




TURISTUNDERSØKELSEN

ÅRET 2018

BAKGRUNNSRAPPORT FOR ALLE TURISTER

INNOVASJON NORGE





# INNHALDSFORTEGNELSE

<b>INNLEDNING .....</b>	<b>4</b>
<b>TURISTUNDERSØKELSEN 2018 - ALLE TURISTER .....</b>	<b>6</b>
Fordelingen av reisetypene .....	6
Fordelingen av markeder .....	7
<i>Hvilket land bor du i? .....</i>	<i>7</i>
Formål med reisen i Norge .....	8
<i>Hva er hovedformålet med turen? .....</i>	<i>8</i>
Primært transportmiddel på feriereisen til Norge .....	9
<i>Hvilken transportmåte brukte du hovedsakelig for å reise til Norge på denne turen? .....</i>	<i>9</i>
Reisehyppighet for de reisende .....	10
<i>Hvor ofte reiser du til Norge på ferie- eller fritidsreise? .....</i>	<i>10</i>
Reisehyppighet .....	10
Antall overnattinger i Norge .....	10
<i>Hvor mange netter har du hatt / kommer du til å ha totalt på denne turen? (I Norge) .....</i>	<i>10</i>
Fordelingen av overnattinger på regionene i Norge .....	11
<i>Hvor mange netter har du / kommer du til å være i hver region? (fordelingen av overnattinger) .....</i>	<i>11</i>
Fordelingen av turister på regionene i Norge .....	12
<i>Hvor mange netter har du / kommer du til å være totalt i hver region? (fordelingen av turister) .....</i>	<i>12</i>
Fordelingen av overnattinger på overnattingssted .....	13
<i>Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt ha på ... (fordelingen av overnattinger) .....</i>	<i>13</i>
Fordelingen av turister på overnattingssted .....	14
<i>Hvor mange netter har du / kommer du til å totalt ha på ... (fordelingen av turister) .....</i>	<i>14</i>
Samlet tilfredshet med reisen i Norge og anbefaling av Norge som reisemål .....	15

<i>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? .....</i>	<i>15</i>
Tilfredshet med underdimensjoner på reisen i Norge.....	16
<i>Hvor fornøyd eller misfornøyd var du med .....</i>	<i>16</i>
Reisepartnere på turen i Norge.....	17
Kjønnsfordelingen for reisetypene .....	18
<i>Er du kvinne eller mann?.....</i>	<i>18</i>
Aldersfordelingen for reisetypene.....	18
Det gjennomsnittlige døgnforbruket på reisen i Norge - alle turister .....	19
<i>Det gjennomsnittlige døgnforbruket er beregnet basert på svar fra en kombinasjon av flere spørsmål. Se forklaring under tabell. ....</i>	<i>19</i>
<b>METODE OG DATAGRUNNLAG.....</b>	<b>20</b>

## INNLEDNING

Innovasjon Norge har i 2018 gjennomført en landsdekkende turistundersøkelse for sjette gang, men denne gang med et nytt design. Formålet med undersøkelsen er 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 forretningsreisende i Norge i 2018. Den består av intervju med totalt 1 570 forretningsreisende, hvorav 560 var norske og 1 010 var utenlandske turister.

Ettersom datainnsamlingen ikke startet ved årsskiftet, er første kvartal erstattet med tallene fra innsamlingen i 2019. I praksis innebærer dette at rapporten dekker innsamlingen fra 2. kvartal 2018 til 1. kvartal 2019.

Datagrunnlaget er samlet inn av Epinion og vektet opp mot overnattingene i hele 2018.

### 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 å kunne fange ikke-kommersielle overnattinger i større grad enn før er en av hovedårsakene til at Turistundersøkelsen har endret design. Ikke-kommersielle overnattinger er alle andre typer overnattinger og inkluderer f.eks. overnatting i egen/leid hytte, hos familie/venner/bekjente, og/eller Airbnb.

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 gir til gjengjeld 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 det per dags dato 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.

Datainnsamlingen er foretatt av Epinion på vegne av Innovasjon Norge i samarbeid med lokale aktører over hele landet. Det er viktig å påpeke at utvalget vurderer turistene på bakgrunn av region, nasjonalitet og reisetypen, med ekstra fokus på sentrale målgrupper. Tallene reflekterer derfor ikke direkte den faktiske turisme, på tross av at turistenes fordeling vektet slik at den enkelte respondent kun representerer en andel av overnattingsstatistikken.

Intervjuene vektet opp mot overnattingene som er registrert av SSB i hele perioden. Se mer om dette i «Metode og Datagrunnlag».

<sup>1</sup>Personer som a) har svart at de er transittreisende eller sesongarbeidere, b) intervjues på sin første dag av reisen, eller c) har flesteparten av deres overnattinger på et cruiseskip inngår ikke i analysen.

<sup>2</sup> «Norsk turisme – Overnattingsvirksomhet», Tom Granseth (3. februar, 2012).

**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 – Bakgrunnsrapport».

Rapporten er utarbeidet av Epinion på vegne av Innovasjon Norge.

God leselyst!

## TURISTUNDERSØKELSEN 2018 - ALLE TURISTER

### Fordelingen av reisetypen

Reisetypen	Andel	Antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	49%	2668
Utenlandske feriereisende	28%	9076
Norske forretningsreisende	17%	560
Utenlandske forretningsreisende	6%	1010

## Fordelingen av markeder

Hvilket land bor du i?

Marked	Feriereisende	Forretningsreisende	Alle reisende
<b>Norge</b>	<b>64%</b>	<b>73%</b>	<b>66%</b>
<b>Utenlandske i alt</b>	<b>36%</b>	<b>27%</b>	<b>34%</b>
Sverige	10%	18%	11%
Danmark	9%	14%	10%
Tyskland	19%	8%	17%
Nederland	7%	4%	6%
Belgia	2%	1%	2%
Østerrike	1%	0%	1%
Sveits	2%	2%	2%
Storbritannia	7%	11%	8%
Frankrike	5%	3%	5%
Polen	2%	4%	2%
Italia	3%	3%	3%
Spania	4%	1%	3%
USA	8%	6%	8%
Canada	1%	1%	1%
Australia	2%	0%	2%
Kina, Hong Kong, Taiwan & Macau	4%	2%	4%
Andre Europa	7%	13%	8%
Andre Asia	3%	4%	4%
Sør-Amerika	2%	2%	2%
Andre utenfor Europa	2%	3%	3%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	<b>9076</b>	<b>1010</b>	<b>13314</b>

## Formål med reisen i Norge

Hva er hovedformålet med turen?

Formål	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Forretninger			96%	98%	22%
Ferie/fritid	94%	96%			73%
Kombinasjon av forretninger og ferie/fritid	6%	4%	4%	2%	5%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	2668	9076	560	1010	13314



## Primært transportmiddel på feriereisen til Norge

Hvilken transportmåte brukte du hovedsakelig for å reise til Norge på denne turen?

Transportmåte	Utenlandske feriereisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Fly	53%	88%	59%
Bil	22%	7%	19%
Tog	3%	2%	3%
Bil med campingvogn/bobil	10%	0%	8%
Buss	2%	1%	2%
Ferge/Cruise	8%	2%	7%
Motorsykkkel	1%	0%	1%
Annet	1%	1%	1%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	<b>7185</b>	<b>811</b>	<b>7996</b>

Note: Tabellen er eksklusiv datagrunnlaget fra 1. kvartal ettersom spørsmålet ble endret i 2019.

## 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	77%	9%	76%	26%	55%
Ca. én gang i året	14%	12%	14%	10%	13%
Hvert andre/tredje år	2%	9%	3%	7%	4%
Sjeldnere	6%	18%	7%	24%	11%
Første gang i Norge	1%	52%	0%	0%	15%
Har aldri vært på ferie- eller fritidsreise i Norge	0%	1%	1%	34%	2%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	2668	9076	560	1010	13314

## 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 overnattinger	Antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	46%	32%	15%	7%	6,4	2668
Utenlandske feriereisende	12%	34%	35%	19%	10,8	9076
Norske forretningsreisende	81%	12%	3%	3%	3,2	560
Utenlandske forretningsreisende	57%	30%	9%	5%	5,8	1010
Total	44%	29%	18%	10%	7,0	13314

## Fordelingen av overnattinger på regionene i Norge

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

Region	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Nord-Norge	13%	15%	22%	9%	15%
Trøndelag	10%	7%	18%	4%	11%
Vestlandet	16%	27%	26%	30%	22%
Østlandet	38%	13%	15%	15%	26%
Sørlandet	8%	6%	9%	6%	8%
Oslo	12%	20%	9%	32%	15%
Cruise	0%	1%	0%	0%	0%
Utenfor Norge	2%	11%	1%	4%	5%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	2668	9076	560	1010	13314

Note: Av fortrolighetshensyn er Hurtigruten ikke inkludert.

## Fordelingen av turister på regionene i Norge

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

Region	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Nord-Norge	18%	31%	25%	11%	23%
Trøndelag	18%	25%	20%	7%	20%
Vestlandet	22%	58%	28%	37%	34%
Østlandet	46%	31%	16%	20%	35%
Sørlandet	12%	21%	10%	10%	14%
Oslo	18%	53%	12%	44%	28%
Hurtigruten	4%	15%	1%	1%	7%
Cruise	0%	2%	0%	0%	1%
Utenfor Norge	4%	25%	3%	7%	10%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	2668	9076	560	1010	13314

Note: Ettersom 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	Alle reisende
Hotell/pensjonat	35%	47%	91%	92%	51%
Vandrerhjem	1%	3%	0%	1%	1%
Campinghytte på en campingplass	3%	5%	0%	1%	3%
Telt, campingvogn eller bobil på campingplass	6%	11%	0%	0%	6%
Telt, campingvogn eller bobil utenfor campingplass	2%	4%	0%	0%	2%
Leid hytte	6%	6%	1%	0%	5%
Egen eller lånt hytte	14%	1%	0%	1%	7%
Familie, venner eller bekjente	26%	9%	3%	1%	16%
Leide private hjem (Airbnb, husbytte mv.)	2%	10%	1%	1%	4%
Cruise	0%	1%	0%	0%	0%
Annet overnattingssted	5%	3%	4%	3%	4%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	2668	9076	560	1010	13314

Note: Av fortrolighetshensyn er Hurtigruten ikke inkludert.



## 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/pensjonat	41%	56%	93%	94%	57%
Vandrerrhjem	2%	6%	1%	1%	3%
Campinghytte på en campingplass	4%	8%	0%	1%	5%
Telt, campingvogn eller bobil på campingplass	8%	14%	1%	0%	8%
Telt, campingvogn eller bobil utenfor campingplass	3%	8%	0%	0%	4%
Leid hytte	7%	8%	1%	0%	6%
Egen eller lånt hytte	15%	1%	0%	1%	8%
Familie, venner eller bekjente	30%	12%	5%	2%	19%
Leide private hjem (Airbnb, husbyte mv.)	3%	14%	1%	1%	6%
Hurtigruten	4%	15%	1%	1%	7%
Cruise	0%	2%	0%	0%	1%
Annet overnattingssted	5%	5%	5%	3%	5%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	2668	9076	560	1010	13314

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

## Samlet tilfredshet med reisen i 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	Antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	8,6	1%	9,0	1%	2668
Utenlandske feriereisende	8,9	1%	9,1	1%	9076
Norske forretningsreisende	8,2	2%	8,7	2%	560
Utenlandske forretningsreisende	8,4	0%	8,4	1%	1010
Alle reisende	8,6	1%	8,9	1%	13314

Note: Skalaen går fra 0 til 10, hvor 0 er 'Svært misfornøyd' / 'I svært begrenset grad' og 10 er 'Svært fornøyd' / 'I svært stor grad'. Gjennomsnittene er beregnet 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
Handlemuligheter	4,0	3,8	3,8	3,8	3,9
Attraksjoner og severdigheter	4,1	4,4	4,0	4,2	4,2
Gjestfriheten til lokalbefolkningen	4,4	4,4	4,3	4,5	4,4
Tilgjengeligheten av mat av høy kvalitet	4,1	4,0	4,2	4,1	4,1
Spekteret av tilgjengelige aktiviteter	4,2	4,2	3,9	4,0	4,1
Muligheten til å oppleve lokal kultur og livsstil	4,1	4,1	4,0	4,1	4,1
Overnattingsstedene	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3
Møtefasilitetene	4,2	4,3	4,3	4,4	4,3
Priser i forhold til kvalitet	3,4	3,0	3,5	3,1	3,3
<b>Antall besvarelser (n)</b>	2668	9076	560	1010	13314

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

## Reisepartnere på turen i Norge

Hvem reiser du med på denne turen?

Reisepartnere	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Ektefelle/samboer/kjæreste	59%	63%	5%	8%	48%
Andre familiemedlemmer/slektninger	17%	21%	0%	2%	14%
Barn i alderen 0–6 år	12%	6%	1%	1%	8%
Barn i alderen 7–13 år	21%	9%	1%	2%	13%
Barn i alderen 14–17 år	10%	6%	0%	0%	7%
Barn i alderen 18 år eller eldre	4%	5%	1%	0%	3%
Kolleger	4%	5%	37%	37%	12%
Turgruppe	3%	5%	1%	3%	3%
Andre	8%	6%	4%	3%	7%
Reiser alene	14%	9%	53%	47%	21%
Vet ikke / Ønsker ikke å oppgi	0%	1%	1%	1%	1%
<b>Antall besvarelser (n)</b>	<b>2668</b>	<b>9076</b>	<b>560</b>	<b>1010</b>	<b>13314</b>

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

## Kjønnsfordelingen for reisetypene

Er du kvinne eller mann?

Reisetype	Kvinne	Mann	Antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	47%	53%	2656
Utenlandske feriereisende	48%	52%	9007
Norske forretningsreisende	30%	70%	556
Utenlandske forretningsreisende	22%	78%	1010
Alle reisende	43%	57%	13229

## Aldersfordelingen for reisetypene

Hvilket år ble du født?

Reisetype	Under 34 år	35 - 55 år	56 år eller eldre	Ønsker ikke å oppgi	Antall besvarelser (n)
Norske feriereisende	27%	40%	24%	9%	2668
Utenlandske feriereisende	33%	31%	24%	12%	9075
Norske forretningsreisende	27%	51%	12%	10%	560
Utenlandske forretningsreisende	28%	49%	11%	13%	1010
Alle reisende	29%	40%	21%	10%	13313

Note: Ved utregning av aldersgrupper basert på fødselsår er det tatt utgangspunkt i at alle har fylt år i 2018/2019. 'Ønsker ikke å svare' ble fjernet i 2019, og svarene på dette dekker derfor tallene fra kvartal 2-4 i 2018.



## Det gjennomsnittlige døgnforbruket på reisen i Norge - alle turister

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

Døgnforbruk	Norske feriereisende	Utenlandske feriereisende	Norske forretningsreisende	Utenlandske forretningsreisende	Alle reisende
Døgnforbruk total	1135	1490	2730	2225	1570
Døgnforbruk overnatting	310	360	800	855	440
Døgnforbruk transport	265	315	1045	680	435
Døgnforbruk kursavgifter	0	0	165	110	35
Døgnforbruk øvrig	475	435	720	580	510
Døgnforbruk pakkereise	80	380	0	0	145
<b>Antall besvarelser (n)</b>	<b>2668</b>	<b>9076</b>	<b>560</b>	<b>1010</b>	<b>13314</b>

Note: Utrekning av døgnforbruk: Alle turister som har blitt intervjuet blir spurt om deres totale forbruk, samt 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. Forbruket har i etterkant blitt renset for ekstremverdier slik at tallene avspeiler turistenes reelle forbruk. Bemærk at "Forbruk på Transport" i 2019 er blevet ændret til "Forbruk på Transport i Norge".

## METODE OG DATAGRUNNLAG

Populasjonen i Turistundersøkelsen er alle turistene i Norge. Turister er definert ved å ha minst én overnatting i Norge, samt at de ikke har tilbrakt mesteparten av siste året i Norge (maks. 183 overnattinger). Dersom de har overnattinger som tilsvarer et halvt år eller mer betegnes de som bosettere fremfor turister, slik også definert av Eurostat. Transittreisene og sesongarbeidere inngår ikke i Turistundersøkelsen. Turistundersøkelsen er kun gjennomført på Fastlands-Norge, dvs. at Svalbard og Jan Mayen heller ikke inngår i undersøkelsen.

Turistundersøkelsen fokuserer på å gi et helhetlig bilde av den norske turismen på tvers av de ulike regionene. Kvoter og utvalgsplaner er satt opp av Epinion i samarbeid med Innovasjon Norge. I 2018 har det vært et særlig fokus på å oppnå en spredning på utenlandske markeder og ulike målgrupper. Noen av de utenlandske markedene kan derfor være overrepresentert i datainnsamlingen og all data fra Turistundersøkelsen skal derfor kun benyttes i vektet form.

### DATAINNSAMLINGEN

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

#### Personlige intervju på intervjulokasjoner i hele Norge

Datainnsamlingen gjennomføres i hele Norge etter en nøye tilrettelagt utvalgsplan. Denne settes opp slik at den sikrer at det er et tilstrekkelig antall intervju på tvers av regioner, samt en spredning på ulike utenlandske markeder og lokasjoner. Utvalgsplanen er satt opp på bakgrunn av den kommersielle overnattingsstatistikk fra Statistisk Sentralbyrå (SSB) og basert på fjorårets overnattingsregion, nasjonalitet og reisetype. Dette resulterer i regionale kvoter som videre er justert etter hvor de utenlandske markedene finnes. 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 etterkant i forhold til den kommersielle overnattingsstatistikken, kan det likevel foreligge skjevheter som kan ha betydning for resultatene.

Datainnsamlingen i 2018 foretas på flere og andre intervjusteder enn Turistundersøkelsen i perioden 2012-2016. Det nye innsamlingsdesignet inkluderer derfor turistattraksjoner, skianlegg, trafikale knutepunkter, havner og lufthavner, fremfor utelukkende kommersielle overnattingssteder og Hurtigruten. Endringen av utvalgsdesignet kommer av at også Norge har en stor mengde av turister som benytter seg av ikke-kommersielle overnattingsformer, 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 i større grad å inkludere turister som benytter ikke-kommersielle overnattingsformer. 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 eller aktivt lest opp spørsmålene og angitt svarene. Spørreskjemaet er blitt oversatt til 15 ulike språk for å minske evt. språkbarrierer. I tillegg til norsk er følgende språk benyttet; Engelsk, Tysk, Nederlandsk, Svensk, Kinesisk, Fransk, Dansk, Spansk, Italiensk, Koreansk, Polsk, Russisk og Islandsk (i 2018). 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 og nettbrett. Det elektroniske spørreskjema sørger for at alle spørsmål besvares, samt at eventuelle feilregistreringer løpende fanges opp og informeres om i form av feilmeldinger til respondenten.

## VEKTING AV DATA

Ettersom data i Turistundersøkelsen er innsamlet disproporsjonalt, dvs. med en overvekt på utenlandske markeder 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.

Den sentrale utfordringen i vektingsprosessen er at det ikke foreligger populasjonstall for alle overnattingene i Norge. Eksempelvis vil overnattinger hos venner og familie eller Airbnb ikke inngå i den kommersielle overnattingsstatistikken, men utgjør likevel en betydelig del av turismen i Norge. Vektingen utføres derfor separat for hotellovernattinger og øvrige overnattinger.

Hotellovernattingene vektet opp mot den kommersielle overnattingsstatistikken til SSB, og populasjonstallene er stratifisert etter beliggenhet, nasjonalitet og formål. Til sammen utgjør dette en celle. Et eksempel på en slik celle er norske forretningsreisende i Nord-Norge.

Ettersom det foreligger mindre data om de øvrige overnattinger utenfor hotellene, så lages det en vekt som overordnet sikter mot å rette opp den disproporsjonale datainnsamlingen. Her benyttes den kommersielle overnattingsstatistikken for beliggenhet og nasjonalitet for alle overnattingsbedrifter. Grunnet lite tilgjengelig data er kriteriene for denne vektingen svakere, noe som gir rom for at sterkere mønstre i datagrunnlaget kan forekomme.

Samlet sett sørger vekten 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 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/eller et stort reisefølge fortsatt tyngre enn gjester med få overnattinger og/eller få i reisefølget, men uten at enkelte gjester kan påvirke gjennomsnittene uforholdsmessig mye.

Prosessen rundt vektingen følger den iterative proporsjonale fitting algoritme, som estimerer cellev verdier 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 og andelene representerer dermed overnattinger med få unntak. Separate vekter er utviklet til de analyser som fremviser gjennomsnittlige fordelinger av overnattinger og reisefølge. Dette er for å unngå at det vektet «dobbel» i forhold til antall overnattinger og reisefølge.

De store endringene i undersøkelsesdesignet har også betydning for vekten. Ettersom denne rapport bygger på første året med datainnsamling med nytt undersøkelsesdesign, må vekten anses som foreløpig. Videre innebærer det at resultatene i denne rapporten kan bli justert i etterkant, hvis 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 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 godkjennelse av de oppgitte forbrukstall. Det er mulig å oppgi forbruket i 36 forskjellige valuta<sup>1</sup>, 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 summerer til det samlede forbruk uten forbruket på pakke.

<sup>1</sup>: 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 (kroatiske 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).