



TURISTUNDERSØKELSEN 2018 VINTERSESONGEN

BAKGRUNNSRAPPORT FOR
ALLE TURISTENE

INNOVASJON NORGE



INNHOILDSFORTEGNELSE

INNLEDNING	4
.....	5
ALLE TURISTER	6
Fordelingen av reisetypen	6
Fordelingen av markeder	7
Hvilket land bor du i?	7
Formål med reisen i Norge	8
Hva er hovedformålet med turen?	8
Primært transportmiddel på feriereisen til Norge	9
Hvilket transportmiddel brukte du hovedsakelig for å reise til Norge på denne turen?	9
Reisehyppighet for de reisende	10
Hvor ofte reiser du til Norge på ferie- eller fritidsreise?	10
Antall overnattinger i Norge	11
Hvor mange netter har du hatt / kommer du til å ha totalt på denne turen? (i Norge)	11
Fordelingen av overnattinger på regionene i Norge	12
Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt være i hver region? (fordelingen av overnattinger)	12
Fordelingen av turister på regionene i Norge	13
Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt være i hver region? (fordelingen av turister)	13
Fordelingen av overnattinger på overnattingssted	14
Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt ha på ... (fordelingen av overnattinger)	14
Fordelingen av turister på overnattingssted	15
Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt ha på ... (fordelingen av turister)	15

Samlet tilfredshet med reisen til Norge og anbefaling av Norge som reisemål	16
På en skala fra 0 til 10, hvor fornøyd eller misfornøyd er du totalt sett med turen til Norge? / I hvilken grad vil du anbefale Norge som reisemål for andre?	16
Tilfredshet med underdimensjoner på reisen i Norge.....	17
Hvor fornøyd eller misfornøyd var du med	17
Reisepartnere på turen i Norge	18
Hvem reiser du med på denne turen?.....	18
Kjønnfordelingen per av reisetypene	19
Er du kvinne eller mann?	19
Aldersfordelingen per av reisetypene	19
Hvilket år ble du født?	19
Det gjennomsnittlige døgnforbruk på reisen i Norge	20
FORRETNINGSREISENDE.....	21
Fordelingen av markeder.....	21
Hvilket land bor du i?	21
Primære formål med forretningsreisen.....	22
Hva er formålet med forretningsreisen? (velg flere hvis relevant)	22
Deltakere på møtet/arrangementet.....	23
Hvor mange personer deltar på møtet/arrangementet?.....	23
METODE OG DATAGRUNNLAG	24

INNLEDNING

Innovasjon Norge har i 2018 gjennomført en landsdekkende turistundersøkelse for sjette gang, men denne gang med et nytt design. Formålet med undersøkelsen er fortsatt å avdekke turismens betydning for norsk økonomi, samt gi innsikt og kunnskap som kan bidra til å forbedre turismeproduktet. Turistundersøkelsen har videre som hensikt å gi kunnskap og innsikt om påvirkbar turisme. Som det ligger i navnet er dette turisme som man med den rette innsikt og kunnskap kan ha en innvirkning på i form av målrettede tiltak. Dette er turisme som f.eks. ferie-/og fritidsmarkedet, og MICE. Et eksempel på ikke-påvirkbar turisme er yrkestrafikk.

Denne rapport har fokus på turistene i Norge i vintersesongen fra februar til mai¹ 2018. Den består av intervju med i alt 2 882 norske og utenlandske turister, hvorav 733 er norske og 2 149 er utenlandske turister.

Datagrunnlaget er samlet inn av Epinion og vektet opp mot de kommersielle overnattinger i hele perioden.

FLERE OG ANDRE TYPER INTERVJUSTEDER ENN TIDLIGERE GIR ET BREDERE TURISMEGRUNNLAG

Fra og med 2018 gjennomføres Turistundersøkelsen med et nytt undersøkelsesdesign. Datainnsamlingen gjennomføres nå på nettbrett og deltakerne rekrutteres samtidig til en oppfølgende, mer utdypende webundersøkelse. Videre dekker nå undersøkelsen en vesentlig bredere populasjon, ettersom det nå gjennomføres intervju på flere og andre typer intervjusteder enn tidligere. I dag blir intervjuene også gjennomført ved turistattraksjoner, skianlegg, havner, lufthavner m.m. Praksisen frem til 2016 var at intervjuene utelukkende ble gjennomført ved kommersielle overnattingssteder og Hurtigruten. Kommersiell turisme er i likhet med tidligere år definert som turister med minst én kommersiell overnatting. Dette kan være overnatting på hotell, pensjonat, vandrerhjem (hostel), campinghytte på en campingplass, telt/campingvogn eller bobil på campingplass, kommersielt utleide hytter, og/eller Hurtigruten. Fra og med 2018 inkluderes også de reisende som utelukkende ikke har kommersielle overnattinger i populasjonen. Denne gruppen turister er noe som tidligere ikke har blitt fanget opp i Turistundersøkelsen.

Det er nettopp derfor det er så viktig at Turistundersøkelsen har endret design for å kunne inkludere de som kun har ikke-kommersielle overnattinger. Dette blir dermed alle andre typer overnattinger og inkluderer f.eks. overnatting i egen/leid

¹ Tidligere år har vintersesongen startet i januar måned, men på grunn av forsinkelser i oppstart med ny metode kom ikke Turistundersøkelsen i gang før i midten av februar 2018. Respondenter som har svart at de er transittreisene eller sesongarbeidere inngår ikke i analysen. Tilsvarende er gjeldende for personer som intervjues på sin første dag av reisen.

hytte, hos familie/venner/bekjente, og/eller Airbnb.

Det er 600 turister i undersøkelsen som utelukkende har brukt ikke-kommersielle overnattingsformer, mens 222 har brukt en kombinasjon av ikke-kommersielle og kommersielle overnattingsformer. De resterende 2060 turistene har utelukkende brukt kommersielle overnattingsformer.

De endringer som er gjort i undersøkelsesdesignet betyr dog at sammenligning med tidligere års turistundersøkelser kun kan gjøres med de turister som har minst én kommersiell overnatting i 2018. De samlede tallene for 2018 vil til gjengjeld gi et bredere og mer helhetlig bilde av turistene i Norge i 2018 og i årene som kommer.

PERSONLIGE INTERVJU FORDELT OVER HELE LANDET GIR DET BESTE DATAGRUNNLAGET

Turistundersøkelsen gjennomføres som personlige intervju i hele landet. Inntil videre er dette den sikreste måten å samle inn kunnskap om denne målgruppen for å kunne gi et helhetlig bilde av turistene. Teledata og andre nye datakilder kan gi spennende men fragmenterende resultater, og det er dermed kun gjennom intervju med turistene at det pr. d.d. kan oppnås kunnskap om turistenes opplevelser, adferd (f.eks. aktiviteter og forbruk), hvem de er osv. Tilsammen gir dette et solid bilde av turismen i Norge.

Innsamlingen er foretatt av Epinion i samarbeid med Innovasjon Norge og en lang rekke aktører i norsk reiseliv. Det er viktig å påpeke at innsamlingsstedene er valgt ut på bakgrunn av region, nasjonalitet og reisetyp, med ekstra et fokus på sentrale vinter-målgrupper (f.eks. skiturister). Selv om turistenes fordeling i etterkant vektet slik at den enkelte respondent representerer en andel av overnattingsstatistikken, reflekterer derfor ikke tallene direkte den faktiske turisme.

Intervjuene vektet opp mot de kommersielle overnattinger som er registrert av SSB i hele perioden. Ettersom vi ikke kjenner til fordelingen av de ikke-kommersielle overnattinger blir disse vektet på samme måte som de kommersielle overnattinger.

BEDRE DATAKVALITET MED ELEKTRONISK SPØRRESKJEMA

Spørreskjema gjennomføres elektronisk på nettbrett, hvilket sikrer bedre datakvalitet og høyere svarprosent enn ved bruk av de tidligere papirskjema. Igjen kan dette dog vanskeliggjøre sammenligningen med tidligere års turistundersøkelser, men vi er sikker på at den forbedrede datakvaliteten gir et enda bedre grunnlag til å forstå turismen i Norge.

GOD LESELYST MED RAPPORTEN

Innholdsmessig avdekker undersøkelsen de samme sentrale spørsmål som tidligere, herunder turistenes formål, forbruk, reiseatferd, aktiviteter og tilfredshet på en rekke ulike parameter.

Resultatene i rapporten kan brukes med henvisning til «Turistundersøkelsen 2018 – Alle turister i vintersesongen – Bakgrunnsrapport».

Rapporten er utarbeidet av Epinion på vegne av Innovasjon Norge.

God leselest!

ALLE TURISTER

Fordelingen av reisetypen

Reisetype	Andel	Uvektet antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	54%	614
Utenlandske feriereisende	30%	1811
Norske forretningsreisende	11%	119
Utenlandske forretningsreisende	4%	338

Fordelingen av markeder

Hvilket land bor du i?

Marked	Utenlandske feriereisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Norge	0%	0%	65%
Sverige	20%	6%	6%
Danmark	18%	9%	6%
Tyskland	12%	13%	4%
Nederland og Belgia	5%	3%	2%
Storbritannia	9%	14%	3%
USA	7%	3%	2%
Frankrike	4%	2%	1%
Spania, Italia og Portugal	2%	11%	1%
Asia	6%	5%	2%
Andre Europa	13%	31%	5%
Andre utenfor Europa	4%	3%	1%
Uvektet antall besvarelser (n)	1811	338	2882

Formål med reisen i Norge

Hva er hovedformålet med turen?

Formål	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Forretning	0%	0%	89%	79%	13%
Ferie/fritid	88%	85%	0%	0%	73%
Kombinasjon av forretning og ferie/fritid	3%	2%	11%	21%	5%
Cruise	7%	10%	0%	0%	7%
Kombinasjon av cruise og ferie på det norske fastlandet	3%	3%	0%	0%	2%
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Primært transportmiddel på feriereisen til Norge

Hvilket transportmiddel brukte du hovedsakelig for å reise til Norge på denne turen?

Transportmiddel	Utenlandske feriereisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Fly	53%	83%	56%
Bil	29%	4%	26%
Tog	3%	11%	4%
Bil med campingvogn/campingbil	1%	0%	1%
Bus	6%	0%	5%
Ferge/Cruise	7%	1%	6%
Motorsykkkel	0%	0%	0%
Annet	2%	0%	2%
Uvektet antall besvarelser (n)	1809	338	2148

Note: To respondenter har ikke besvart spørsmålet om primært transportmiddel og basen for de utenlandske feriereisende er derfor n=1809.

Reisehyppighet for de reisende

Hvor ofte reiser du til Norge på ferie- eller fritidsreise?

Reisehyppighet	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Flere ganger i året	79%	13%	72%	25%	56%
Ca. én gang i året	12%	25%	23%	18%	17%
Hvert andre/tredje år	2%	10%	2%	5%	5%
Sjeldnere	4%	16%	4%	18%	8%
Første gang i Norge	3%	37%	0%	0%	13%
Har aldri før vært på ferie eller fritidstur i Norge	0%	0%	0%	34%	1%
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Note: De to nederst svaralternativene «Første gang i Norge» og «Har aldri før vært på ferie eller fritidstur i Norge» er spurt avhengig av om de er ferie-/ eller forretningsreisende. Svaralternativet «Første gang i Norge» er kun fremvist for feriereisende, mens svaralternativet «Har aldri før vært på ferie eller fritidstur i Norge» er kun fremvist for forretningsreisende.

Antall overnattinger i Norge

Hvor mange netter har du hatt / kommer du til å ha totalt på denne turen? (i Norge)

Reisetype	1 - 3	4 - 7	8 - 14	15+	Gjennomsnittlig antall overnat- tinger	Uvektet antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	37%	45%	17%	1%	5.2	614
Utenlandske feriereisende	16%	56%	24%	4%	7.3	1811
Norske forretningsreisende	80%	14%	5%	1%	3.7	119
Utenlandske forretningsreisende	59%	26%	7%	8%	8.1	338
Alle reisende	28%	48%	20%	4%	6.8	2882

Fordelingen av overnattinger på regionene i Norge

Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt være i hver region? (fordelingen av overnattinger)

Region	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Uvektet andel reisende
Nord-Norge	12%	20%	22%	14%	18%
Trøndelag	16%	10%	27%	10%	11%
Vestlandet	13%	18%	25%	22%	18%
Østlandet	55%	26%	7%	11%	28%
Sørlandet	2%	2%	15%	15%	4%
Oslo	2%	11%	2%	22%	11%
Cruise	0%	0%	0%	0%	0%
Utenfor Norge	1%	12%	1%	7%	9%
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Note: Av forretningsmessige årsaker er Hurtigruten ekskludert fra denne nedbrytning.

Fordelingen av turister på regionene i Norge

Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt være i hver region? (fordelingen av turister)

Region	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Nord-Norge	13%	23%	22%	22%	17%
Trøndelag	23%	15%	9%	5%	18%
Vestlandet	23%	26%	27%	23%	24%
Østlandet	40%	34%	4%	4%	32%
Sørlandet	6%	16%	55%	43%	16%
Oslo	6%	30%	9%	38%	15%
Hurtigruten	8%	12%	0%	0%	8%
Cruise	0%	0%	0%	0%	0%
Utenfor Norge	1%	13%	5%	18%	6%
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Note: Etersom hver turist kan overnatte i flere regioner kan tallene summere til mer enn 100 prosent.

Fordelingen av overnattinger på overnattingssted

Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt ha på ... (fordelingen av overnattinger)

Overnattingssted	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Uvektet andel reisende
Hotell av høy standard	12%	10%	33%	10%	11%
Hotell av middels standard	15%	19%	20%	20%	18%
Hotell/pensjonat (budsjett)	1%	3%	1%	3%	3%
Vandrerhjem	0%	4%	1%	2%	3%
Campinghytte på en campingplass	1%	1%	0%	1%	1%
Telt, campingvogn eller bobil på campingplass	2%	1%	0%	0%	1%
Telt, campingvogn eller bobil utenfor campingplass	0%	0%	0%	1%	0%
Leid hytte	13%	15%	2%	7%	13%
Egen eller lånt hytte	29%	3%	4%	7%	8%
Familie, venner eller bekjente	18%	20%	1%	4%	17%
Leide private hjem (Airbnb, husbyte mv.)	2%	9%	5%	18%	9%
Cruise	0%	0%	0%	0%	0%
Annet overnattingssted	9%	15%	34%	28%	16%
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Note: Av forretningsmessige årsaker er Hurtigruten ekskludert fra denne nedbrytning.

Fordelingen av turister på overnattingssted

Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt ha på ... (fordelingen av turister)

Overnattingssted	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Hotell av høy standard	12%	11%	48%	17%	16%
Hotell av middels standard	16%	20%	36%	22%	20%
Hotell/pensjonat (budsjett)	2%	4%	2%	9%	3%
Vandrerhjem	1%	3%	1%	3%	2%
Campinghytte på en campingplass	1%	3%	0%	4%	2%
Telt, campingvogn eller bobil på campingplass	2%	1%	0%	6%	1%
Telt, campingvogn eller bobil utenfor campingplass	1%	1%	0%	1%	1%
Leid hytte	14%	24%	1%	9%	16%
Egen eller lånt hytte	22%	3%	1%	6%	13%
Familie, venner eller bekjente	21%	17%	4%	6%	17%
Leide private hjem (Airbnb, husbyte mv.)	1%	11%	3%	26%	5%
Hurtigruten	8%	12%	0%	0%	8%
Cruise	0%	0%	0%	0%	0%
Annet overnattingssted	9%	15%	11%	22%	12%
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Note: Ettersom hver turist kan overnatte i flere regioner kan tallene summere til mer enn 100 prosent.

Samlet tilfredshet med reisen til Norge og anbefaling av Norge som reisemål

På en skala fra 0 til 10, hvor fornøyd eller misfornøyd er du totalt sett med turen til Norge? / I hvilken grad vil du anbefale Norge som reisemål for andre?

Reisetype	Gjennomsnittlig tilfredshet	Vet ikke	Gjennomsnittlig anbefaling	Vet ikke	Uvektet antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	8.7	1%	9.1	1%	614
Utenlandske feriereisende	8.9	2%	9.1	1%	1811
Norske forretningsreisende	8.4	2%	8.9	1%	119
Utenlandske forretningsreisende	8.6	0%	8.8	1%	338
Alle reisende	8.7	1%	9.0	1%	2882

Note: Skalaen går fra 0 til 10, hvor 0 er 'Svært misfornøyd' og 'I svært begrenset grad' og 10 er 'Svært fornøyd' og 'I svært stor grad'. Gjennomsnittene er utregnet uten 'Vet ikke'.

Tilfredshet med underdimensjoner på reisen i Norge

Hvor fornøyd eller misfornøyd var du med ...

Dimensjon	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Handlemulighetene	3.9	3.7	3.6	3.9	3.8
Attraksjonene og severdighetene	4.0	4.2	3.8	4.2	4.1
Gjestfriheten til lokalbefolkningen	4.3	4.4	4.2	4.5	4.3
Tilgjengeligheten av mat av høy kvalitet	4.0	3.9	4.1	3.9	4.0
Spekteret av tilgjengelige aktiviteter	4.1	4.2	3.8	4.0	4.1
Muligheten til å oppleve lokal kultur og livsstil	3.8	4.0	3.7	4.2	3.9
Overnattingsstedene	4.4	4.3	4.2	4.4	4.3
Møtefasilitetene			4.2	4.3	4.2
Prisene i forhold til kvalitet	3.4	3.0	3.6	2.9	3.3
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Note: Skalaen går fra 1 til 5, hvor 1 er 'Svært misfornøyd' og 5 er 'Svært fornøyd'. Gjennomsnittene er utregnet uten 'Vet ikke'.

Reisepartnere på turen i Norge

Hvem reiser du med på denne turen?

Dimensjon	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Ektefelle/samboer/kjæreste	53%	60%	1%	5%	47%
Andre familiemedlemmer/slektninger	24%	28%	3%	2%	22%
Barn i alderen 0–6	10%	12%	0%	0%	9%
Barn i alderen 7-13	21%	19%	0%	1%	17%
Barn i alderen 14-17	11%	11%	0%	0%	9%
Barn i alderen 18 år eller eldre	6%	8%	2%	0%	6%
Kolleger	3%	5%	48%	30%	10%
Turgruppe	4%	6%	0%	1%	4%
Andre	18%	16%	4%	0%	15%
Reiser alene	12%	6%	45%	63%	16%
Vet ikke / ønsker ikke å svare	1%	1%	0%	0%	1%
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

Note: Det kan angis flere svar og kolonnene kan derfor summere til mer enn 100 prosent.

Kjønnsfordelingen per av reisetypene

Er du kvinne eller mann?

Reisetype	Mann	Kvinne	Uvektet antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	50%	50%	614
Utenlandske feriereisende	44%	56%	1810
Norske forretningsreisende	73%	27%	119
Utenlandske forretningsreisende	69%	31%	338
Alle reisende	52%	48%	2881

Aldersfordelingen per av reisetypene

Hvilket år ble du født?

Reisetype	Under 34 år	35 - 55 år	56 år eller eldre	Ønsker ikke å svare	Uvektet antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	33%	36%	21%	10%	614
Utenlandske feriereisende	29%	42%	19%	10%	1811
Norske forretningsreisende	15%	65%	13%	7%	119
Utenlandske forretningsreisende	40%	41%	11%	9%	338
Alle reisende	30%	41%	19%	10%	2882

Det gjennomsnittlige døgnforbruk på reisen i Norge

Det gjennomsnittlige døgnforbruket er regnet ut basert på svar fra en kombinasjon av flere spørsmål. Se forklaring under tabell.

Dimensjon	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Døgnforbruk Total	1355	1625	2820	1625	1610
Døgnforbruk Overnatting	290	375	825	650	390
Døgnforbruk Transport	250	275	1315	480	385
Døgnforbruk Øvrig	540	450	625	405	520
Døgnforbruk Kursavgifter	0	0	50	90	10
Døgnforbruk Pakkereisen	270	525	0	0	305
Uvektet antall besvarelser (n)	614	1811	119	338	2882

UTREGNING AV DØGNFORBRUK: Alle turister som har blitt intervjuet blir spurt om deres forbruk i alt og på tvers av ulike forbruksposter. Forbruket blir angitt for hele reisen og reisefølget. I noen tilfeller intervjues turistene midt i reisen, hvor de i så tilfelle blir bedt om å angi deres forventede totalforbruk, samt gårsdagens forbruk. Forbruket har i etterkant blitt renset for ekstremverdier slik at tallene avspeiler turistenes reelle forbruk.

FORRETNINGSREISENDE

Tabellene i denne seksjonen omhandler kun de forretningsreisende.

Fordelingen av markeder

Hvilket land bor du i?

Marked	Andel	Uvektet antall besvarelser (n)
Norge	73%	119
Utenlandske i alt	27%	338
Sverige	2%	29
Danmark	3%	31
Tyskland	4%	35
Nederland og Belgia	1%	19
Storbritannia	4%	75
USA	1%	13
Frankrike	0%	16
Spania, Italia og Portugal	3%	20
Asia	1%	12
Andre Europa	8%	67
Andre utenfor Europa	1%	21

Primære formål med forretningsreisen

Hva er formålet med forretningsreisen? (velg flere hvis relevant)

Formål	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle forretningsreisende
Sesongarbeid	4%	7%	5%
Daglig arbeid	28%	33%	29%
Kongress (organisasjon er arrangør/vært)	2%	1%	2%
Konferanse	11%	5%	10%
Firmamøte	22%	12%	20%
Messe/utstilling	0%	1%	0%
Kurs/utdanning	21%	28%	23%
Belønnings- eller bonusreise	0%	1%	0%
Annen forretningsreise (f.eks. møte kunder)	25%	26%	25%
Uvektet antall besvarelser (n)	119	338	457

Note: Det kan angis flere svar og kolonnene kan derfor summere til mer enn 100 prosent.

Deltakere på møtet/arrangementet

Hvor mange personer deltar på møtet/arrangementet?

Deltakere	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle forretningsreisende
Færre enn 10	39%	32%	38%
10 til 50	37%	42%	38%
51 til 100	9%	3%	8%
101 til 200	9%	3%	8%
201 til 500	5%	4%	5%
501 til 1,000	0%	2%	0%
Flere enn 1,000	0%	14%	3%
Uvektet antall besvarelser (n)	68	168	236

METODE OG DATAGRUNNLAG

Populasjonen i Turistundersøkelsen er alle turistene i Norge. Turister er definert ved at de har minst én overnatting i Norge, samt at de ikke har tilbrakt mesteparten av siste året i Norge (maks. 182 overnattinger), slik også definert av Eurostat. Transittreisene og sesongarbeidere inngår ikke i Turistundersøkelsen. Respondenter som oppholder seg i over et halvt år på «ferie» i Norge er også ekskludert, ettersom disse betegnes som bosettere fremfor turister. Svalbard inngår heller ikke i undersøkelsen.

Turistundersøkelsen fokuserer dermed på de sentrale målgrupper som er relevant for den norske turismen. Sentrale målgrupper er fastsatt av Innovasjon Norge i samarbeid med Epinion. I vintersesongen 2018 dekker disse sentrale målgrupper utenlandske feriereisende med et særlig fokus på Innovasjon Norges hovedmarkeder, samt ski- og nordlysturister. Disse grupper er derfor overrepresentert i datainnsamlingen, noe som også er begrunnelsen for hvorfor all data fra Turistundersøkelsen kun benyttes i vektet form.

DATAINNSAMLINGEN

Epinion har foretatt datainnsamlingen av Turistundersøkelsen i 2018 i samarbeid med Innovasjon Norge og en lang rekke aktører i norsk reiseliv.

Personlige intervju på intervjulokasjoner i hele Norge

Datainnsamlingen gjennomføres i hele Norge etter en nøye tilrettelagt utvalgsplan. Utvalgsplanen er satt opp slik at den sikrer at det er et tilstrekkelig antall intervju på tvers av regioner og samtidig prioriterer de sentrale turisme-målgrupper, som skiturister, MICE-turister, campingturister og Hurtigruten-turister. Utvalgsplanen er satt opp på bakgrunn av den kommersielle overnatningsstatistikk fra Statistisk Sentralbyrå (SSB) og basert på fjorårets overnatningsregion, nasjonalitet og reisetype. Dette resulterer i regionale kvoter som videre er justert etter hvor de sentrale turistmålgrupper finnes. I vintersesongen 2018 er skisteder på Østlandet samt Nordlysturismen i Nord-Norge prioritert. Utvalgsplanen ble løpende justert for å sikre overholdelsen av de forhåndsbestemte kvotene.

For å sikre et tilstrekkelig antall intervju blant sentrale målgrupper er datainnsamlingen ikke representativ. Det betyr at data i Turistundersøkelsen ikke direkte avspeiler Norges samlede turisme. Selv om data vektet i forhold til den kommersielle overnatningsstatistikken, kan det likevel foreligge skjevheter

Datainnsamlingen i 2018 foretas på flere og andre intervjusteder enn Turistundersøkelsen i perioden 2012-2016. Det nye innsamlingsdesignet inkluderer nå turistattraksjoner, skianlegg, havner og lufthavner, fremfor utelukkende kommersielle overnatningssteder og Hurtigruten. Endringen av utvalgsdesignet kommer av at også Norge har en stor mengde av turister som benytter seg av ikke-kommersielle overnatningsformer slik som f.eks. egne eller lånte hytter, telt eller bobil utenfor campingplasser, Airbnb, venner eller familie mv. I 2018 er populasjonen og datainnsamlingen derfor utvidet til å inkludere turister som benytter ikke-kommersielle overnatningsformer. Ved sammenligning med tidligere års turistundersøkelser vil det likevel kun være turister som har minst én kommersiell overnatting i 2018, ettersom datainnsamlingen frem til 2018 kun inkluderte de som hadde minst én kommersiell overnatting.

Elektroniske spørreskjema innsamlet personlig på nettbrett med mulighet for en oppfølging per e-post

Turistundersøkelsen foregår ved personlige intervju på nettbrett. I praksis ble turistene spurt om de vil delta i undersøkelsen og etter aksept fikk de utlevert et nettbrett hvor spørreskjema ble besvart. Ved tvilsspørsmål eller behov for hjelp har intervjueren bistått med veiledning. Spørreskjemaet er blitt oversatt til 15 ulike språk for å minske evt. språk-barrierer. I tillegg til norsk er språkene benyttet følgende; Engelsk, Tysk, Nederlandsk, Svensk, Kinesisk, Fransk, Dansk, Spansk, Italiensk, Koreansk, Polsk, Russisk og Islandsk. Cruiseturister utover Hurtigruten får et separat spørreskjema med noen egne spørsmål tilpasset deres situasjon. På slutten av det personlige intervjuet ble respondentene spurt om de vil delta i en oppfølgende og mer utdypende undersøkelse etter endt reise. Det utdypende spørreskjema har gitt mulighet for å redusere lengden av det personlige spørreskjema.

Turistundersøkelsen ble i perioden 2012-2016 gjennomført som papirspørreskjema, hvilket blant annet ga utfordringer i forhold til manglende besvarelser på enkelte spørsmål, leseligheten av besvarelsene og feilregistreringer. De fleste av disse problemer er løst ved bruk av elektronisk spørreskjema på nettbrett og innsamling ved personlige intervju. Det elektroniske spørreskjema sørger for at alle spørsmål besvares, samt at eventuelle feilregistreringer løpende fanges og informeres om i form av feilmeldinger til respondenten.

VEKTING AV DATA

Ettersom data i Turistundersøkelsen er innsamlet disproporsjonalt, dvs. med en overvekt på sentrale målgrupper som f.eks. utenlandske feriereisende, skiturister mv., fremfor en representativ fordeling, så skal datagrunnlaget vektet. Det innsamlede datagrunnlaget vektet opp mot den kommersielle overnattingsstatistikk fra SSB, som inntil videre representerer den beste fordelingen av turistene i Norge. Det finnes ingen offentlig tilgjengelig overnattingsstatistikk for ikke-kommersielle turismeovernattinger og disse vektet derfor etter samme fordelinger som de kommersielle. Populasjonstallene fra SSB er stratifisert etter beliggenhet, og sammen med respondentens nasjonalitet utgjør hver av disse kombinasjonene en celle. Et eksempel på en celle er *norske* turister i *Nord-Norge*.

Vekten sørger for at turistgrupper som er underrepresentert i stikkprøven i forhold til populasjonen blir vektet opp, mens overrepresenterte grupper blir vektet ned. Ved å multiplisere denne vekten med de enkelte respondenters svar på de enkelte spørsmål i undersøkelsen, kommer fordelingen av svar i stikkprøven tilnærmet til å representere svarene som finnes i populasjonen.

Stikkprøven er vektet på overnattingsnivå. Dette innebærer at en turist som reiser alene med f.eks. 6 overnattinger er vektet 6 ganger og derfor teller mer enn en turist som reiser alene med bare 1 overnatting. På tilsvarende måte tas det høyde for antall i reisefølget. For å unngå at enkelte respondenter får uforholdsmessig stor betydning er vekten blitt trimmet i etterkant, så hver besvarelse kan maksimalt være 6 gange høyere enn en turist med én overnatting som reiser alene. På den måten veier gjester med mange overnattinger og et stort reisefølge fortsatt tyngre enn gjester med få overnattinger og få i reisefølget, men uten at enkelte gjester kan påvirke gjennomsnittene uforholdsmessig mye.

Prosessen rundt vektingen følger den iterative proporsjonale fitting algoritme, som estimerer celleværdier slik at de marginale totaler forblir faste, hvilket gir mulighet for å sikre representativitet på flere variabler og celler. Stikkprøven transponeres tilbake til individnivå før analysene gjennomføres. Tallene i rapportene er derfor et uttrykk for analyser av individer, eller rettere sagt turister (angitt med «n» i tabellene).

Vektingen brukes i alle analyser med få unntak, og andelene representerer dermed overnattinger. Vekten er ikke blitt brukt i analyser som viser fordelingen av overnattinger og reisefølge. Dette er for å unngå at det vektet «dobbel» i forhold til antall overnattinger og reisefølget.

De store endringene i undersøkelsesdesignet har også betydning for vekten. Etter som denne rapport bygger på de første innsamlede data under det nye designet, må vekten anses som foreløpig. I slutten av 2018, når det foreligger et større datagrunnlag (flere antall intervju med turister) over hele året, vil det beregnes en samlet vekt-modell. Dette innebærer at resultatene i denne rapporten kan bli justert i etterkant dersom det viser seg at en annen metode for vekting er mer hensiktsmessig.

BEREGNING AV FORBRUKET OG ERSTATNING AV «OUTLIERS»

Forbruket er beregnet per overnatting per reisefølge ut ifra det totale antall overnattinger og størrelsen på reisefølget som respondenten har oppgitt. Det tas i så måte høyde for både ferielengden og reisegruppens størrelse i beregning av forbruket.

Hvilket forbruksspørsmål respondenten svarer på avhenger av når på reisen respondenten har blitt intervjuet. Intervju med respondenter midt på reisen blir spurt om det forventede totale reisefølgeforbruket på hele reisen, samt gårsdagens forbruk. Intervju med respondenter på siste dag av reisen (f.eks. i lufthavnterminaler) blir spurt om det totale reisefølgeforbruket som har blitt brukt på reisen. Pakkereisene blir bedt om å oppgi deres totalforbruk på pakken, og øvrige forbruksspørsmål er eksklusiv dette pakkeforbruket. På samme måte blir forbruksspørsmålene besvart både samlet for hele reisen og fordelt på ulike forbruksposter. Hvis forbrukspostene avviker markant fra det oppgitte totalforbruk, bes det gi en ekstra godkjenning av de oppgitte forbrukstall. Det er mulig å oppgi forbruket i 36 forskjellige valuta¹, som i etterkant har blitt omregnet til norske kroner ved bruk av de månedlige valutakursene fra Norges Bank.

Videre har det blitt gjennomført en håndtering av såkalte «outliers» for respondentenes samlede døgnforbruk og pakkeforbruk. Dette i form av at både respondenter med et svært lavt eller et svært høyt døgnforbruk er blitt erstattet med høyeste og laveste verdier innenfor det enkelte marked og primære overnattingsform. For å identifisere potensielle «outliers» er det samlede døgnforbruket i første omgang blitt log transformert for å oppnå en statistisk normalfordeling av forbruket. Deretter er «outliers» blitt definert ved verdier som ligger mer enn 3,5 ganger MAD (median absolute deviation) over eller under medianverdien, hvor MAD blir et mål for det samlede døgnforbrukets absolutte avvik fra medianen.

I etterkant blir fordelingen av forbruket på ulike forbruksposter utregnet ved å betrakte den gjennomsnittlige andel av forbrukspostenes størrelse i forhold til de øvrige poster.

Det er imidlertid mulig at oppgi '0' på alle forbruksposter, men likevel ha angitt et totalforbruk. I disse tilfeller benyttes de gjennomsnittlige andeler for forbrukspostene innenfor det aktuelle marked og primære overnattingsform, til å erstatte de manglende andeler. Den endelige fordeling av forbruket oppnås deretter ved å multiplisere forbrukspostenes andeler med respondentens samlede forbruk. Dette sikrer at forbrukstallene summeres til det samlede forbruk uten forbruket på pakke.

Forbruksmodellen som her har blitt gjennomgått er som tidligere nevnt tentativ og det arbeides aktivt med å utvikle en oppdatert forbruksmodell som kan produsere mer presise og robuste estimater.

¹: USD (amerikanske dollar), GBP (britiske pund), CAD (kanadiske dollar), DKK (danske kroner), NOK (norske kroner), SEK (svenske kroner), CHF (sveitsiske franc), JPY (japanske yen), EUR (euro), CNY (kinesiske yuan), RUB (russiske rubler), PLN (polske zloty), AUD (australske dollar), NGN (nigerianske naira), TWD (ny taiwansk dollar), KRW (sørkoreanske won), SRD (surinamske dollar), NZD (newzealandske dollar), HKD (Hongkong-dollar), HUF (ungarske forint), ILS (israelske nye shekel), ZAR (sørafrikanske rand), SGD (Singapore-dollar), MXN (meksikanske pesos), MTL (maltesiske lire), TRY (tyrkiske lire), HRK (kroatisk kuna), INR (indiske rupi), BGN (bulgarske lev), CZK (tsjekkiske koruna), BRL (brasilianske real), THB (thailandske baht), PHP (filippinske pesos), MYR (malaysiske ringgit), VND (vietnamesiske dong), ISK (islandske kroner).

DATAGRUNNLAGET

Tabell 1 og 2 på neste side viser datagrunnlaget for undersøkelsen. Tabell 1 viser hvor mange intervju som har blitt utført i de enkelte regionene i vintersemesteren 2018, oppdelt etter hhv. norske og utenlandske turister. Tabell 2 viser hvor mange intervju som har blitt utført med turister som har overnattet i de enkelte regioner i vintersemesteren 2018, oppdelt etter hhv. norske og utenlandske turister.

Tabell 1 - Antall intervju i vintersesongen i enkelte regioner

Intervjuregion	Feriereisende	Forretningsreisende	Samlet
Nord-Norge	393	64	457
Trøndelag	273	19	292
Vestlandet	483	155	636
Sørlandet	13	74	87
Østlandet	938	12	950
Oslo	325	133	458
Antall intervju totalt	2425	457	2882

Tabell 2 - Antall intervju i vintersesongen med turistene som har overnattet i regionen

Overnattingsregion	Feriereisende	Forretningsreisende	Samlet
Nord-Norge	463	82	545
Trøndelag	383	35	418
Vestlandet	589	163	752
Østlandet	895	49	944
Oslo	94	94	188
Sørlandet	494	114	608
Hurtigruten	275	0	275
Cruise	7	0	7
Utenfor Norge	194	36	230
Antall intervju totalt	2425	457	2882