (skala 1-7)?

Opplevelse av naturlandskaper

Betydningen av det å oppleve vakre og spektakulære naturlandskaper ble belyst gjennom følgende spørsmål:

- Hvor viktig eller uviktig er det for deg å reise og oppleve naturlandskaper (skala 1-7)
- Var du på noen slags sightseeing i naturlandskaper (fjell, isbreer, fjorder, fossefall, elver, skoger, etc.) i løpet av din reise i Norge? (ja, med guide/ja, uten guide/nei)
- Hvor viktig eller uviktig var opplevelse av naturlandskaper for din beslutning om å reise til Norge (skala 1-7).

Deltakelse i utvalgte aktiviteter

Spørsmål om aktiviteter ble stilt for (i) de tre caseaktivitetene i BIOTOUR og (ii) naturbaserte aktiviteter hvor det i feltundersøkelsen er registrert høy deltakelse:

- Vandreturer, herunder korte og lange turer, samt turer fra hytte til hytte og fjellklatring
- Fuglekikking
- Terrengsykling
- Padling med kajakk eller kano i henholdsvis ferskvann og saltvann
- Sportsfiske i henholdsvis ferskvann og saltvann
- Naturfotografering

Alle respondenter ble først spurt om hvor viktig (eller uviktig) hver av disse aktivitetene er for dem generelt («i ditt liv»)? (Skala 1-7)

For hver kategori aktivitet ble det deretter spurt om respondenten hadde deltatt i denne i løpet av reisen i Norge (ja, med guide/ja, uten guide/nei). Kun de som svarte ja fikk følgende spesifikke spørsmål om vedkommende aktivitet:

- Hvor viktig eller uviktig var mulighetene for vedkommende aktivitet/opplevelse for din beslutning om å reise til Norge sommeren 2018? (Skala 1-7)
- Ferdighetsvurdering; hvordan vurderer/rangerer du deg selv som turgåer, fuglekikker, terrengsyklist etc. (kunnskap, ferdighet, erfaring)? (Skala 1-7)
- Holdninger til tilrettelegging (ikke for naturfotografering): Hvor viktig eller uviktig det er at det finnes ulike typer av tilrettelegging for vedkommende aktivitet (Skala 1-7)
- Tilfredshet med produkt/opplevelser – hvor tilfreds man er med ulike aspekter ved aktiviteten (Skala 1-7)
- I hvilken grad man ville anbefale aktiviteten til andre, snakke positivt om aktiviteten til andre og gjøre aktiviteten om igjen senere (skala 1-7)

Spørsmålene om tilrettelegging og tilfredshet gjaldt følgende aspekter:

- Tilgjengelighet til aktivitetsområde
- Markedsføring/informasjon om aktiviteten
- Informasjon om risiko og sikkerhet
- Muligheten for guide til aktiviteten
- Skilting
- Parkering
- Fasiliteter som kiosk, utleie av utstyr etc.
- Variasjon og bredde i tilbudet (kun tilfredshetsspørsmålet)

For vandreturer ble det i tillegg spurt om i hvilke typer av landskaper man hadde gått fotturer i løpet av reisen i Norge (7 varianter) og om i hvilken grad man hadde hatt noen negative erfaringer på fottur i Norge, spesifisert som konflikter med andre brukergrupper og trengsel (skala 1-7).

For aktiviteten naturfotografering ble det også spurt om hva slags utstyr man brukte, hvilke typer av motiver man var på leting etter i naturen i Norge, i hvilken grad man ønsket profesjonell guide og i hvilken grad man hadde delt/postet bilder fra reisen i Norge på sosiale media.

Naturbaserte arrangementer

Aktivitetsområdet «events» i naturen ble dekket kun gjennom spørsmål om respondenten eller noen andre i reisefølget i løpet av turen til Norge hadde deltatt eller vært tilstede på følgende naturbaserte arrangementer eller festivaler (ja/nei):

- Sportsarrangement i naturen som for eksempel løping, sykling eller liknende
- Arrangement på vann (fisking, kajakkpadling, seiling, roing etc.)
- Arrangement i naturomgivelser med lokal mat (for eksempel matfestival)
- Kulturfestival ute i naturen (dans, musikk, teater etc.)
- Annet

Betydningen av ulike aspekter knyttet til naturopplevelser

Forhold til områdetyper

I hvilken grad appellerer de følgende kategorier av vernede naturområder til deg når du reiser i Norge: Nasjonalpark, Landskapsvernområde, Verdensarvområde? (Ingen appell, litt appell, ganske stor appell, meget stor appell, vet ikke).

Betydningen av ulike aspekter ved opplevelser i naturen

Vennligst kryss av for hvor viktig eller uviktig hvert av aspektene ved naturbaserte opplevelser og/eller aktiviteter var for deg på din ferietur i Norge. (Skala 1–7).

I alt 19 ulike aspekter (opplevelse/spenning, ro, være med familie, selvrealisering, læring etc.)

Holdning til avgifter for å finansiere tilrettelegging for turister

Når du besøker og bruker et naturområde, ville du være villig til å betale en avgift for bevaring/skjøtsel og tilrettelegging for bruk av naturen?

(Nei, absolutt ikke/ja/vet ikke)

Hvi nei, kryss av grunn (4 alternativer)

Hvis ja, hvor viktig eller uviktig er det å bruke inntekter fra slike avgifter på følgende typer av tiltak:

- Opparbeiding og vedlikehold av stier og turveier
- Skilting/Toaletter/Søppelholdere/Parkering (separate kategorier)
- Nødhjelp/assistanse og leskur/varmestuer
- Piknik-områder med bord etc.
- Tilrettelegging for publikum ved utsiktspunkter og naturattraksjoner

Sosiodemografiske og atferdsrelaterte variabler

Miljørelatert atferd

Respondentene ble spurt om hvor vanlig det er (hvor ofte) at man gjør følgende typer av handlinger: Velger miljøvennlige transportmåter selv om de koster mer

- Kjøper utslippskvoter/klimakvoter når du reiser med fly
- Velger øko-sertifiserte tjenester selv om de koster mer
- Kjøper øko-merkede matvarer selv om det koster mer
- Bidrar finansielt til miljøvernorganisasjoner
- Kjøper varer fra miljøbevisste produsenter, selv om varene koster mer
- Boikotter selskaper som ikke er miljøvennlige, selv alternativene er dyrere

Det var fem svaralternativer: Aldri/sjelden/av og til/ofte/alltid.

Medlemskap i organisasjoner

Medlemskap/deltakelse i natur- og/eller miljørettede organisasjoner ble kartlagt gjennom å spørre om respondenten er medlem av noen av følgende typer av organisasjoner (enkel avkryssing):

- Fuglekikker-/ornitologiforening
- Vandretur- eller fjellsportsorganisasjon
- Fiske- og/eller jaktforening
- Sykkel-/terrengsykkelorganisasjon
- Idretts- eller sportsklubb
- Annen type friluftorganisasjon
- Miljøvern-/naturvernorganisasjon
- Ikke medlem i noen slike organisasjoner

Sosiodemografiske karakteristika

I tillegg til feltundersøkelsens spørsmål om alder, kjønn, bostedsland og reisefølge, tok e-postundersøkelsen med følgende variabler:

- Type husstand /singel, par med/uten barn, osv.)
- Antall personer i husstanden etter alderskategorier
- Høyeste fullførte utdanning (fire kategorier)
- Type bostedsområde (by etter størrelse, tettsted, landlig – sju kategorier)
- Inntekt (personlig) i EURO (10 intervaller)
- Husholdningens inntekt i forhold til inntektsnivået i bostedslandet (mye lavere, litt lavere, gjennomsnittlig, litt høyere, mye høyere)

Vedlegg 3: Sammenlikning av bakgrunnsvariabler i felt- og epostundersøkelse

Av de 2533 respondentene i feltundersøkelsen sommeren 2018 (inkludert 84 yrkesreisende) er det altså kun 345 som har svart på spørsmålene i den oppfølgende E-postundersøkelsen. I dette kapitlet vises fordelinger av respondentene på en del bakgrunns- og reisespesifikke variabler, og vi gjør en sammenlikning mellom resultatene fra feltundersøkelsen for alle 2533 respondenter og for de 345 som også har svart på E-postundersøkelsen⁹. Dette blant annet for å avdekke i hvilken grad det er skjevheter i materialet ved eventuell over- eller underrepresentasjon av respondenter i E-postundersøkelsen sammenliknet med feltundersøkelsen. Tallene fra feltundersøkelsen som benyttes i de nedenstående tabellene, er følgelig ikke vektet.

Intervjusted

Mens svarene i feltundersøkelsen er jevnt fordelt på de fem innsamlingsstedene (styrt innsamling), er andelen reisende via lufthavnene lavere i E-postundersøkelsen (ca. 40 prosent i feltundersøkelsen og 28 prosent i E-postundersøkelsen). Reisende med ferje fra Kristiansand til Hirtshals er overrepresenterte i E-postundersøkelsen.

Tabell V3: Respondenter etter innsamlingssted, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen

Intervjusted	Antall		Prosent	
	E-post	felt	E-post	felt
Gardermoen	53	504	16,0	19,9
Flesland	39	508	11,7	20,1
Ferje Oslo-Kiel	71	504	21,4	19,9
Ferje Larvik - Hirtshals	74	513	22,3	20,3
Ferje Kr.sand - Hirtshals	95	504	28,6	19,9
Total	332	2533	100,0	100,0

Bostedsland

Det er noen ulikheter i nasjonalitetsfordelingene i henholdsvis feltundersøkelsen og E-postundersøkelsen. Tyske, nederlandske og danske turister utgjør 68 prosent i feltundersøkelsen og 57 prosent av respondentene i E-postundersøkelsen (tabell V4). Det er svært få respondenter fra land utenfor Europa, andelen er spesielt lav i E-postundersøkelsen. Tyske turister er overrepresenterte i E-postundersøkelsen, og utgjør nesten 44 prosent. Den motsvarende underrepresentasjonen er fordelt på mange land (USA/Canada, Sveits/Østerrike, Frankrike/Italia/Spania og land i Asia).

⁹ Alle respondenter i E-postundersøkelsen har oppgitt at de har deltatt i naturbaserte aktiviteter/opplevelser på reisen i Norge.

Tabell V4: Respondenter etter bostedsland, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen. Uveketet.

Bostedsland	E-post	felt
Tyskland	43,7	35,2
Nederland	13,3	13,2
Danmark	10,8	10,9
USA/Canada	5,4	7,4
Sveits/Østerrike	3,0	4,6
Frankrike/Italia/Spania	4,8	8,4
UK/Irland	3,0	3,3
Øst-Europa	5,1	5,3
Sverige/Finland	1,5	1,8
Andre land Europa	7,8	5,1
Asia	0,6	2,4
Andre land	0,9	2,2
Norge	0,0	0,2
Totalt	100,0	100,0

Kjønn og alder

Fordelingen på kjønn er tilnærmet lik i de to undersøkelsene, men det er en viss overvekt av menn som har svart (tabell V5).

Blant respondentene i feltundersøkelsen er ca. 44 prosent mellom 40 og 60 år, mens 37 prosent er under 40 år (tabell V6). Fordelingen på aldersgrupper er relativt lik i de to undersøkelsene, men det er to relativt tydelige avvik; aldersgruppen 40 – 49 år er litt overrepresentert i E-postundersøkelsen, mens aldersgruppen 20 – 29 år er tilsvarende litt underrepresentert.

Tabell V5: Respondenter etter kjønn, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen.

Kjønn	Antall		Prosent	
	E-post	felt	E-post	felt
Kvinne	149	1111	44,9	44,1
Mann	178	1359	53,6	53,9
Annet, ubesvart etc.	5	51	1,5	2,0
Total	332	2521	100	100,0

Tabell V6: Respondenter etter aldersgruppe, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen.

Alder	Antall		Prosent	
	E-post	felt	E-post	felt
70 +	20	156	6,0	6,2
60-69	49	330	14,8	13,2
50-59	70	532	21,1	21,3
40-49	92	563	27,7	22,5
30-39	56	432	16,9	17,3
20-29	40	430	12,0	17,2
18-19	5	59	1,5	2,4
Totalt	332	2502	100,0	100,0

Hovedformål med reisen

Om lag 78 prosent av respondentene i feltundersøkelsen og 82 prosent av respondentene i E-postundersøkelsen oppgir at hovedformålet med reisen var ferietur, mens henholdsvis 13 og 10 prosent oppgir besøk hos slekt og/eller venner som hovedformål (tabell V7). Det er få som oppgir kombinasjon av ferie og slektsbesøk eller kombinasjon av feriereise og yrkesreise.

Tabell V7: Respondenter etter hovedformål med reisen, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen.

	Antall		Prosent	
	E-post	felt	E-post	felt
Besøk venner/familie	32	325	9,7	12,9
Annen ferie/fritidsreise	271	1957	81,9	77,9
Yrkesreise	6	63	1,8	2,5
Annen type reise	11	93	3,3	3,7
Kombinasjon slekt/vennebesøk og feriereise	10	60	3,0	2,4
Flere alternativer krysset av	1	14	0,3	0,6
Total	331	2512	100,0	100,0

Antall netter i Norge på reisen

Majoriteten av respondentene i feltundersøkelsen hadde oppholdt seg i Norge 8 dager eller mer (65 prosent). Kun 10 prosent hadde vært i Norge færre enn fire netter, og gjennomsnittlig oppholdstid var 12,2 netter (tabell V8).

Tabell V8: respondenter etter antall netter i Norge på reisen, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen.

Netter i Norge	Antall		Prosent	
	E-post	felt	E-post	felt
0	0	6	0,0	0,2
1-3 netter	23	252	6,9	10,0
4-7 netter	60	623	18,1	24,7
8-14 netter	145	1019	43,8	40,4
15-21 netter	72	464	21,8	18,4
Mer enn 21 netter	31	160	9,4	6,3
Total	331	2524	100,0	100,0
Gjennomsnittlig antall netter	14,1	12,2		

Oppholdstiden blant de 331 respondentene i E-postundersøkelsen som hadde oppgitt dette var i gjennomsnitt noe høyere. 75 prosent hadde vært i Norge 8 netter eller mer, og gjennomsnittlig oppholdstid var 14,1 netter.

Antall overnattingssteder

I underkant av 30 prosent av respondentene har overnattet kun ett sted i Norge, og ytterligere ca. 15 prosent har overnattet to steder (tabell V9). Det er følgelig ca. 55 prosent som er på en eller annen form for rundreise med overnatting minst tre ulike steder. Fordelingen på antall steder i E-postundersøkelsen er omtrent lik fordelingen i feltundersøkelsen.

Tabell V9: Respondenter etter hvor mange steder de overnattet i Norge på reisen, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen.

	Antall		Prosent	
	E-post	felt	E-post	felt
1 sted	98	719	29,6	28,7
2 steder	52	432	15,7	17,3
3-7 steder	115	855	34,7	34,1
8 el flere steder	66	493	19,9	19,7
Flere alt. oppgitt		5		0,2
Total	331	2504	100,0	99,8

Overnattingstype

Om lag hver fjerde turist oppgir privat eller «annen» overnatting som hovedtype på den aktuelle reisen i Norge (tabell V10). Kommersiell overnatting utgjør omtrent tre firedeler i begge undersøkelsene, målt ved viktigste overnattingsform. Vi inkluderer da oppgitte kombinasjoner av private og kommersielle overnattingsformer (respondenten har krysset av flere alternativer), uten at vi vet om det er privat eller annen overnatting som er hovedovernattingsform.

Tabell V10: Respondenter etter viktigste overnattingsform på reisen i Norge, fra feltundersøkelsen og fra E-postundersøkelsen.

	Antall		Prosent	
	E-post	felt	E-post	felt
Hotell e.l.	67	710	20,4	28,4
Camping	81	555	24,6	22,2
Leid hytte utenom camping	82	477	24,9	19,1
Privat og «annen» overnatting	77	600	23,4	24,0
Kombinasjoner av privat, «annen» og kommersiell overnatting	9	98	2,7	3,9
Kombinasjoner av kommersielle overnattingstyper	13	57	4,0	2,3
Sum	329	2497	100,0	100,0

Hotellovernattende turister er underrepresenterte i E-postundersøkelsen i forhold til i feltundersøkelsen, mens «leid hytte utenom camping» tilsvarende er noe overrepresentert.

Transportøkonomisk institutt (TØI)

Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning

TØI er et anvendt forskningsinstitutt, som mottar basisbevilgning fra Norges forskningsråd og gjennomfører forsknings- og utredningsoppdrag for næringsliv og offentlige etater. TØI ble opprettet i 1964 og er organisert som uavhengig stiftelse.

TØI utvikler og formidler kunnskap om samferdsel med vitenskapelig kvalitet og praktisk anvendelse. Instituttet har et tverrfaglig miljø med rundt 90 høyt spesialiserte forskere.

Instituttet utgir tidsskriftet Samferdsel på internett og driver også forskningsformidling gjennom TØI-rapporter, artikler i vitenskapelige tidsskrifter, samt innlegg og intervjuer i media. TØI-rapportene er gratis tilgjengelige på instituttets hjemmeside www.toi.no.

TØI er partner i CIENS Forskningscenter for miljø og samfunn, lokalisert i Forskningsparken nær Universitetet i Oslo (se www.ciens.no). Instituttet deltar aktivt i internasjonalt forsknings-samarbeid, med særlig vekt på EUs rammeprogrammer.

TØI dekker alle transportmidler og temaområder innen samferdsel, inkludert trafiksikkerhet, kollektivtransport, klima og miljø, reiseliv, reisevaner og reiseetterspørsel, arealplanlegging, offentlige beslutningsprosesser, næringslivets transport og generell transportøkonomi.

Transportøkonomisk institutt krever opphavsrett til egne arbeider og legger vekt på å opptre uavhengig av oppdragsgiverne i alle faglige analyser og vurderinger.

Besøks- og postadresse:

Transportøkonomisk institutt
Gaustadalléen 21
NO-0349 Oslo

22 57 38 00
toi@toi.no
www.toi.no