

KULTURTURISTENE 2016

INNOVASJON NORGE





INNHOOLD

© CH/visitnorway.com

1 **INNLEDNING OG LESEVEILEDNING**
Side 3

2 **SAMMENDRAG KULTURTURISTENE**
Side 4

3 **POTENSIELLE KULTURTURISTER I MARKEDET**
Side 5

4 **KULTURTURISTENE I NORGE I 2016**
Side 9

4 **KULTURTURISTENE I NORGE I SOMMER-SESONGEN**
Side 14

5 **SPENNDEDE HISTORIER OM KULTURTURISTENE I NORGE**
Side 26

6 **METODE OG BEGREPSDEFINISJONER**
Side 32

INNLEDNING OG LESEVEILEDNING

Innovasjon Norge gjennomfører årlig en landsdekkende turistundersøkelse som har som formål å belyse forbruk og turiststrømmen i Norge. Utover dette foretar Innovasjon Norge også løpende brand tracking i syv europeiske land med det formålet å gi innblikk i Norges merkevare og posisjon i sentrale nærmarkeder.

Denne rapporten kombinerer data innhentet fra Innovasjon Norges Turistundersøkelse og brand tracking, og inneholder inngående analyser av potensielle og tidligere kulturtureturister i Norge i 2016. Definisjonen av kulturtureturister vil variere avhengig av hvilket perspektiv det er på analysene, men dette vil fremgå klart og tydelig gjennom hele rapporten.

Formålet med rapporten er å estimere og gi et innblikk i markedet for potensielle kulturtureturister på tvers av de syv sentrale nærmarkedene Norge, Danmark, Sverige, Nederland, Storbritannia, Tyskland, og Frankrike. Utover dette vil rapporten også belyse **hvem de potensielle kulturtureturistene er, og hvordan de oppfatter Norge som feriedestinasjon.**

I tillegg til analysene av de potensielle kulturtureturistene, vil rapportens primære formål dessuten være å gi et innblikk i **reisevaner- og adferd for kulturtureturistene som har besøkt Norge i 2016.** Rapporten fremhever blant annet turistenes adferd og evaluering av feriereisen, samt hva de foretar seg mens de er i Norge.

Analysene som er basert på data fra Innovasjon Norges brand tracking består i alt av 26 183 besvarelser fra 2016. Fordelingen av besvarelsene på tvers av de syv europeiske markedene vises i rapportens metodeavsnitt på side 32.

Analysene som er basert på turistundersøkelsen består primært av 2416 intervju med kulturelle turister i Norge i 2016. Disse fordeler seg med henholdsvis 545 intervju blant norske kulturtureturister og 1 871 intervju blant utenlandske kulturtureturister. Datagrunnlaget er samlet inn av Statistisk Sentralbyrå (SSB) og gjennomføres ved kommersielle overnattingssteder i tråd med internasjonale anbefalinger. Det er også gjennomført datainnsamling ombord på Hurtigruten, men av forretningsmessige årsaker angis totalt antall overnattinger uten overnattinger registrert ombord på Hurtigruten. Hurtigruteturistene inngår likevel i alle de øvrige beregninger.

I turistundersøkelsen har også data blitt vektet mot det faktiske antallet overnattinger i hele perioden. Denne vektingen er benyttet i alle analyser, og turistenes svar er derfor vektet etter hvor mange overnattinger de representerer.

Vi henviser til rapportens metodeavsnitt for en grundigere redegjørelse omkring rapportens datagrunnlag og de anvendte metoder.

Rapporten er utarbeidet av Epinion på vegne av Innovasjon Norge.

God leselyst!

SAMMENDRAG KULTURTURISTENE

DE POTENSIELLE KULTURTURISTENE I MARKEDET De potensielle kultur turistene utgjør en stor del av befolkningen på tvers av de sentrale nærmarkedene i undersøkelsen (Norge, Danmark, Sverige, Nederland, Storbritannia, Tyskland og Frankrike). Dersom vi ser på omregningen til antall personer er særlig Tyskland interessant med 46,9 millioner potensielle kultur turister. En typisk potensiell kultur turist er gjerne eldre enn gjennomsnittet, har færre/ingen hjemmeboende barn, reiser oftere og er interessert i store byer samt opplevelser med vakker og urørt natur. De potensielle kultur turistene har generelt et mer positivt inntrykk av Norge enn den øvrige delen av befolkningen. De er også mer tilbøyelige til å besøke Norge i løpet av de neste 12 månedene.

KULTURTURISTENE I NORGE 2016 De sentrale kultur turistene i Norge er de som har hatt minst 2 kulturelle aktiviteter av stor eller avgjørende betydning for sin ferie.* De sentrale kultur turistene har samlet sett et estimert antall overnattinger i Norge på 5,7 millioner samt et estimert totalforbruk på 13,9 milliarder norske kroner. Dette tilsvarer ca. en tredjedel av det samlede totalforbruket blant alle feriereisende i 2016. Det høye antallet overnattinger og totalforbruk blant kultur turistene finner vi i sommersesongen. I denne perioden hadde kultur turistene 4,2 millioner overnattinger og et totalforbruk på 8,8 milliarder kroner. Ca. 64 % av kultur turistenes totalforbruk i 2016 forekom derfor i sommersesongen.

Kultur turistene skiller seg fra de øvrige feriereisende i 2016 på flere interessante parametere. Først og fremst gjennomfører kultur turistene flere aktiviteter enn de øvrige feriereisende. Dette er delvis en forklaring på at de har et høyere gjennomsnittlig døgnforbruk på hele 2235 norske kroner. Kultur turistene har også et større gjennomsnittlig reisefølgje, samt lengre opphold i Norge enn de øvrige feriereisende i 2016. Analysene viser ytterligere at det også er interessante forskjeller mellom ulike grupper av kultur turister. For eksempel ser vi forskjeller mellom kultur turistene som besøker Norge i henholdsvis vinter-, høst-, og sommersesongen. Det er også forskjeller basert på hvilket marked kultur turistene kommer fra, hvilke regioner de velger å besøke, samt hvorvidt de er autentiske kultur turister, kultur turister eller reiser med barn. I vintersesongen har kultur turistene eksempelvis gjennomsnittlig færre overnattinger og er mindre mobile, mens kultur turistene i høstsesongen i større grad reiser alene. Videre er det særlig kultur turister fra USA og de Sør-europeiske markedene (Spania, Italia og Frankrike) som utgjør en stor andel av kultur turistene i Norge i 2016. Kultur turister fra Frankrike og USA har gjennomsnittlig også et høyt døgnforbruk per person.

KULTURTURISTERNE I SOMMERSESONGEN 2016 For sommersesongen 2016 kan omkring 21 % av de norske feriereisende betegnes som sentrale kultur turister. De norske kultur turistene har i sommersesongen et estimert antall overnattinger på 1,8 millioner og et totalforbruk på 3,5 milliarder kroner. Videre har de et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1840 norske kroner. De norske kultur turistene kjennetegnes ved at de er spontane i booking adferden sin og primært benytter biler med eller uten campingvogn på ferien sin i Norge. Utover kulturelle aktiviteter setter de norske kultur turistene i høy grad pris på å oppleve naturen i Norge. Sammenlignet med de utenlandske kultur turistene har det å gå på restaurant eller på diverse forestillinger (F.eks. teater, ballet, konsert eller opera) større betydning for de norske kultur turistene. Dette er aktiviteter som fører til et høyere døgnforbruk. De norske kultur turistene gir i større grad enn de utenlandske uttrykk for at det er sannsynlig at de vil dra på ferie i Norge igjen, særlig i sommersesongen. Utover dette er de også veldig fornøyd med ferien sin i Norge og vil i stor grad gjerne anbefale Norge som feriedestinasjon.

Blant de utenlandske feriereisende er det omtrent 52 % som kan karakteriseres som sentrale kultur turister i sommersesongen. Dette er en relativt stor andel. De utenlandske kultur turistene har et estimert antall overnattinger på ca. 2,4 millioner og et totalforbruk på ca. 5,3 milliarder kroner i sommersesongen. Videre har de et døgnforbruk på 2070 kroner, noe som er en anelse høyere sammenlignet med de norske kultur turistene i samme periode. Det høyere døgnforbruket kommer delvis av at en markant høyere andel av de utenlandske kultur turistene benytter pakkereiser sammenlignet med de norske. Utover dette er de også mer mobile enn de norske med at de besøker i gjennomsnitt 2,5 regioner. De norske kultur turistene besøker til sammenligning i gjennomsnitt 1,7 regioner. De utenlandske kultur turistene tillegger også naturopplevelser, herunder fjorder og fjell, stor betydning for ferien sin. Sammenlignet med de norske kultur turistene har naturopplevelser større betydning for ferien. Samtidig ønsker de i større grad å gå på sightseeing. På samme måte som de norske er de utenlandske kultur turistene generelt meget fornøyd med oppholdet i Norge. I tillegg er de også meget anbefalingsvillige – dog i mindre grad enn de norske kultur turistene.

*Se side 10 for en nærmere definisjon av sentrale kultur turister i Norge



POTENSIELLE KULTURTURISTER I MARKEDET

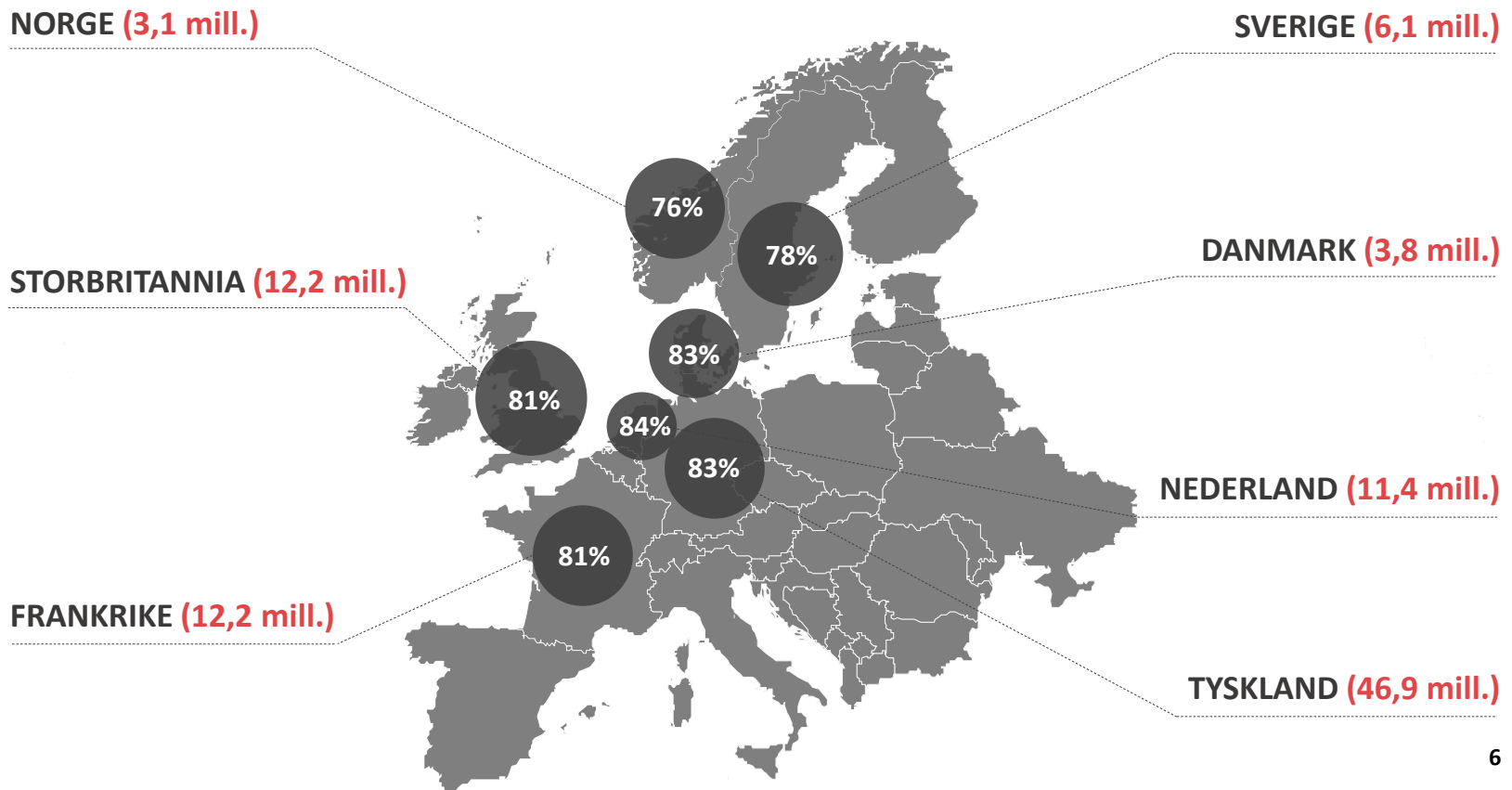
Dette avsnittet ser nærmere på potensielle kulturturister i markedet og er basert på data fra brand trackingen i 2016.

Innledningsvis i avsnittet estimeres det hvor mange potensielle kulturturister det eksisterer på tvers av de syv sentrale nærmarkedene (Norge, Danmark, Sverige, Tyskland, Nederland, Frankrike og Storbritannia). Deretter gis det en profil av de potensielle kulturistene og deres sannsynlighet for å besøke Norge. Avslutningsvis ser vi nærmere på deres opplevelse av Norge som feriedestinasjon.

Avsnittet sammenligner gjennomgående de potensielle kulturturistene med den øvrige delen av befolkningen, dette for å kunne identifisere interessante forskjeller.

POTENSIELLE KULTURTURISTER PÅ TVERS AV MARKEDER

Figuren nedenfor gir et overblikk over potensielle kulturturister på tvers av markedene. Boblene angir hvor stor andel de potensielle kulturturistene utgjør på tvers av de enkelte markedene, mens de røde tallene i parentes angir de potensielle kulturturistenes volum målt i antall personer. De potensielle kulturturistene er definert ved at de har angitt at de er interessert i å reise på ferie for å oppleve lokal kultur, kunst og livsstil i løpet av de neste tre årene. Som det fremgår er andelen av potensielle kulturturister høy for alle markedene, – men særlig høy for det danske, nederlandske, og tyske markedet. Omregnet til antall personer har det tyske markedet imidlertid den desidert største gruppen av potensielle kulturturister, mens målgruppene er omtrent like store i Storbritannia, Frankrike og Nederland.



PROFIL AV DE POTENSIELLE KULTURTURISTENE

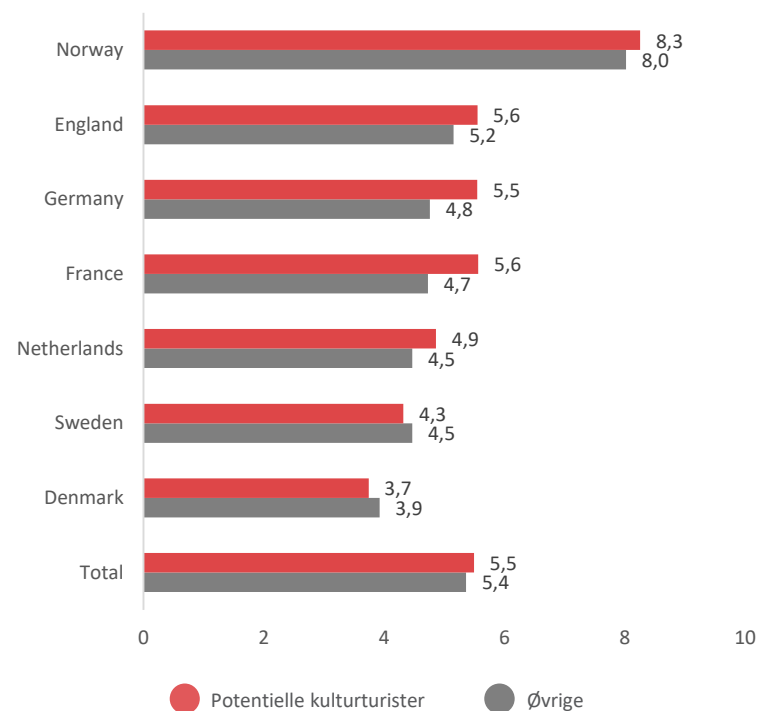
HVEM ER DE POTENSIELLE KULTURTURISTER?

De potensielle kulturturestene består i stor grad av kvinner og utgjør generelt en noe eldre del av befolkningen, med en gjennomsnittsalder på tvers av markedene på 46 år. I tillegg har de potensielle kulturturestene typisk færre barn, cirka to tredjedeler har ingen hjemmeboende barn under 18 år. Dertil kommer at denne gruppen reiser hyppigere enn den øvrige delen av befolkningen. Det er særlig de potensielle kulturturestene fra Danmark og Sverige som har hatt mange utenlandsreiser i løpet av de siste tre årene.

Når kulturturestene skal reise utenlands er de spesielt interessert i å besøke storbyer (87%), oppleve naturen i form av en ren og upolert natur (80%), en dramatisk og vill natur samt vakre landskap (76%). På tvers av alle markedene er det en stor andel av de potensielle kulturturestene som er interessert i å besøke storbyer, men det er spesielt de potensielle kulturturestene fra Tyskland, Frankrike, og England som også er interessert i naturoplevelser.

De potensielle kulturturestene har generelt noe høyere gjennomsnittlig sannsynlighet for å besøke Norge innenfor de neste 12 månedene fra de har blitt spurt. Sannsynligheten varierer imidlertid på tvers av markedene, hvor den er høyest for England, Tyskland, og Frankrike, og lavest for Danmark og Sverige. Det vises videre at den øvrige delen av befolkningen i både Danmark og Sverige har en høyere gjennomsnittlig sannsynlighet for å besøke Norge innenfor det neste året, enn de potensielle kulturturestene.

SANNSYNLIGHET FOR Å BESØKE NORGE (GJENNOMSNIITT)*



*Spørsmålsformulering: «How likely is it that you will go on holiday to Norway in the next 12 months?»

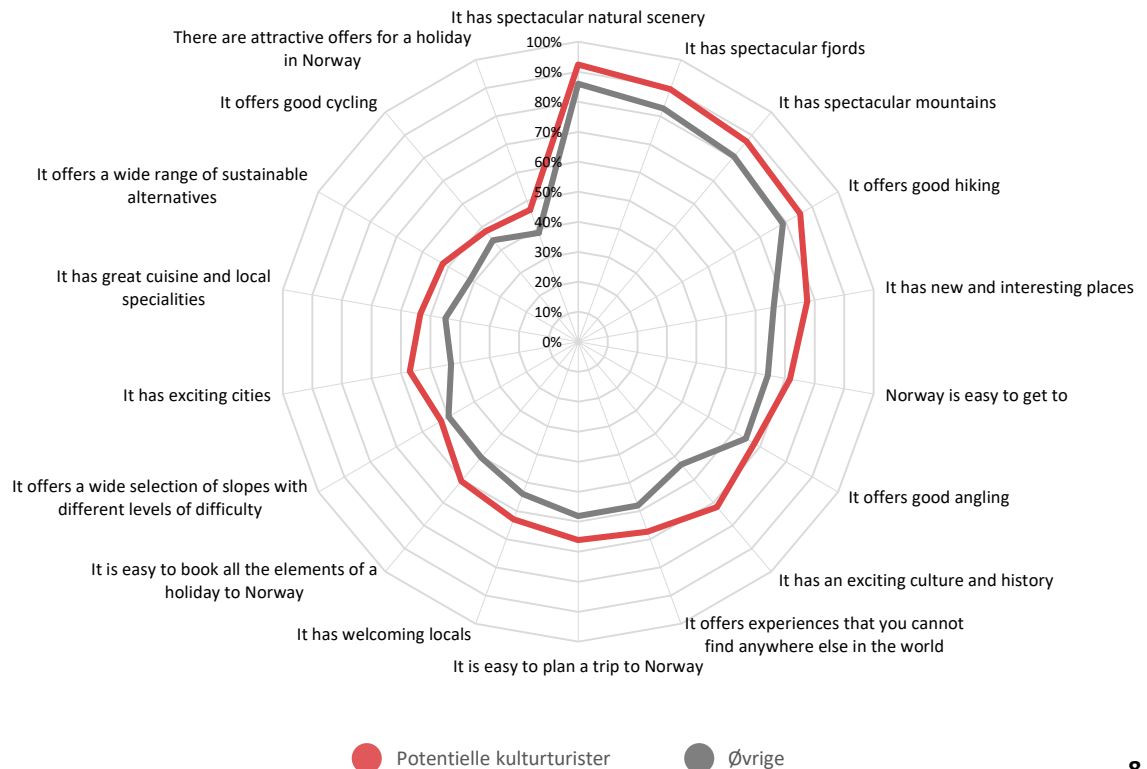
OPPFATTELSE AV NORGE SOM FERIEDESTINASJON

ANDEL AV MARKEDET SOM ER ENIG ELLER SVÆRT ENIG I FØLGENDE UTSAGN OM NORGE

De potensielle kultur turistene har generelt sett en mer positiv oppfattelse av de tilbud og opplevelser som Norge kan tilby i forbindelse med en feriereise, enn den øvrige del av befolkningen. Det er konsekvent en høyere andel av kultur turistene som har erklært seg enig eller svært enig i utsagnene til høyre sammenlignet med den øvrige delen av befolkningen.

Kultur turistene forbinder spesielt – som den øvrige delen av befolkningen – Norge med en storslått natur med fjorder, fjell og gode muligheter for fotturer. Den største forskjellen mellom kultur turistene og den øvrige delen av befolkningen sin oppfattelse av Norge relaterer seg til de kulturelle opplevelsene, storbyopplevelser samt mangfoldet i opplevelsene.

Det er spesielt de potensielle kultur turistene fra Tyskland, Norge, Storbritannia og Frankrike som forbinder Norge med en spennende kultur og historie, mens de danske og svenske kultur turistene er mindre enig i dette.





grandpeople
Illustrasjon for „Vagant – Tidsskrift for litteratur og kritikk“, utgave 2,3 & 4, 2007



grandpeople
Illustrasjon for „Vagant – Tidsskrift for litteratur og kritikk“, utgave 2,3 & 4, 2007



grandpeople
Illustrasjon for „Vagant – Tidsskrift for litteratur og kritikk“, utgave 2,3 & 4, 2007



yokoland
Plakat „Don't Eat Your Neighbour“ for Human Empire, 2007



yokoland
Plakat „When the clouds clear“ for LQAF/La Recordings, 2006



teipu
Plakat for „Jyellesvaten“, 2005



mission design
Illustrasjon for magasinsoppslaget „Wildlife“, Foto: Pii Lauki, 2008



mission design
Illustrasjon for magasinsoppslaget „Wildlife“, Foto: Pii Lauki, 2008



craft by lene
Illustrasjon for „Innsikt“, tidsskrift for AD/HD, Tourettes syndrom og narkolepsi, 2007



KULTURTURISTENE I NORGE I 2016

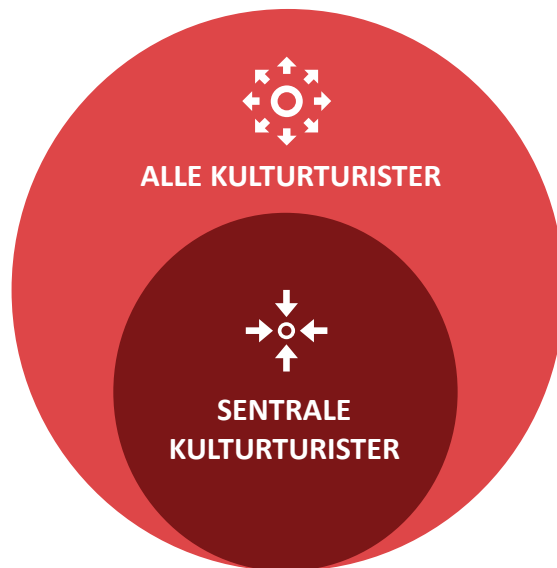
I dette avsnittet rettes fokuset mot kulturturene som har besøkt Norge i løpet av 2016. Tallene er basert på data fra Turiundersøkelsen 2016.

Avsnittet gir bl.a. en klar definisjon av kulturturene og kulturturenes andel av ferieturismen i Norge over de siste årene. I tillegg sees det her nærmere på sammensetningen av kulturturene i henhold til de aktivitetene som de foretar eller planlegger. Avslutningsvis estimeres totalvolum- og forbruk for målgruppen på tvers av sesongene i 2016.

En av hovedkonklusjonene i dette avsnittet er at kulturturene utgjør en vesentlig større andel i sommersesongen enn i de øvrige sesongene i 2016. Dette gjelder også for deres totalvolum og forbruk.

DEFINISJONEN AV KULTURTURISTENE I NORGE

I de foregående år ble kulturturister definert på bakgrunn av hvilke aktiviteter de gjennomførte på reisen i Norge. I 2016 er det endringer i spørreskjemaet angående aktivitetsspørsmålene som gjør det mulig å definere både den brede gruppen av turister med kulturelle aktiviteter, samt en smalere gruppe av sentrale turister hvor de kulturelle aktivitetene har vært av 'stor' eller 'avgjørende' betydning for reisen. Det er viktig å bemerke seg at de sentrale kulturturistene er en undergruppe av alle kulturturistene. En utdypning av definisjonene kan ses nedenfor.



ALLE KULTURTURISTER

Alle kulturturister er definert som feriereisende som har angitt at minst to av følgende aktiviteter har "**liten**", "**noe**", "**stor**" eller "**avgjørende**" betydning for deres reise til Norge:

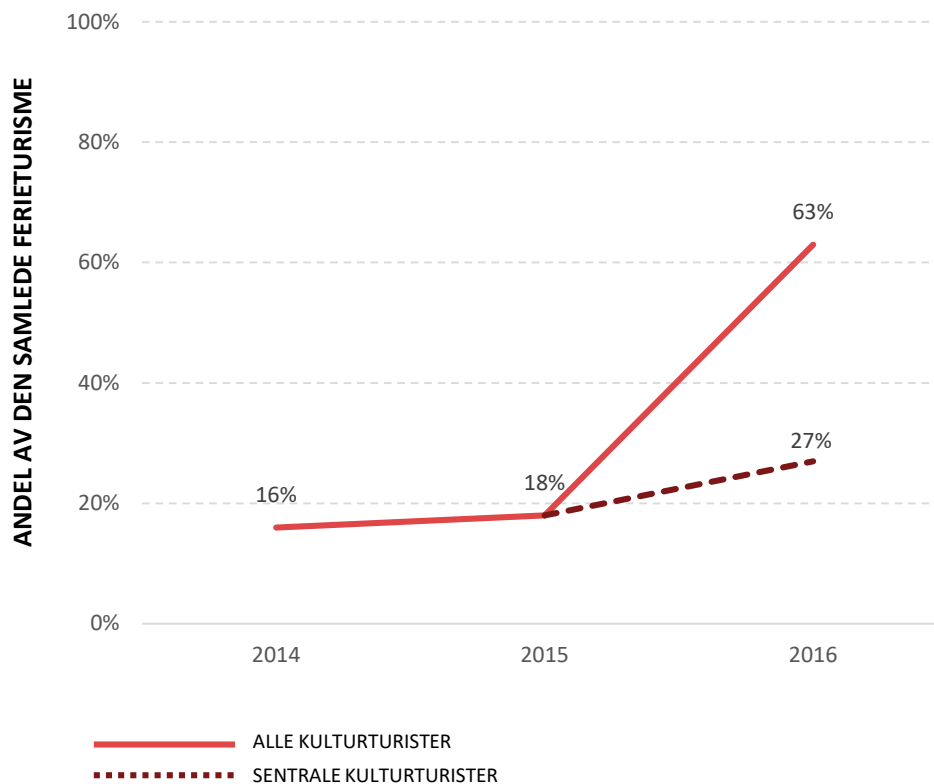
- Oppleve lokal historie og legender
- Oppleve lokal kultur og levemåte
- Oppleve tradisjoner og nasjonale fester
- Besøke historiske bygninger / steder
- Besøke museer
- Oppleve moderne kunst

SENTRALE KULTURTURISTER

Sentrale kulturturister er definert som feriereisende som har angitt at minst to av følgende aktiviteter har "**stor**" eller "**avgjørende**" betydning for deres reise til Norge:

- Oppleve lokal historie og legender
- Oppleve lokal kultur og levemåte
- Oppleve tradisjoner og nasjonale fester
- Besøke historiske bygninger / steder
- Besøke museer
- Oppleve moderne kunst

UTVIKLING I KULTURTURISMEN OVER ÅRENE



*I 2014 og 2015 defineres en kulturturist som en turist, som har foretatt minst to av følgende aktiviteter: Opplive lokal historie og legender, Opplive lokal kultur og levemåte, Opplive tradisjoner og nasjonale fester, Besøke historiske bygninger/steder, Besøke kunstutstillinger/museer.

I figuren til venstre fremgår utviklingen i kulturturismen fra årene 2014 til 2016. Linjene angir andelen av turisttypen i forhold til alle feriereisende i de enkelte årene. Den stiplede linjen angir andelen av sentrale kulturturister.

Kulturturismen har siden 2014 opplevd en mindre økning. I 2015 utgjorde kulturturistene 18 % av alle feriereisende. Ved sammenligning av denne andelen med alle kulturturistene i 2016 ser vi en økning på 45 %-poeng til 63 % i 2016. Det er dog mer sammenliknbart å sammenligne andelen i 2015 med de sentrale kulturturistene. Økningen her er på 9 %-poeng, til en samlet andel av ferieturister på 27 % i 2016. Overordnet kan det altså konkluderes at det er en økning i andelen av kulturturister.

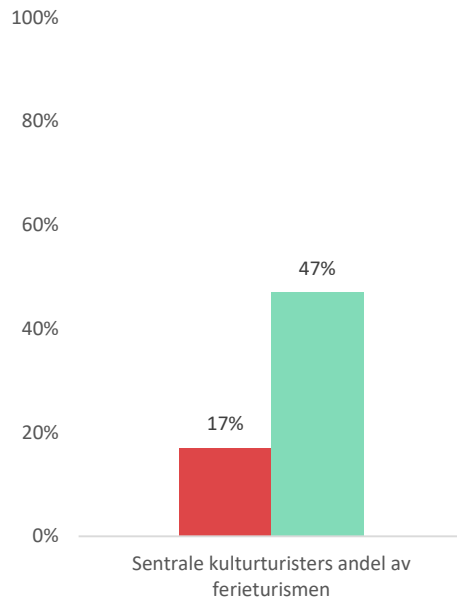
Gjennom både denne og tidligere analyser av målgruppeaktiviteter har de sentrale turistene vist seg å være mer sammenlignbare med de foregående årene enn den utvidede definisjonen som inkluderer alle turister. I de påfølgende analysene vil sentrale kulturturister derfor benyttes til å karakterisere denne spesifikke målgruppen, mens totalt volum og forbruk vil bli estimert for alle kulturturister så vel som for de sentrale kulturturister i dette rapportavsnittet. Dette for å kunne identifisere eventuelle forskjeller ved sammenligning.

På neste plansje vises det først hvilke aktiviteter som er mest utbredt i definisjonen av de sentrale kulturturistene.

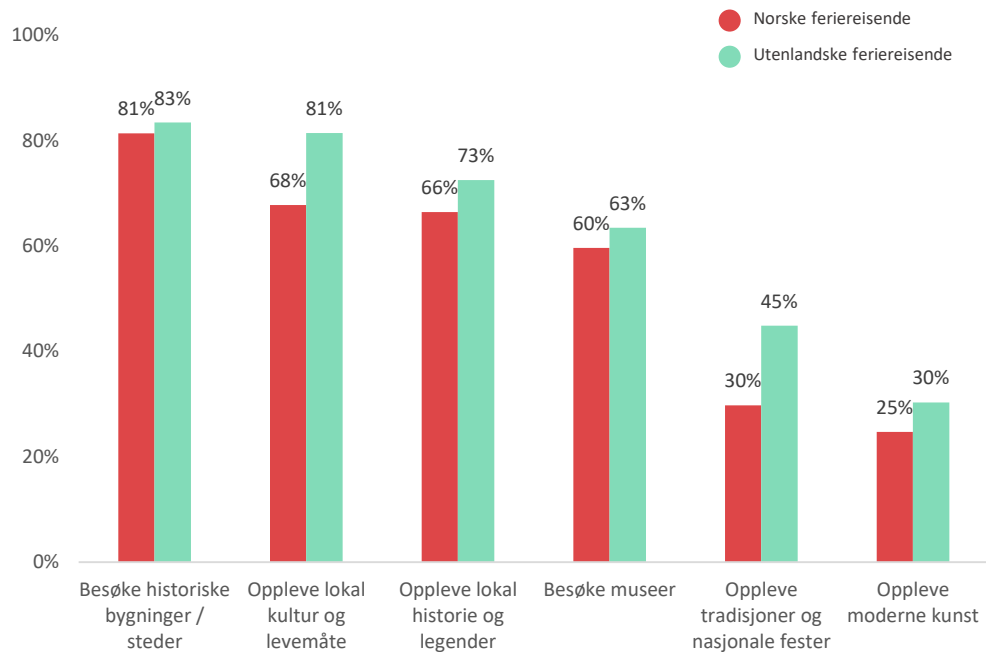
DE SENTRALE KULTURTURISTENE I 2016

Figurene nedenfor viser aktivitetene som bidrar til den sentrale kulturturen i 2016. Overordnet kan nesten halvparten av de utenlandske feriereisende i 2016 betegnes som sentrale kulturturnister sammenlignet med en femtedel av de norske feriereisende. Det er således en vesentlig større andel av de utenlandske feriereisende som er kulturturnister sammenlignet med norske feriereisende. På tvers av de norske og utenlandske kulturturnistene er de aktivitetene som bidrar mest til kulturturen det å «Besøke historiske bygninger / steder», «Opplive lokal kultur og levemåte» og «Opplive lokal historie og legender». Likevel planlegger de utenlandske kulturturnistene i vesentlig større grad enn de norske å «Opplive lokal kultur og levemåte» og «Opplive tradisjoner og nasjonale fester». De minst populære kulturaktivitetene er henholdsvis det å «Opplive moderne kunst» og «Opplive tradisjoner og nasjonale fester».

ANDEL AV FERIEREISENDE HVOR MINST TO AV KULTUR-
AKTIVITETENE HAR STOR ELLER AVGJØRENDE BETYDNING

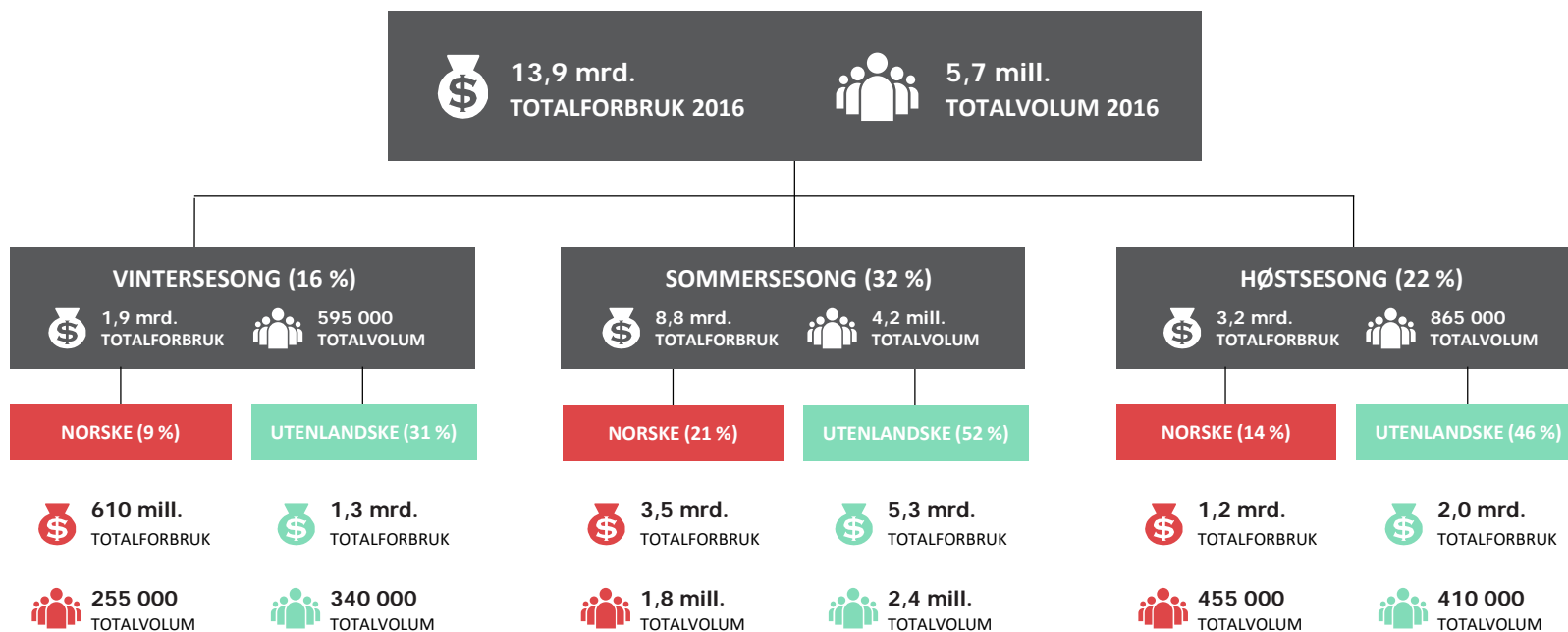


ANDEL AV SENTRALE KULTURTURISTER SOM HAR ANGITT AT AKTIVITETENE HAR STOR ELLER
AVGJØRENDE BETYDNING



DE SENTRALE KULTURTURISTENE ETTER SESONG I 2016*

I 2016 har kulturturene et samlet totalforbruk på 13,9 milliarder kroner og et samlet antall overnattinger på 5,7 millioner overnattinger. Kulturturene står for omtrent en tredjedel av det samlede totalforbruket for feriereisende i 2016, noe som utgjør 42,7 milliarder kroner. De utenlandske kulturturene forbruker dessuten mer enn de norske kulturturene i alle kvartaler av 2016, selv om volumet ikke utgjør store forskjeller. Det er spesielt kulturturene i sommersesongen som står for kulturturenes totalforbruk i 2016. En andel på 64 % av kulturturenes totalforbruk i 2016 skjer i sommersesongen og nesten tre av fire kulturturene som besøkte Norge i 2016 kom i sommersesongen. Det er også i sommersesongen at kulturturene utgjør den største andelen av ferieturismen; nesten en tredjedel av ferieturistene i sommersesongen kan betegnes som sentrale kulturturene. På bakgrunn av dette rettes fokuset i rapportens resterende avsnitt på sommersesongens kulturturene.



*Av forretningsmessige årsaker angis totalt antall overnattinger uten overnattinger som registrert ombord på Hurtigruten. Hurtigruteturistene inngår likevel i alle øvrige beregninger.

**Prosentene angir andel sentrale kulturturene blant alle feriereisende.



KULTURTURISTENE I NORGE I SOMMER- SESONGEN

I dette avsnittet rettes fokuset på de sentrale kulturturene som har besøkt Norge i sommersesongen 2016. Analysene er som i forrige avsnitt basert på data fra Turistundersøkelsen 2016.

De norske og utenlandske kulturturene har et betydelig høyere totalvolum og totalforbruk i sommersesongen, enn kulturturene i de øvrige sesongene. De står f. eks for omtrent 60% av totalforbruket for alle kulturturene i 2016. Sommersesongens kulturturene vil derfor være fokus i dette avsnittet.

KULTURTURISMEN I SOMMERSESONGEN 2016*

21 % NORSKER KULTURTURISTER

AV ALLE
NORSKE
TURISTER



1,8 mill.

TOTALT ANTALL
OVERNATTINGER



8,9

OVERNATTINGER I
GJENNOMSNITT



8,5 / 10

GJENNOMSNITTLIG
TILFREDSHET MED REISEN



3,5 MRD. kr.

TOTALFORBRUK FOR
ALLE KULTURTURISTER



1 840 kr.

GJENNOMSNITTLIG
DØGNFORBRUK



48 730 kr.

GJENNOMSNITTLIG
TOTALFORBRUK PR. REISEFØLGE

Figuren til venstre gir et overblikk over de norske og utenlandske kulturturister i sommersesongen 2016.

De norske kulturturistene har et estimert totalvolum på 1,8 millioner overnattinger og har i gjennomsnitt 8,9 overnattinger i løpet av ferien i Norge. Totalforbruket er videre estimert til 3,5 milliarder kroner og den enkelte norske kulturturist har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1 840 kroner. Totalforbruket på ferien per reisefølge er 48 730 kroner. På en skala fra 1 til 10 har de norske feriereisende oppgitt en gjennomsnittlig tilfredshet på 8,5.

52 % UTENLANDSKE KULTURTURISTER

AV ALLE
UTENLANDSKE
TURISTER



2,4 mill.

TOTALT ANTALL
OVERNATTINGER



12,9

OVERNATTINGER I
GJENNOMSNITT



8,6 / 10

GJENNOMSNITTLIG
TILFREDSHET MED REISEN



5,3 MRD. kr.

TOTALT FORBRUK FOR
ALLE KULTURTURISTER



2 070 kr.

GJENNOMSNITTLIG
DØGNFORBRUK



99 340 kr.

GJENNOMSNITTLIG
TOTALFORBRUK PR. REISEFØLGE

De utenlandske kulturturistene har et estimert totalvolum på 2,4 millioner overnattinger og har i gjennomsnitt 12,9 overnattinger i løpet av ferien i Norge. Dette er noe høyere enn de norske kulturturistenes volum, men forskjellen vises særlig i forbruket. Totalforbruket er estimert til 5,3 milliarder kroner, og de har et gjennomsnittlig døgnforbruk per person på 2 070 kroner. Totalforbruket per reisefølge er estimert til 99 340 kroner. På en skala fra 1 til 10 har de utenlandske feriereisende oppgitt en gjennomsnittlig tilfredshet på 8,6 – tilnærmet lik de norske feriereisende.

*Av forretningsmessige årsaker angis totalt antall overnattinger uten overnattinger som registrert ombord på Hurtigruten. Hurtigruteturistene inngår likevel i alle øvrige beregninger.

NORSKE KULTURTURISTER I SOMMERSESONGEN

21 %



Cirka 21% av de norske feriereisende kan i sommersesongen 2016 karakteriseres som *sentrale kulturturnister*. Disse turistene reiser hovedsakelig i par (45 %) og en relativt stor andel reiser med barn (36 %). Dette er en betydelig høyere barneandel enn for de utenlandske kulturturnister.

De norske kulturturnistene er generelt sett mer spontane i sin bookingatferd enn de utenlandske kulturturnistene. De norske kulturturnistene booker i gjennomsnitt sin ferie 80 dager før avreise, sammenlignet med et gjennomsnitt på 128 dager for de utenlandske kulturturnistene. Denne spontane atferden kommer videre til uttrykk ved at over halvparten (56 %) booker sin ferie så sent som en måned før avreise. Det er i tillegg interessant at kun 7% av de norske kulturturnistene velger en pakkereise når de bestiller sin ferie. På tross av sin spontane adferd er de norske kulturturnistene imidlertid mindre spontane enn de øvrige norske feriereisende, som i gjennomsnitt booker sin ferie kun 46 dager før avreise.



På sin ferie rundt i Norge bruker 14 % av de norske kulturturnistene fly som sitt primære transportmiddel, noe som er en relativt stor andel sammenlignet med de utenlandske kulturturnistene. Ikke overraskende er det mest benyttede transportmiddelet imidlertid bil, med eller uten campingvogn, noe hele tre fjerdedeler benytter på sin ferie rundt i Norge.

De norske kulturturnistene har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1 840 kroner og bruker i gjennomsnitt mer penger i døgnnet på overnatting enn de utenlandske kulturturnistene. Dette er interessant ettersom en større andel har minst én overnatting hos familie, venner eller bekjente, nemlig 11 % sammenlignet med 4 % for de utenlandske kulturturnistene. De fleste velger derimot å ha minst én overnatting på hotell (53 %) og/eller i telt/campingvogn/bobil på campingplass (37 %). De norske kulturturnistene har i gjennomsnitt 8,9 overnattinger på sin ferie i Norge, noe som er betydelig høyere enn for de øvrige norske feriereisende i sommersesongen 2016.



3,0

GJENNOMSNTTLIG
ANTALL REISEFØLGE



7 %

KJØPER PAKKEREISE



53 %

OVERNATTER PÅ
HOTELL/PENSIJONAT



36 %

REISER MED BARN



74 %

REISER I BIL MED ELLER
UTEN CAMPINGVOGN I
NORGE



80

DAGER FØR AVREISE
BOOKES FERIEEN



1 840 KR

TOTALT
DØGNFORBRUK



510 KR

DØGNFORBRUK
OVERNATTING



335 KR

DØGNFORBRUK
TRANSPORT



1 605 KR

DØGNFORBRUK
PAKKE



945

DØGNFORBRUK
ØVRIG

16

UTENLANDSKE KULTURTURISTER I SOMMERSESONGEN

52 %



Omtrent halvparten av de utenlandske feriereisende i Norge kan i sommersesongen 2016 betegnes som *sentrale kultururister*, noe som utgjør en relativt stor andel. De aller fleste av de utenlandske kultururistene reiser til Norge på ferie- eller fritidsreise (95 %).

Over halvparten av de utenlandske kultururistene reiser i par (53 %), men hele 17 % velger også å reise på ferie i grupper. Sistnevnte kan muligens forklares ved at de utenlandske kultururistene har et relativt stort gjennomsnittlig antall reisefølge på 3,7. I tillegg er det interessant at over halvparten (56 %) av de utenlandske kultururistene er på ferie i Norge for første gang, noe som er en større andel enn for de øvrige utenlandske feriereisende i sommersesongen 2016 (hvor andelen er 45 %).

De utenlandske kultururistene har et høyere gjennomsnittlig døgnforbruk enn de norske kultururistene og bruker omtrent 2 070 kroner i døgnnet. Det høyere døgnforbruket henger sannsynligvis sammen med at en betydelig større andel av de utenlandske kultururistene (34 %) enn de norske (7 %) har valgt å bestille en pakkereise. Utenlandske pakkereisende bruker relativt mye penger i døgnnet på selve pakken, nemlig 1 910 kroner. Av de utenlandske kultururistene som er på pakkereise har cirka 37 % valgt en pakkereise som inneholder overnattinger i andre land enn Norge, noe som er færre enn for de øvrige utenlandske feriereisende sommersesongen 2016.

Omtrent 4 av 10 av de utenlandske kultururistene benytter henholdsvis fly eller bil med/uten campingvogn som primært transportmiddel til Norge. På reise rundt i Norge er det mest benyttede transportmiddelet også bil med eller uten campingvogn, men 12 % velger å benytte turbuss/rutebuss som sitt primære transportmiddel, noe som er en relativt stor andel sammenlignet med de norske kultururistene (5 %).



3,7

GJENNOMSNTTLIG
ANTALL REISEFØLGE



34 %

KJØPER PAKKEREISE



56 %

OVERNATTER PÅ
HOTELL/PENSJONAT



21 %

REISER MED BARN



41 %

REISER MED FLY TIL
NORGE



128

DAGER FØR AVREISE
BOOKES FERIEEN



2 070 KR

TOTAL
DØGNFORBRUK



460 KR

DØGNFORBRUK
OVERNATTING



375 KR

DØGNFORBRUK
TRANSPORT



1 910 KR

DØGNFORBRUK
PAKKE



870 KR

DØGNFORBRUK
ØVRIG

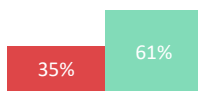
17

KULTURTURISTENE PÅ TVERS AV REGIONER I NORGE

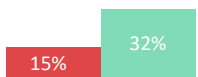
NORD-NORGE



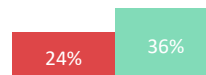
VESTLANDET



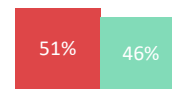
SØRLANDET



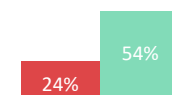
TRØNDELAG



ØSTLANDET



OSLO



 Norske kulturturnister  Utenlandske kulturturnister

Figuren til venstre gir en oversikt over hvordan de norske og utenlandske kulturturnistene i sommersesongen 2016 fordeler seg på tvers av ulike regioner i Norge.

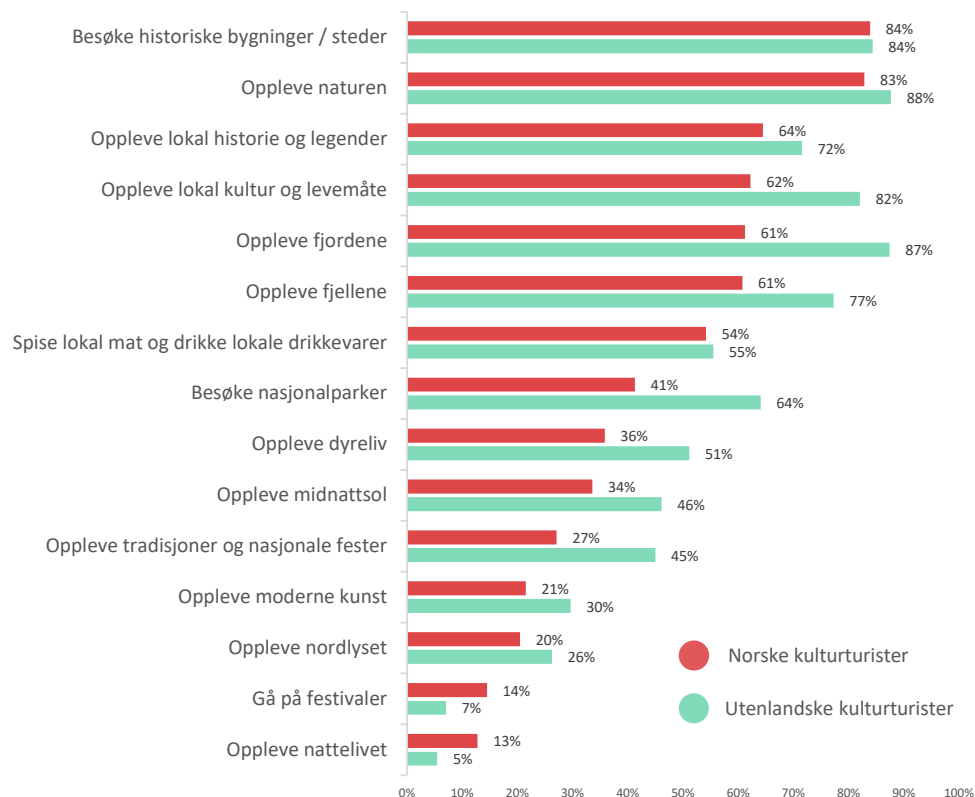
Generelt sett besøker norske kulturturnister Østlandet. Omtrent halvparten av turistene har besøkt denne regionen på feriereisen. Videre besøker omtrent hver fjerde av de norske kulturturnistene en av de øvrige regionene, bortsett fra Sørlandet. Under hver femte turist har besøkt Sørlandet.

De utenlandske kulturturnistene besøker derimot hyppigst Vestlandet (61 %) eller Oslo (54 %). Likevel besøker nesten halvparten av disse turistene også Østlandet på sin feriereise. Omtrent en av tre besøker de resterende regionene.

Som fordelingen av kulturturnister på regionene også indikerer, er de utenlandske kulturturnistene mer mobile enn de norske turistene. De utenlandske turistene har besøkt nesten én region mer i gjennomsnitt (2,5 regioner) enn de norske kulturturnistene (1,7 regioner).

HVILKE DESTINASJONSSPESIFIKKE AKTIVITETER HAR STOR ELLER AVGJØRENDE BETYDNING FOR KULTURTURISTENE?

AKTIVITETER I FERIEEN



ANTALL DESTINASJONSSPESIFIKKE AKTIVITETER**

| NORSKE | UTENLANDSKE |
|--------|-------------|
| 6,8 | 8,2 |

På denne siden vises det hvilke destinasjonsspesifikke aktiviteter som har stor eller avgjørende betydning for de norske og utenlandske kulturturnistene. Både de norske og utenlandske kulturturnistene verdsetter besøk ved historiske bygninger og generelle naturopplevelser høyt. For de utenlandske kulturturnistene har det dessuten stor betydning å oppleve de norske fjordene og fjellene samt den lokale kulturen og levemåten i Norge.

Kun få turister mener natteliv og festivaler har stor verdi.

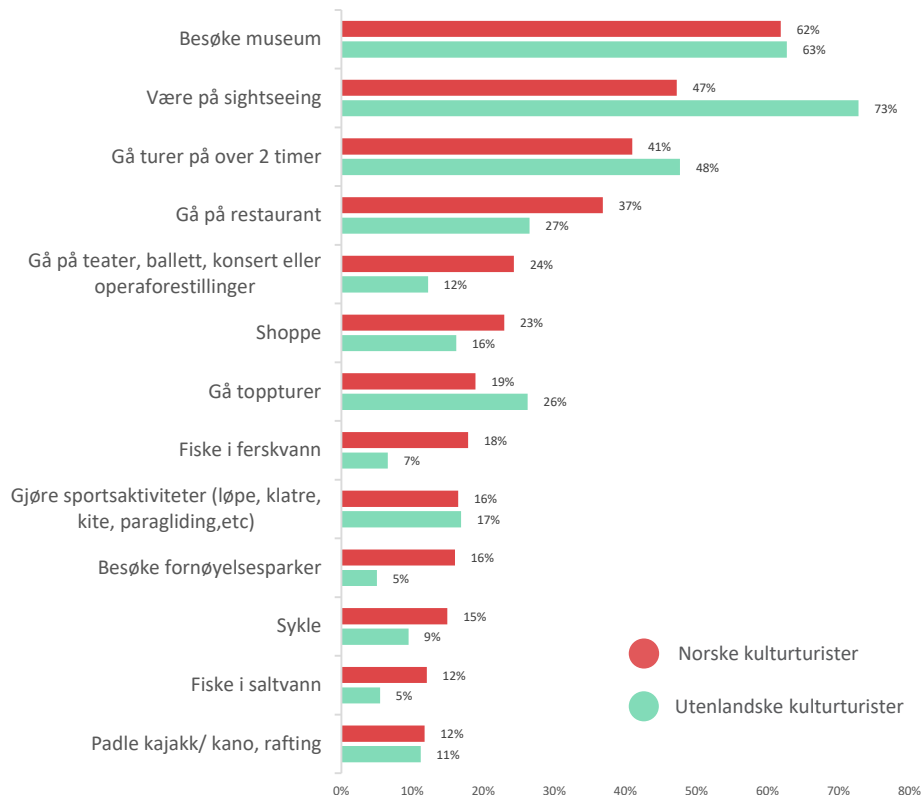
Det er verdt å bemerke at de utenlandske kulturturnistene generelt sett mener flere aktiviteter har stor eller avgjørende betydning, sammenlignet med de norske kulturturnistene.

* Aktiviteter som foretas av mindre enn 5% av turistene er ikke fremvist i grafen.

** Gjennomsnittlig antall aktiviteter (ut av 15), som kulturturnistene har angitt at har stor eller avgjørende betydning.

HVILKE REISESPESIFIKKE AKTIVITETER HAR STOR ELLER AVGJØRENDE BETYDNING FOR KULTURTURISTENE?

AKTIVITETER I FERIEEN



ANTALL DESTINASJONSSPESIFIKKE AKTIVITETER**

| NORSKE | UTENLANDSKE |
|--------|-------------|
| 3,7 | 3,4 |

Både de norske og utenlandske kulturturnistene har generelt sett færre reisespesifikke aktiviteter som de mener har stor eller avgjørende betydning sammenlignet med de destinasjonsspesifikke aktivitetene. For 3 av 4 utenlandske kulturturnister har det derimot stor eller avgjørende betydning å være på sightseeing. Det samme gjelder kun for under halvparten av de norske kulturturnistene. Motsatt har det helt klart større betydning for de norske kulturturnistene å oppleve teaterforestillinger o.l. så vel som å fiske i fersk- og saltvann.

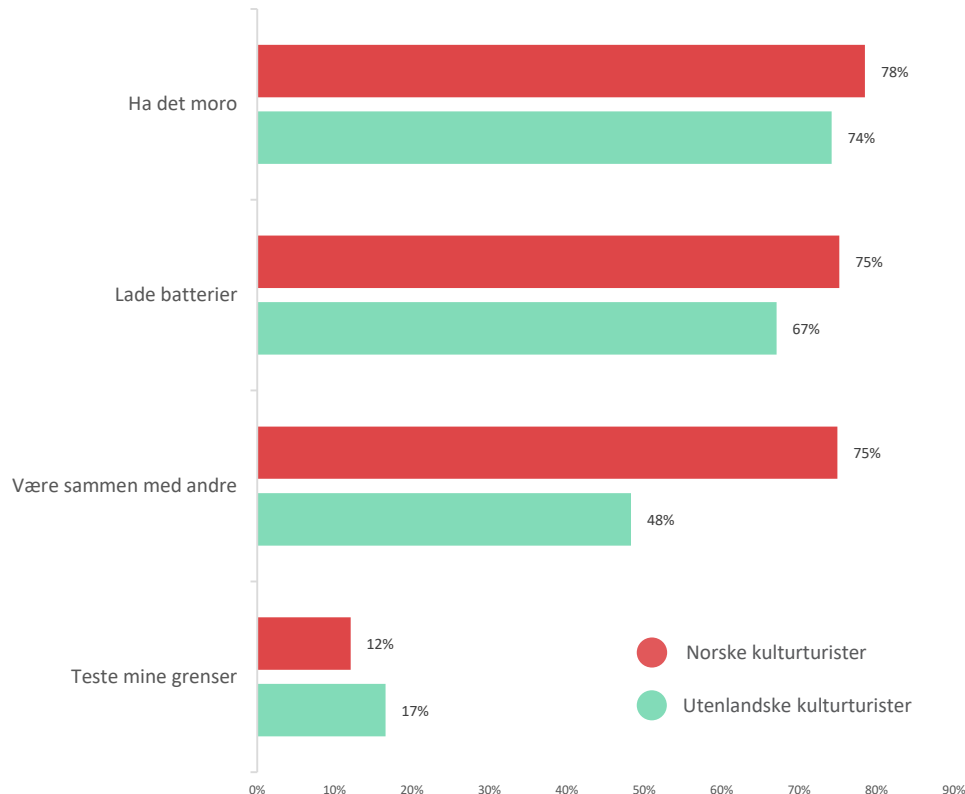
I tillegg ligner de norske og utenlandske kulturturnistene mer på hverandre på andre parametere; begge grupper besøker gjerne museer og går lange turer på over to timer, men færre foretar seg mer aktive aktiviteter som padling, sykling, og andre sportsaktiviteter.

* Aktiviteter som foretas av mindre enn 5% av turistene er ikke fremvist i grafen.

** Gjennomsnittlig antall aktiviteter (ut av 19), som kulturturnistene har angitt har stor eller avgjørende betydning.

HVILKE FORMÅLSSPESIFIKKE AKTIVITETER HAR STOR ELLER AVGJØRENDE BETYDNING FOR KULTURTURISTENE?

AKTIVITETER I FERIEEN



ANTALL DESTINASJONSSPESIFIKKE AKTIVITETER**

| NORSKE | UTENLANDSKE |
|--------|-------------|
| 2,4 | 2,1 |

For de fleste norske, så vel som de utenlandske kulturturnistene, har det stor eller avgjørende betydning for deres ferie i Norge at de skal ha det moro og lade batteriene. For en stor andel av de norske kulturturnistene har det også stor eller avgjørende betydning å være sammen med andre på ferien.

Svært få av kulturturnistene mener det har stor eller avgjørende betydning å kunne teste deres egne grenser på ferien.

* Aktiviteter som foretas av mindre enn 5% av turistene er ikke fremvist i grafen.

** Gjennomsnittlig antall aktiviteter (ut av 4), som kulturturnistene har angitt har stor eller avgjørende betydning

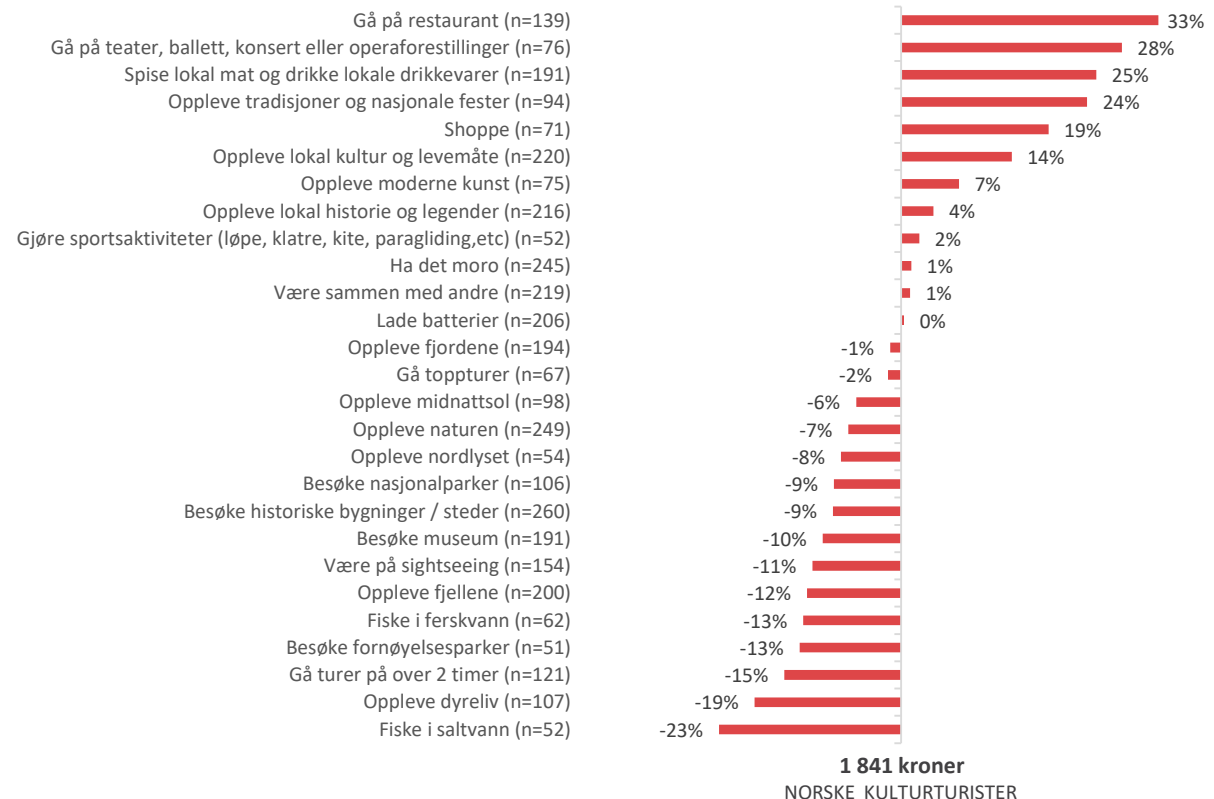
AKTIVITETER OG FORBRUK – NORSKE KULTURTURISTER

AKTIVITETER I FERIEEN

Figuren viser forskjeller i døgnforbruket for de norske kulturturistene avhengig av hvilke aktiviteter de foretar seg.

De norske kulturturistene som prioriterer gastronomiske opplevelser, teaterforestillinger o.l. har et høyere døgnforbruk enn den gjennomsnittlige norske kulturturist.

Til sammenligning har kulturturistene som i høyere grad prioriterer naturopplevelser som fiske, dyreliv, og gåturer et lavere døgnforbruk enn gjennomsnittet.



*Det vises kun aktiviteter med minst 50 respondenter med svar på 'stor' eller 'avgjørende' betydning. Forbruket sammenlignes med det gjennomsnittlige forbruket for alle norske kulturturister.

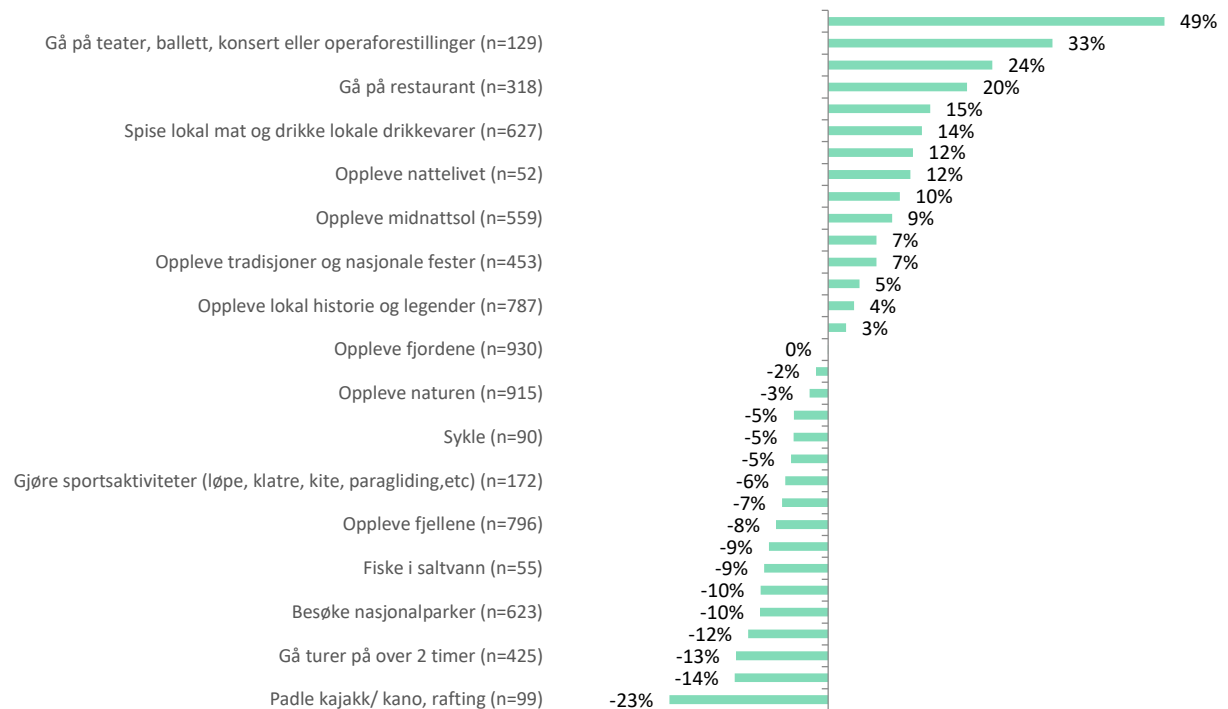
AKTIVITETER OG FORBRUK – UTENLANDSKE KULTURTURISTER

AKTIVITETER I FERIEEN

Figuren viser forskjeller i døgnforbruket for de utenlandske kultur turistene i Norge avhengig av hvilke aktiviteter de foretar seg.

Det høyeste døgnforbruket blant de utenlandske kultur turistene er de som går på festivaler og teater, ballett, konsert samt operaforestillinger. De som mener gastronomiske opplevelser og shopping har stor betydning, har også et relativt høyt døgnforbruk.

De utenlandske kultur turistene som prioriterer naturopplevelser som padling, fiske, toppturer og besøk i nasjonalparker har et relativt lavt døgnforbruk sammenlignet med den gjennomsnittlige utenlandske kultur turist.



1 810 kroner
UTENLANDSKE TURISTER

HVA PÅVIRKER DEN SAMLEDE TILFREDSHETEN?

Den overordnede tilfredshet og anbefalingsgrad er generelt høy for både de norske og utenlandske kulturturene. De norske kulturturene er imidlertid noe mer anbefalingsvillige enn de utenlandske. Både de norske og utenlandske kulturturene vurderer attraksjoner og severdigheter samt aktivitetsmuligheter i Norge høyt. De utenlandske kulturturene er derimot mest fornøyd med gjestfriheten til lokalbefolkningen, mens de norske kulturturene er mindre fornøyd med dette parameter. Gjestfriheten til lokalbefolkningen er likevel en mer betydningsfull driver for de utenlandske turistenes samlede tilfredshet, og er her like betydningsfull som attraksjoner og severdigheter i Norge. De norske kulturturenes samlede tilfredshet er derimot mer drevet av flere forskjellige drivere. Felles for norske og utenlandske kulturturene er derimot at de er minst fornøyd med pris i forhold til kvalitet samt muligheten til å shoppe – samtidig betyr det heller ikke mye for deres samlede tilfredshet.

HVA PÅVIRKER TILFREDSHETEN?



● Norske kulturturene ● Utenlandske kulturturene

VURDERING AV FORHOLD

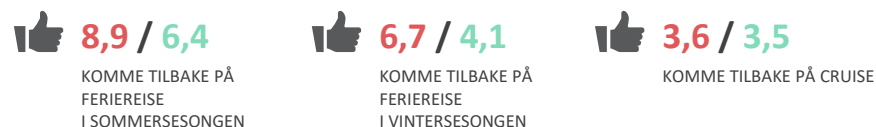


*Spørsmålsformuleringen for de seks spørsmålene er: «Hvor fornøyd eller misfornøyd er du alt i alt med...?»

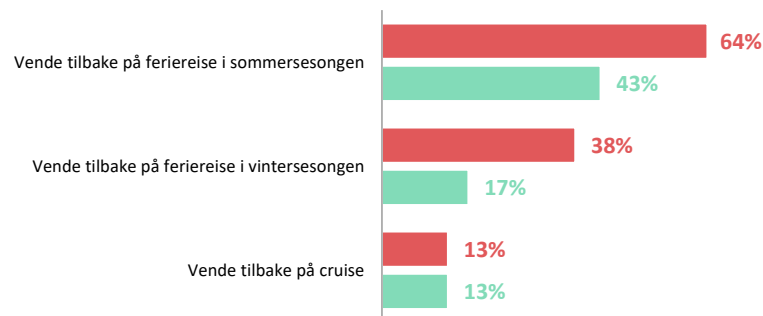
HVOR STOR SANNSYNLIGHET ER DET FOR AT KULTURTURISTENE GJENBESØKER?

Norske kulturturister har en større tendens enn utenlandske kulturturister til å dra på ferie i Norge igjen. Det er derimot interessant at den andelen som med stor sannsynlighet kan finne på å komme tilbake på cruise - er like høy for utenlandske og norske kulturturister i sommersesongen 2016. Utenlandske kulturturister har generelt sett en større tendens til å vende tilbake hvis de reiser til Norge jevnlig. I forlengelsen av dette er både de norske og utenlandske kulturturistene mest tilbøyelige til å dra på ferie i Norge igjen om sommeren sammenlignet med vintersesongen og cruise. De norske kulturturistene er dog betydelig mer positive til det å dra på ferie i vintersesongen sammenlignet med de utenlandske kulturturistene. Ved et dyppdykk i forskjellen mellom de utenlandske kulturturistene som tidligere har besøkt Norge og de som besøker Norge for første gang, kommer det frem at gjengangerne generelt uttrykker større sjanse for å komme tilbake til Norge både i sommersesongen (56 %), vintersesongen (20 %) og på cruise (15 %).

HVOR STOR ER SANNSYNLIGHETEN FOR Å KOMME TILBAKE?*

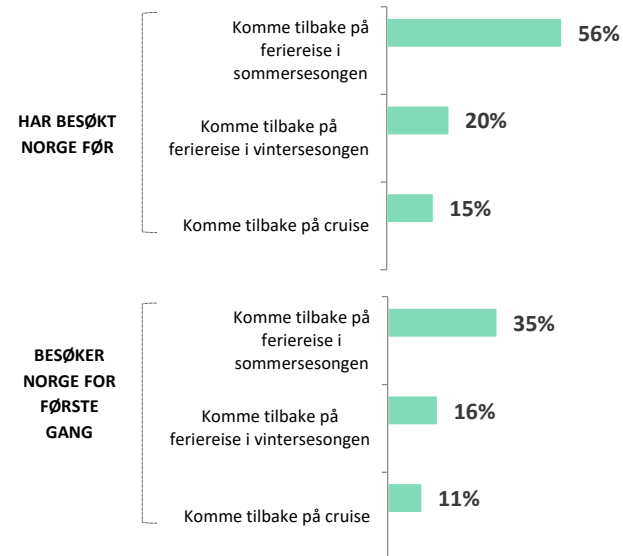


ANDEL MED HØY SANNSYNLIGHET FOR GJENBESØK (8-10)



● Norske kulturturister ● Utenlandske kulturturister

ANDEL MED HØY SANNSYNLIGHET FOR GJENBESØK (8-10)



*Spørsmålsformuleringen for spørsmålene er: «Hva er sannsynligheten for at du vil komme tilbake til Norge i løpet av de nærmeste 3 årene...?»



SPENNDE HISTORIER OM KULTURTURISTENE I NORGE

De forrige delene av rapporten belyste blant annet de potensielle kultur turistene i markedet og kultur turistene i Norge. Utover dette ga rapportens avsnitt om kultur turistene i sommersesongen et innblikk i turistenes reisemønstre, forbruket og aktivitetsnivået på feriereisen i Norge i sommersesongen.

I denne delen trekkes ulike tendenser ut av tallene rundt kultur turistene og utdypes i spennende fortellinger om dem. Analysene er som i forrige del basert på data fra Turistundersøkelsen 2016.

KULTURTURISTENE SKILLER SEG UT FRA DE ØVRIGE TURISTENE I NORGE PÅ FLERE PUNKTER



KULTURTURISTENE FORETAR FLERE AKTIVITETER

Kulturturistene foretar i gjennomsnitt flere aktiviteter med stor eller avgjørende betydning enn de øvrige feriereisende i Norge i 2016. Mens kulturturistene i gjennomsnitt angir 13,4 aktiviteter med stor eller avgjørende betydning for deres reise, angir de øvrige feriereisende kun 4,9 aktiviteter i gjennomsnitt. Dette indikerer at kulturturistene er mer aktive, mobile og oppsøkende på sin feriereise i Norge sammenlignet med de øvrige feriereisende. Utover store forskjeller i betydningen av de kulturelle aktivitetene, skiller kulturturistene seg spesielt ut fra de øvrige turistene ved at sightseeing og naturopplevelser i større grad har stor eller avgjørende betydning for deres ferie i Norge.



KULTURTURISTERNE HAR ET HØYERE DØGNFORBRUK

Kulturturistene i Norge har generelt sett et høyere døgnforbruk enn de øvrige feriereisende, noe som gjør dem til en særlig attraktiv målgruppe. Mens kulturturistene har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 2 235 kroner på tvers av hele året, har de øvrige feriereisende et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1 715 kroner. Kulturturistene bruker mer penger enn de øvrige feriereisende på samtlige poster utenom overnatting. Det er derimot spesielt det gjennomsnittlige forbruket på øvrige poster (lommepenger), som ligger bak kulturturistenes høyere døgnforbruk. Dette henger særlig sammen med at kulturturistene er mer aktive og foretar flere aktiviteter. Man kan også se at de i større grad enn de øvrige feriereisende shopper eller går på restaurant, noe som er aktiviteter som bidrar vesentlig til et høyere forbruk på feriereisen.



FLERE ATFERDSMESSIGE FORSKJELLER

Foruten at kulturturistene foretar flere aktiviteter og har et høyere gjennomsnittlig døgnforbruk enn de øvrige feriereisende i Norge, er det også flere atferdsmessige forskjeller på feriereisen som skiller dem fra de øvrige turistene.

Kulturturistene har både et større gjennomsnittlig reisefølge og i gjennomsnitt et lengre opphold enn de øvrige feriereisende. Mens reisefølget i gjennomsnitt består av 3,3 personer har de i gjennomsnitt 10,0 overnattinger i Norge. Som sammenligning består reisefølget i gjennomsnitt av 2,9 personer blant de øvrige feriereisende, mens oppholdslengden i gjennomsnitt er på 6,7 overnattinger. At kulturturistene har et høyere gjennomsnittlig reisefølge kan tildels forklares ved at flere reiser i grupper og færre reiser alene. Kulturturistene reiser imidlertid oftere sammen i par, og cirka en fjerdel reiser med barn.

Kulturturistene benytter i stor grad samme overnattingsformer som de øvrige feriereisende, hvor den foretrukne overnattingsform er hotell eller pensjonat, etterfulgt av campingplasser som er mer populært i sommersesongen. Kulturturistene overnatter derimot i større grad på Hurtigruten enn de øvrige feriereisende i Norge.

KULTURTURISTENE PÅ TVERS AV SESONGENE



KULTURTURISTENE I VINTERSESONGEN

I vinterseongen utgjør kultur turistene omtrent 16 % av alle feriereisende i Norge. Utover dette er størsteparten utenlandske feriereisende, hvor mer enn 6 av 10 kommer fra utlandet. Det primære markedet disse kommer fra er Tyskland.

Kultur turistene har i vinterseongen et relativt høyt gjennomsnittlig reisefølge på 3,7 personer, noe som primært er forklart av større reisegrupper blant de utenlandske kultur turistene. Utover dette har de i gjennomsnitt 5,9 overnattinger, noe som er det laveste på tvers av de tre sesongene.

Nesten halvparten reiser i par uten barn og størsteparten overnatter på hotell eller pensjonat. Flere har derimot også hatt minst én overnatting på Hurtigruten.

Kultur turistene har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 2 530 kroner i vinterseongen, noe som er relativt høyt. Det er spesielt et høyt forbruk på pakkereiser og overnattinger i Norge som bidrar til det høye forbruket.

I vinterseongen besøker kultur turistene i gjennomsnitt 1,5 regioner i Norge, og de har dermed den laveste mobiliteten på tvers av sesongene. Det er spesielt Nord-Norge og Oslo som er besøkt av kultur turistene i vinterseongen.



KULTURTURISTENE I SOMMERSESONGEN

Kultur turistene utgjør omtrent 32 % av alle feriereisende turister i Norge i sommerseongen. Størsteparten av turistene kommer fra utlandet, hvor igjen Tyskland er det primære markedet.

I sommerseongen har kultur turistene en vesentlig lengre oppholdslengde i Norge sammenlignet med de to øvrige sesongene, med 11,3 overnattinger i gjennomsnitt. Sammenlignet med de øvrige to sesongene er det flere som overnatter på campingplasser i enten campingvogn, telt eller hytte. Den primære overnattingsformen er dog hotell.

Kultur turister reiser typisk sammen i par i sommerseongen, men hele 28 % reiser også med barn. Det er spesielt de norske kultur turistene som reiser med barn.

Sammenlignet med de øvrige sesongene har kultur turistene i sommerseongen det laveste gjennomsnittlige døgnforbruket på 1 980 kroner, noe som særlig skyldes et lavere forbruk på transport og overnatting.

Kultur turistene har i midlertidig høy mobilitet og besøker i gjennomsnitt 2,1 regioner i Norge. Det er spesielt Vestlandet, Østlandet og Oslo som besøkes av kultur turistene i sommerseongen.



KULTURTURISTENE I HØSTSESONGEN

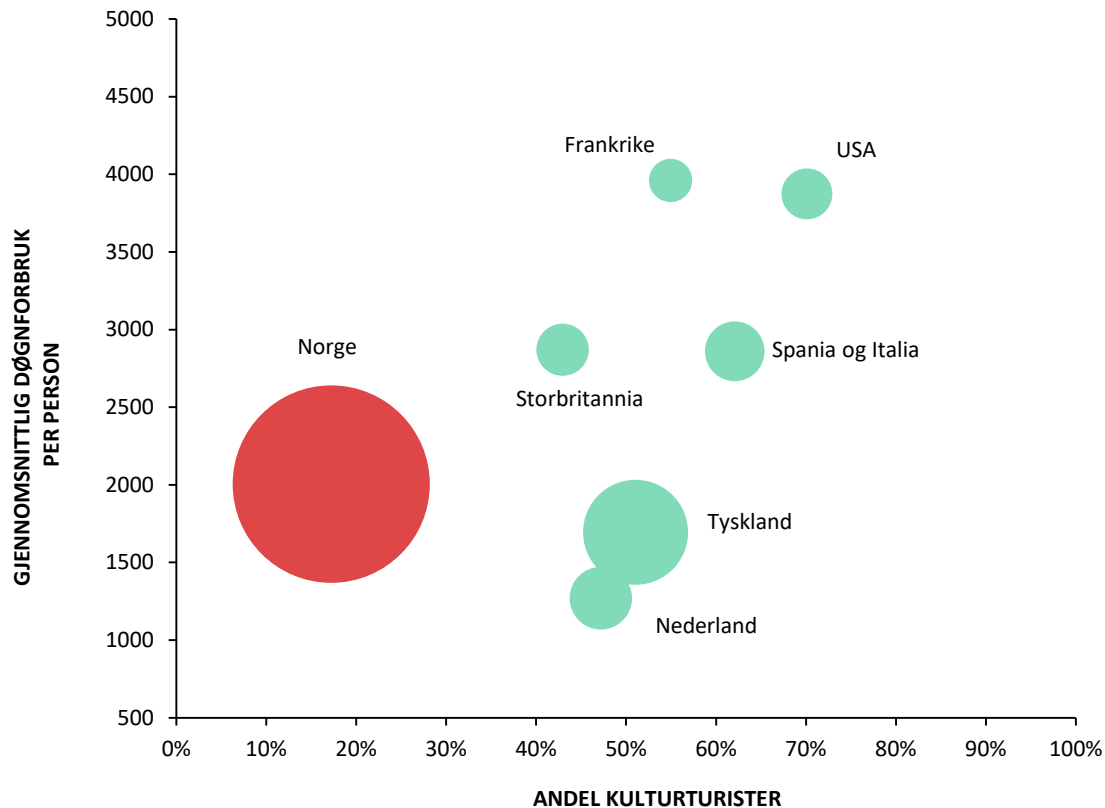
I høstseongen utgjør kultur turister litt over en femtedel (22 %) av alle feriereisende. Fordelingen mellom norske og utenlandske feriereisende er omtrent lik, men Tyskland utgjør stadig det største markedet blant kultur turistene.

I høstseongen har kultur turistene det laveste reisefølget på 2,6 personer i gjennomsnitt. I tillegg har de et gjennomsnittlig antall overnattinger på 6,4 netter, som hovedsakelig avholdes på hotell eller pensjonat. Cirka halvparten reiser sammen i par, men omtrent 22 % reiser alene - noe som forklarer det lave gjennomsnittlige reisefølget for kultur turistene i høstseongen.

Sammenlignet med de to øvrige sesongene har kultur turistene i høstseongen det høyeste gjennomsnittlige døgnforbruket på 3 170 kroner. Det høye forbruket skyldes et høyt forbruk på øvrige poster.

Kultur turistene besøker spesielt Vestlandet i høstseongen, men Østlandet og Oslo besøkes også av cirka en tredjedel av kultur turistene, som i gjennomsnitt besøker 1,6 regioner på sin reise i Norge.

FORSKJELLER I ANDELEN AV KULTURTURISTER OG FORBRUK PÅ TVERS AV MARKEDER



Figuren til venstre viser andelen av kulturturnister og kulturturnistenes gjennomsnittlige døgnetforbruk på reisen i Norge, fordelt etter markeder i 2016.

Som det fremgår, er det særlig USA og de søreuropeiske markedene som har en stor andel turister som defineres som kulturturnister i Norge i 2016. I tillegg har kulturturnistene fra Frankrike og USA også et meget høyt gjennomsnittlig døgnetforbruk pr. person. Derimot er det laveste gjennomsnittlige døgnetforbruket per person å finne blant de tyske og nederlandske kulturturnistene.

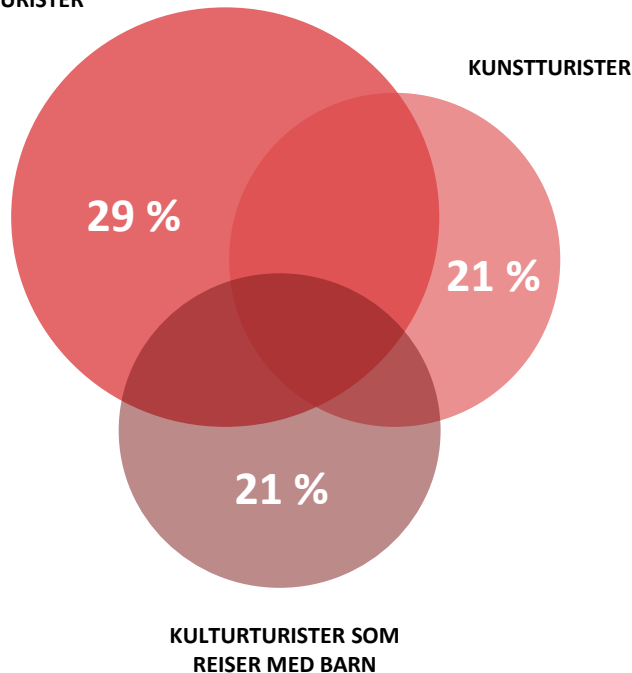
De norske feriereisende har den laveste andelen av kulturturnister på tvers av markedene. Likevel utgjør de norske kulturturnistene en stor andel av den samlede mengden kulturturnister.

● Størrelsen på boblene angir totalvolumet av markedet (samlet antall overnattinger i 2016)*

*Av forretningsmessige årsaker angis totalt antall overnattinger uten overnattinger som registrert ombord på Hurtigruten. Hurtigruteturistene inngår likevel i alle øvrige beregninger.

MÅLGRUPPER BLANT KULTURTURISTER

AUTENTISKE
KULTURTURISTER



Det finnes flere interessante målgrupper blant kulturturistene som er fremhevet i figuren til venstre. Andelen i boblene angir hvor mye målgruppene utgjør av det samlede antall kulturturister i 2016. Som man også kan se er det en vesentlig overlapping mellom de 3 fremhevede målgruppene.

KUNSTTURISTENE

Kunstturistene reiser primært i par og har i gjennomsnitt 8,5 overnattinger i Norge, hvor cirka tre fjerdedeler overnatter på hotell eller pensjonat. Over en tredjedel er pakkereisende og nesten halvparten besøker henholdsvis Vestlandet og Oslo. Kunstturistene har et meget høyt døgnforbruk på 2 695 kroner, noe som i stor grad skyldes et meget høyt forbruk på øvrige forbruksposter (lommepenger).

DE AUTENTISKE KULTURTURISTENE

De autentiske kulturturistene reiser også primært i par og har 9,7 overnattinger i gjennomsnitt. I likhet med kunstturister overnatter de autentiske kulturturistene i stor grad på hotell eller pensjonat og cirka 34 % er pakkereisende i Norge. De autentiske kulturturistene besøker spesielt Vestlandet og Østlandet på sin reise i Norge. I tillegg har de et gjennomsnittlig døgnforbruk på 2 385 kroner og bruker spesielt mye penger på de øvrige forbrukspostene.

KULTURTURISTER SOM REISER MED BARN

Kulturturistene som reiser med barn har i gjennomsnitt 9,4 overnattinger i Norge. Cirka 8 av 10 besøker Norge i sommersesongen og størsteparten oppgir at de overnattet i telt, campingvogn, eller bobil på campingplasser. Over halvparten av kulturturistene som reiser med barn besøker Østlandet, mens cirka en tredjedel besøker henholdsvis Oslo og Vestlandet. Kulturturistene som reiser med barn har et gjennomsnittlig døgnforbruk på 1 125 kroner, noe som er vesentlig lavere enn for de øvrige kulturturistene. Målgruppen har spesielt et lavt forbruk på overnatting og transport.

KULTURTURISTENE PÅ TVERS AV REGIONENE

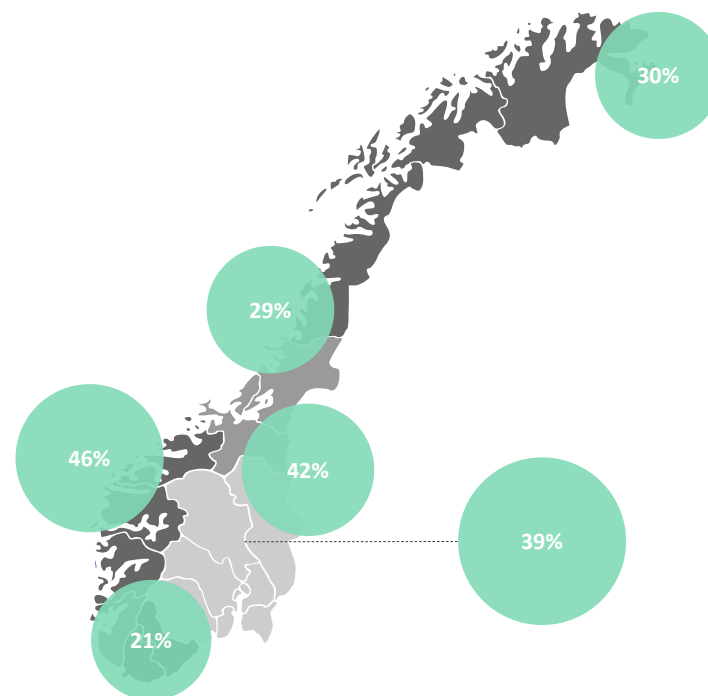
Kulturturistene i Norge i 2016 er nogenlunde jevnt fordelt mellom regionene. De to mest besøkte regionene er likevel Vestlandet og Østlandet som henholdsvis 46 % og 42 % besøker. Det er visse interessante adferdsforskjeller mellom kulturturistene som besøker de ulike regionene. Først og fremst er det interessant at det er en betydelig forskjell i kulturturistenes gjennomsnittlige døgnforbruk. Det høyeste døgnforbruket finner vi blant kulturturistene som besøker Nord-Norge, Vestlandet og Oslo. Disse har et gjennomsnittlig forbruk på mellom 2 410 kroner og 2 460 kroner i døgnnet. På den andre siden finner vi det laveste døgnforbruket blant kulturturister som besøker Sørlandet, Østlandet og Trøndelag. Disse har et gjennomsnittlig forbruk på mellom 1 765 kroner og 1 990 kroner i døgnnet.

Forbruksforskjellene på tvers av regionene kan til dels forklares med forskjeller i transport- og overnattingsformer. Eksempelvis bruker kulturturistene som besøker Sørlandet relativt lite penger på transport da disse turistene i høyere grad enn de øvrige kulturturistene velger å bruke bil med eller uten campingvogn til Norge (62 %). I tillegg benytter de dette som sitt primære transportmiddel på ferien sin i Norge (80 %). I motsetning velger ca. 7 av 10 kulturturister som besøker Oslo å ta minst en overnatting på hotel, og kulturturistene som besøker Nord-Norge velger i større grad å benytte fly til Norge (52 %) samt på sin reise rundt om i Norge (19 %).

En annen interessant forskjell mellom kulturturistene på tvers av regionene er at de som besøker Nord-Norge, Trøndelag og til dels Vestlandet i høyere grad kan betegnes som hurtigruteturister. Dette er fordi en større andel av disse har hatt minst en overnatting på Hurtigruten (25 %, 20 % og 15 %). Videre kommer det også til uttrykk at kulturturistene i Nord-Norge og Trøndelag i større grad besøker disse tre regionene (Trøndelag, Vestlandet og Nord-Norge) som er en del av Hurtigrutens reise langs den norske kysten, enn de øvrige regionene i Norge.

Dersom vi ser på aktivitetene som kulturturistene tillegger stor betydning for sin reise finner vi også regionale forskjeller. Eksempelvis tillegger kulturturistene på Østlandet aktive utfoldningsmuligheter større betydning. Dette kan være forskjellige sportslige aktiviteter og padling i kajak eller kano. Kulturturistene på Vestlandet har derimot større fokus på å oppleve fjordene og fjellene mens kulturturistene i Nord-Norge i større grad ønsker å oppleve midnattssolen og nordlyset.

ANDEL KULTURTURISTER SOM BESØKER DE ENKELTE REGIONENE I NORGE I 2016





METODE OG BEGREPS- DEFINISJONER

DATAGRUNNLAG OG METODE

TURISTUNDERSØKELSEN

| | VINTER | SOMMER | HØST | HELE 2016 |
|-----------------------------------|------------|--------------|------------|--------------|
| Norske | 152 | 307 | 86 | 545 |
| Utenlandske | 491 | 1 036 | 344 | 1 871 |
| Samlet antall respondenter | 643 | 1 343 | 430 | 2 416 |

BRAND TRACKING

| | ANTALL BESVARELSER |
|---------------|--------------------|
| Norge | 4 465 |
| Danmark | 2 464 |
| Sverige | 4 128 |
| Tyskland | 4 693 |
| Storbritannia | 4 673 |
| Nederland | 4 600 |
| Frankrike | 1 160 |
| Total | 26 183 |

I den øverste tabellen til venstre vises det at det i alt er 2 416 sentrale kulturtureturister som er intervjuet via Turistundersøkelsen i 2016, fordelt etter sesong og inn- og utenlandske turister. Intervjuene er samlet inn i perioden fra og med januar 2016 til og med desember 2016 av Statistisk Sentralbyrå (SSB). Respondenter som har svart at de er transittreisende eller sesongarbeidere inngår ikke i analysen. Det skal også nevnes at turistene er intervjuet ved utvalgte kommersielle overnattingssteder (hotell, campingplasser, hyttegrender og Hurtigruten).

Datagrunnlaget fra turistundersøkelsen er vektet med en vekt som er beregnet på bakgrunn av data fra Statistisk Sentralbyrå (SSB). Vekten fungerer slik at den enkelte respondent blir vektet til å representere en andel av populasjonen. De vektete respondentene representerer derfor den samlede populasjonen. For å unngå at enkelte respondenter får uforholdsmessig stor betydning, er antall overnattinger i utregningen av vekten satt til maks 21 overnattinger. På den måten veier gjester med mange overnattinger tyngre enn gjester med få overnattinger, men uten at enkelte gjester kan påvirke gjennomsnittene uforholdsmessig mye. Vektingen brukes i alle rapportens analyser.

Nytt for Turistundersøkelsen 2016 er at overnattinger på Hurtigruten inngår i populasjonen, derfor vektet det opp til et høyere populasjonstall enn tidligere. I tillegg har det skjedd noen større metodiske endringer siden rapporten om kulturtureturistene i 2014. Resultatene i denne rapporten er derfor ikke sammenlignbare med rapporten fra 2014.

Den andre tabellen til venstre viser de i alt 26 183 besvarelsene som ble innsamlet via Innovasjon Norges brand tracking i 2016, oppdelt etter markeder.

BEGREPSDEFINISJONER

| BEGREP | DEFINISJON |
|----------------------------|---|
| Turistankomst | En feriereise med minimum én overnatting |
| Feriereise | <ul style="list-style-type: none"> ▪ En reise hvor hovedformålet oppgis til å være: ▪ besøke venner, kjente eller familie ▪ skiferie ▪ ferie- eller fritidsreise |
| Pakkereise | En feriereise kjøpt som en pakkereise |
| Kommersielle overnattinger | Overnattinger på hotel, camping, hyttegrend, vandrehjem og Hurtigruten |
| Regioner i Norge | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nord-Norge: Finnmark, Troms/Finnmark og Nordland ▪ Sørlandet: Telemark, Vest-Agder og Aust-Agder ▪ Trøndelag: Nord-Trøndelag og Sør-Trøndelag ▪ Vestlandet: Møre og Romsdal, Sogn og Fjordane, Hordaland og Rogaland ▪ Østlandet: Buskerud, Oppland, Hedmark, Vestfold og Østfold ▪ Oslo: Oslo og Akershus |
| Reisefølge | Med reisefølge menes personer som reiser sammen og har felles økonomi |
| Øvrig forbruk | Øvrig forbruk inneholder turistenes forbruk utover forbruk til transport, overnatting og pakkereise. Det kan bl.a. være innkjøp av dagligvarer, kafé- og kioskvarer, restaurant mv. |

BEGREPSDEFINISJONER

| BEGREP | DEFINISJON |
|-----------------------------------|--|
| Potensielle kulturturnister | De potensielle kulturturnister er definert ved at de har angitt at de vil være interessert i å reise på ferie for å oppleve lokal kultur, kunst og livsstil innenfor de neste 3 årene. |
| Alle kulturturnister | Alle kulturturnister er i Turistundersøkelsen 2016 definert ved at de oppfyller de følgende to kriterier: <ul style="list-style-type: none">▪ Har reist på feriereise i Norge▪ Angir at minst to av følgende aktiviteter har "liten", "noe", "stor" eller "avgjørende" betydning for reisen til Norge: Oppleve lokal historie og legender, Oppleve lokal kultur og levemåte, Oppleve tradisjoner og nasjonale fester, Besøke historiske bygninger/steder, Besøke museer, Oppleve moderne kunst |
| Sentrale kulturturnister | De sentrale kulturturnister er i Turistundersøkelsen 2016 definert ved at de oppfyller de følgende to kriterier: <ul style="list-style-type: none">▪ Har reist på feriereise i Norge▪ Angir at minst to av følgende aktiviteter har "stor" eller "avgjørende" betydning for reisen til Norge: Oppleve lokal historie og legender, Oppleve lokal kultur og levemåte, Oppleve tradisjoner og nasjonale fester, Besøke historiske bygninger/steder, Besøke museer, Oppleve moderne kunst |
| Målgrupper blant kulturturnistene | <p>Autentiske kulturturnister: Kulturturnister som angir at alle de følgende aktivitetene har "stor" eller "avgjørende" betydning for reisen til Norge: Oppleve lokal historie og legender, Oppleve lokal kultur og levemåte, Oppleve tradisjoner og nasjonale fester.</p> <p>Kunstturnister: Kulturturnister som angir at alle de følgende aktivitetene har "stor" eller "avgjørende" betydning for reisen til Norge: Besøke museer, Oppleve moderne kunst.</p> <p>Kulturturnister som reiser med barn: Kulturturnister som angir at de har reist med barn</p> |



EPINION OSLO

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

EPINION STAVANGER

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