



TURISTUNDERSØKELSEN OPPSUMMERING AV VINTERSESONGEN 2016

BAKGRUNNSRAPPORT



© Alex Conu/Visitnorway.com



© Johan Wildhagen - Visitnorway.com



© Alex Conu/Visitnorway.com



© media-army.de/www.visitnorway.com



© Terje Rakke/Nordic Life - Visitnorway.com

Innholdsfortegnelse

Innledning	5
Vinterturismen 2016 – den samlede turismen	6
Formål med reisen i Norge	6
Typen af feriereisen i Norge.....	6
Gjennomsnittlig størrelse på reisefølge	7
Andel av alle feriereisende med barn i reisefølget	7
Antall barn i reisefølget for feriereisende med barn i reisefølget.....	8
Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge	8
Andel feriereisende med pakkereise	9
Pakkereisendes karakteristika	9
Bookingstidspunkt for feriereisen i Norge	10
Feriereisendes fordeling på regionene i Norge.....	10
Reisehyppighet for de utenlandske feriereisende	11
Primære transportmiddel på feriereisen til Norge	11
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge.....	12
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsett)	12
Overnattingstype på ferien i Norge	13
Overnattingstype på ferien i Norge (fortsett)	13
Samlet tilfredshet med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon	14
Tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge.....	14
Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet af de nærmeste 3 årene	15
Feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk fordelt på poster og markeder	15
Aktiviteters betydning på ferien i Norge.....	16
Aktiviteters betydning på ferien i Norge (fortsett)	22
Vinterturismen 2016 – centrale nord-norge turister	28
Formål med reisen i Norge	28
Typen af feriereisen i Norge.....	28
Hurtigruten-turisterne	29
Gjennomsnittlig størrelse på reisefølge	29
Andel av alle feriereisende med barn i reisefølget	29
Antall barn i reisefølget for feriereisende med barn i reisefølget.....	30
Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge	30
Andel feriereisende med pakkereise	30

Pakkereisendes karakteristika	31
Bookingtidspunkt for feriereisen i Norge	31
Feriereisendes fordeling på regionene i Norge	32
Reisehyppighet for de utenlandske feriereisende	32
Primære transportmiddel på feriereisen til Norge	33
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge.....	33
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsatt)	34
Overnattingstype på ferien i Norge	34
Overnattingstype på ferien i Norge (fortsatt)	35
Samlet tilfredshet med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon	35
Tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge.....	36
Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet af de nærmeste 3 årene	36
Feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk fordelt på poster og markeder	37
Aktivitetens betydning på ferien i Norge.....	38
Aktivitetens betydning på ferien i Norge (fortsatt)	44
Vinterturismen 2016 – centrale skiturister	49
Formål med reisen i Norge	49
Typen af feriereisen i Norge.....	49
Gjennomsnittlig størrelse på reisefølge	50
Andel av alle feriereisende med barn i reisefølget	50
Antall barn i reisefølget for feriereisende med barn i reisefølget.....	50
Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge	51
Andel feriereisende med pakkereise	51
Pakkereisendes karakteristika	51
Bookingtidspunkt for feriereisen i Norge	52
Feriereisendes fordeling på regionene i Norge.....	52
Reisehyppighet for de utenlandske feriereisende	52
Primære transportmiddel på feriereisen til Norge	53
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge.....	53
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsatt)	53
Overnattingstype på ferien i Norge	54
Overnattingstype på ferien i Norge (fortsatt)	54
Samlet tilfredshet med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon	54
Tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge.....	55
Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet af de nærmeste 3 årene	55
Aktivitetens betydning på ferien i Norge.....	56
Forretningsreisende - Vinter 2016.....	62
Forretningsreisens formål.....	62

Forretningsreise kombinert med feriereise	62
Antall møtedeltakere	62
Gjennomsnittlig antall overnattinger på overnattingsstedet i Norge	63
Primære transportmiddel på forretningsreisen til Norge	63
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge.....	63
Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsatt)	63
Samlet tilfredshet med forretningsreisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon	64
Tilfredshet med underdimensjoner på forretningsreisen i Norge	64
Tilfredshet med underdimensjoner på forretningsreisen i Norge (fortsatt).....	64
Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet af de nærmeste 3 årene	65
Feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk fordelt på poster og markeder	65
Metode og datagrunnlag	66
Sammenlikning med tidligere rapporter	66
Vekting av data	66
Selve vekteprosedyren.....	66
Vektens anvendelse	67
Estimert forbruk og erstatning av manglende svar.....	67
Erstatning av manglende svar og uteliggere	67
Ytterligere behandling av uteliggere.....	67
Datagrunnlag og geografisk fordeling av intervjuer.....	67

INNLEDNING

I 2016 har Innovasjon Norge for femte år på rad gjennomført en landsdekkende turistundersøkelse og for tredje året i vintersesongen. Datainnsamlingen gjennomføres ved kommersielle overnattingssteder i tråd med internasjonale anbefalinger. De innsamlede dataene gir mulighet for å belyse forbruk og turiststrømmer i Norge. I rapporten analyseres turister som var på forretnings- eller feriereise i Norge fra januar til og med april 2016.

Denne rapporten er ment som et supplement til «Turistundersøkelsen – Oppsummering av Vintersesongen 2016 – Nøkkeltall», «Turistundersøkelsen – Oppsummering av Vintersesongen 2016 – Nord-Norge turistene» og «Turistundersøkelsen – Oppsummering av Vintersesongen 2016 – Skituristene», og inneholder resultatene delt opp på målgrupper og markeder. Mens hovedrapportene fokuserer på de overordnede linjene og er mer egnet for formidling, er denne rapporten mer detaljert og ment som et oppslagsverk der man raskt kan orientere seg i de fordelingene og gjennomsnittene som en selv anser som relevant. Rapporten er imidlertid ikke like egnet til formidling av konklusjoner som hovedrapporten.

I rapporten sammenlignes turister fra forskjellige land og turister i forskjellige målgrupper. Målgruppene er henholdsvis den samlede ferieturisme, skiferieturistene, Nord-Norge turistene og forretningsreisende. Rapporten estimerer turistenes totale forbruk og ser på hvordan forbruket fordeler seg. I tillegg til analysene av forbruk gir de innsamlede dataene bla. innsikt i turistenes atferd og deres bedømmelse av ferien, samt hva de foretar seg mens de er her.

De tre første avsnittene fokuserer på feriereisende, med fokus på henholdsvis reisemønstre/-karakteristikker og aktiviteter. Det fjerde avsnittet tar for seg de forretningsreisende. Det er dog samlet inn få intervjuer med utenlandske forretningsreisende og derfor ikke mulig å dele opp på enkelte land for denne gruppen. Denne delen inneholder derfor kun noen få tabeller, men er et godt utgangspunkt for hvordan resultatene kan fremstilles.

Tabellene fremstiller gjennomsnittene og den uvektede n for de forskjellige markedene. Hver tabell har en note med en kort beskrivelse av tabellen, samt spørsmålsformuleringen.

VINTERTURISMEN 2016 – DEN SAMLEDE TURISMEN

I dette avsnittet beskrives og karakteriseres turistene som har reist på ferie i Norge i vintersesongen 2016.

Formål med reisen i Norge

Marked	Besøke venner, kjente, familie	Andre ferie- og fritidsreiser	Skiferie	Uvektet n
Norge	13%	56%	31%	1219
Sverige	1%	35%	64%	115
Danmark	4%	26%	70%	136
Tyskland	3%	85%	11%	283
Storbritannia	8%	54%	38%	205
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	7%	90%	4%	124
Øvrige Europa	8%	62%	30%	187
Øvrige utenfor Europa	2%	80%	18%	210
Alle utenlandske ferierejsende	4%	55%	40%	1260
Total	10%	56%	34%	2479

Note: Tabellen viser hovedformålet med reisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hva er hovedformålet med denne reisen i Norge?"

Typen af feriereisen i Norge

Markeder	Rundreise	Byferie	Ferie på landet	Aktivitetsferie	Hytte /feriehus	Annen type ferie	Total
Norge	7%	19%	1%	39%	7%	27%	1208
Sverige	11%	2%	0%	72%	12%	3%	114
Danmark	3%	7%	0%	79%	1%	10%	137
Tyskland	38%	12%	2%	22%	1%	25%	284
Storbritannia	2%	19%	6%	47%	0%	27%	205
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	27%	19%	20%	21%	0%	12%	124
Øvrige Europa	19%	17%	1%	42%	1%	20%	180
Øvrige utenfor Europa	6%	15%	8%	30%	1%	40%	206
Alle utenlandske ferierejsende	14%	11%	3%	51%	3%	18%	1250
Total	9%	17%	2%	43%	6%	24%	2458

Note: Tabellen viser, hvilken type reise de feriereisende i Norge er på fordelt på markeder med over 100 respondenter.

Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilken type ferie er du på?". Spørsmålet er kun stillet i 2016.

Gjennomsnittlig størrelse på reisefølge

Marked	Gjennomsnitt	Uvektet n
Norge	2.9	1255
Sverige	3.2	116
Danmark	3.3	138
Tyskland	2.6	287
Storbritannia	3.8	209
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	2.4	126
Øvrige Europa	2.8	194
Øvrige utenfor Europa	8.0	212
Alle utenlandske ferierejsende	3.6	1282
Total	3.1	2537

Note: Tabellen viser ferieturisters gjennomsnittlige reisefølge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange personer, inkludert deg selv, har du regnet med i ditt reisefølge?"

Andel av alle feriereisende med barn i reisefølget

Markeder	Andel med barn i reisefølget	Uvektet n
Norge	42%	974
Sverige	60%	102
Danmark	71%	114
Tyskland	4%	198
Storbritannia	35%	169
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	7%	92
Øvrige Europa	23%	141
Øvrige utenfor Europa	13%	150
Alle utenlandske ferierejsende	39%	966
Total	41%	1940

Note: Tabellen viser andel av ferieturister med barn i reisefølget.

Antall barn i reisefølget for feriereisende med barn i reisefølget

Markeder	Et barn i reisefølget	To barn i reisefølget	Tre barn i reisefølget	Fire barn i reisefølget	Fem barn i reisefølget	Seks eller flere barn i reisefølget	Uvektet n
Norge	31%	43%	15%	3%	3%	5%	395
Sverige	14%	38%	25%	2%	0%	22%	55
Danmark	21%	63%	10%	4%	2%	0%	69
Alle utenlandske feriereisende	21%	52%	15%	4%	1%	8%	204
Total	27%	46%	15%	3%	2%	6%	599

Note: Tabellen viser antall av barn i reisefølget blant de ferieturistene med barn i reisefølget, fordelt på markeder med over 100 respondenter.

Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge

Marked	Gjennomsnitt	Uvektet n
Norge	3.7	1255
Sverige	4.9	116
Danmark	5.3	138
Tyskland	10.2	287
Storbritannia	7.2	209
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	7.4	126
Øvrige Europa	5.9	194
Øvrige utenfor Europa	7.2	212
Alle utenlandske feriereisende	6.7	1282
Total	4.6	2537

Note: Tabellen viser ferieturisters gjennomsnittlige totale antall overnattinger i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange overnattinger vil du totalt ha på denne reisen i Norge?"

Andel feriereisende med pakkereise

Marked	Pakkereisende	Uvektet n
Norge	18%	1255
Sverige	24%	116
Danmark	51%	138
Tyskland	78%	287
Storbritannia	46%	209
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	47%	126
Øvrige Europa	48%	194
Øvrige utenfor Europa	38%	212
Alle utenlandske feriereisende	48%	1282
Total	28%	2537

Note: Tabellen viser andel av ferieturister med pakkereise. Spørsmålsformuleringen lød: "Har du og ditt reisefølge kjøpt denne reisen som en pakkereise?"

Pakkereisendes karakteristika

Marked	Andel som har kjøpt pakkereise som inkluderer overnatting i andre land enn Norge	Gjennomsnittlig antall overnattinger i andre land enn Norge i pakkereisen	Uvektet n
Norge	1%		212
Sverige	9%		40
Danmark	14%		65
Tyskland	5%		223
Storbritannia	2%		113
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	5%		75
Øvrige Europa	4%		87
Øvrige utenfor Europa	56%		81
Alle utenlandske feriereisende	11%	5.7	684-53
Total	7%	5.4	896-57

Note: Tabellen viser forskjellige karakteristika for turistene som har kjøpt en pakkereise. Spørsmålsformuleringene lød: "Inkluderer pakkereisen overnatting i andre land enn Norge?" og "Hvor mange overnattinger i andre land enn Norge er inkludert i pakkereisen?"

Bookingtidspunkt for feriereisen i Norge

Marked	Høyst 1 måned før	Mellom 1 måned og 3 måneder før	Mellom 3 måneder og et halvt år før	Over et halvt år før	Gjennomsnittlig booking	Uvektet n
Norge	31%	51%	12%	6%	61.3	836
Sverige	14%	33%	32%	21%	111.1	102
Danmark	7%	31%	52%	10%	104.5	107
Tyskland	6%	29%	27%	38%	157.6	240
Storbritannia	13%	42%	24%	21%	113.2	170
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	9%	50%	31%	11%	95.1	85
Øvrige Europa	18%	33%	40%	9%	94.0	133
Øvrige utenfor Europa	7%	53%	21%	19%	109.5	146
Alle utenlandske ferierejsende	11%	36%	34%	19%	115.1	983
Total	23%	45%	21%	12%	83.3	1819

Note: Tabellen viser feriereisendes booking og den gjennomsnittlige booking av feriereisen. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvilken måned foretok du bookingen/reservasjonen?" og "Hvilket år foretok du bookingen/reservasjonen?"

Feriereisendes fordeling på regionene i Norge

Marked	Nord-Norge	Trøndelag	Vestlandet	Østlandet	Sørlandet	Oslo	Uvektet n
Norge	17%	9%	8%	53%	14%	8%	1255
Sverige	15%	6%	6%	79%	2%	3%	116
Danmark	14%	5%	3%	88%	5%	11%	138
Tyskland	25%	28%	22%	17%	3%	44%	287
Storbritannia	30%	22%	27%	48%	4%	16%	209
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	56%	32%	22%	6%	10%	34%	126
Øvrige Europa	26%	8%	35%	30%	5%	27%	194
Øvrige utenfor Europa	45%	16%	43%	28%	7%	53%	212
Alle utenlandske ferierejsende	25%	14%	20%	50%	5%	24%	1282
Total	20%	11%	12%	52%	11%	13%	2537

Note: Tabellen viser de feriereisendes mobilitet i Norge.

Reisehyppighet for de utenlandske feriereisende

Marked	Aldri/første besøk i Norge	Sjeldnere	Minst hvert tredje år	Uvektet n
Sverige	9%	33%	58%	109
Danmark	4%	23%	73%	123
Tyskland	34%	34%	32%	272
Storbritannia	46%	17%	37%	191
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	48%	6%	45%	104
Øvrige Europa	32%	37%	31%	170
Øvrige utenfor Europa	50%	29%	21%	178
Alle utenlandske feriereisende	27%	28%	46%	1147
Total	27%	28%	46%	1147

Note: Tabellen viser utenlandske feriereisendes reisehyppighet til Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor ofte reiser du i Norge på ferie eller fritidsreise?"

Primære transportmiddel på feriereisen til Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campbil	Tog	Turbuss/Rutebuss	Motor sykkel	Annet	Uvektet n
Sverige	2%	0%	94%	0%	3%	1%	0%	0%	112
Danmark	19%	20%	42%	0%	0%	19%	0%	0%	130
Tyskland	66%	21%	10%	0%	2%	0%	0%	0%	281
Storbritannia	94%	2%	1%	0%	2%	1%	0%	0%	205
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	98%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	125
Øvrige Europa	89%	2%	6%	0%	0%	2%	0%	0%	192
Øvrige utenfor Europa	74%	1%	8%	0%	1%	15%	0%	0%	207
Alle utenlandske feriereisende	55%	9%	28%	0%	1%	7%	0%	0%	1252
Total	55%	9%	28%	0%	1%	7%	0%	0%	1252

Note: Tabellen viser utenlandske feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen til Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen for å komme til Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campingbil	Tog	Uvektet n
Norge	13%	3%	68%	0%	8%	1185
Sverige	0%	1%	88%	0%	1%	114
Danmark	2%	4%	56%	0%	2%	131
Tyskland	1%	45%	20%	0%	11%	280
Storbritannia	7%	20%	26%	0%	17%	204
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	50%	32%	3%	0%	4%	117
Øvrige Europa	19%	11%	40%	0%	17%	190
Øvrige utenfor Europa	23%	25%	14%	0%	11%	205
Alle utenlandske ferierejsende	9%	17%	42%	0%	9%	1241
Total	12%	8%	58%	0%	8%	2426

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsett)

Marked	Turbuss/Rutebuss	Motorsykel	Annet	Har ikke benyttet noe transportmiddel	Uvektet n
Norge	7%	0%	0%	1%	1185
Sverige	2%	0%	1%	7%	114
Danmark	22%	7%	0%	7%	131
Tyskland	7%	0%	15%	0%	280
Storbritannia	24%	0%	2%	4%	204
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	10%	0%	0%	2%	117
Øvrige Europa	12%	0%	1%	2%	190
Øvrige utenfor Europa	24%	0%	1%	2%	205
Alle utenlandske ferierejsende	14%	2%	3%	4%	1241
Total	10%	1%	1%	2%	2426

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Overnattingstype på ferien i Norge

Marked	Hotell eller pensjonat	Vandrerhjem	Campinghytte på campingplass	Telt/camping vogn/bobil på campingplass	Telt/camping vogn/bobil utenfor campingplass	Uvektet n
Norge	81%	5%	1%	0%	7%	1149
Sverige	78%	0%	0%	0%	0%	116
Danmark	87%	5%	0%	6%	6%	136
Tyskland	65%	0%	0%	0%	0%	282
Storbritannia	80%	5%	0%	0%	0%	205
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	74%	6%	0%	0%	0%	122
Øvrige Europa	87%	6%	0%	0%	0%	190
Øvrige utenfor Europa	87%	5%	3%	0%	0%	203
Alle utenlandske ferierejsende	80%	4%	0%	1%	1%	1254
Total	81%	4%	1%	1%	5%	2403

Note: Tabellen viser hvor ferieturister planlegger å overnatte på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "På denne reisen i Norge, hvor mange netter vil du totalt overnatte på...?".

Overnattingstype på ferien i Norge (fortsatt)

Marked	Leid hytte	Egen hytte	Familie, venner eller bekjente	Hurtigruta	Annen type overnatting	Uvektet n
Norge	3%	2%	2%	5%	1%	1149
Sverige	16%	0%	13%	4%	0%	116
Danmark	1%	1%	3%	3%	4%	136
Tyskland	7%	2%	3%	46%	4%	282
Storbritannia	0%	0%	0%	24%	3%	205
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	9%	0%	0%	44%	1%	122
Øvrige Europa	2%	0%	1%	15%	2%	190
Øvrige utenfor Europa	2%	0%	2%	31%	9%	203
Alle utenlandske ferierejsende	5%	1%	4%	19%	3%	1254
Total	4%	1%	3%	11%	2%	2403

Note: Tabellen viser hvor ferieturister planlegger å overnatte på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "På denne reisen i Norge, hvor mange netter vil du totalt overnatte på...?".

Samlet tilfredshet med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon

Markeder	Gjennomsnittlig tilfredshet	Gjennomsnittlig anbefaling	Uvektet n
Norge	8.9	8.8	1004-988
Sverige	8.6	8.8	107-110
Danmark	8.3	8.2	125-122
Tyskland	8.4	8.3	261-265
Storbritannia	8.3	8.0	191-190
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	8.5	7.9	101-103
Øvrige Europa	8.9	8.5	171-172
Øvrige utenfor Europa	8.5	8.0	174-180
Alle utenlandske ferierejsende	8.5	8.3	1130-1142
Total	8.7	8.6	2134-2130

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredsheten med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon. Begge spørsmålene er stilt slik at 0 angir at respondenten er hhv. svært misfornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært liten grad, mens 10 angir at respondenten er hhv. svært fornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært stor grad. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med oppholdet i Norge så langt?" og "I hvor stor eller liten grad vil du anbefale Norge som feriedestinasjon til andre?"

Tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge

Markeder	Attraksjoner og severdigheter	Gjestfriheten til lokalbefolkningen	Tilgangen til gode matopplevelser og lokale spesialiteter	Aktivitetsmuligheter	Pris i forhold til kvalitet på oppholdet ditt	Muligheten for å shoppe	Muligheten for å oppleve lokal kultur og levemåte	Uvektet n
Norge	7.3	7.9	7.2	8.2	7.0	6.7	6.9	568 - 876
Sverige	7.4	7.8	6.3	7.7	6.0	5.1	6.2	61 - 102
Danmark	6.0	8.1	5.6	7.5	5.3	4.9	5.2	43 - 118
Tyskland	8.0	8.5	7.6	7.6	5.3	6.6	7.0	160 - 236
Storbritannia	7.3	8.1	7.4	7.4	6.3	5.9	6.9	152 - 181
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	7.8	7.6	7.5	7.7	6.3	6.4	6.7	78 - 87
Øvrige Europa	7.5	8.2	7.6	8.5	5.9	5.8	7.2	134 - 160
Øvrige utenfor Europa	8.3	8.5	8.0	8.0	5.8	6.8	7.5	148 - 168
Alle utenlandske ferierejsende	7.4	8.1	7.0	7.7	5.7	5.8	6.7	800 - 1050
Total	7.4	8.0	7.1	8.0	6.5	6.4	6.8	1368 - 1926

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten er svært misfornøyd, mens 10 angir at respondenten er svært fornøyd. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med...?"

Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet af de nærmeste 3 årene

Markeder	På feriereise om sommeren	På feriereise om vinteren	På cruise	Uvektet n
Norge	8.8	8.7	3.7	708-840
Sverige	6.3	8.0	2.4	100-106
Danmark	5.6	8.0	2.8	106-119
Tyskland	5.9	4.4	5.0	205-229
Storbritannia	5.1	6.1	3.5	177-181
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	5.0	5.9	5.4	85-89
Øvrige Europa	6.1	6.4	3.5	149-157
Øvrige utenfor Europa	6.3	5.7	4.3	155-168
Alle utenlandske feriereisende	5.8	6.7	3.6	1005-1036
Total	7.6	7.8	3.7	1713-1876

Note: Tabellen viser de feriereisendes gjennomsnittlige tilbøyelighet til at komme tilbake til Norge fordelt på markeder med over 100 respondenter. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten vurderer det pågeldende reisetypen til at være svært usannsynlig, mens 10 angir at respondenten er svært sannsynlig. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor sannsynlig er det at du vil komme tilbake til Norge i løpet av de nærmeste 3 årene på...?". Spørsmålne er kun stillet i 2016.

Feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk fordelt på poster og markeder

Marked	Transport	Overnatting	Øvrig forbruk	Samlet døgnsforbruk	Uvektet n
Norge	kr. 175	kr. 635	kr. 615	kr. 1.510	1255
Sverige	kr. 135	kr. 750	kr. 640	kr. 1.610	116
Danmark	kr. 290	kr. 830	kr. 480	kr. 1.725	138
Tyskland	kr. 535	kr. 875	kr. 560	kr. 2.565	287
Storbritannia	kr. 345	kr. 1.060	kr. 705	kr. 2.575	209
Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia)	kr. 795	kr. 1.235	kr. 1.215	kr. 3.955	126
Øvrige Europa	kr. 530	kr. 805	kr. 1.150	kr. 2.750	194
Øvrige utenfor Europa	kr. 1.165	kr. 1.640	kr. 1.260	kr. 3.820	212
Alle utenlandske feriereisende	kr. 455	kr. 970	kr. 775	kr. 2.455	1282
Total	kr. 240	kr. 715	kr. 665	kr. 1.820	2537

Note: Tabellen viser feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk på enkelte forbruksposter og markeder samt det gjennomsnittlige totalforbruk i Norge fordelt på markeder med over 100 respondenter.

Aktiviteters betydning på ferien i Norge

Aktiviteter		Norge (882-1050)	Sverige (92-106)	Danmark (100-118)	Tyskland (200-254)	Storbritan nia (150-179)	Total (1807- 2069)
Gjøre sportsaktiviteter (løpe, klatre, kite, paragliding, etc)	Liten betydning	16%	12%	11%	25%	38%	16%
	Noe betydning	9%	1%	9%	8%	9%	9%
	Stor betydning	10%	15%	2%	6%	2%	10%
	Avgjørende betydning	13%	8%	6%	6%	9%	12%
	Uaktuell	53%	64%	73%	55%	42%	53%
Gå turer på over 2 timer	Liten betydning	16%	7%	13%	18%	41%	16%
	Noe betydning	15%	7%	5%	22%	16%	14%
	Stor betydning	22%	22%	9%	15%	6%	19%
	Avgjørende betydning	14%	4%	2%	7%	4%	13%
	Uaktuell	34%	60%	71%	38%	34%	38%
Oppleve nattelivet	Liten betydning	35%	37%	12%	40%	42%	35%
	Noe betydning	11%	2%	2%	7%	9%	10%
	Stor betydning	5%	1%	3%	0%	16%	5%
	Avgjørende betydning	2%	0%	0%	2%	0%	2%
	Uaktuell	46%	61%	84%	51%	33%	48%
Sykle	Liten betydning	24%	19%	14%	28%	47%	25%
	Noe betydning	7%	5%	1%	6%	3%	7%
	Stor betydning	5%	14%	1%	3%	2%	5%
	Avgjørende betydning	1%	0%	8%	0%	0%	2%
	Uaktuell	63%	61%	76%	64%	48%	61%
Shoppe	Liten betydning	28%	40%	20%	31%	38%	30%
	Noe betydning	24%	15%	16%	41%	25%	25%
	Stor betydning	14%	4%	11%	4%	4%	12%
	Avgjørende betydning	3%	2%	1%	1%	5%	3%
	Uaktuell	31%	39%	52%	23%	27%	31%
Kjøre alpint /stå på snowboard	Liten betydning	15%	7%	2%	25%	27%	15%
	Noe betydning	4%	1%	1%	2%	9%	4%
	Stor betydning	12%	26%	16%	4%	2%	12%
	Avgjørende betydning	22%	53%	56%	9%	30%	27%
	Uaktuell	47%	13%	24%	60%	33%	42%
	Liten betydning	23%	32%	9%	24%	35%	24%
	Noe betydning	7%	4%	3%	4%	13%	8%

Være med på idrettsarrangement	Stor betydning	7%	2%	7%	1%	3%	5%
	Avgjørende betydning	9%	1%	3%	24%	6%	8%
	Uaktuell	54%	62%	78%	48%	43%	54%
Gå langrenn	Liten betydning	17%	16%	18%	24%	44%	20%
	Noe betydning	12%	20%	5%	2%	12%	11%
	Stor betydning	14%	9%	11%	5%	4%	12%
	Avgjørende betydning	19%	7%	16%	13%	5%	16%
	Uaktuell	39%	48%	51%	56%	35%	41%
Fiske i saltvann	Liten betydning	25%	11%	10%	22%	42%	25%
	Noe betydning	3%	%	2%	4%	6%	3%
	Stor betydning	2%	14%	0%	4%	%	4%
	Avgjørende betydning	1%	8%	7%	11%	0%	3%
	Uaktuell	69%	66%	81%	59%	52%	66%
Delta på skiskole	Liten betydning	24%	26%	12%	25%	32%	26%
	Noe betydning	6%	5%	3%	3%	8%	5%
	Stor betydning	3%	5%	17%	%	4%	4%
	Avgjørende betydning	1%	4%	18%	1%	10%	3%
	Uaktuell	67%	60%	50%	71%	46%	62%
Kjøre snøscooter	Liten betydning	24%	18%	20%	20%	45%	25%
	Noe betydning	4%	2%	3%	10%	8%	5%
	Stor betydning	4%	1%	4%	11%	3%	5%
	Avgjørende betydning	2%	16%	%	1%	2%	3%
	Uaktuell	66%	63%	73%	58%	42%	62%
Besøke fornøylesparaker	Liten betydning	21%	11%	12%	25%	48%	23%
	Noe betydning	9%	14%	3%	3%	%	9%
	Stor betydning	6%	1%	0%	2%	%	5%
	Avgjørende betydning	2%	0%	7%	%	4%	2%
	Uaktuell	62%	73%	78%	69%	47%	62%
Kjøre hundeslede	Liten betydning	26%	27%	16%	16%	32%	25%
	Noe betydning	4%	4%	6%	14%	9%	5%
	Stor betydning	3%	1%	2%	16%	11%	6%
	Avgjørende betydning	1%	1%	8%	10%	14%	4%
	Uaktuell	66%	67%	68%	45%	34%	60%
Være på sightseeing	Liten betydning	24%	22%	13%	3%	29%	21%
	Noe betydning	13%	6%	10%	16%	11%	13%
	Stor betydning	9%	11%	3%	43%	24%	14%

	Avgjørende betydning	3%	5%	4%	23%	18%	7%
	Uaktuell	51%	56%	70%	15%	18%	45%
Gå topturer	Liten betydning	20%	13%	13%	18%	45%	20%
	Noe betydning	10%	17%	9%	7%	1%	10%
	Stor betydning	12%	2%	11%	8%	7%	11%
	Avgjørende betydning	3%	1%	1%	7%	%	4%
	Uaktuell	56%	68%	66%	60%	45%	55%
Fiske i ferskvann	Liten betydning	24%	12%	12%	24%	42%	25%
	Noe betydning	5%	13%	1%	2%	8%	5%
	Stor betydning	3%	1%	0%	1%	%	3%
	Avgjørende betydning	1%	0%	0%	1%	0%	1%
	Uaktuell	67%	74%	87%	71%	50%	66%
Gå på restaurant	Liten betydning	13%	24%	10%	30%	32%	16%
	Noe betydning	24%	30%	17%	21%	23%	24%
	Stor betydning	30%	23%	12%	5%	14%	27%
	Avgjørende betydning	11%	10%	17%	1%	7%	10%
	Uaktuell	22%	13%	44%	44%	23%	24%
Padle kajakk/ kano, rafting	Liten betydning	23%	25%	18%	26%	45%	25%
	Noe betydning	3%	0%	1%	2%	2%	3%
	Stor betydning	5%	1%	1%	2%	5%	5%
	Avgjørende betydning	1%	1%	0%	1%	%	1%
	Uaktuell	68%	74%	80%	69%	47%	66%
Gå på festivaler	Liten betydning	25%	23%	13%	26%	44%	27%
	Noe betydning	6%	2%	1%	2%	2%	6%
	Stor betydning	3%	2%	0%	3%	4%	3%
	Avgjørende betydning	1%	0%	0%	1%	4%	1%
	Uaktuell	64%	73%	86%	68%	46%	63%
Spise lokal mat og drikke lokale drikkevarer	Liten betydning	13%	26%	8%	7%	9%	12%
	Noe betydning	36%	28%	19%	46%	22%	34%
	Stor betydning	20%	18%	19%	31%	44%	24%
	Avgjørende betydning	7%	4%	8%	7%	13%	7%
	Uaktuell	25%	24%	46%	9%	12%	23%
Besøke historiske bygninger / steder	Liten betydning	22%	9%	10%	5%	26%	19%
	Noe betydning	20%	14%	8%	30%	22%	19%
	Stor betydning	9%	18%	5%	46%	23%	16%
	Avgjørende betydning	5%	0%	10%	11%	11%	6%

	Uaktuell	44%	59%	67%	9%	18%	40%
Oppleve moderne kunst	Liten betydning	27%	16%	12%	26%	44%	27%
	Noe betydning	9%	14%	10%	22%	8%	10%
	Stor betydning	4%	2%	6%	10%	9%	7%
	Avgjørende betydning	2%	0%	3%	4%	1%	3%
	Uaktuell	58%	68%	69%	39%	37%	54%
Oppleve tradisjoner og nasjonale fester	Liten betydning	24%	16%	17%	19%	31%	22%
	Noe betydning	10%	5%	4%	21%	17%	11%
	Stor betydning	4%	4%	6%	18%	20%	9%
	Avgjørende betydning	4%	13%	0%	3%	3%	4%
	Uaktuell	58%	62%	73%	40%	29%	53%
Gå på teater, ballett, konsert eller operaforestillinger	Liten betydning	21%	28%	13%	28%	47%	24%
	Noe betydning	7%	2%	1%	11%	5%	7%
	Stor betydning	5%	1%	3%	8%	5%	6%
	Avgjørende betydning	7%	0%	1%	1%	%	5%
	Uaktuell	60%	69%	81%	52%	44%	58%
Besøke museum	Liten betydning	26%	28%	18%	11%	29%	24%
	Noe betydning	13%	9%	2%	30%	26%	14%
	Stor betydning	5%	5%	7%	38%	14%	11%
	Avgjørende betydning	3%	0%	3%	6%	8%	4%
	Uaktuell	53%	58%	69%	14%	23%	47%
Oppleve lokal historie og legender	Liten betydning	28%	12%	12%	10%	29%	23%
	Noe betydning	15%	27%	9%	26%	28%	17%
	Stor betydning	6%	5%	12%	37%	22%	12%
	Avgjørende betydning	3%	0%	%	8%	5%	4%
	Uaktuell	47%	56%	67%	19%	17%	43%
Oppleve lokal kultur og levemåte	Liten betydning	28%	25%	13%	11%	25%	23%
	Noe betydning	13%	15%	10%	28%	26%	15%
	Stor betydning	9%	12%	9%	41%	21%	15%
	Avgjørende betydning	5%	0%	2%	9%	10%	6%
	Uaktuell	44%	48%	67%	11%	19%	40%
Være sammen med andre	Liten betydning	3%	13%	10%	14%	24%	6%
	Noe betydning	9%	26%	7%	25%	20%	14%
	Stor betydning	40%	36%	21%	26%	26%	36%
	Avgjørende betydning	40%	14%	51%	20%	22%	35%
	Uaktuell	8%	11%	11%	16%	8%	9%

Ha det moro	Liten betydning	2%	0%	0%	4%	16%	3%
	Noe betydning	12%	3%	8%	15%	6%	11%
	Stor betydning	44%	56%	22%	31%	33%	43%
	Avgjørende betydning	38%	41%	64%	34%	40%	38%
	Uaktuell	4%	0%	7%	16%	4%	5%
Teste mine grenser	Liten betydning	30%	26%	24%	28%	37%	29%
	Noe betydning	20%	40%	28%	15%	13%	21%
	Stor betydning	10%	6%	19%	4%	18%	11%
	Avgjørende betydning	5%	3%	10%	5%	8%	6%
	Uaktuell	36%	25%	19%	47%	24%	33%
Lade batterier	Liten betydning	4%	4%	3%	3%	27%	6%
	Noe betydning	18%	35%	17%	16%	22%	19%
	Stor betydning	43%	39%	38%	36%	22%	39%
	Avgjørende betydning	25%	14%	32%	26%	18%	24%
	Uaktuell	9%	7%	10%	19%	11%	11%
Oppleve naturen	Liten betydning	8%	0%	10%	1%	20%	8%
	Noe betydning	14%	20%	15%	9%	13%	14%
	Stor betydning	32%	54%	25%	38%	29%	33%
	Avgjørende betydning	28%	23%	45%	40%	30%	31%
	Uaktuell	18%	3%	5%	13%	8%	14%
Oppleve nordlyset	Liten betydning	25%	31%	11%	3%	20%	22%
	Noe betydning	6%	29%	9%	10%	22%	9%
	Stor betydning	7%	8%	14%	26%	16%	12%
	Avgjørende betydning	3%	%	13%	29%	23%	9%
	Uaktuell	59%	32%	54%	32%	20%	49%
Oppleve fjellene	Liten betydning	12%	5%	2%	7%	17%	10%
	Noe betydning	14%	19%	13%	12%	9%	14%
	Stor betydning	23%	35%	33%	28%	34%	27%
	Avgjørende betydning	23%	38%	40%	37%	28%	27%
	Uaktuell	28%	3%	12%	16%	11%	22%
Oppleve fjordene	Liten betydning	19%	14%	11%	1%	12%	15%
	Noe betydning	8%	17%	8%	9%	24%	10%
	Stor betydning	10%	17%	15%	27%	22%	15%
	Avgjørende betydning	7%	5%	9%	38%	18%	12%
	Uaktuell	56%	47%	57%	25%	23%	47%
	Liten betydning	22%	19%	8%	19%	29%	20%

Besøke nasjonalparker	Noe betydning	9%	22%	3%	15%	12%	10%
	Stor betydning	4%	1%	12%	14%	20%	9%
	Avgjørende betydning	2%	%	1%	5%	12%	3%
	Uaktuell	63%	58%	76%	47%	27%	58%
Oppleve midnattsol	Liten betydning	22%	19%	6%	13%	22%	20%
	Noe betydning	5%	24%	2%	5%	21%	7%
	Stor betydning	3%	%	4%	10%	5%	5%
	Avgjørende betydning	3%	1%	10%	8%	7%	5%
	Uaktuell	67%	55%	78%	65%	45%	63%
Oppleve dyreliv	Liten betydning	24%	17%	10%	14%	31%	21%
	Noe betydning	13%	15%	3%	13%	15%	14%
	Stor betydning	7%	8%	5%	28%	18%	11%
	Avgjørende betydning	4%	4%	6%	13%	12%	6%
	Uaktuell	51%	56%	76%	32%	23%	49%

Aktiviteters betydning på ferien i Norge (fortsatt)

Aktiviteter		Sør-Europa (Frankrike, Spania og Italia) (76-104)	Øvrige Europa (136-159)	Øvrige utenfor Europa (142-169)	Alle utenlandske ferierejsende (913-1079)	Total (1807-2069)
Gjøre sportsaktiviteter (løpe, klatre, kite, paragliding, etc)	Liten betydning	23%	5%	19%	18%	16%
	Noe betydning	18%	9%	15%	9%	9%
	Stor betydning	5%	14%	33%	10%	10%
	Avgjørende betydning	5%	33%	6%	11%	12%
	Uaktuell	49%	39%	26%	52%	53%
Gå turer på over 2 timer	Liten betydning	19%	8%	18%	17%	16%
	Noe betydning	8%	21%	18%	13%	14%
	Stor betydning	44%	16%	18%	15%	19%
	Avgjørende betydning	4%	29%	32%	11%	13%
	Uaktuell	25%	26%	15%	44%	38%
Oppleve nattelivet	Liten betydning	37%	57%	32%	35%	35%
	Noe betydning	10%	4%	36%	8%	10%
	Stor betydning	5%	2%	7%	4%	5%
	Avgjørende betydning	6%	1%	%	1%	2%
	Uaktuell	41%	36%	25%	52%	48%
Sykle	Liten betydning	29%	36%	32%	28%	25%
	Noe betydning	15%	20%	5%	6%	7%
	Stor betydning	4%	2%	24%	7%	5%
	Avgjørende betydning	4%	%	2%	2%	2%
	Uaktuell	47%	43%	36%	57%	61%
Shoppe	Liten betydning	50%	32%	24%	31%	30%
	Noe betydning	22%	29%	52%	27%	25%
	Stor betydning	6%	23%	10%	9%	12%
	Avgjørende betydning	%	1%	2%	2%	3%
	Uaktuell	23%	16%	13%	31%	31%
Kjøre alpint /stå på snowboard	Liten betydning	38%	13%	34%	16%	15%
	Noe betydning	6%	8%	6%	4%	4%
	Stor betydning	2%	4%	21%	12%	12%
	Avgjørende betydning	7%	35%	8%	36%	27%
	Uaktuell	47%	40%	32%	32%	42%
	Liten betydning	38%	30%	22%	25%	24%

Være med på idrettsarrangement	Noe betydning	8%	20%	26%	10%	8%
	Stor betydning	1%	2%	2%	3%	5%
	Avgjørende betydning	2%	2%	15%	7%	8%
	Uaktuell	51%	46%	35%	55%	54%
Gå langrenn	Liten betydning	42%	29%	34%	26%	20%
	Noe betydning	2%	4%	22%	10%	11%
	Stor betydning	2%	16%	2%	8%	12%
	Avgjørende betydning	4%	6%	3%	9%	16%
	Uaktuell	50%	44%	38%	46%	41%
Fiske i saltvann	Liten betydning	27%	37%	38%	24%	25%
	Noe betydning	1%	5%	2%	3%	3%
	Stor betydning	3%	4%	20%	6%	4%
	Avgjørende betydning	0%	8%	2%	6%	3%
	Uaktuell	69%	46%	38%	61%	66%
Delta på skiskole	Liten betydning	21%	47%	51%	29%	26%
	Noe betydning	12%	1%	4%	4%	5%
	Stor betydning	1%	3%	3%	6%	4%
	Avgjørende betydning	0%	%	4%	7%	3%
	Uaktuell	67%	50%	39%	53%	62%
Kjøre snøscooter	Liten betydning	16%	37%	30%	27%	25%
	Noe betydning	7%	4%	22%	7%	5%
	Stor betydning	8%	8%	7%	5%	5%
	Avgjørende betydning	24%	3%	3%	5%	3%
	Uaktuell	45%	48%	38%	56%	62%
Besøke fornøyelsesparker	Liten betydning	27%	44%	29%	26%	23%
	Noe betydning	8%	3%	31%	8%	9%
	Stor betydning	5%	6%	5%	2%	5%
	Avgjørende betydning	1%	2%	2%	3%	2%
	Uaktuell	58%	46%	33%	61%	62%
Kjøre hundeslede	Liten betydning	18%	32%	30%	25%	25%
	Noe betydning	6%	7%	9%	7%	5%
	Stor betydning	23%	15%	26%	11%	6%
	Avgjørende betydning	8%	11%	8%	8%	4%
	Uaktuell	45%	36%	27%	49%	60%
Være på sightseeing	Liten betydning	%	26%	12%	17%	21%
	Noe betydning	19%	9%	20%	12%	13%

	Stor betydning	35%	26%	42%	22%	14%
	Avgjørende betydning	38%	26%	19%	15%	7%
	Uaktuell	8%	14%	7%	34%	45%
Gå toppturer	Liten betydning	19%	11%	24%	19%	20%
	Noe betydning	3%	13%	15%	10%	10%
	Stor betydning	7%	11%	29%	10%	11%
	Avgjørende betydning	7%	25%	3%	6%	4%
	Uaktuell	64%	40%	30%	55%	55%
Fiske i ferskvann	Liten betydning	26%	43%	36%	26%	25%
	Noe betydning	4%	5%	4%	6%	5%
	Stor betydning	4%	5%	17%	3%	3%
	Avgjørende betydning	0%	1%	1%	%	1%
	Uaktuell	66%	47%	42%	65%	66%
Gå på restaurant	Liten betydning	16%	21%	9%	20%	16%
	Noe betydning	26%	27%	21%	23%	24%
	Stor betydning	23%	29%	52%	21%	27%
	Avgjørende betydning	1%	5%	4%	8%	10%
	Uaktuell	34%	18%	13%	27%	24%
Padle kajakk/ kano, rafting	Liten betydning	19%	31%	35%	28%	25%
	Noe betydning	6%	16%	4%	4%	3%
	Stor betydning	6%	6%	17%	4%	5%
	Avgjørende betydning	%	%	2%	1%	1%
	Uaktuell	69%	47%	42%	63%	66%
Gå på festivaler	Liten betydning	19%	46%	33%	29%	27%
	Noe betydning	8%	8%	34%	6%	6%
	Stor betydning	9%	5%	4%	3%	3%
	Avgjørende betydning	5%	3%	4%	2%	1%
	Uaktuell	59%	39%	26%	60%	63%
Spise lokal mat og drikke lokale drikkevarer	Liten betydning	2%	7%	4%	11%	12%
	Noe betydning	26%	33%	48%	31%	34%
	Stor betydning	49%	34%	36%	30%	24%
	Avgjørende betydning	1%	19%	8%	9%	7%
	Uaktuell	22%	7%	4%	20%	23%
Besøke historiske bygninger / steder	Liten betydning	3%	17%	11%	13%	19%
	Noe betydning	21%	20%	20%	18%	19%
	Stor betydning	27%	45%	48%	28%	16%

	Avgjørende betydning	23%	4%	13%	8%	6%
	Uaktuell	27%	13%	9%	33%	40%
Oppleve moderne kunst	Liten betydning	27%	48%	21%	27%	27%
	Noe betydning	16%	9%	19%	13%	10%
	Stor betydning	14%	16%	32%	11%	7%
	Avgjørende betydning	5%	1%	8%	3%	3%
	Uaktuell	38%	25%	21%	47%	54%
Oppleve tradisjoner og nasjonale fester	Liten betydning	6%	23%	14%	19%	22%
	Noe betydning	36%	9%	26%	13%	11%
	Stor betydning	22%	30%	40%	17%	9%
	Avgjørende betydning	6%	5%	5%	5%	4%
	Uaktuell	30%	32%	15%	46%	53%
Gå på teater, ballett, konsert eller operaforestillinger	Liten betydning	8%	40%	29%	29%	24%
	Noe betydning	21%	7%	18%	7%	7%
	Stor betydning	10%	14%	24%	8%	6%
	Avgjørende betydning	4%	1%	1%	1%	5%
	Uaktuell	56%	38%	28%	56%	58%
Besøke museum	Liten betydning	4%	31%	16%	22%	24%
	Noe betydning	16%	16%	23%	16%	14%
	Stor betydning	43%	28%	42%	21%	11%
	Avgjørende betydning	11%	5%	10%	5%	4%
	Uaktuell	26%	20%	8%	37%	47%
Oppleve lokal historie og legender	Liten betydning	2%	19%	15%	15%	23%
	Noe betydning	27%	16%	14%	20%	17%
	Stor betydning	37%	26%	48%	23%	12%
	Avgjørende betydning	12%	17%	10%	6%	4%
	Uaktuell	22%	22%	13%	36%	43%
Oppleve lokal kultur og levemåte	Liten betydning	1%	4%	11%	15%	23%
	Noe betydning	20%	22%	18%	19%	15%
	Stor betydning	49%	32%	51%	25%	15%
	Avgjørende betydning	9%	18%	13%	8%	6%
	Uaktuell	21%	23%	7%	34%	40%
Være sammen med andre	Liten betydning	12%	8%	6%	12%	6%
	Noe betydning	32%	19%	42%	21%	14%
	Stor betydning	35%	44%	36%	31%	36%
	Avgjørende betydning	3%	21%	9%	25%	35%

	Uaktuell	19%	8%	7%	11%	9%
Ha det moro	Liten betydning	7%	2%	3%	4%	3%
	Noe betydning	8%	15%	17%	10%	11%
	Stor betydning	47%	56%	54%	40%	43%
	Avgjørende betydning	25%	20%	25%	40%	38%
	Uaktuell	14%	7%	1%	6%	5%
Teste mine grenser	Liten betydning	30%	19%	27%	27%	29%
	Noe betydning	7%	25%	22%	24%	21%
	Stor betydning	6%	13%	27%	14%	11%
	Avgjørende betydning	1%	17%	6%	8%	6%
	Uaktuell	56%	26%	18%	27%	33%
Lade batterier	Liten betydning	15%	4%	21%	9%	6%
	Noe betydning	12%	20%	17%	21%	19%
	Stor betydning	30%	20%	38%	33%	39%
	Avgjørende betydning	17%	29%	15%	23%	24%
	Uaktuell	26%	28%	9%	14%	11%
Oppleve naturen	Liten betydning	%	12%	1%	7%	8%
	Noe betydning	16%	5%	21%	14%	14%
	Stor betydning	28%	31%	47%	36%	33%
	Avgjørende betydning	42%	45%	28%	36%	31%
	Uaktuell	14%	7%	3%	7%	14%
Oppleve nordlyset	Liten betydning	11%	16%	19%	16%	22%
	Noe betydning	5%	6%	5%	14%	9%
	Stor betydning	19%	30%	38%	20%	12%
	Avgjørende betydning	44%	23%	31%	19%	9%
	Uaktuell	21%	25%	6%	31%	49%
Oppleve fjellene	Liten betydning	13%	3%	13%	7%	10%
	Noe betydning	12%	17%	18%	14%	14%
	Stor betydning	23%	39%	36%	33%	27%
	Avgjørende betydning	25%	25%	30%	34%	27%
	Uaktuell	27%	16%	3%	11%	22%
Oppleve fjordene	Liten betydning	2%	3%	15%	9%	15%
	Noe betydning	5%	18%	15%	14%	10%
	Stor betydning	33%	19%	42%	22%	15%
	Avgjørende betydning	40%	45%	20%	22%	12%
	Uaktuell	21%	15%	7%	32%	47%

Besøke nasjonalparker	Liten betydning	12%	16%	17%	17%	20%
	Noe betydning	9%	17%	16%	13%	10%
	Stor betydning	15%	23%	38%	16%	9%
	Avgjørende betydning	17%	9%	8%	6%	3%
	Uaktuell	48%	35%	21%	48%	58%
Oppleve midnattsol	Liten betydning	14%	32%	20%	18%	20%
	Noe betydning	4%	6%	3%	10%	7%
	Stor betydning	11%	8%	27%	8%	5%
	Avgjørende betydning	24%	10%	10%	8%	5%
	Uaktuell	47%	44%	40%	57%	63%
Oppleve dyreliv	Liten betydning	1%	5%	9%	14%	21%
	Noe betydning	19%	27%	25%	15%	14%
	Stor betydning	21%	25%	38%	18%	11%
	Avgjørende betydning	25%	13%	9%	10%	6%
	Uaktuell	33%	30%	20%	43%	49%

VINTERTURISMEN 2016 – CENTRALE NORD-NORGE TURISTER

I dette avsnittet beskrives og karakteriseres turistene som har reist på ferie i Nord-Norge i vintersesongen 2016. En central Nord-Norge turist er definert som en turist som oppfyller minst én av de tre følgende kriterier:

1. Har angitt at de har eller skal tilbringe minst én natt i Norge-Norge eller på Hurtigruten
2. Har angitt at de har eller skal tilbringe minst én natt på Hurtigruten
3. Angir å oppleve nordlyset har "stor" eller "avgjørende" betydning for reisen til Norge

Formål med reisen i Norge

Marked	Besøke venner, kjente, familie	Andre ferie- og fritidsreiser	Skiferie	Uvektet n
Norge	16%	75%	9%	250
Tyskland	0%	98%	2%	249
Storbritannia	2%	75%	24%	160
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	3%	93%	4%	111
Øvrige Europa	1%	66%	33%	182
Øvrige utenfor Europa	2%	92%	7%	179
Alle utenlandske Nord-Norge turister	1%	81%	18%	881
Total	9%	78%	13%	1131

Note: Tabellen viser hovedformålet med reisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hva er hovedformålet med denne reisen i Norge?"

Typen af feriereisen i Norge

Markeder	Rundreise	Byferie	Ferie på landet	Aktivitet sferie	Hytte/feriehuse	Annen type ferie	Vil ikke svare	Vet ikke	Uvektet n
Norge	20%	24%	2%	22%	1%	31%	0%	0%	243
Tyskland	71%	1%	2%	12%	0%	14%	0%	0%	250
Storbritannia	2%	8%	2%	41%	0%	47%	0%	0%	160
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	40%	10%	27%	11%	1%	12%	0%	0%	111
Øvrige Europa	27%	5%	1%	46%	1%	21%	0%	0%	182
Øvrige utenfor Europa	7%	15%	11%	21%	1%	45%	0%	0%	176
Alle utenlandske Nord-Norge turister	31%	6%	5%	31%	1%	26%	0%	0%	879
Total	25%	15%	3%	27%	1%	29%	0%	0%	1122

Note: Tabellen viser, hvilken type reise de feriereisende i Norge er på fordelt på markeder med over 100 respondenter.

Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilken type ferie er du på?". Spørsmålet er kun stillet i 2016.

Hurtigruten-turisterne

Marked	Andel som har minimum en overnatning på Hurtigruten	Uvektet n
Norge	29%	238
Tyskland	83%	248
Storbritannia	48%	160
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	63%	111
Øvrige Europa	24%	184
Øvrige utenfor Europa	44%	174
Alle utenlandske Nord-Norge turister	46%	877
Total	39%	1115

Note: Tabellen viser andel av ferieturister som har hatt minst en overnatning på Hurtigruten av markeder med over 100 respondenter.

Gjennomsnittlig størrelse på reisefølge

Marked	Gjennomsnitt	Uvektet n
Norge	2.0	263
Tyskland	3.2	252
Storbritannia	2.7	162
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	2.2	113
Øvrige Europa	2.8	187
Øvrige utenfor Europa	9.8	181
Alle utenlandske Nord-Norge turister	4.1	895
Total	3.0	1158

Note: Tabellen viser ferieturisters gjennomsnittlige reisefølge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange personer, inkludert deg selv, har du regnet med i ditt reisefølge?"

Andel av alle feriereisende med barn i reisefølget

Markeder	Andel med barn i reisefølget	Uvektet n
Norge	19%	180
Tyskland	2%	173
Storbritannia	19%	134
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	5%	82
Øvrige Europa	35%	146
Øvrige utenfor Europa	9%	131
Alle utenlandske Nord-Norge turister	20%	666
Total	20%	846

Note: Tabellen viser andel av ferieturister med barn i reisefølget fordelt på markeder med over 100 respondenter.

Antall barn i reisefølget for feriereisende med barn i reisefølget

Markeder	Et barn i reisefølget	To barn i reisefølget	Tre barn i reisefølget	Fire barn i reisefølget	Fem barn i reisefølget	Seks eller flere barn i reisefølget	Uvektet n
Norge	33%	63%	1%	0%	0%	2%	30
Alle utenlandske Nord-Norge turister	11%	71%	12%	2%	0%	4%	54
Total	22%	67%	7%	1%	0%	3%	84

Note: Tabellen viser antall av barn i reisefølget blant de ferieturistene med barn i reisefølget.

Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge

Marked	Gjennomsnitt	Uvektet n
Norge	3.8	263
Tyskland	11.7	252
Storbritannia	7.6	162
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	8.4	113
Øvrige Europa	7.0	187
Øvrige utenfor Europa	8.0	181
Alle utenlandske Nord-Norge turister	8.4	895
Total	6.0	1158

Note: Tabellen viser ferieturisters gjennomsnittlige totale antall overnattinger i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange overnattinger vil du totalt ha på denne reisen i Norge?"

Andel feriereisende med pakkereise

Marked	Pakkereisende	Uvektet n
Norge	26%	263
Tyskland	86%	252
Storbritannia	69%	162
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	67%	113
Øvrige Europa	56%	187
Øvrige utenfor Europa	51%	181
Alle utenlandske Nord-Norge turister	64%	895
Total	44%	1158

Note: Tabellen viser andel av ferieturister med pakkereise. Spørsmålsformuleringen lød: "Har du og ditt reisefølge kjøpt denne reisen som en pakkereise?"

Pakkereisendes karakteristika

Marked	Andel der har kjøpt pakkereise der inkluderer overnatting i andre land enn Norge	Gjennomsnittlig antall overnattinger i andre land enn Norge i pakkereisen	Uvektet n
Norge	2%		72
Tyskland	7%		207
Storbritannia	3%		101
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	4%		75
Øvrige Europa	21%		98
Øvrige utenfor Europa	52%		77
Alle utenlandske Nord-Norge turister	17%	6.1	558-48
Total	12%	5.9	630-50

Note: Tabellen viser forskjellige karakteristika for turistene som har kjøpt en pakkereise. Spørsmålsformuleringene lød: "Inkluderer pakkereisen overnatting i andre land enn Norge?" og "Hvor mange overnattinger i andre land enn Norge er inkludert i pakkereisen?"

Bookingtidspunkt for feriereisen i Norge

Marked	Høyst 1 måned før	Mellom 1 måned og 3 måneder før	Mellom 3 måneder og et halvt år før	Over et halvt år før	Gjennomsnittlig booking	Uvektet n
Norge	33%	36%	15%	16%	77.6	186
Tyskland	4%	16%	37%	42%	173.7	209
Storbritannia	7%	33%	20%	40%	152.8	131
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	5%	55%	27%	13%	99.6	77
Øvrige Europa	7%	25%	58%	10%	108.5	146
Øvrige utenfor Europa	9%	44%	22%	26%	127.8	126
Alle utenlandske Nord-Norge turister	7%	29%	40%	24%	130.6	689
Total	18%	32%	29%	20%	107.5	875

Note: Tabellen viser feriereisendes booking og den gjennomsnittlige booking av feriereisen. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvilken måned foretok du bookingen/reservasjonen?" og "Hvilket år foretok du bookingen/reservasjonen?"

Feriereisendes fordeling på regionene i Norge

Marked	Nord-Norge	Trøndelag	Vestlandet	Østlandet	Sørlandet	Oslo	Uvektet n
Norge	76%	7%	6%	17%	3%	6%	263
Tyskland	47%	45%	40%	5%	5%	27%	252
Storbritannia	67%	31%	43%	25%	2%	10%	162
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	80%	40%	29%	2%	2%	20%	113
Øvrige Europa	62%	11%	17%	40%	5%	12%	187
Øvrige utenfor Europa	66%	22%	52%	16%	2%	59%	181
Alle utenlandske Nord-Norge turister	62%	25%	33%	23%	4%	24%	895
Total	69%	16%	19%	20%	3%	14%	1158

Note: Tabellen viser de feriereisendes mobilitet i Norge.

Reisehyppighet for de utenlandske feriereisende

Marked	Aldri/første besøk i Norge	Sjeldnere	Minst hvert tredje år	Uvektet n
Tyskland	38%	29%	33%	240
Storbritannia	65%	17%	17%	146
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	45%	8%	47%	95
Øvrige Europa	19%	42%	39%	173
Øvrige utenfor Europa	53%	37%	10%	150
Alle utenlandske Nord-Norge turister	38%	32%	30%	804
Total	38%	32%	30%	804
Tyskland	38%	29%	33%	240

Note: Tabellen viser utenlandske feriereisendes reisehyppighet til Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor ofte reiser du i Norge på ferie eller fritidsreise?"

Primære transportmiddel på feriereisen til Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campingbil	Tog	Turbuss /Rutebuss	Motor sykkel	Annet	Uvektet n
Tyskland	66%	25%	4%	0%	4%	0%	0%	0%	247
Storbritannia	95%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	158
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	97%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	112
Øvrige Europa	61%	5%	21%	0%	0%	13%	0%	0%	183
Øvrige utenfor Europa	77%	2%	1%	0%	1%	19%	0%	0%	177
Alle utenlandske Nord-Norge turister	73%	8%	9%	0%	1%	9%	0%	0%	877
Total	73%	8%	9%	0%	1%	9%	0%	0%	877

Note: Tabellen viser utenlandske feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen til Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen for å komme til Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campingbil	Tog	Uvektet n
Norge	24%	13%	52%	0%	3%	236
Tyskland	2%	81%	11%	0%	4%	246
Storbritannia	8%	44%	6%	0%	7%	159
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	40%	44%	2%	0%	3%	107
Øvrige Europa	13%	16%	37%	0%	5%	184
Øvrige utenfor Europa	21%	39%	7%	0%	11%	175
Alle utenlandske Nord-Norge turister	13%	40%	20%	0%	6%	871
Total	18%	28%	35%	0%	4%	1107

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsatt)

Marked	Turbuss/Rutebuss	Motorsykel	Annet	Har ikke benyttet noe transportmiddel	Uvektet n
Norge	4%	1%	2%	1%	236
Tyskland	1%	0%	0%	0%	246
Storbritannia	29%	0%	2%	3%	159
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	11%	0%	0%	0%	107
Øvrige Europa	16%	9%	1%	4%	184
Øvrige utenfor Europa	15%	0%	2%	4%	175
Alle utenlandske Nord-Norge turister	14%	3%	1%	3%	871
Total	9%	2%	1%	2%	1107

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Overnattingstype på ferien i Norge

Marked	Hotell eller pensjonat	Vandrerhjem	Campinghytte på campingplass	Telt/campingvogn/bobil på campingplass	Telt/campingvogn/bobil utenfor campingplass	Uvektet n
Norge	76%	4%	1%	1%	0%	238
Tyskland	48%	0%	0%	0%	0%	248
Storbritannia	68%	1%	0%	0%	0%	160
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	64%	7%	1%	0%	0%	111
Øvrige Europa	79%	1%	0%	9%	9%	184
Øvrige utenfor Europa	81%	6%	4%	0%	0%	174
Alle utenlandske Nord-Norge turister	70%	2%	1%	3%	3%	877
Total	72%	3%	1%	2%	2%	1115

Note: Tabellen viser hvor ferieturister planlegger å overnatte på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "På denne reisen i Norge, hvor mange netter vil du totalt overnatte på...?".

Overnattingstype på ferien i Norge (fortsett)

Marked	Leid hytte	Egen hytte	Familie, venner eller bekjente	Hurtigruta	Annen type overnatting	Uvektet n
Norge	1%	1%	4%	29%	2%	238
Tyskland	7%	2%	0%	83%	5%	248
Storbritannia	0%	0%	1%	48%	3%	160
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	14%	0%	0%	63%	0%	111
Øvrige Europa	7%	0%	1%	24%	3%	184
Øvrige utenfor Europa	2%	0%	3%	44%	10%	174
Alle utenlandske Nord-Norge turister	5%	1%	1%	46%	4%	877
Total	4%	1%	2%	39%	3%	1115

Note: Tabellen viser hvor ferieturister planlegger å overnatte på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "På denne reisen i Norge, hvor mange netter vil du totalt overnatte på...?".

Samlet tilfredshet med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon

Markeder	Gjennomsnittlig tilfredshet	Gjennomsnittlig anbefaling	Uvektet n
Norge	8.7	9.2	187-203
Tyskland	8.8	8.9	227-231
Storbritannia	9.0	9.0	147-145
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	8.8	8.6	92-94
Øvrige Europa	8.1	8.2	171-172
Øvrige utenfor Europa	8.7	7.6	145-152
Alle utenlandske Nord-Norge turister	8.5	8.4	782-794
Total	8.6	8.8	969-997

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredsheten med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon. Begge spørsmålene er stilt slik at 0 angir at respondenten er hhv. svært misfornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært liten grad, mens 10 angir at respondenten er hhv. svært fornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært stor grad. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med oppholdet i Norge så langt?" og "I hvor stor eller liten grad vil du anbefale Norge som feriedestinasjon til andre?"

Tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge

Markeder	Attraksjoner og severdigheter	Gjestfriheten	Matopplevelser og lokale spesialiteter	Aktivitetsmuligheter	Pris i forhold til kvalitet	Mulighetene for å shoppe	Lokal kultur og levemåte	Uvektet n
Norge	7.4	7.7	7.6	8.1	6.3	6.5	6.9	144-175
Tyskland	7.8	8.6	7.9	7.5	5.6	6.1	7.0	142-207
Storbritannia	8.3	8.5	8.4	8.2	6.8	6.3	7.5	116-139
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	8.3	8.5	8.1	8.2	6.6	7.2	7.7	72-79
Øvrige Europa	6.7	7.9	6.1	7.6	5.2	4.4	6.1	138-162
Øvrige utenfor Europa	8.7	8.8	8.3	8.3	6.3	7.2	7.6	125-141
Alle utenlandske Nord-Norge turister	7.6	8.3	7.3	7.8	5.8	5.6	6.8	605-726
Total	7.5	8.1	7.4	7.9	6.0	6.0	6.9	749-901

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten er svært misfornøyd, mens 10 angir at respondenten er svært fornøyd. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med...?"

Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet av de nærmeste 3 årene

Markeder	Reise rundt i Norge	Planlegge reise til Norge	Finne et godt utvalg av pakkereiser til Norge	Uvektet n
Norge	9.0	8.4	3.9	135-155
Tyskland	6.1	4.8	5.5	180-205
Storbritannia	4.8	6.1	4.5	138-139
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	6.3	6.2	6.1	76-81
Øvrige Europa	5.8	6.4	3.8	157-162
Øvrige utenfor Europa	5.8	5.4	4.7	131-142
Alle utenlandske Nord-Norge turister	5.7	5.9	4.6	690-723
Total	7.1	6.9	4.3	833-878

Note: Tabellen viser de feriereisendes gjennomsnittlige tilbøyelighet til at komme tilbake til Norge fordelt på markeder med over 100 respondenter. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten vurderer det pågeldende reisetype til at være svært usannsynlig, mens 10 angir at respondenten er svært sannsynlig. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor sannsynlig at du vil komme tilbake til Norge i løpet av de nærmeste 3 årene på...?". Spørsmålene er kun stillet i 2016.

Feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk fordelt på poster og markeder

Marked	Transport	Overnatting	Øvrig forbruk	Samlet døgntforbruk	Uvektet n
Norge	kr. 225	kr. 665	kr. 745	kr. 1870	191-263
Tyskland	kr. 750	kr. 1165	kr. 575	kr. 2845	41-252
Storbritannia	kr. 275	kr. 1125	kr. 1005	kr. 3280	60-162
Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike)	kr. 695	kr. 660	kr. 1580	kr. 4400	35-113
Øvrige Europa	kr. 420	kr. 855	kr. 1215	kr. 2770	86-187
Øvrige utenfor Europa	kr. 1800	kr. 2365	kr. 1445	kr. 4555	104-181
Alle utenlandske Nord-Norge turister	kr. 785	kr. 1270	kr. 1125	kr. 3310	326-895
Total	kr. 395	kr. 850	kr. 925	kr. 2550	517-1158

Note: Tabellen viser feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk på enkelte forbruksposter samt det samlede gjennomsnittlige døgntforbruk i Norge.

Aktiviteters betydning på ferien i Norge

Aktiviteter		Norge (176-203)	Tyskland (180-228)	Storbritanni a (114-141)	Sør-Europa (Italia, Spania, Frankrike) (69-97)	Total (813-971)
Gjøre sportsaktiviteter (løpe, klatre, kite, paragliding, etc)	Liten betydning	34%	34%	23%	9%	26%
	Noe betydning	22%	11%	16%	5%	16%
	Stor betydning	9%	7%	4%	7%	10%
	Avgjørende betydning	3%	1%	8%	9%	7%
	Uaktuell	32%	46%	49%	71%	41%
Gå turer på over 2 timer	Liten betydning	16%	23%	28%	6%	15%
	Noe betydning	23%	18%	23%	10%	19%
	Stor betydning	37%	21%	12%	51%	29%
	Avgjørende betydning	6%	3%	5%	7%	10%
	Uaktuell	18%	35%	33%	27%	27%
Opplive nattelivet	Liten betydning	46%	45%	40%	15%	42%
	Noe betydning	23%	5%	10%	13%	17%
	Stor betydning	10%	0%	9%	8%	7%
	Avgjørende betydning	3%	0%	1%	10%	2%
	Uaktuell	17%	49%	40%	54%	32%
Sykle	Liten betydning	35%	39%	40%	18%	31%
	Noe betydning	18%	5%	7%	2%	15%
	Stor betydning	15%	4%	4%	8%	11%
	Avgjørende betydning	1%	0%	0%	7%	3%
	Uaktuell	32%	52%	50%	66%	40%
Shoppe	Liten betydning	34%	33%	33%	33%	31%
	Noe betydning	31%	36%	36%	30%	33%
	Stor betydning	12%	5%	7%	8%	12%
	Avgjørende betydning	3%	1%	2%	0%	2%
	Uaktuell	19%	24%	23%	28%	22%
Kjøre alpint /stå på snowboard	Liten betydning	34%	39%	19%	9%	27%
	Noe betydning	4%	3%	14%	8%	5%
	Stor betydning	8%	2%	5%	3%	11%
	Avgjørende betydning	15%	0%	21%	3%	17%
	Uaktuell	39%	57%	41%	77%	40%
Være med på idrettsarrangement	Liten betydning	38%	39%	30%	10%	31%
	Noe betydning	15%	4%	13%	13%	16%
	Stor betydning	4%	1%	3%	2%	5%

	Avgjørende betydning	1%	0%	3%	0%	2%
	Uaktuell	42%	56%	50%	75%	46%
Gå langrenn	Liten betydning	32%	35%	34%	9%	32%
	Noe betydning	5%	3%	15%	0%	8%
	Stor betydning	28%	4%	7%	4%	18%
	Avgjørende betydning	5%	0%	3%	8%	4%
	Uaktuell	29%	58%	41%	79%	38%
Fiske i saltvann	Liten betydning	42%	31%	32%	21%	33%
	Noe betydning	6%	6%	14%	2%	7%
	Stor betydning	9%	4%	0%	3%	8%
	Avgjørende betydning	1%	11%	0%	0%	7%
	Uaktuell	41%	48%	53%	75%	45%
Delta på skiskole	Liten betydning	40%	37%	22%	10%	35%
	Noe betydning	11%	2%	14%	8%	7%
	Stor betydning	1%	0%	7%	2%	5%
	Avgjørende betydning	0%	0%	7%	0%	4%
	Uaktuell	48%	61%	50%	80%	49%
Kjøre snøscooter	Liten betydning	35%	31%	34%	7%	30%
	Noe betydning	10%	10%	12%	8%	11%
	Stor betydning	17%	8%	8%	12%	13%
	Avgjørende betydning	3%	1%	4%	36%	5%
	Uaktuell	35%	49%	42%	36%	42%
Besøke fornøylesparker	Liten betydning	34%	34%	45%	19%	32%
	Noe betydning	10%	5%	1%	11%	9%
	Stor betydning	20%	4%	1%	10%	12%
	Avgjørende betydning	2%	0%	0%	2%	4%
	Uaktuell	35%	57%	54%	58%	43%
Kjøre hundeslede	Liten betydning	38%	21%	20%	9%	27%
	Noe betydning	6%	14%	14%	11%	9%
	Stor betydning	14%	25%	16%	36%	18%
	Avgjørende betydning	5%	9%	26%	11%	11%
	Uaktuell	38%	31%	25%	32%	34%
Være på sightseeing	Liten betydning	26%	3%	7%	0%	16%
	Noe betydning	18%	13%	15%	6%	13%
	Stor betydning	26%	50%	38%	49%	33%
	Avgjørende betydning	8%	23%	26%	39%	17%
	Uaktuell	23%	10%	14%	6%	20%

Gå toppturer	Liten betydning	31%	25%	39%	8%	25%
	Noe betydning	4%	11%	2%	3%	7%
	Stor betydning	21%	6%	7%	12%	19%
	Avgjørende betydning	4%	1%	1%	12%	5%
	Uaktuell	40%	56%	51%	65%	44%
Fiske i ferskvann	Liten betydning	36%	33%	30%	19%	32%
	Noe betydning	7%	4%	18%	5%	7%
	Stor betydning	12%	2%	0%	7%	9%
	Avgjørende betydning	0%	2%	0%	0%	1%
	Uaktuell	46%	60%	52%	69%	51%
Gå på restaurant	Liten betydning	21%	31%	23%	4%	17%
	Noe betydning	15%	19%	32%	37%	21%
	Stor betydning	40%	8%	15%	27%	32%
	Avgjørende betydning	13%	1%	6%	2%	11%
	Uaktuell	10%	41%	25%	30%	19%
Padle kajakk/ kano, rafting	Liten betydning	33%	36%	41%	8%	31%
	Noe betydning	6%	3%	2%	11%	7%
	Stor betydning	15%	3%	3%	8%	11%
	Avgjørende betydning	1%	1%	0%	0%	1%
	Uaktuell	45%	56%	53%	73%	50%
Gå på festivaler	Liten betydning	37%	36%	46%	8%	34%
	Noe betydning	17%	3%	4%	11%	14%
	Stor betydning	6%	3%	0%	15%	4%
	Avgjørende betydning	2%	1%	0%	9%	2%
	Uaktuell	38%	57%	50%	57%	46%
Spise lokal mat og drikke lokale drikkevarer	Liten betydning	6%	7%	5%	4%	5%
	Noe betydning	47%	23%	24%	33%	35%
	Stor betydning	30%	47%	45%	58%	37%
	Avgjørende betydning	12%	12%	15%	2%	13%
	Uaktuell	6%	11%	12%	3%	9%
Besøke historiske bygninger / steder	Liten betydning	24%	5%	7%	5%	14%
	Noe betydning	22%	26%	43%	26%	24%
	Stor betydning	26%	48%	27%	46%	35%
	Avgjørende betydning	13%	15%	12%	14%	10%
	Uaktuell	15%	5%	11%	8%	17%
Opplive moderne kunst	Liten betydning	32%	25%	38%	17%	29%
	Noe betydning	23%	31%	12%	26%	19%

	Stor betydning	10%	12%	10%	23%	13%
	Avgjørende betydning	8%	3%	3%	9%	5%
	Uaktuell	27%	29%	37%	25%	34%
Oppleve tradisjoner og nasjonale fester	Liten betydning	28%	16%	12%	9%	19%
	Noe betydning	23%	29%	22%	36%	20%
	Stor betydning	11%	25%	38%	37%	23%
	Avgjørende betydning	11%	4%	6%	10%	7%
	Uaktuell	28%	26%	23%	8%	30%
Gå på teater, ballett, konsert eller operaforestillinger	Liten betydning	24%	31%	48%	13%	27%
	Noe betydning	13%	15%	9%	11%	12%
	Stor betydning	10%	9%	0%	18%	12%
	Avgjørende betydning	24%	1%	1%	8%	11%
	Uaktuell	30%	43%	42%	50%	38%
Besøke museum	Liten betydning	26%	16%	14%	4%	20%
	Noe betydning	29%	31%	43%	20%	26%
	Stor betydning	15%	33%	18%	49%	24%
	Avgjørende betydning	9%	4%	8%	15%	7%
	Uaktuell	21%	15%	17%	12%	22%
Oppleve lokal historie og legender	Liten betydning	16%	8%	6%	3%	11%
	Noe betydning	37%	28%	47%	18%	30%
	Stor betydning	16%	43%	27%	55%	26%
	Avgjørende betydning	8%	9%	9%	18%	10%
	Uaktuell	22%	12%	10%	5%	23%
Oppleve lokal kultur og levemåte	Liten betydning	18%	9%	6%	1%	11%
	Noe betydning	25%	26%	39%	24%	23%
	Stor betydning	28%	48%	33%	58%	34%
	Avgjørende betydning	13%	10%	11%	15%	13%
	Uaktuell	17%	8%	10%	3%	18%
Være sammen med andre	Liten betydning	2%	14%	14%	16%	6%
	Noe betydning	14%	35%	19%	42%	19%
	Stor betydning	31%	26%	37%	30%	32%
	Avgjørende betydning	50%	15%	15%	4%	35%
	Uaktuell	4%	11%	15%	8%	8%
Ha det moro	Liten betydning	1%	7%	4%	9%	2%
	Noe betydning	11%	22%	14%	13%	13%
	Stor betydning	42%	39%	27%	49%	41%
	Avgjørende betydning	45%	21%	49%	13%	40%

	Uaktuell	2%	11%	6%	16%	4%
Teste mine grenser	Liten betydning	38%	36%	23%	29%	32%
	Noe betydning	15%	11%	17%	4%	14%
	Stor betydning	16%	6%	26%	7%	19%
	Avgjørende betydning	2%	5%	9%	1%	7%
	Uaktuell	28%	42%	25%	59%	29%
Lade batterier	Liten betydning	4%	5%	19%	5%	6%
	Noe betydning	17%	11%	15%	15%	18%
	Stor betydning	40%	44%	32%	36%	39%
	Avgjørende betydning	32%	26%	24%	27%	28%
	Uaktuell	8%	12%	11%	17%	9%
Oppleve naturen	Liten betydning	8%	1%	2%	0%	6%
	Noe betydning	8%	2%	17%	6%	7%
	Stor betydning	36%	42%	34%	32%	36%
	Avgjørende betydning	39%	54%	43%	60%	46%
	Uaktuell	9%	1%	4%	2%	5%
Oppleve nordlyset	Liten betydning	21%	2%	3%	0%	11%
	Noe betydning	8%	9%	10%	2%	7%
	Stor betydning	37%	40%	34%	29%	41%
	Avgjørende betydning	13%	45%	50%	67%	30%
	Uaktuell	21%	3%	3%	2%	12%
Oppleve fjellene	Liten betydning	11%	3%	4%	0%	7%
	Noe betydning	11%	17%	11%	16%	13%
	Stor betydning	29%	37%	28%	26%	33%
	Avgjørende betydning	36%	38%	49%	39%	39%
	Uaktuell	13%	4%	8%	19%	9%
Oppleve fjordene	Liten betydning	12%	1%	9%	1%	7%
	Noe betydning	10%	3%	12%	4%	9%
	Stor betydning	25%	39%	38%	31%	33%
	Avgjørende betydning	26%	55%	29%	60%	33%
	Uaktuell	27%	1%	12%	4%	18%
Besøke nasjonalparker	Liten betydning	27%	15%	17%	1%	17%
	Noe betydning	22%	23%	20%	10%	21%
	Stor betydning	13%	24%	30%	23%	24%
	Avgjørende betydning	8%	9%	14%	25%	10%
	Uaktuell	30%	29%	18%	41%	29%
Oppleve midnattsol	Liten betydning	23%	13%	34%	5%	20%

	Noe betydning	12%	8%	3%	3%	8%
	Stor betydning	14%	16%	11%	17%	16%
	Avgjørende betydning	13%	13%	7%	37%	15%
	Uaktuell	38%	51%	46%	38%	41%
Oppløve dyreliv	Liten betydning	24%	8%	18%	2%	14%
	Noe betydning	16%	21%	27%	8%	17%
	Stor betydning	21%	39%	21%	33%	29%
	Avgjørende betydning	16%	19%	24%	40%	18%
	Uaktuell	23%	13%	10%	16%	22%

Aktiviteters betydning på ferien i Norge (fortsatt)

Aktiviteter		Øvrige Europa (140-169)	Øvrige utenfor Europa (122-148)	Alle utenlandske Nord-Norge turister (635-772)	Total (813-971)
Gjøre sportsaktiviteter (løpe, klatre, kite, paragliding, etc)	Liten betydning	6%	27%	19%	26%
	Noe betydning	10%	14%	12%	16%
	Stor betydning	8%	28%	11%	10%
	Avgjørende betydning	17%	4%	10%	7%
	Uaktuell	59%	28%	49%	41%
Gå turer på over 2 timer	Liten betydning	6%	16%	14%	15%
	Noe betydning	9%	25%	15%	19%
	Stor betydning	22%	22%	22%	29%
	Avgjørende betydning	17%	28%	14%	10%
	Uaktuell	47%	10%	34%	27%
Oppleve nattelivet	Liten betydning	42%	31%	39%	42%
	Noe betydning	2%	41%	11%	17%
	Stor betydning	3%	4%	4%	7%
	Avgjørende betydning	1%	0%	1%	2%
	Uaktuell	52%	24%	45%	32%
Sykle	Liten betydning	24%	24%	29%	31%
	Noe betydning	20%	7%	12%	15%
	Stor betydning	2%	28%	7%	11%
	Avgjørende betydning	10%	2%	5%	3%
	Uaktuell	45%	40%	47%	40%
Shoppe	Liten betydning	29%	16%	28%	31%
	Noe betydning	22%	63%	35%	33%
	Stor betydning	18%	11%	12%	12%
	Avgjørende betydning	2%	1%	1%	2%
	Uaktuell	30%	9%	24%	22%
Kjøre alpint /stå på snowboard	Liten betydning	16%	21%	21%	27%
	Noe betydning	4%	6%	6%	5%
	Stor betydning	18%	27%	14%	11%
	Avgjørende betydning	33%	5%	19%	17%
	Uaktuell	29%	40%	40%	40%
Være med på idrettsarrangement	Liten betydning	23%	20%	26%	31%
	Noe betydning	18%	34%	17%	16%
	Stor betydning	11%	2%	6%	5%
	Avgjørende betydning	1%	7%	2%	2%
	Uaktuell	48%	38%	49%	46%
Gå langrenn	Liten betydning	34%	24%	31%	32%

	Noe betydning	5%	32%	11%	8%
	Stor betydning	15%	3%	9%	18%
	Avgjørende betydning	5%	0%	3%	4%
	Uaktuell	41%	40%	46%	38%
Fiske i saltvann	Liten betydning	22%	28%	26%	33%
	Noe betydning	7%	3%	7%	7%
	Stor betydning	3%	29%	7%	8%
	Avgjørende betydning	21%	3%	12%	7%
	Uaktuell	47%	38%	48%	45%
Delta på skiskole	Liten betydning	26%	49%	31%	35%
	Noe betydning	2%	4%	4%	7%
	Stor betydning	12%	4%	7%	5%
	Avgjørende betydning	13%	2%	7%	4%
	Uaktuell	47%	41%	50%	49%
Kjøre snøscooter	Liten betydning	26%	19%	26%	30%
	Noe betydning	4%	31%	12%	11%
	Stor betydning	10%	9%	9%	13%
	Avgjørende betydning	6%	4%	6%	5%
	Uaktuell	54%	38%	47%	42%
Besøke fornøylesparker	Liten betydning	29%	25%	31%	32%
	Noe betydning	2%	35%	9%	9%
	Stor betydning	5%	7%	5%	12%
	Avgjørende betydning	10%	3%	5%	4%
	Uaktuell	54%	30%	50%	43%
Kjøre hundeslede	Liten betydning	22%	18%	20%	27%
	Noe betydning	9%	12%	11%	9%
	Stor betydning	14%	36%	21%	18%
	Avgjørende betydning	18%	10%	15%	11%
	Uaktuell	38%	25%	32%	34%
Være på sightseeing	Liten betydning	16%	5%	9%	16%
	Noe betydning	6%	14%	10%	13%
	Stor betydning	25%	55%	38%	33%
	Avgjørende betydning	22%	24%	24%	17%
	Uaktuell	31%	2%	18%	20%
Gå toppturer	Liten betydning	12%	23%	20%	25%
	Noe betydning	7%	19%	9%	7%
	Stor betydning	21%	28%	17%	19%
	Avgjørende betydning	11%	2%	6%	5%
	Uaktuell	49%	27%	48%	44%
Fiske i ferskvann	Liten betydning	31%	26%	30%	32%

	Noe betydning	5%	5%	7%	7%
	Stor betydning	4%	24%	7%	9%
	Avgjørende betydning	0%	2%	1%	1%
	Uaktuell	59%	43%	56%	51%
Gå på restaurant	Liten betydning	8%	9%	14%	17%
	Noe betydning	24%	28%	26%	21%
	Stor betydning	25%	52%	25%	32%
	Avgjørende betydning	18%	5%	10%	11%
	Uaktuell	26%	6%	25%	19%
Padle kajakk/ kano, rafting	Liten betydning	27%	25%	29%	31%
	Noe betydning	15%	5%	9%	7%
	Stor betydning	5%	24%	8%	11%
	Avgjørende betydning	0%	3%	1%	1%
	Uaktuell	53%	43%	53%	50%
Gå på festivaler	Liten betydning	29%	24%	31%	34%
	Noe betydning	5%	44%	12%	14%
	Stor betydning	1%	6%	3%	4%
	Avgjørende betydning	1%	3%	1%	2%
	Uaktuell	64%	23%	53%	46%
Spise lokal mat og drikke lokale drikkevarer	Liten betydning	3%	5%	5%	5%
	Noe betydning	20%	44%	26%	35%
	Stor betydning	40%	38%	43%	37%
	Avgjørende betydning	18%	10%	14%	13%
	Uaktuell	19%	3%	13%	9%
Besøke historiske bygninger / steder	Liten betydning	8%	3%	6%	14%
	Noe betydning	21%	15%	24%	24%
	Stor betydning	32%	67%	42%	35%
	Avgjørende betydning	2%	11%	8%	10%
	Uaktuell	37%	4%	19%	17%
Oppleve moderne kunst	Liten betydning	30%	13%	27%	29%
	Noe betydning	8%	18%	15%	19%
	Stor betydning	7%	45%	16%	13%
	Avgjørende betydning	1%	7%	3%	5%
	Uaktuell	55%	17%	39%	34%
Oppleve tradisjoner og nasjonale fester	Liten betydning	12%	5%	12%	19%
	Noe betydning	10%	23%	19%	20%
	Stor betydning	24%	57%	33%	23%
	Avgjørende betydning	4%	5%	5%	7%
	Uaktuell	49%	10%	32%	30%
	Liten betydning	30%	17%	30%	27%
	Noe betydning	5%	22%	11%	12%

Gå på teater, ballett, konsert eller operaforestillinger	Stor betydning	10%	35%	13%	12%
	Avgjørende betydning	1%	2%	2%	11%
	Uaktuell	53%	24%	44%	38%
Besøke museum	Liten betydning	23%	7%	16%	20%
	Noe betydning	17%	20%	24%	26%
	Stor betydning	18%	61%	31%	24%
	Avgjørende betydning	4%	8%	6%	7%
	Uaktuell	39%	4%	23%	22%
Oppleve lokal historie og legender	Liten betydning	8%	6%	7%	11%
	Noe betydning	20%	15%	25%	30%
	Stor betydning	17%	59%	33%	26%
	Avgjørende betydning	14%	11%	12%	10%
	Uaktuell	41%	9%	23%	23%
Oppleve lokal kultur og levemåte	Liten betydning	6%	3%	5%	11%
	Noe betydning	15%	19%	22%	23%
	Stor betydning	27%	60%	40%	34%
	Avgjørende betydning	17%	14%	14%	13%
	Uaktuell	37%	5%	19%	18%
Være sammen med andre	Liten betydning	8%	5%	10%	6%
	Noe betydning	6%	50%	24%	19%
	Stor betydning	38%	25%	32%	32%
	Avgjørende betydning	39%	9%	23%	35%
	Uaktuell	9%	11%	11%	8%
Ha det moro	Liten betydning	1%	2%	3%	2%
	Noe betydning	15%	9%	15%	13%
	Stor betydning	37%	62%	41%	41%
	Avgjørende betydning	45%	26%	36%	40%
	Uaktuell	3%	2%	5%	4%
Teste mine grenser	Liten betydning	24%	24%	26%	32%
	Noe betydning	12%	14%	12%	14%
	Stor betydning	22%	37%	22%	19%
	Avgjørende betydning	17%	4%	10%	7%
	Uaktuell	25%	22%	30%	29%
Lade batterier	Liten betydning	2%	16%	8%	6%
	Noe betydning	24%	17%	18%	18%
	Stor betydning	34%	53%	39%	39%
	Avgjørende betydning	31%	4%	24%	28%
	Uaktuell	10%	9%	11%	9%
Oppleve naturen	Liten betydning	9%	1%	4%	6%
	Noe betydning	2%	16%	7%	7%
	Stor betydning	22%	65%	36%	36%

	Avgjørende betydning	67%	18%	52%	46%
	Uaktuell	0%	1%	1%	5%
Oppleve nordlyset	Liten betydning	3%	0%	2%	11%
	Noe betydning	6%	2%	6%	7%
	Stor betydning	48%	52%	44%	41%
	Avgjørende betydning	34%	43%	42%	30%
	Uaktuell	9%	2%	5%	12%
Oppleve fjellene	Liten betydning	4%	2%	3%	7%
	Noe betydning	9%	25%	14%	13%
	Stor betydning	35%	48%	36%	33%
	Avgjørende betydning	49%	23%	42%	39%
	Uaktuell	3%	2%	5%	9%
Oppleve fjordene	Liten betydning	1%	4%	3%	7%
	Noe betydning	8%	19%	9%	9%
	Stor betydning	37%	48%	39%	33%
	Avgjørende betydning	35%	26%	38%	33%
	Uaktuell	20%	3%	11%	18%
Besøke nasjonalparker	Liten betydning	5%	9%	9%	17%
	Noe betydning	18%	22%	19%	21%
	Stor betydning	30%	51%	32%	24%
	Avgjørende betydning	9%	11%	11%	10%
	Uaktuell	38%	8%	28%	29%
Oppleve midnattsol	Liten betydning	20%	12%	18%	20%
	Noe betydning	4%	4%	4%	8%
	Stor betydning	11%	37%	17%	16%
	Avgjørende betydning	20%	14%	17%	15%
	Uaktuell	45%	33%	44%	41%
Oppleve dyreliv	Liten betydning	3%	10%	7%	14%
	Noe betydning	14%	22%	18%	17%
	Stor betydning	30%	51%	34%	29%
	Avgjørende betydning	18%	12%	19%	18%
	Uaktuell	36%	6%	21%	22%

VINTERTURISMEN 2016 – CENTRALE SKITURISTER

I dette avsnittet beskrives og karakteriseres turistene som har reist på skiferie i Norge, i vintersesongen 2016. En central skiturist er definert som en turist som oppfyller minst én av de to følgende kriterier:

1. Har reist på skiferie til Norge
2. Angir å én av følgende tre aktiviteter har "stor" eller "avgjørende" betydning for reisen til Norge: a) "Kjøre alpint /stå på snowboard", b) "Gå langrenn" eller c) "Delta på skiskole"

Formål med reisen i Norge

Marked	Besøke venner, kjente, familie	Andre ferie- og fritidsreiser	Skiferie	Uvektet n
Norge	3%	22%	75%	400
Sverige	1%	24%	76%	98
Danmark	1%	18%	81%	108
Øvrige Europa	4%	15%	81%	121
Alle utenlandske skiturister	2%	21%	78%	357
Total	2%	22%	76%	757

Note: Tabellen viser hovedformålet med reisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hva er hovedformålet med denne reisen i Norge?"

Typen af feriereisen i Norge

Markeder	Rundreise	Byferie	Ferie på landet	Aktivitetsferie	Hytte /feriehus	Annen type ferie	Total
Norge	4%	2%	2%	74%	6%	11%	394
Sverige	5%	0%	0%	79%	14%	3%	98
Danmark	0%	1%	0%	90%	1%	8%	107
Øvrige Europa	3%	2%	3%	84%	1%	7%	120
Alle utenlandske skiturister	3%	1%	1%	85%	4%	6%	354
Total	4%	2%	2%	78%	5%	9%	748

Note: Tabellen viser, hvilken type reise de feriereisende i Norge er på fordelt på markeder med over 100 respondenter. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilken type ferie er du på?". Spørsmålet er kun stillet i 2016.

Gjennomsnittlig størrelse på reisefølge

Marked	Gjennomsnitt	Uvektet n
Norge	4.1	404
Sverige	3.4	99
Danmark	3.4	108
Øvrige Europa	3.1	122
Alle utenlandske skiturister	4.3	359
Total	4.1	763

Note: Tabellen viser ferieturisters gjennomsnittlige reisefølge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange personer, inkludert deg selv, har du regnet med i ditt reisefølge?"

Andel av alle feriereisende med barn i reisefølget

Markeder	Andel med barn i reisefølget	Uvektet n
Norge	66%	351
Sverige	70%	87
Danmark	77%	94
Øvrige Europa	45%	101
Alle utenlandske skiturister	61%	304
Total	64%	655

Note: Tabellen viser andel av ferieturister med barn i reisefølget.

Antall barn i reisefølget for feriereisende med barn i reisefølget

Markeder	Et barn i reisefølget	To barn i reisefølget	Tre barn i reisefølget	Fire barn i reisefølget	Fem barn i reisefølget	Seks eller flere barn i reisefølget	Uvektet n
Norge	25%	46%	18%	4%	3%	4%	206
Sverige	13%	38%	25%	2%	0%	22%	52
Danmark	21%	63%	10%	4%	2%	0%	66
Øvrige Europa	15%	58%	22%	0%	0%	5%	43
Alle utenlandske skiturister	17%	55%	17%	3%	1%	8%	163
Total	22%	49%	18%	3%	2%	6%	369

Note: Tabellen viser antall av barn i reisefølget blant de ferieturistene med barn i reisefølget.

Gjennomsnittlig antall overnattinger i Norge

Marked	Gjennomsnitt	Uvektet n
Norge	4.0	404
Sverige	4.4	99
Danmark	5.2	108
Øvrige Europa	7.9	122
Alle utenlandske skiturister	5.8	359
Total	4.7	763

Note: Tabellen viser ferieturisters gjennomsnittlige totale antall overnattinger i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange overnattinger vil du totalt ha på denne reisen i Norge?"

Andel feriereisende med pakkereise

Marked	Pakkereisende	Uvektet n
Norge	25%	404
Sverige	26%	99
Danmark	54%	108
Øvrige Europa	55%	122
Alle utenlandske skiturister	46%	359
Total	33%	763

Note: Tabellen viser andel av ferieturister med pakkereise. Spørsmålsformuleringen lød: "Har du og ditt reisefølge kjøpt denne reisen som en pakkereise?"

Pakkereisendes karakteristika

Marked	Andel som har kjøpt pakkereise som inkluderer overnatting i andre land enn Norge	Uvektet n
Norge	1%	72
Sverige	10%	34
Danmark	16%	52
Øvrige Europa	5%	49
Alle utenlandske skiturister	16%	142
Total	9%	214

Note: Tabellen viser forskjellige karakteristika for turistene som har kjøpt en pakkereise. Spørsmålsformuleringene lød: "Inkluderer pakkereisen overnatting i andre land enn Norge?" og "Hvor mange overnattinger i andre land enn Norge er inkludert i pakkereisen?"

Bookingtidspunkt for feriereisen i Norge

Marked	Høyst 1 måned før	Mellom 1 måned og 3 måneder før	Mellom 3 måneder og et halvt år før	Over et halvt år før	Gjennomsnittlig booking	Uvektet n
Norge	30%	55%	11%	4%	57.4	305
Sverige	15%	32%	29%	25%	115.2	87
Danmark	8%	30%	54%	8%	95.8	86
Øvrige Europa	10%	35%	44%	11%	111.0	100
Alle utenlandske skiturister	10%	36%	41%	13%	102.8	294
Total	22%	47%	23%	8%	76.5	599

Note: Tabellen viser feriereisendes booking og den gjennomsnittlige booking av feriereisen. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvilken måned foretok du bookingen/reservasjonen?" og "Hvilket år foretok du bookingen/reservasjonen?"

Feriereisendes fordeling på regionene i Norge

Marked	Nord-Norge	Trøndelag	Vestlandet	Østlandet	Sørlandet	Oslo	Uvektet n
Norge	6%	2%	8%	84%	8%	5%	404
Sverige	5%	6%	4%	92%	3%	2%	99
Danmark	14%	4%	1%	100%	4%	4%	108
Øvrige Europa	5%	5%	24%	67%	3%	9%	122
Alle utenlandske skiturister	11%	5%	12%	86%	3%	8%	359
Total	8%	3%	10%	84%	6%	6%	763

Note: Tabellen viser de feriereisendes mobilitet i Norge.

Reisehyppighet for de utenlandske feriereisende

Marked	Aldri/første besøk i Norge	Sjeldnere	Minst hvert tredje år	Uvektet n
Sverige	9%	32%	59%	92
Danmark	5%	19%	76%	98
Øvrige Europa	24%	41%	36%	118
Alle utenlandske skiturister	12%	30%	58%	335
Total	12%	30%	58%	335

Note: Tabellen viser utenlandske feriereisendes reisehyppighet til Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor ofte reiser du i Norge på ferie eller fritidsreise?"

Primære transportmiddel på feriereisen til Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campingbil	Tog	Turbuss/Rutebuss	Motor sykkel	Annet	Uvektet n
Sverige	0%	0%	97%	0%	1%	1%	0%	0%	95
Danmark	16%	20%	42%	0%	0%	22%	0%	0%	102
Øvrige Europa	85%	5%	8%	0%	0%	1%	0%	0%	118
Alle utenlandske skiturister	32%	9%	46%	0%	1%	12%	0%	0%	345
Total	32%	9%	46%	0%	1%	12%	0%	0%	345

Note: Tabellen viser utenlandske feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen til Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen for å komme til Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campingbil	Tog	Uvektet n
Norge	10%	0%	78%	0%	7%	391
Sverige	0%	0%	91%	0%	1%	97
Danmark	1%	2%	58%	0%	3%	104
Øvrige Europa	3%	2%	57%	0%	12%	119
Alle utenlandske skiturister	3%	1%	66%	0%	5%	349
Total	8%	1%	73%	0%	6%	740

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsatt)

Marked	Turbuss/Rutebuss	Motorsykkel	Annet	Har ikke benyttet noe transportmiddel	Uvektet n
Norge	3%	1%	0%	0%	391
Sverige	2%	0%	1%	5%	97
Danmark	23%	8%	0%	5%	104
Øvrige Europa	20%	0%	4%	2%	119
Alle utenlandske skiturister	16%	3%	2%	4%	349
Total	8%	2%	1%	2%	740

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Overnattingstype på ferien i Norge

Marked	Hotell eller pensjonat	Vandrerhjem	Campinghytte på campingplass	Telt/camping vogn/bobil på campingplass	Telt/camping vogn/bobil utenfor campingplass	Uvektet n
Norge	94%	1%	1%	0%	0%	381
Sverige	76%	0%	0%	0%	0%	99
Danmark	87%	6%	0%	7%	7%	107
Øvrige Europa	95%	1%	0%	0%	0%	121
Alle utenlandske skiturister	86%	3%	0%	3%	3%	355
Total	91%	2%	1%	1%	1%	736

Note: Tabellen viser hvor ferieturister planlegger å overnatte på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "På denne reisen i Norge, hvor mange netter vil du totalt overnatte på...?".

Overnattingstype på ferien i Norge (fortsett)

Marked	Leid hytte	Egen hytte	Familie, venner eller bekjente	Hurtigruta	Annen type overnatting	Uvektet n
Norge	3%	4%	3%	1%	1%	381
Sverige	15%	0%	15%	0%	0%	99
Danmark	1%	1%	2%	0%	4%	107
Øvrige Europa	0%	0%	2%	3%	3%	121
Alle utenlandske skiturister	5%	0%	6%	1%	2%	355
Total	4%	2%	4%	1%	2%	736

Note: Tabellen viser hvor ferieturister planlegger å overnatte på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "På denne reisen i Norge, hvor mange netter vil du totalt overnatte på...?".

Samlet tilfredshet med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon

Markeder	Gjennomsnittlig tilfredshet	Gjennomsnittlig anbefaling	Uvektet n
Norge	8.9	9.1	341-335
Sverige	8.6	8.7	90-93
Danmark	8.2	8.1	99-98
Øvrige Europa	8.8	8.5	111-113
Alle utenlandske skiturister	8.5	8.3	326-330
Total	8.7	8.7	667-665

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredsheten med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon. Begge spørsmålene er stilt slik at 0 angir at respondenten er hhv. svært misfornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært liten grad, mens 10 angir at respondenten er hhv. svært fornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært stor grad. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med oppholdet i Norge så langt?" og "I hvor stor eller liten grad vil du anbefale Norge som feriedestinasjon til andre?"

Tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge

Markeder	Attraksjoner og severdigheter	Gjestfriheten til lokalbefolkningen	Matopplevelser og lokale spesialiteter	Aktivitetsmuligheter	Pris i forhold til kvalitet på oppholdet ditt	Muligheten for å shoppe	Muligheten for å oppleve lokal kultur og levemåte	Uvektet n
Norge	6.9	8.0	7.3	8.6	7.1	6.1	6.8	210-319
Sverige	6.9	7.6	6.0	7.7	6.0	4.9	5.3	46-86
Danmark	5.4	7.8	5.4	7.7	5.3	4.9	4.7	33-95
Øvrige Europa	7.2	8.1	7.1	8.4	6.3	5.2	6.6	80-105
Alle utenlandske skiturister	6.5	7.9	6.3	7.9	5.7	5.0	5.7	181-312
Total	6.7	8.0	6.9	8.3	6.5	5.6	6.4	396-631

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredshet med underdimensjoner på feriereisen i Norge. Spørsmålene er stilt slik at 0 angir at respondenten er svært misfornøyd, mens 10 angir at respondenten er svært fornøyd. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med...?"

Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet av de nærmeste 3 årene

Markeder	På feriereise om sommeren	På feriereise om vinteren	På cruise	Uvektet n
Norge	8.8	9.3	2.7	264-304
Sverige	6.0	8.2	1.9	84-90
Danmark	5.2	8.1	2.4	86-98
Alle utenlandske skiturister	5.7	8.0	2.6	290-326
Total	7.4	8.7	2.7	554-630

Note: Tabellen viser de feriereisendes gjennomsnittlige tilbøyelighet til at komme tilbake til Norge fordelt på markeder med over 100 respondenter. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten vurderer det pågående reisetypen til å være svært usannsynlig, mens 10 angir at respondenten er svært sannsynlig. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor sannsynlig at du vil komme tilbake til Norge i løpet av de nærmeste 3 årene på...?". Spørsmålene er kun stillet i 2016.

Feriereisendes gjennomsnittlige daglige og totale forbruk fordelt på poster og markeder

Marked	Transport	Overnatting	Øvrig forbruk	Samlet døgnforbruk	Uvektet n
Norge	kr. 135	kr. 705	kr. 515	kr. 1.370	331-404
Sverige	kr. 110	kr. 750	kr. 610	kr. 1.565	64-99
Danmark	kr. 280	kr. 790	kr. 495	kr. 1.725	54-108
Øvrige Europa	kr. 505	kr. 880	kr. 635	kr. 2.285	70-122
Alle utenlandske skiturister	kr. 270	kr. 805	kr. 570	kr. 1.815	211-359
Total	kr. 180	kr. 735	kr. 535	kr. 1.540	542-763

Note: Tabellen viser feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk på enkelte forbruksposter og markeder samt det gjennomsnittlige totalforbruk i Norge fordelt på markeder med over 100 respondenter.

Aktiviteters betydning på ferien i Norge

Aktiviteter		Norge (321-357)	Sverige (78-91)	Danmark (80-95)	Øvrige Europa (93-109)	Alle utenlands ke skiturister (278-320)	Total (604-677)
Gjøre sportsaktivitet er (løpe, klatre, kite, paragliding, etc)	Liten betydning	15%	13%	11%	13%	12%	14%
	Noe betydning	12%	1%	9%	6%	6%	10%
	Stor betydning	17%	19%	3%	9%	14%	16%
	Avgjørende betydning	15%	10%	7%	42%	18%	17%
	Uaktuell	40%	57%	71%	29%	50%	44%
Gå turer på over 2 timer	Liten betydning	15%	8%	15%	22%	14%	14%
	Noe betydning	15%	7%	3%	10%	6%	11%
	Stor betydning	30%	23%	10%	6%	12%	23%
	Avgjørende betydning	18%	1%	2%	36%	16%	17%
	Uaktuell	22%	61%	70%	27%	52%	34%
Oppleve nattelivet	Liten betydning	33%	36%	12%	54%	31%	32%
	Noe betydning	13%	2%	1%	11%	8%	11%
	Stor betydning	5%	1%	3%	3%	2%	4%
	Avgjørende betydning	3%	0%	0%	1%	0%	2%
	Uaktuell	46%	61%	84%	31%	58%	51%
Sykle	Liten betydning	25%	19%	14%	37%	23%	24%
	Noe betydning	12%	2%	1%	21%	6%	10%
	Stor betydning	7%	18%	1%	3%	9%	8%
	Avgjørende betydning	2%	0%	9%	1%	4%	3%
	Uaktuell	54%	62%	75%	38%	57%	55%
Shoppe	Liten betydning	35%	38%	22%	40%	32%	34%
	Noe betydning	17%	15%	12%	24%	20%	18%
	Stor betydning	7%	5%	12%	17%	10%	8%
	Avgjørende betydning	2%	2%	1%	1%	1%	2%
	Uaktuell	39%	40%	53%	18%	37%	38%
Kjøre alpint /stå på snowboard	Liten betydning	5%	1%	2%	6%	4%	5%
	Noe betydning	6%	1%	2%	3%	2%	4%
	Stor betydning	26%	30%	19%	9%	22%	24%
	Avgjørende betydning	45%	63%	65%	73%	63%	53%
	Uaktuell	18%	4%	13%	9%	9%	14%
	Liten betydning	26%	30%	10%	34%	23%	25%

Være med på idrettsarrangement	Noe betydning	13%	3%	3%	22%	11%	13%
	Stor betydning	3%	2%	8%	5%	5%	4%
	Avgjørende betydning	4%	1%	0%	4%	3%	4%
	Uaktuell	53%	64%	79%	35%	58%	55%
Gå langrenn	Liten betydning	8%	11%	20%	31%	21%	14%
	Noe betydning	8%	24%	4%	5%	13%	10%
	Stor betydning	29%	10%	13%	25%	15%	23%
	Avgjørende betydning	40%	9%	18%	23%	16%	31%
	Uaktuell	15%	46%	44%	17%	35%	23%
Fiske i saltvann	Liten betydning	28%	9%	10%	54%	23%	26%
	Noe betydning	3%	%	3%	1%	2%	2%
	Stor betydning	4%	17%	0%	1%	8%	6%
	Avgjørende betydning	3%	6%	8%	1%	5%	4%
	Uaktuell	62%	68%	79%	43%	61%	62%
Delta på skiskole	Liten betydning	24%	27%	13%	39%	28%	26%
	Noe betydning	11%	6%	4%	7%	5%	9%
	Stor betydning	6%	6%	20%	8%	12%	9%
	Avgjørende betydning	2%	5%	21%	12%	13%	7%
	Uaktuell	56%	57%	42%	34%	42%	50%
Kjøre snøscooter	Liten betydning	25%	17%	22%	45%	28%	26%
	Noe betydning	7%	2%	4%	15%	9%	8%
	Stor betydning	9%	1%	4%	6%	4%	7%
	Avgjørende betydning	4%	16%	%	%	5%	4%
	Uaktuell	55%	64%	70%	35%	54%	55%
Besøke fornyelsesparke	Liten betydning	23%	9%	12%	53%	24%	23%
	Noe betydning	10%	16%	0%	3%	9%	10%
	Stor betydning	9%	1%	0%	6%	2%	6%
	Avgjørende betydning	2%	0%	8%	1%	4%	3%
	Uaktuell	55%	73%	79%	38%	62%	58%
Kjøre hundeslede	Liten betydning	29%	28%	18%	41%	28%	29%
	Noe betydning	6%	4%	7%	13%	7%	7%
	Stor betydning	6%	1%	1%	16%	9%	7%
	Avgjørende betydning	1%	1%	8%	9%	6%	3%
	Uaktuell	57%	66%	65%	21%	50%	54%
Være på sightseeing	Liten betydning	25%	27%	11%	31%	22%	24%
	Noe betydning	9%	2%	11%	14%	9%	9%

	Stor betydning	12%	7%	2%	12%	10%	11%
	Avgjørende betydning	2%	0%	0%	16%	5%	3%
	Uaktuell	52%	64%	76%	27%	54%	53%
Gå toppturer	Liten betydning	19%	11%	10%	20%	13%	17%
	Noe betydning	12%	20%	10%	7%	12%	12%
	Stor betydning	14%	2%	12%	12%	13%	14%
	Avgjørende betydning	5%	1%	1%	28%	8%	6%
	Uaktuell	49%	66%	67%	32%	54%	51%
Fiske i ferskvann	Liten betydning	26%	10%	12%	54%	24%	25%
	Noe betydning	7%	16%	2%	5%	7%	7%
	Stor betydning	5%	1%	0%	1%	4%	5%
	Avgjørende betydning	2%	0%	0%	1%	0%	2%
	Uaktuell	59%	73%	86%	39%	64%	61%
Gå på restaurant	Liten betydning	13%	29%	10%	31%	20%	16%
	Noe betydning	20%	25%	16%	17%	18%	19%
	Stor betydning	30%	24%	9%	31%	24%	28%
	Avgjørende betydning	11%	11%	19%	3%	11%	11%
	Uaktuell	27%	11%	45%	19%	26%	27%
Padle kajakk/ kano, rafting	Liten betydning	24%	25%	19%	36%	26%	25%
	Noe betydning	5%	0%	1%	18%	5%	5%
	Stor betydning	8%	1%	1%	7%	6%	7%
	Avgjørende betydning	3%	1%	0%	1%	1%	2%
	Uaktuell	60%	73%	79%	38%	62%	61%
Gå på festivaler	Liten betydning	32%	23%	14%	57%	29%	31%
	Noe betydning	5%	2%	1%	4%	6%	6%
	Stor betydning	5%	3%	0%	1%	1%	3%
	Avgjørende betydning	2%	0%	0%	1%	0%	1%
	Uaktuell	56%	72%	85%	37%	63%	59%
Spise lokal mat og drikke lokale drikkevarer	Liten betydning	16%	30%	9%	9%	15%	15%
	Noe betydning	31%	28%	19%	41%	32%	31%
	Stor betydning	19%	17%	17%	18%	17%	18%
	Avgjørende betydning	11%	5%	8%	21%	10%	11%
	Uaktuell	24%	20%	45%	11%	26%	24%
Besøke historiske bygninger / steder	Liten betydning	25%	7%	11%	30%	16%	22%
	Noe betydning	19%	10%	8%	25%	14%	17%
	Stor betydning	7%	18%	1%	19%	14%	10%

	Avgjørende betydning	4%	0%	7%	3%	4%	4%
	Uaktuell	44%	65%	73%	23%	53%	48%
Oppleve moderne kunst	Liten betydning	27%	10%	13%	53%	24%	26%
	Noe betydning	9%	16%	11%	6%	11%	10%
	Stor betydning	3%	2%	2%	4%	6%	4%
	Avgjørende betydning	4%	0%	0%	1%	0%	2%
	Uaktuell	57%	71%	74%	35%	59%	58%
Oppleve tradisjoner og nasjonale fester	Liten betydning	28%	9%	14%	30%	18%	24%
	Noe betydning	12%	5%	4%	13%	7%	10%
	Stor betydning	6%	4%	7%	25%	14%	9%
	Avgjørende betydning	5%	16%	0%	2%	5%	5%
	Uaktuell	49%	66%	75%	30%	56%	52%
Gå på teater, ballett, konsert eller operaforestillinger	Liten betydning	28%	26%	13%	55%	29%	28%
	Noe betydning	7%	1%	2%	6%	3%	5%
	Stor betydning	4%	1%	0%	3%	4%	4%
	Avgjørende betydning	4%	0%	0%	1%	0%	3%
	Uaktuell	58%	72%	85%	36%	63%	60%
Besøke museum	Liten betydning	24%	25%	19%	47%	29%	26%
	Noe betydning	13%	8%	2%	19%	9%	11%
	Stor betydning	4%	3%	3%	6%	7%	5%
	Avgjørende betydning	4%	0%	0%	2%	1%	3%
	Uaktuell	55%	64%	76%	27%	54%	55%
Oppleve lokal historie og legender	Liten betydning	27%	10%	13%	34%	19%	24%
	Noe betydning	15%	27%	5%	17%	14%	15%
	Stor betydning	5%	3%	9%	7%	10%	7%
	Avgjørende betydning	5%	0%	0%	15%	4%	4%
	Uaktuell	49%	61%	73%	27%	53%	50%
Oppleve lokal kultur og levemåte	Liten betydning	25%	23%	13%	14%	17%	22%
	Noe betydning	17%	10%	7%	34%	16%	16%
	Stor betydning	8%	10%	9%	13%	13%	10%
	Avgjørende betydning	6%	0%	1%	17%	5%	6%
	Uaktuell	44%	57%	70%	22%	49%	46%
Være sammen med andre	Liten betydning	4%	11%	11%	6%	9%	6%
	Noe betydning	10%	29%	6%	26%	21%	15%
	Stor betydning	34%	33%	19%	33%	28%	31%
	Avgjørende betydning	46%	16%	57%	31%	35%	42%

	Uaktuell	6%	10%	6%	4%	6%	6%
Ha det moro	Liten betydning	4%	0%	0%	2%	1%	3%
	Noe betydning	5%	4%	6%	15%	9%	6%
	Stor betydning	40%	53%	20%	35%	36%	38%
	Avgjørende betydning	48%	44%	72%	47%	53%	50%
	Uaktuell	3%	0%	2%	1%	1%	3%
Teste mine grenser	Liten betydning	31%	26%	26%	16%	21%	27%
	Noe betydning	24%	43%	32%	38%	37%	29%
	Stor betydning	15%	7%	20%	13%	17%	16%
	Avgjørende betydning	3%	4%	12%	27%	14%	8%
	Uaktuell	27%	21%	10%	6%	12%	21%
Lade batterier	Liten betydning	5%	4%	4%	3%	4%	5%
	Noe betydning	17%	36%	19%	18%	23%	19%
	Stor betydning	42%	35%	38%	25%	34%	39%
	Avgjørende betydning	30%	16%	35%	38%	30%	30%
	Uaktuell	6%	8%	5%	16%	9%	7%
Oppleve naturen	Liten betydning	4%	0%	11%	14%	8%	6%
	Noe betydning	11%	24%	14%	9%	14%	13%
	Stor betydning	38%	57%	26%	33%	39%	38%
	Avgjørende betydning	43%	18%	46%	40%	36%	40%
	Uaktuell	4%	1%	2%	3%	2%	4%
Oppleve nordlyset	Liten betydning	28%	32%	12%	19%	20%	25%
	Noe betydning	6%	29%	9%	15%	16%	10%
	Stor betydning	10%	3%	15%	34%	20%	14%
	Avgjørende betydning	3%	%	11%	13%	8%	5%
	Uaktuell	53%	36%	53%	20%	36%	46%
Oppleve fjellene	Liten betydning	4%	3%	2%	2%	2%	3%
	Noe betydning	11%	20%	11%	7%	12%	11%
	Stor betydning	37%	40%	36%	43%	40%	38%
	Avgjørende betydning	41%	37%	41%	47%	42%	41%
	Uaktuell	6%	0%	10%	1%	4%	6%
Oppleve fjordene	Liten betydning	20%	16%	12%	15%	15%	18%
	Noe betydning	8%	19%	6%	12%	11%	9%
	Stor betydning	9%	10%	16%	10%	15%	11%
	Avgjørende betydning	6%	1%	5%	34%	12%	9%
	Uaktuell	57%	55%	61%	29%	47%	53%

Besøke nasjonalparker	Liten betydning	23%	17%	8%	28%	18%	21%
	Noe betydning	10%	22%	2%	13%	11%	11%
	Stor betydning	5%	1%	12%	18%	13%	9%
	Avgjørende betydning	2%	%	2%	9%	4%	3%
	Uaktuell	59%	60%	76%	31%	55%	57%
Oppleve midnattsol	Liten betydning	23%	15%	7%	44%	21%	22%
	Noe betydning	6%	28%	1%	6%	10%	8%
	Stor betydning	3%	%	5%	4%	7%	4%
	Avgjørende betydning	5%	1%	10%	8%	7%	5%
	Uaktuell	64%	56%	77%	38%	56%	61%
Oppleve dyreliv	Liten betydning	21%	18%	11%	19%	15%	19%
	Noe betydning	18%	18%	4%	24%	15%	16%
	Stor betydning	9%	6%	4%	23%	13%	11%
	Avgjørende betydning	8%	1%	2%	8%	4%	6%
	Uaktuell	45%	57%	78%	24%	53%	48%

FORRETNINGSREISENDE - VINTER 2016

I dette avsnittet beskrives og karakteriseres turistene som har reist på forretningsreise i Norge i vintersesongen 2016.

Forretningsreisens formål

Marked	Daglig arbeid	Kongress el. Konferanse	Kurs/utdannelse	Messe/utstilling	Bonus-reise	Annen forretningsreise	Uvektet n
Norsk rejsende	33%	15%	29%	2%	0%	20%	1558
Udenlandsk rejsende	39%	19%	12%	0%	0%	30%	567
Total	34%	16%	25%	2%	0%	22%	2125

Note: Tabellen viser hovedformålet med forretningsreisen i Norge fordelt på norske og utenlandske forretningsreisende. Spørsmålsformuleringen lød: "Hva er formålet med din forretningsreise?"

Forretningsreise kombinert med feriereise

Marked	Ja	Nej	Uvektet n
Norsk rejsende	5%	95%	1502
Udenlandsk rejsende	8%	92%	558
Total	6%	94%	2060

Note: Tabellen viser hvor mange forretningsreisende der kombinerte deres forretningsreise med en feriereise fordelt på norske og utenlandske forretningsreisende. Spørsmålsformuleringen lød: "Er denne forretningsreisen kombinert med ferieopphold?". Spørsmålet er kun stillet i 2016.

Antall møtedeltakere

Marked	Færre enn 10	10 til 50	51 til 100	101 til 200	201 til 500	501 til 1000	Flere enn 1000	Vet ikke	Uvektet n
Norsk rejsende	13%	30%	14%	11%	19%	3%	8%	2%	445
Udenlandsk rejsende	25%	39%	12%	8%	4%	2%	11%	0%	130
Total	16%	32%	13%	10%	15%	2%	9%	2%	575

Note: Tabellen viser forretningsreisendes antall deltakere på møter i Norge fordelt på norske og utenlandske forretningsreisende. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange deltakere er det på møte/arrangementet hvor du deltar?"

Gjennomsnittlig antall overnattinger på overnattingsstedet i Norge

Marked	Gjennomsnitt	Uvektet n
Norsk rejsende	3.4	1573
Udenlandsk rejsende	4.7	577
Total	3.7	2150

Note: Tabellen viser forretningsreisendes gjennomsnittlige totale antall overnattinger i Norge fordelt på norske og utenlandske forretningsreisende. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvor mange netter skal du totalt overnatte på dette overnattingsstedet på denne reisen?"

Primære transportmiddel på forretningsreisen til Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campingbil	Tog	Turbuss/Rutebuss	Motor sykkel	Annet	Uvektet n
Udenlandsk rejsende	87%	1%	6%	0%	4%	2%	0%	0%	568
Total	87%	1%	6%	0%	4%	2%	0%	0%	568

Note: Tabellen viser utenlandske feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen til Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen for å komme til Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge

Marked	Fly	Ferge	Bil	Bil med campingvogn/Campingbil	Tog	Uvektet n
Norsk rejsende	55%	0%	32%	0%	9%	1532
Udenlandsk rejsende	23%	0%	28%	0%	28%	565
Total	48%	0%	31%	0%	13%	2097

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Primære transportmiddel på feriereisen i Norge (fortsatt)

Marked	Turbuss/Rutebuss	Motorsykkel	Annet	Har ikke benyttet noe transportmiddel	Uvektet n
Norsk rejsende	3%	0%	0%	0%	1532
Udenlandsk rejsende	10%	0%	4%	7%	565
Total	5%	0%	1%	1%	2097

Note: Tabellen viser feriereisendes primære transportmiddel på feriereisen i Norge. Spørsmålsformuleringen lød: "Hvilket transportmiddel har du i all hovedsak benyttet på denne reisen i Norge?"

Samlet tilfredshet med forretningsreisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon

Markeder	Gjennomsnittlig tilfredshet	Gjennomsnittlig anbefaling	Uvektet n
Norsk rejsende	8.6	8.6	1213-1272
Udenlandsk rejsende	7.9	7.1	543-533
Total	8.4	8.3	1756-1805

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredsheten med feriereisen i Norge og anbefaling av Norge som feriedestinasjon. Begge spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten er hhv. svært misfornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært liten grad, mens 10 angir at respondenten er hhv. svært fornøyd og vil anbefale Norge som feriedestinasjon i svært stor grad. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med oppholdet i Norge så langt?" og "I hvor stor eller liten grad vil du anbefale Norge som feriedestinasjon til andre?"

Tilfredshet med underdimensjoner på forretningsreisen i Norge

Marked	Dette overnattingsstedet	Attraksjoner og severdigheter	Gjестfriheten til lokalbefolkningen	Matopplevelser og lokale spesialiteter	Aktivitetmuligheter	Uvektet n
Norsk rejsende	7.6	8.1	7.9	7.6	7.8	759-1180
Udenlandsk rejsende	7.5	7.1	8.1	7.0	7.1	328-517
Total	7.6	7.8	8.0	7.4	7.7	1102-1697

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredsheten med underdimensjoner på forretningsreisen i Norge fordelt på norske og utenlandske forretningsreisende. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten er svært misfornøyd, mens 10 angir at respondenten er svært fornøyd. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med...?"

Tilfredshet med underdimensjoner på forretningsreisen i Norge (fortsett)

Marked	Pris i forhold til kvalitet på oppholdet ditt	Muligheten for å shoppe	Muligheten for å oppleve lokal kultur og levemåte	Møtefasilitetene på overnattingsstedet	Lokal transport	Uvektet n
Norsk rejsende	6.8	7.7	7.2	7.3	7.9	759-1180
Udenlandsk rejsende	5.4	6.5	6.7	7.4	7.8	328-517
Total	6.5	7.4	7.1	7.3	7.9	1102-1697

Note: Tabellen viser den gjennomsnittlige tilfredsheten med underdimensjoner på forretningsreisen i Norge fordelt på norske og utenlandske forretningsreisende. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten er svært misfornøyd, mens 10 angir at respondenten er svært fornøyd. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med...?"

Sandsynlighet for at komme tilbake til Norge i løpet af de nærmeste 3 årene

Markeder	På feriereise om sommeren	På feriereise om vinteren	På cruise	Uvektet n
Norsk rejsende	8.7	8.0	3.5	796-878
Udenlandsk rejsende	5.8	4.5	4.2	498-519
Total	7.7	6.9	3.8	1294-1397

Note: Tabellen viser de forretningsreisendes gjennomsnittlige tilbøyelighet til at komme tilbake til Norge fordelt på markeder med over 100 respondenter. Spørsmålene er stilt slik at 1 angir at respondenten vurderer det pågeldende reisetypen til at være svært usannsynlig, mens 10 angir at respondenten er svært sannsynlig. Spørsmålsformuleringene lød: "Hvor sannsynlig at du vil komme tilbake til Norge i løpet av de nærmeste 3 årene på...?". Spørsmålene er kun stillet i 2016.

Feriereisendes gjennomsnittlige daglige forbruk fordelt på poster og markeder

Marked	Transport	Overnatting	Øvrig forbruk	Samlet døgnsforbruk	Uvektet n
Norsk rejsende	kr. 840	kr. 1,235	kr. 1,650	kr. 3,725	1573
Udenlandsk rejsende	kr. 770	kr. 1,310	kr. 1,475	kr. 3,555	577
Total	kr. 825	kr. 1,250	kr. 1,615	kr. 3,690	2150

Note: Tabellen viser forretningsreisendes gjennomsnittlige daglige forbruk på enkelte forbruksposter og markeder samt det gjennomsnittlige totalforbruk i Norge fordelt på markeder med over 100 respondenter.

METODE OG DATAGRUNNLAG

Sammenlikning med tidligere rapporter

I 2016 er det gjennomført markante endringer i både metoden for vekting samt metoden for erstatning av outliers og manglende svar. Disse store endringene har overordnet forbedret datakvaliteten ift. representativitet, nøyaktighet og analysemuligheter, men samtidig betyr dette at resultatene ikke kan sammenliknes direkte med tidligere rapporter hvor de nye prosedyrene ikke er implementert.

Vekting av data

Alle turister er interjuet ved utvalgte kommersielle overnattingssteder, herunder hoteller, campingplasser, hyttegårder og ved Hurtigruten, men ikke ved egne hytter, på vandrerhjem eller hos familie og venner. Sistnevnte overnattingsformer inngår heller ikke i populasjonstallene, og kan derfor ikke vektas. Svalbard inngår heller ikke i undersøkelsen. Fra 2015 inngikk Hurtigruten i populasjonstallene noe som innebærer at tallene fra 2015 og 2016 ikke er direkte sammenliknbare med tidligere år om ikke hurtigruten sorteres fra.

Respondenter som har angitt at de er transitreisende i Norge eller er på sesongarbeid i Norge har også blitt tatt ut av analysen og inngår derfor ikke. Utover dette er respondenter som ikke har oppgitt nasjonalitet blitt tatt ut av analysen da de ikke kan behandles som de resterende respondenter i de forskjellige trinnene av databehandlingen. Den resterende stikkprøven vektas deretter i forhold til populasjonsfordelingene for nasjonalitet, reisetypen og stratum. Prosedyrene for vekting er forbedret markant i forhold til tidligere rapporter noe som innebærer at representativiteten er høyere. Dette medfører imidlertid også at resultatene ikke er direkte sammenliknbare med tidligere rapporter.

For å korrigere for tidsmessige utsving er data vektet på henholdsvis. tertials-, års- og sesongnivå. Hver vekt tar følgelig høyde for representativiteten innenfor den respektive tidsenhet. Hvis fokus er på årnivå brukes årsvekten og tilsvarende med sesonger og de enkelte tertialene. De forskjellige vektene betyr også at når der anvendes flere vekter er ikke tallene direkte sammenliknbare.

Populasjonsfordelingene er tilsendt fra Statistisk Sentralbyrå (SSB). Populasjonstallene fra SSB er stratifisert etter overnattingsstedets type og beliggenhet. Sammen med respondentens nasjonalitet utgjør hver av disse kombinasjonene en celle. Et eksempel på en celle er *norske turister i Trøndelag uten storbyer*. For å unngå tomme celler i vekten har celler blitt slått sammen slik at de stemmer overens med den stratifiseringen datainnsamlingen er basert på.

Tabell 1 i «Datagrunnlag og geografisk fordeling av intervjuer» viser hvor mange respondenter som har blitt intervjuet i hver enkelt strata og region i Norge.

Selve vekteprosedyren

Stikkprøven er vektet på overnattingsnivå slik at en turist med eksempelvis 6 overnattinger er vektet 6 ganger og derfor teller mer enn en turist med bare 1 overnatting. For å unngå at enkelte respondenter får uforholdsmessig stor betydning er antall overnattinger i utregningen av vekten imidlertid satt til maks 21 overnattinger. På den måten veier gjester med mange overnattinger fortsatt tyngre enn gjester med få overnattinger, men uten at enkelte gjester kan påvirke gjennomsnittene uforholdsmessig mye.

Stikkprøven transponeres tilbake til individnivå før analysene gjennomføres. Tallene i rapportene er derfor uttrykk for analyser av individer, eller retttere sagt turister (angitt med «n» i tabellene).

Som nevnt ovenfor er stikkprøven vektet ut ifra populasjonsfordelinger på nasjonalitet, reisetypen og stratum. Vekten har to funksjoner. For det første sørger den for at turistgrupper som er underrepresenterte i stikkprøven i forhold til populasjonen blir vektet opp, mens overrepresenterte grupper blir vektet ned. For det andre sørger den for at alle respondenter samlet blir vektet opp mot det samlede antall overnattinger i populasjonen. 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.

En ytterligere bemerkning om reisetypen er nødvendig. Det betyr at data vektas opp til populasjonsforholdet mellom forretningsreisende, ferieturister, de som overnatter på hotell, og ferieturister som ikke overnatter på hotell. Overnattinger på Hurtigruten teller i denne beregningen som overnattinger på hotell da det er slik disse overnattingene inngår i SSB's statistikker.

Vektens anvendelse

Vektingen brukes i alle analyser med få unntak, og andelene representerer dermed overnattinger. Vekten er ikke blitt brukt i analyser, som viser det gjennomsnittlige antall overnattinger. Her har vi i stedet regnet ut en annen vekt som tar høyde for populasjonsfordelingen av nasjonalitet, reisetypen og stratum, men ikke respondentenes overnattningslengde. Dette er for å unngå at det vektes "dobbel" i forhold til antall overnattinger.

Estimert forbruk og erstatning av manglende svar

Forbruket er beregnet per overnatting ut fra det totale antall overnattinger respondenten har angitt. Der er dessuten tatt høyde for reisegruppens størrelse i beregningene av forbruket. For noen respondenter var det manglende svar mht. antallet av overnattinger og reisefølgets størrelse. Respondenter som har angitt at det er 0 i reisefølget, eller ikke har angitt en verdi, har blitt tildelt verdien 1, da dette er et absolutt minimum. Hvis respondenten har angitt å ha 0 overnattinger eller ikke har oppgitt antallet, er Statistisk Sentralbyrås angivelse av respondentens overnattinger blitt brukt som erstatning. Da det har vært mulig å angi forbruket i ulike valutaer er disse blitt omregnet til norske kroner ved å bruke gjennomsnittlige valutakurser fra Norges Bank.

Erstatning av manglende svar og uteliggere

Etter denne innledende håndteringen av reisefølgets størrelse, antallet av overnattinger og anvendt valuta, er problemer med manglende besvarelser og uteliggere blitt håndtert.

Ettersom data fra alle tidsperioder er sammenlagt kan forbruket betraktes over tid. Uteliggerne er identifisert og håndtert gjennom grupperinger som har ensartet forbruk. Grupperingene for feriereisende og forretningsreisende behandles forskjellig da de har forskjellige forbruksmønstre. Feriereisende grupperes etter markeder, sesong (på tvers av alle år) og hvorvidt det er blitt kjøpt en pakkereise. Forretningsreisende erstattes på årsbasis og hvilken region de tilhører. Logikken her er at feriereisende sitt forbruk avhenger av sesongen og markedene, mens forretningsreisende sitt forbruk avhenger av året og regionen som besøkes.

Uteliggere er generelt håndtert slik at hvis svaret ligger mer enn 20 ganger over medianen innenfor en rekke grupperinger av respondenter er verdien erstattet med høyeste tillatte verdi innenfor markedet.

For å oppnå et gyldig forbruksestimat er det fortsatt nødvendig å erstatte manglende svar ift. forbruk. Manglende besvarelser ble erstattet med medianen innenfor de enkelte grupperinger av respondenter.

Etter korrigeringen for manglende svar er det også kontrollert for at det ikke finnes respondenter med store reisefølger og små forbruk eller mange overnattinger og små forbruk.

Vi har opplysninger på hvor mange overnattinger som har blitt holdt i Norge. Vi har derfor korrigert det totale forbruket på pakkereisen ved å multiplisere med andelen av overnattinger i pakkereisen som er avholdt i Norge.

Ytterligere behandling av uteliggere

Utover ovenstående korrigeringer i forbruket er det også blitt gjennomført outlierhåndtering for respondentenes samlede døgnforbruk slik at både respondenter med et meget lavt eller et meget høyt døgnforbruk er blitt erstattet med høyeste og laveste verdier innenfor det enkelte marked. For å identifisere potensielle outliers er det samlede døgnforbruket i første omgang blitt log transformert for å oppnå en statistisk normalfordeling av forbruket. Heretter er outliers blitt definert ved verdier som ligger mer enn fire ganger MAD (median absolute deviation) over eller under medianverdien, hvor MAD således er et mål for det samlede døgnforbruks absolutte avvik fra medianen. Etter outlierhåndteringen for det samlede døgnforbruket, er forbruk på transport, overnatting og pakkereise, samt øvrige utgifter, blitt korrigert slik at summen av disse igjen svarer til det samlede døgnforbruket.

Endringen i outlierhåndteringen og forbrukserstatningen betyr at resultatene ikke er direkte sammenliknbare med tidligere rapporter hvor de nye prosedyrene ikke er implementert.

Datagrunnlag og geografisk fordeling av intervjuer

Tabell 1 viser datagrunnlaget for undersøkelsen. Tabellen viser hvor mange intervjuer som har blitt utført i de enkelte regionene de enkelte strata i vintersesongen 2016 opdelt på ferie- og forretningsreisende.

Det er en viss risiko for at intervjuene er skjevt innsamlet i forhold til hvordan turistene faktisk fordeler seg mellom land og by. Dette er kun korrigert på strata-nivå. Det betyr at undersøkelsens resultater kan være skjeve.

Tabell 1 - Antall intervjuer i vintersesongen i enkelte regioner og strata

Region	Strata	Ferierejsende	Forretningsrejsende	Samlet
Nord-Norge	Alle Storby Tromsø	566	189	755
	Alle Troms og Finnmark ex storby	1	24	25
	Alle Nordland	55	29	84
Trøndelag	Alle Trøndelag ex storby	9	13	22
	Alle Storby Trondheim	146	208	354
Vestlandet	Alle Storby Stavanger	15	220	235
	Alle Storby Bergen	101	470	571
	Alle S&F og M&R	16	71	87
Østlandet	Alle Hed/Opp/Bu/Tele	674	123	797
	Alle Østfold og Vestfold	44	120	164
Oslo	Alle Oslo og Akershus	57	267	324
Sørlandet	Alle Sørlandet ex storbyer	450	408	858
	Alle Storby Kristiansand	0	0	0
Hurtigruten	Hurtigruten	403	8	411
Total antall intervjuer		2537	2150	4687

EPINION AARHUS

HACK KAMPMANNS PLADS 1-3 DK-8000
AARHUS C
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK

EPINION COPENHAGEN

RYESGADE 3F
2200 COPENHAGEN N
DENMARK
T: +45 87 30 95 00
E: TYA@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK

EPINION HAMBURG

ERICUSSPITZE 4
20457 HAMBURG
GERMANY
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK
W: WWW.EPINIONCONSULTING.DE

EPINION MALMÖ

ADELGATAN 5
21122 MALMÖ
SWEDEN
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.SE

EPINION NUUK

POSTBOKS 4079
GL-3900 NUUK
GREENLAND
T: +299 54 89 33
E: KUF@EPINION.GL
W: WWW.EPINION.GL

EPINION LONDON

AYLESBURY HOUSE, 17-18 AYLESBURY STREET
LONDON, EC1R 0DB
UNITED KINGDOM
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINION.DK
W: WWW.EPINION.DK

EPINION STAVANGER

KLUBBGATEN 4
4006 STAVANGER
NORWAY
T: +47 90 17 18 99
E: SM@EPINION.NO
W: WWW.EPINION.NO

EPINION OSLO

BISKOP GUNNERUS GATE 2
0155 OSLO
NORWAY
T: +47 90 17 18 99
E: SM@EPINION.NO
W: WWW.EPINION.NO

EPINION SAIGON

11TH FL, DINH LE BUILDING,
1 DINH LE, DIST. 4, HCMC
VIETNAM
T: +84 8 38 26 89 89
E: OFFICE@EPINION.VN
W: WWW.EPINION.VN

EPINION VIENNA

HAINBURGERSTRASSE 20/7
1030 VIENNA
AUSTRIA
T: +45 87 30 95 00
E: TV@EPINIONCONSULTING.AT
W: WWW.EPINIONCONSULTING.AT

