

The background of the slide is a photograph of the Aurora Borealis (Northern Lights) in shades of green and blue, dancing over a dark, snowy landscape. The text is overlaid on the left side of the image.

Innovasjon Norge  
**Nordmenns syn på  
turisme  
2019**

med referanse til 2018

# Innledning

Denne rapporten beskriver resultater fra en kartlegging av nordmenns holdninger til turisme, gjennomført for Innovasjon Norge (IN) i 2019. Kartleggingen er en oppfølging av tilsvarende undersøkelse gjennomført på ettersommeren 2018. Til sammen dekker de to undersøkelsene erfaringer fra både sommer- og vintersesongene, samtidig som de belyser eventuelle endringer over tid.

## Bakgrunn

De siste årene har Norge hatt en sterk økning av utenlandske turister, noe som har hatt en positiv effekt på norsk økonomi. Samlet turistkonsum er beregnet til 176,6 milliarder kroner i 2017, som er 6,6 milliarder kroner mer enn i 2016.<sup>1</sup> Veksten antas å gi økt sysselsetting og velstand i lokalsamfunnene. Økende turistmengde vil kunne medføre goder som utvidet kulturtilbud, flere butikker og restauranter, bedre infrastruktur, tilrettelegging av naturen, utvidede åpningstider med mer.

På den annen side står turismens forvaltning overfor flere utfordringer: Reiselivet i Norge er ujevnt fordelt: Det er sesongbasert og dels geografisk avgrenset. Mer enn halvparten av alle gjestedøgn finner sted i sommermånedene mai til august, og store deler av veksten i senere tid er avgrenset til denne perioden.<sup>2</sup> Veksten i sommersesongen er dessuten i stor grad konsentrert i avgrensede områder på Vestlandet og i Nord-Norge. Mens byer og sentrumsnære områder klarer seg i konkurransen, sliter distriktene.

Turismens ujevne fordeling kan skape nye utfordringer. Rapporter om luftforurensning, nedslitte naturområder, køer og forsøpling har preget mediebildet de siste årene. Særlig cruiseturismens belastning på små lokalsamfunn (verdensarvområder) har vært i fokus, dels med referanse til liknende negative erfaringer i typiske turistdestinasjoner internasjonalt.

<sup>1</sup> Notat IN 2018, mimeo., <sup>2</sup> Ibid.

## Faksimiler, våren 2109:

### Debatt: – Er turisme en velsignelse eller forbannelse for Lofoten?

Hvert år strømmer det tusenvis av turister til Lofoten. Det gir penger i kassen for den lokale reiselivsnæringa, men også forsøpling av naturen samt store trafikale utfordringer. I kveld var dette tema i en direktesendt debatt i Svolvær.

### Her frykter ordføreren flere turister: – Det er fullt!

Ordfører advarer mot uforsvarlig turisttrykk til Lofoten.

Turistperlene ødelegges

### Professor er bekymret for norsk turisme

Det er ikke bare miljøet som blir påvirket av den store turiststrømmen.



# Innledning

## Formål

IN skal utvikle Norge som bærekraftig reisemål, med ivaretagelse av natur, miljø, kulturarv og lokalbefolkning. Kartleggingen skal gi en temperaturmåling på *nordmenns oppfatning av turismen i Norge* i denne konteksten; syn på antall besøkende, vurderinger av turismens positive og negative sider, o.l. Og den skal kartlegge om innbyggere i typiske «pressområder for turisme» har andre opplevelser enn befolkningen for øvrig. Befolkningens holdninger antas igjen å speile turistenes *faktiske opplevelse* av Norge som ferieland – direkte eller indirekte – som vil kunne være avgjørende for mulig verdiskapning i form av positiv omtale, gjen-besøk, osv.

## Gjennomføring

Med dette utgangspunktet kartlegges befolkningens holdninger til turisme i bred forstand. Alle typer turister dekkes, både nordmenn som reiser i eget land så vel som utenlandske turister. Og alle former for turisme omfattes, både fritids- og forretningsreiser. I praksis, og gitt den senere tids medieoppslag, vil nok de fleste likevel tenke på feriereisende.

For å vurdere eventuelle endringer i befolkningens holdninger, over tid og på tvers av sesonger, sammenstilles resultatene i denne kartleggingen av «vinterturisme» med tilsvarende kartlegging av «sommerturisme» gjennomført på ettersommeren 2018.

Tilsvarende er typiske «sommerdestinasjoner» kartlagt i 2018 nå erstattet med «vinterdestinasjoner», i tillegg til en løpende landsdekkende måling. Analysen fokuserer fire hovedtema:

1. Opplevd turisme
2. Turismens konsekvenser
3. Norge som turistdestinasjon
4. Fremtidens turisme

Temaene belyses gjennomgående på tre geografiske nivåer: Landsrepresentativt, regionalt og avgrenset til de typiske sesongbaserte turistdestinasjonene.

For nærmere beskrivelse av utvalg og gjennomføring, se Vedlegg 1.

# Hovedfunn

Kartleggingen vurderer turismens omfang, konsekvenser, innhold og fremtid.

Turismens omfang:

- Om lag halvparten av befolkningen opplever dagens turistvolum i Norge generelt, og fem- seks av ti på eget bosted, som «akkurat passe». Noe flere (to-tre av ti) mener volumet er for lite enn at det er for stort (én-to av ti). Vurderingene er ganske like på tvers av landet, med noen unntak: Flertallet (syv av ti) i Oslo/Akershusregionen mener volumet er akkurat passe. I Fjordfylkene sier flere (to av ti) at det er for høyt. Fire-fem av ti i Østlandsregionen utenom Oslo/Akershus, og i de nordligste landsdelene, mener det er for lavt. Blant dem som mener antallet er for høyt, betyr dette for de fleste «litt for mange, fra tid til annen». Blant dem som mener det er for lavt, sier de fleste «litt for få, fra tid til annen» og «litt for få, hele året. Vurderingen er den samme nå som i 2018, for hele landet og på tvers av regioner.
- Befolkningen i pressområdene opplever volumet i Norge generelt tilsvarende vurderingen i hele befolkningen. Flere (fire av ti) opplever det imidlertid for høyt der de selv bor, med vekt på «litt for mange, fra tid til annen». Sommer- og Nordlysdestinasjonene rapporterer noe større press enn skidestinasjonene.
- Det er særlig volumet på cruiseturister som vurderes å være for høyt (tre av ti) i befolkningen. Samtidig vurderer flere (fire av ti) volumet på individuelle turister som for lavt. Pressområdene følger de nasjonale vurderingene, samtidig som særlig Sommer- og Nordlysdestinasjonene opplever antall cruiseturister, og dels bobilturister, som for høyt.

Turismens konsekvenser:

- Turismens *positive sider* deles av mange i befolkningen (fem-syv av ti) når det gjelder å skape arbeidsplasser, virksomhetsetablering samt økt antall butikker og spisesteder. Færre (fire-fem av ti) mener den har positiv effekt på lokal infrastruktur og kulturtilbud, eller at turistene legger igjen mye penger. Samlet sett hevder drøyt halvparten (fem-seks av ti) at turismen bidrar til lokal vekst og skaper optimisme og fremtidstro. Befolkningen i pressområdene deler den øvrige befolkningens positive vurderinger, samtidig som noe flere vektlegger de positive sidene i pressområdene enn i befolkningen forøvrig. Skidestinasjonene skiller seg ut med lavere vekt på næringslivsetablering og høyere vekt på de fleste andre parameterne (unntatt vurderingen av hvorvidt turistene legger igjen mye penger).
- *Negative ringvirkninger* knyttes gjerne til forsøpling og trafikale forhold, mens de i liten utstrekning assosieres med økt lokalt kostnadsnivå via økte levekostnader og boligpriser. I pressområdene er de negative tilbakemeldingene mere varierende, samtidig som flere opplever disse enn befolkningen ellers i landet (Pressområdene rapporterer m.a.o. både hyppigere positive og negative effekter). Også her er forsøpling oftest nevnt, særlig ved Nordlysdestinasjonene. Samtidig erfarer flere i pressområdene jevnt over flere negative konsekvenser, ikke minst angående trafikksituasjon og naturslitasje.

# Hovedfunn

Turismens konsekvenser (forts.):

- I sum er de fleste «nøytrale» i vurderingen av turismens konsekvenser: De negative sidene oppveies av de positive. Sommerdestinasjonene fremstår som de mest skeptiske og skidestinasjonene som de mest positive.
- Meningene er delte om turismens bærekraft: De fleste (fire av ti) mener den verken er liten eller stor. Andelen som tillegger den høy bærekraft er imidlertid dobbelt så stor (fire av ti) som andelen som tillegger den lav bærekraft (to av ti). Bildet er det samme nå som i 2018. Skepsisen er noe mer utbredt i pressområdene enn i landet for øvrig (der to-tre av ti mener bærekraften er lav).

Turistdestinasjonen Norge

- Norge har mye å tilby, men turistene oppleves ikke alltid å gi tilbake: Befolkningen er tilnærmet unisont (ni av ti) enige om at turistene er velkomne, og at de tilbys opplevelser av høy kvalitet. Meningene er mer delte (fem av ti) når det gjelder hvorvidt turismen gir økonomisk profitt (inklusive inntjening på cruise- og bobilturister) og hvorvidt turistdestinasjonene overbefolkes. De færreste (to av ti) mener imidlertid at turismen bør begrenses, generelt sett eller via ferieskatt. Pressområdene deler den øvrige befolkningens vurderinger, samtidig som de i *noe* større utstrekning melder om overfylte turistattraksjoner og for lav lønnsomhet, samtidig som de også i noe større utstrekning går for turistskatt og generell turistbegrensning. Variasjonene internt mellom press-destinasjonene er små.

Fremtidens turisme:

- Flere ønsker ytterligere lokal vekst (halvparten), enn reduksjon (én av ti), samtidig som mange ønsker stabilisering (tre-fire av ti) av turismen fremover. Andelen som ønsker økning er høyest i Østlandsregionen utenom Oslo/Akershus samt på Sørlandet (halvparten eller flere ønsker vekst). I Fjordfylkene og i de nordligste landsdelene ønsker fire av ti vekst – tre av ti reduksjon. Vekstambisjonen knyttes gjerne til «noe flere, hele året»
- I pressområdene er situasjonen litt annerledes, i det tre av ti her ønsker reduksjon, på bekostning av vekst (andelen som ønsker stabilitet er lik i- og utenfor pressområdene). De fleste, som ønsker flere turister, viser til «noe flere, hele året». Reduksjon knyttes til særlig til «noe færre, fra tid til annen» (i sesongen).

# Innhold

	Side
Innledning	2
Hovedfunn	4
<b>1. TURISMENS OMFANG</b>	<b>7</b>
<b>2. TURISMENS KONSEKVENSER</b>	<b>18</b>
<b>3. TURISTDESTINASONEN NORGE</b>	<b>30</b>
<b>4. FREMTIDIG TURISME</b>	<b>35</b>
Vedlegg 1. Om undersøkelsen	
Vedlegg 2: Trender	
Vedlegg 3. Statistiske tabeller (Eget vedlegg)	
Vedlegg 4. Spørreskjema (Eget vedlegg)	



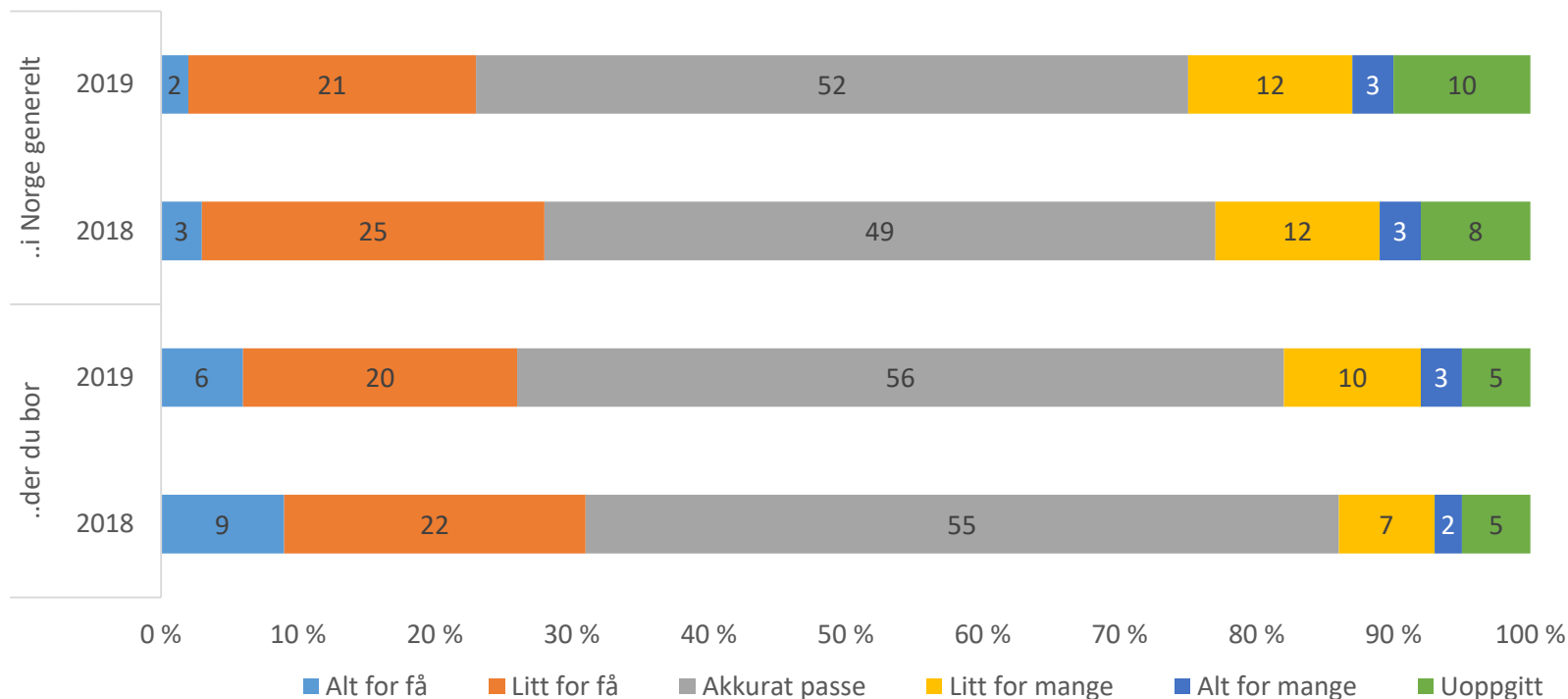
1

TURISMENS OMFANG

KANTAR

# Volumet er «akkurat passe» for halve befolkningen

Hvordan vurderer du antallet turister i dag...? Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.



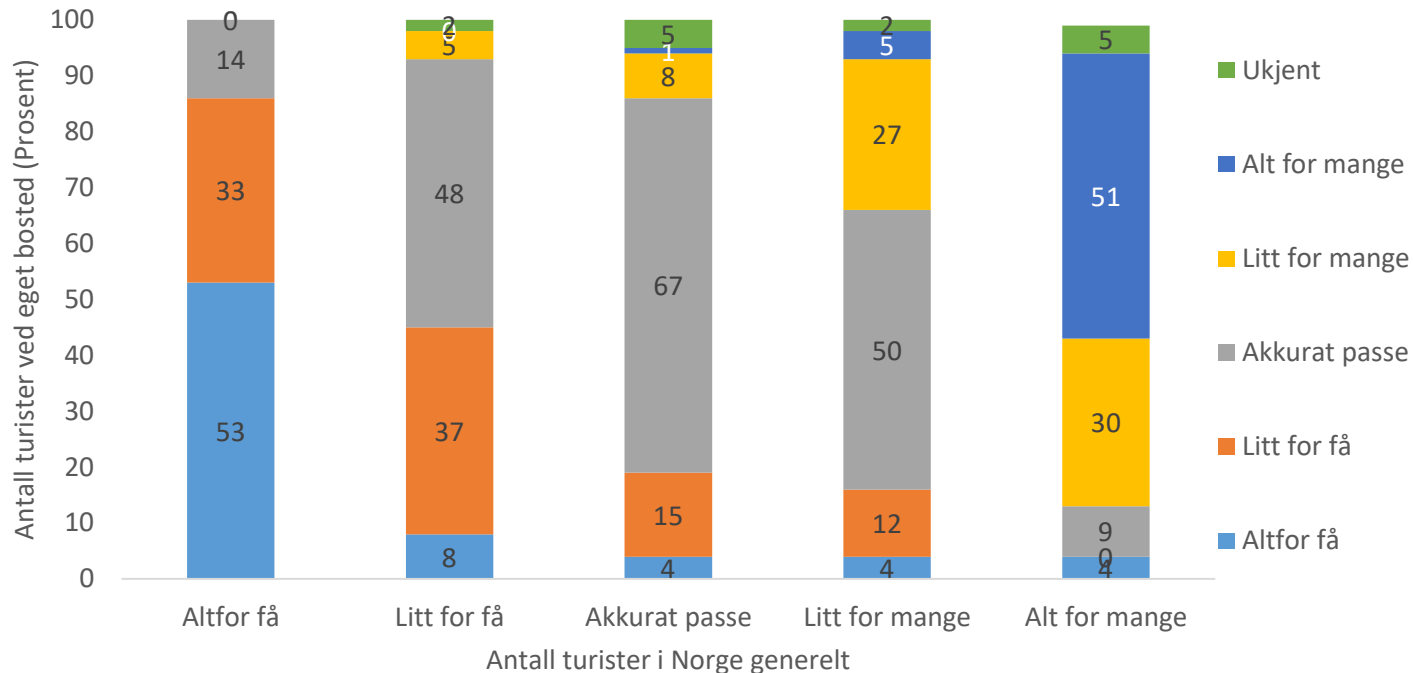
De fleste (syv-åtte av ti) mener dagens turistvolum er passe eller «litt» for høyt/lavt:

- Om lag halvparten vurderer i 2019 volumet som «akkurat passe» i Norge, fem-seks av ti at det er passe der man selv bor.
- Noe flere (to-tre av ti) mener at volumet er for lite, enn at det er for stort (én-to av ti), både for hele landet og for eget nærområde.
- Vurderingene er gjennomgående de samme nå, som i 2018. Andelen som mener volumet er for høyt stiger noe, særlig for eget nærområde, mens andelen som mener volumet er for lavt reduseres tilsvarende.



# Vurdering på landsbasis speiler vurdering av eget bosted

Vurdering av antall turister der man bor, etter vurdering av antall turister i Norge. Prosent, n 2019=1 089.

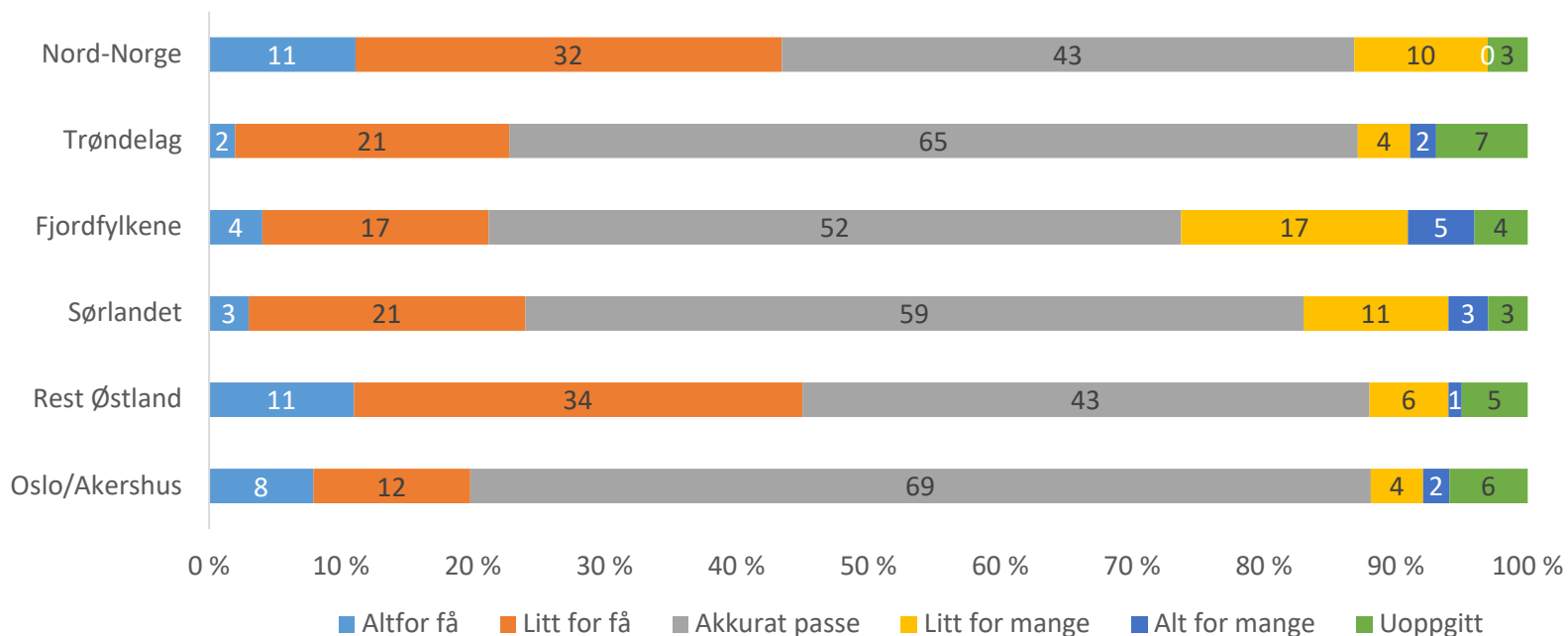


Vurderingen av turistvolumet ved eget bosted er nært knyttet til vurderingen av volumet for hele landet:

- Blant dem som mener det er altfor få turister i Norge, sier nesten ni av ti at dette også gjelder turister ved eget bosted - halvparten vil si «alt for få». Blant dem som synes det er for mange turister i Norge, sier åtte av ti at det er for mange på eget bosted – halvparten sier «alt for mange».
- Bildet er det samme som i 2018 (ikke vist).

# Volumet «passe» over hele landet

Vurdering av antall turister i dag der du bor, etter eget bosted.<sup>1</sup> Prosent, n=1 089.



Vurderingene er ganske samstemte på tvers av landet, med noen unntak:

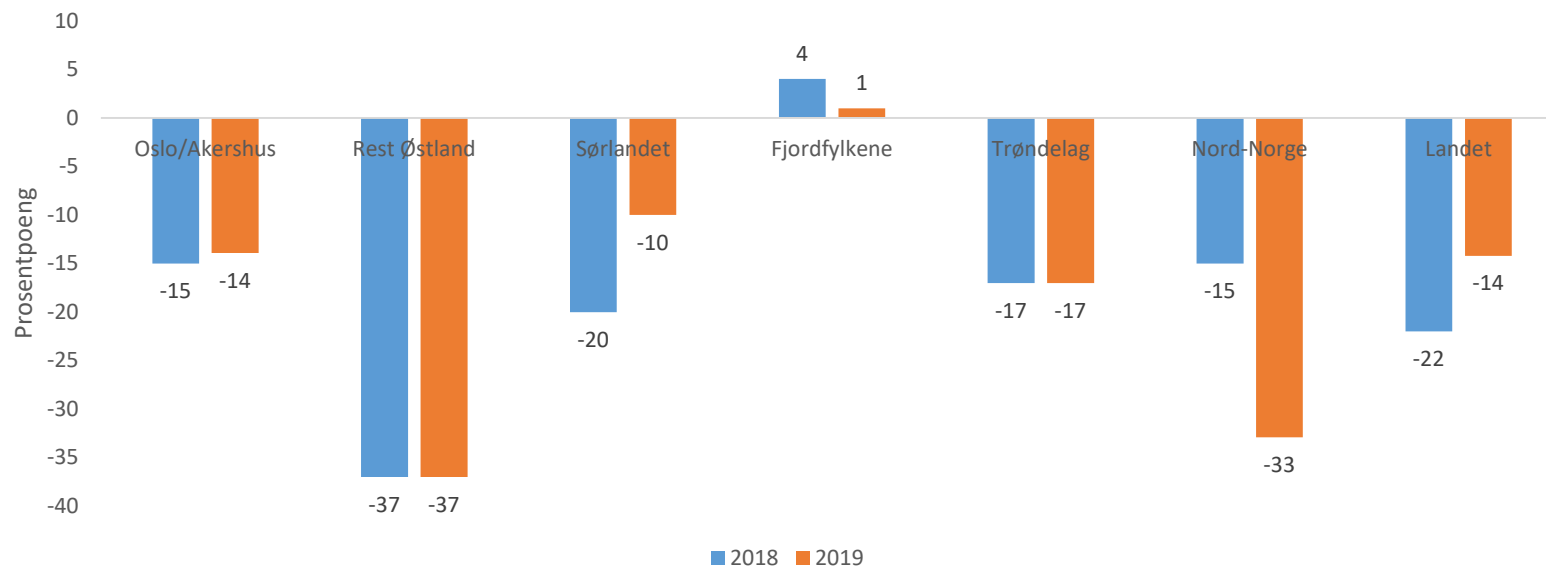
- Feire-seks av ti vurderer volumet som «akkurat passe», i de fleste landsdelene, med unntak av Oslo-Akershusregionen der den utgjør syv av ti.
- I Østlandsregionen utenom Oslo/Akershus og i Nord-Norge, sier fire-fem av ti at det er for få turister. I Fjordfylkene sier to av ti at antallet er for høyt.

<sup>1</sup> For definisjon av landsdelene, se Vedlegg 1.

# Stabilitet i vurderingene på tvers av landet

## Hvordan vurderer du antallet turister i dag der du bor? Volumbalanse 2018 og 2019.<sup>1</sup>

Prosentpoeng, n 2018=1 002 , n 2019= 1 089.



Vurderingene er ganske stabile siden 2018:

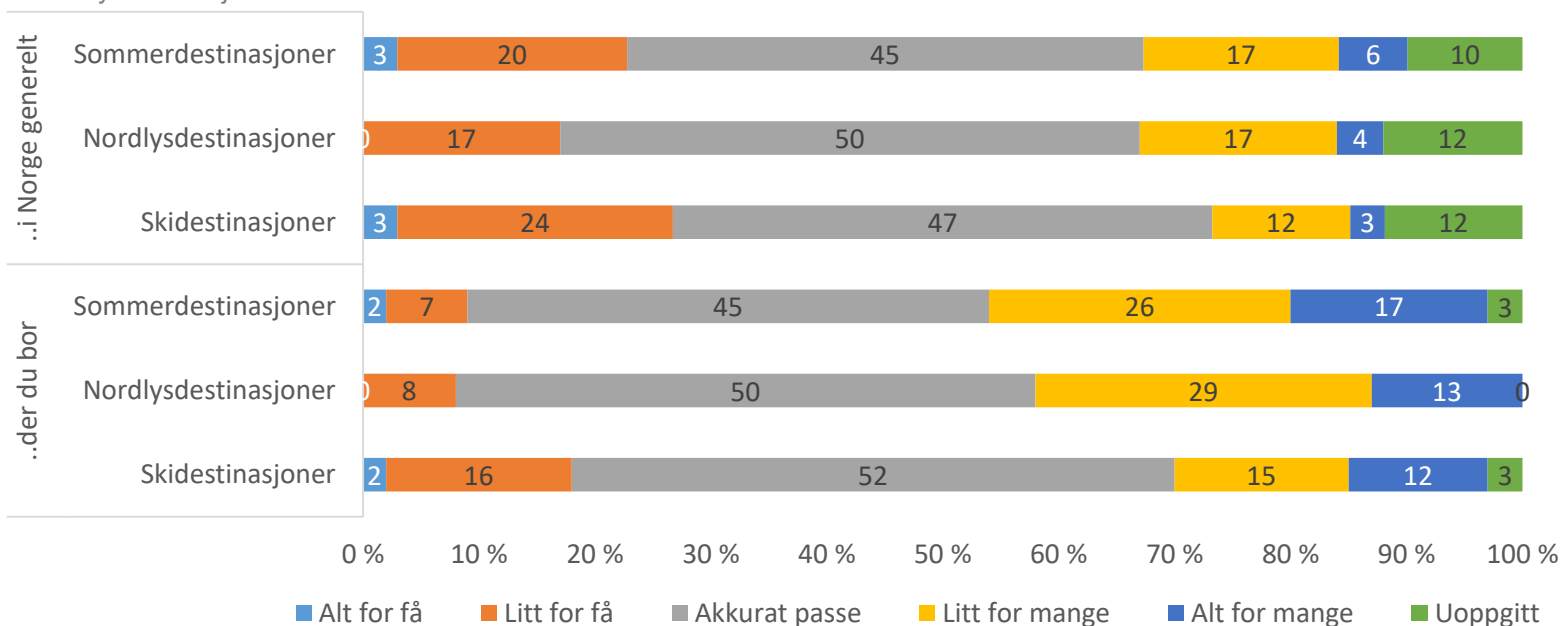
- «Underskuddet» i Østlandsregionen utenom Oslo/Akershus og i Nord-Norge er noenlunde likt begge årene. I Nord-Norge antydes en økning i andelen som opplever turistvolumet som for lite, mens den på Sørlandet reduseres.<sup>2</sup>
- Det lille «overskuddet» i Fjordfylkene er det samme nå som i fjor.
- Også situasjonen i de resterende landsdelene, med noe turistunderskudd, speiler bildet i 2018.

<sup>1</sup> Volumbalanse: Andel alt-/litt for mange fratrukket andel alt/litt for få.

<sup>2</sup> Det er usikkerhet knyttet til observasjonen i Nord-Norge, ettersom Tromsø i 2019 inngår blant «Skidestinasjonene».

# Press på Sommer- og Nordlysdestinasjonene

Hvordan vurderer du antallet turister i dag der du bor? Prosent, n Sommerdestinasjoner= 604, n Skidestinasjoner 419, n Nordlysdestinasjoner=607.



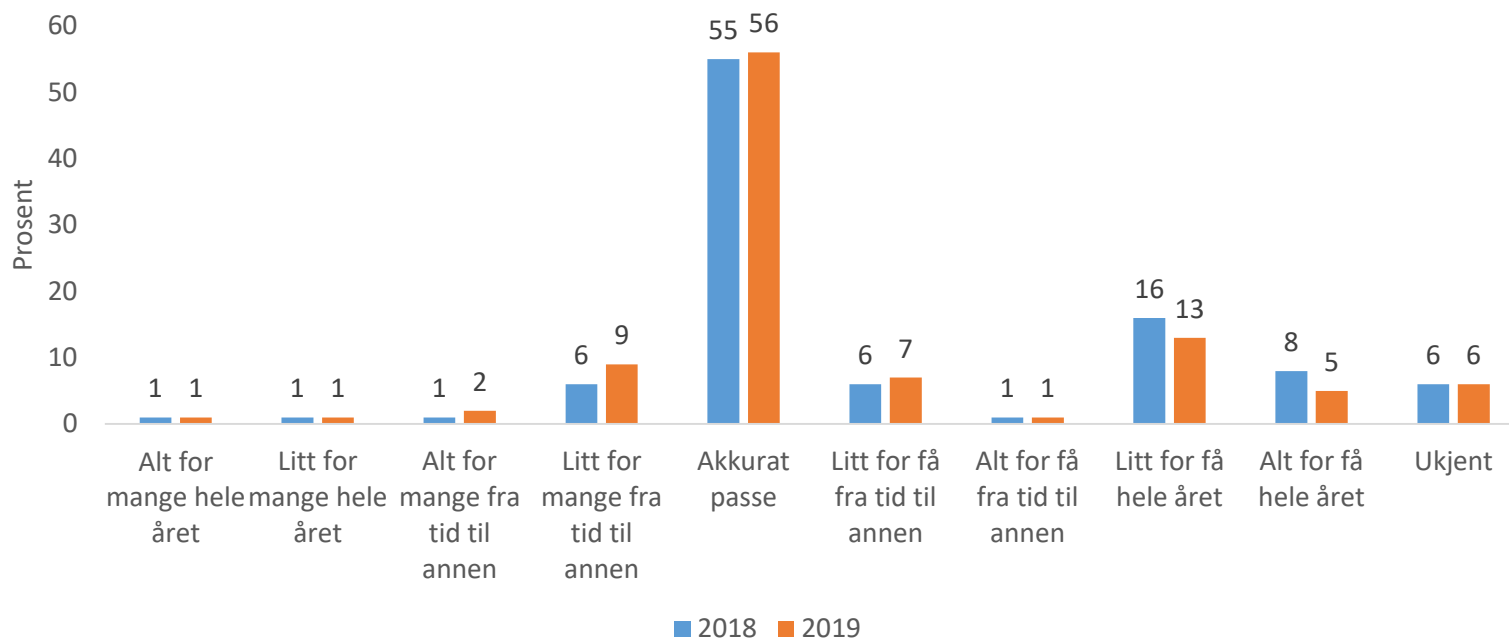
Vurderingene er gjennomgående samstemte, med et par unntak:

- Om lag halvparten vurderer volumet som «akkurat passe», både i Norge og der de bor, uansett eget bosted.
- Flere (tre-fire av ti) opplever press i eget nærområde, enn i landet forøvrig (to av ti).
- Ellers skiller Sommer- og Nordlysdestinasjonene seg ut ved at flere (fire av ti) opplever volumet å være for høyt i eget nærmiljø, enn ved Skidestinasjonene.
- Flere tar stilling når det gjelder turismen for eget nærmiljø, enn på landsbasis (Andelen «Uoppgitt» er høyere for vurderingen av Norge generelt). Det antyder at man har større kjennskap til turismen på eget bosted enn ellers i landet.

# Delte meninger blant dem som opplever belastning

*Du sier at det er for få/mange turister der du bor: Vil du si at dette gjelder hele året, eller fra tid til annen?*<sup>1</sup>

Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.



Vurderingene av sesongvariasjoner i antall turister ved eget bosted varierer:

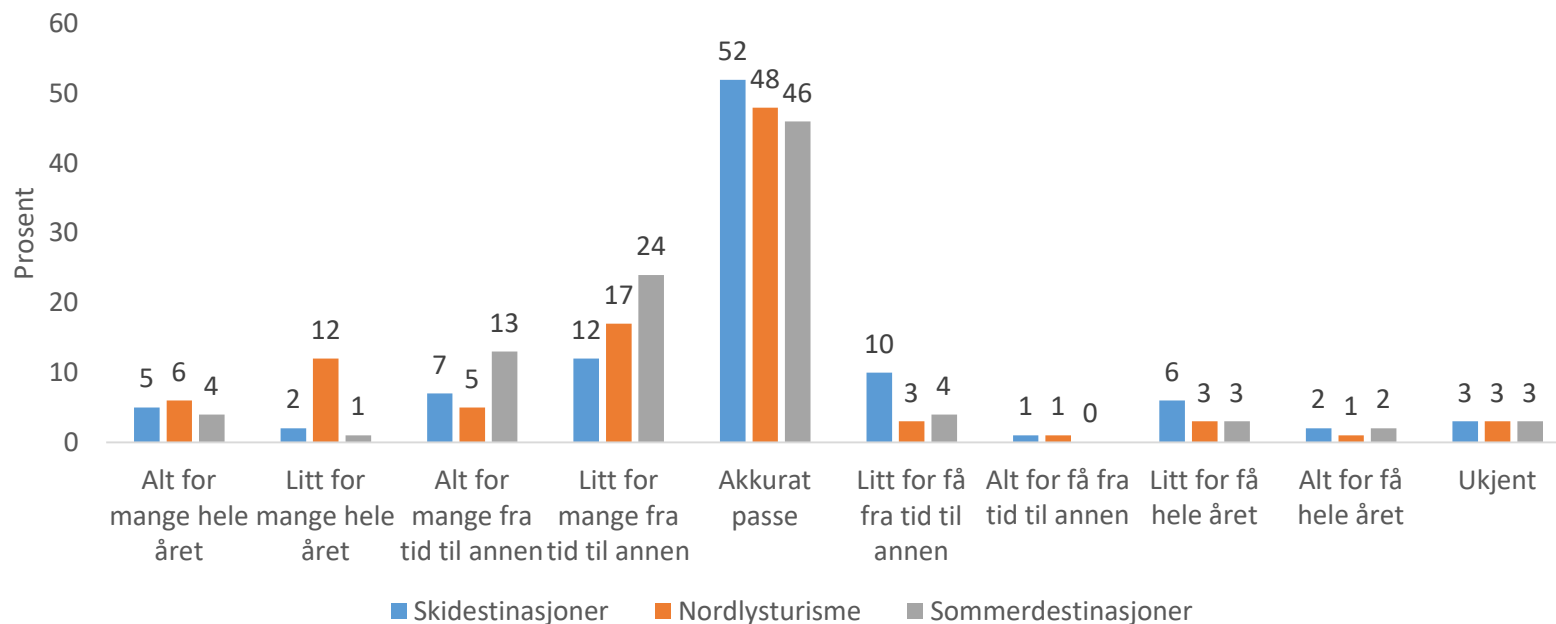
- De som mener volumet er for lite, peker stort sett på at antallet er «litt for lite», og at dette gjelder enten fra tid til annen (en av ti) eller for hele året (en-to av ti). Én av ti mener volumet er for lavt hele året.
- Blant dem som mener volumet er for høyt, gjelder det stort sett er «litt for høyt, fra tid til annen» (en av ti).
- Bildet er stort sett det samme nå, som i 2018.

<sup>1</sup> Spørsmålet er stilt til dem som mener volumet er enten for høyt eller for lavt, der man bor.

# For mange i pressområdene, med varierende intensitet

**Du sier at det er for få/mange turister der du bor: Vil du si at dette gjelder hele året, eller fra tid til annen?**<sup>1</sup>

Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlysdestinasjoner=607.



I pressområdene, blant dem som opplever belastning, er oppfatningene delte etter både turismens volum og hyppighet :

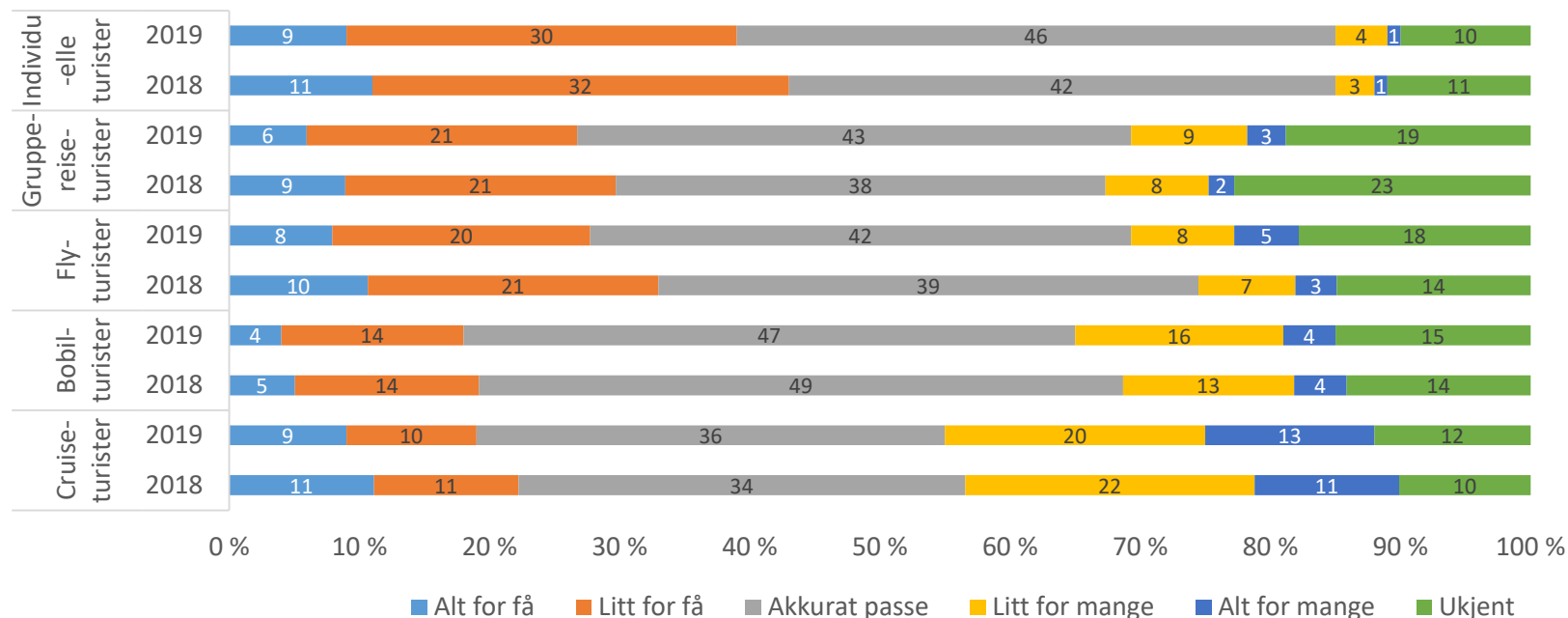
- Belastningen ved for høy tilstrømning gjelder både på kort og lang sikt og med enten litt- eller alt for stor belastning, for alle typer destinasjoner.
- Også blant de (få) som ønsker flere turister gjelder dette med vekslende volum og hyppighet.

<sup>1</sup> Spørsmålet er stilt til dem som mener volumet er enten for høyt eller for lavt der man bor. For definisjon av destinasjonene, se Vedlegg 1.

# For mange cruiseturister – for få individuelle

Hvordan vurderer du antall turister der du bor, i de følgende kategoriene?\*

Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.

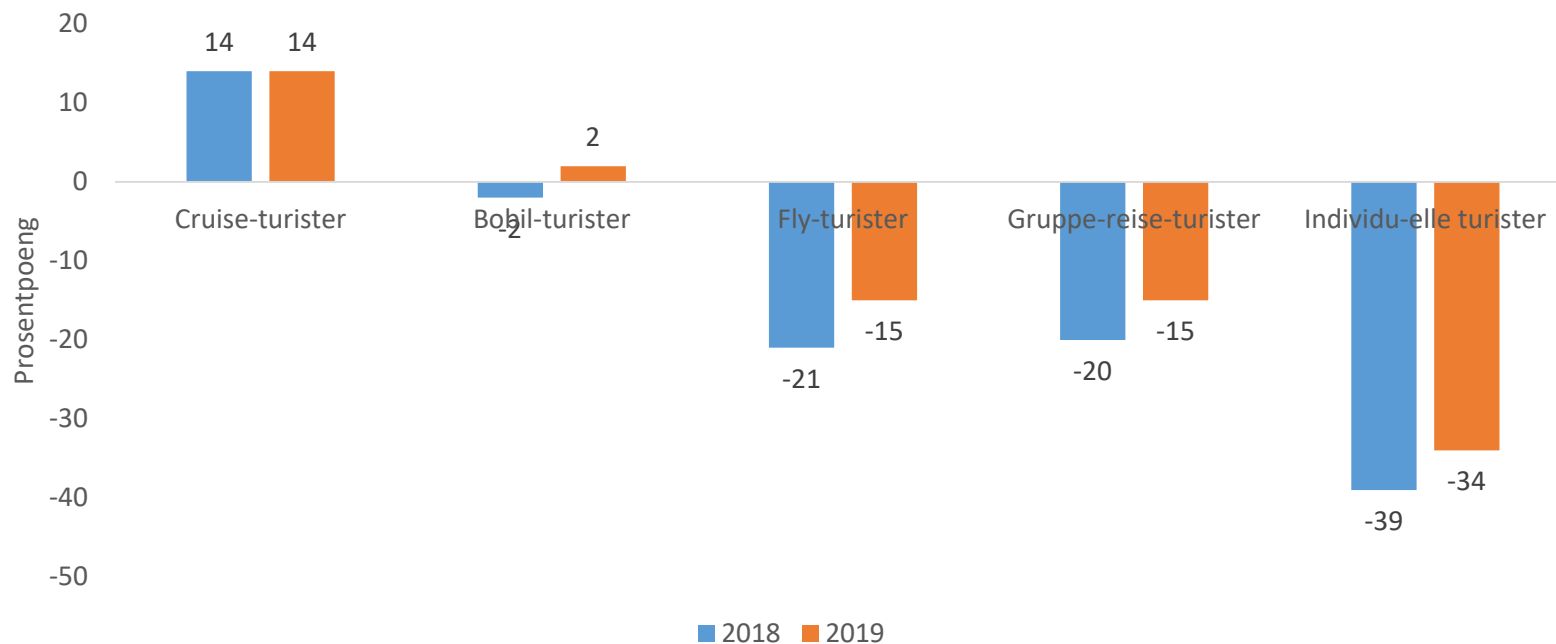


Vurderingen av turistvolumet varierer med type turist:

- Med unntak for cruiseturister, vurderer fire-fem av ti volumet som «akkurat passe» uansett type turisme. For cruiseturistene gjelder dette tre av ti.
- Variasjonene fremstår således stort sett i vurderingene av hvilke kategorier det er «litt» for mange eller for få av.
- Særlig volumet av cruise- (tre av ti) men også bobilturister (to av ti) oppleves å være for høyt, mens to av ti sier det er for lite. Tilsvarende sier flertallet (fire av ti) at det er for få individuelle turister, mens de færreste (fire av hundre) mener det er for mange av denne kategorien. Det er også flere (tre av ti) som hevder at vi har for få gruppe- og flyturister, enn som mener at vi har for mange av disse (en av ti). Samtidig tar mange ikke stilling (Ukjent) til gruppe- og flyturister, antakelig grunnet manglende erfaring.

# Stabile preferanser etter turistkategorier

Hvordan vurderer du antall turister der du bor, i de følgende kategoriene?\* Volumbalanse i prosentpoeng etter type turisme, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.



Vurderingen av volumet for de fem turistkategoriene er stabile siden 2018:

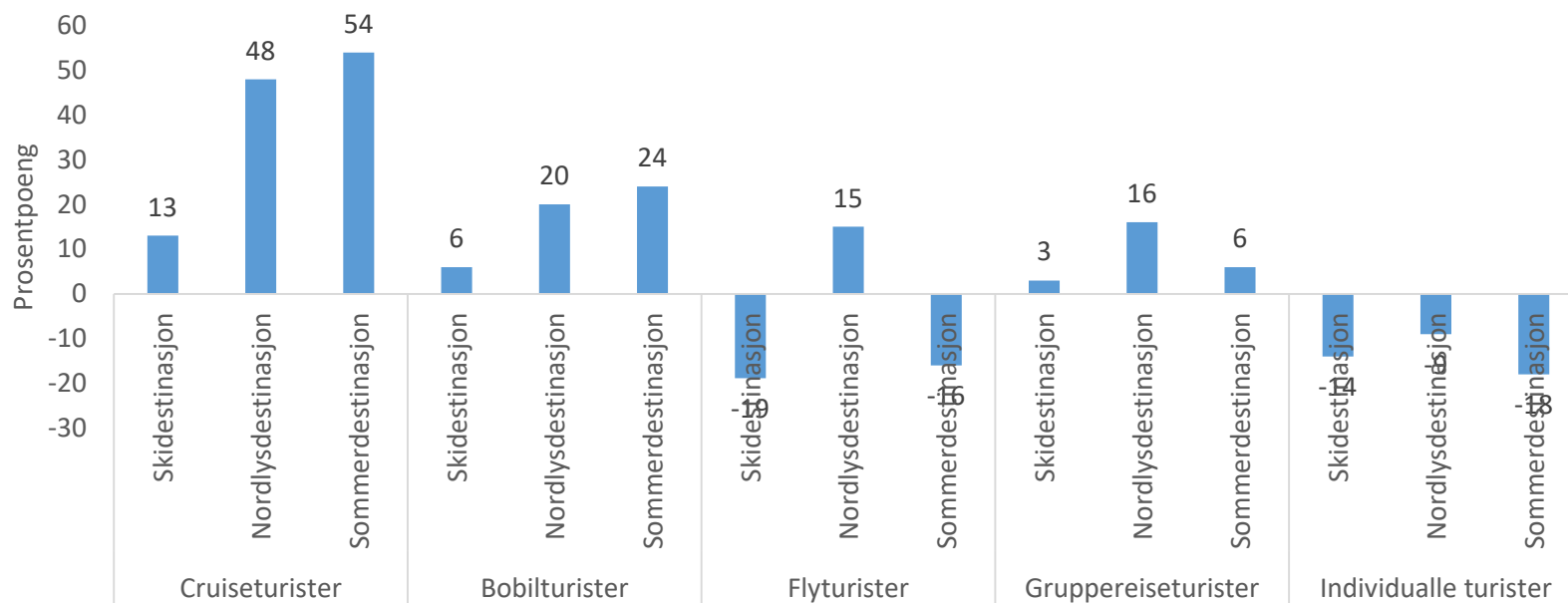
- Opplevelsen av «cruise-overskudd» og «underskudd» på flyturister, gruppeturister og særlig individuelle turister, er stort sett det samme i år som i fjor.



# Cruiseturisme presser sommer- og nordlysdestinasjoner

Hvordan vurderer du antall turister der du bor, i de følgende kategoriene?\*

Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlysdestinasjoner=607.



Opplevelsen av turistkategoriens volum i pressområdene, varierer med type destinasjon:

- Cruise-overskuddet gjør seg særlig gjeldende ved Sommer- og Nordlysdestinasjonene, men i mindre grad ved skidestinasjonene.
- Bobiloverskuddet speiler bildet for cruiseturismen, men med mindre intensitet.
- For fly- og gruppeturisme opplever Nordlysdestinasjonene til dels overskudd, mens Ski- og Sommerdestinasjonene har underskudd.
- Underskuddet på individuelle turister gjør seg gjeldende på tvers av destinasjonene.



Innovasjon  
Norge

2

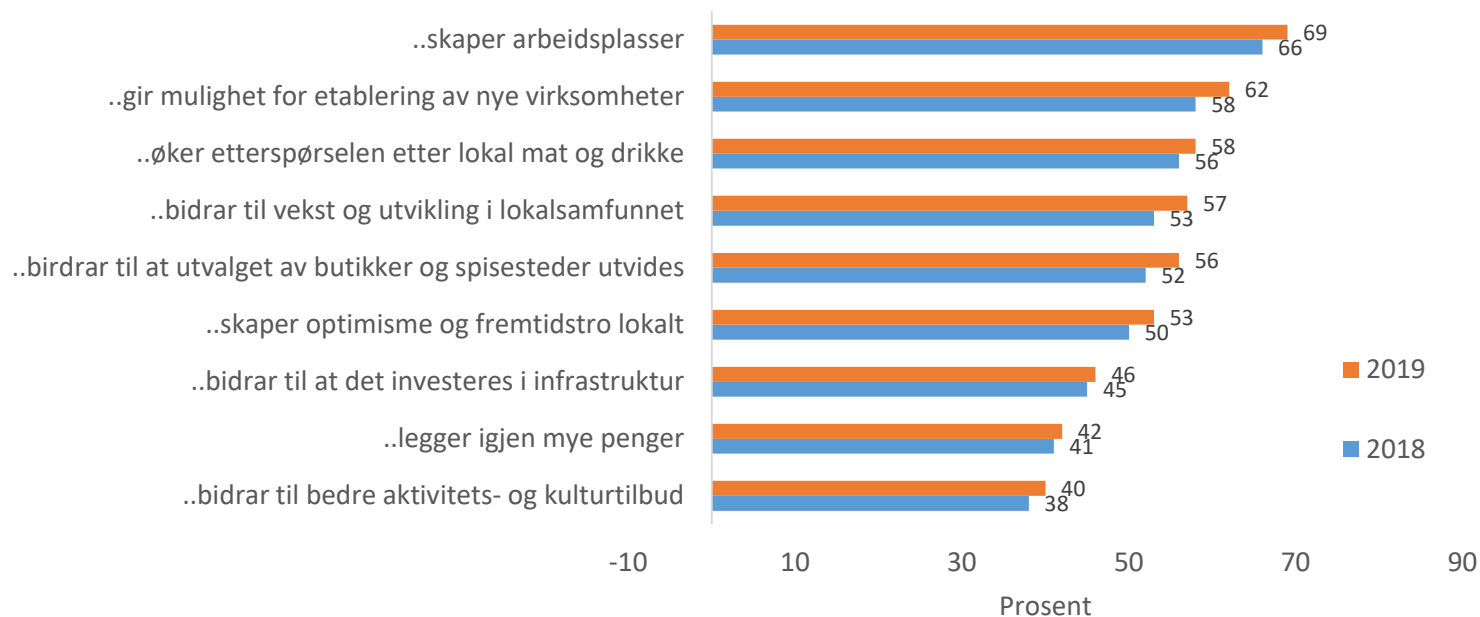
TURISMENS KONSEKVENSER

KANTAR

# Skaper næringsvirksomhet, men ikke kultur

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om *fordeler* ved turisme der du bor?

Andel Helt-/Delvis enig. Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.



Vurderingene av turismens fordeler er stabile og entydige:

- Halvparten eller flere sier seg enige i seks av de ni beskrivelsene, begge år.
- Enigheten er mest utbredt når det gjelder etablering av lokale arbeidsplasser (syv av ti i 2019). Deretter følger (seks av ti) bidrag til nyetablering, økt etterspørsel etter lokal mat/drikke, samt utvidet utvalg av butikker og spisesteder.
- Opinionen er delt i to (fem av ti) når det gjelder effekten på lokal fremtidstro.
- Skepsisen er størst (fire av ti enige) når det gjelder turismens bidrag til lokal infrastruktur, hvorvidt turistene legger igjen mye penger eller medfører utvikling av aktivitets-/kulturtilbud.
- Generelt sett, sier en knapp majoritet (fem-seks av ti) at turismen bidrar til lokalsamfunnets vekst og utvikling
- Bildet er det samme nå som i 2018.

# Kulturell utveksling – levende by

Er det andre fordeler ved turisme der du bor, kan du skrive dem her - utdrag.

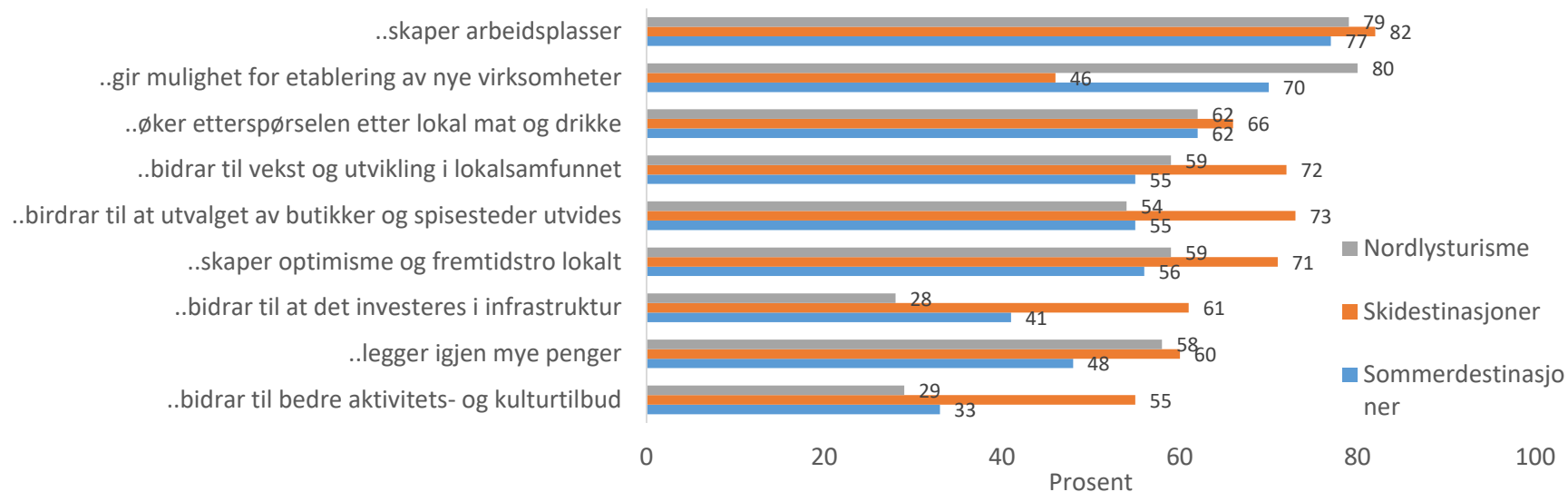
For komplett liste – se Vedlegg 3.

Arbeidsplasser, mulighet for møte andre mennesker.
Artig med liv i sentrum.
Bosettingen på landet kan ivaretas, skaffer arbeidsplasser.
Bra med kulturell utveksling.
Både fordeler å bakkdeler ved vinterturisme
De blir gode ambassadører !
De bruker fjellheisen, sherpatrappa, båt turisme, Nordlys turisme, hval safari. Mer liv i byen, handlen øker, skaper arbeidsplasser
Gjør kommunen attraktiv å bo i
Gjør stedet langt mer kjent. Bedre legevakt tjenester som kommer oss fastboende til nytte. Uten turismen ville vi vært en fraflyttingskommune
Hyggelig med mye folk
Hyttebygging, skaper arbeidsplasser.
ikke mange fordeler, de griser til i naturen og tar seg til rette
Jeg får leid ut huset mitt når jeg reiser bort. (Airbnb)
man kan delta på kule aktiviteter som egentlig er ment for turister
Mer levende bysentrum
Mer åpenhet og toleranse i bygda. Økt tilflytting av unge familier. Større mangfold med flere nasjonaliteter. Positiv.
Mulighet for norsk ungdom til å perfektionere fremmedspråk
Skaper liv i sentrum, spesielt i mørketiden.
Treffe folk fra forskjellige land - kultur
Treffer mange spennende personer
Ungdommen har mulighet til tidlig helge jobb og arbeidserfaring
Utleie i distriktet for privatpersoner. En god ekstraintekt
Vakkert hele året.
Verden blir et bedre sted når mennesker møtes over kultur- og landegrensene
Vinterturismen er meget god men mange nasjonaliteter kjøper kun husvære og heiskort resten har de med seg . Sommergjester trenger vi mange flere av de skaper helårs arbeidsplasser og legger mere penger igjen på flere plasser og de kjøper flere opplevelser .
Vinterturismen har økt veldig.
Vise resten av verden Norge
Økt trafikk= satsing på bedre veier.
åpne butikker i helgene

# Ulike vurderinger i pressområdene

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om *fordeler* ved turisme der du bor? Andel Helt-/Delvis enig.

Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlystinasjoner=607.

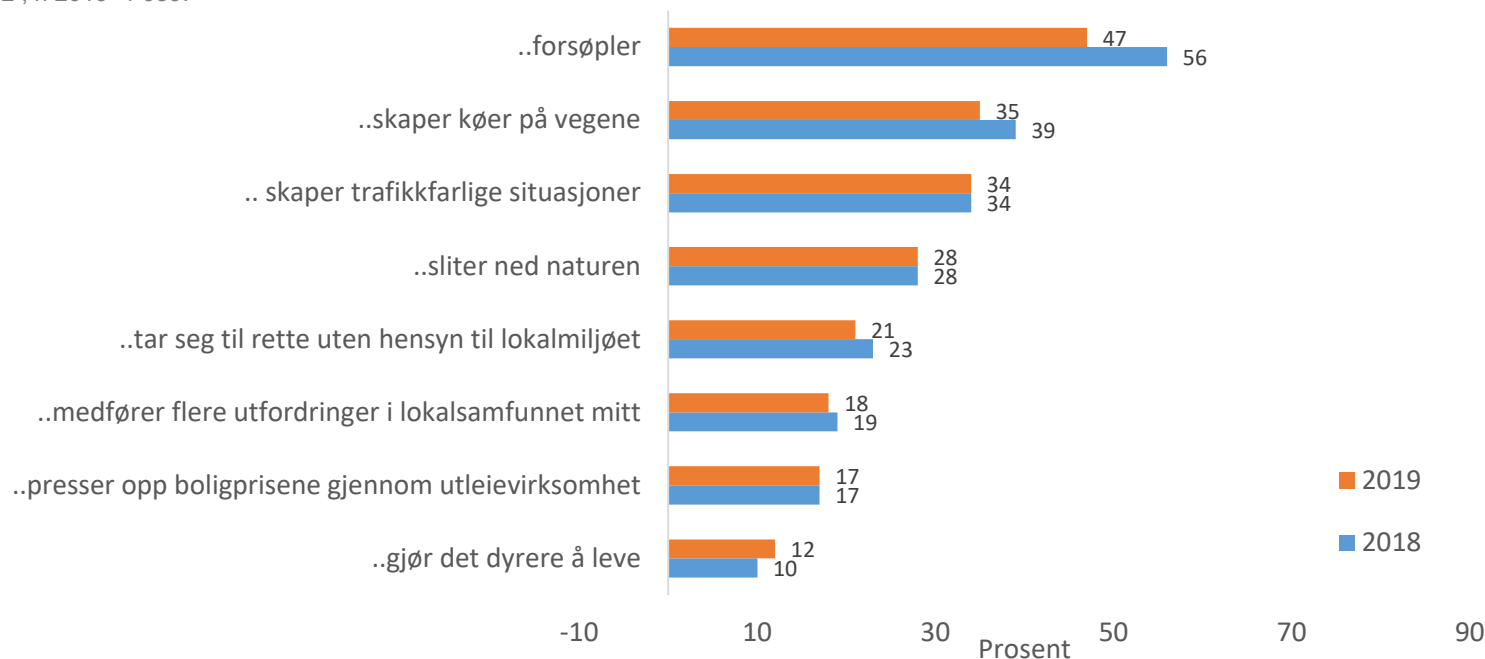


Vurderingene av turismens fordeler i pressområdene, følger vurderingene på landsbasis - med noen unntak:

- Andelen som ser fordelene er gjennomgående noe høyere i pressområdene enn i landet for øvrig.
- De fleste (åtte av ti) er enige om at turismen genererer arbeidsplasser, uavhengig av destinasjon. Ved Nordlys- og Sommerdestinasjonene opplever de fleste at turismen gir ny virksomhetsetablering.
- Meningene er mer delte når det gjelder etterspørsel etter lokal mat/drikke, utvidelse av butikk- og spisestedsutvalg, samt bidrag til lokal fremtidstro, der en knapp majoritet sier seg enige (fem-seks av ti).
- Bidraget til lokal infrastruktur og lokalt aktivitets/kulturtilbud vurderes som begrenset (tre-fire av ti enige), som i landet for øvrig. Det samme gjelder turistenes forbruk under oppholdet.
- Generelt sett mener seks av ti at turismen bidrar til vekst og utvikling i lokalsamfunnet (om lag tilsvarende vurderingen i hele befolkningen).
- Skidestinasjonene skiller seg på flere områder ut fra de to andre destinasjonene, der færre viser til ny-etableringer og flere viser til de fleste andre positive sidene.

# Forsøpler, men øker ikke levekostnad

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om *utfordringer* ved turisme der du bor? Andel Helt-/Delvis enig. Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.



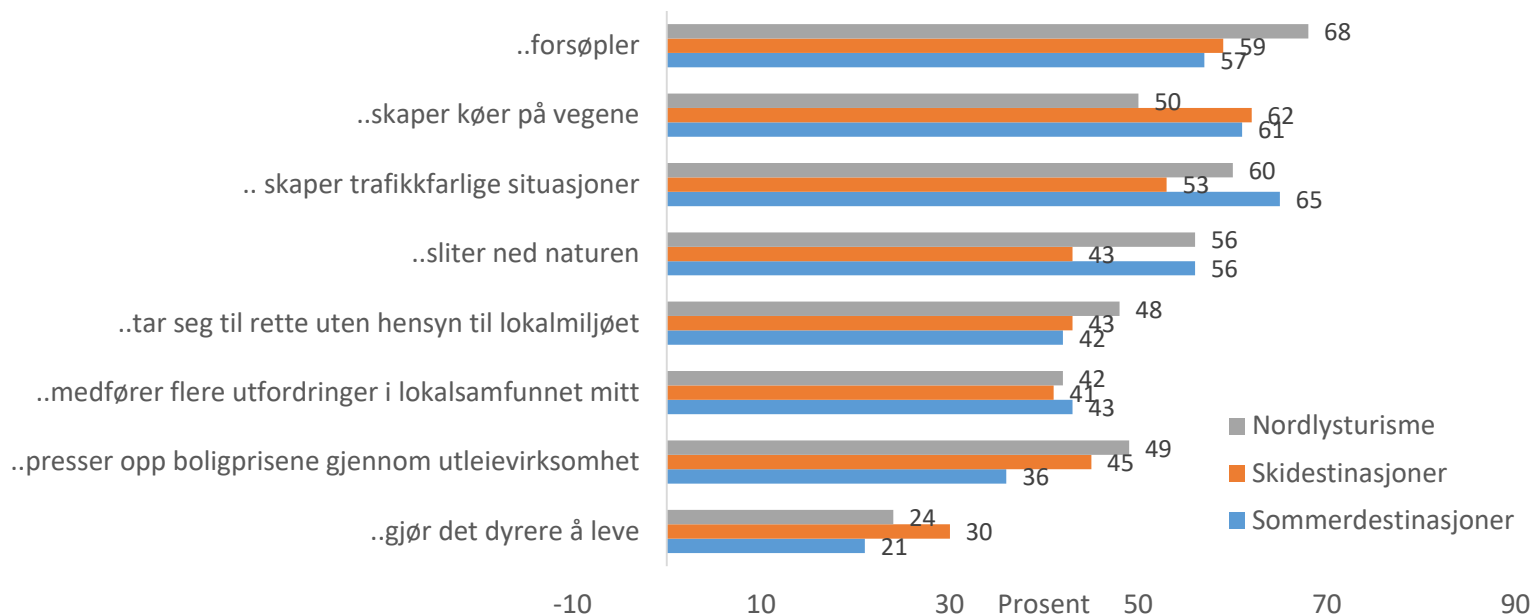
Også vurderingene av turismens negative sider er stabile og entydige:

- Andelen av befolkningen som støtter de negative vurderingene er gjennomgående lavere enn andelen som støtter de positive.
- Halvparten viser til forsøplingsutfordringer. Noe færre (tre-fire av ti) vektlegger utfordringer knyttet til trafikkø og trafikkfarlige situasjoner, samt slitasje på naturen. Ennå færre (to av ti) viser til at turistene tar seg til rette eller presser opp lokale boligpriser. De færreste (en-to av ti) mener turismen bidrar til økte levekostnader.
- Generelt opplever de færreste (to av ti) at turistene påfører lokalsamfunnet utfordringer i sin alminnelighet (mot seks av ti som mener de skaper vekst og utvikling).
- Vurderingene er stort sett stabile siden 2018, samtidig som forsøplingsutfordringene nevnes i noe mindre utstrekning nå.

# Forsøpler, men øker ikke levekostnad i pressområdene

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om **utfordringer** ved turisme der du bor? Andel Helt-/Delvis enig.

Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlysturisme=607.



Vurderingene er relativt samstemte på tvers av pressområdene når det gjelder turismens utfordringer:

- Samtidig som utbredelsen av de respektive negative oppfatningene følger mønsteret i landet for øvrig, er andelen i pressområdene generelt høyere.
- Også i pressområdene oppleves forsøpling som den mest utbredte utfordringen, særlig for Nordlysturismen.
- Deretter følger de trafikale utfordringene og naturslitasje (fem-seks av ti). Fire-fem av ti viser til at turistene tar seg til rette eller presser opp lokale boligpriser. De færreste (to-tre av ti) viser til økt lokalt kostnadsnivå.
- Fire av ti hevder at turismen medfører flere utfordringer i lokalsamfunnet (mot to av ti i landet for øvrig, og mot seks av ti i pressområdene som mener turismen bidrar til vekst og utvikling).

# Miljøavtrykk og lite hensyn

## Er det andre ulemper ved turisme der du bor, kan du skrive dem her - utdrag.

For komplett liste – se Vedlegg 3.

6600 fastboende og 50000 turister krever at det er kapasitet i lokalsamfunnet til og hånd tere dette
Air-bnb har mange negative sider.
At bilturister vasker og henger opp klær i friluftsområder ved Prestvannet, Tromsøya
De kjører på vinterføre uten å beherske det. Det skaper farlige situasjoner, irritasjon og er ressurskrevende mtp bilberging.
de tar trafikale sjanser på vinterføre, er uten erfaring
Det drar med seg mye fest bråk, kriminalitet og ulovlige rusmidler .
Det er ikke godt nok lagt til rette for den store økningen i turisme, det opplever jeg som den største utfordringen. Det er fantastisk med turisme,men DT må tilrettelegges med skilting, toaletter, åpningstider, o.s.v.
Fisker all fisken i havet og fiskevann.
Fuller mennesker - stavkroa
Gi bedre informasjon om lokale forhold
Gir ikke slipp på OL i 94 nostalgien. Stagnerer og lever i fortiden.
Har problemer med bussturister på grunn av toaletter, WC.
Jakt og fiske blir dyrere
Konflikt mellom grunneiere og turister når det gjelder dyr på beite.
Krever større utgifter til infrastruktur (vann/kloakk)
Lege andre kommunale tjenester presses
Miljøavtrykk som følge av fly og cruiseturismen
noen "gratisbesøkende", som forbruker/sliter på naturen, uten å legge igjen penger
Nordlysturister går inn på lokalbefolkningens eiendommer for å bruke toaletter, (eller gå bak en busk ) og de legger igjen søppel.
Når store cruiseskip kommer til Svalbard så blir det for mange turister i byen på en gang. Siden de har alt inkludert så legger de ikke igjen så mye penger heller. De forstyrrer også dyrelivet ved å følge etter isbjørn og hval.
Presser ut lokalbefolkningen fra eks. Restauranter og andre kulturelle tilbud. Turistene fyller opp flyene og gjør det vanskeligere for lokalbefolkningen å reise.
Respekterer ikke fastboendes eoendommer. Trækker inn i hager.
Slitasje på naturen og behovet for å ta i bruk nye arealer og hitil lite brukte områder som dermed blir belastet og/eller gjort mindre attraktive el tilgjengelig for lokalbefolkninga.
Tap av trygghet i lokalmiljøet Økt kriminalitet
tar ikke hensyn til regler vedrørende norske nasjonalparker
Ukontrollert utbygging.
ØdelAgt natur
Ødeleggende for ett sårbart arktisk miljø vi bor i.



# Turismen gir både fordeler og ulemper

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om *fordeler / utfordringer* ved turisme der du bor? Antall Helt-/Delvis enig i positive/negative vurderinger.\*

De positive erfaringene er, som vi har sett, noe mer utbredt enn de negative:

- I gjennomsnitt opplever hele befolkningen 4,8 av de 9 fordelene og 2,1 av de 8 ulempene i 2019.
- Skidestinasjonene rapporterer flest fordeler (6,2), sommerdestinasjonene færrest (5,0). Sommer- og Nordlysdestinasjonene rapporterer like mange negative forhold (3,9-4,0) litt flere enn Skidestinasjonene (3,7).
- Regionalt erfarer befolkningen på Sørkysten og i Østlandsregionen noe flere fordeler (4,9-5,2) enn befolkningen ellers i landet (4,4-4,9). Nord Norge, Sørkysten og Fjordfylkene rapporterer noe flere utfordringer (2,5-2,6)

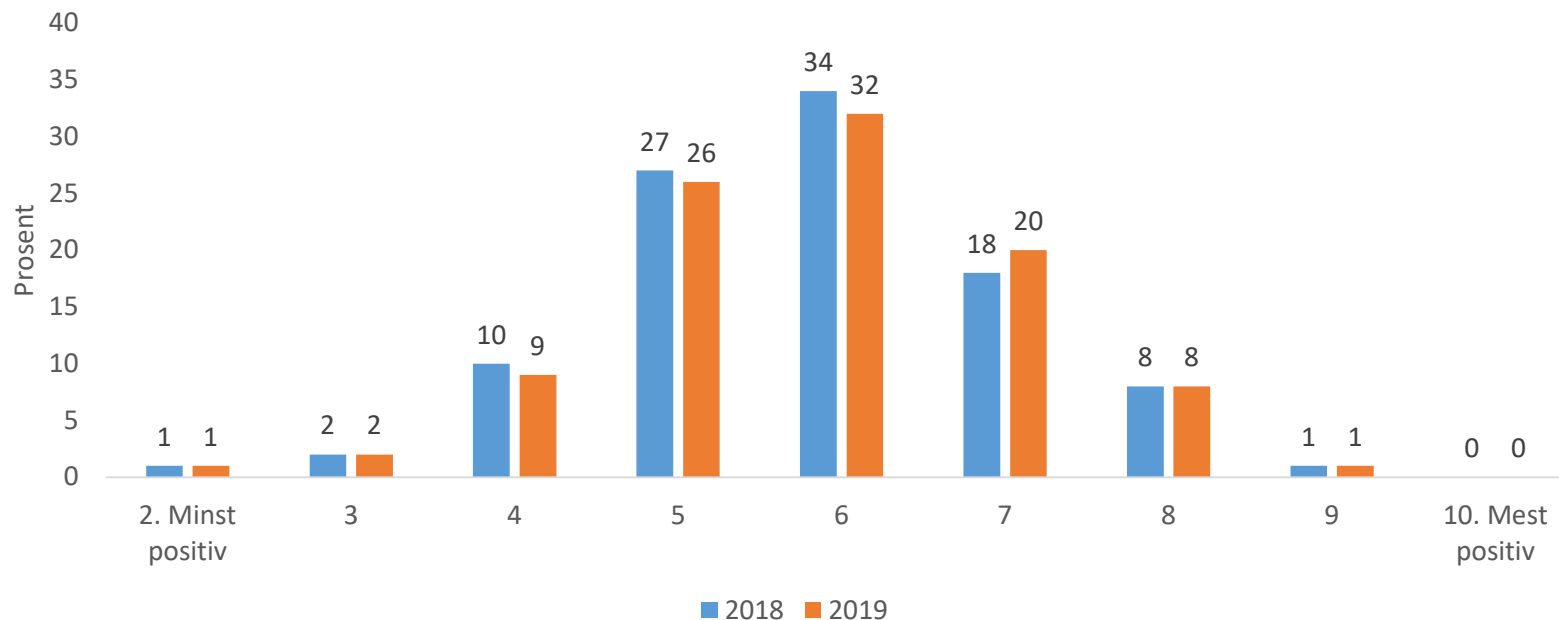
\* Tabellen viser antall positive og negative opplevelser man har med turisme der man bor, i betydningen antall vurderinger man sier seg «helt- eller delvis» enig i, blant de 8 positive og 9 negative beskrivelsene henholdsvis.

	2018		2019	
	Positive forhold	Negative forhold	Positive forhold	Negative forhold
Landet	4,6	2,1	4,8	2,1
Sommerdestinasjoner	5,0	3,9		
Skidestinasjoner			6,2	3,7
Nordlysdestinasjoner			5,3	4,0
<b>Region (landet):</b>				
Oslo/Akershus	4,5	2,0	5,2	1,7
Rest Østland	4,3	1,9	4,9	1,8
Sørkysten	5,6	2,4	5,2	2,5
Fjordfylkene	4,3	2,6	4,4	2,5
Trøndelag	4,4	1,8	4,6	2,1
Nord-Norge	5,1	2,9	4,8	2,6
<b>Total</b>	<b>4,6</b>	<b>2,3</b>	<b>4,8</b>	<b>2,1</b>
<b>n</b>	<b>1606</b>	<b>1606</b>	<b>1089</b>	<b>1089</b>
n landet		1002		1089
n Sommrdestinasjoner		604		
n Skidestinasjoner				607
n Nordlysdestinasjoner				419

# De fleste er «nøytrale» i vurderingen av turismen

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om *fordeler / utfordringer* ved turisme der du bor? Indeks.<sup>1</sup>

Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.



Når alle vurderinger av turismens fordeler og ulemper vurderes samlet, inntar de fleste en nøytral posisjon:

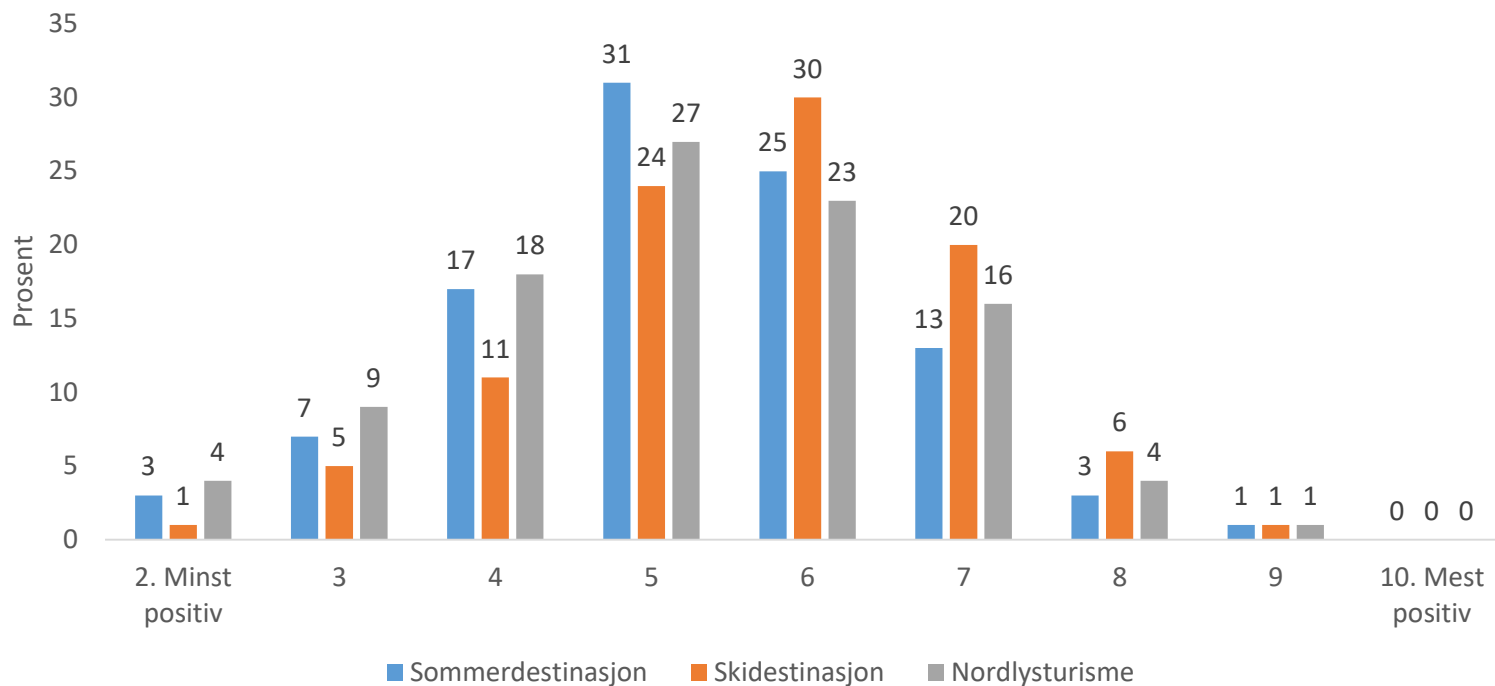
- Tre av ti plasserer seg i midtkategorien (score 6), mens kategoriene 5-7 samlet sett dekker åtte av ti.
- Vurderingene er de samme nå som i 2018, eventuelt med svak forskyvning mot den negative siden.

<sup>1</sup> Indeksen er konstruert ved å addere positive og negative vurderinger henholdsvis og dividere med antall vurderinger (skala 1-5). Deretter er de to holdningssettene addert (skala 2-10). Personer som ikke tar stilling (Vet ikke) er plassert i midtkategorien.

# Sommerdestinasjonene har flest skeptikere

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn om *fordeler / utfordringer* ved turisme der du bor? Indeks.<sup>1</sup>

Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlysturasjoner=607.



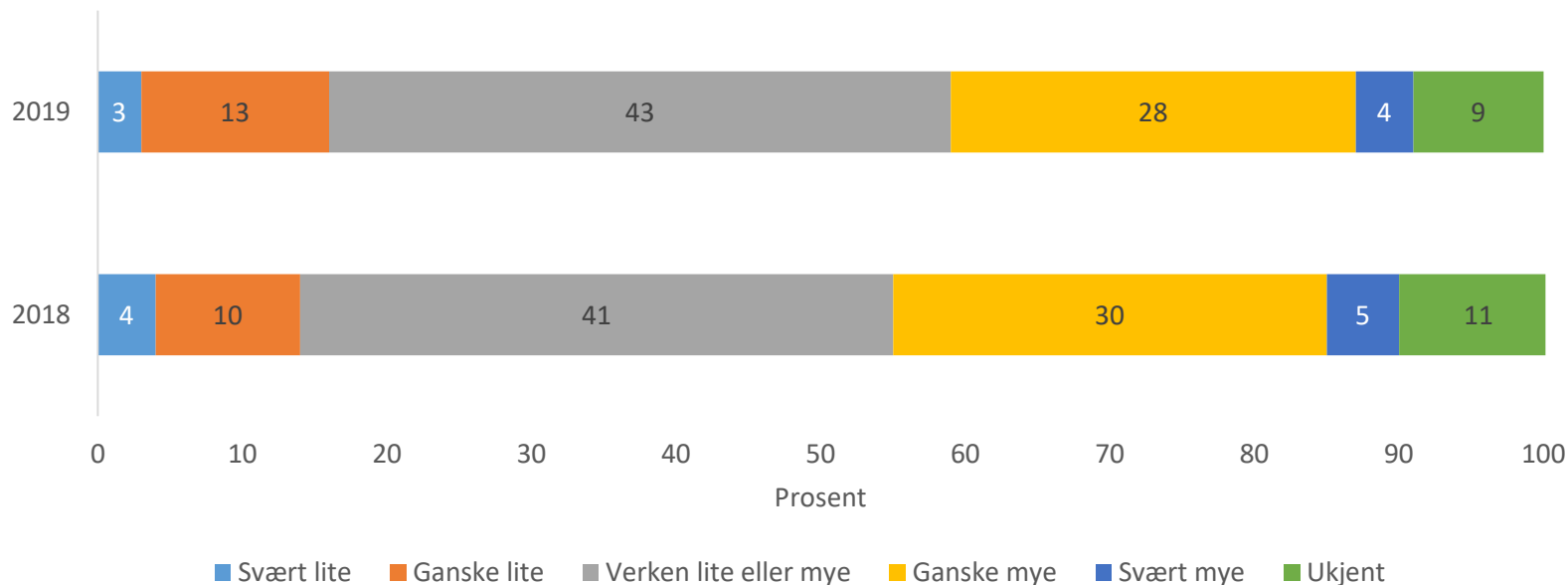
Også i pressområdene plasserer de fleste seg inn mot vurderingskalaens sentrum:

- Tyngdepunktet i pressområdene ligger imidlertid noe til venstre for landsgjennomsnittet og reflekterer at man i pressområdene ser noe flere ulemper med turismen enn ellers i landet.
- Det er særlig sommerdestinasjonene som peker seg ut i med flest skeptikere, mens skidestinasjonene har noe flere positive..

<sup>1</sup> Indeksen er konstruert ved å addere positive og negative vurderinger henholdsvis og dividere med antall vurderinger (skala 1-5). Deretter er de to holdningssettene addert (skala 2-10).

# Delte meninger om bærekraft

Alt i alt, hvor bærekraftig opplever du at turismen er der du bor? (Med bærekraftig mener vi evnen til å ta vare på natur, miljø, kulturarv og befolkning)? Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.

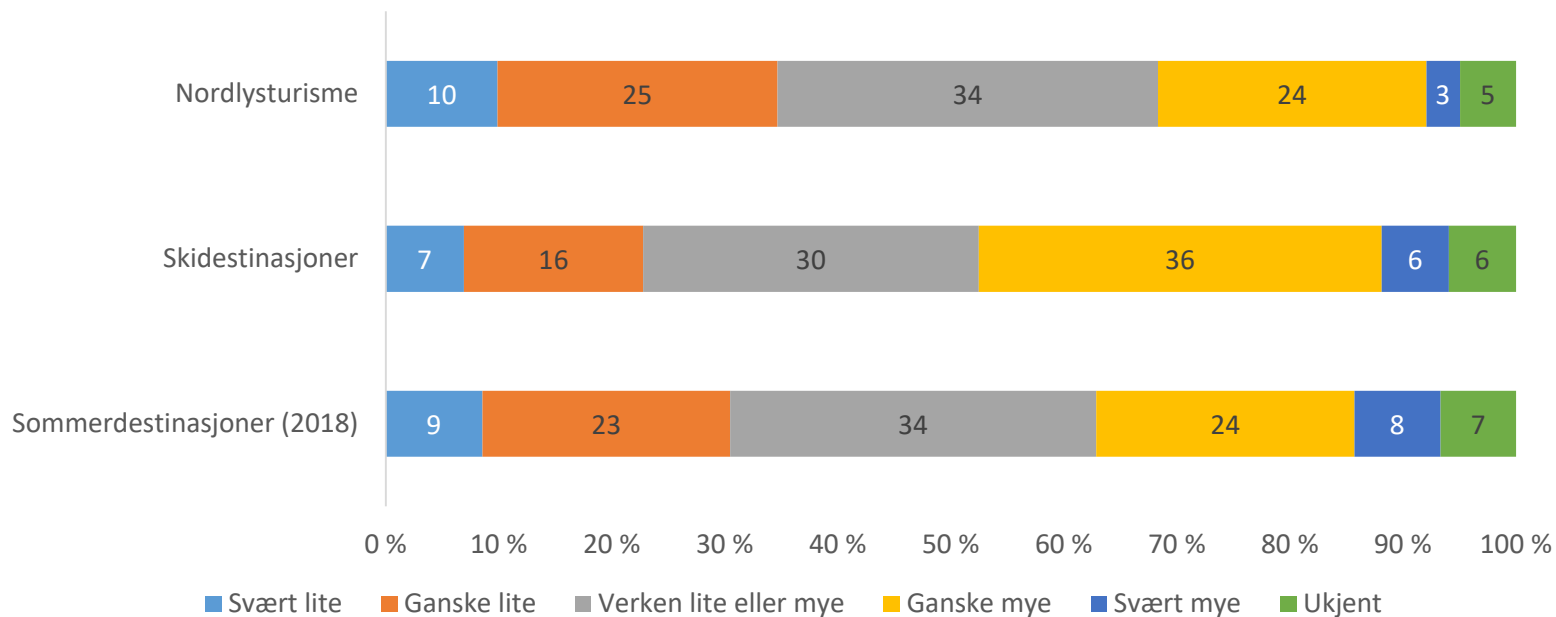


Befolkningen har ulike vurderinger av turismens bærekraft:

- De fleste (fire av ti) vurderer bærekraften som verken stor eller liten. Andelen som tillegger den stor bærekraft er imidlertid dobbelt så stor (tre-fire av ti) som andelen som tillegger den liten bærekraft (én-to av ti). En av ti tar ikke stilling (Ukjent).
- Vurderingene er de samme nå som i 2018.

# Samme bærekraft på tvers av pressområdene

Alt i alt, hvor bærekraftig opplever du at turismen er der du bor? (Med bærekraftig mener vi evnen til å ta vare på natur, miljø, kulturarv og befolkning)? Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlystinasjoner=607.



Vurderingen av turismens bærekraft er relativt lik på tvers av pressområdene

- Befolkningen i pressområdene er, samlet sett, noe mer skeptiske, enn befolkningen ellers i landet.
- Den fordeler seg i to-tre leire på tvers av destinasjonene: Tre av ti mener bærekraften verken er høy eller lav. Omtrent like mange (to-fire av ti) mener den er høy, mens to-tre av ti mener den er lav. Befolkningen ved Skidestinasjonene fremstår som noe mer positiv, tilsvarende deres generelt mere positive innstilling til turismen, men variasjonene mellom destinasjonene er små.



Norge

3

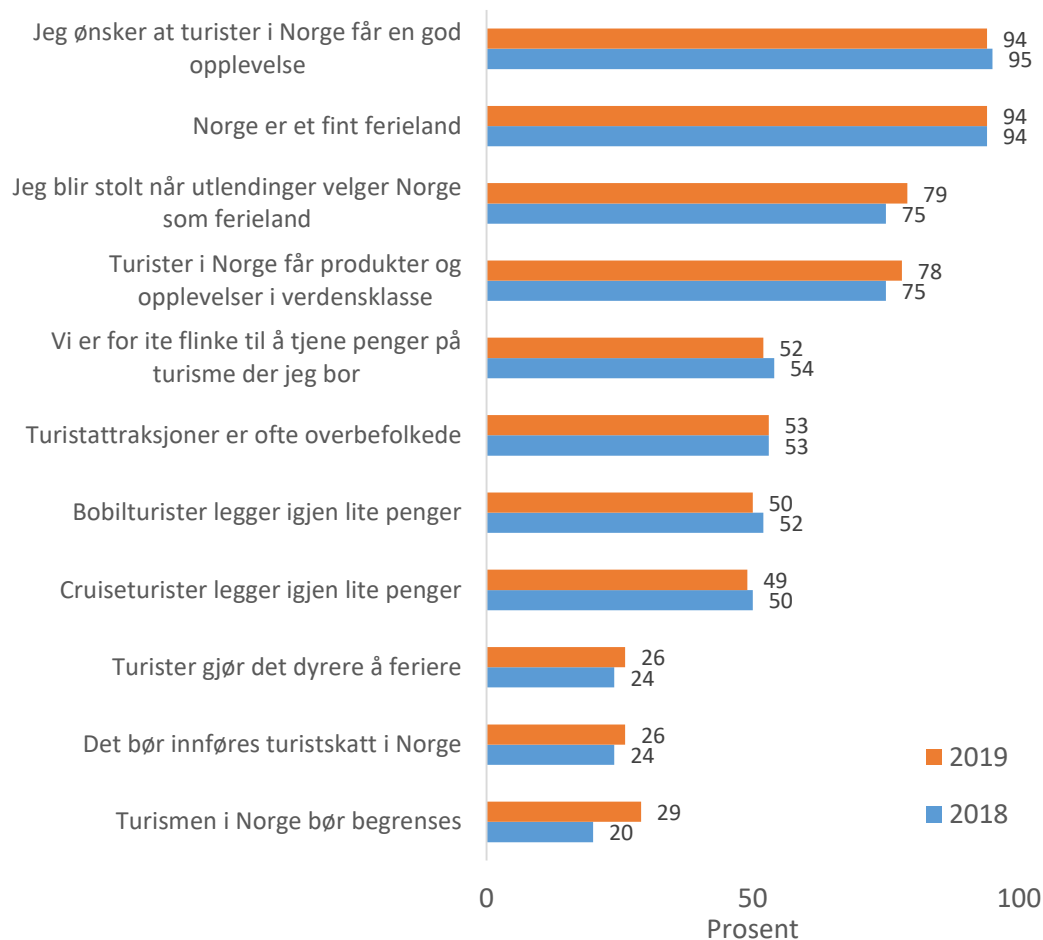
TURISTDESTINASJONEN NORGE

# Turistene velkomne – gir begrenset bidrag

Hvor enig eller uenig er du i de følgende utsagnene? Andel Helt-/Delvis enig. Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.

Når befolkningen anmodes om å vurdere ulike generelle sider ved turismen i Norge, er holdningene stabile og entydige:

- Turistene er velkomne: Ni av ti ønsker turistene en god opplevelse. Nesten like mange (åtte av ti) er stolte over å tilby turistene Norge som destinasjon.
- Norge leverer høy kvalitet: Ni av ti mener vi tilbyr et fint ferieland, mens åtte av ti vil hevde at leveransen er i verdensklasse.
- Avkastningen bør økes: Halvparten hevder at vi er for lite flinke til å tjene penger på turismen generelt, og fra bobil- og cruiseturister spesielt (dvs. halvparten er ikke av denne oppfatningen). Turistskatt er imidlertid ikke den anbefalte måten - støttes blant to-tre av ti.
- Ikke alle turismens sider er positive: Halvparten viser til overbefolkede turistattraksjoner. Samtidig vil de fleste motsette seg at turismen gjør det dyrere å feriere i Norge, generelt sett.
- Turismen har bred støtte: Syv-åtte av ti er uenige i at turismen bør begrenses.
- Vurderingene er de samme nå som i 2018.

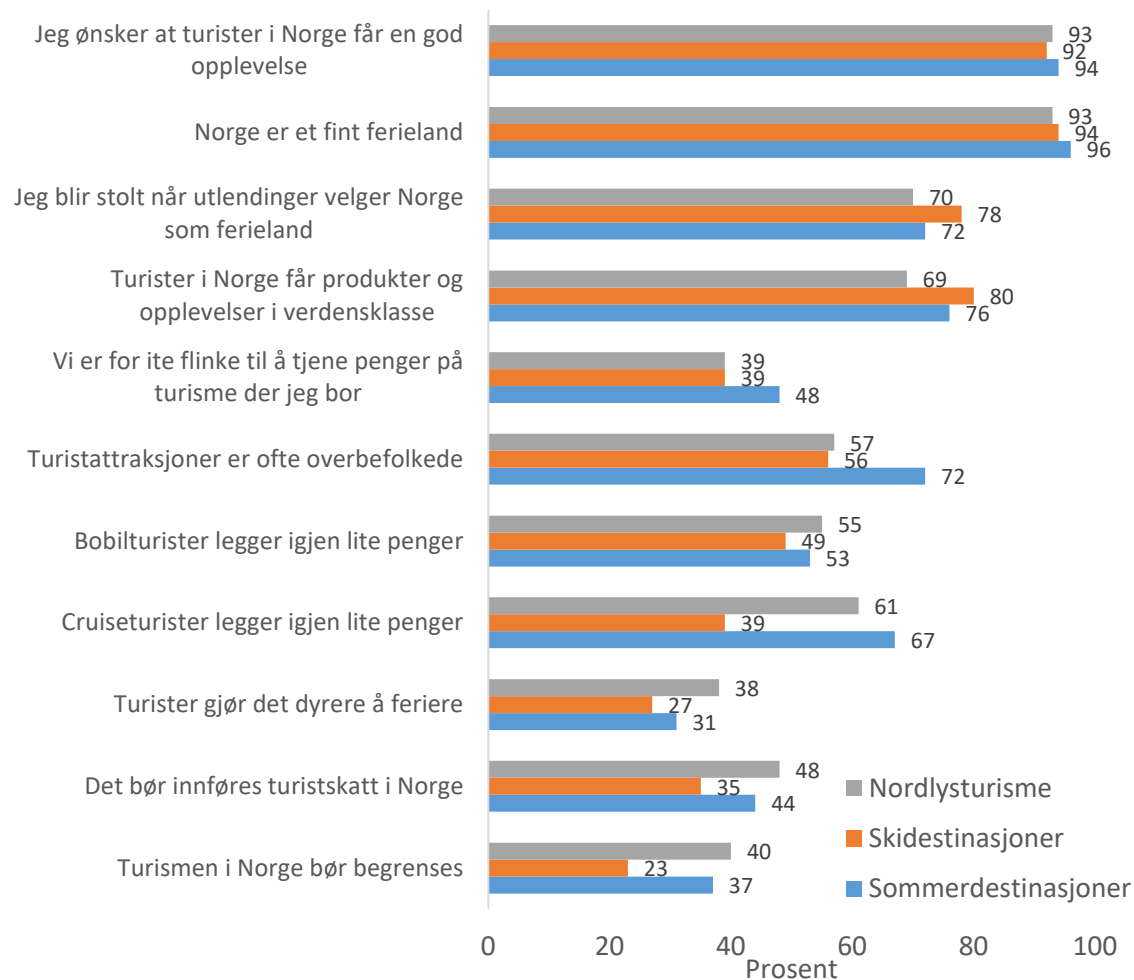


# Litt ulike erfaringer i pressområdene

**Hvor enig eller uenig er du i de følgende utsagnene?** Andel Helt-/Delvis enig. Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlystinasjoner=607.

Vurderingene på tvers av pressområdene er relativt samstemte, når det gjelder turismens fordeler og ulemper, og speiler befolkningen forøvrig:

- De aller fleste ønsker turistene velkomne, og mener vi tilbyr opplevelser av høy klasse.
- Flertallet mener man tjener penger på turismen generelt sett, samtidig som om lag halvparten mener dette ikke gjelder cruise- og bobilturismen.
- Seks –syv av ti mener attraksjonene er overbefolkede. Omlag tre-fire av ti mener turismen gjør det dyrere å feriere, og at turismen bør begrenses – og skattlegges.
- Sammenliknet med landet for øvrig (forrige side), deles vurderingene av Norges kvaliteter som turistdestinasjon. Andelen som mener man tjener for lite penger på turismen er noe lavere, samtidig som noe flere mener at cruise- og bobilturister legger igjen lite penger. Noe flere er også tilhengere av turistskatt og av generell turistbegrensning. Disse betraktningene gjelder da særlig for nordlys- og sommerdestinasjonene.





# To grunnleggende oppfatninger av turismen

Hvor enig eller uenig er du i de følgende utsagnene? Faktoranalyse, faktorscorer varimax rotasjon, n= 1 089.

	Turismen i praksis	Merkevaren Norge
Turistattraksjoner/turistattraksjoner er ofte overbefolkede	<b>0,67</b>	-0,08
Jeg ønsker at turister i Norge får en god opplevelse	0,12	<b>0,70</b>
Norge er et fint ferieland	-0,05	<b>0,78</b>
Vi er for lite flinke til å tjene penger på turisme der jeg bor	<b>-0,21</b>	-0,11
Turister i Norge får produkter og opplevelser i verdensklasse	-0,18	<b>0,67</b>
Cruiseturister legger igjen lite penger	<b>0,44</b>	0,11
Jeg blir stolt når utlendinger velger Norge som ferieland	0,28	<b>0,71</b>
Det bør innføre turistskatt i Norge	<b>0,64</b>	0,03
Turismen i Norge bør begrenses	<b>0,76</b>	0,25
Bobilturister legger igjen lite penger	<b>0,46</b>	0,03
Turister gjør det dyrere å feriere	<b>0,68</b>	0,11
Eigenverdi	2,9	1,9
% forklart varians	26	17

<sup>1</sup> Faktoranalysen søker (som ovenfor) systematiske variasjoner i utsagnene: hvorvidt man er gjennomgående «positiv» eller «negativ» i vurderingene. Faktorscorene viser den enkelte egenskapens tilknytning til dimensjonen, og nyttes til å tolke dimensjonens innhold.

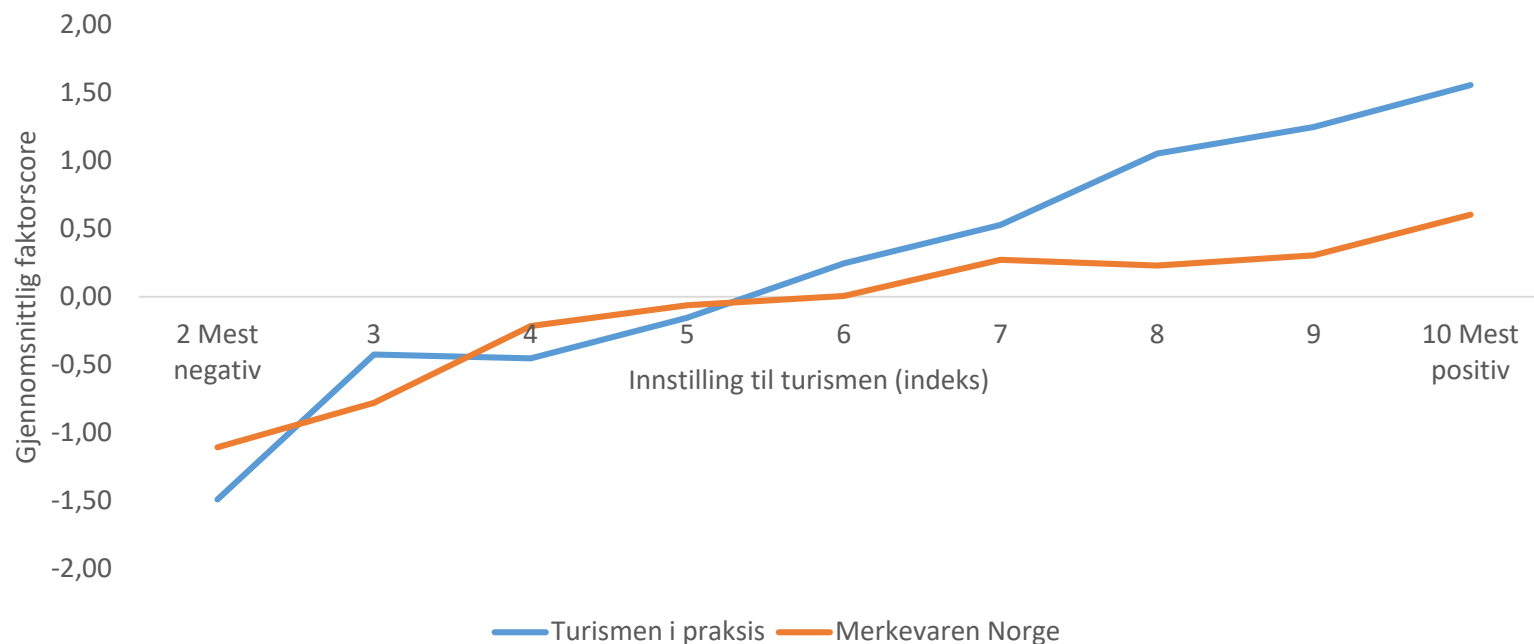
Når vurderingene betraktes samlet, antydes to underliggende dimensjoner:<sup>1</sup>

- Den første, som forklarer 26% av variasjonene, kaller vi «Turismen i praksis»; Denne knyttes til vurderingene av overbefolkede turistattraksjoner, turismens inntjening, konsekvenser for lokalt kostnadsnivå og ønske om beskatning.
- Den andre dimensjonen knyttes til «merkevaren Norge» (17 % forklart varians): Ønsket om å gi turistene en god opplevelse, vurderingen av Norge som turistdestinasjon og stolthet over produktet som leveres.
- Det er da først og fremst «turismen i praksis» som skaper variasjon, og som skiller mellom pressområdene og landet forøvrig. «Merkevaren Norge» står unisont og like sterkt i- som utenfor pressområdene (ikke vist).
- Holdningsmønsteret er gjennomgående det samme som i 2018.

# Turismen i praksis skaper motsetningene

## Vurdering av turisme i praksis og merkevaren Norge etter innstilling til turisme (indeks) 2019.

Gjennomsnitt faktorscore, n 2019=1 089.



De to dimensjonene knyttes på litt ulik måte til vurderingen av turismens positive og negative sider:

- Det er særlig «Turismen i praksis» som skiller mellom de mest positive og negative til turisme i sin alminnelighet.
- «Merkevaren Norge», som de fleste støtter opp om, er i mindre utstrekning knyttet vurderingen av innstillingen til turisme.



Innovasjon  
Norge

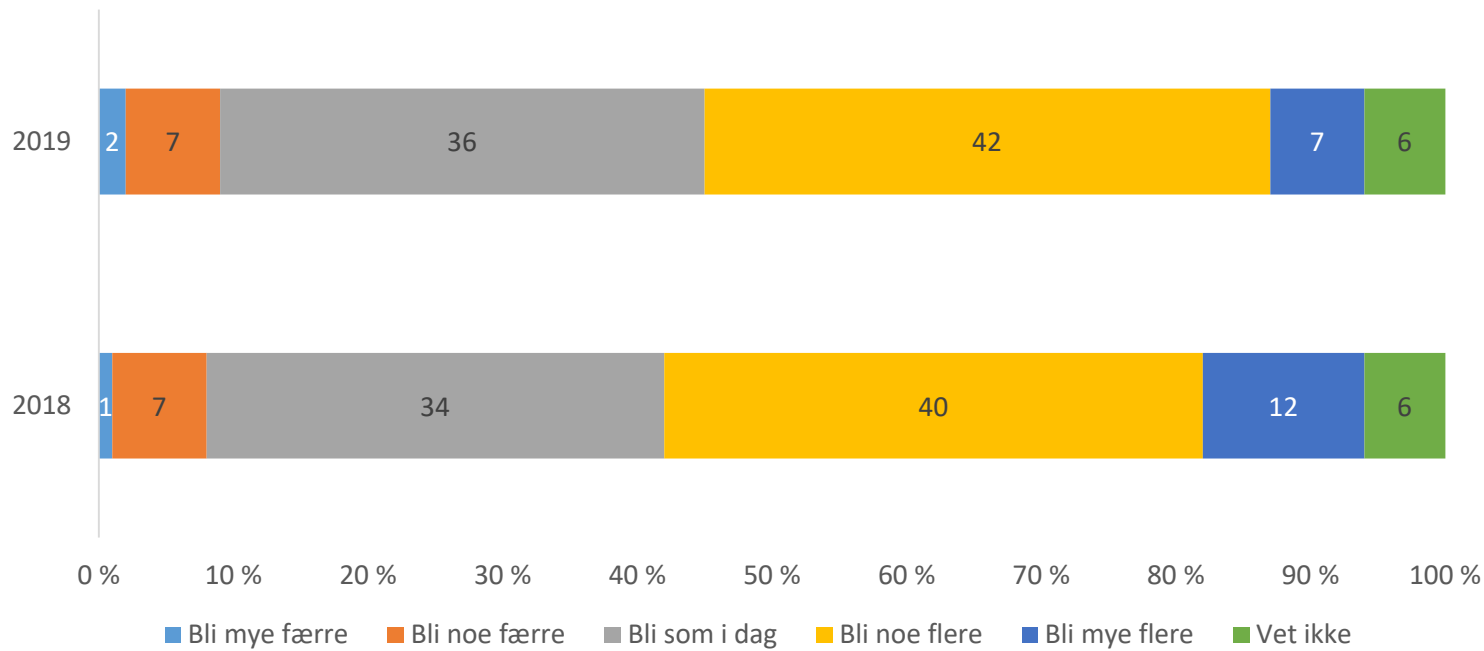
4

FREMTIDIG TURISME

KANTAR

# Flere ønsker vekst enn reduksjon

Når du ser fremover i tid, hvordan ønsker du at antall turister skal utvikle seg der du bor? Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089



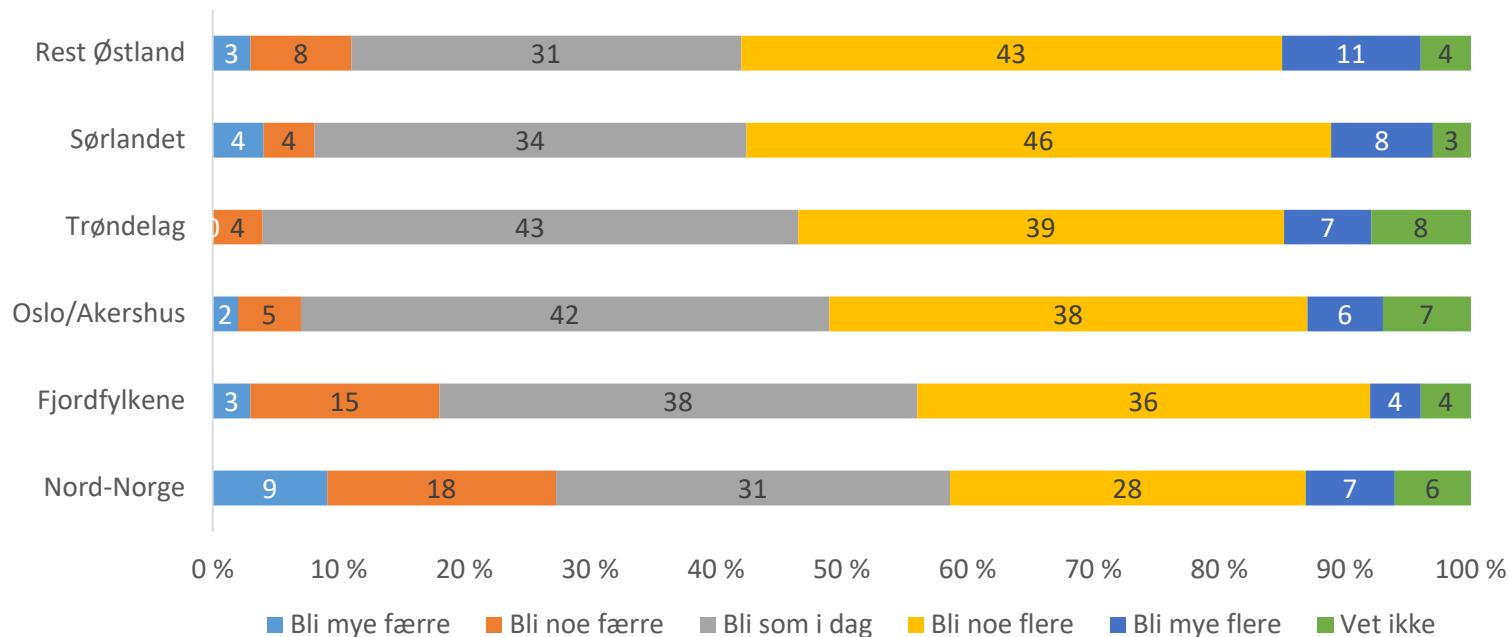
De fleste ønsker stabilitet, eller noe økning, i turismen:

- Flere ønsker vekst enn reduksjon. Tre-fire av ti vil stabilisere turismen på dagens nivå, mens fire ønsker noe økning. En av ti ønsker henholdsvis (stor eller noen) reduksjon, eller vekst henholdsvis. De færreste (én-to av hundre) ønsker sterk reduksjon.
- Situasjonsbildet er stort sett det samme nå, som i 2018..

# Ønsker flere i Sør og Øst – færre i Vest og Nord

Når du ser fremover i tid, hvordan ønsker du at antall turister skal utvikle seg der du bor?

Prosent, n 2019=1 089.

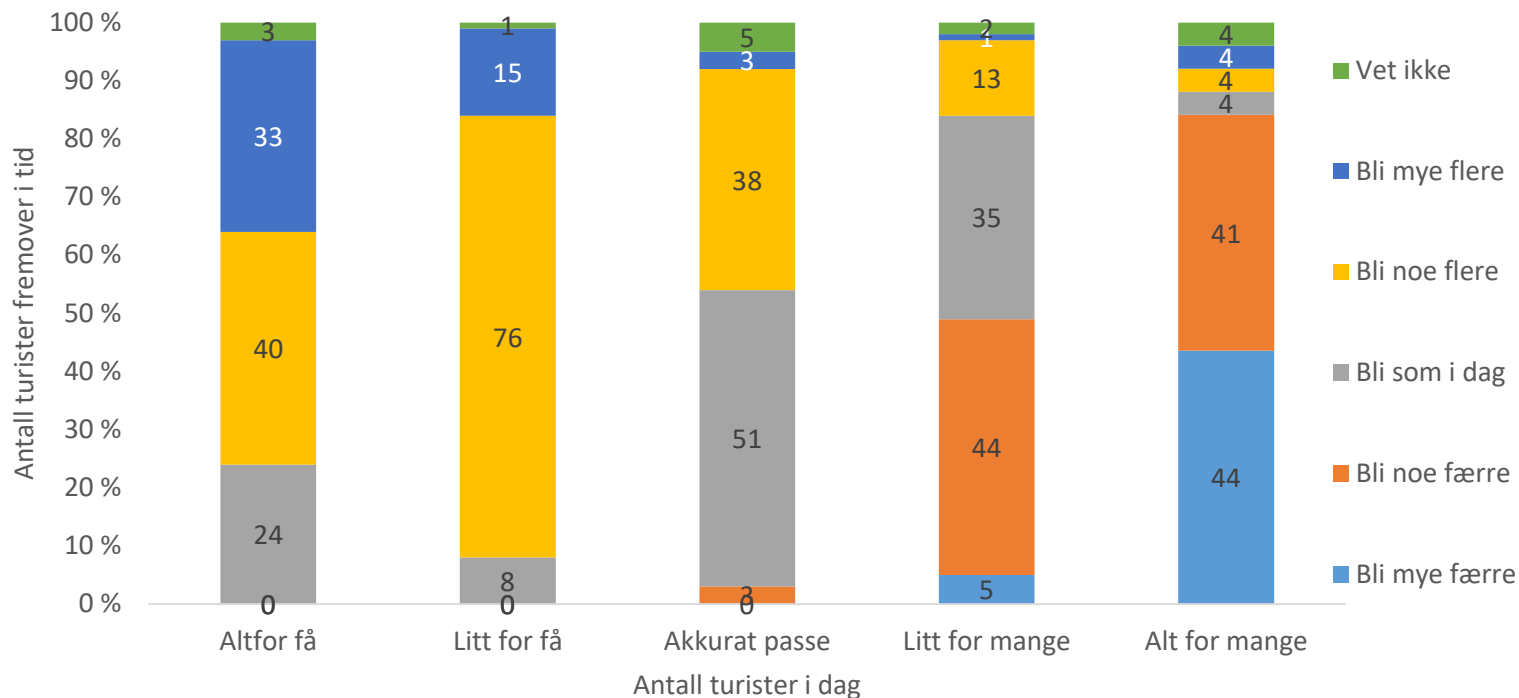


Ønsket om stabilitet, eller noe økning i turismen, gjelder stort sett på tvers av landet:

- Andelen som ønsker flere turister er høyest i Østlandsregionen utenom Oslo/Akershus samt på Sørlandet (halvparten eller flere ønsker vekst). Trøndelag og Oslo/Akershus følger hakk i hæl (fire-fem av ti ønsker vekst). Én av ti, eller færre, i disse landsdelene ønsker reduksjon
- Situasjonen endres når vi går til Fjordfylkene og til de nordligste landsdelene: Her ønsker tre-fire av ti vekst mens to-tre av ti ønsker reduksjon.

# Fremtiden speiler fortiden

Hvordan vurderer du antallet turister i dag der du bor? Når du ser fremover i tid, hvordan ønsker du at antall turister skal utvikle seg der du bor? Prosent, n 2019=1089.



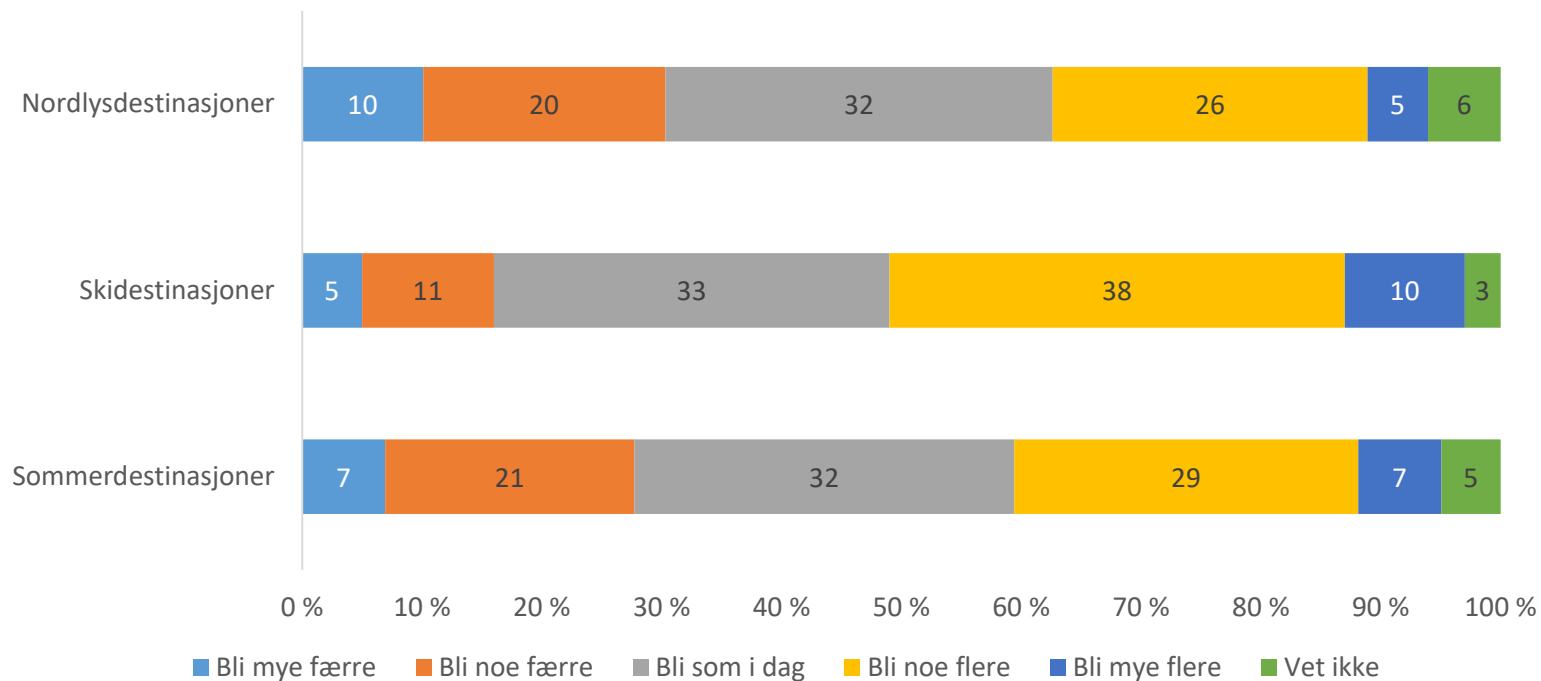
Fremtiden betraktes naturlig nok i lys av nåtiden:

- Blant dem som opplever at antall turister i dag er alt for lite, sier åtte av ti at de ønsker flere, tre-fire vil si *mye* flere, turister.
- Blant dem som i dag synes det er alt for mange turister, ønsker åtte et mindre antall i fremtiden – fire-fem av ti et mye mindre antall.
- Mønsteret er det samme som i 2018 (ikke vist)

# Variierende vekstambisjoner i pressområdene

Når du ser fremover i tid, hvordan ønsker du at antall turister skal utvikle seg der du bor?

Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlysdestinasjoner=607.

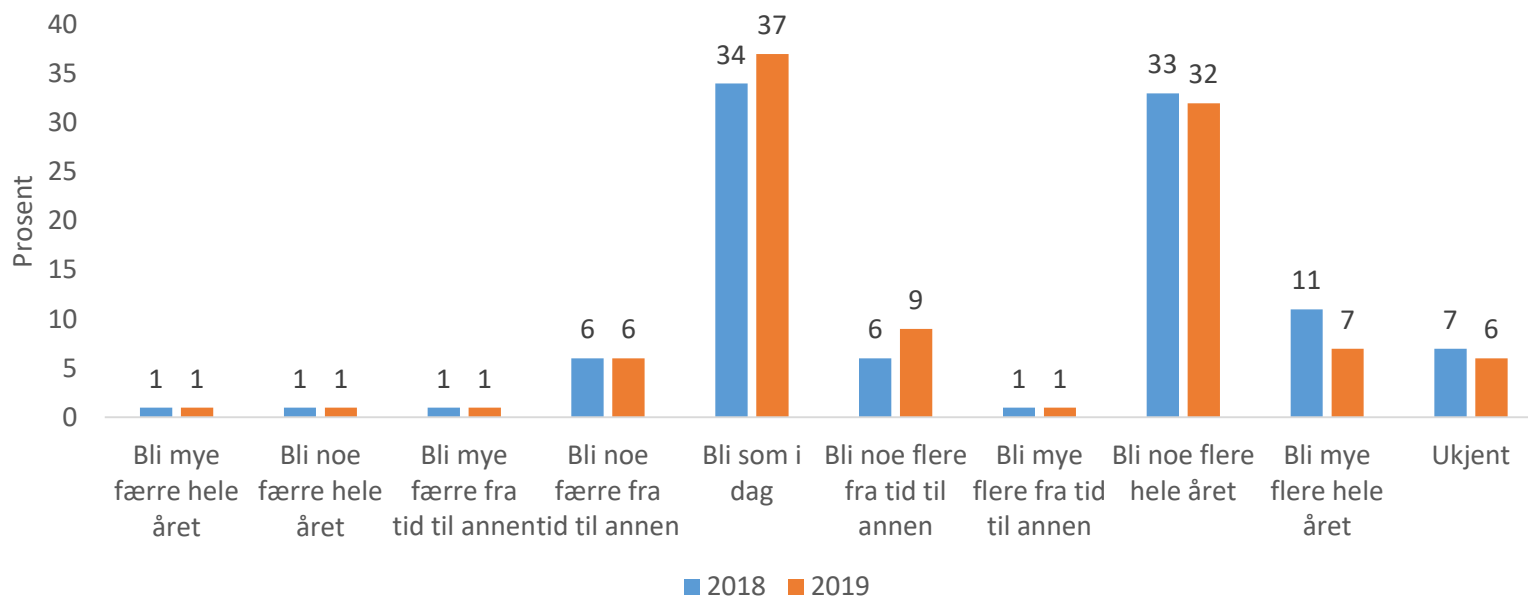


Befolkningen i pressområdene deler seg i tre kategorier, på tvers av destinasjonene:

- To-tre av ti ønsker reduksjon, tre av ti ønsker stabilitet mens tre-fem av ti ønsker vekst.
- Vekstambisjonene er noe mer utbredte ved Skidestinasjonene, enn i de andre to pressområdene.
- Sammenliknet med landet for øvrig, er andelen som ønsker reduksjon om lag tre ganger så høy i pressområdene, på bekostning av andelen som ønsker stabilisering. Andelen som ønsker stabilisering er den samme.

# Ønsker noe flere turister hele året

*Du ønsker at det skal bli flere/færre turister der du bor: Mener du da hele året, eller fra tid til annen (f.eks. i turist-sesongen)?*<sup>1</sup> Prosent, n 2018=1 002 , n 2019=1 089.



Ønsket om turistvekst tas ut i moderat vekst over hele året:

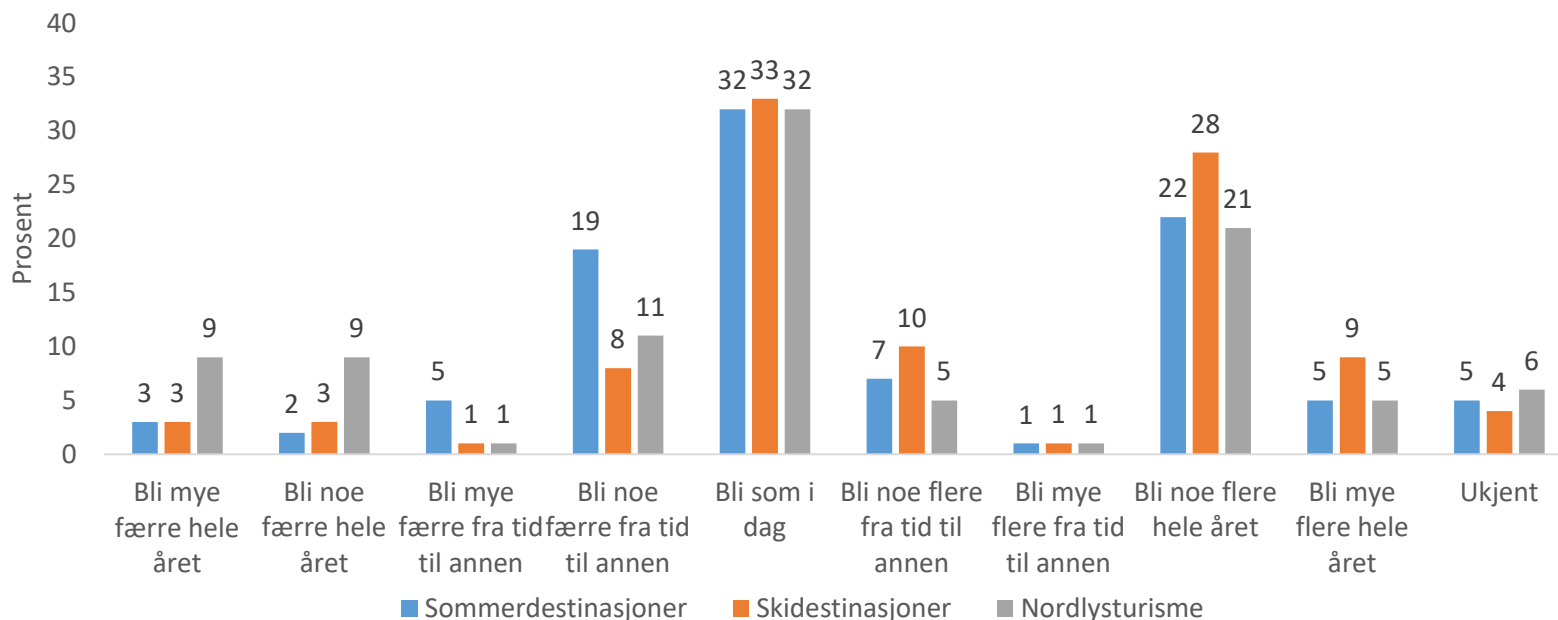
- Når fem-seks av ti ønsker vekst, gjelder dette for de fleste (tre) i «noen grad» og over «hele året». I tillegg ønsker én av ti «noe flere, fra tid til annen», eller «mye flere hele året», henholdsvis.
- Og når én av ti ønsker reduksjon, betyr dette for de fleste «noe færre fra tid til annen».
- Vurderingen er stort sett stabil det siste året.

<sup>1</sup> Spørsmålet er stilt til dem som ønsker flere eller færre turister i fremtiden.



# Pressområdene ønsker også noe flere turister hele året

*Du ønsker at det skal bli flere/færre turister der du bor: Mener du da hele året, eller fra tid til annen (f.eks. i turist-sesongen)?*<sup>1</sup> Prosent, n Sommerdestinasjoner=604, n Skidestinasjoner=419, n Nordlysturisme=607.



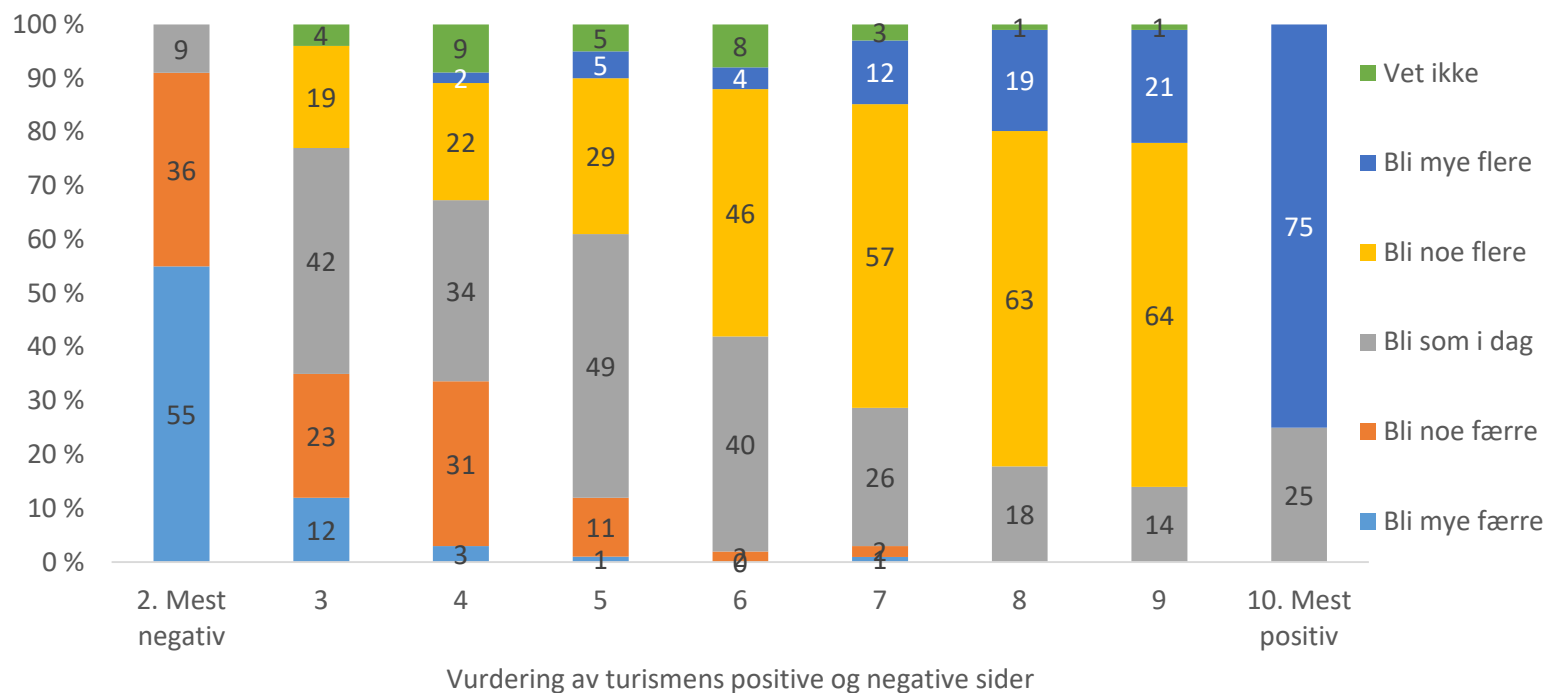
Vurderingen av fremtiden i pressområdene er noe mer variert, enn i landet forøvrig:

- Tre av ti ønsker at volumet stabiliseres på dagens nivå (om lag som for hele landet). Blant de tre-fem som ønsker flere turister, gjelder dette også i pressområdene for de fleste (to-tre av ti) «noe flere, hele året». I underkant av én av ti ønsker mye flere hele året, eller noe flere fra tid til annen, henholdsvis.
- Blant de to-tre av ti som ønsker færre turister, gjelder dette særlig «noe færre, fra tid til annen», men dels også uavhengig av volum og tid.
- Vurderingene er ganske samstemte på tvers av destinasjonene.

<sup>1</sup> Spørsmålet er stilt til dem som ønsker flere eller færre turister i fremtiden.

# Erfaringene styrer retningen

Vurdering av utviklingen i antall turister etter vurderingen av turismens praksis /indeks)<sup>1</sup>. Prosent, n 2019=1 089.



Fremtidsønskene speiler naturlig nok erfaringene med dagens turisme:

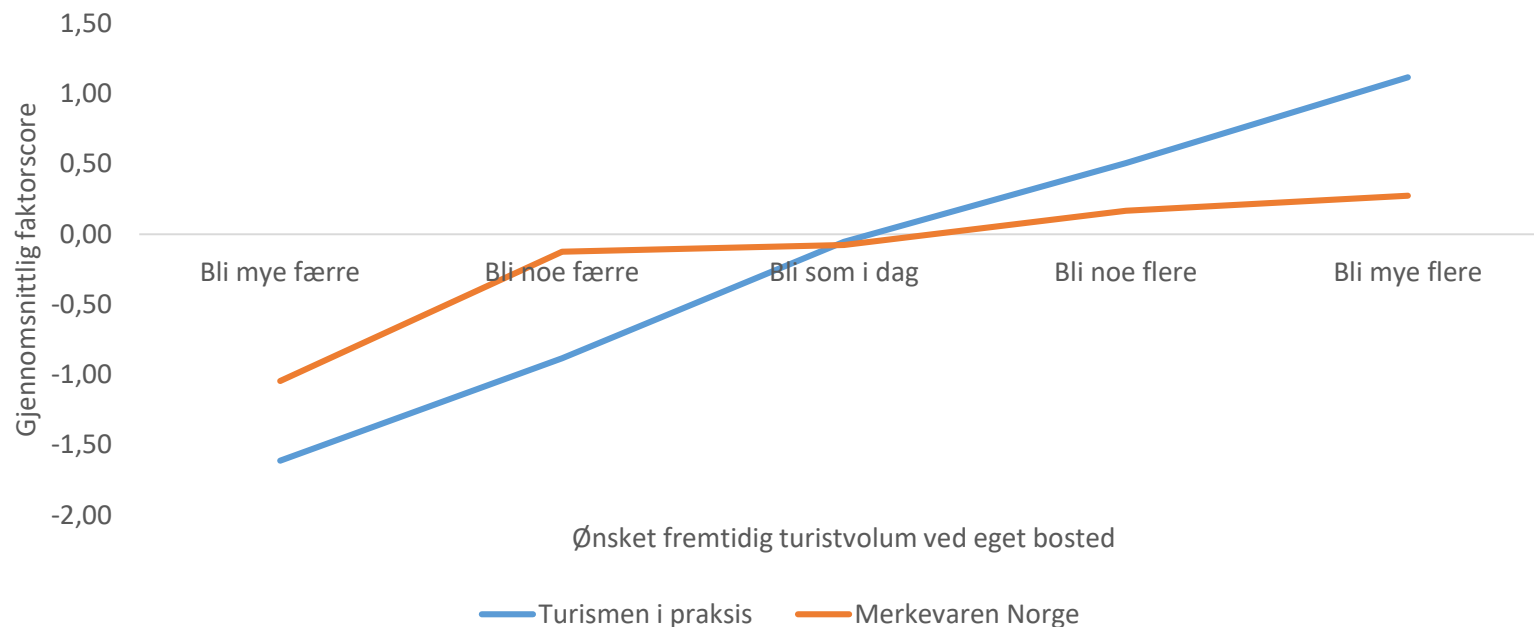
- Blant de (få) mest negative, i henhold til dagens erfaringer, ønsker ni av ti at antallet turister reduseres, samtidig som seks av disse ønsker vesentlig færre turister. Blant de mest positive, sier åtte av ti at de ønsker flere turister – syv-åtte av ti sier «nye flere».
- Det vil si – ønsket om reduksjon er stort sett avgrenset til de generelt sett aller mest negative til turismen i sin alminnelighet.

<sup>1</sup> Indeks basert på vurdering av positive og negative sider ved turismen - kapittel 3.

# Turismens praktiske sider styrer behov

Vurdering av turisme i praksis og merkevaren Norge etter vurdering av fremtidig turistvolum, 2019.

Gjennomsnitt faktorscore, n 2019=1 089.



Det er igjen særlig oppfatningen av turismens praktiske sider som styrer vurderingene:

- Personer som mener turistvolumet bør reduseres mye, er også de mest skeptiske til turismens konsekvenser.
- Vurderingen av merkevaren Norge skiller i noen grad på ytterpunktene, blant dem som men turismen bør økes eller begrenses mye, men ellers ikke.

Vedlegg 1

Om undersøkelsen

# Om undersøkelsen

## Målgruppe

Kartleggingen er rettet mot to målgrupper:

- Hele landets befolkning
- Befolkning i «pressområder» med høyt innslag av turisme.

## Utvalg

IN ønsker sesongbaserte utvalg bestående av om lag 1600 respondenter, fordelt med 1000 stykk på det landsdekkende utvalget og 600 på pressområdene. Utvalget er tilrettelagt i hovedsak via Kantars aksesspanel, supplert med SMS-invitasjoner i enkelte kommuner i pressområdene der paneldekningen er begrenset. Det landsdekkende utvalget skal være representativt for hele befolkningen over tid, mens utvalget i pressområdene vil speile vekselvis sommer- og vinterdestinasjoner.

Det *landsdekkende utvalget* er tilrettelagt som et ordinært befolkningsutvalg (Tabell V1a-b):

- Utvalget viser god spredning over hele landet, om lag tilsvarende befolkningsfordelingen, og tilsvarende fordelingen i 2018. Mindre avvik skyldes dels at utvalget for enkelte kommuner er lagt til pressområdene.
- Likeledes har det god spredning etter alder og kjønn. De yngste under 29 år er noe underrepresenterte til fordel for de eldste over 60 år. Kjønnssfordelingen tilsvarer befolkningen, og utvalgssammensetningen fra 2018 (se fjorårets rapport).

## Tabell V1b: Målgruppe og utvalg etter alder og kjønn – landsdekkende. Uvektet antall og prosent.

		Alder-kategorier				
Befolkning (N=4.121.920):		<29	30-44	45-59	60>	Total
Kjønn	Mann	10,6	13,3	13,2	13,4	50,5
	Kvinne	10,0	12,5	12,6	14,6	49,5
Total		20,6	25,8	25,8	28,0	100,0
Utvalg (n=1089):						
Kjønn	Mann	5,7	9,9	14,5	19,7	49,9
	Kvinne	7,6	10,3	12,9	19,3	50,1
Total		13,3	19,4	27,5	39,0	100,0

## Tabell V1a: Målgruppe og landsdekkende utvalg etter fylke.

Uvektet antall og prosent.

LANDSDEKKENDE	Befolkning 18-90		2018		2019	
	N	%	Utvalg n	Utvalg %	Utvalg n	Utvalg %
Østfold	232218	5,6	64	6,4	70	6,4
Akershus	467945	11,3	110	11,0	122	11,2
Oslo	537394	13	120	12,0	157	14,4
Hedmark	157662	3,8	49	4,9	52	4,8
Oppland	151569	3,7	44	4,4	30	2,8
Buskerud	220232	5,3	52	5,2	51	4,7
Vestfold	195689	4,7	57	5,7	51	4,7
Telemark	137220	3,3	29	2,9	20	1,8
Aust-Agder	90716	2,2	17	1,7	14	1,3
Vest-Agder	143076	3,5	27	2,7	32	2,9
Rogaland	358196	8,7	87	8,7	87	8,0
Hordaland	404018	9,8	99	9,9	159	14,6
Sogn og Fjordane	84882	2,1	26	2,6	18	1,7
Møre og Romsdal	207371	5	41	4,1	31	2,8
Nordland	192434	4,7	46	4,6	53	4,9
Troms	131609	3,2	34	3,4	27	2,5
Finnmark	60234	1,5	11	1,1	10	0,9
Trøndelag	358944	8,7	90	9,0	105	9,6
<b>Total</b>	<b>4131409</b>	<b>100</b>	<b>1002</b>	<b>100,0</b>	<b>1089</b>	<b>100,0</b>

# Om undersøkelsen

Utvalget i pressorådet består i utgangspunktet av kommuner med svært ulik befolkning (Tabell V2a-b).

- Pressorådene i vintersesongen omfatter på den ene side de større byene som Tromsø og Lillehammer, på den annen mindre skidestinasjoner som Kvittfjell, Hafjell osv. Samtidig ønsket IN å skille mellom på den ene side de typiske skidestinasjonene og på den andre destinasjoner for «nordlysturisme» (Tromsø og Svalbard). Et proporsjonalt utvalg ville tilsi at de aller fleste respondentene måtte hentes fra de største byene, mens de øvrige delene av pressorådene ville bli representert med svært få respondenter. Det ble derfor, som for «sommerdestinasjonene» i 2018, tilrettelagt et disproporsjonalt utvalg der de minste kommunene er overrepresenterte på bekostning av byene. De små destinasjonene (Kvittfjell, Hafjell, etc.) er dessuten utvidet til å gjelde hele kommunene de befinner seg i.
- Utvalget viser god spredning over de respektive kommunene / regionene, tilsvarende kommunenes befolkningsgrunnlag.
- Utvalget viser også god spredning etter alder og kjønn: Som i det landsdekkende utvalget er de yngre under 45 år noe underrepresentert, til fordel for de eldre.

De to delutvalgene, for hele landet og for pressorådene henholdsvis, er vektet internt for alder, kjønn og bosted. Det antas at hele befolkningen i pressorådene berøres i samme grad av turismen, uansett hvor i kommunen de bor. Pressorådeutvalget analyseres adskilt fra det landsrepresentative.

**Tabell V2b: Målgruppe og utvalg etter alder og kjønn – pressoråder.** Uvektet antall og prosent.

Alder-kategorier						
Befolkning (N=114 742):		<29	30-44	45-59	60>	Total
Kjønn	Mann	11,7	12,8	12,8	13,3	50,0
	Kvinne	10,7	12,0	12,6	14,6	50,0
Total		22,4	24,8	25,4	27,9	100,0
Utvalg (n=1 025):						
Kjønn	Mann	3,2	7,1	15,9	23,9	50,1
	Kvinne	6,2	11,4	16,9	15,3	49,9
Total		9,5	19,4	32,8	39,2	100,0

**Tabell V2a: Målgruppe og utvalg – pressoråde.** Uvektet antall og prosent.

PRESSOMRÅDE 2019	Befolkning 18-90		Utvalg	
	N	%	n	%
<u>Skidestinasjoner:</u>				
Hemsedal	1913	1,7	71	6,9
Geilo (Hol)	3643	3,1	84	8,2
Hafjell (Øyer)	4128	3,6	52	5,1
Kvittfjell (Ringebu-Fåvang)	3605	3,1	50	4,9
Trysil	5377	4,6	65	6,3
Norefjell (Krødsherad)	1907	1,6	27	2,6
Lillehammer	22338	19,3	154	15,0
Voss (Voss, Myrkdalen)	11268	9,7	104	10,1
<u>Nordlysturisme:</u>				
Tromsø	59543	51,5	391	38,1
Svalbard*	1955	1,7	28	2,7
Sum	115677	100,0	1026	100,0

PRESSOMRÅDE 2018	Befolkning 18-90		Utvalg	
	N	%	n	%
Stavanger	102344	26,2	138	22,8
Bergen	219616	56,3	143	23,7
Ålesund	36659	9,4	61	10,1
Stranda (Geiranger)	3612	0,9	38	6,3
Lofoten	19187	4,9	142	23,5
Aurland	1428	0,4	44	7,3
Stryn	5412	1,4	34	5,6
Longyearbyen	1806	0,5	4	0,7
Sum	390064	100	604	100,0

\* Vi har ikke oppdaterte informasjon på svalbardbefolkningens kjønns- og alderssammensetning. Befolkningen er vektet demografisk tilsvarende Tromsø.

# Om undersøkelsen

## Spørreskjema

IN laget utkast til spørreskjema, tilrettelagt i samarbeid med Kantar, som også har stått for datainnsamlingen. Datafil er tilrettelagt for statistisk analyse som grunnlag for rapporteringen og eventuelle videre analyser (Vedlegg 4).

## Vurderingene basert på egne erfaringer

Respondentene er i spørreskjemaet bedt om å angi hvilke(n) informasjonskilde(r) vurderingene omkring turisme, er basert på:

- De aller fleste (åtte-ni av ti) viser til egne erfaringer.
- Flere (fire av ti) henter informasjon fra nyhets- og medieoppslag.
- Andre inntrykk (to-tre av ti) formidles via venner og familie.
- Ellers (én-to av ti) skjer formidlingen via kollegaer, eller annen informasjon.
- Noen (én av ti) har ingen bestemt kilde.
- Beboere i pressområder oppgir i snitt 2 kilder, i landet for øvrig oppgis 1,8 kilder.

Respondentenes informasjonsgrunnlag er det samme i 2018 og 2019.

## Region

Landsdelene er inndelt slik:

Oslo/Akershus

Rest Østland: Østfold, Hedmark, Oppland, Buskerud

Sørlandet: Vestfold, Telemark, Aust-/Vest-Agder

Fjordfylkene: Rogaland, Hordaland, Sogn og Fjordane, Møre og Romsdal

Trøndelag

Nord Norge: Nordland, Troms, Finnmark

**Når du har vurdert turisme i denne undersøkelsen, hvilke(n) informasjonskilde(r) er vurderingene dine (i hovedsak) basert på?**  
Vektet prosent.

Informasjonskilde	2018		2019	
	Pressområde	Landet	Pressområde	Landet
Egne erfaringer	92	84	92	83
Familie, venner og kjente	28	20	28	23
Medie- / nyhetsoppslag	43	44	46	43
Kollegaer	15	9	18	10
Annen informasjon	15	14	16	11
Ingen bestemt informasjon	6	10	6	11
Vet ikke	2	2	1	2
Gj.snitt antall kilder	2,0	1,8	2,1	1,8
n			1022	1086

# Om undersøkelsen

## Utvalgsundersøkelser gir usikkerhet

Det vil alltid knytte seg en viss usikkerhet til resultatene når vi spør et *utvalg* av en målgruppe og ønsker å generalisere resultatene til å gjelde *hele målgruppen*. Denne usikkerheten, eller feilmarginen, kan beregnes statistisk. Et sentralt mål i denne sammenhengen er standardavviket. Standardavviket beregnes ut fra hvor mye hver enkelt enhet avviker fra gjennomsnittet for alle enhetene i undersøkelsen når det gjelder den egenskapen vi ønsker å måle. Med utgangspunkt i standardavviket kan vi beregne *feilmarginen* for det aktuelle resultatet. Fastsettelsen av feilmarginen vil også avhenge av hvor stor usikkerhet vi er villige til å akseptere. Det vanlige er å angi feilmarginer basert på 95 prosent sannsynlighet. Dette betyr at hvis vi hadde 100 forskjellige uavhengige utvalg, ville resultatet ligge innenfor de feilmarginene vi oppgir i minst 95 av de 100 undersøkelsene.

Feilmarginene i prosenttabellene i denne rapporten uttrykkes i prosentpoeng. Når vi for eksempel ser at 50% av respondentene i hele utvalget sier at turismen skaper optimisme og fremtidstro lokalt, så gir dette en feilmargin på +/-2,5 prosentpoeng. Blant hele landets befolkning kan det være mellom 47,5% og 52,5% som deler denne vurderingen, selv om det mest sannsynlige resultatet er 50%. Følgende tabell kan brukes som et hjelpemiddel ved beregning av usikkerhet for hele utvalget (1600 respondenter):

UNIVERS	4 130 000				
UTVALG, antallet vi spør	1 600				
...vi måler svar på	50 %	40 %	20 %	5 %	
+/- svaret som er gitt	2,5 %	2,4 %	2,0 %	1,1 %	← Feilmargin
<b>Gir nedre grense i konfidensintervall</b>	<b>47,5 %</b>	<b>37,6 %</b>	<b>18,0 %</b>	<b>3,9 %</b>	
<b>Gir øvre grense i konfidensintervall</b>	<b>52,5 %</b>	<b>42,4 %</b>	<b>22,0 %</b>	<b>6,1 %</b>	

Feilmarginen varierer med den observerte egenskapen – andelen som har et gitt kjennetegn, og antall respondenter som ligger til grunn for estimatet. Generelt sett øker usikkerheten jo nærmere den observerte egenskapen kommer 50% og jo færre observasjoner estimatet baseres på. Eksempelvis er usikkerheten på en egenskap gjeldende for utvalget i pressområdene (606 respondenter) vil usikkerheten være i størrelsesorden +/- 1,8 til 4,1 prosentpoeng:

UNIVERS	390 000				
UTVALG, antallet vi spør	600				
...vi måler svar på	50 %	40 %	20 %	5 %	
+/- svaret som er gitt	4,1 %	4,0 %	3,3 %	1,8 %	← Feilmargin
<b>Gir nedre grense i konfidensintervall</b>	<b>45,9 %</b>	<b>36,0 %</b>	<b>16,7 %</b>	<b>3,2 %</b>	
<b>Gir øvre grense i konfidensintervall</b>	<b>54,1 %</b>	<b>44,0 %</b>	<b>23,3 %</b>	<b>6,8 %</b>	

Den statistiske usikkerheten sier imidlertid ikke noe om utvalgets representativitet, som må vurderes for seg (som ovenfor).



# Vedlegg 2

## Trender

<b>TURISME VED EGET BOSTED</b>				
Prosent	2018	2019		2020
	Sommer	Vinter	Sommer	Vinter
<u>Antall turister er for høyt:</u>				
Landet	9	13		
Oslo/Akershus	5	6		
Østlandet utenom O/A	8	7		
Sørlandet	9	19		
Fjordfylkene	14	23		
Trøndelag	9	5		
Nord-Norge	9	9		
Sommerdestinasjoner	43			
Vinterdestinasjoner		29		
Nordlysdestinasjoner		45		
<u>Fremtidig turisme må begrenses:</u>				
Landet	8	9		
Oslo/Akershus	8	6		
Østlandet utenom O/A	4	5		
Sørlandet	4	8		
Fjordfylkene	13	17		
Trøndelag	11	4		
Nord-Norge	5	6		
Sommerdestinasjoner	28			
Vinterdestinasjoner		16		
Nordlysdestinasjoner		30		
n landet	1002	1089		
n sommerdestinasjoner	604			
n Skidestinasjoner		607		
n Nordlysdestinasjoner		419		

**Notasjoner:**

*For mange turister:* Andel av befolkningen som oppgir at det er litt-/altfor mange turister der de bor (%).

*Fremtidig turisme må begrenses:* Andel som oppgir at antall fremtidige turister ved eget bosted bør bli mye-/noe færre (%).