

Turistundersøkelsen Sommer

Feriereisende i Norge
sommersesongen 2023



Epinion



Sommerturismen i Norge

Formålet med denne rapporten er å gi et innblikk i turismen i Norge sommersesongen 2023.

Etter en pause under pandemien, startet Turistundersøkelsen opp igjen i begynnelsen av 2023. Denne rapporten viser resultater fra intervju som er gjort med feriereisende, som var i Norge i perioden mai til august 2023.

Rapporten er utarbeidet av Epinion og Gyger på oppdrag fra Innovasjon Norge og belyser sommerturistene i syv ulike tema.

Datainnsamlingen er gjennomført av Norstat på ulike lokasjoner over hele landet. Det ble gjennomført 8 060 intervju med feriereisende i perioden. Av disse er 1 023 norske og 7 037 utenlandske turister (les mer om datagrunnlaget i metodeavsnittet til slutt i rapporten).

Dersom du ønsker å dykkere dypere inn i resultatene fra undersøkelsen kan du se nærmere på bakgrunnsrapporten for sommersesongen 2023.

Innhold

Tema 1: Turismen i sommersesongen – et overblikk

Innledningsvis viser vi noen overordnede funn for utenlandske og norske ferieturister, samt oversikt over transportmåter til og i Norge.

Tema 2: Forbruk og reisefølge

Hvilke nasjonaliteter bruker mest på norgesferien per døgn og for hele ferien? Hvilke aktiviteter drar forbruket opp? Hvor lenge blir turistene i Norge?

Tema 3: Naturopplevelser og aktiviteter

Hvilke utendørsopplevelser og -aktiviteter gjør sommerturistene? Hva motiverer dem til å oppleve i naturen?

Tema 4: Kultur- og byopplevelser

Hvem er kulturturistene, hvor kommer de fra og hva vil de oppleve på norgesferien?

Tema 5: Tilfredshet og anbefalingsvilje

Hvor kommer de mest fornøyde turistene fra? Hva er kritikerne misfornøyde med? Hva kjennetegner de som anbefaler Norge som reisemål til andre?

Tema 6: Betydningen av bærekraft

Påvirker miljø, klima og natur turistene når de planlegger ferien? Hva gjør de for å reise bærekraftig i Norge? Opplever de overfylte steder og attraksjoner på reisen?

Tema 7: Sammenhengen mellom aktiviteter og motivasjon

Hvilke aktiviteter opptrer ofte sammen på en ferie? Hvilke motiv er koblet til ulike aktiviteter?

Appendiks Datagrunnlag, metode og definisjoner

Turistundersøkelsen er delt inn i flere regioner

Turistundersøkelsen er en landsdekkende undersøkelse med turister på reise i Norge

Det gjennomføres intervju i Turistundersøkelsen hele året. I sommer er det gjennomført 8 060 intervju, og intervjuene er fordelt på seks regioner slik det er vist i kartet til høyre. Det vil bli utarbeidet regionsrapporter for følgende regioner:

1. Nord-Norge
2. Trøndelag
3. Vestlandet
4. Sørlandet
5. Østlandet
6. Oslo

Datainnsamlingen gjennomføres etter en utvalgsplan som tar sikte på å samle inn tilstrekkelig antall intervju med turister i ulike geografiske regioner, fra utvalgte utenlandsmarkeder, som bor på ulike typer overnattingssteder og reiser med ulike typer transportmidler mv.

Fordelingen av intervju per region

Intervju alt i alt

8 060 / 1 023 / 7 037

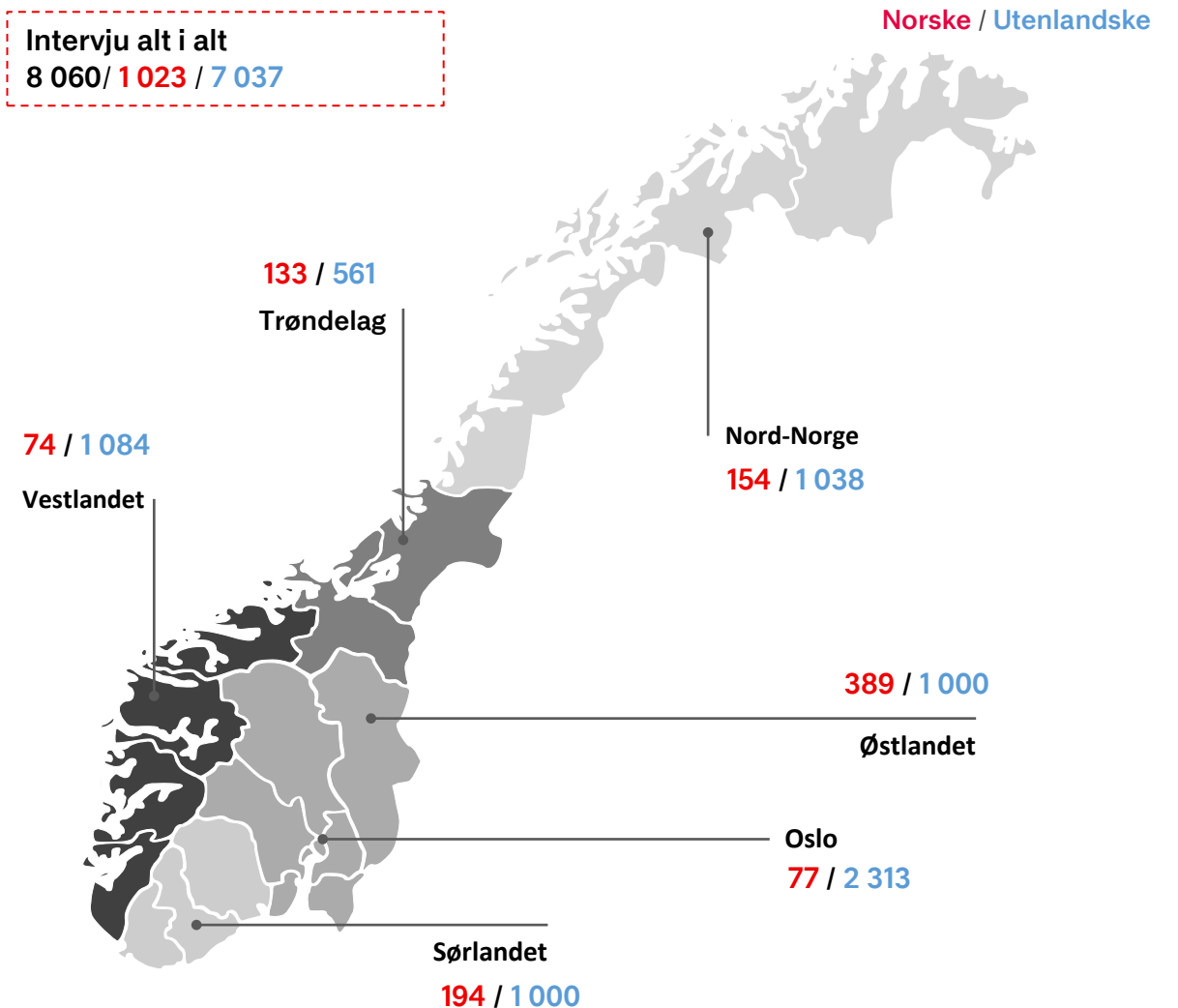




Foto: Kristoffer Møllevik - Vist Helgeland

Tema 1: **Turismen i sommersesongen – et overblikk**

Innledningsvis viser vi noen overordnede funn for utenlandske og norske ferieturister, samt oversikt over transportmåter til og i Norge.

Kjennetegn på utenlandske sommerturister

Utenlandske sommerturister



I gjennomsnitt reiser utenlandske feriereisende ca. **5 personer sammen**, og en fjerdedel reiser med barn.



De aller fleste er **svært godt fornøyd** med ferien i Norge, og anbefaler mer enn gjerne Norge som reisemål.



Mer enn en tredjedel av de utenlandske feriereisende **undersøkte bærekraft** når de planla ferien i Norge. Disse er også mer opptatt av å ta hensyn til natur og klima på reisen.



Halvparten **kommer til Norge i bil**, og det store flertallet bruker bil på reisen i Norge.



Utenlandske feriereisende er interessert i mange ulike friluftaktiviteter, **de fleste vil gå på fotturer og oppsøke naturopplevelser**.



2 av 3 er interessert i å **oppleve kultur, kunst og historie** og/eller stedenes kultur, mat og livsstil.



Halvparten er i Norge **for første gang**, og **15 prosent** er her en gang i året eller mer.



Topp motivasjon for å oppleve norsk natur og kultur er **stilhet og ro (66%)**, å oppleve **spektakulær natur og naturfenomener (62%)**, være **fysisk aktiv og bruke kroppen (51%)** og å bli kjent med stedene de besøker (50%).



Kjennetegn på norske sommerturister

Norske
sommerturister



I gjennomsnitt reiser norske feriereisende ca. **3 personer sammen**, og nesten 4 ut av 10 reiser med barn.



De er opptatt av å **oppleve kvalitetstid sammen med andre**.



De er **veldig godt fornøyd** med ferien, og **anbefaler gjerne Norge** som reisemål.



En fjerdedel overnatter minst en natt hos familie, venner eller bekjente.



De fleste vil ha med seg **naturopplevelser, fotturer eller strand, sol og badeliv**.



Nesten halvparten er interessert i å **oppleve kultur, kunst og historie eller kultur, mat og livsstil**.



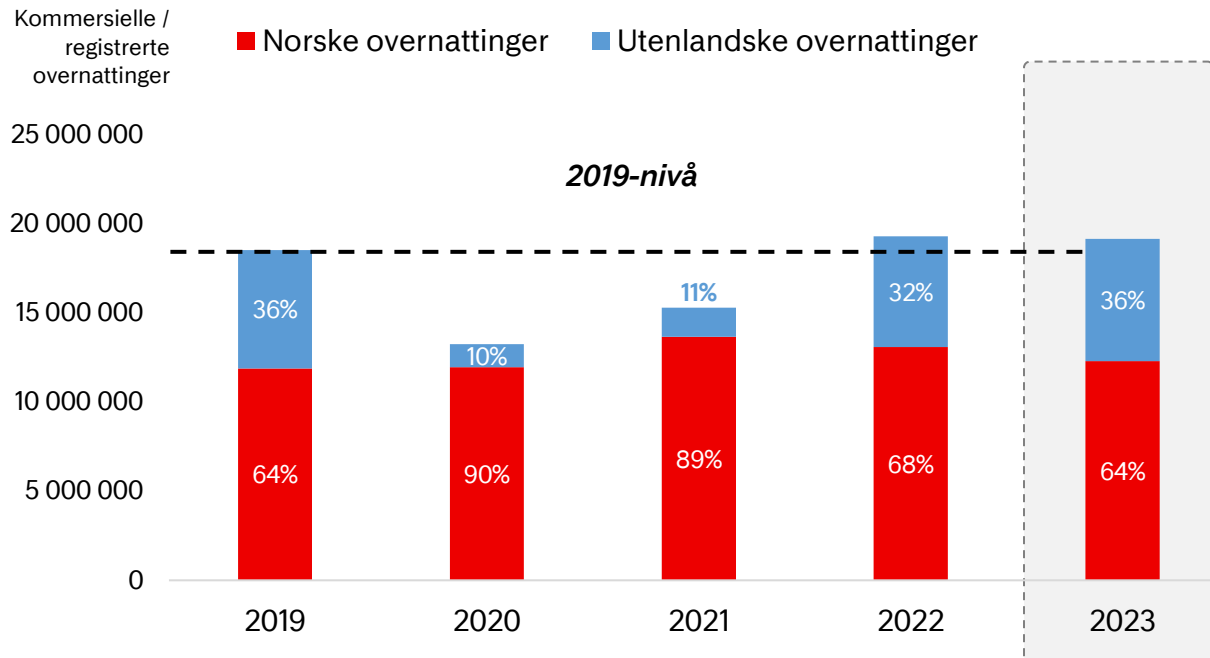
Tema 1: Sommersesongen – et overblikk

Antall kommersielle overnattinger i sommersesongen 2023

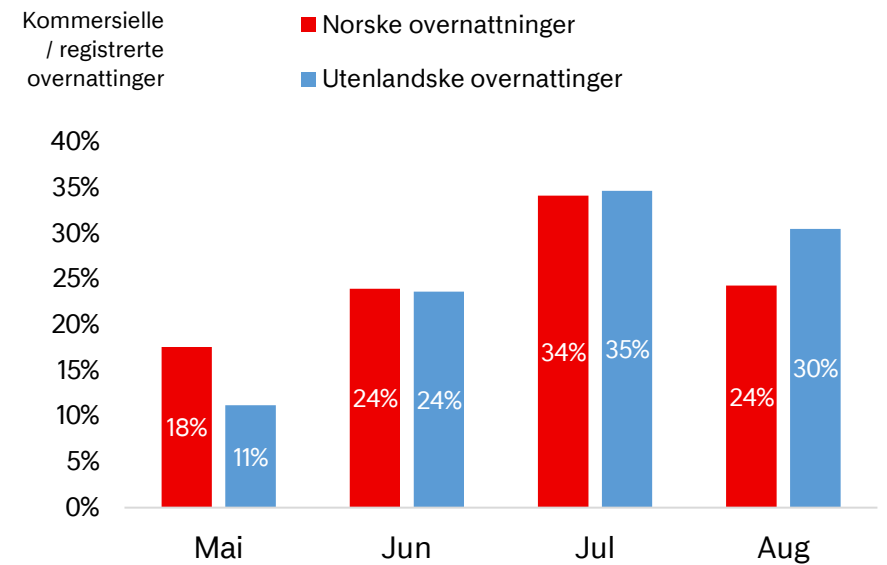
Utenlandske kommersielle gjestedøgn økte med 3 prosent i sommersesongen sammenlignet med 2019. Dermed er antall gjestedøgn i sommersesongen tilbake på et høyere nivå enn før pandemien. Økningen skyldes først og fremst at det var sterk vekst i gjestedøgn på campingplasser og i hyttegrender.

En stor del av overnattingene i Norge er ikke-kommersielle/ikke-registrerte overnattinger. Omfanget av disse beregnes ut fra turistenes svar i stikkprøven og vektmodellen. Se mer om de andre overnattingsformene på side 17, og les mer om vektmodellen på side 63.

Fordeling av registrerte overnattinger i sommeren over tid



Registrerte overnattinger pr. måned 2023

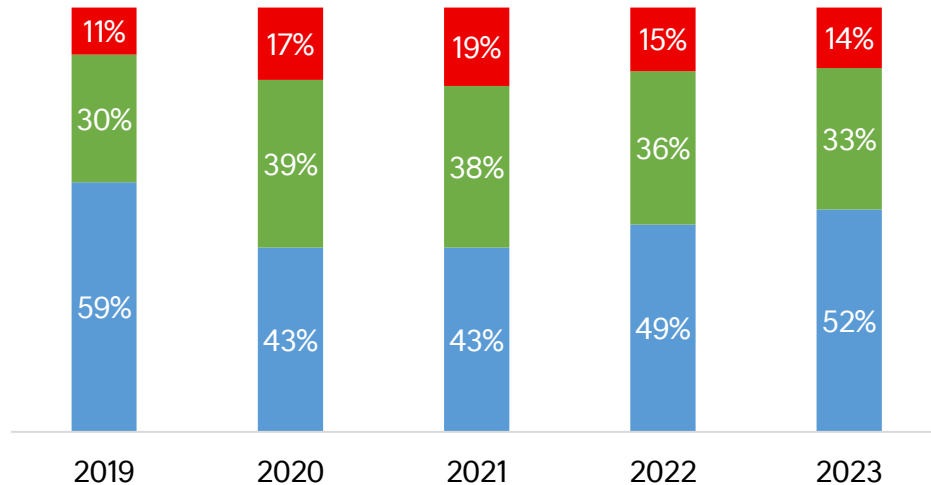


Til tross for nedgang, hotellene er fortsatt klart størst

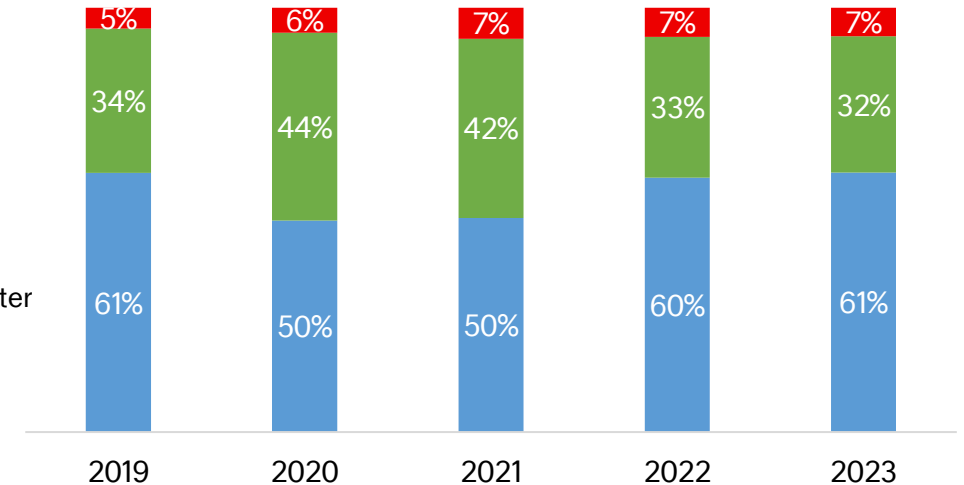
Sommeren 2023 overnattet en større andel av de utenlandske ferie- og fritidsreisende på campingplasser og hytter, og færre på hoteller og tilsvarende overnattingssteder. Antall gjestedøgn på campingplasser og hyttegrender økte med 14 og 33 prosent, mens gjestedøgn på hoteller gikk ned med 8 prosent.

Fordelingen av kommersielle overnattinger etter overnattingstype tid

Utenlandske overnattinger



Norske overnattinger

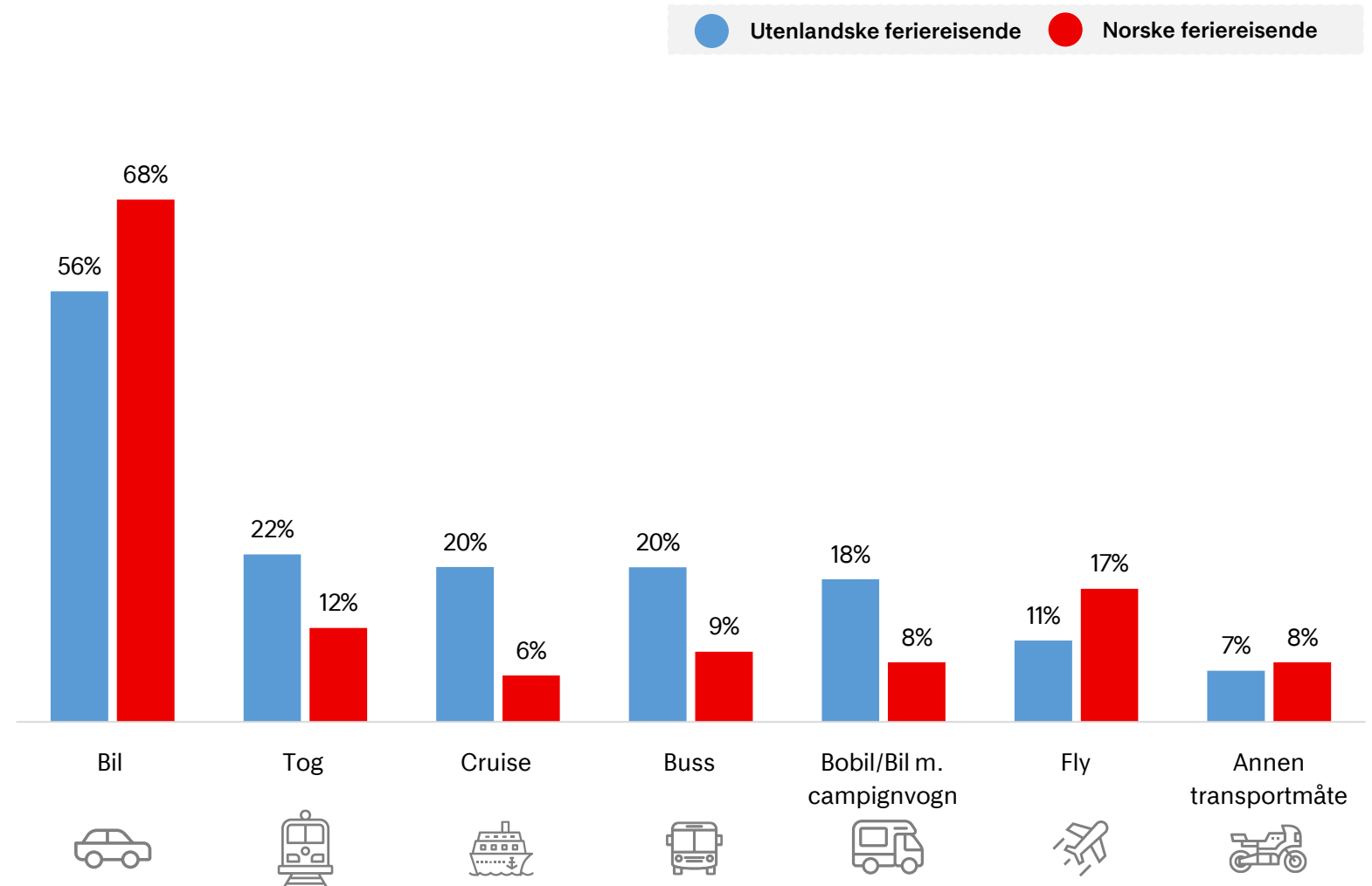


- Hyttegrender og vandrerhjem
- Campingplasser
- Hotell og lignende overnattingsbedrifter

Mer enn halvparten bruker bil på reisen i Norge

- Andelen som bruker fly på feriereisen i Norge har gått betydelig ned fra 2019, det samme har andelen som reiser med buss og tog.
- Det er mer vanlig å bruke tog og buss når de har kommet med fly til Norge, enn med andre typer transportmidler. Når andelen som kommer med fly går ned, går andelen med buss og tog også ned.

Feriereisenes bruk av transportmiddel på reisen i Norge



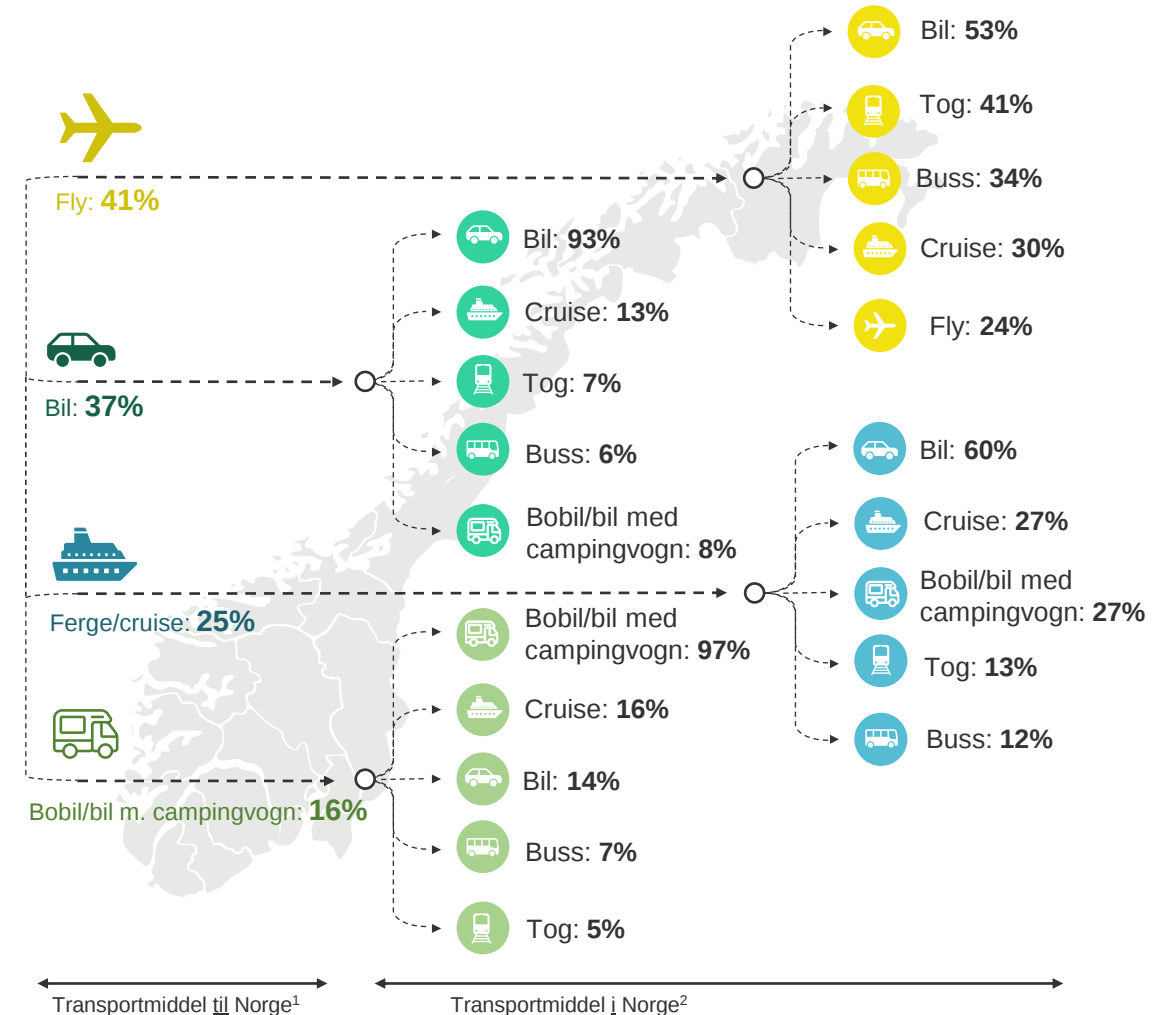
Note: Det er mulig å velge flere transportformer hvis man har brukt mere enn ett transportmiddel på reisen i Norge. Derfor summeres tallene til mer enn 100%. «Bil» dekker over bensil/diesel bil, hybridbil og el-bil. «Cruise» dekker over Hurtigruten, Havila og andre ferge/cruise rederier.

Tema 1: Sommersesongen – et overblikk

Bil eller bobil er mest utbredt transportmiddel i Norge, uavhengig av transportmiddel til Norge

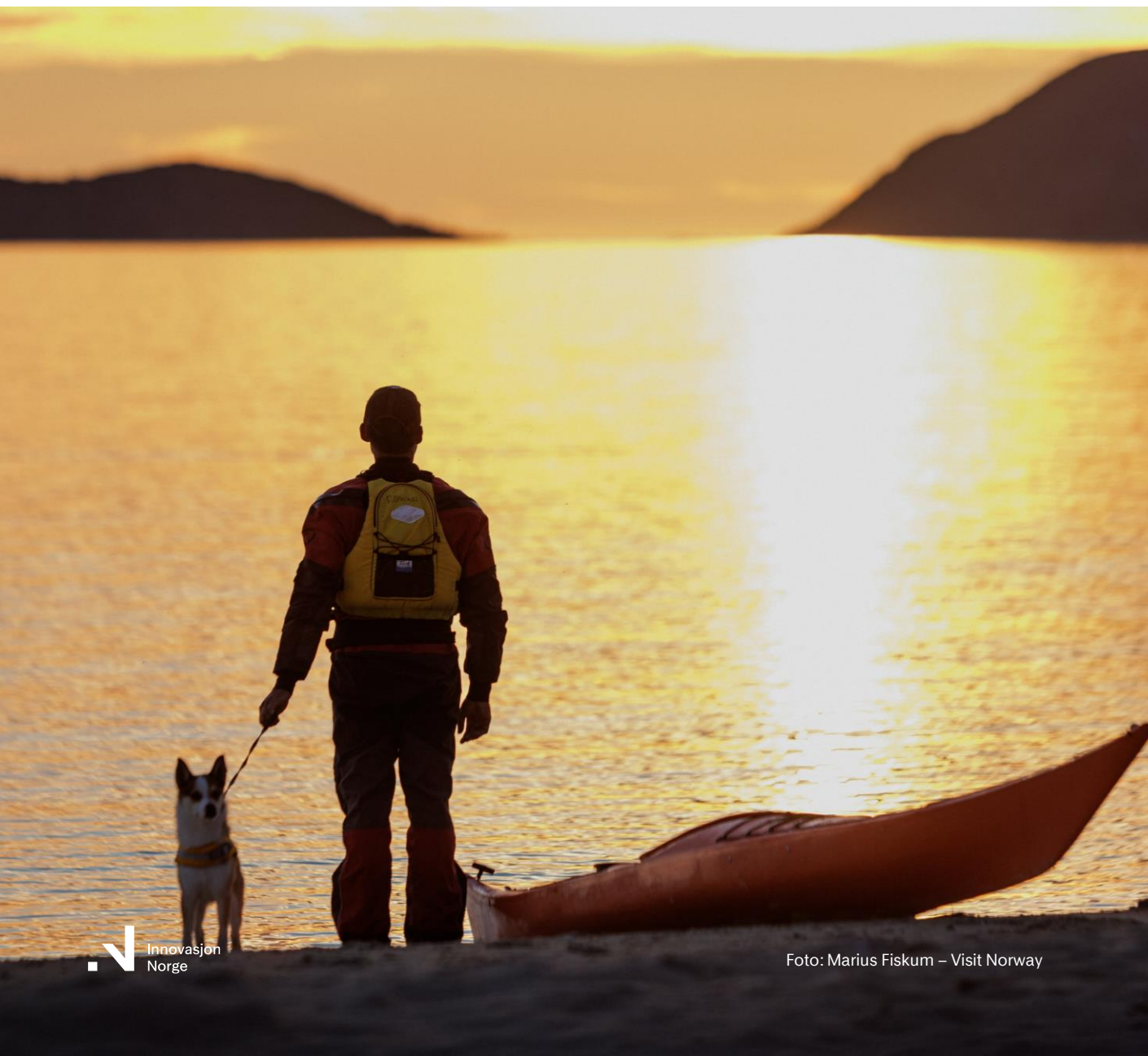
- Over 80 prosent av de reisende fra oversjøiske markeder, samt spanjoler og italienere kommer med fly.
- Mens det er under 20 prosent som kommer med fly fra Nederland, Danmark, Tyskland og Sverige.
- Over 20 prosent kommer med bobil eller bil med campingvogn fra Tyskland (32%), Belgia (27%), Nederland (26%), Finland (25%) og Sveits (21%).

Kombinasjon av transportmidler til og i Norge for utenlandske feriereisende



Note: Det er mulig å velge flere transportformer hvis man har brukt mer enn ett transportmiddel på reisen til og i Norge. Derfor summeres tallene til mer enn 100%. «Bil» inneholder bensin/diesel bil, hybridbil og el-bil. 1: «Ferge/cruise» (til Norge) dekker Color Line, Fjordline og andre ferge/cruiserederer.

2: «Cruise» (i Norge) inneholder Hurtigruten, Havila og andre ferge/cruise rederier.



Tema 2: **Forbruk og reisefølge**

Her ser vi nærmere på hvor de feriereisende kommer fra, deres forbruk, hvor mange de reiser sammen med og hvordan de overnatter på reisen.

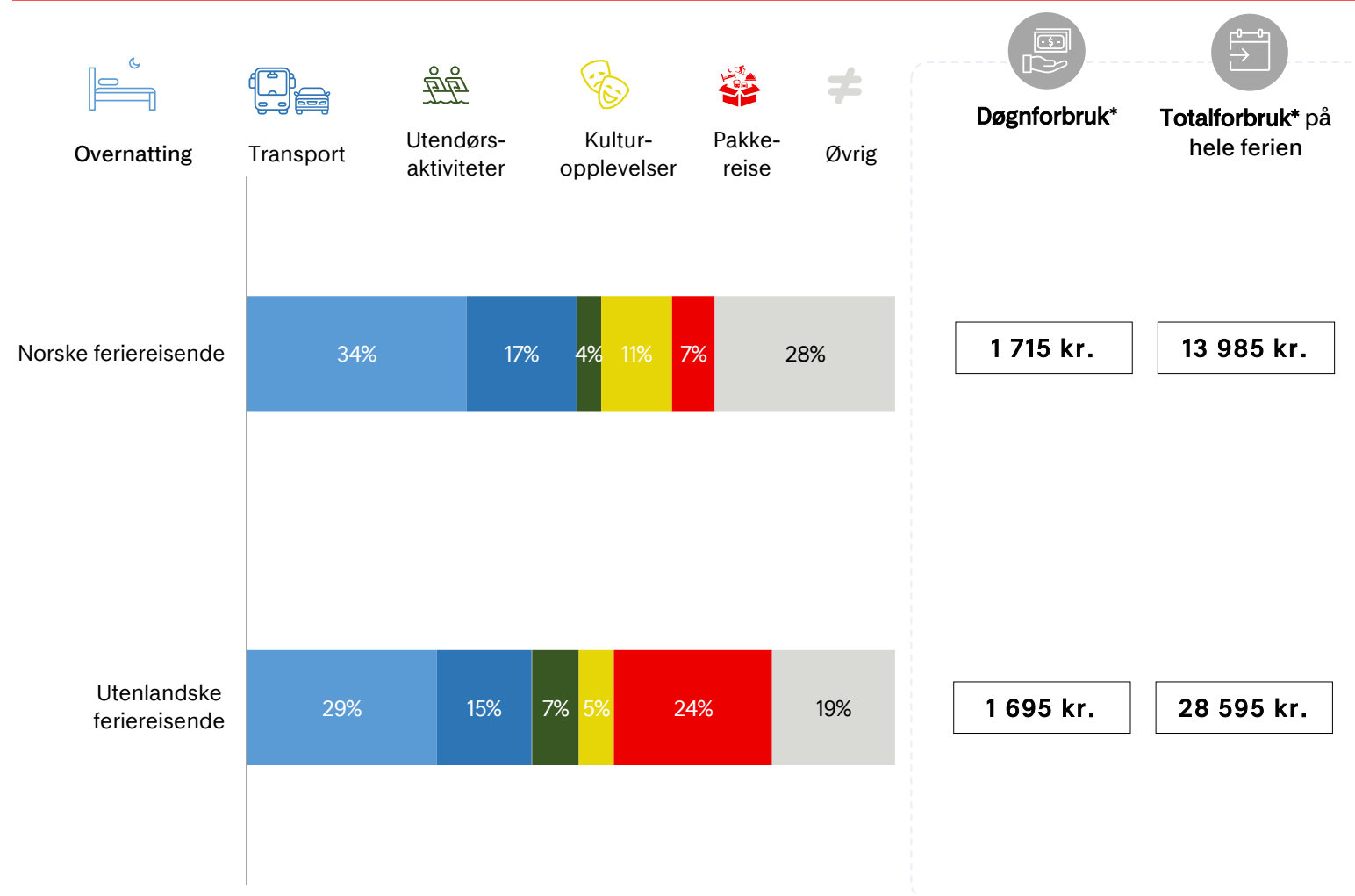
Tema 2: Forbruk og reisefølge

Forbruk per nasjonalitet

- Nordmenn bruker mer penger per døgn enn gjennomsnittsturisten fra utlandet. Oppholdstiden for utlendingene er mye lengre enn for nordmenn, derfor er det totale ferieforbruket for hele ferien mer enn dobbelt så høyt for de utenlandske ferie- og fritidsreisende.

Grafen viser hvordan døgnforbruk fordeler seg på ulike utgiftsposter for norske og utenlandske ferie- og fritidsreisende.

Gjennomsnittlig døgnforbruk per person



Note: Prosentene i grafene er avrundet. Derfor er det mulig at tallene ikke summerer seg akkurat til 100%. Prosenten på eller under 2% er skjult.

Døgnforbruket for transport til Norge inngår ikke i beregning av forbruket for utenlandske reisende.

*Det gjennomsnittlige forbruket er avrundet til nærmeste 5 kr.

Tema 2: Forbruk og reisefølge

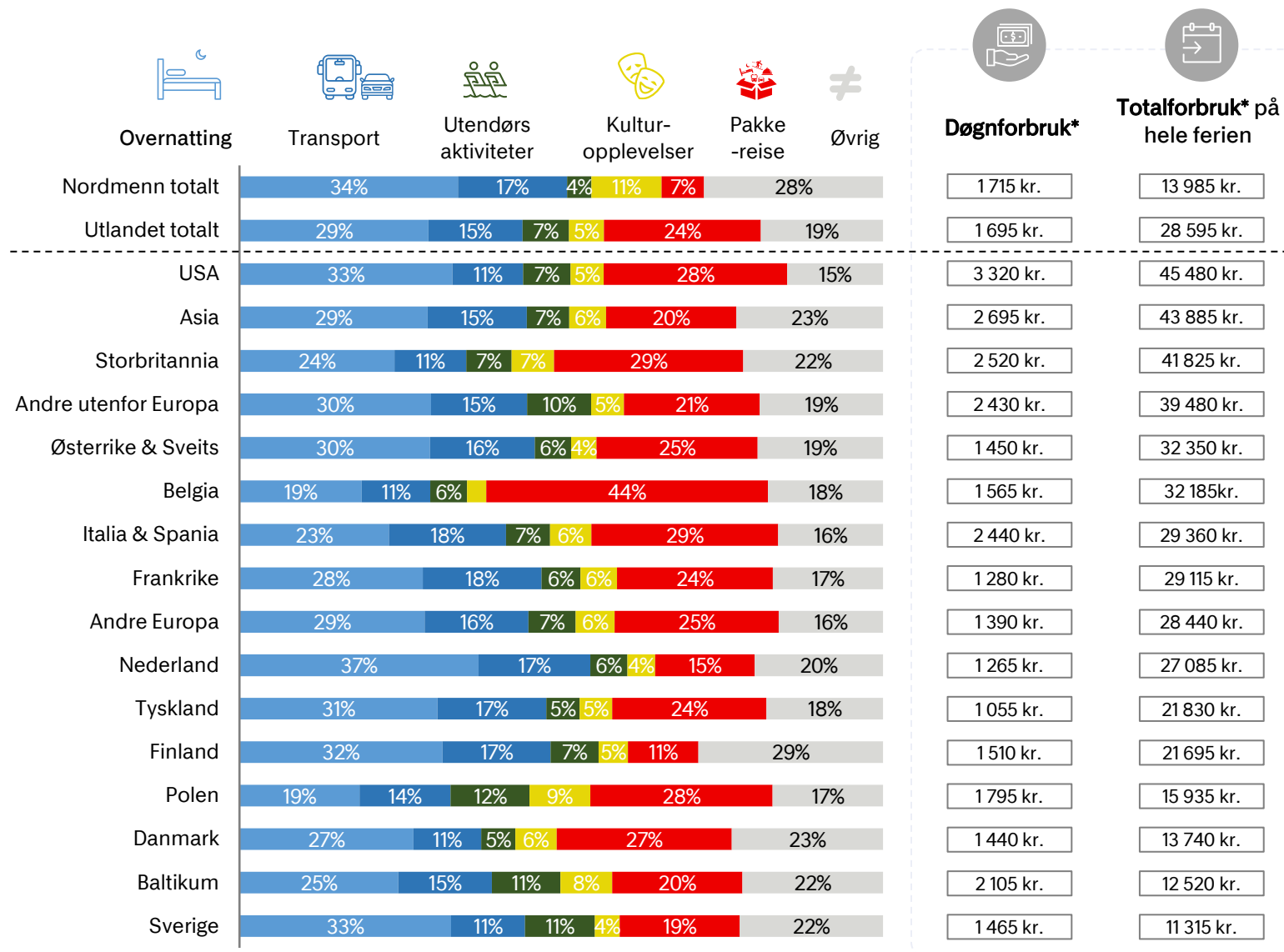
Amerikanere, asiater og briter bruker mest penger i Norge

- Grafen viser hvordan det gjennomsnittlige døgnforbruket er sammensatt. Transport til Norge er ikke med i beregningen av forbruket for utenlandske turister dersom det ikke er bakt inn i prisen for en pakkereise.
- Det er viktig å være klar over at det er store variasjoner i døgnforbruket innad i markedene. I Belgia er det f.eks. slik at de som ikke har kjøpt pakkereise har et veldig lavt forbruk, mens de som besøker landet som en del av en organisert pakkereise har et høyt forbruk.

Beregning av døgnforbruk og totalforbruk:

Respondentene har oppgitt hvor mye penger de har brukt totalt på reisen i Norge og fordelt på ulike forbruksposter. Forbruket er oppgitt for hele det økonomiske reisefølget. Døgnforbruket per person er beregnet ved å dele på antall i reisefølget og på antall overnattinger. Forbruket er kontrollert for feiltastinger og outliers (både for svært lave og for høye forbruk).

Gjennomsnittlig døgnforbruk og totalforbruk på ferien per person



Note: Prosentene i grafene er avrundet. Derfor er det mulig at tallene ikke summerer seg akkurat til 100%. Prosentene på eller under 3% er skjult.

Døgnforbruket på transport til Norge inngår ikke i beregning av døgnforbruk og totalforbruk.

*Det gjennomsnittlige forbruket er avrundet til nærmeste 5 kr.

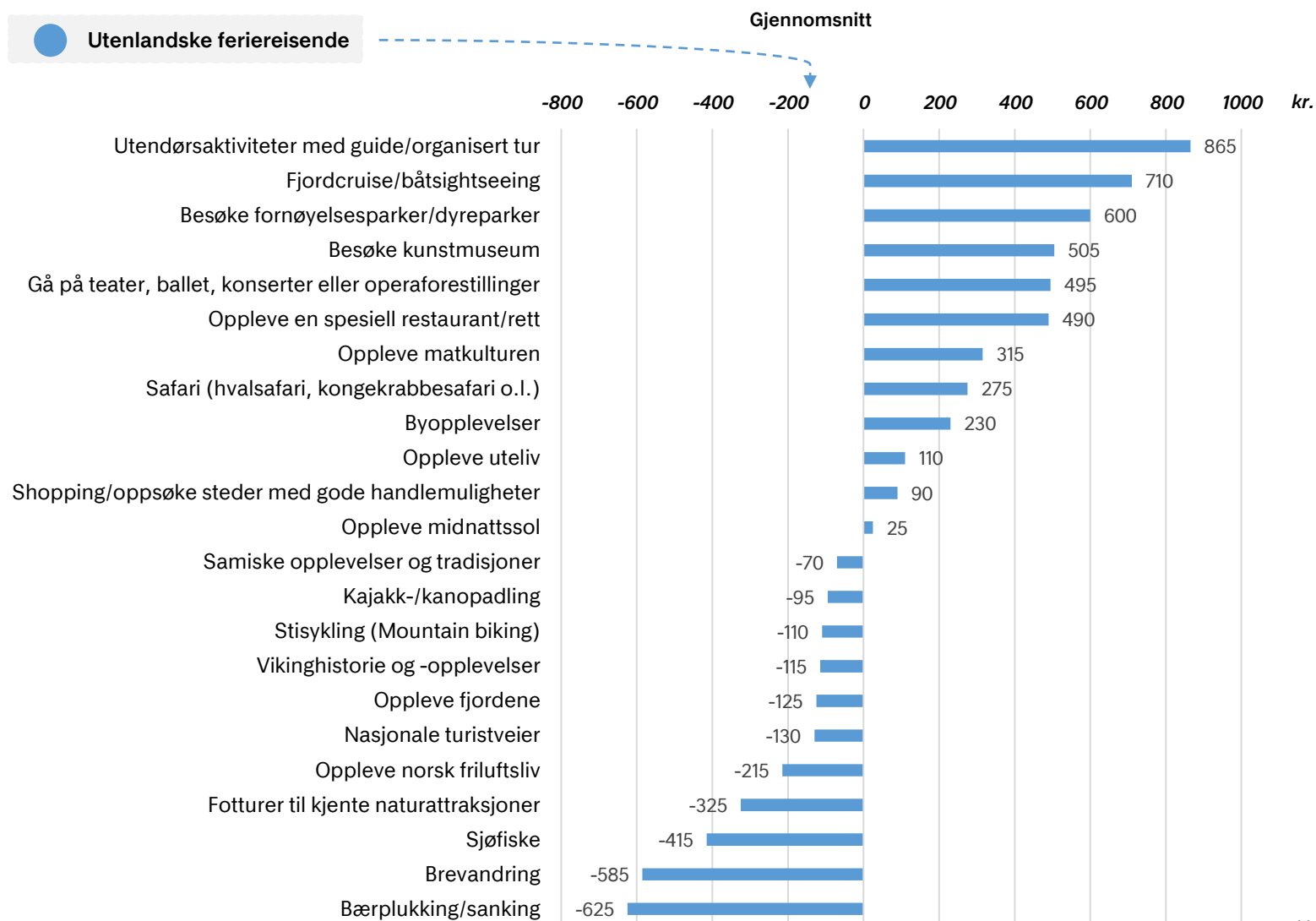
Hva driver forbruket?

24 prosent av de utenlandske turistene har brukt guide eller deltatt på organiserte turer i naturen. Disse turistene bruker 865 kroner mer per døgn enn gjennomsnittsturisten. Nesten halvparten av amerikanerne og 38 prosent av australiere og italienerne har brukt guide eller deltatt på organiserte turer. Det er mer utbredt for turister som er med på et arrangement eller som har kjøpt en pakkereise for reisen i Norge.

Fjordcruise/båtsightseeing er mer populært dess lengre turistene har reist for å komme til Norge. Hele 47 prosent av amerikanske turister oppgir at de har deltatt på slike opplevelser, mens det kun er 5 prosent av danskene og 11 prosent av svenskene.

Turister som er vil oppleve spektakulær natur og naturopplevelser har et høyt døgnforbruk når de også er villige til å betale for å delta på organiserte turer som fjordcruise, safari og andre typer guidede turer i naturen.

Utenlandske feriereisendes gjennomsnittlige døgnforbruk* på tvers av utvalgte aktiviteter



Typiske turister som bruker mye og lite penger i Norge

En amerikansk mann på omtrent 74 år, som reiser til Norge med (stor)familien

Han er i Norge for første gang og har kjøpt hele reisen som pakkereise. De kommer til Norge med fly, og er deler av ferien på Hurtigruten eller Havila

Er svært fornøyd med alle deler av ferien i Norge, og anbefaler gjerne Norge til andre

Ikke opptatt av bærekraft, og har ikke gjort noe spesielt for å ta vare på natur, miljø og klima

Han vil oppleve både natur- og kulturopplevelser. Har vært på sightseeing, fjordcruise og opplevd fjorder og fjell. Kulturelt besøker de gjerne museer, teatre og spiser gjerne på restauranter

Gull bobler: En feriereisende, som bruker mer enn 2 000 kr. i døgnet på ferien



Blå bobler: En feriereisende, som bruker betydelig mindre enn 2 000 kr. i døgnet på ferien

En ung kvinne fra Litauen som er i Norge for å besøke venner og familie

Hun har vært i Norge før. Kommer med fly

Hun blir i Norge lenge, og overnatter gjerne på flere forskjellige typer overnattingssteder på reisen. Hun er mindre fornøyd med reisen i Norge

Opplever mest naturen, men gjør generelt sett ikke mange aktiviteter på reisen. Er heller ikke interessert i å oppleve kultur på denne reisen i Norge

Ikke opptatt av bærekraft under planleggingen, og heller ikke på reisen i Norge

Bobilturistene er et annet eksempel på en gruppe som bruker lite penger per døgnet. Les mer på side 31

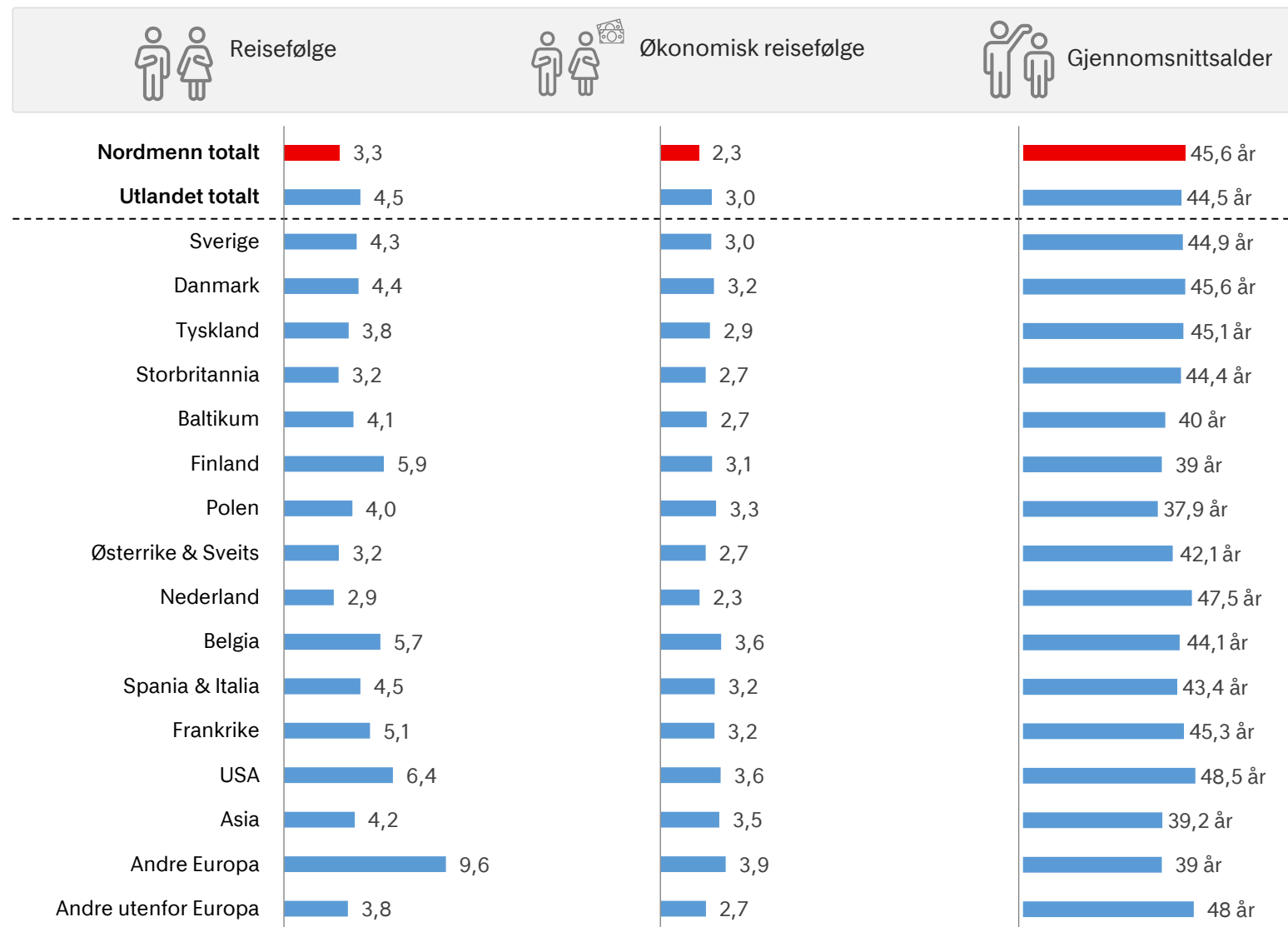
Reisefølgene til de feriereisende

- Det gjennomsnittlige reisefølget er høyt fordi noen få reisefølger, særlig knyttet til arrangementer mv. trekker gjennomsnittet kraftig oppover.
- Halvparten av alle feriereisende reiser to eller færre sammen på feriereisen. 43 prosent av de utenlandske og 36 prosent av de norske reiser to og to, mens åtte prosent av de utenlandske feriereisende og 15 prosent av de norske reiser alene.

Definisjon reisefølge

Reisefølge er antall personer som oppgir å reise sammen.
Økonomisk reisefølge er antall personer som reiser sammen og som har felles økonomi/deler utgifter på reisen.

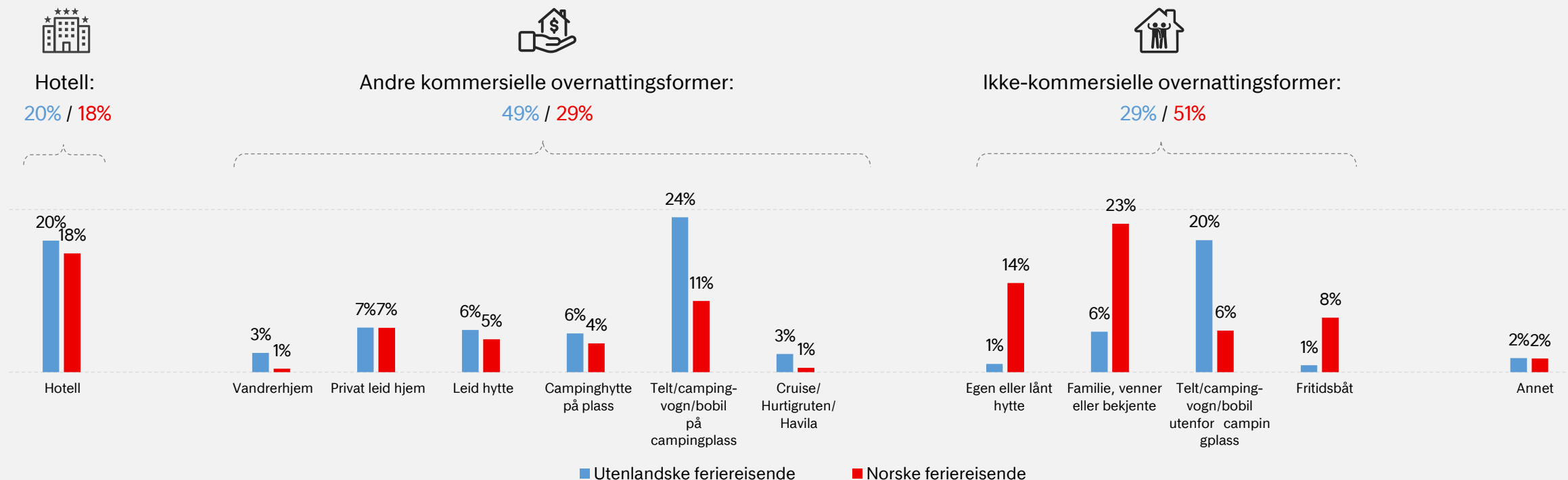
Gjennomsnittlig antall personer i reisefølget per feriemarkeder



Flere på camping, færre på hotell siden 2019

Nesten 6 av 10 utenlandske overnattinger og halvparten av de norske var på kommersielle overnattingssteder i sommer. Camping utenfor campingplass har økt fra 13 til 20 prosent av overnattingene sammenlignet med 2019, samtidig har leid i private hjem også gått opp. Hotellovernattinger som andel av totalen har gått ned fra 31 prosent til 20 prosent sammenlignet med 2019.

Fordelingen av de feriereisendes overnattinger på innkvarteringstyper



Tema 2: Forbruk og reisefølge

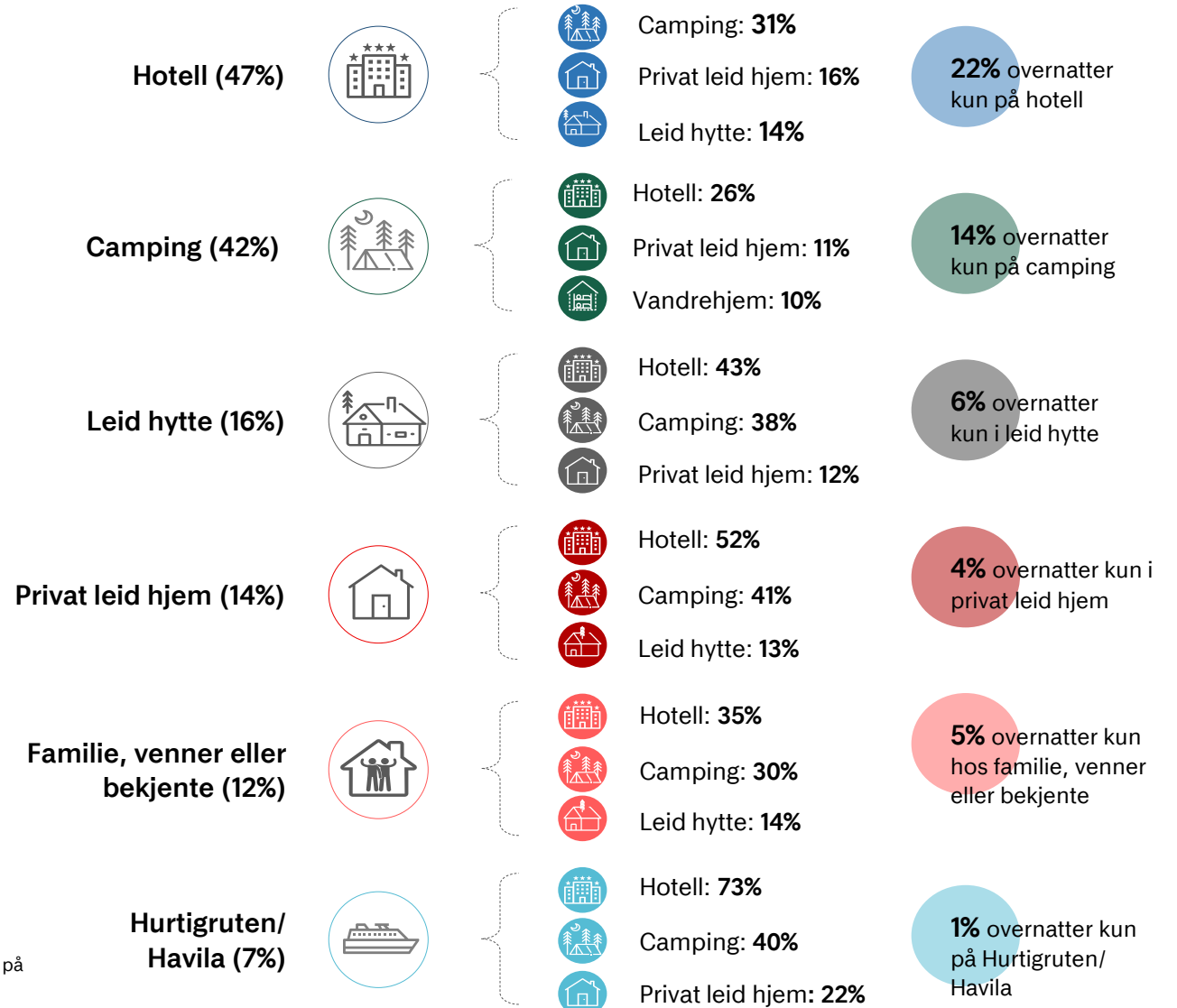
Halvparten kombinerer ulike overnattingsformer på reisen

- Halvparten av de feriereisende benytter seg kun av en type overnatting, slik som for eksempel hotell eller bobil, mens den andre halvdelens varierer overnattingstilbud under norgesferien.
- De som overnatter på Hurtigruten/Havila og i private hjem bruker i størst grad andre typer overnatting i tillegg, og da særlig hotell.

Kombinasjon av flere typer overnatting på ferien i Norge for utenlandske feriereisende

Har hatt minst én overnatting på...

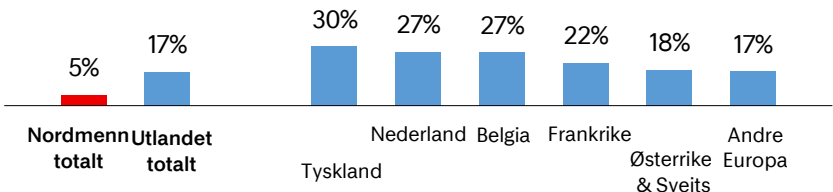
Andel som også har overnattet på/i...



4 av 10 har mer enn 15 overnattinger i Norge

Nasjonalitetene som reiser rundt i bil blir i Norge lengst. Over 50 prosent av turistene fra Nederland, Østerrike og Sveits, Tyskland og Frankrike var i Norge mer enn 15 netter på feriereisen i Norge.

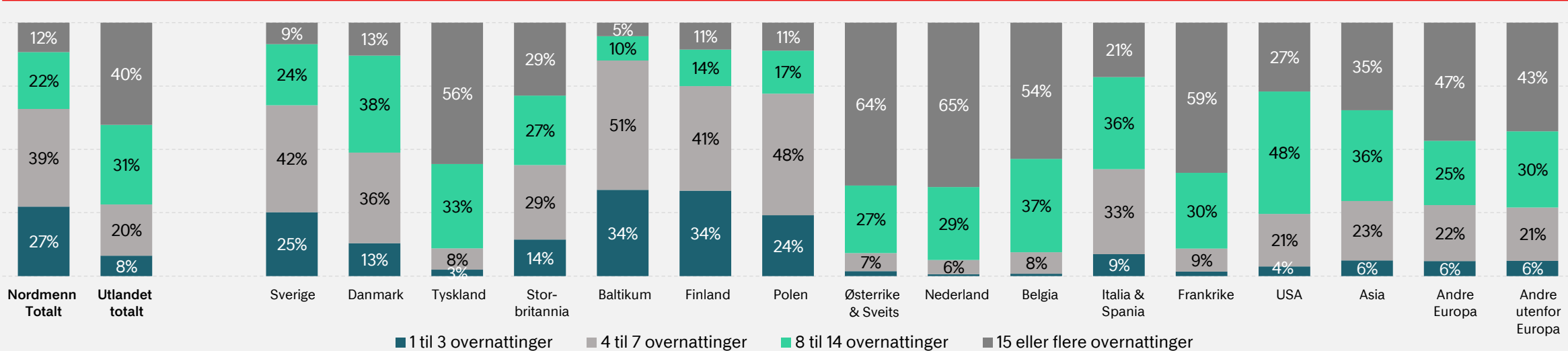
Braker **bobil** som transportmiddel på reisen i Norge



Gjennomsttlig antall overnattinger



Antall overnattinger oppdelt intervaller



Note: Prosent på eller under 2% er skjult

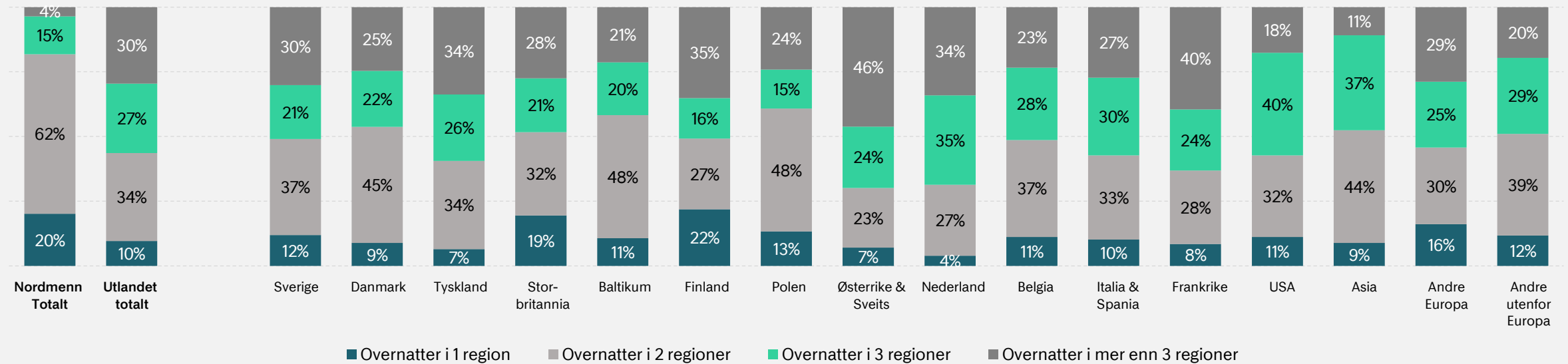
Tema 2: Forbruk og reisefølge

Flertallet overnatter i to eller flere regioner på feriereisen

Turistene fra Frankrike, Østerrike og Sveits reiser mest rundt, og mer enn 40 prosent av turistene overnatter i 3 eller flere regioner på reisen. Gjestene fra Storbritannia og Finland overnatter i mye større grad kun i en region.

Hvor mange ulike regioner overnatter de feriereisende i Norge på deres reise (Nord-Norge, Midt-Norge, Vestlandet, Østlandet, Sørlandet og Oslo)

Antall av regioner per marked



Note: 39 feriereisende har kun overnattet på Havila/Hurtigruten eller annet cruiserederi. Disse er ikke med i beregningen.



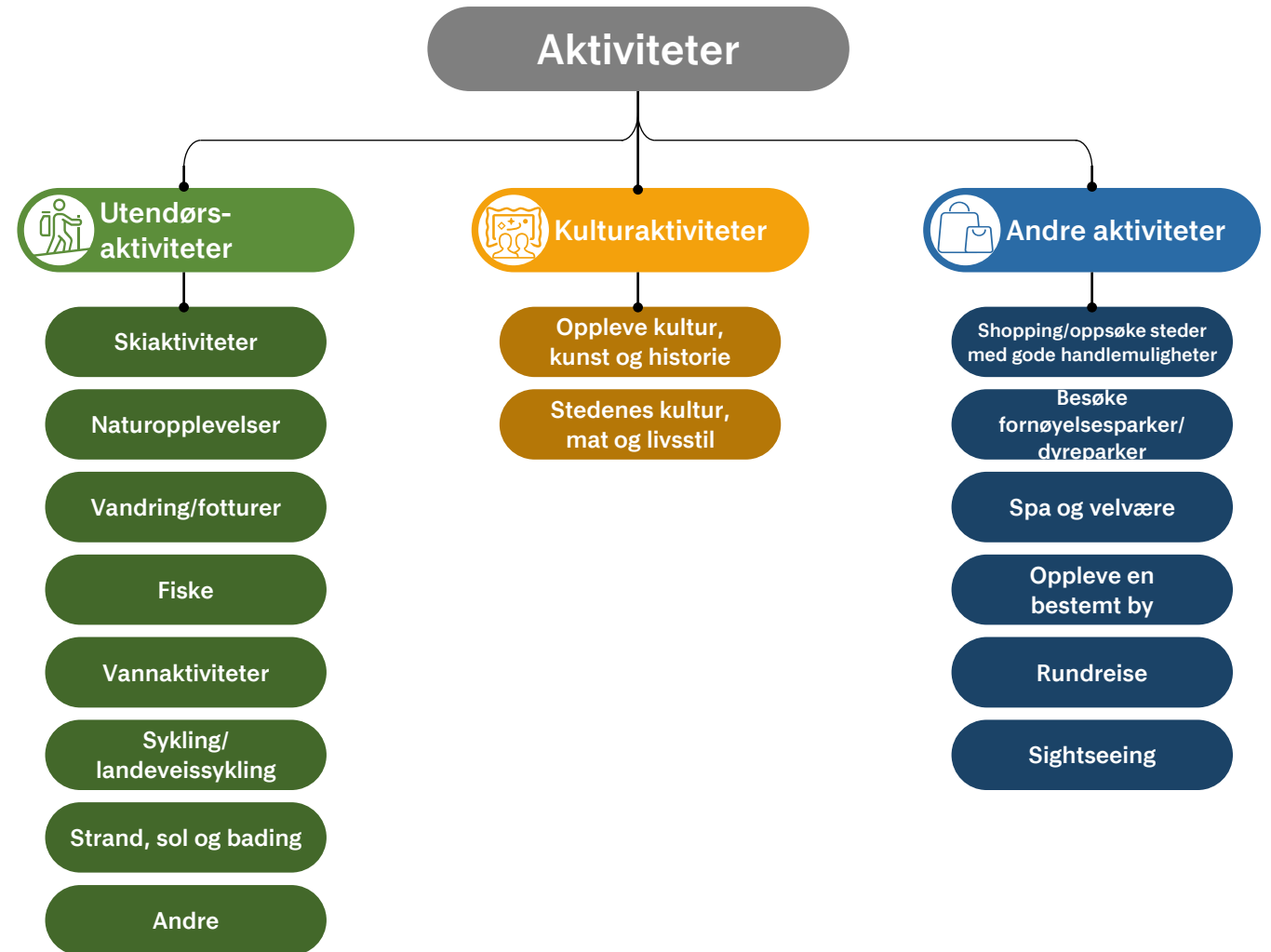
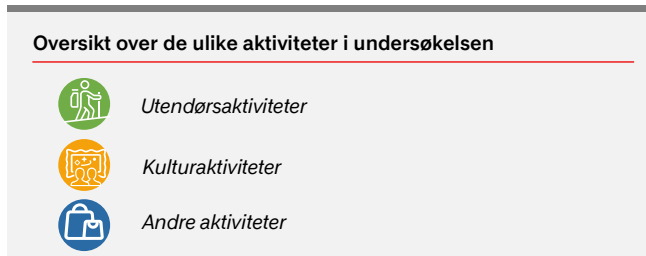
Tema 3: **Naturopplevelser og aktiviteter**

Her ser vi nærmere på hvilke typer utendørsopplevelser og –aktiviteter, sommerturistene gjør.

Et overblikk over aktiviteter

Oversikt over aktivitetene

- I spørreskjemaet som turistene har svart på er aktivitetene delt inn i tre kategorier: utendørs- kultur- og andre aktiviteter. Figuren til høyre viser aktivitetene/opplevelsene på to nivå. Alle som svarer at de har gjort eller planlegger å gjøre skiaktiviteter, naturopplevelser, vandring/fotturer, fiske, vannaktiviteter, sykling, kultur, kunst og historie og/eller stedenes kultur, mat og livsstil, får mer detaljerte lister med oppfølgingsspørsmål om hvilke typer aktiviteter og opplevelser i hver enkelt kategori de vil gjøre på ferien.
- Alle feriereisende får spørsmålet om de overordnede aktivitetene som er listet opp i figuren.
- Oversikten over hvor mange som har gjort de ulike aktivitetene i rapporten er beregnet basert på alle feriereisende – ikke kun de som har fått spørsmålet.
- På hver side finner du en et ikon som viser hvilken av de overordnede kategoriene aktivitetene på siden omhandler.

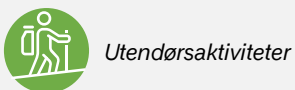


Tema 3: Naturopplevelser og aktiviteter

Utlendingene søker stillhet og ro, nordmenn kvalitetstid

Alle som har svart at de har gjort eller planlegger å gjøre utendørsaktiviteter i ferien har svart på hva de ønsker å oppnå.

Flertallet er på jakt etter stillhet og ro. Nordmenn er mer opptatt av kvalitetstid, de unge er mest opptatt av å være fysisk aktive, prøve noe nytt og oppleve adrenalinkick og spenning. De som reiser langveisfra vil i større grad oppleve spektakulær natur og naturfenomen.

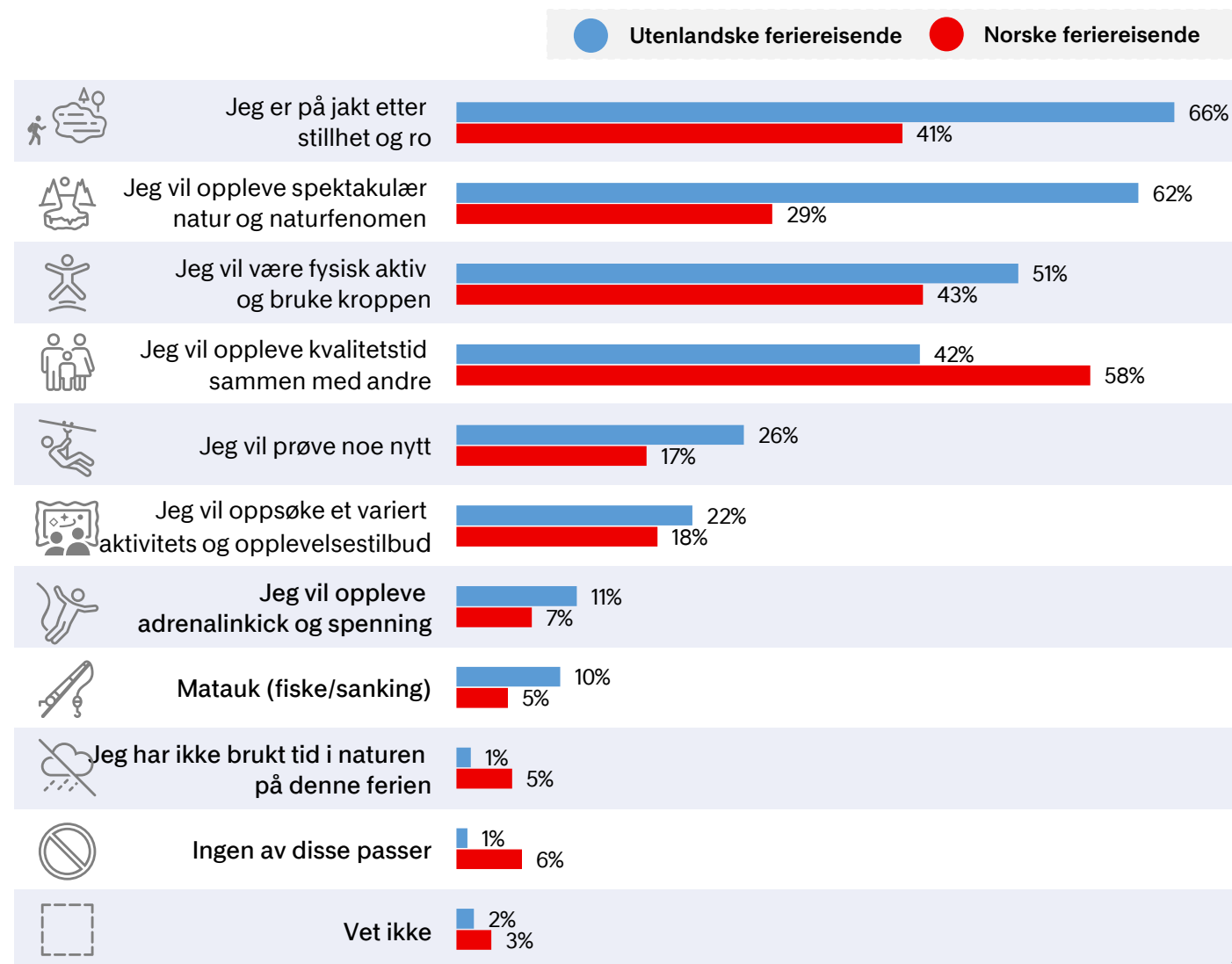


Innovasjon
Norge

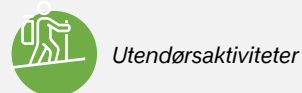
Note: Denne side ser på **motivasjoner for utendørsaktiviteter**. Alle feriereisende har fått spørsmålet.

Når du tilbringer tid ute i naturen på denne ferien i Norge, hvilke av følgende beskrivelser passer best for hva du er ute etter?

Andelen av feriereisende, som har angitt «Ja».



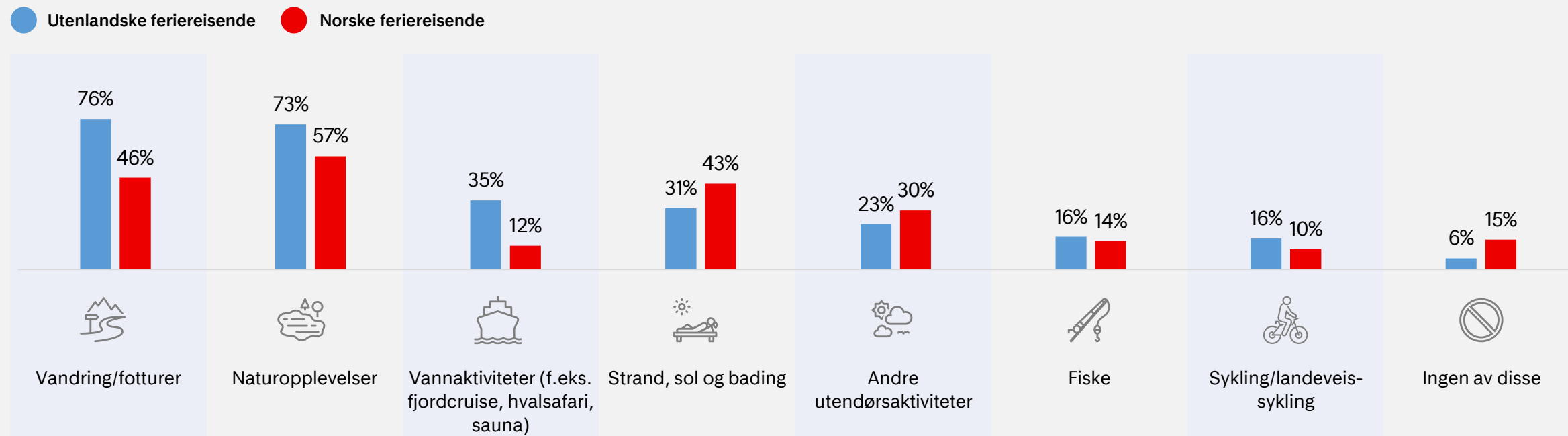
Det store flertallet gjør utendørsaktiviteter



Ulike former for vandre- og fotturer er de aller mest populære utendørsaktivitetene blant utenlandske ferieturister, tett etterfulgt av naturopplevelser som å oppleve fjorder, fjell, midnattssol, villmark mv. Hele 30 prosent vil oppleve sol og bading på ferien. Det er kun 6 prosent av de som reiser på ferie- og fritidsreise som ikke vil gjøre noen av utendørsaktivitetene som er listet opp i grafen nedenfor.

Har du allerede gjort, eller har du tenkt å gjøre noen av de følgende utendørsaktivitetene på denne reisen i Norge?

Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten



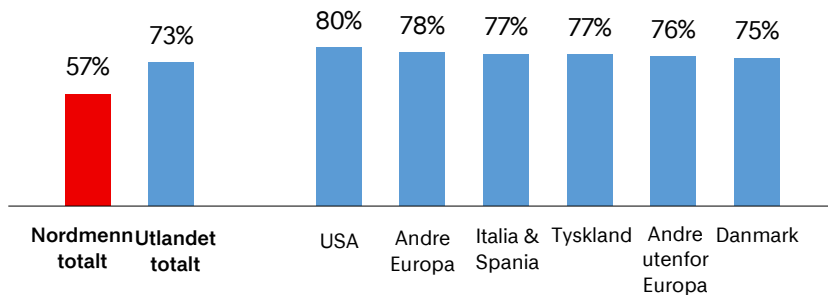
Tema 3: Naturopplevelser og aktiviteter

Fjord og fjell topper listen over naturopplevelser

3 av 4 utenlandske turister vil oppleve natur på ferien i Norge. Fjordene og fjellene topper listen over naturopplevelser turistene vil ha med seg på reisen.

Amerikanerne, australiere og spanjolene er mest opptatt av å få med seg naturopplevelser på denne reisen.

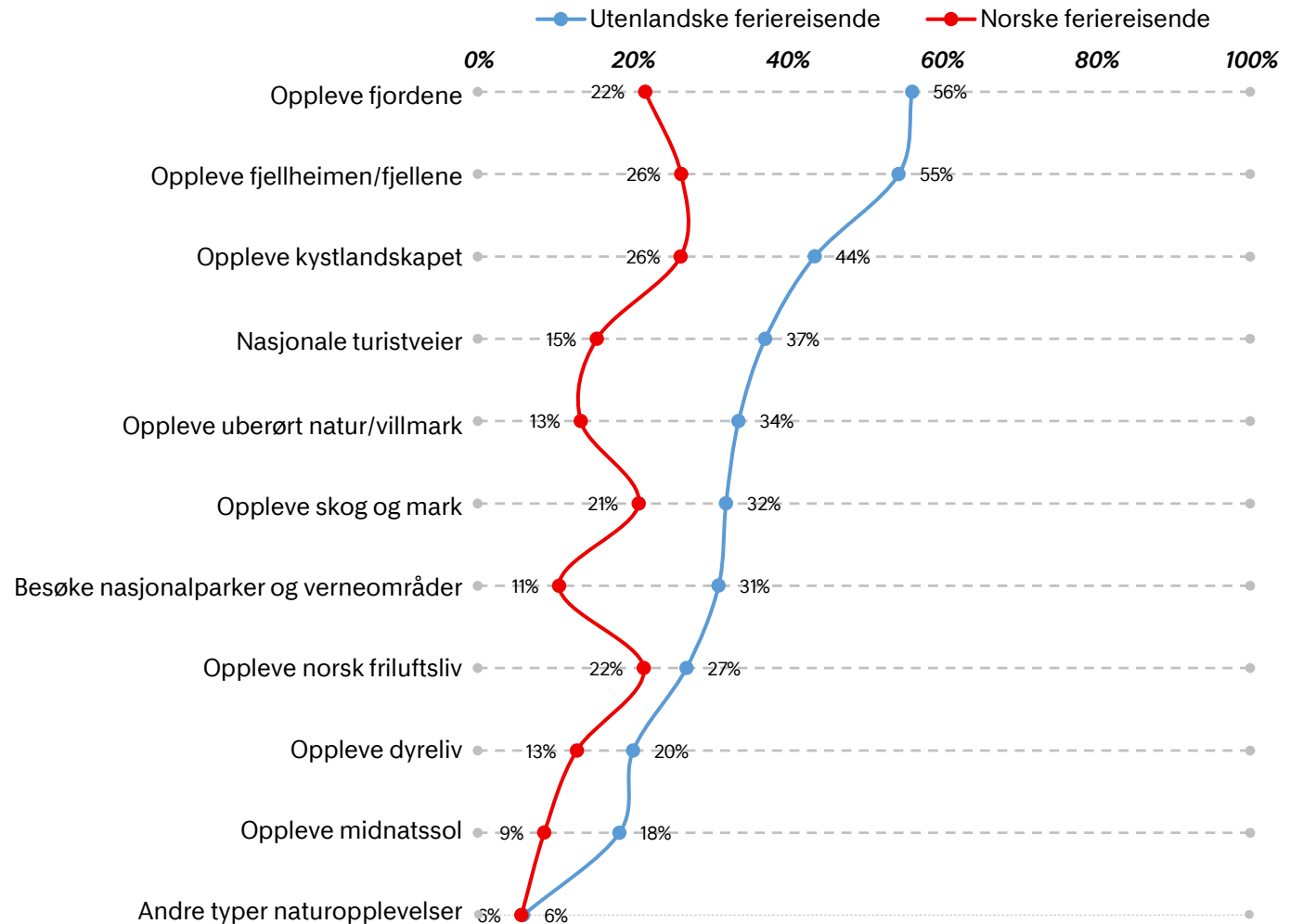
Har gjort eller vil gjøre **naturopplevelser** på denne ferien i Norge



Utendørsaktiviteter

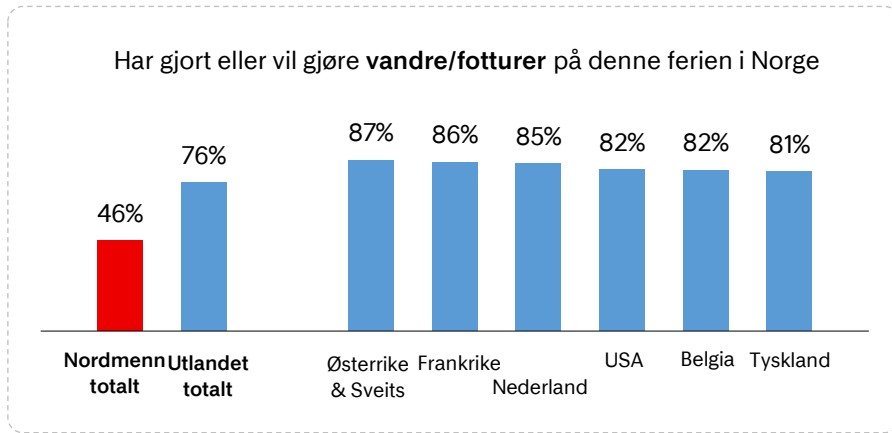
Hvilke aktiviteter (naturopplevelser) har du har gjort eller planlegger å gjøre?

Andelen feriereisende, som har angitt aktiviteten*



Fotturer er den mest populære utdørsaktiviteten på ferie i Norge

Mer enn 8 av 10 fra markedene nedenfor vil gå på tur. Korte turer i naturen er viktigst for flest, men det er også en betydelig andel av turistene som vil gå på toppturer. Hele 25 prosent fra Østerrike og Sveits planlegger toppturer i Norge.



Utdørsaktiviteter

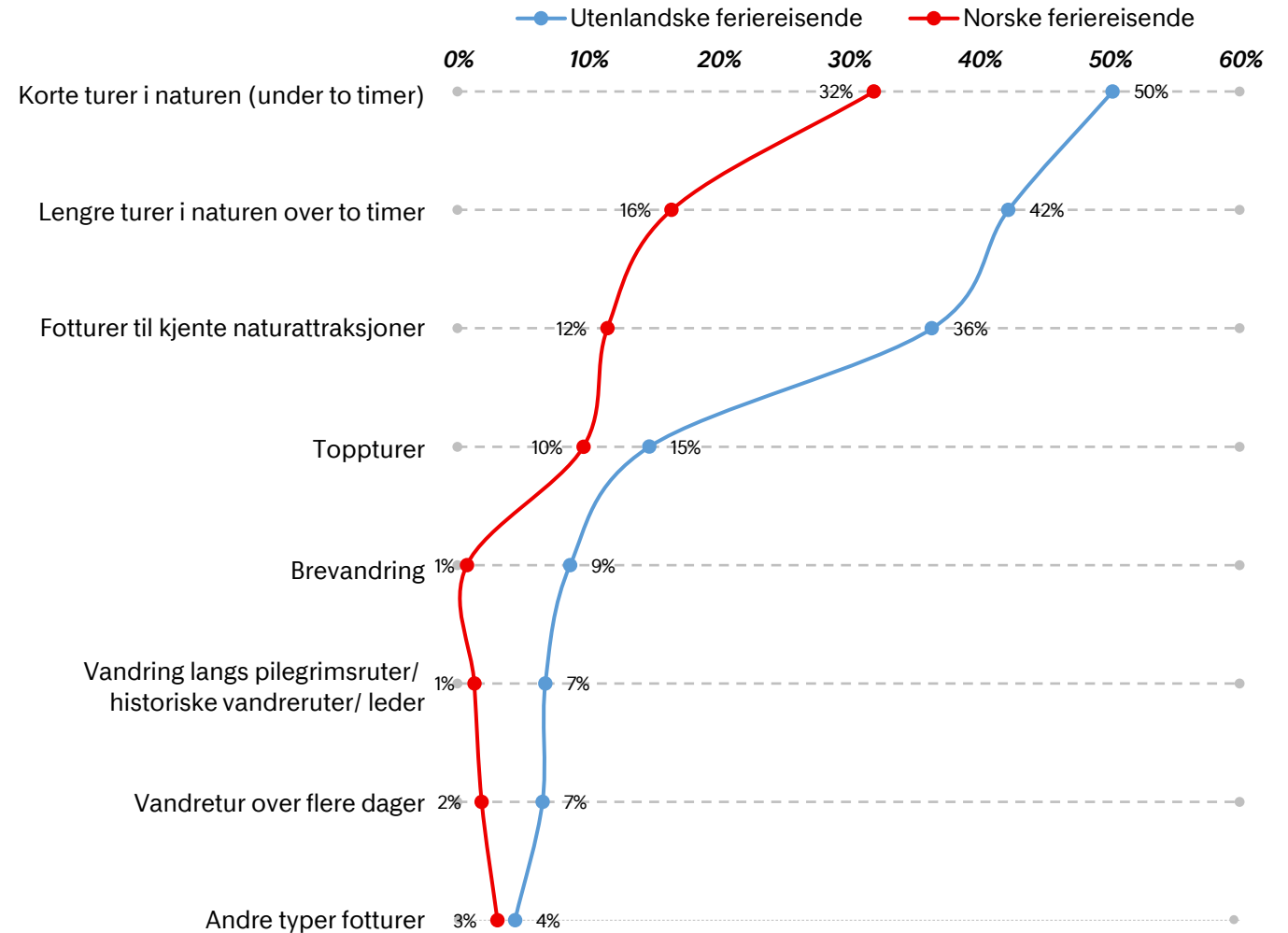


Innovasjon Norge

*Kun de som har svart at de har gjort eller vil gjøre naturopplevelser, får oppfølgingsspørsmål om å utdype hvilke vandreopplevelser de har gjort eller vil gjøre. Tallene i grafen til høyre er regnet om til andelen av alle feriereisende.

Hvilke type (fotturer) aktiviteter har du gjort eller planlegger du å gjøre?

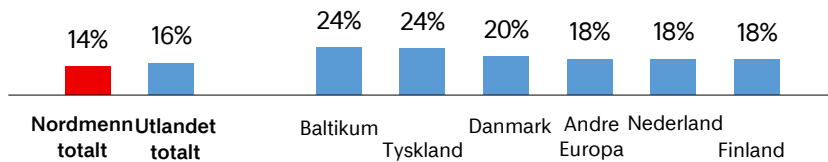
Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten*



1 av 5 fra Tyskland og Baltikum vil fiske i Norge

6 av 10 fisketurister er menn. De reiser i større grad med venner. De er på jakt etter stillhet og ro, kvalitetstid sammen med venner og matauk. Flertallet vil ha med seg mange andre aktiviteter og opplevelser i tillegg til fiske når de er i Norge. De bor i noe større grad i leid hytte og i hytte på campingplass, og bruker litt mindre penger per døgn på reisen.

Har gjort eller vil gjøre **fiske** på denne ferien i Norge



Utendørsaktiviteter

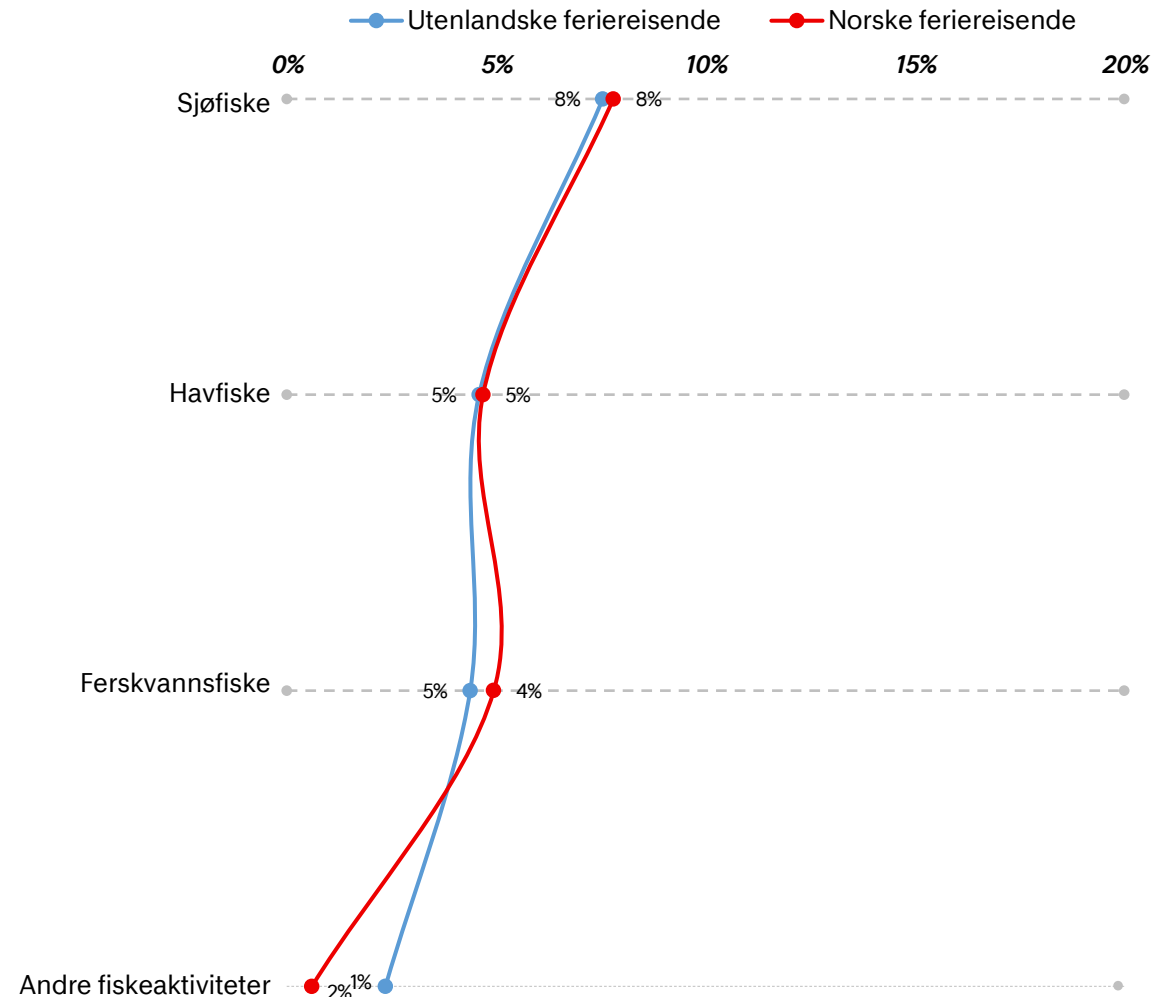


Innovasjon Norge

*Kun de som har svart at de har gjort eller vil gjøre fiske, får oppfølgingsspørsmål om å utdype hvilke fiskeopplevelser de har gjort eller vil gjøre. Tallene i grafen til høyre er regnet om til andelen av alle feriereisende.

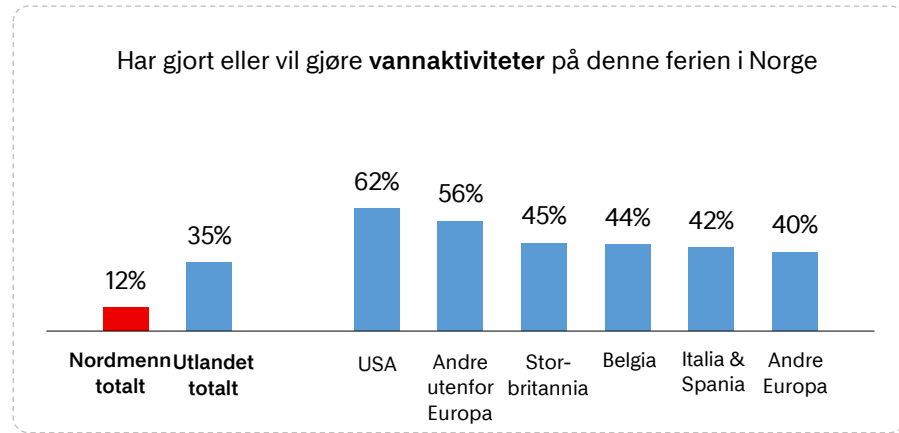
Hvilke type (fiske-)aktiviteter du har gjort eller planlegger å gjøre?

Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten*



Interessen for fjordcruise øker med avstanden til Norge

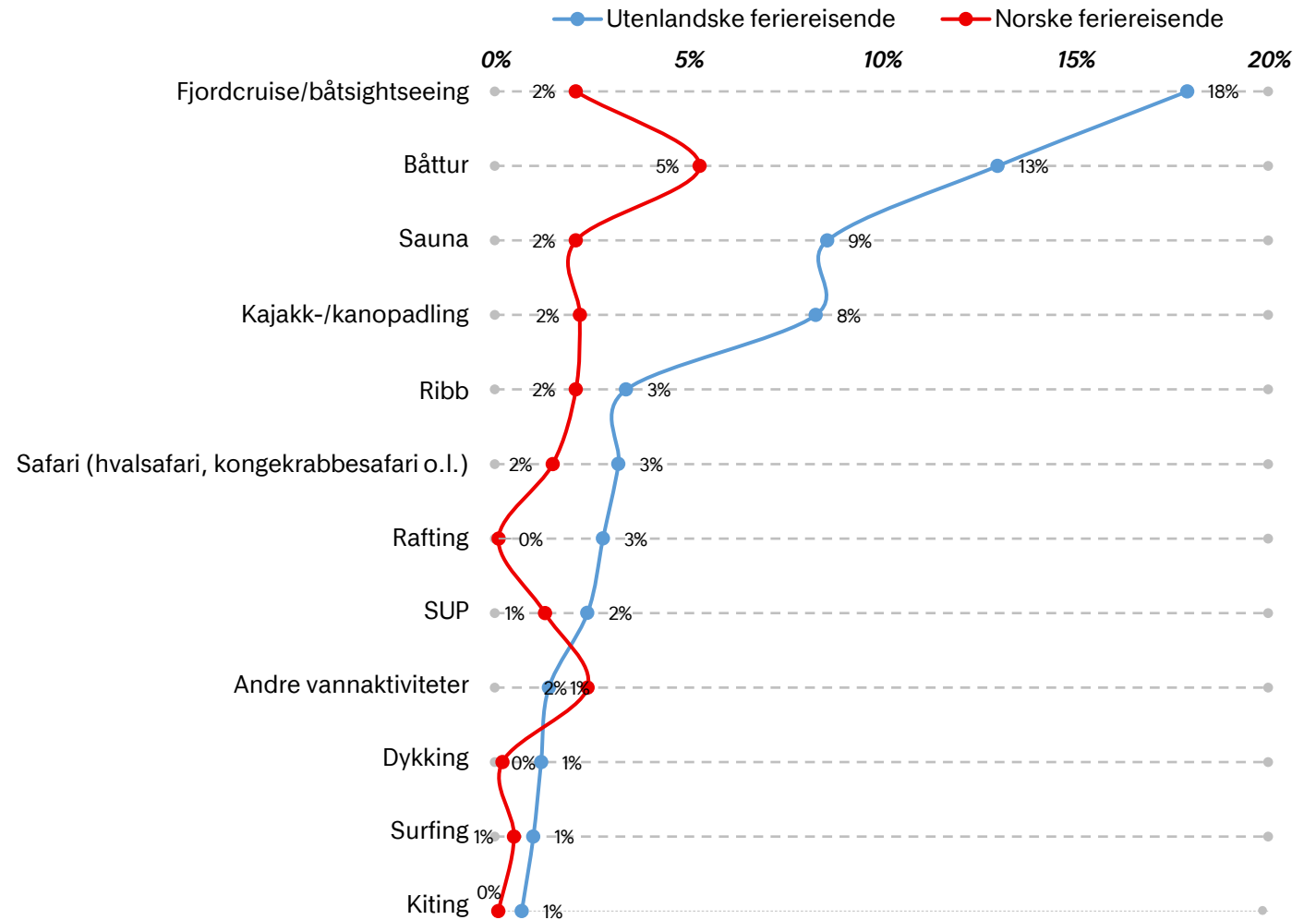
Interessen for fjordcruise og båtsightseeing er høyest blant amerikanere og australiere og minst blant finner og dansker. Reisende fra Baltikum er mest interessert i sauna, mens besøkende fra Østerrike og Belgia i størst grad vil padle.



Utendørsaktiviteter

Hvilke (vann-)aktiviteter har du gjort eller planlegger du å gjøre?

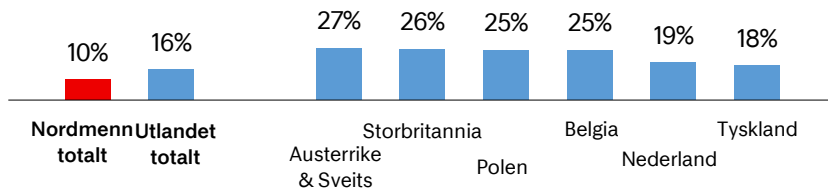
Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten*



Tursykling er den mest populære sykkelaktiviteten

Sykelaktiviteter kombineres i stor grad med fotturer og naturopplevelser. 30 prosent av disse turistene reiser rundt i Norge med bobil. 7 av 10 vil være fysisk aktiv på reisen og 2 av 10 er på jakt etter adrenalinkick og spenning. Samtidig er de mer en gjennomsnittlig interessert i kunst, kultur og å bli kjent med stedene de besøker.

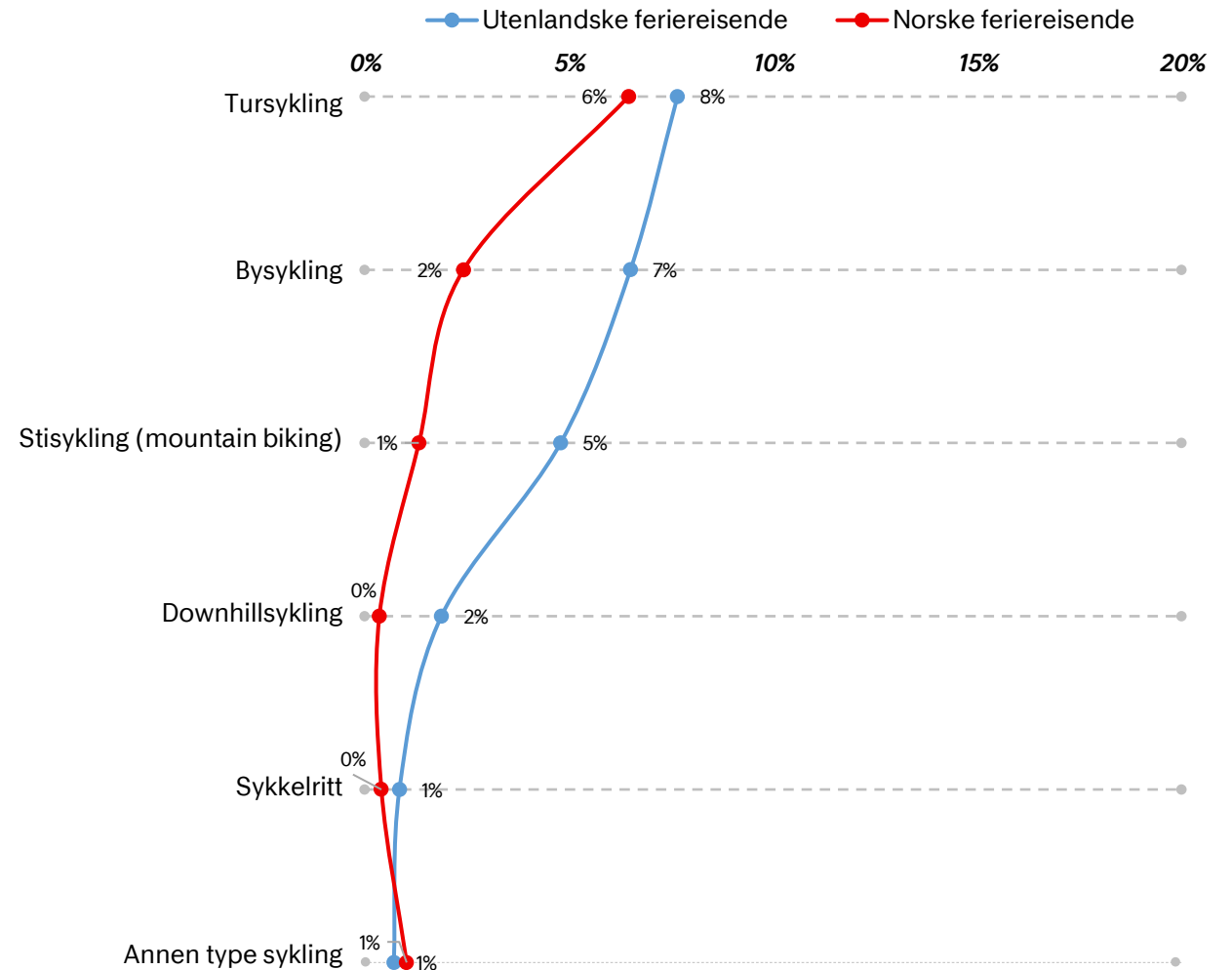
Har gjort eller vil gjøre sykling/landeveis sykling på denne ferien i Norge



Utendørsaktiviteter

Hvilke (sykkel-)aktiviteter har du har gjort eller planlegger du å gjøre?

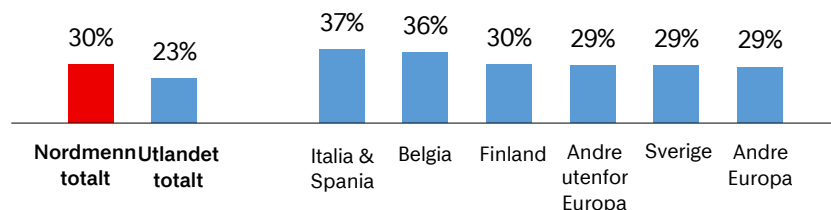
Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten*



De unge vil ha et variert aktivitetstilbud

Besøkende under 35 år vil i større grad klatre og prøve Via Ferrata og juving. De er mer opptatt av å oppsøke et variert aktivitetstilbud, prøve noe nytt, være fysisk aktiv og oppleve adrenalinkick på ferien.

Har gjort eller vil gjøre **andre utendørsaktiviteter** på denne ferien i Norge



Utendørsaktiviteter

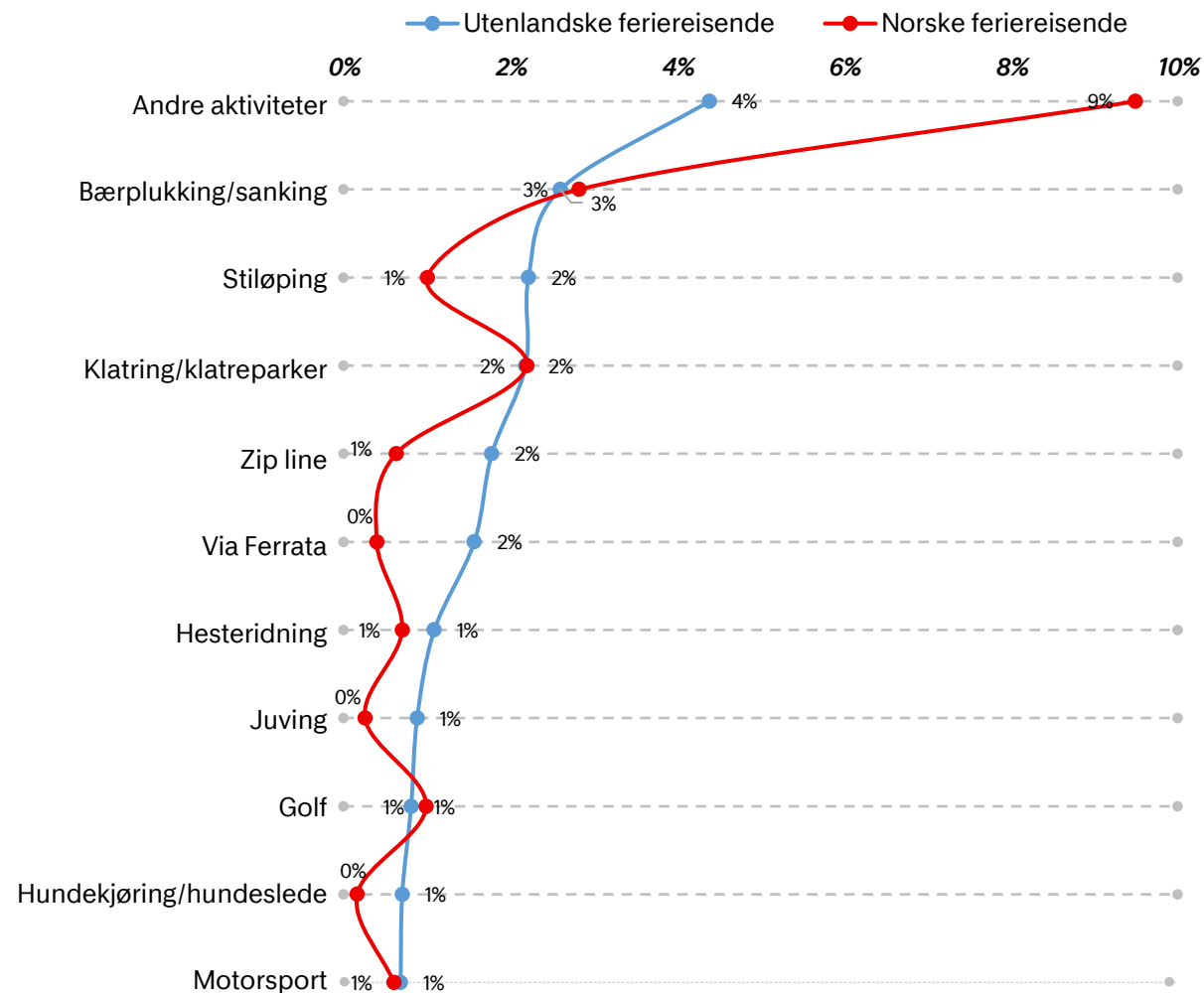


Innovasjon
Norge

* Kun de som har svart at de har gjort eller vil gjøre andre utendørsopplevelser, får oppfølgingsspørsmål om å utdype hvilke opplevelser de har gjort eller vil gjøre. Tallene i grafen til høyre er regnet om til andelen av alle feriereisende.

Kan du utdype nærmere hvilke andre aktiviteter du har gjort eller planlegger å gjøre?

Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten*



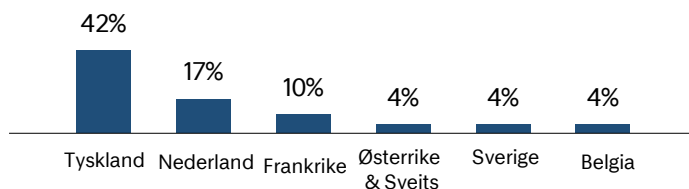
Utenlandske bobilsturister

Bobilsturister

Andre utenlandske feriereisende

Bobilsturister er utenlandske feriereisende som enten har reist til eller rundt i Norge i bobil.

Topp seks feriemarkeder for bobilsturister



3,1 / 4,7
Gjennomsnittlig antall personer i reisefølget*



25% / 27%
Reiser med barn under 18 år



38% / 45%
Er kvinner



48,6 år / 43,7 år
Gjennomsnittsalder



665 kr. / 1 910 kr.
Gjennomsnittlig døgnsforbruk** på ferien i Norge



46% / 51%
har vært i Norge tidligere



27 / 14
Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge

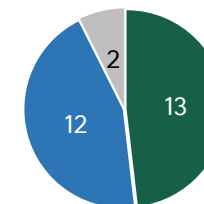


76% / 64%
Er på jakt etter stillhet og ro



2% / 24%
Har kjøpt hele eller deler av turen som en pakkereise

Fordeling på innkvarteringstyper



- I telt/campingvogn/bobil på en campingplass
- I telt/campingvogn/bobil utenfor campingplass
- Annen overnattingstype



Tema 4: **Kultur- og byopplevelser**

Hvem er kulturturistene, hvor kommer de fra og hva vil de oppleve på norgesferien?

Tema 4: Kultur- og byopplevelser

Hvilke kulturelle aktiviteter foretar sommerturistene seg?

Interessen for kultur, kunst og historie øker med alderen, mens interessen for å oppleve stedenes kultur, mat og livsstil er på same nivå, uavhengig av alder.

De eldste er mer opptatt av å besøke museum og attraksjoner, mens de yngste i større grad vil bli kjent med kultur gjennom matopplevelser og spesielle retter og restauranter.

Turistene som bruker mest penger, er mest interessert i å oppleve kultur og bli bedre kjent med stedene de besøker.



Kulturaktiviteter



Innovasjon
Norge

Note: Denne side ser på **generelle kulturaktiviteter**. Alle feriereisende har fått dette spørsmålet.

Har du allerede gjort, eller har du tenkt å gjøre noen av de følgende kulturelle aktivitetene i løpet av din nåværende ferie i Norge?

Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten



Utenlandske
feriereisende



Norske feriereisende



Oppleve kultur, kunst og
historie

55%

/ **48%**

Stedenes kultur, mat og livsstil

53%

/ **45%**



Nei, ingen av disse

24%

/ **32%**

Tema 4: Kultur- og byopplevelser

Turistene vil bli kjent med stedene de besøker

Å bli bedre kjent med stedene er det viktigste motiv for kulturopplevelser på tvers av alle markeder. Det er minst viktig for gjestene fra nabolandene og Baltikum, og viktigst for et stort flertall av gjestene fra Sør-Europa og USA.

Amerikanerne, australierne og britene er mest opptatt av å oppsøke et variert kulturtilbud og generelt mer opptatt av kulturopplevelser i ferien.



Kulturaktiviteter

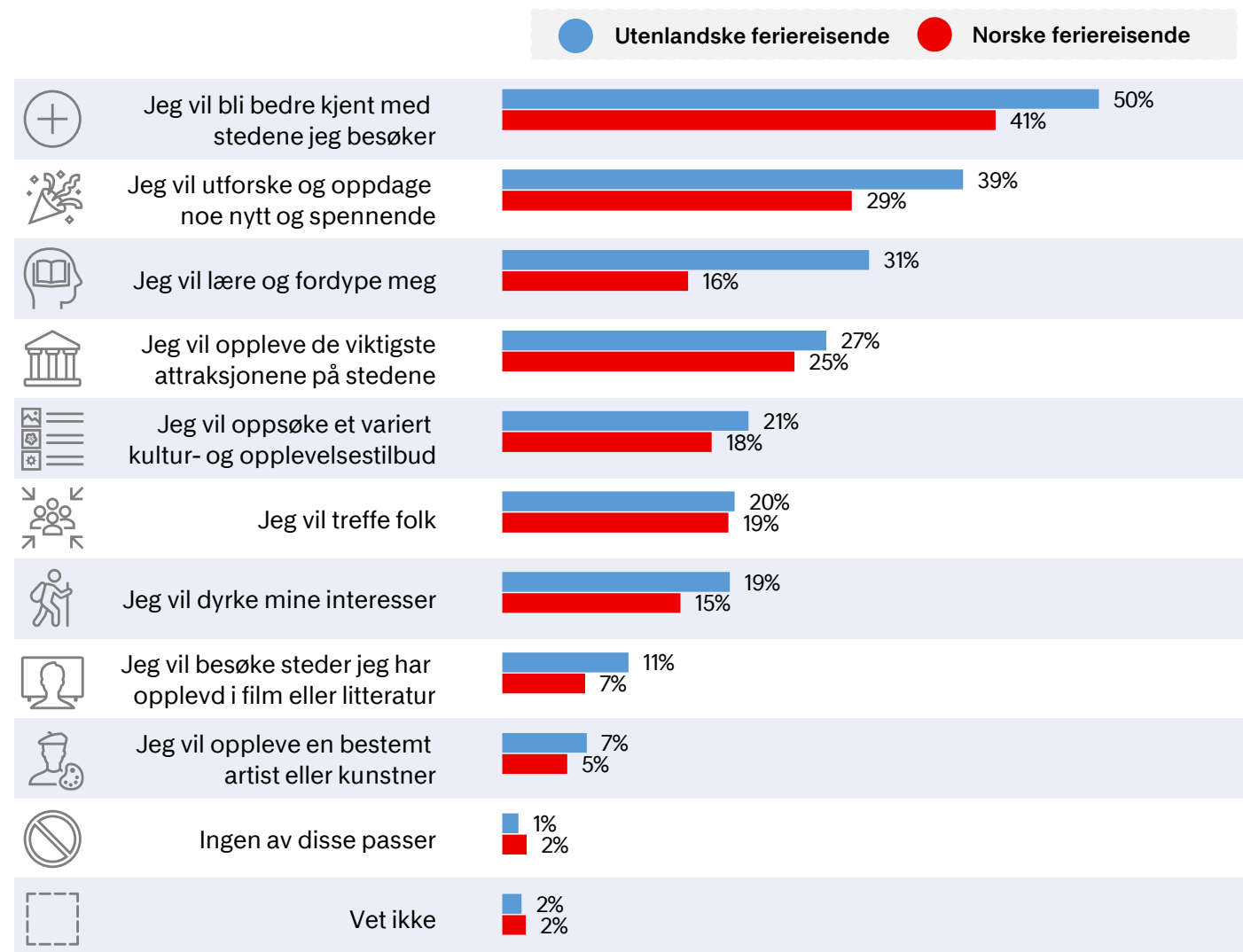


Innovasjon
Norge

* Kun de som har svart at de har gjort eller planlegger kulturopplevelser som får oppfølgingsspørsmål om hva de er ute etter når de oppsøker kulturopplevelser. Tallene i grafen til høyre er regnet om til andelen av alle feriereisende.

Når du oppsøker kulturopplevelser på denne ferien i Norge, hvilke av følgende beskrivelser passer best for hva du er ute etter?

Andelen av feriereisende, som har angitt «Ja»*

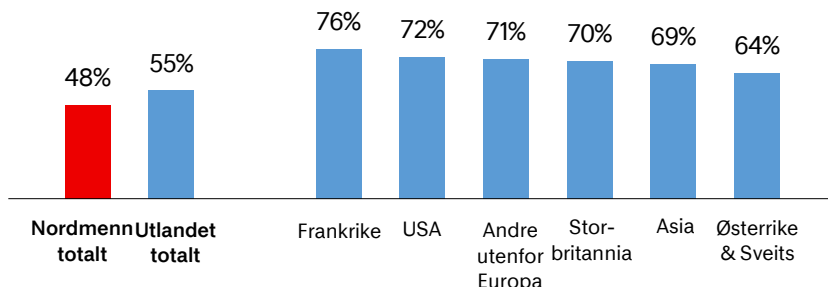


Tema 4: Kultur- og byopplevelser

Hvilke kulturelle aktiviteter er mest populære?

Turister over 65 år er mest interessert i kultur- og byopplevelser i ferien, særlig opplevelser som er knyttet til historie og kulturarv.

Vil oppleve kultur, kunst og historie på deres nåværende ferie i Norge



Kulturaktiviteter

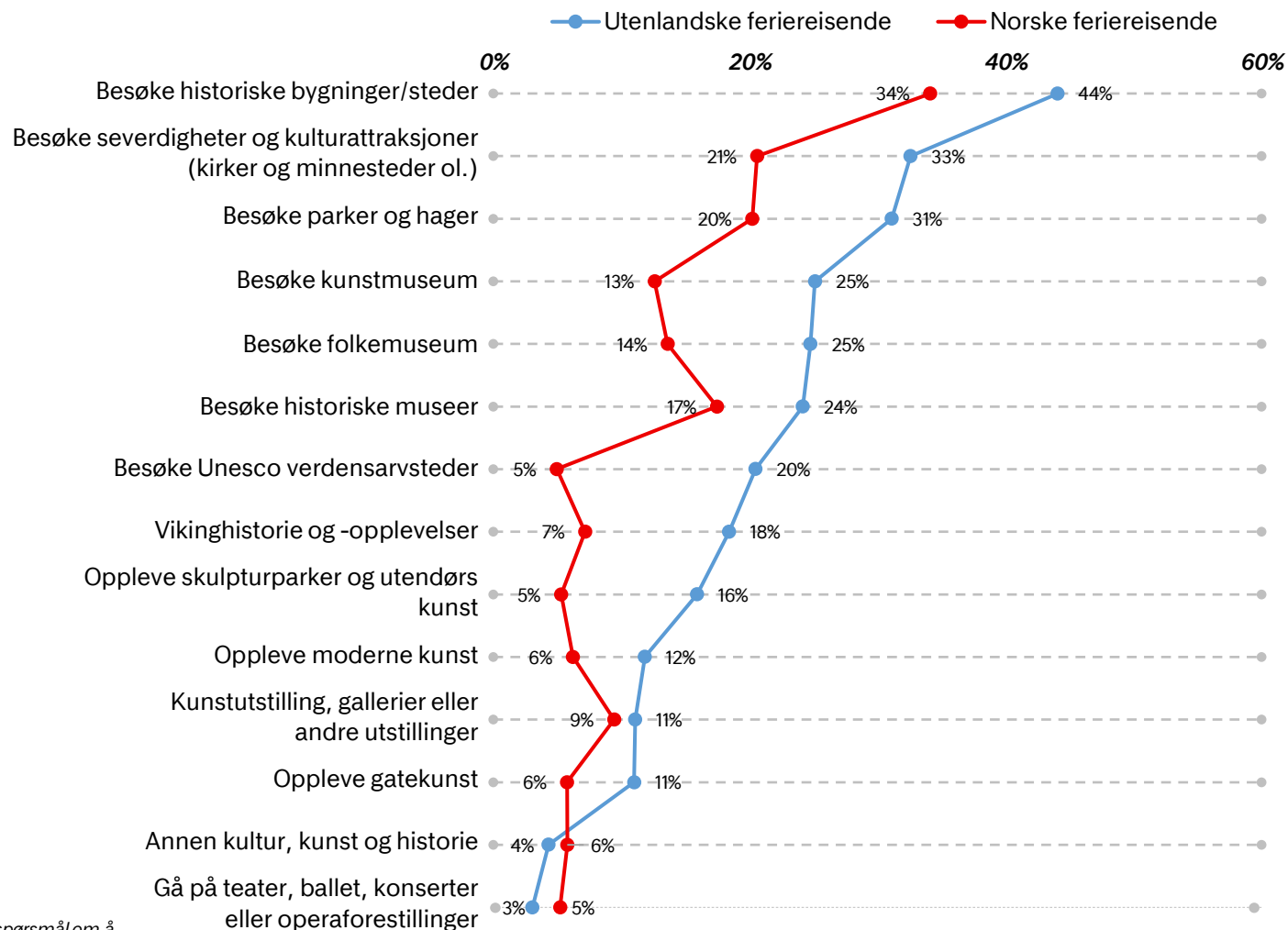


Innovasjon Norge

* Kun de som har svart at de vil oppleve kultur, kunst og historie, får oppfølgingsspørsmål om å utdype hvilke kulturelle aktiviteter de har gjort eller vil gjøre. Tallene er regnet om til andelen av feriereisende totalt. Tallene i grafen til høyre er regnet om til andelen av alle feriereisende.

Kan du utdype nærmere hvilke kulturelle aktiviteter du har gjort eller planlegger å gjøre?

Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten*

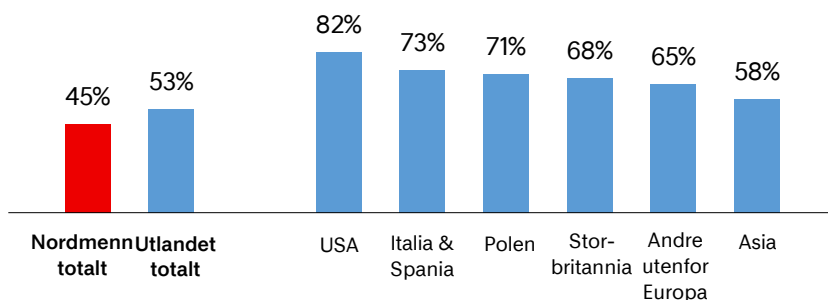


Tema 4: Kultur- og byopplevelser

Hvilke kulturelle aktiviteter er mest populære?

Matkultur og spesielle restauranter og retter fenger på tvers av generasjoner. Kvinner er betydelig mer opptatt av å atmosfære og livsstil enn menn.

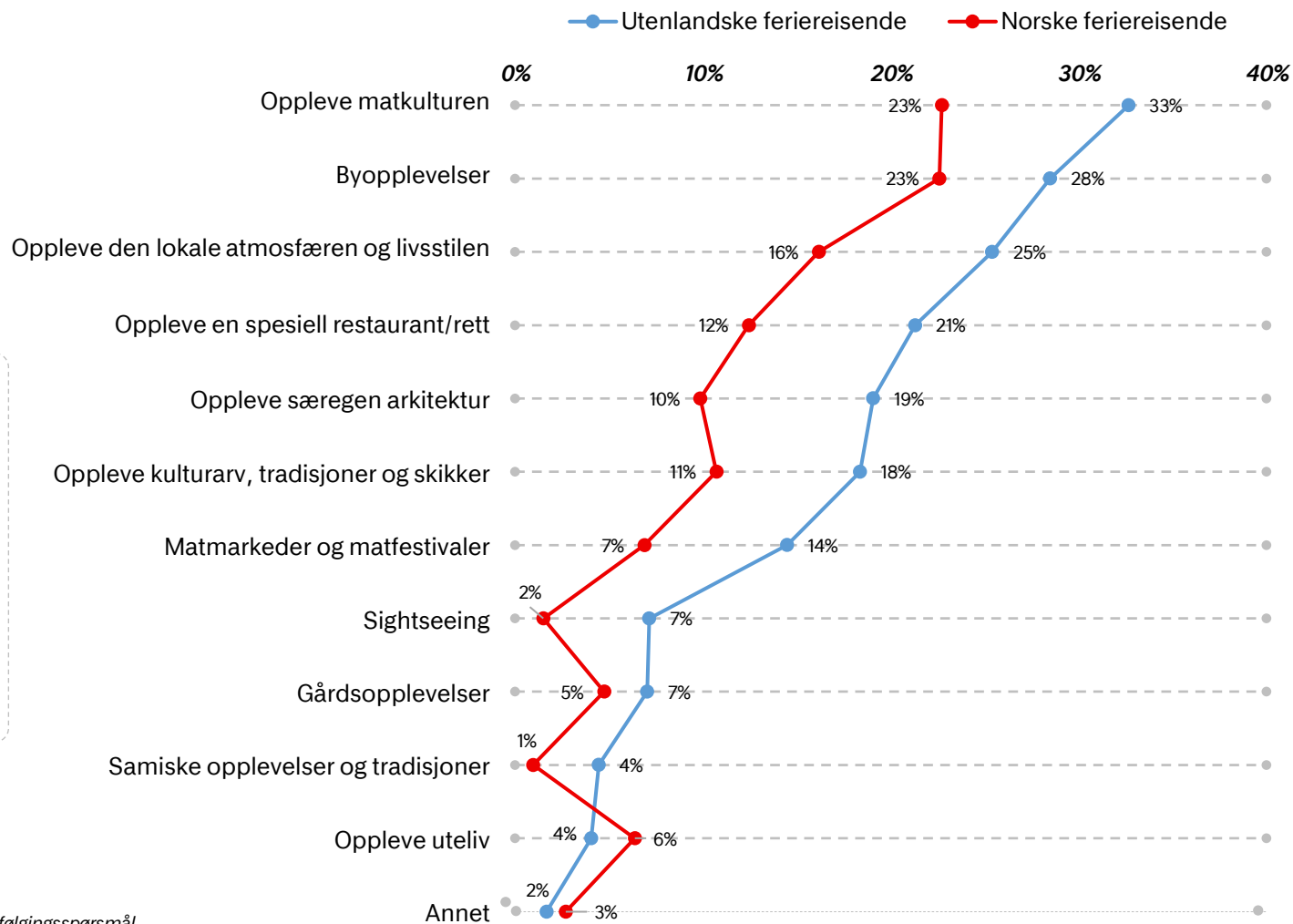
Vil oppleve stedenes kultur, mat og livsstil på deres nåværende ferie i Norge



Kulturaktiviteter

Kan du utdype nærmere hvilke kulturelle aktiviteter du har gjort eller planlegger å gjøre?

Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten*



Innovasjon Norge

* Kun de som har svart at de vil oppleve stedenes kultur, mat og livsstil, får oppfølgingsspørsmål om å utdype hvilke kulturelle aktiviteter de har gjort eller vil gjøre. Tallene er regnet om til andelen av feriereisende totalt. Tallene i grafen til høyre er regnet om til andelen av alle feriereisende.

Hvilke andre aktiviteter gjør sommerturistene?

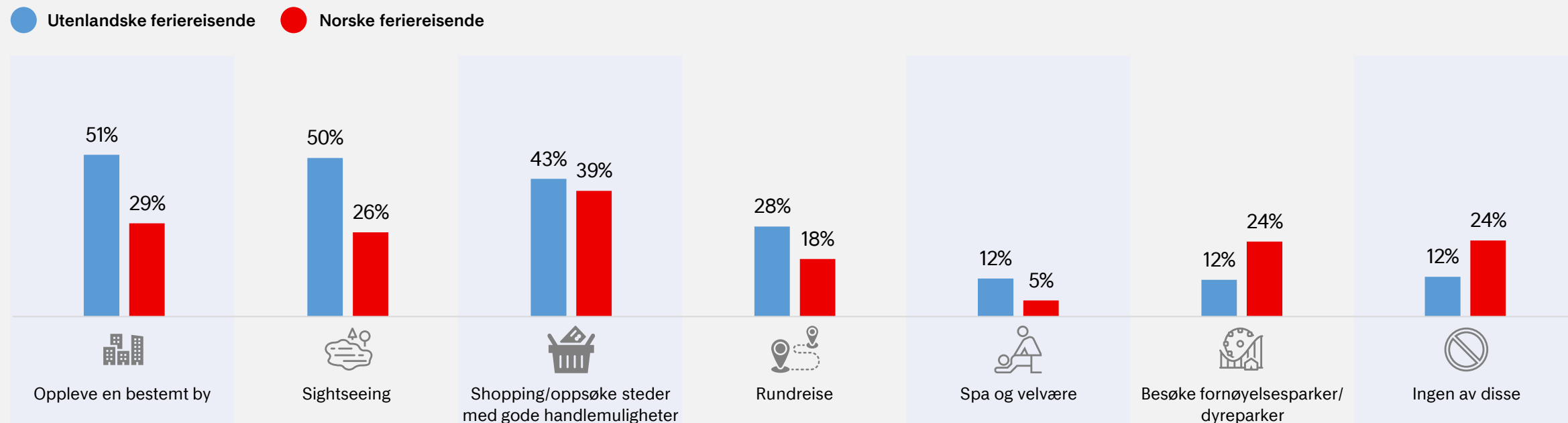
Nordmenn vil besøke fornøylesparker i større grad, utlendingene vil på sightseeing, besøke byer og dra på rundreise.



Andre aktiviteter

Har du gjort eller planlegger du å gjøre noen av følgende aktiviteter på din ferie i Norge?

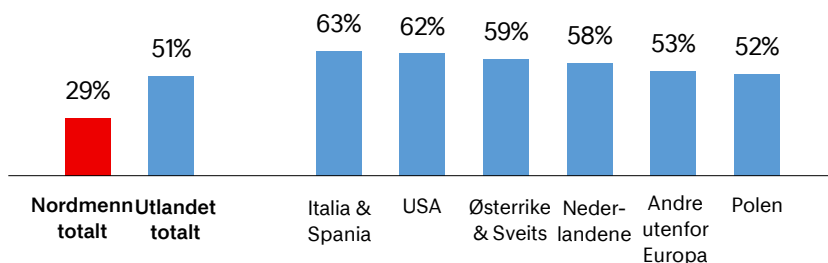
Andelen av feriereisende, som har angitt aktiviteten



Bergen og Oslo mest populært

Halvparten av de utenlandske feriereisende vil besøke (minst) en bestemt by på ferien.

Vil oppleve en bestemt by på denne ferien i Norge



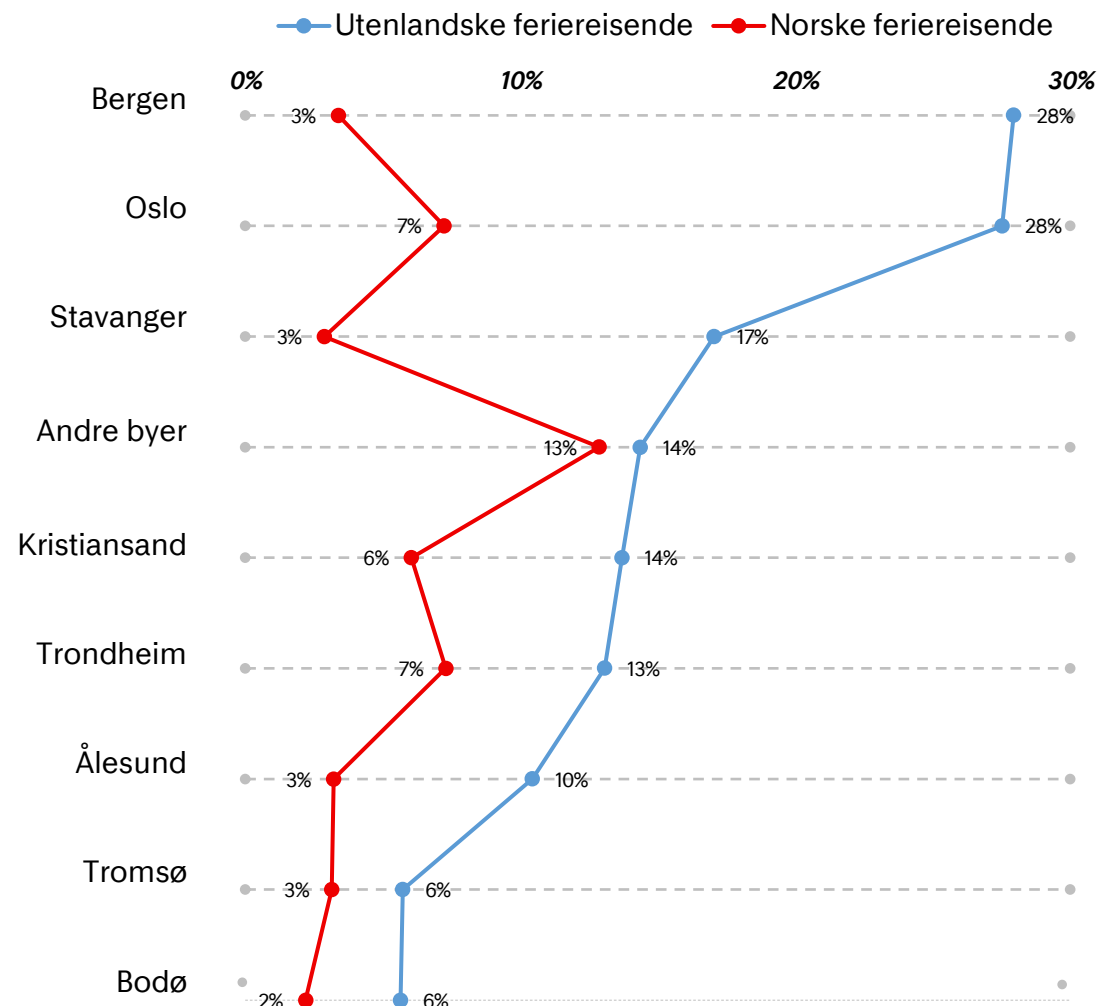
Andre aktiviteter



Innovasjon Norge

* Kun de som har svart at de vil oppleve en bestemt by får oppfølgingsspørsmål om å utdype hvilke byer de har besøkt eller planlegger å besøke. Tallene er regnet om til andelen av feriereisende totalt. Tallene i grafen til høyre er regnet om til andelen av alle feriereisende.

Hvilke byer har du besøkt eller planlegger du å besøke? Velg alle som passer
Andelen av feriereisende, som har angitt byen*





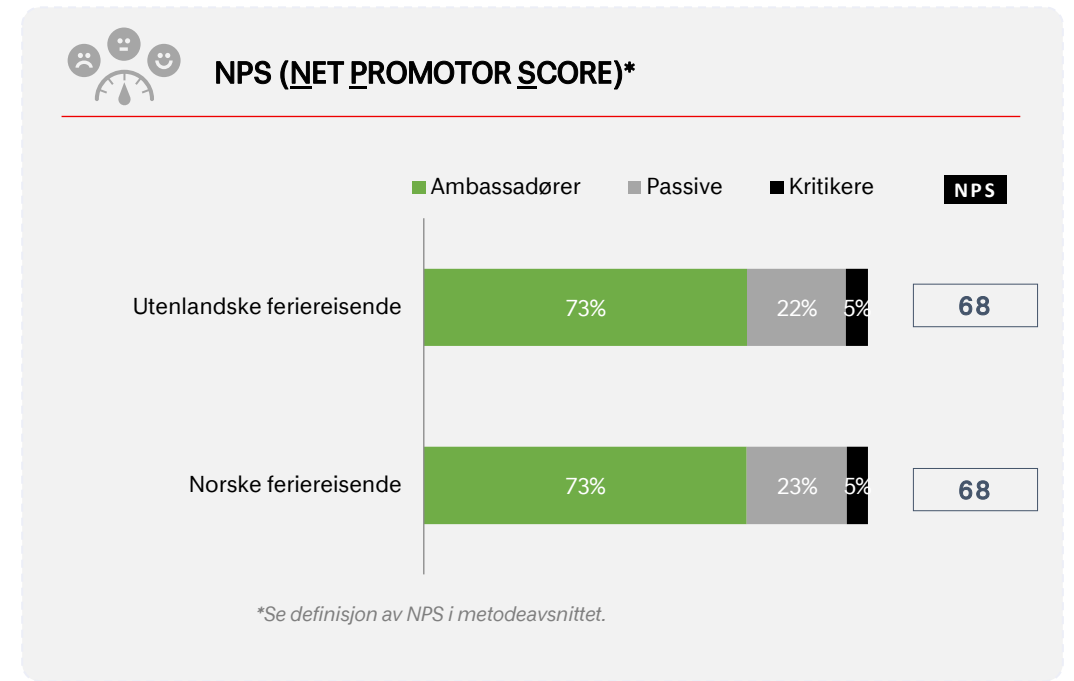
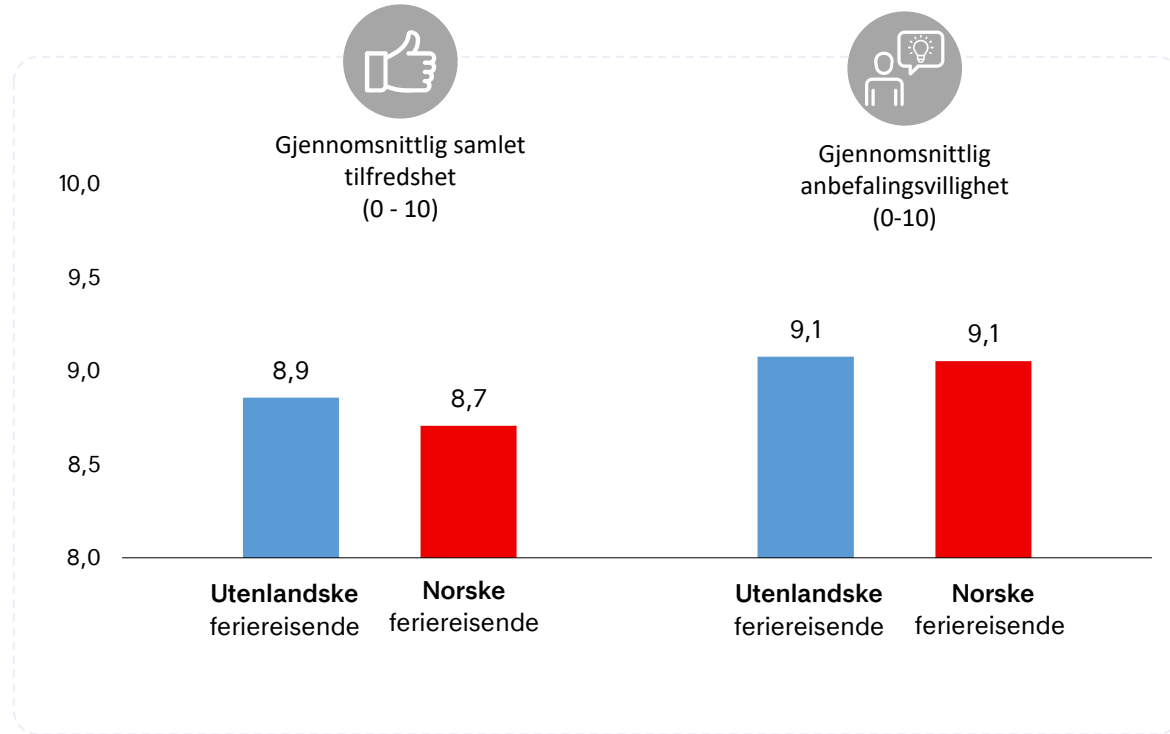
Tema 5: **Tilfredshet og anbefalingsvilje**

Hvor kommer de mest fornøyde turistene fra? Hva er kritikerne misfornøyde med? Hva kjennetegner de som anbefaler Norge som reisemål til andre?

Tema 5: Tilfredshet og anbefalingsvilje

Turistene er godt fornøyd og anbefaler gjerne Norge som reisemål til andre

Tilfredsheten og anbefalingsviljen er omtrent på samme nivå som før pandemien. Tilfredsheten er lavest hos gjestene fra Norden og Baltikum, og høyest fra USA og andre land utenfor Europa. Kvinner er mer tilfreds enn menn og de eldste er mer tilfreds enn de yngste.



Amerikanerne er mest villige til å anbefale Norge

Tilfredsheten og anbefalingsviljen er omtrent på samme nivå som før pandemien for norske turister og en liten nedgang for turistene fra utlandet. Nedgangen skyldes at det er flere turister fra land i Norden og Baltikum. Disse turistene er mindre fornøyd og mindre villige til å anbefale Norge som reisemål til andre.

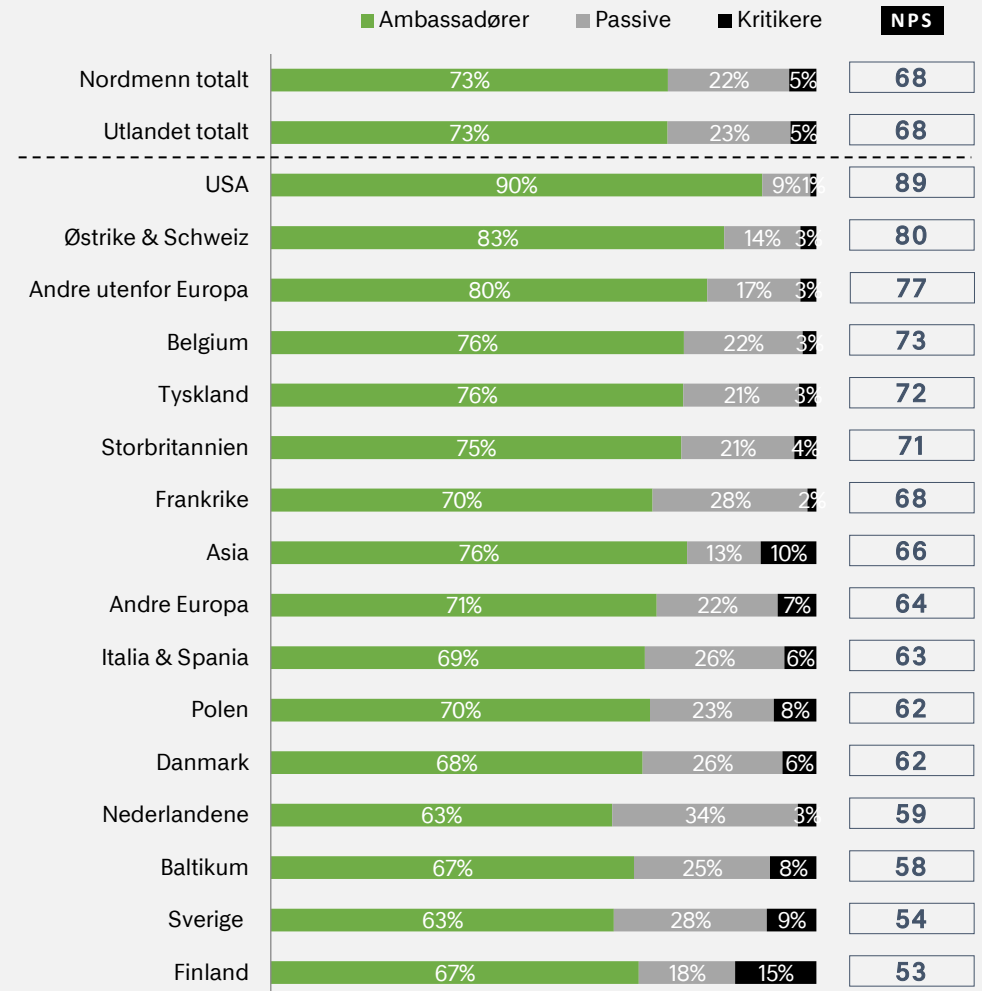
Turistene fra USA, Storbritannia, Østerrike og Sveits er mer fornøyd nå, enn de var i 2019.

Definisjon NPS

Net Promotor Score (NPS) er et verktøy for å måle en form for lojalitet, og angir i denne sammenheng hvor stor andel av turistene som vil anbefale området som feriedestinasjon. NPS beregnes ut ifra følgende spørsmål; "På en skala fra 0 til 10, der 0 er i svært begrenset grad og 10 er i svært stor grad, i hvilken grad vil du anbefale Norge som reisemål for andre?". De som oppgir en score mellom 0 og 6 betegnes som *kritikere*, de som oppgir en score på 7 eller 8 betegnes *passive*, og de som oppgir en score på 9 eller 10 betegnes *ambassadører*. NPS-verdien er definert som av andelen av turistene som er ambassadører fratrasket andelen som er kritikere. Dvs. NPS = % ambassadører - % kritikere.



NPS (NET PROMOTOR SCORE)*



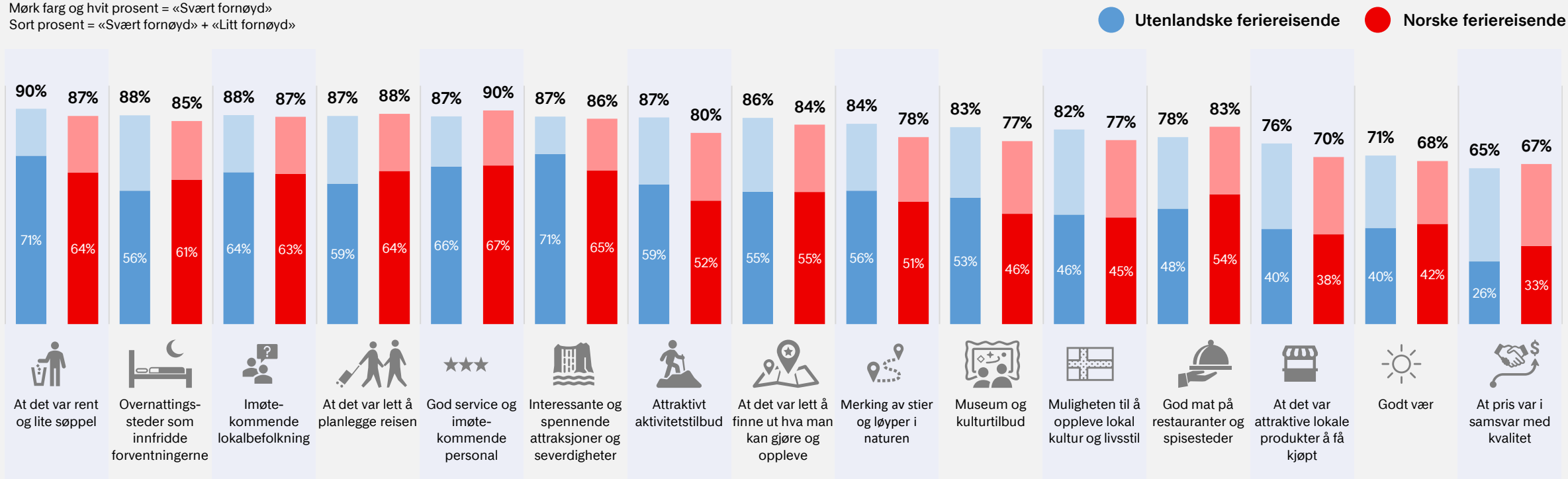
Mest fornøyd med overnattingsstedene, gjestfrihet og service. Minst fornøyd med vær, mattilbudet og lokale produkter

Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende?

Andelen av «Litt» og «Svært» fornøyd.

Mørk farg og hvit prosent = «Svært fornøyd»

Sort prosent = «Svært fornøyd» + «Litt fornøyd»

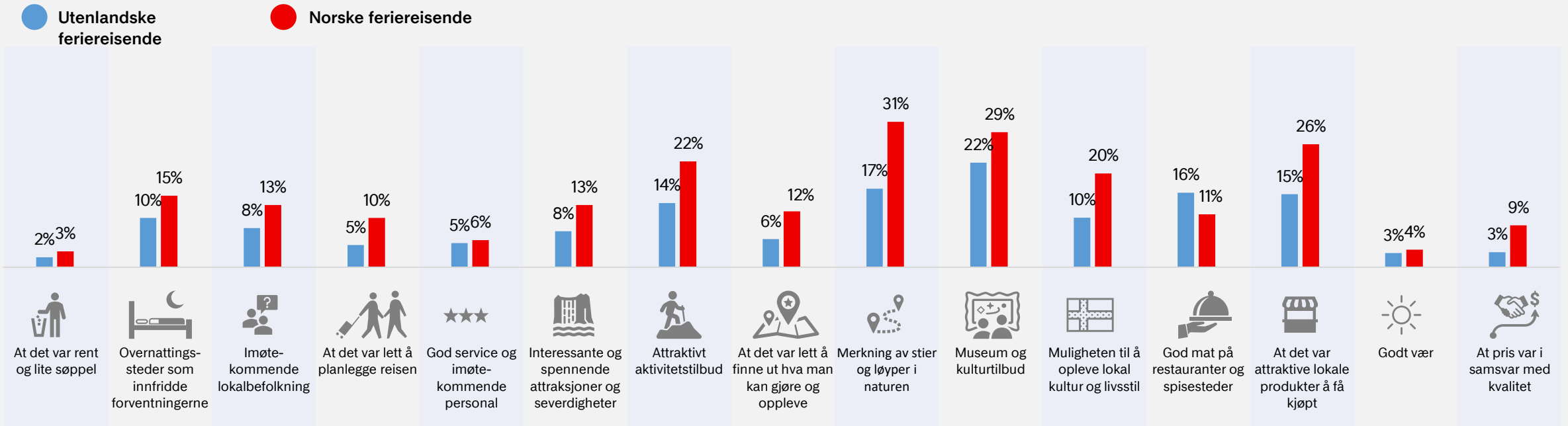


Hele 16 prosent av utenlandske turister svarte at "god mat på restauranter og spisesteder" ikke var relevant på reisen deres i Norge

30 prosent av tyske turister og 24 prosent av nederlandske svarte "ikke relevant" på om de var tilfreds med mat på restauranter og spisesteder. Gjestene fra disse markedene bruker også minst penger av alle markeder.

Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende?

Andelen av «Ikke relevant».



Tema 5: Tilfredshet og anbefalingsvilje

Utenlandske feriereisende som er **fornøyd** og **misfornøyd** med ferien

Grønn farge: Utenlandske feriereisende, som er ambassadører*



Rød farge: Utenlandske feriereisende, som er kritikere**



51% / 33%

Er i Norge for første gang



18% / 45%

Har kjøpt hele eller deler av turen som en pakkereise



44% / 61%

Har opplevd ett, noen eller flere av stedene som overfylte



39% / 45%

Har undersøkt bærekraft i planleggingen av deres ferie

Top 4 ting, som ambassadørene er fornøyd*** med på ferien

- 1 At det var rent og lite søppel (93%)
- 2 Imøtekommende lokalbefolkning (92%)
- 3 God service og imøtekommende personale (91%)
- 4 Overnattingssteder som innfridde forventningene (91%)

Top 4 ting, som kritikere er misfornøyd* med på ferien

- 1 Godt vær (42%)
- 2 At pris var i samsvar med kvalitet (33%)
- 3 Interessante og spennende attraksjoner og severdigheter (27%)
- 4 God mat på restauranter og spisesteder (25%)



46% / 43%

Kvinner



31% / 50%

Under 35 år



27% / 29%

35 - 49 år



30% / 16%

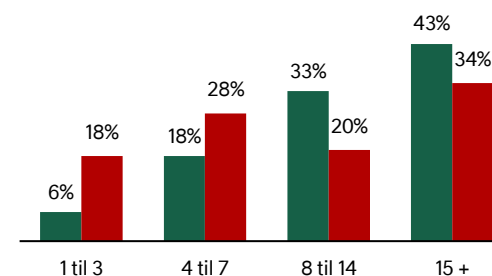
50 - 64 år



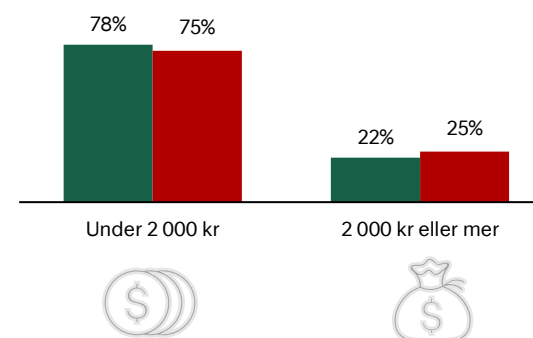
13% / 5%

65 år eller derover

Antall overnattinger



Gjennomsnittlig døgnforbruk



Antall personer i reisefølget

Reisefølge

4,5 / 4,5

Økonomisk reisefølge

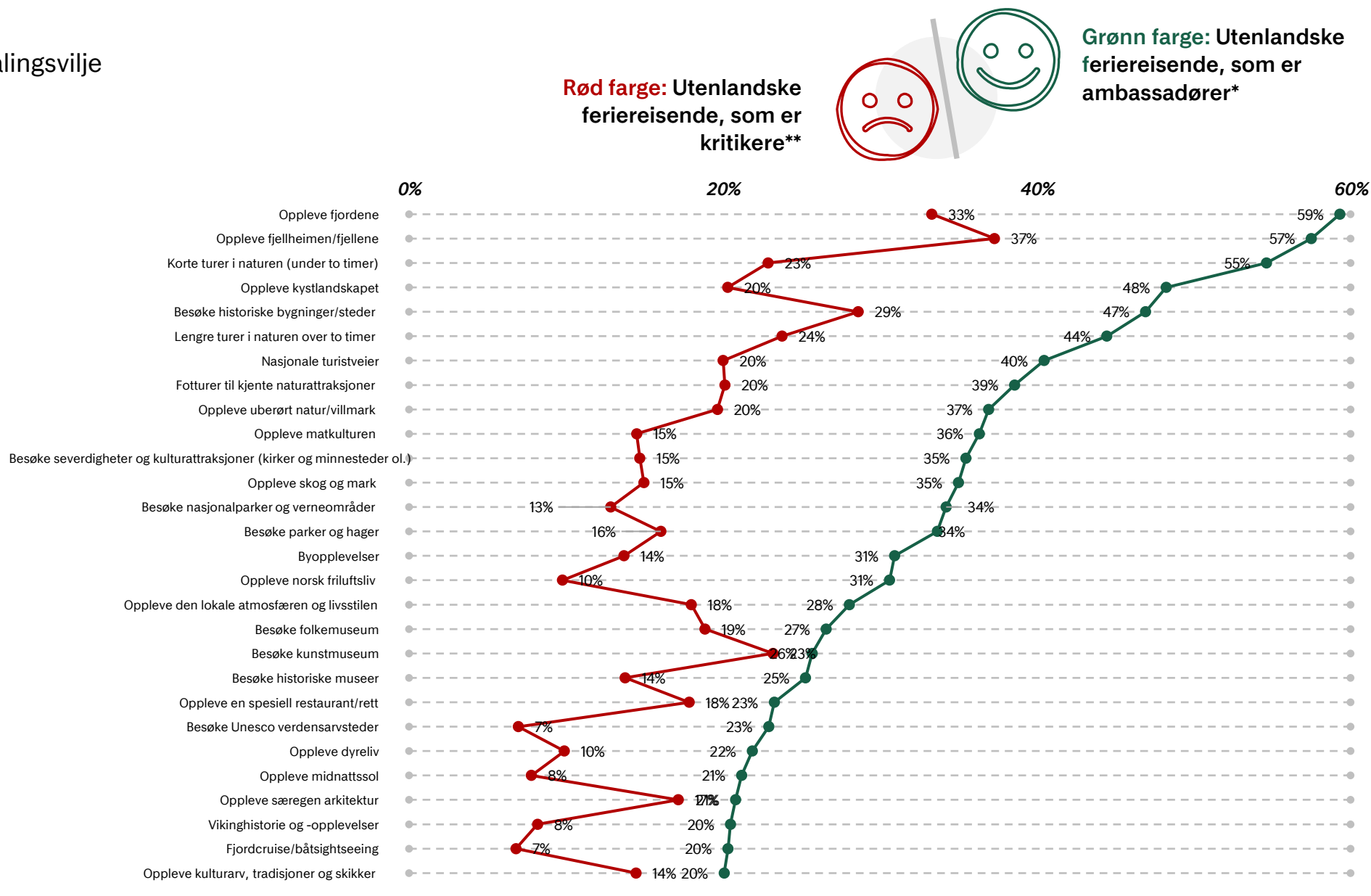
3,0 / 3,2

Tema 5: Tilfredshet og anbefalingsvilje

Kritikerne opplever mindre

5 prosent av de utenlandske reisende er kritikere. De gjør færre aktiviteter, er yngre og deltar i mye større grad på ulike typer arrangementer på reisen i Norge og er her i større grad for å oppleve en bestemt artist.

De har i betydelig større grad oppleve at stedene de har besøkt er overfylte og er mer opptatt av natur og miljø enn de øvrige.



* Ambassadører: Reisende som har i svært stor grad vil anbefale Norge som reisemål til andre (score 9 eller 10)

** Kritikere: Reisende som i begrenset grad vil anbefale Norge som reisemål til andre (score 0-6)

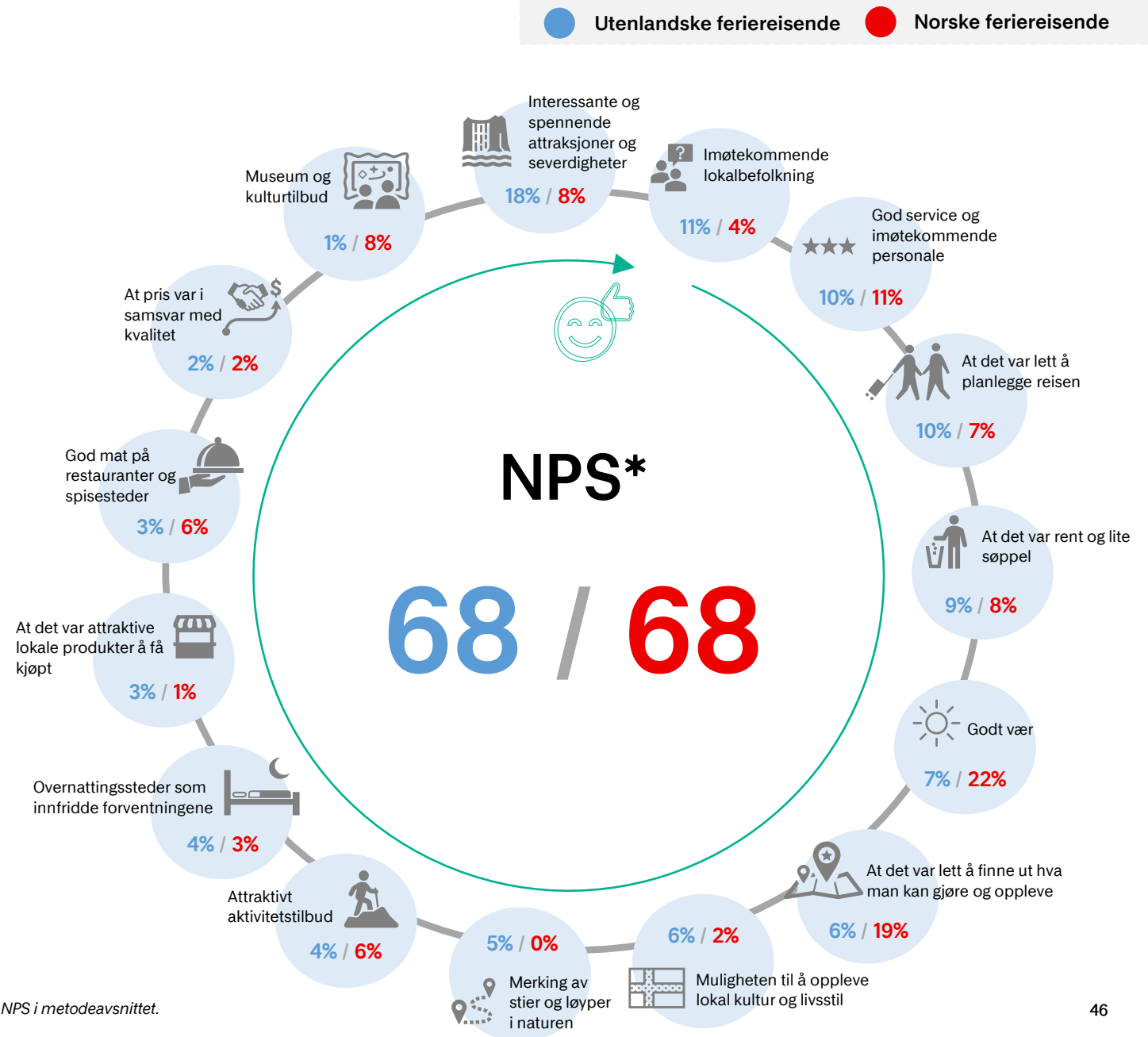
Tema 5: Tilfredshet og anbefalingsvilje

Spennende attraksjoner øker anbefalingsviljen

De utenlandske reisenende som er godt fornøyd med attraksjonene og severdighetene de har besøkt, er mer villige til å anbefale Norge som reisemål til andre. Spennende og interessante attraksjoner og severdigheter er viktigst driveren for å øke tilfredshet og anbefalingsvilje, etterfulgt av imøtekommande lokalbefolkning.

Nordmenn som er fornøyd med været og som opplever at det var lett å finne ut hva man kan gjøre og oppleve er mer villige til å anbefale norgesferie til andre.

Figuren viser de bakenforliggende **positive** driverne for anbefalingsvilje, også kalt NPS. Tilfredshetsvariablene er kodet slik at «meget fornøyd» har fått 2 i verdi og «litt fornøyd» har fått 1. Alle andre alternativer har fått 0 i verdi. Dermed viser grafen hvilke variabler som har positiv effekt på de feriereisenes vilje til å anbefale Norge som reisemål til andre.

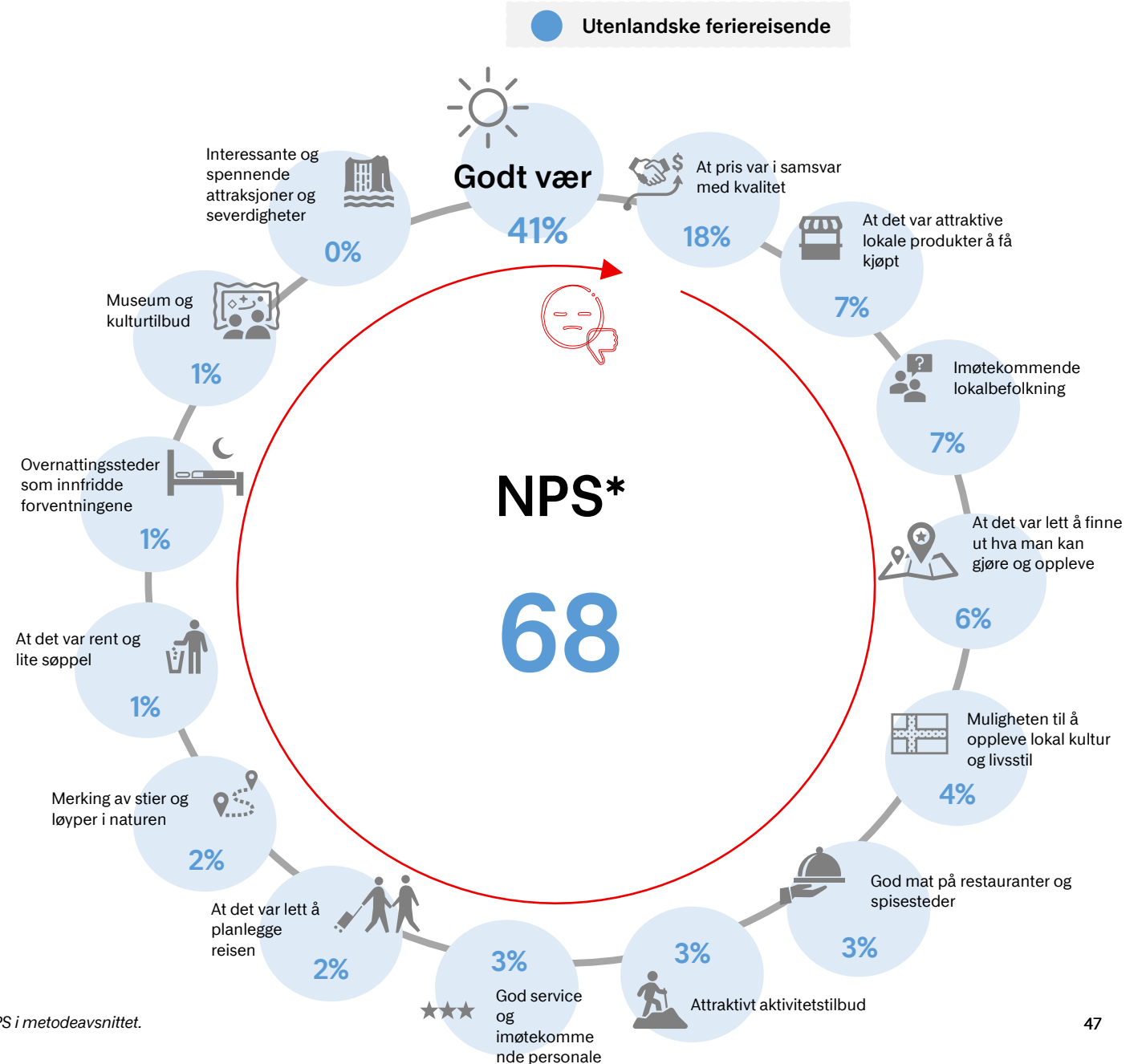


Tema 5: Tilfredshet og anbefalingsvilje

Dårlig vær gjør de reisende mindre villige til å anbefale Norge

De utenlandske reisenende, som var misfornøyd med været og/eller opplevde at det ikke var samsvar mellom pris og kvalitet på reisen i Norge er mindre villige til å anbefale Norge som reisemål til andre.

Figuren viser de bakenforliggende **negative** driverne for anbefalingsvilje, også kalt NPS. Tilfredshetsvariablene er kodet slik at «meget misfornøyd» har fått 2 i verdi og «litt misfornøyd» har fått 1. Alle andre alternativer har fått 0 i verdi. Dermed viser grafen hvilke variabler som har negativ effekt på de feriereisenes vilje til å anbefale Norge som reisemål til andre.





Tema 6: **Betydningen av bærekraft**

Påvirker miljø, klima og natur turistene når de planlegger ferien? Hva gjør de for at reisen i Norge ikke skal påvirke natur, klima og miljø på en negativ måte? Opplever de overfylte steder og attraksjoner under oppholdet?

Tema 6: Betydningen av bærekraft

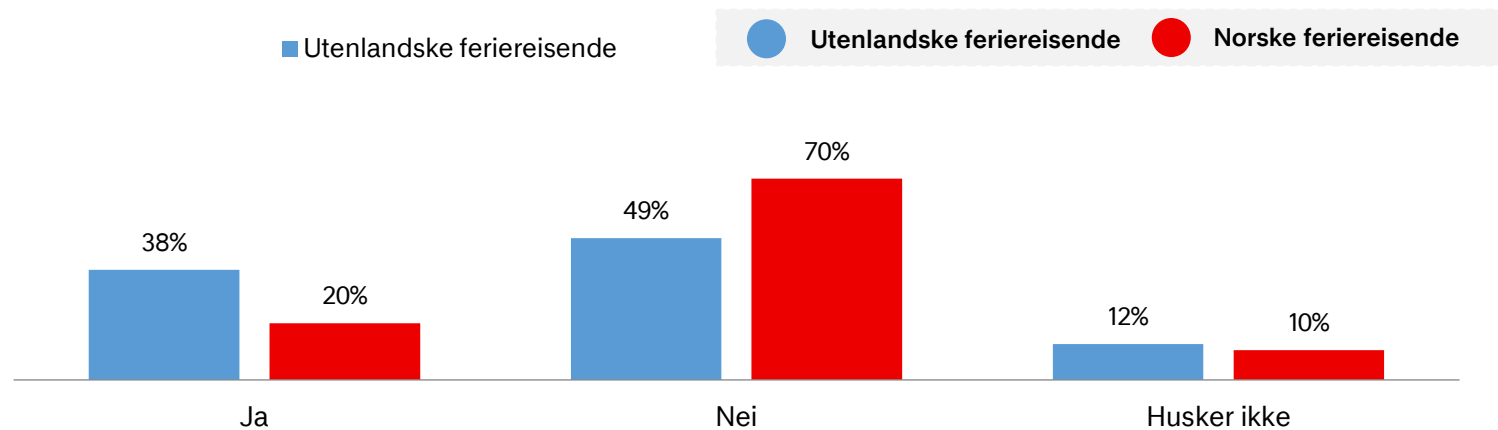
4 av 10 utlendinger tar hensyn til natur og klima når de planlegger ferien

De reisende under 40 år tar i større grad hensyn til natur og klima. De er mer opptatt av naturopplevelser og går i større grad på fottur, sykler og vil oppleve norsk friluftsliv. De bruker i mye større grad guide.

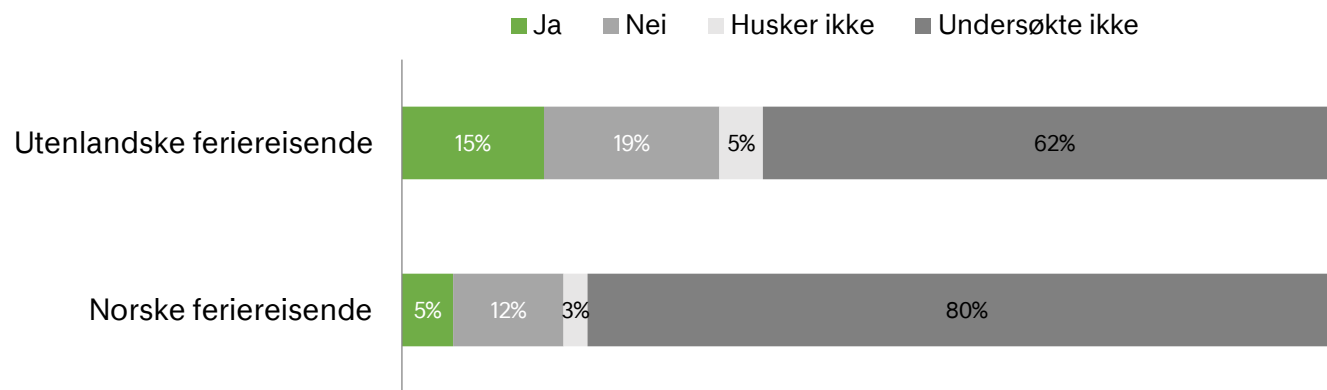
De er også mer interessert i å få med seg kulturopplevelser på reisen, særlig kunstopplevelser og matkultur.

De norske reisende som er undersøkte bærekraft under planleggingen av reisen bruker betydelig mer penger enn de øvrige. De utenlandske bruker også mer, men der er forskjellen mindre.

Under planleggingen av denne reisen, undersøkte du om destinasjonen(e), transportmåten(e) og/eller opplevelsen(e) tar vare på natur eller er klimavennlige?



Da du vurderte hvor du skulle reise, var det noen destinasjoner, transportmåter og opplevelser du ikke valgte av hensyn til natur og/eller klima?



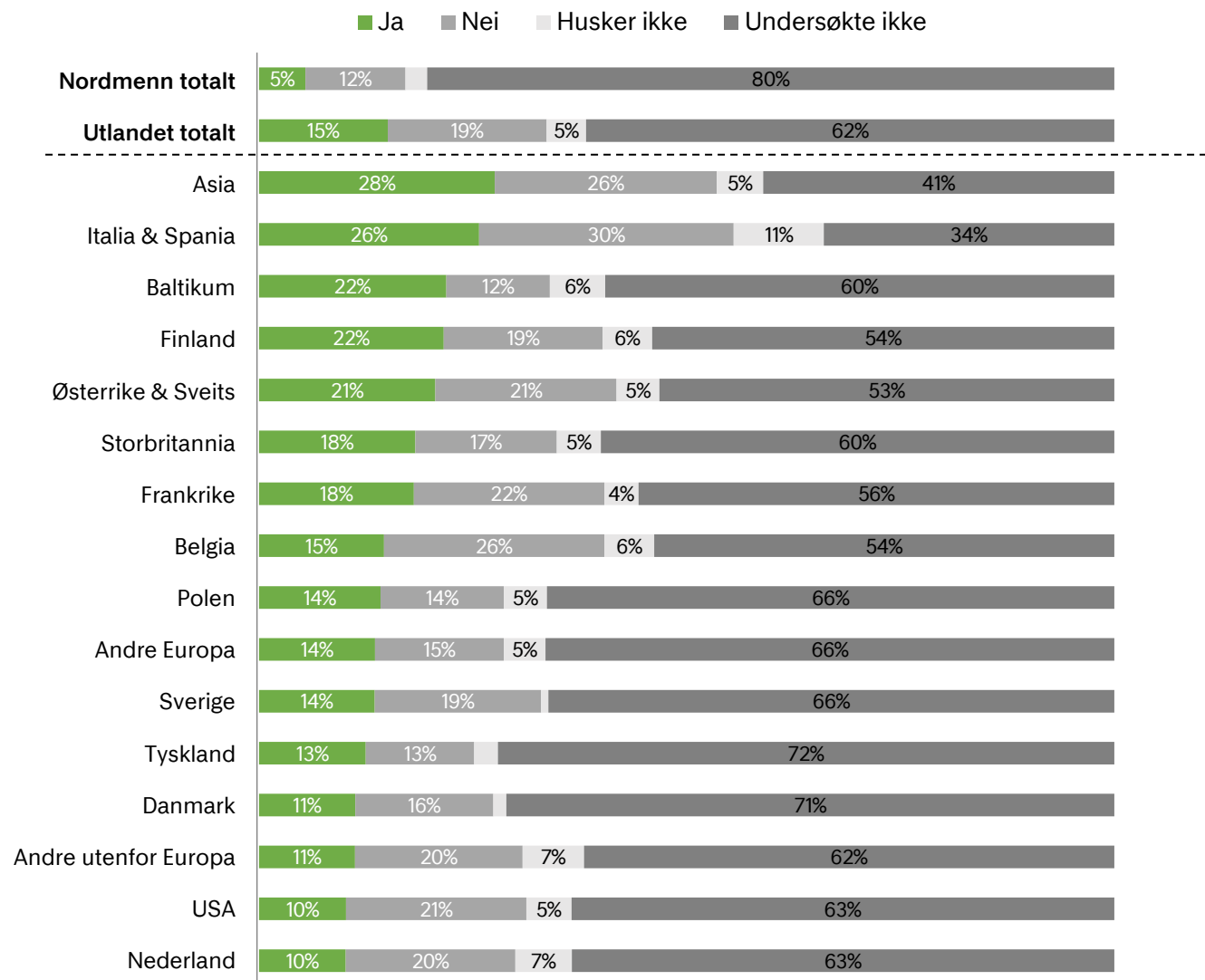
Tema 6: Betydningen av bærekraft

Asiatene tar i større grad bærekraft inn i reiseplanleggingen

Asiatene er yngre, mindre tilfreds og mindre anbefalingsvillig enn den gjennomsnittlige utenlandske feriereisende. De er mer opptatt av shopping og handler gjerne hos lokale bedrifter og bedrifter som er miljøsertifisert.

Alle topp 5 landene/regionene (med unntak av Italia), som er mest villige til å ta hensyn til natur og klima, har reisende som er yngre enn gjennomsnittet. Amerikanerne og nederlenderne på ferie i Norge er betydelig eldre enn gjennomsnittet. De yngste er mer villige til å ta miljøhensyn uavhengig av nasjonalitet.

Da du vurderte hvor du skulle reise, var det noen destinasjoner, transportmåter og opplevelser du ikke valgte av hensyn til natur og/eller klima?



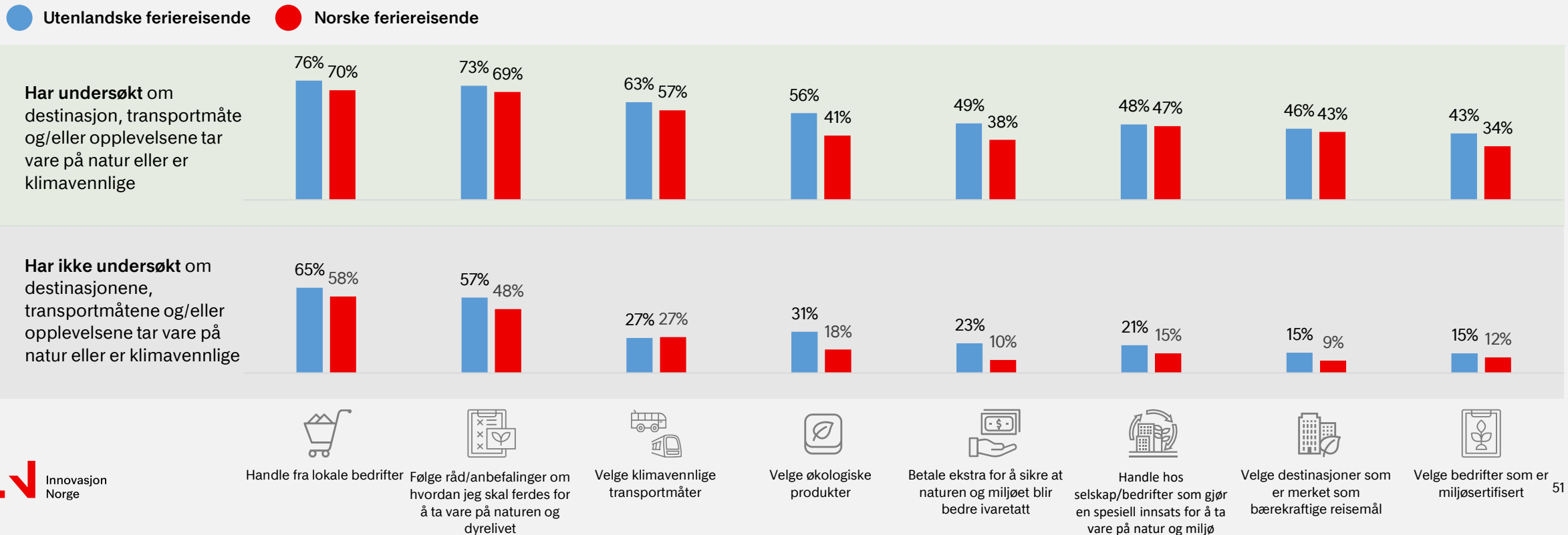
Tema 6: Betydningen av bærekraft

Reisende som er opptatt av natur og klima før de drar tar mer bærekraftige valg på reisen i Norge

De reisende som gjorde undersøkelser før de reiste for å finne ut om aktørene tok vare på natur eller var klimavennlige, tok også i mye større grad bærekraftige valg underveis på reisen i Norge. De var mye mer tilbøyelig til å velge bedrifter og selskap som var miljøsertifiserte og destinasjoner som er merket som bærekraftig reisemål.

På denne reisen i Norge vil du eller har du gjort noe av følgende for å ta vare på natur, miljø og klima?

Andelen av feriereisende som har angitt «Ja» til at de har gjort eller vil gjøre følgende på ferien

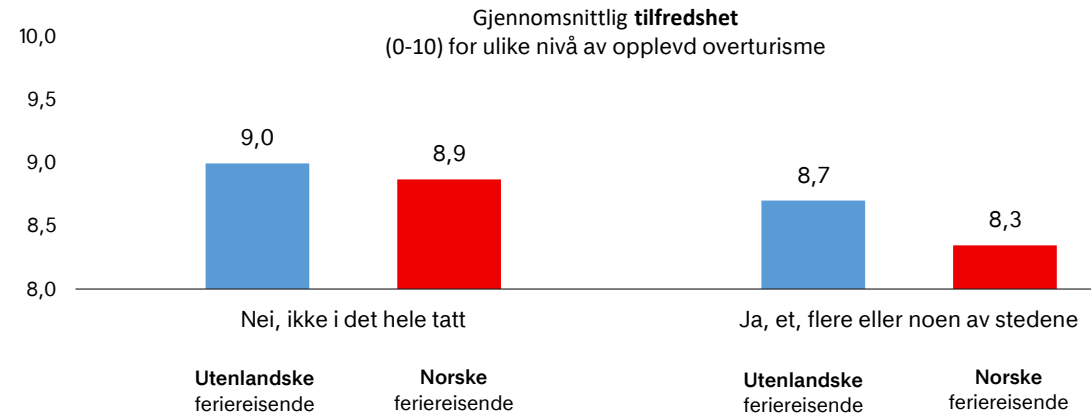
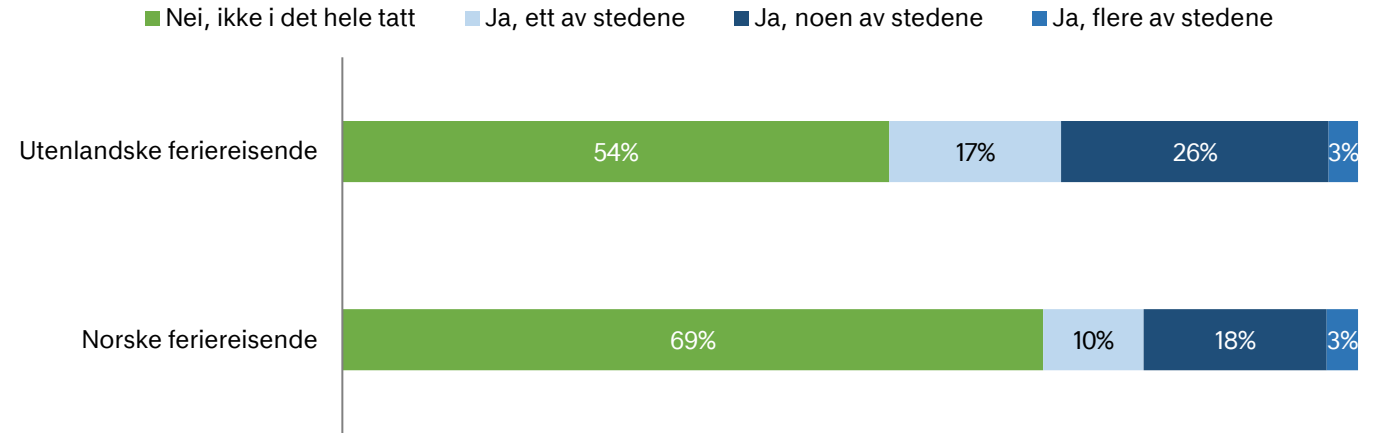


Overfylte attraksjoner og reisemål trekker tilfredsheten ned

Nesten halvparten av de utenlandske gjestene og 30 prosent av de norske, opplevde at et eller flere av stedene de besøkte var overfylte. Disse turistene er mindre tilfreds med ferien totalt sett, enn de som ikke opplevde overturisme.

Tilfredsheten til nordmenn påvirkes i større grad enn utlendingene når de opplever at reisemål og attraksjoner er overfylte.

I hvilken grad er du enig i dette utsagnet: «Reisemålene/attraksjonene jeg besøkte føltes overfylte fordi det var for mange turister der»



Steder som ble opplevd som overfylte

Det er mange som nevner mange steder, mens noen beskriver typiske områder som campingplasser, flyplasser, sentrumsområder ol.

[illegible]



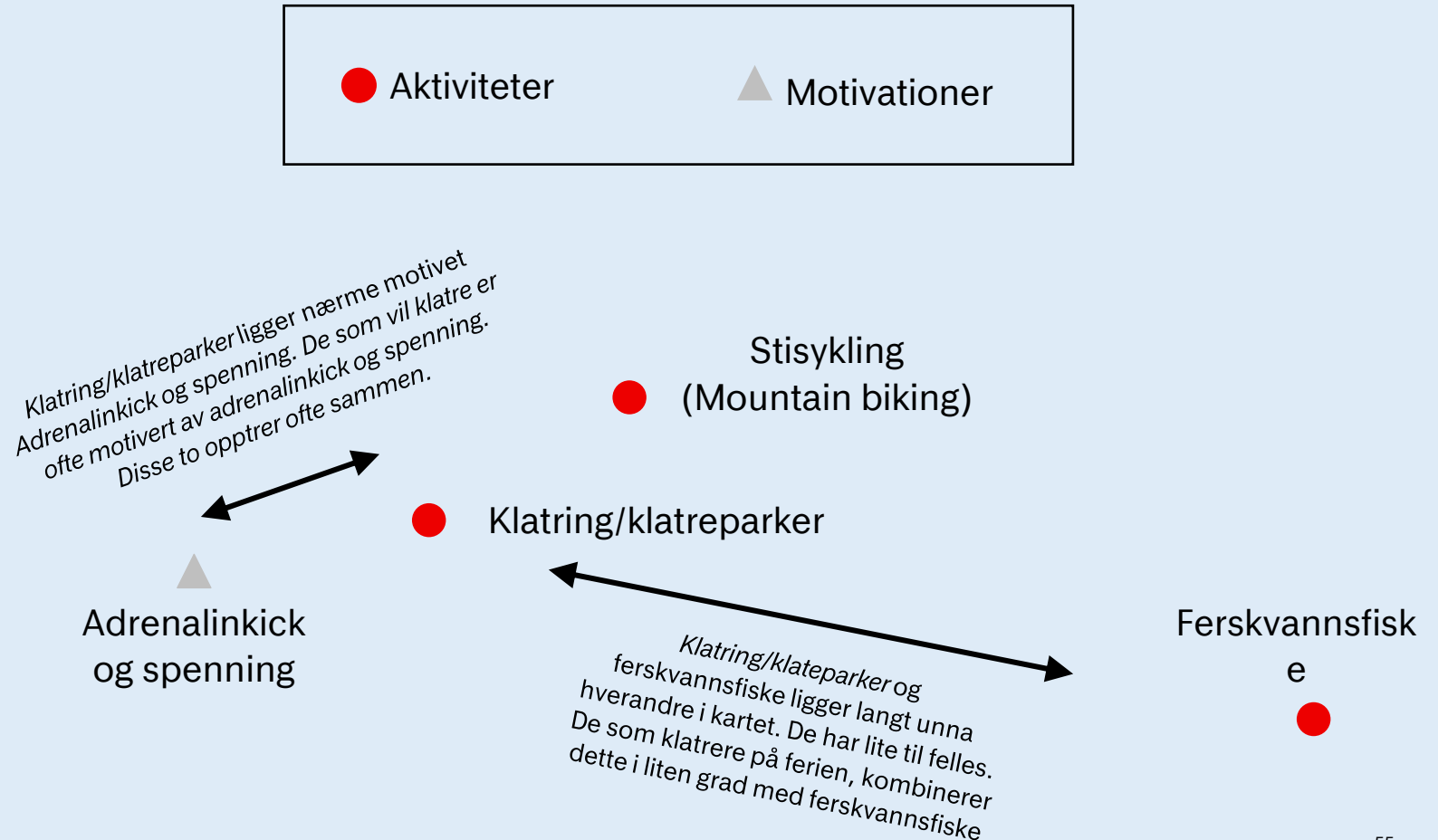
Tema 7: **Sammenheng mellom aktiviteter og motivasjon**

Hvilke aktiviteter opptrer ofte sammen på en ferie og hvilke motiv er koblet til ulike aktiviteter?

Sammenhengene mellom aktiviteter og motivationer

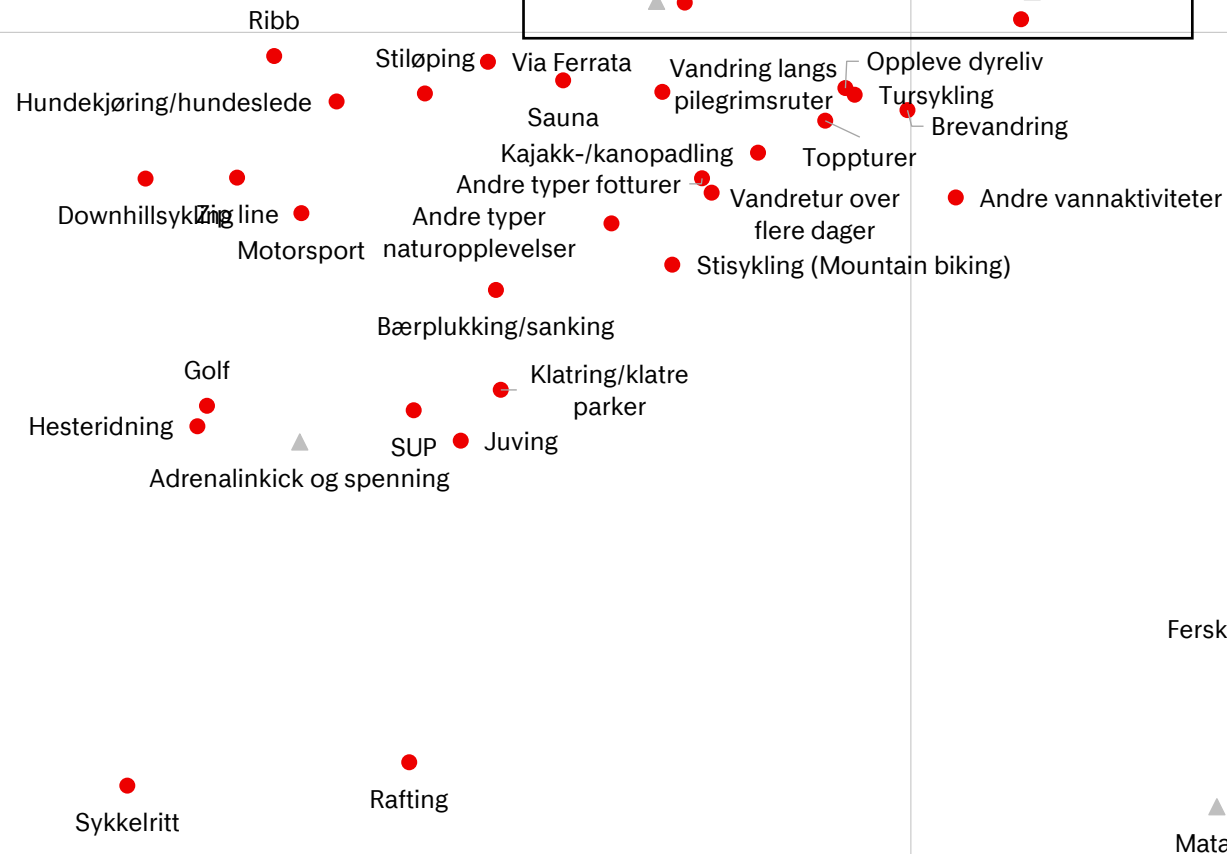
- På de neste sidene er det flere grafiske fremstillinger som viser sammenhengen mellom ulike typer aktiviteter og mellom aktiviteter og motiv.
- Kartene skal forstås slik at de punktene som er nærme hverandre oftere opptrer sammen på en ferie enn de punktene som ligger langt unna hverandre.
- I alle kartene er det mange aktiviteter som klynger seg sammen på midten. Det er fordi en stor andel av turistene vil gjøre mange aktiviteter, både utendørsaktiviteter og kulturaktiviteter på ferien i Norge. Andre aktiviteter, som f.eks. dykking og havfiske på neste side, ligger langt unna sentrum og er ofte nisjeaktiviteter som i mindre grad kombineres med andre typer aktiviteter.

Leseveiledning: Punktene i kartet som ligger nærme hverandre henger tett sammen og kombineres ofte på en ferie. Punkter som er langt unna hverandre kombineres i mindre grad på en og samme ferie.



Tema 7: Sammenhenger

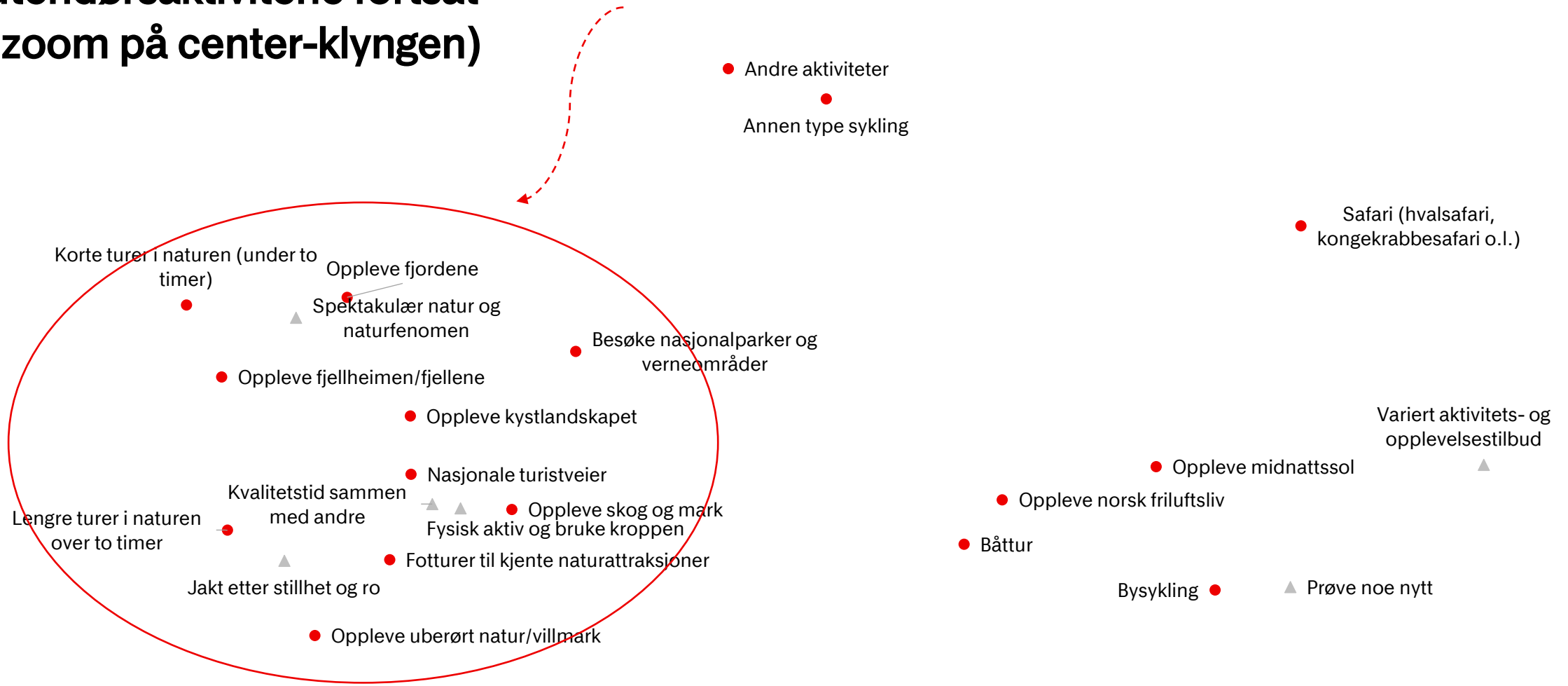
Mange turister gjør mange ulike utendørsaktiviteter, derfor ligger nærme hverandre i kartet



Fiskeaktiviteter er langt unna andre utendørsaktiviteter. Mange av de som fisker på ferien er mindre opptatt av andre typer naturopplevelser og -aktiviteter

Sammenhenge mellom utendørsaktivitetene fortsat (zoom på center-klyngen)

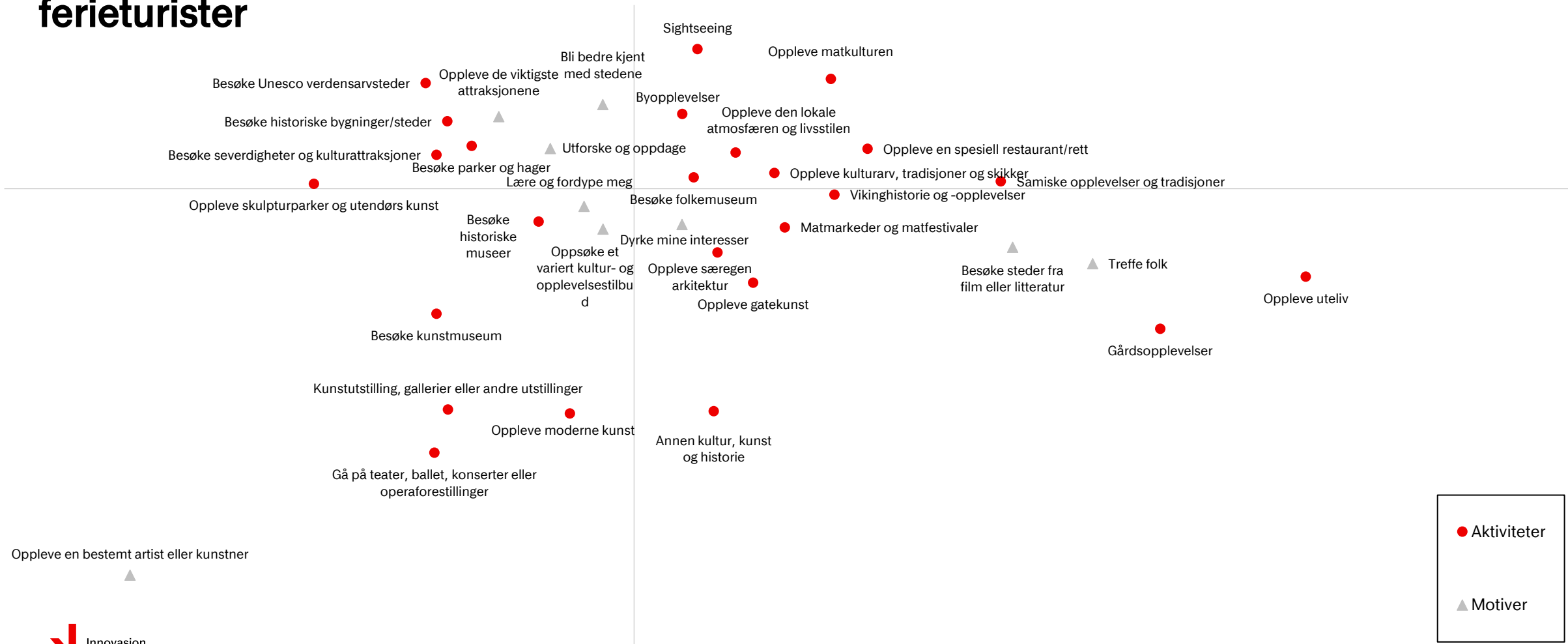
De mest populære aktivitetene, opplevelsene og motivene ligger nærme hverandre i kartet, og er viktig for svært mange utenlandske turister. De vil f.eks. oppleve spektakulær natur og fjordene, gå korte turer, besøke kjente naturattraksjoner og oppleve stillhet og ro.



Tema 7: Sammenhenger

Sammenhenge mellom kulturelle aktiviteter for de utenlandske ferieturister

Historisk kultur, verdensarv og kulturattraksjoner henger tett sammen med å ville oppleve de viktigste attraksjonene på stedet. Kunst og scenekunst ligger samlet, men langt unna sightseeing. Uteliv og gårdsopplevelser ligger for seg selv og henger ikke tydelig sammen med noen av de andre opplevelsesklyngene.



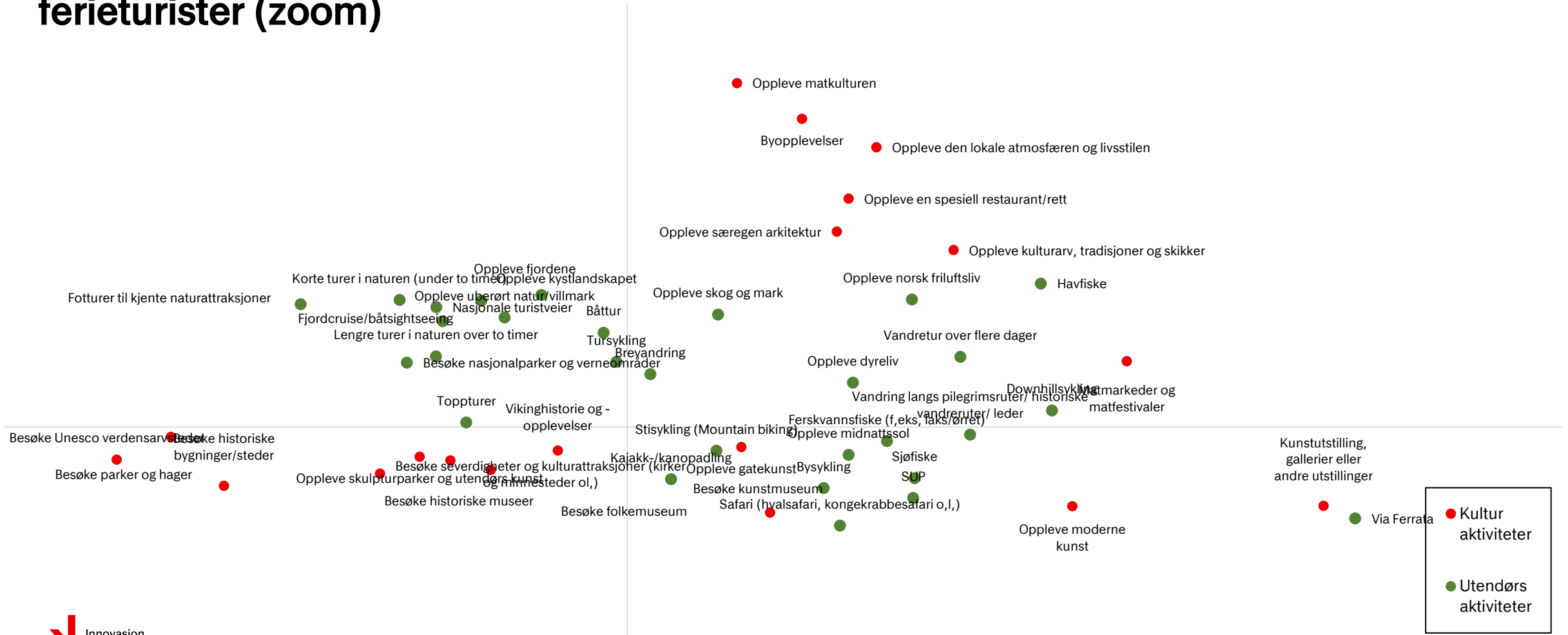
Utenlandske ferieturister vil oppleve både natur og kultur

[illegible]

Tema 7: Sammenhenger

Sammenhengen mellom kulturelle aktiviteter for de utenlandske ferieturister (zoom)

Matkultur, byopplevelser, men også lokal atmosfære og livsstil henger nært sammen med norsk friluftsliv, kulturarv, tradisjoner og skikker og vandreturer. Samtidig ligger besøk i nasjonallparker tett på toppturer og historiske steder og bygning. Disse kartene kan brukes for å se på hvilke aktiviteter og opplevelser som bør kombineres for å skape spennende opplevelser som er attraktive.





Appendix:

Datagrunnlag, metode og begrepsdefinisjoner

Begrepsdefinisjoner

Begrep	Definisjon
Turist	En turist i Norge defineres som en person som er på reise i Norge, utenfor sine vanlige omgivelser i mer enn én dag, men mindre enn et halvt år (eller 183 dager).
Feriereisende	En turist som har foretatt en reise hvor hovedformålet oppgis å være ferie- eller fritidsreise, eller en kombinert ferie- og forretningsreise der en flertallet av overnattingene er knyttet til en feriereise.
Økonomisk reisefølge	Med økonomisk reisefølge menes personer som reiser sammen og har felles økonomi på reisen.
Reisefølge	Med reisefølge menes personer som reiser sammen.
Øvrig forbruk	Øvrig forbruk inneholder turistenes forbruk ut over forbruk til transport, overnatting, utendørs- og kulturelle aktiviteter samt pakkereise. Det kan bl. a. være innkjøp av dagligvarer, kafé- og kioskvarer, restaurant mm.
Pakkereise	En feriereise kjøpt som en pakkereise fra én leverandør, det vil si en pakke som inkluderer minst to av følgende tjenester: transport, overnatting, skipass/skiskole, to eller flere måltider per dag, aktiviteter/utflukter ol.
NPS	<u>Net Promotor Score</u> (NPS) er et mål for lojalitet, og angir i denne sammenheng hvor stor andel av turistene som vil anbefale Norge som reisemål. NPS beregnes ut ifra følgende spørsmål; <i>"På en skala fra 0 til 10, der 0 er i svært begrenset grad og 10 er i svært stor grad, i hvilken grad vil du anbefale Norge som reisemål for andre?"</i> . De som oppgir en score mellom 0 og 6 betegnes som <i>kritikere</i> , de som oppgir en score på 7 eller 8 betegnes som <i>passive</i> , og de som oppgir en score på 9 eller 10 betegnes som <i>ambassadører</i> . NPS-verdien er definert som av andelen av turistene som er ambassadører fratrasket andelen som er kritikere. Dvs. $NPS = \% \text{ ambassadører} - \% \text{ kritikere}$.



Oversikt over overordnede og utdypende utendørsaktiviteter

Skiaktiviteter	Naturopplevelser	Vandring/fotturer	Fiske	Vannaktiviteter	Sykling/ landeveis sykling	Strand, sol og bading	Andre utendørsaktiviteter
- Alpint/snowboard - Langrenn - Skiskole/-opplæring - Topptur på ski/randonné - Andre skiaktiviteter	- Oppleve fjellheimen/fjellene - Nasjonale turistveier - Oppleve fjordene - Oppleve kystlandskapet - Oppleve uberørt natur/villmark - Oppleve skog og mark - Besøke nasjonalparker og verneområder - Oppleve norsk friluftsliv - Oppleve nordlyset - Oppleve en snørik vinter - Oppleve midnattssol - Oppleve dyreliv - Andre typer naturopplevelser	- Korte turer i naturen (under to timer) - Lengre turer i naturen over to timer - Fotturer til kjente naturattraksjoner - Vandretur over flere dager - Vandring langs pilgrimsruter/historiske vandreruter/leder - Toppturer - Brevandring - Andre typer fotturer	- Sjøfiske - Havfiske - Ferskvannsfiske (f.eks. laks/ørret) - Isfiske - Andre fiskeaktiviteter	- Sauna - Kiting - Rafting - Båttur - Ribb - Fjordcruise/båtsightseeing - Kajakk-/kanopadling - SUP - Dykking - Surfing - Safari (hvalsafari, kongekrabbesafari o.l.) - Andre vannaktiviteter	- Stisykling (Mountain biking) - Downhillsykling - Tursykling - Bysykling - Sykkelritt - Annen type sykling		- Stiløping - Hundekjøring/hundeslede - Via Ferrata - Zip line - Klatring/klatreparaker - Juving - Hesteridning - Bærplukking/sanking - Golf - Motorsport - Andre aktiviteter - Nordlyssafari - Kjøre snøscooter/tur med snøscooter - Stå på skøyter - Aking - Trugetur - Leke i snøen - Andre vinteraktiviteter



Oversikt over overordnede og utdypende kulturaktiviteter

Oppleve kultur, kunst og historie	Stedenes kultur, mat og livsstil
1. Besøke historiske bygninger/steder 2. Besøke kunstmuseum 3. Besøke folkemuseum 4. Besøke severdigheter og kulturattraksjoner (kirker og minnesteder ol.) 5. Besøke historiske museer 6. Oppleve moderne kunst 7. Kunstutstilling, gallerier eller andre utstillinger 8. Besøke parker og hager 9. Vikinghistorie og -opplevelser 10. Besøke Unesco verdensarvsteder 11. Oppleve skulpturparker og utendørs kunst 12. Oppleve gatekunst 13. Gå på teater, ballet, konserter eller operaforestillinger 14. Annen kultur, kunst og historie	1. Oppleve matkulturen 2. Oppleve en spesiell restaurant/rett 3. Oppleve særegen arkitektur 4. Oppleve kulturarv, tradisjoner og skikker 5. Oppleve den lokale atmosfæren og livsstilen 6. Byopplevelser 7. Sightseeing 8. Gårdsopplevelser 9. Matmarkeder og matfestivaler 10. Samiske opplevelser og tradisjoner 11. Oppleve uteliv 12. Annet

Oversikt over overordnede og utdypende andre aktiviteter



Shopping/opsøke steder med gode handlemuligheter	Besøke fornøyelsesparker/dyreparker	Spa og velvære	Oppleve en bestemt by	Rundreise	Sightseeing
			1. Oslo 2. Bergen 3. Stavanger 4. Tromsø 5. Bodø 6. Ålesund 7. Trondheim 8. Kristiansand 9. Andre byer		

Datagrunnlag og metode

Rapporten viser funn fra Turistundersøkelsen basert på intervju med feriereisende i Norge i sommersesongen 2023. Tabellen til høyre viser antall svar fra norske og utenlandske feriereisende. Intervjuene er gjennomført av Norstat i perioden mai til august 2023. Utvalgsplan er designet med utgangspunkt i SSBs overnattingsstatistikk. Turistene er intervjuet på en rekke ulike attraksjoner, overnattingssteder, flyplasser, havner mv. Respondenter som har svart at de har oppholdt seg i Norge i mer enn et halvt år er ikke med i analysen. Overnattingene som turistene har hatt på hotell, campingplasser eller hyttegrender (registrerte overnattingsformer) er vektet på overnattingsnivå, med en vekt som er beregnet på bakgrunn av hotell-, camping- og hyttegrendeovernattinger i overnattingsstatistikken fra Statistisk Sentralbyrå (SSB). Overnattinger som turistene har hatt på andre typer overnattingssteder (ikke-registrerte overnattingsformer) er vektet basert på fordelingen i datagrunnlaget og den samlede fordeling av registrerte overnattinger fra SSB og Hurtigruten.

Vekten fungerer slik at den enkelte respondent blir vektet til å representere en andel av populasjonen. De vektete respondentene representerer derfor den samlede populasjonen. For å unngå at enkelte respondenter får uforholdsmessig stor betydning, er den maksimale vekt trimmet slik at hver respondent ikke kan ha for høy vekt. På den måten vektet gjester med mange overnattinger tyngre enn gjester med få overnattinger, men uten at enkelte gjester kan påvirke gjennomsnittene uforholdsmessig mye.

Antall intervju med turister som har overnattet i Norge i sommersesongen 2023

	Feriereisende		Total
	Norske	Utenlandske	
Antal intervju	1 023	7 037	8 060

Innovasjon Norge

Tlf: (+47) 22 00 25 00

Pb. 448 Sentrum, 0104 Oslo

Grev Wedels plass 9,
0151 Oslo

www.innovasjonnorge.no

Epinion

Ryesgade 3F

2200 Copenhagen N

Denmark

T: (+45) 87 30 95 00

E: copenhagen@epinionglobal.com

www.epinionglobal.com

Gyger

Sigrød Oterholm Hoem

T: (+47) 90 78 77 80

E: sigrud@gyger.no

