



NORLANDSFORSKNING  
NORDLAND RESEARCH INSTITUTE

# Gjesteundersøkelse Lofoten 2019

Karin Marie Antonsen  
Anniken Enger







NORLANDSFORSKNING  
NORDLAND RESEARCH INSTITUTE

# Gjesteundersøkelse Lofoten 2019

Publisert: Juni 2020

Skrevet av: Karin Marie Antonsen  
og Anniken Enger

NF rapport nr: 8/2020

ISBN nr:

978-82-7321-796-7 (trykt)

978-82-7321-797-4 (digital)

ISSN-nr: 0805-4460



NORDLANDSFORSKNING  
NORDLAND RESEARCH INSTITUTE

TITTEL: Gjesteundersøkelse Lofoten 2019	OFF.TILGJENGELIG: JA	NF-RAPPORT NR: 8/2020
FORFATTER(E): Karin Marie Antonsen (Nordlandsforskning) og Anniken Enger (Aniara Reiseliv AS)	PROSJEKTANSVARLIG (SIGN): Karin Marie Antonsen	
PROSJEKT: Bærekraftig reisemålsutvikling Lofoten	OPPDRAGSGIVER: Destination Lofoten	OPPDRAGSGIVERS REFERANSE: Elisabeth Dreyer
SAMMENDRAG: Rapporten bygger på gjesteundersøkelse gjort høsten 2019 og starten på 2020.	EMNEORD: Reiseliv, Lofoten, gjesteundersøkelse, bærekraftig reisemålsutvikling	
FORSIDE- OG BAKSIDEFOTO: Karin Marie Antonsen		



# INNHOOLD

<b>FIGURER</b> .....	<b>2</b>
<b>FORORD</b> .....	<b>3</b>
<b>SAMMENDRAG</b> .....	<b>4</b>
<b>1 INNLEDNING, METODE OG UTVALG</b> .....	<b>8</b>
1.1 METODE .....	8
1.2 UTVALG .....	8
<b>2 PLANLEGGING, FORMÅL OG GJENNOMFØRING AV REISEN TIL LOFOTEN</b> .....	<b>15</b>
2.1 NÅR PÅ ÅRET BESØKTE GJESTENE SIST LOFOTEN? .....	15
2.2 FORMÅL MED REISEN .....	15
2.3 RUNDREISE ELLER LOFOTEN SOM REISEMÅL? .....	16
2.4 INSPIRASJONSKILDER I FORKANT AV REISEN .....	17
2.5 BOOKING AV OVERNATTING I FORKANT .....	18
2.6 BOSTEDSTYPE – RORBUANLEGG MEST BRUKT .....	19
2.7 HVILKE OMRÅDER I LOFOTEN OVERNATTET OG BESØKTE GJESTENE? .....	21
2.8 OPPHOLDSTID I LOFOTEN .....	22
2.9 FØRSTEGANGSBESØKENDE ELLER ERFARNE BESØKENDE? .....	24
2.10 TRANSPORTMIDDEL BENYTTET VED REISEN OG ANKOMSTEN TIL LOFOTEN .....	25
<b>3 FORVENTNINGER OG TILFREDSHET</b> .....	<b>28</b>
3.1 DRIVERE FOR Å VELGE LOFOTEN SOM REISEMÅL .....	28
3.2 INNFRIR LOFOTEN DE HØYE FORVENTNINGENE? .....	31
<b>4 NATURBASERTE OPPLEVELSER</b> .....	<b>35</b>
4.1 TILFREDSHET MED NATURBASERTE OPPLEVELSER .....	35
4.2 GJESTENES KATEGORISERING AV SIN EGEN REISE UT FRA PERSONAS .....	37
<b>5 BÆREKRAFT</b> .....	<b>40</b>
5.1 KJENNSKAP TIL BÆREKRAFTARBEIDET BLANT GJESTER .....	40
5.2 FREMSTÅR LOFOTEN SOM ET BÆREKRAFTIG REISEMÅL FOR GJESTENE? .....	42
5.3 OPPSLUTNING OM PÅSTANDER OM LOFOTEN .....	42
5.4 HOLDNING TIL BESØKSBIDRAG .....	47
5.5 LOFOTEN – BEDRE ENN SITT RYKTE .....	48
<b>6 TILFREDSHET, LOJALITET OG ANBEFALINGER</b> .....	<b>49</b>
6.1 TILFREDSHET MED ULIKE FORHOLD .....	49
6.2 TILFREDSHET TOTALT MED OPPHOLDET .....	50
6.3 HVEM ER DE MEST FORNØYDE GJESTENE? .....	52
6.4 HVA SAVNET GJESTENE UNDER SITT OPPHOLD I LOFOTEN? .....	54
6.5 AVSLUTTENDE KOMMENTAR .....	54
<b>7 KOSTNADER TIL TRANSPORT, OVERNATTING OG OPPLEVELSER</b> .....	<b>55</b>
<b>VEDLEGG</b> .....	<b>58</b>

# FIGURER

Figur 1. Gjennomført reise til Lofoten siste fem år (N=754) .....	9
Figur 2: Kjønnssammensetning .....	9
Figur 3. Alderssammensetning utvalget. N=250 .....	10
Figur 4. Utdanningsnivå utvalget. N=268 .....	10
Figur 5. Brutto årsinntekt utvalget N=268 .....	11
Figur 6. Bostedsland norske besvarelser .....	11
Figur 7. Bostedsland engelske besvarelser. ....	12
Figur 8. Bostedsfylke norske besvarelser. ....	13
Figur 9. Andel som reiste til Lofoten med barn .....	14
Figur 10. Hvilken sesong besøkte gjestene Lofoten? .....	15
Figur 11. Formålet med reisen til Lofoten. ....	16
Figur 12. Rundreise eller Lofoten som reisemål? .....	17
Figur 13. Hvilke kilder brukte gjestene til å finne inspirasjon til reisen til Lofoten? .....	18
Figur 14. Hvor lang tid i forveien booket de norske og utenlandske gjestene? .....	19
Figur 15. Hvordan overnattet de norske og utenlandske gjestene på sin reise i Lofoten? .....	20
Figur 16. Kart som ble presentert i gjesteundersøkelsen som viser fire områder i Lofoten. ....	21
Figur 17: I hvilke områder av Lofoten overnattet gjestene og hvilke områder besøkte de? .....	22
Figur 18. Antall overnattinger i Lofoten norske og utenlandske gjester, andel. ....	23
Figur 19. Antall overnattinger i Lofoten norske og utenlandske, antall. ....	23
Figur 20. Antall besøk i Lofoten .....	24
Figur 21. Transportmiddel benyttet på reise til Lofoten. ....	26
Figur 22. Transportmiddel benyttet under oppholdet i Lofoten. ....	27
Figur 23. Betydningen av ulike fasiliteter og fenomener for valg av Lofoten som reisemål. ....	29
Figur 24: Antall respondenter som har svart svært stor betydning (5 på skala fra 1-5) for de ulike faktorenes betydning for valget av Lofoten som reisemål. ....	30
Figur 26. Forholdet mellom forventninger og tilfredshet, norske gjester .....	32
Figur 27: Forholdet mellom forventninger og tilfredshet, utenlandske gjester .....	33
Figur 28: Sammenheng viktighet og tilfredshet utenlandske gjester .....	34
Figur 29: Sammenheng viktighet og tilfredshet norske gjester .....	34
Figur 30. Andel gjester som har deltatt/kjøpt naturbaserte opplevelser .....	35
Figur 31. Gjennomsnittlig tilfredshet med ulike organiserte naturopplevelser. ....	36
Figur 32. Hvor tilfreds var gjestene med organiserte naturopplevelser på skala fra 1-5? .....	37
Figur 33: Personas presentert i gjesteundersøkelsen .....	38
Figur 34: Respondentenes vurdering av reisen i lys av personas-segment. ....	39
Figur 35: Hva gjorde størst inntrykk? (N=114 norske og 72 utenlandske). ....	39
Figur 36. Kjennskap til bærekraftiltak i virksomhetene i Lofoten. ....	40
Figur 37. Gjestenes som kjenner til bærekraftfokus sin reistrering av iverksatte tiltak. ....	41
Figur 38. Betydning av bærekraft foro valg av Lofoten som reisemål. ....	41
Figur 39. Gjestenes vurdering av hvorvidt Lofoten fremstår som et bærekraftig reisemål. ....	42
Figur 40. Enighet i påstander presentert som gjennomsnitt. ....	44
Figur 41. Lofoten som bo- og beboelsessted og betydningen av miljøsertifisering. ....	45
Figur 42. Grad av enighet i påstander knyttet til informasjon og innsikt i og om Lofoten, .....	46
Figur 43: Grad av enighet i påstander om skilting, bilkjøring og værrets betydning. ....	47
Figur 44: Grad av enighet i påstanden om at gjesten ville vært positiv til å betale besøksbidrag .....	48
Figur 45. Tilfredshet med ulike faktorer .....	50
Figur 46. Tilfredshet totalt med oppholdet i Lofoten .....	51
Figur 49. Svært tilfredse, ambasadører og lojale gjester .....	52
Figur 50. Gjestene som var svært tilfreds med oppholdet fordelt på sesong (antall personer i parentes). ....	53
Figur 51. Gjester som er svært tilfreds med oppholdet fordelt på personas. Tall viser antall personer i segmentet totalt av utenlandske (øverst) og norske gjester. ....	53
Figur 52. Kostnader transport til og fra Lofoten. ....	55
Figur 53. Kostnader overnatting .....	56
Figur 54. Kostnader under oppholdet unntatt overnatting .....	57

# FORORD

Denne undersøkelsen er gjennomført på oppdrag fra Destination Lofoten som del av bærekraftig reisemålsutvikling i Lofoten.

Undersøkelsen er utformet og analysert gjennom et samarbeid mellom prosjektleder i bærekraftprosjektet Karin Antonsen (Nordlandsforskning) og Anniken Enger (Aniara Reiseliv AS).

Vi vil med dette benytte anledningen å takke Destination Lofoten for oppdraget og for bistand med å spre undersøkelsen til gjester. Vi vil også takke de bedriftene som har hjulpet til med å spre undersøkelsen og alle gjestene som har besvart den.

Svolvær 03.06.2020

Prosjektleder Karin Marie Antonsen

# SAMMENDRAG

**Utvalget:** Denne undersøkelsen er besvart på norsk av 250 gjester og på engelsk av 135 gjester. De som har besvart den norske delen kalles gjennom rapporten for norske og de som har besvart den engelske er kategorisert som utenlandske. Utvalget består av 58 prosent kvinner og 42 prosent menn. Det norske utvalget har en noe høyere gjennomsnittsalder enn de utenlandske, mens en høyere andel av de utenlandske hadde lengre utdanning enn de norske. Få i utvalget reiste til Lofoten med barn, kun seks prosent av de utenlandske og 17 prosent av de norske.

## **Planlegging og gjennomføring av reisen**

Respondentene ble bedt om å ta utgangspunkt i sin siste reise til Lofoten når de besvarte undersøkelsen.

Over halvparten av respondentene gjennomførte sin siste reise til Lofoten om sommeren. 89 prosent av de utenlandske og 65 prosent av de norske var på ferie eller fritidsreise, mens 14 prosent av de norske og tre prosent av de utenlandske besøkte venner eller familie. 11 prosent av de norske og fem prosent av de utenlandske kombinerte forretnings- og ferie/fritidsreise, mens fire prosent av de norske og to prosent av de utenlandske ferierte på egen hytte/fritidsbolig. Syv prosent av de norske og to prosent av de utenlandske var på forretningsreise.

64 prosent av de utenlandske og 23 prosent av de norske oppgir at reisen til Lofoten var en del av en rundreise i Norge eller Skandinavia.

## **Destination Lofoten er viktigste inspirasjonskilde for internasjonale reisende**

75 prosent av de utenlandske oppgir Destination Lofoten sin web-side som inspirasjonskilde i forkant av sin reise. Dette er kun tilfellet for 26 prosent av de norske hvor 55 prosent oppgir venner, bekjente og familie som viktig inspirasjonskilde. 36 prosent av de norske og 42 prosent av de utenlandske oppgir også sosiale medier som viktig inspirasjonskilde.

## **Langt de fleste internasjonale reisende booker overnatting før ankomst, og halvparten booker 1-5 måneder før ankomst**

42 prosent av de norske og 22 prosent av de utenlandske hadde ikke booket overnatting i forkant av reisen. 17 prosent av begge gruppene oppgir at de hadde booket under en måned før, mens 47 prosent av de utenlandske og 26 prosent av de norske oppgir at de hadde booket 1-5 måneder før. 15 prosent av begge oppgir at de hadde booket mer enn fem måneder før.

## **Rorbu er vanligste overnattingsform for både internasjonale og norske reisende**

Hva angår former for overnatting er det størst andel av både de norske og de utenlandske som oppgir at de har overnattet på rorbu (34 prosent). Mens 20 prosent av de norske oppgir at de hadde overnattet hos familie og venner var dette kun tilfellet for fem prosent av de utenlandske. En langt større andel av de utenlandske oppgir at de har overnattet på hotell av middels standard (24 prosent) enn de norske (12 prosent). En høyere andel av de norske oppgir at de overnattet i bobil, vogn eller telt på campingplass (15 prosent) enn de

utenlandske (13 prosent), mens en høyere andel utenlandske (15 prosent) enn norske (åtte prosent) oppgir at de fricampet i bobil, vogn eller telt.

### **Lofoten er typisk rundreisedestinasjon**

Både de norske og de utenlandske gjestene har i stor grad besøkt hele Lofoten selv om det er høyere andel som oppgir at de overnattet i Øst-Lofoten enn i de andre områdene.

### **Gjennomsnittlig oppholdstid ligger på mellom 5 og 6 dager (fritidsboliger inkludert)**

Om lag halvparten av både de norske og utenlandske gjestene oppgir at de var i Lofoten mellom 3 og 5 dager. Noen var også i Lofoten over en lengre periode og trekker opp gjennomsnittet. Dette er særlig tilfelle for gjester med egen fritidsbolig. De utenlandske gjestene hadde en gjennomsnittlig oppholdstid på 6,4 dager, mens de norske hadde en gjennomsnittlig oppholdstid på 5,6 dager. Medianen av antall både norske og utenlandske overnattinger ligger mellom 4 og 5 overnattinger.

### **Internasjonale besøkende er hovedsakelig førstegangsbesøkende i Lofoten**

Mens 80 prosent av de utenlandske gjestene besøkte Lofoten for første gang, var dette tilfellet for 42 prosent av de norske.

### **Bil er hovedfremkomstmiddel under Lofotoppholdet**

44 prosent av de norske og 32 prosent av de utenlandske oppgir at de ankom Lofoten med bil, mens 39 prosent av de utenlandske og 31 prosent av de norske ankom med fly. 10 prosent av de norske og åtte prosent av de utenlandske ankom Lofoten med buss.

69 prosent av de utenlandske og 67 prosent av de norske gjestene oppgir at de brukte bil som transportmiddel under sitt opphold i Lofoten. Kun 13 prosent av de utenlandske og åtte prosent av de norske oppgir at de benyttet seg av buss under oppholdet. Dette tilsier at mange har benyttet seg av leiebil.

### **Drivere for å velge Lofoten som reisemål er fortsatt natur, stillhet og naturfenomener**

Uberørt og ren natur er den faktoren som suverent flest angir som svært viktig for valget av Lofoten, etterfulgt av stillhet, naturfenomener og dyre- og fugleliv. På en skala fra 1-5 har uberørt natur en gjennomsnittlig skår på 4,82 blant de utenlandske og 4,41 blant de norske gjestene. Etter natur er betydningen av muligheten for å oppleve lokal kultur og livsstil vurdert som viktig (gjennomsnittlig skår på 4,01 blant norske og 3,61 blant utenlandske) og kulturarv (3,76 blant norske og 3,54 blant utenlandske) vurdert som viktig.

### **Tilfredshet med driverne overgår forventningene**

Gjestene i Lofoten er aller mest fornøyd med opplevelsen av uberørt natur. Stilt sammen med forventningene overgår tilfredshet forventningen/driverne innenfor alle driverne som det ble spurt om. Eneste unntak er faktisk uberørt natur, hvor de utenlandske skårer tilfredshet til 4,65 (mot betydning for å reise som var hele 4,82).

### **Personasene – Icons of the north og The great outdoors er de største segmentene**

Blant de utenlandske gjestene var det flest gjester som identifiserte sin reise til Lofoten som Icons of the north og The great outdoors. Blant de norske gjestene var det flest som identifiserte sin siste reise til Lofoten som Local Living og The great Outdoors.



### **Om lag halvparten har hørt at Lofoten har iverksatt bærekraftiltak**

54 prosent av de norske og 50 prosent av de utenlandske hadde hørt eller lest at bedriftene i Lofoten har iverksatt tiltak for å bli mer bærekraftige. Av disse hadde 74 prosent registrert at bedriftene i Lofoten hadde iverksatt tiltak for å bli mer bærekraftige.

### **For halvparten av de utenlandske og 43 prosent av de norske var bærekraft svært viktig for valg av reisemål**

49 prosent av de utenlandske og 43 prosent av de norske svarte at bærekraft var svært viktig for deres valg av Lofoten som reisemål. 15 prosent av de norske og åtte prosent av de utenlandske svarte at bærekraft og miljø ikke var viktig for valget av Lofoten som reisemål.

**73 prosent av utvalget samlet var helt eller delvis enig i at Lofoten fremstår som et bærekraftig reisemål i dag.** Ni prosent var helt (2) eller ganske (7) uenig i dette og 64 prosent var helt eller delvis enige i at det er viktig for dem at reiselivsbedriftene er miljøsertifisert. Utvalget opplevde videre Lofoten som et trygt sted å besøke. Hele 97 prosent er helt eller delvis enige i dette.

78 prosent av utvalget var helt eller delvis enig i at de ansatte i reiselivsnæringen i Lofoten har god kunnskap om stedet sitt og 75 prosent var helt eller delvis enige i at informasjonen de fikk før ankomst var ekte, realistisk og respektfull.

Mens 73 prosent var helt eller delvis enig i at de hadde fått nyttig innsikt i stedets kultur og historie, var det 52 prosent som var enige i at de hadde fått nyttig informasjon om spesielle hensyn å ta i forhold til natur, kultur og klima. 77 prosent var enige i at Lofoten er godt skiltet og lett å navigere i, men kun 32 prosent var enige i at det er lett å komme seg rundt i Lofoten med bil.

Kun 31 prosent var helt eller delvis enig i at stedene de besøkte i Lofoten var overfylt på grunn av for mange turister.

58 prosent av gjestene var helt eller delvis enig i at de ville vært positive til å betale besøksbidrag. Gjennomsnittlig er det betydelig større enighet om dette blant de norske enn de utenlandske.

### **Høy tilfredshet med naturbaserte opplevelser**

36 prosent av de utenlandske og 31 prosent av de norske oppgir at de har deltatt på organiserte naturopplevelser. Gjestene er jevnt over svært tilfreds med naturopplevelsene. Av naturopplevelsene gjestene var aller mest fornøyd med var trugetur, motorisert havsafari, havfiskeopplevelser, fjelltur med guide, fotografering, organiserte turer for å oppleve naturfenomener, ridetur, fugletitting og kajakkpadling som alle hadde en gjennomsnittlig skår på over 4,5 av 5.

### **Utlendinger noe mer fornøyd enn nordmenn på en del faktorer**

På en skala fra 1 (svært lite tilfreds) til 5 (svært tilfreds) ble gjestene bedt om å ta stilling til en rekke forhold i Lofoten. Også her skårer Lofoten rimelig bra. Jevnt over er de utenlandske gjestene litt mer tilfreds med alle faktorer enn de norske, de utenlandske skårer

gjennomsnittlig overnattingssteder til 4,47, mens de norske skårer disse til 4,23. Service skåres av de utenlandske til 4,41 og de norske til 4,29, mens informasjon før ankomst av de utenlandske skåres til 4,29 og de norske 3,83. Hva skilt og kart angår skårer de norske dette til 3,94 og de utenlandske til 3,91.

Fasilitetene i Lofoten som skårer lavest er sykkel-fasiliteter, transport-tilbudet, pris i forhold til kvalitet, tilgang til toaletter og søppelkasser og skilt og kart. Alle disse skåres imidlertid gjennomsnittlig mellom 3,6 og 3,9 av både de norske og de utenlandske.

### **Lofotens besøkende er svært gode ambassadører**

De ferierende i Lofoten er godt fornøyde med oppholdet sitt; 74 prosent svarer at de er svært fornøyde. Utlendinger er enda mer fornøyde enn nordmenn, med hhv. 79 og 70 prosent som svarer at de er svært fornøyde med oppholdet.

De som har besøkt Lofoten er også gode ambassadører for regionen; 88 prosent sier det er svært sannsynlig at de vil anbefale Lofoten som reisemål til andre. Blant de utenlandske er det hele 94 prosent som vil anbefale Lofoten, mot 85 prosent av de norske .

Turistene i Lofoten er svært lojale; hele 81 prosent svarer at det er svært sannsynlig at de reiser tilbake ved en senere anledning. Dette er tilfellet for 83 prosent av de norske og 77 prosent av de utenlandske. ..

I utvalget var vintergjestene de aller mest fornøyde (men kun 38 vintergjester i utvalget). Det er også innenfor segmentet Icons of the north vi finner de aller mest fornøyde gjestene. Hele 81 prosent av Icons of the north var svært fornøyd med oppholdet totalt.

### **Hva savnet gjestene under sitt opphold i Lofoten?**

Respondentene ble også bedt om å oppgi med egne ord hva de savnet under sitt opphold i Lofoten. Flest trakk frem forhold knyttet til henholdsvis kollektivtransport, informasjon om reisen til og fra Lofoten, turbeskrivelser/merkede løyper/turkart, flere og rene toaletter, tilrettelegging for sykkel, billigere overnattingstilbud, kiosk på flyplassen og bedre vei/stoppesteder langs veien. Det var også enkelte som trakk frem at sortering av avfall kunne vært bedre, og at Lofoten mangler en ordning med koordinering av billetter på museer og gallerier, for eksempel et pass som gir inngang på flere attraksjoner. Ellers ble det trukket frem et ønske om å oppleve lokale kulturopplevelser i høysesongen. Også muligheten for å kjøpe fersk fisk, lokale varer og suvenirer ble trukket frem som noe gjestene savnet. Enkelte etterlyste også lokale/autentiske butikker, flere restauranter og god kaffe.

# 1 INNLEDNING, METODE OG UTVALG

Denne gjesteundersøkelsen er gjennomført som ledd i bærekraftig reisemålsutvikling Lofoten. Spørsmålene er utformet både for å svare ut indikatorer i Standard for bærekraftig reisemålsutvikling, og for å identifisere viktige drivere for, og tilfredshet med, Lofoten som reisemål. Undersøkelsen har derfor vært omfattende, og noe annerledes utformet enn tidligere gjesteundersøkelser gjennomført i Lofoten.

Undersøkelsen ble gjennomført før corona traff verden og Lofoten i mars 2019. Corona er derfor ikke tema i undersøkelsen.

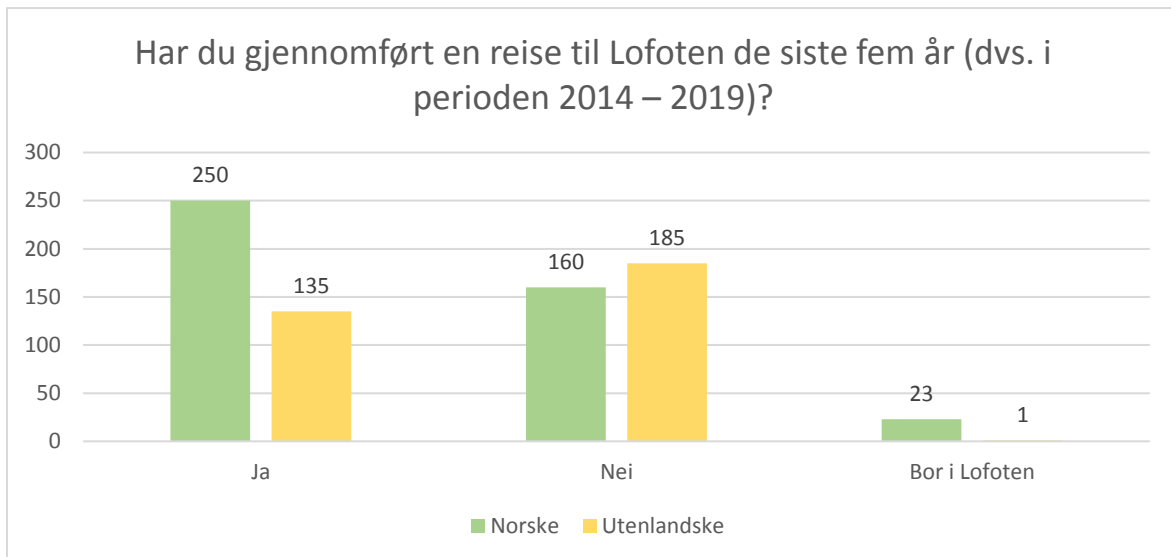
## 1.1 METODE

Undersøkelsen ble utformet i Survey Monkey og lagt ut digitalt høsten 2019. På grunn av nye regler for personvern (GDPR) har man ikke kunnet bruke adresselister med kontaktinformasjon på gjester slik tilfellet har vært ved tidligere gjesteundersøkelser. Rekruttering av respondenter har både vært gjort gjennom annonsering på Destination Lofotens hjemmeside og Facebook, og ved at turistinformasjonen og enkelte overnattingsbedrifter har hatt informasjon om undersøkelsen liggende tilgjengelig for sine kunder og gjester, og oppfordret dem til å gjennomføre undersøkelsen. Respondentene kunne velge om de ville svare på norsk eller engelsk.

Opprinnelig var det planer om å kjøre ut en ny fremming av undersøkelsen midt i mars 2020 for å få med flere vintergjester. På grunn av corona-utbruddet ble dette dessverre ikke gjennomført. Utvalget er dermed noe begrenset.

## 1.2 UTVALG

Utvalget i denne gjesteundersøkelsen er basert på de som svarte bekreftende på at de har gjennomført en reise til Lofoten siste fem år. Dette var tilfellet for 250 som besvarte den norske undersøkelsen og 135 som besvarte den engelske. I undersøkelsen videre kalles disse for henholdsvis norske og utenlandske. De som svarte «nei» på spørsmål om hvorvidt de har gjennomført reise til Lofoten siste fem år eller «bor i Lofoten» er tatt ut av utvalget.

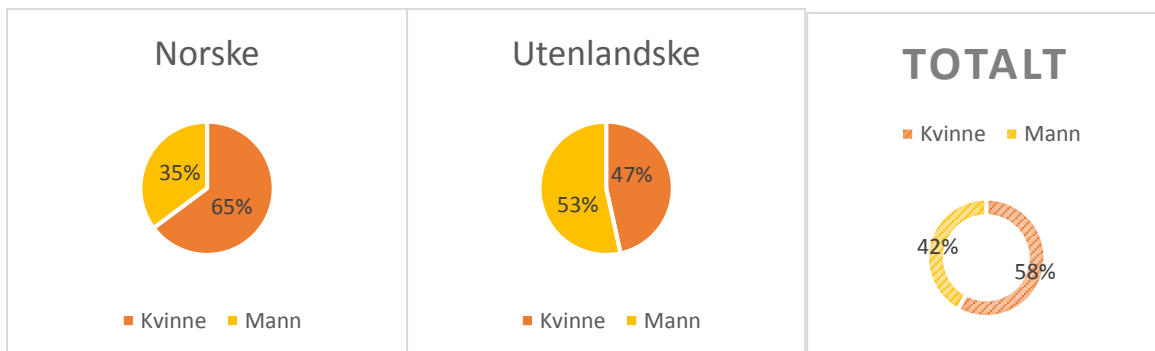


Figur 1. Gjennomført reise til Lofoten siste fem år (N=754)

Vi har ikke satt som kriterium at respondentene har måtte besvare 100 prosent av undersøkelsen for å være med i utvalget i enkeltspørsmål. N varierer derfor noe fra spørsmål til spørsmål..

De følgende bakgrunns-spørsmålene ble stilt mot slutten av den omfattende undersøkelsen. Det er derfor færre som har besvart bakgrunns-spørsmålene enn selve undersøkelsen. Svarene gir allikevel en indikasjon på sammensetningen av utvalget.

### 1.2.1 KJØNN



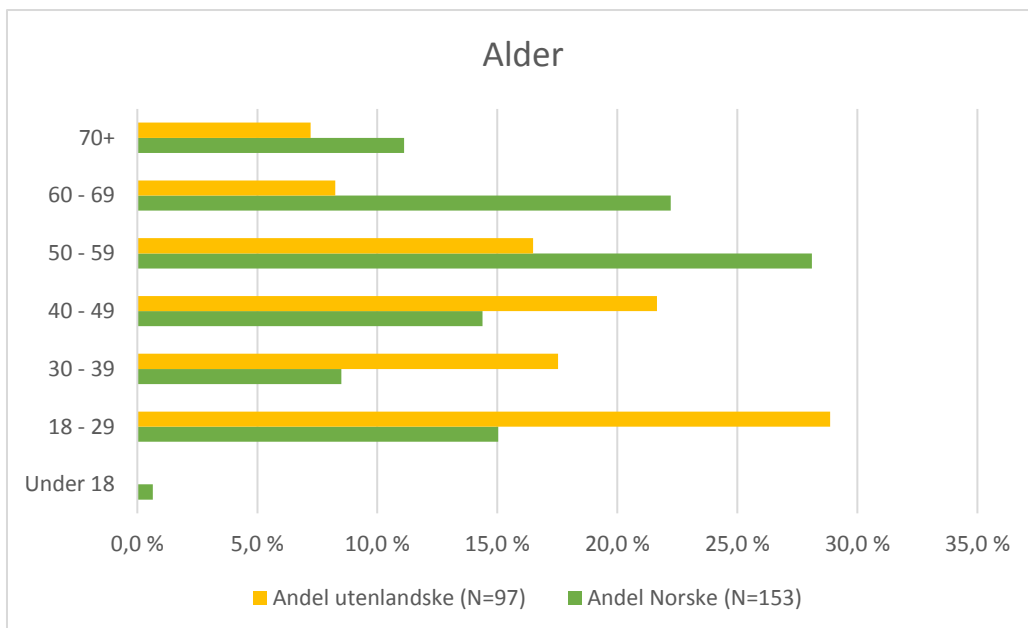
Figur 2: Kjønnssammensetning

### 1.2.2 ALDER

Hovedvekten av de norske respondentene som besvarte dette spørsmålet var mellom 50 og 59 år (28 prosent) og mellom 60 og 69 år (22 prosent). 15 prosent av de norske var mellom 18 og 29 år.

Blant de utenlandske respondentene var det større andel unge. Nesten 30 prosent var under 30 år, og nesten 40 prosent mellom 30 og 50 år.



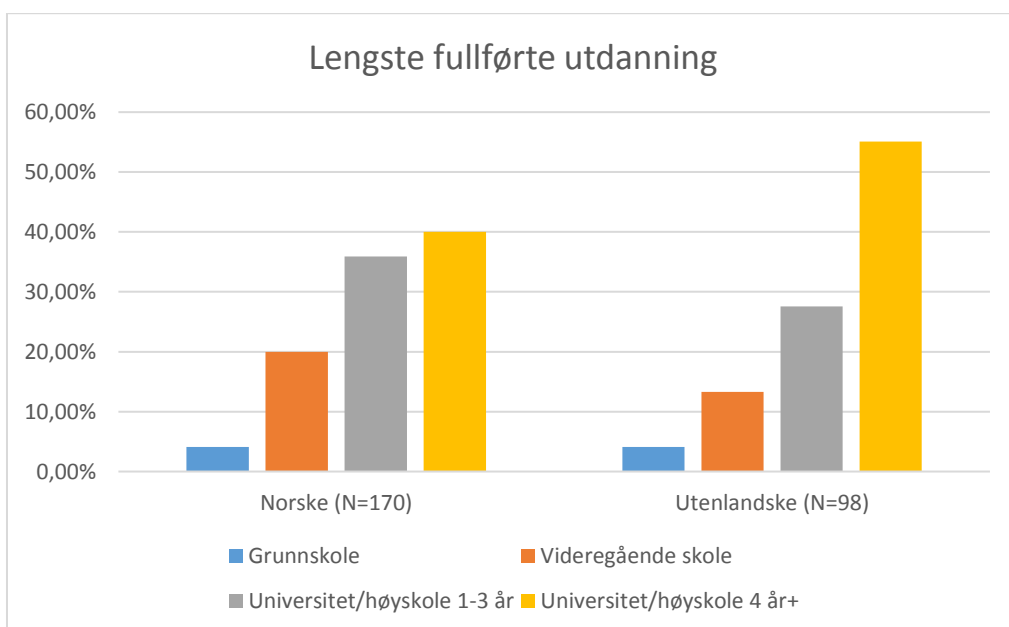


Figur 3. Alderssammensetning utvalget. N=250

### 1.2.3 UTDANNINGSNIVÅ

Av de som besvarte den norske undersøkelsen, er andelen med høyere utdanningsnivå noe lavere enn hva tilfellet er for de utenlandske.

- Mens 55 prosent av de utenlandske har universitet/høyskoleutdanning over fire år, er dette tilfellet for 40 prosent av de norske.
- Mens 20 prosent av de norske oppgir at de har fullført videregående skole som lengste utdanning, er dette tilfellet for 13 prosent av de utenlandske.

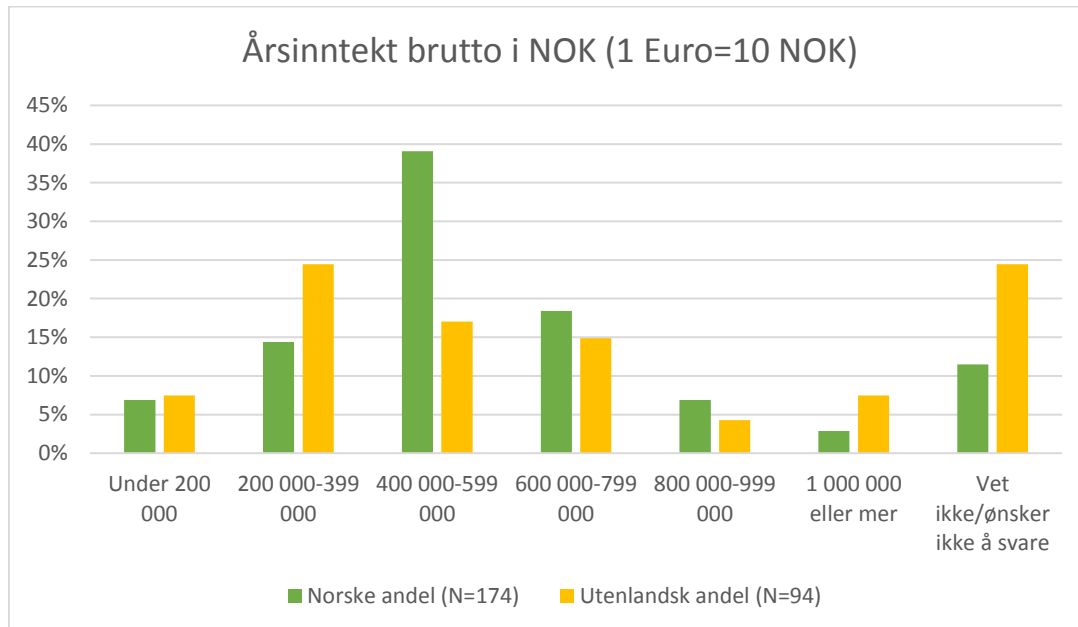


Figur 4. Utdanningsnivå utvalget. N=268

### 1.2.4 GJENNOMSNITTLIG BRUTTO ÅRSINNTekt

Mens det er en høyere andel utenlandske (24 prosent) enn norske (14 prosent) som oppgir en brutto årssinntekt på mellom 200 000 og 399 000, er det langt flere norske (39 prosent)

som oppgir at de tjener mellom 400 og 599 000 enn utenlandske (17 prosent). 13 av de som besvarte den norske undersøkelsen bor i Sverige og Danmark. Fem av disse oppga en brutto årsinntekt på under 400 000. Forskjellen mellom de norske og utenlandske er dermed større enn hva figuren under illustrerer. Hele 24 prosent av de utenlandske ønsket ikke å besvare dette spørsmålet mot bare 11 prosent av de norske.



Figur 5. Brutto årsinntekt utvalget N=268

### 1.2.5 BOSTEDSLAND OG FYLKE (NORSK)

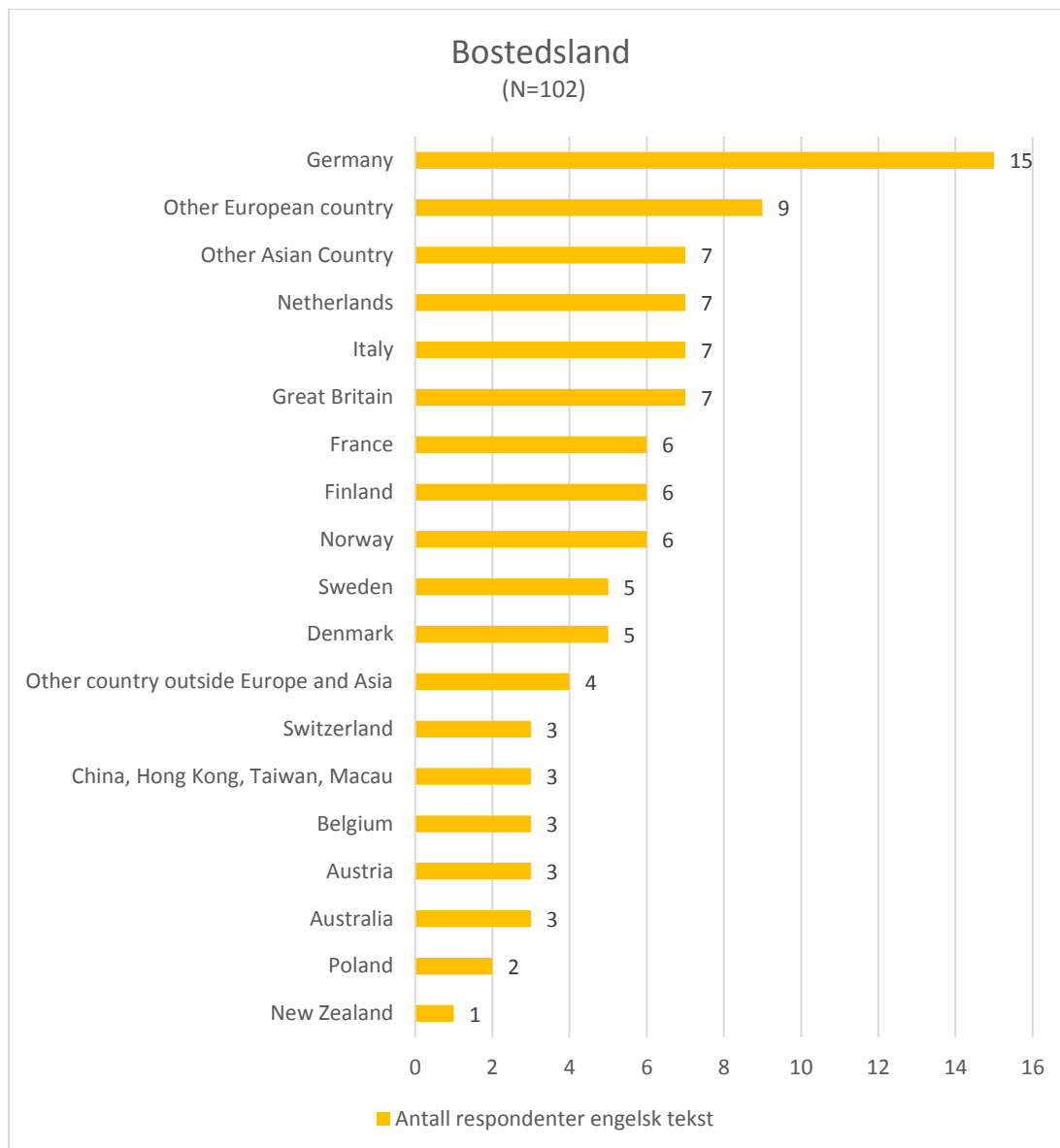
Vi har ikke spurt om statsborgerskap, men om hvilket land respondentene bor i til daglig. Respondentene kunne velge om de ville besvare undersøkelsen på norsk eller engelsk. Figuren under viser at det er syv respondenter boende i Danmark og seks boende i Sverige som har besvart undersøkelsen med den norske teksten. Vi kan ikke vite hvorvidt disse er norske, svenske eller danske. I tillegg er det en som bor i Tyskland og en i Australia som har besvart undersøkelsen på norsk.



Figur 6. Bostedsland norske besvarelser.

Av de 102 som besvarte spørsmål om bostedsland, bodde 15 i Tyskland, syv i henholdsvis Nederland, Storbritannia og Italia og seks i hhv. Frankrike, Finland og Norge. Fem bodde i

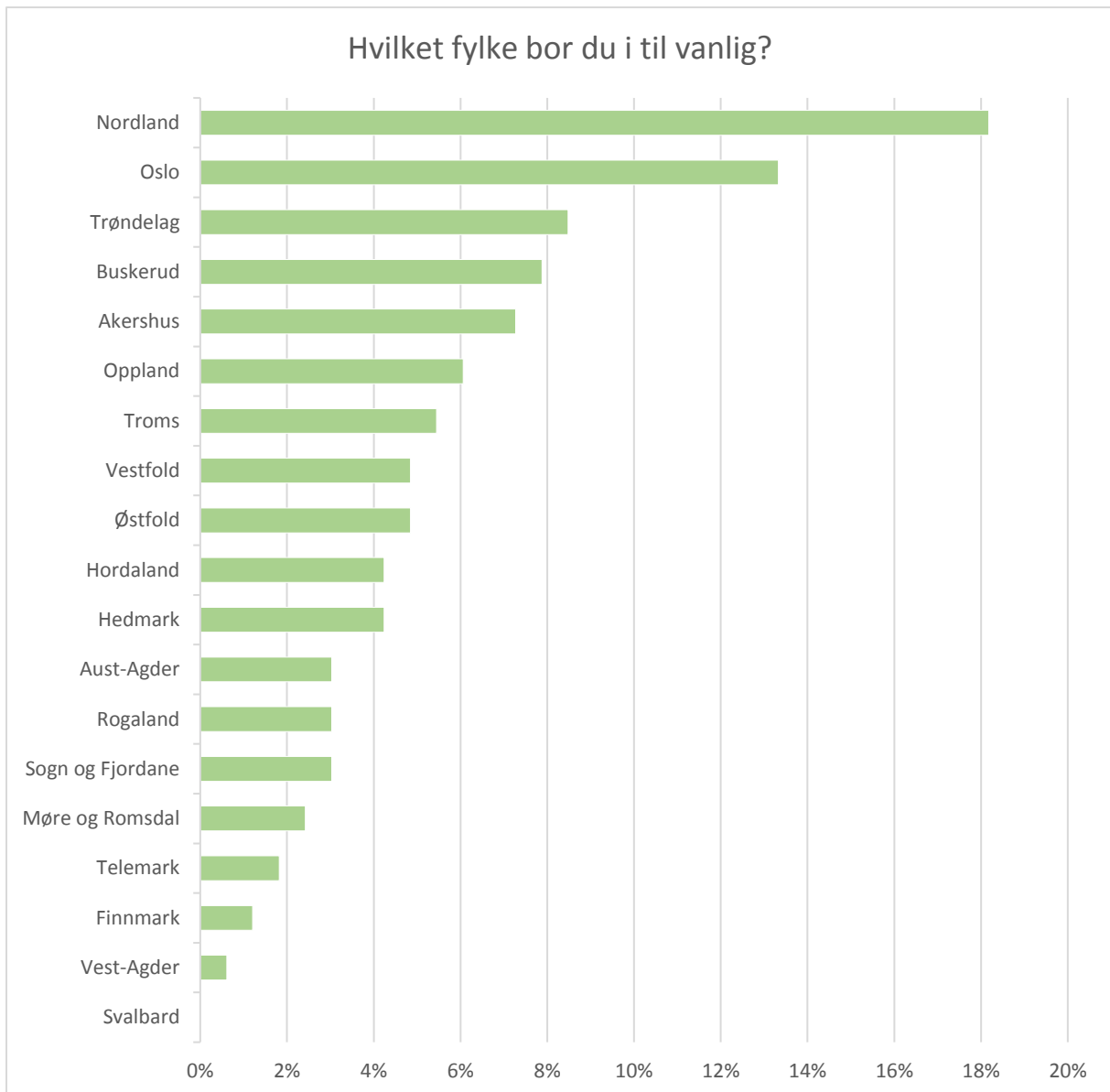
hhv. Sverige og Danmark, mens vi også vet at syv fra Danmark og seks fra Sverige har besvart undersøkelsen på norsk og dermed telles som norsk:



Figur 7. Bostedsland engelske besvarelser.

Fordi det er så få personer i utvalget samlet, er ikke de utenlandske respondentene delt opp i regioner i den videre analysen.

Av de som har besvart den norske teksten bor 18 prosent i Nordland, 13 prosent i Oslo og 8 prosent i hhv. Trøndelag og Buskerud.



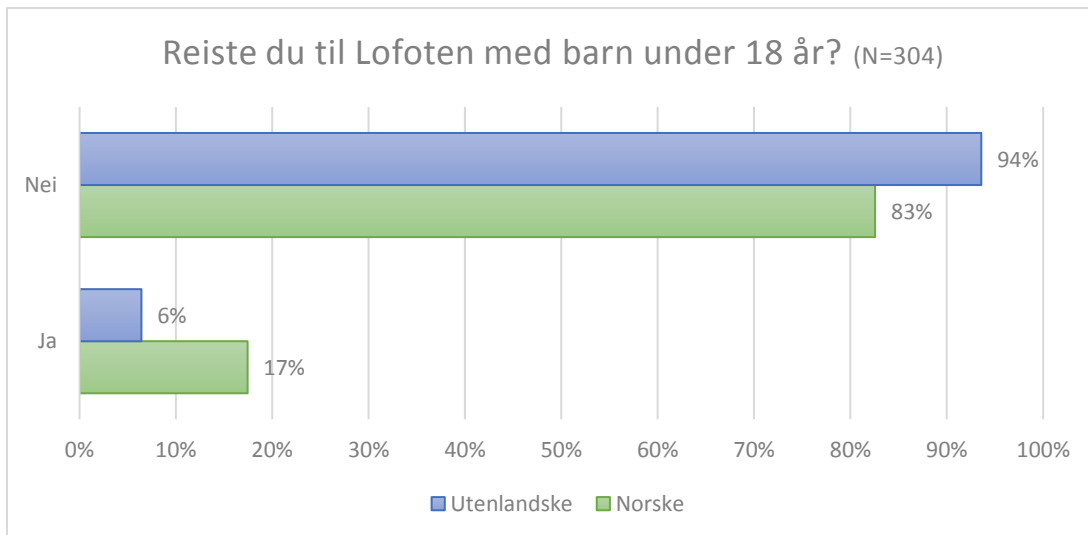
Figur 8. Bostedsfylke norske besvarelser.

De som besvarte den engelske, som oppgir at de har bosted i Norge, bor i Oslo, Troms, Nordland, Trøndelag og Svalbard.

### 1.2.6 FÅ I UTVALGET REISTE TIL LOFOTEN MED BARN

Figur 9 illustrerer at kun seks prosent av de utenlandske og 17 prosent av de norske reiste til Lofoten med barn.





Figur 9. Andel som reiste til Lofoten med barn.

195 norske og 109 utenlandske gjester besvarte spørsmålet om hvorvidt de reiste til Lofoten med barn under 18 år.

### 1.2.7 IKKE REPRESENTATIVT UTVALG

Verken rekrutteringen til denne gjesteundersøkelsen eller størrelsen på utvalget i forhold til antall gjester på reisemålet tilfredsstiller kravene til trekking av tilfeldig utvalg eller statistisk holdbarhet. Foreliggende datamateriale gir dermed kun indikasjoner og tendenser og kan ikke generaliseres til hele populasjonen av gjester som har besøkt Lofoten siste fem år. Indikasjonene og tendensene gir allikevel viktig informasjon for å forstå gjestenes motivasjon og atferd.

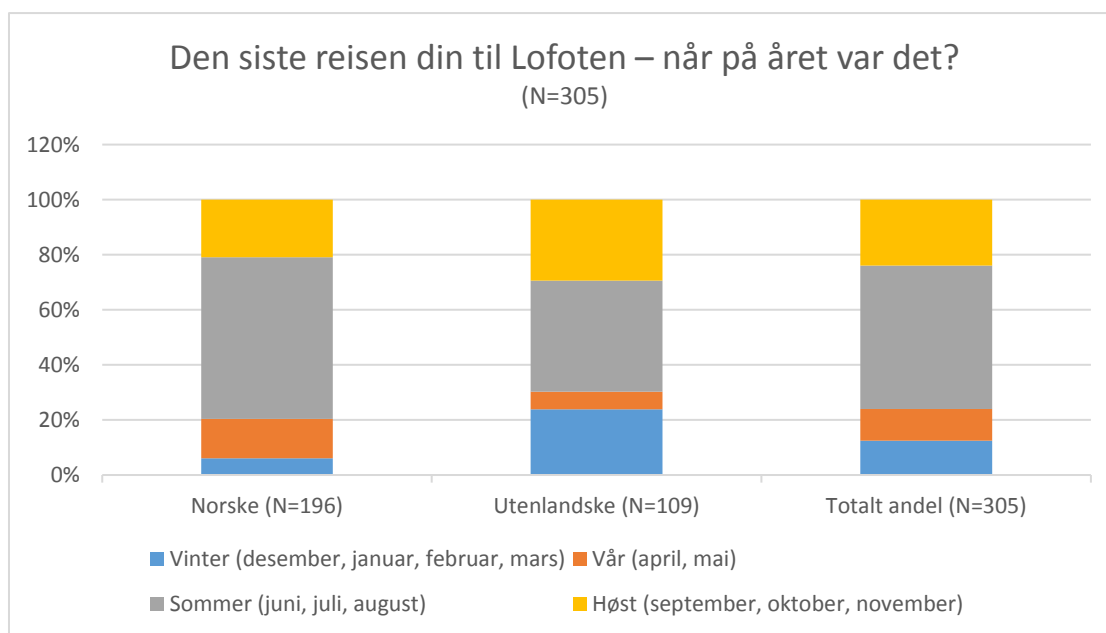
## 2 PLANLEGGING, FORMÅL OG GJENNOMFØRING AV REISEN TIL LOFOTEN

### 2.1 NÅR PÅ ÅRET BESØKTE GJESTENE SIST LOFOTEN?

Brorparten av gjestene som har besvart undersøkelsen gjestet Lofoten på sommeren.

- 52 prosent av utvalget samlet, hvorav 59 prosent av de norske og 40 prosent av de utenlandske, gjestet Lofoten om sommeren.
- Blant de utenlandske var det 24 som gjestet Lofoten om vinteren, mot bare 14 prosent av de norske. Totalt var dette tilfellet for 12 prosent av de som besvarte undersøkelsen.
- 24 prosent av utvalget samlet gjestet Lofoten på høsten. Dette var tilfellet for 29 prosent av de utenlandske og 21 prosent av de norske.
- Kun 11 prosent av utvalget gjestet Lofoten på vinteren. Dette var tilfellet for kun 6 prosent av de utenlandske og 12 prosent av de norske.

Figur 10 illustrerer andel av de ulike gruppene som gjestet Lofoten i ulike sesonger:



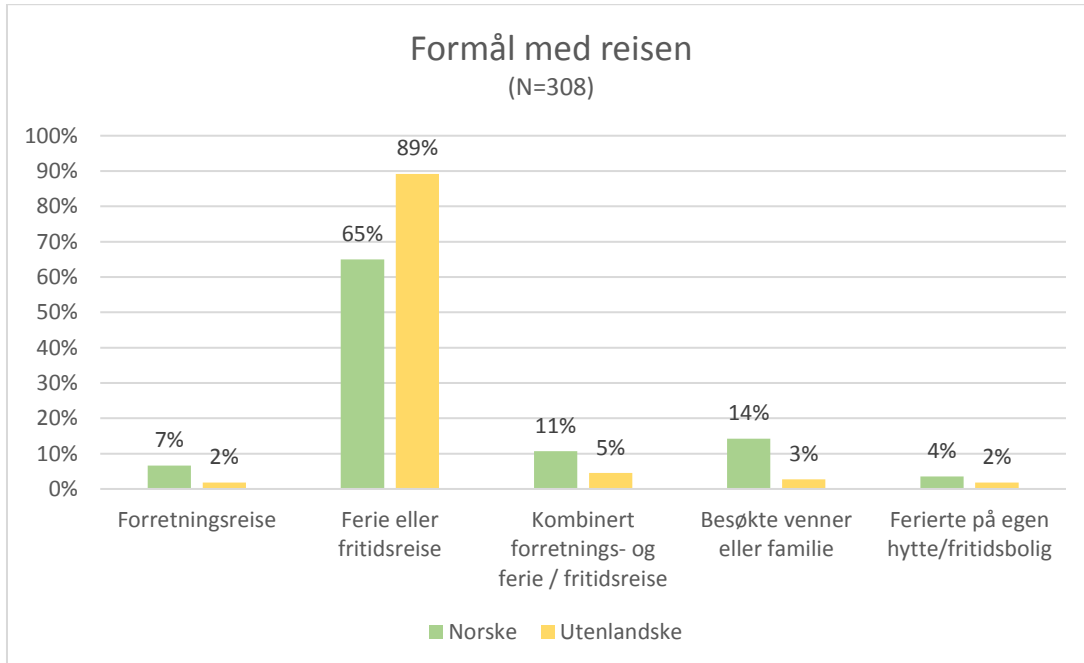
Figur 10. Hvilken sesong besøkte gjestene Lofoten?

### 2.2 FORMÅL MED REISEN

197 norske og 111 utenlandske besvarte spørsmålet om formålet med reisen:

- 89 prosent av de utenlandske og 65 prosent av de norske var på ferie eller fritidsreise.
- 14 prosent av de norske og tre prosent av de utenlandske besøkte venner eller familie.

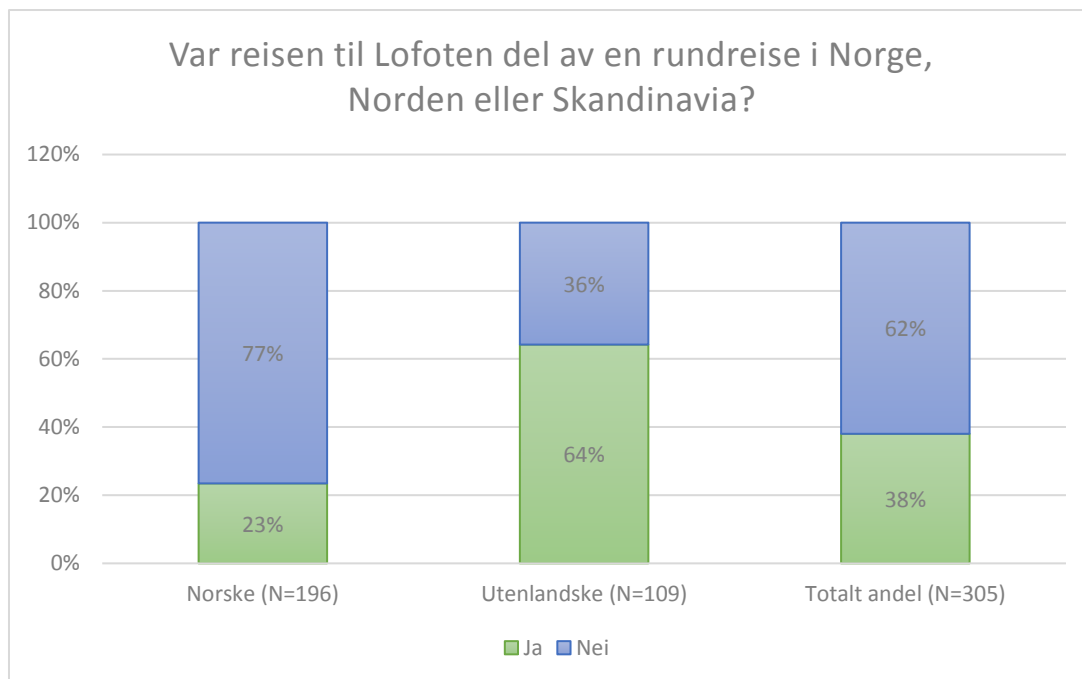
- 11 prosent av de norske og fem prosent av de utenlandske kombinerte forretnings- og fritidsreise, mens syv prosent av de norske og to prosent av de utenlandske var på ren forretningsreise.
- Fire prosent av de norske og to prosent av de utenlandske ferierte på egen hytte/fritidsbolig.



Figur 11. Formålet med reisen til Lofoten.

### 2.3 RUNDREISE ELLER LOFOTEN SOM REISEMÅL?

Mens reisen til Lofoten var en del av en rundreise i Norge eller Skandinavia for 64 av de utenlandske gjestene, var dette kun tilfellet for 23 prosent av de norske. Blant de norske gjestene var, sagt på en annen måte, Lofoten eneste reisemål for langt flere enn blant de utenlandske. Figur 12 illustrerer disse forskjellene mellom de norske og utenlandske gjestene.



Figur 12. Rundreise eller Lofoten som reisemål?

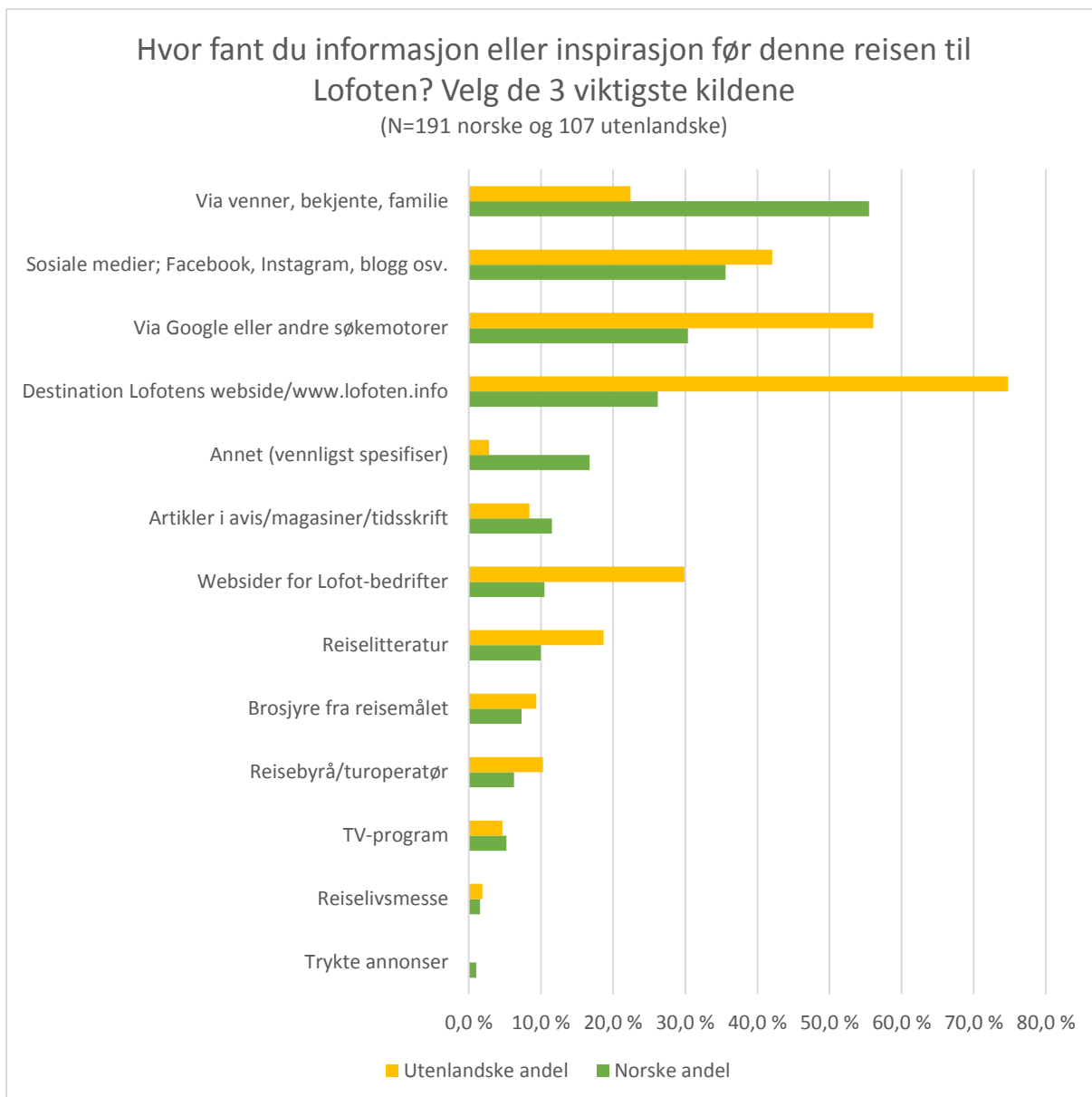
## 2.4 INSPIRASJONSKILDER I FORKANT AV REISEN

Gjestene ble bedt om å oppgi de tre viktigste inspirasjonskildene for sin reise.

- Hele 75 prosent av de utenlandske gjestene oppgir Destination Lofoten sin website som inspirasjonskilde mot 26 prosent av de norske.
- Venner, bekjente og familie utgjør inspirasjonskilden for 55 prosent av de norske gjestene og 22 prosent av de utenlandske.
- 36 prosent av de norske og 42 prosent av de utenlandske oppgir sosiale medier etc. som inspirasjonskilde
- 30 prosent av de norske og 56 prosent av de utenlandske oppgir Google eller andre søkemotorer

Ellers oppgir 30 prosent av de utenlandske også websider for Lofot-bedrifter, mens 19 prosent oppgir reiselitteratur.



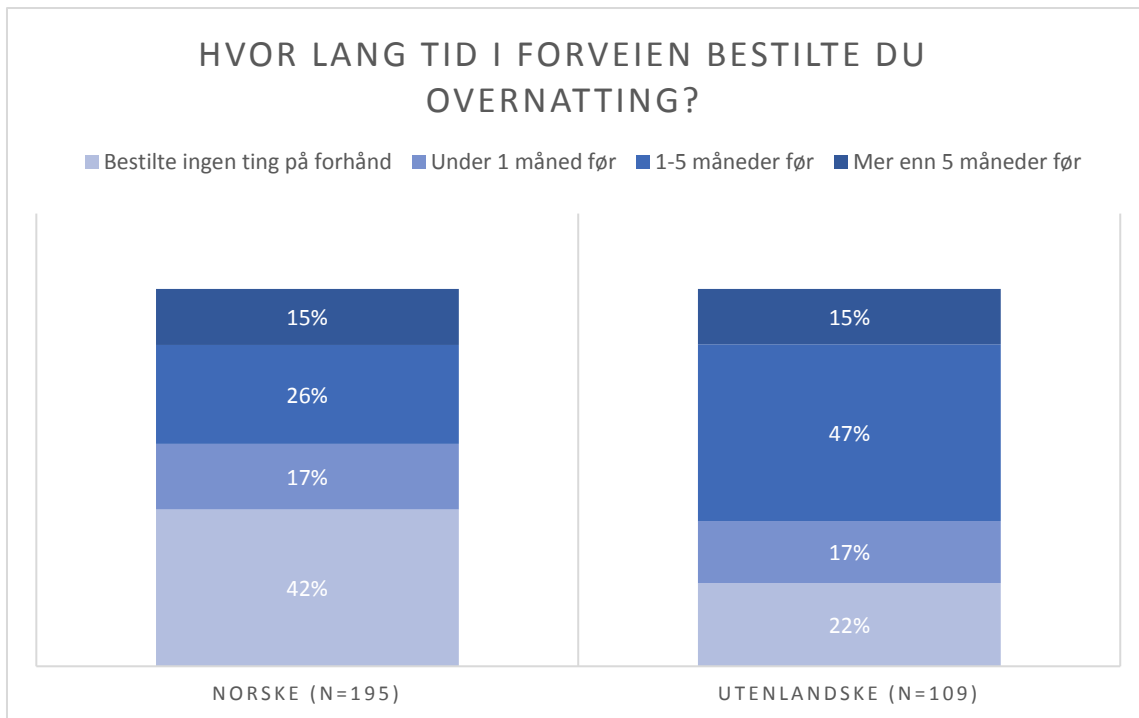


Figur 13. Hvilke kilder brukte gjestene til å finne inspirasjon til reisen til Lofoten?

## 2.5 BOOKING AV OVERNATTING I FORKANT

Gjesteundersøkelsen bekrefter at nordmenn booker senere enn utenlandske gjester.

- Mens 42 prosent av de norske ikke hadde booket overnatting på forhånd var dette tilfellet for bare 22 prosent av de utenlandske.
- 47 prosent av de utenlandske oppgir at de hadde booket 1-5 måneder før, men det samme var tilfellet for 26 prosent av de norske.
- 15 prosent av begge grupper oppgir at de hadde booket overnatting mer enn fem måneder før
- 17 prosent av begge grupper oppgir at de hadde booket under en måned før



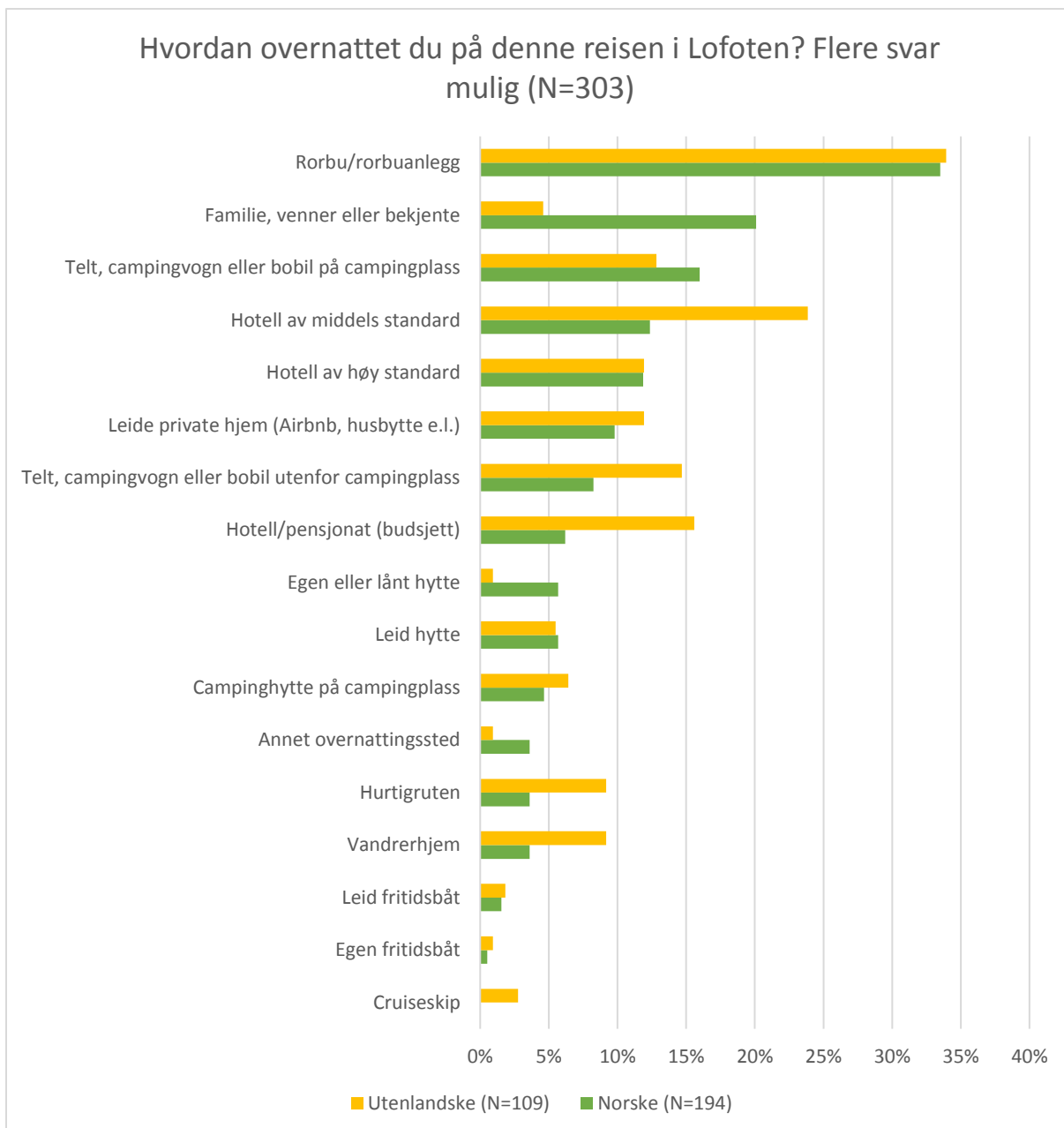
Figur 14. Hvor lang tid i forveien booket de norske og utenlandske gjestene?

En del av forklaringen på at mange norske gjester ikke booket på forhånd ligger i at 18 prosent av det norske utvalget oppgir at de enten besøkte venner eller ferierte i egen feriebolig.

## 2.6 BOSTEDSTYPE – RORBUANLEGG MEST BRUKT

- Størst andel av de som besvarte undersøkelsen overnattet på rorbu og rorbuanlegg både blant norske og utenlandske gjester. 34 prosent av både norske og utenlandske overnattet på rorbu eller rorbuanlegg.
- Mens hele 20 prosent av de norske overnattet hos venner og bekjente var dette kun tilfellet for fem prosent av de utenlandske.
- 24 prosent av de utenlandske overnattet på hotell av middels standard, mens dette var tilfellet for bare 12 prosent av de norske.
- 16 prosent av de norske og 13 prosent av de utenlandske overnattet i bobil, campingvogn eller telt på campingplass.
- 15 prosent av de utenlandske og åtte prosent av de norske campet i bobil, campingvogn eller telt utenfor campingplass.
- 16 prosent av de utenlandske og seks prosent av de norske respondentene overnattet på billigere hotell og pensjonat, mens 12 prosent av de utenlandske og 10 prosent av de norske overnattet på Airbnb.

Figuren under viser alle typer overnatting som gjestene benyttet:



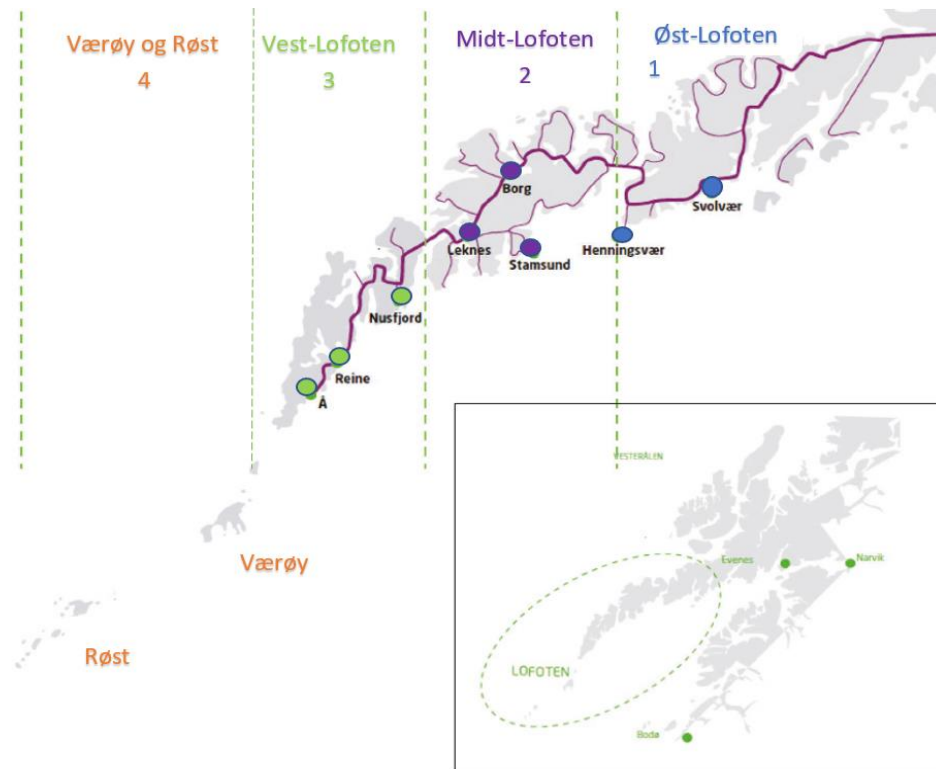
Figur 15. Hvordan overnattet de norske og utenlandske gjestene på sin reise i Lofoten?

Figur 15 illustrerer at 20 prosent av de norske gjestene oppgir at de overnattet hos venner, slekt og bekjente, mens 15 prosent oppgir at de campet i telt, campingvogn eller bobil utenfor campingplass.

En del av de 39 norske gjestene som oppgir at de overnattet hos venner, slekt og bekjente oppgir også en del andre overnattingsformer som rorbuanlegg (6), hotell av høy standard (3), hotell av middels standard (2), og camping på campingplass (3).

## 2.7 HVILKE OMRÅDER I LOFOTEN OVERNATTET OG BESØKTE GJESTENE?

Gjestene ble presentert for kartet under, og ble bedt om å oppgi hvor i de fire delene av Lofoten de overnattet og hvor de var under sitt opphold.



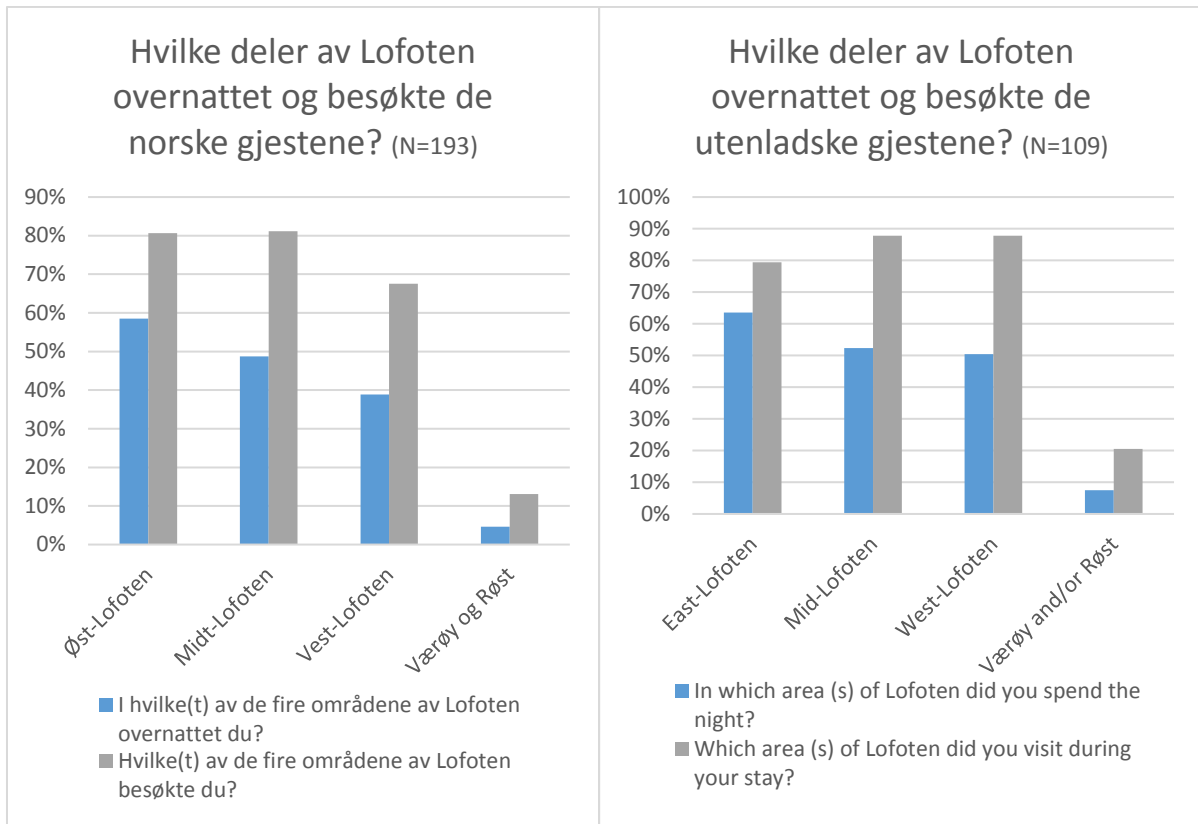
Figur 16. Kart som ble presentert i gjesteundersøkelsen som viser fire områder i Lofoten.

Øst-Lofoten er den regionen der flest overnatter, både nordmenn og utlendinger. Utlendingene ser ut til å reise mer rundt i Lofoten enn nordmenn, og har i større grad enn nordmenn besøkt Vest-Lofoten, Værøy og Røst.

Et interessant funn er at både de norske og de utenlandske gjestene i stor grad besøker hele Lofoten.

- Mens 39 prosent av de norske oppgir at de overnattet i Vest-Lofoten oppgir hele 68 prosent at de besøkte området.
- Mens 50 prosent av de utenlandske oppgir at de overnattet i Vest-Lofoten oppgir hele 88 prosent at de besøkte Vest-Lofoten.
- Mens 59 prosent av de norske oppgir at de overnattet i Øst-Lofoten oppgir hele 82 prosent at de besøkte området.
- Mens 64 prosent av de utenlandske oppgir at de overnattet i Øst-Lofoten, oppgir 79 prosent oppgir at de besøkte området.
- 49 prosent av de norske og 52 prosent av de utenlandske oppgir at de overnattet i Midt-Lofoten mens hele 81 prosent av de norske og 88 prosent av de utenlandske oppgir at de besøkte området.

- 7 prosent av de utenlandske og 5 prosent av de norske oppgir at de har overnattet på Værøy eller Røst, mens 13 prosent av de norske og 20 prosent av de utenlandske oppgir at de har besøkt området.

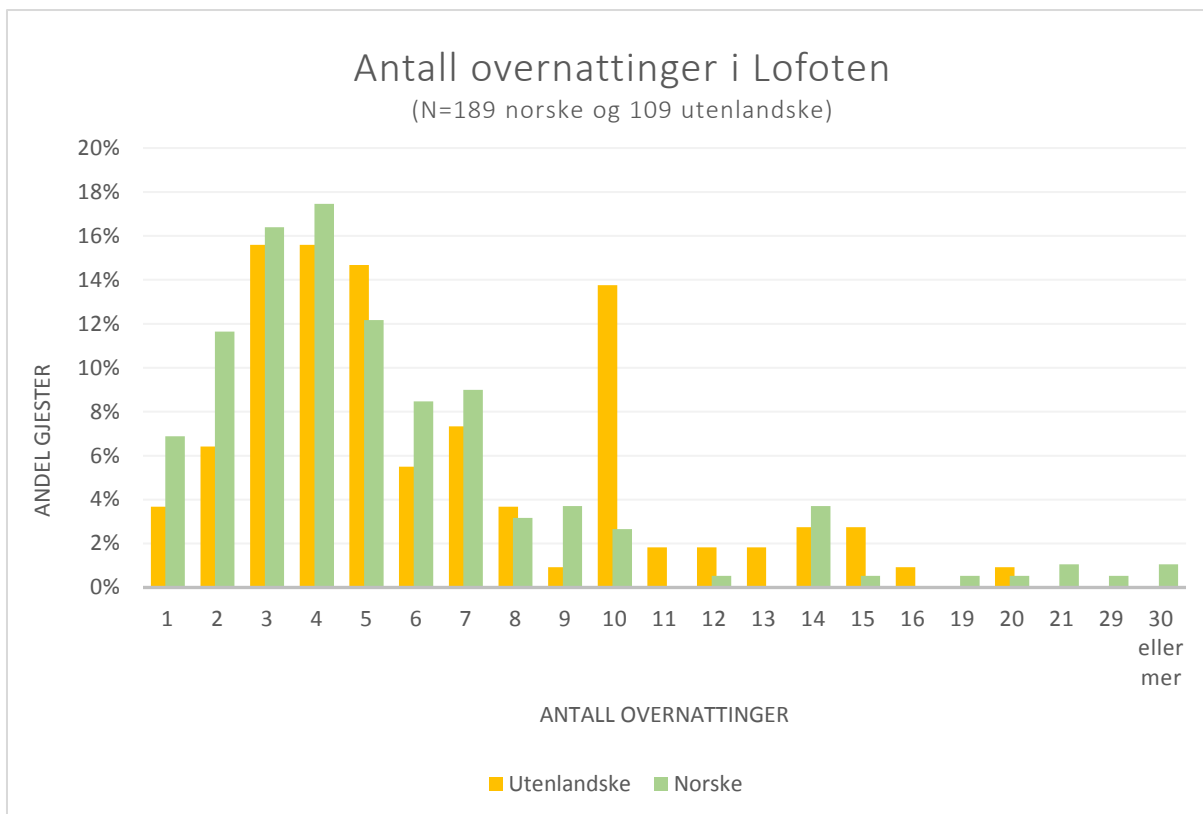


Figur 17: I hvilke områder av Lofoten overnattet gjestene og hvilke områder besøkte de?

## 2.8 OPPHOLDSTID I LOFOTEN

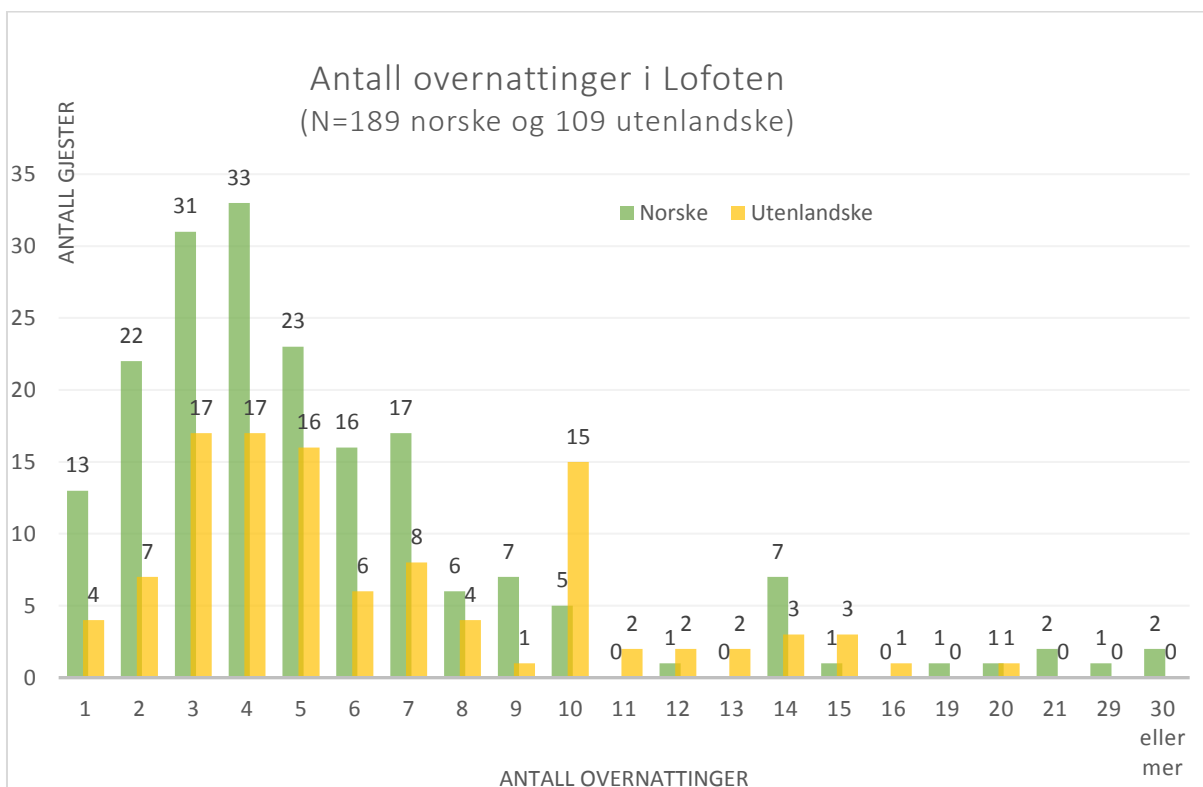
Et viktig mål for Lofoten som reisemål er å øke oppholdstiden for gjester som besøker Lofoten. Figur 18 og 19 viser hvor mange overnattinger ulike andeler av norske og utenlandske gjester har hatt i Lofoten.

- Nesten halvparten av både de norske og utenlandske gjestene oppgir at de tilbragte mellom tre og fem overnattinger i Lofoten.
- 14 prosent av de som besvarte undersøkelsen på engelsk oppgir at de tilbragte 10 netter i Lofoten. Av de 15 personene som svarte at de tilbragte 10 netter i Lofoten, har fem bostedsadresse i Tyskland, tre i Nederland. Ellers er det enkeltpersoner med bosted i Sveits, Finland, Storbritannia, Australia og andre europeiske land som oppgir at de hadde tilbragt 10 dager i Lofoten.
- Noen få norske fritidsboliggjester skiller seg også ut med mange overnattinger.



Figur 18. Antall overnattinger i Lofoten norske og utenlandske gjester, andel.

Figur 19 viser samme data som figuren over, men viser hvor mange gjester som hadde fra 1 til 30 overnattinger eller mer.



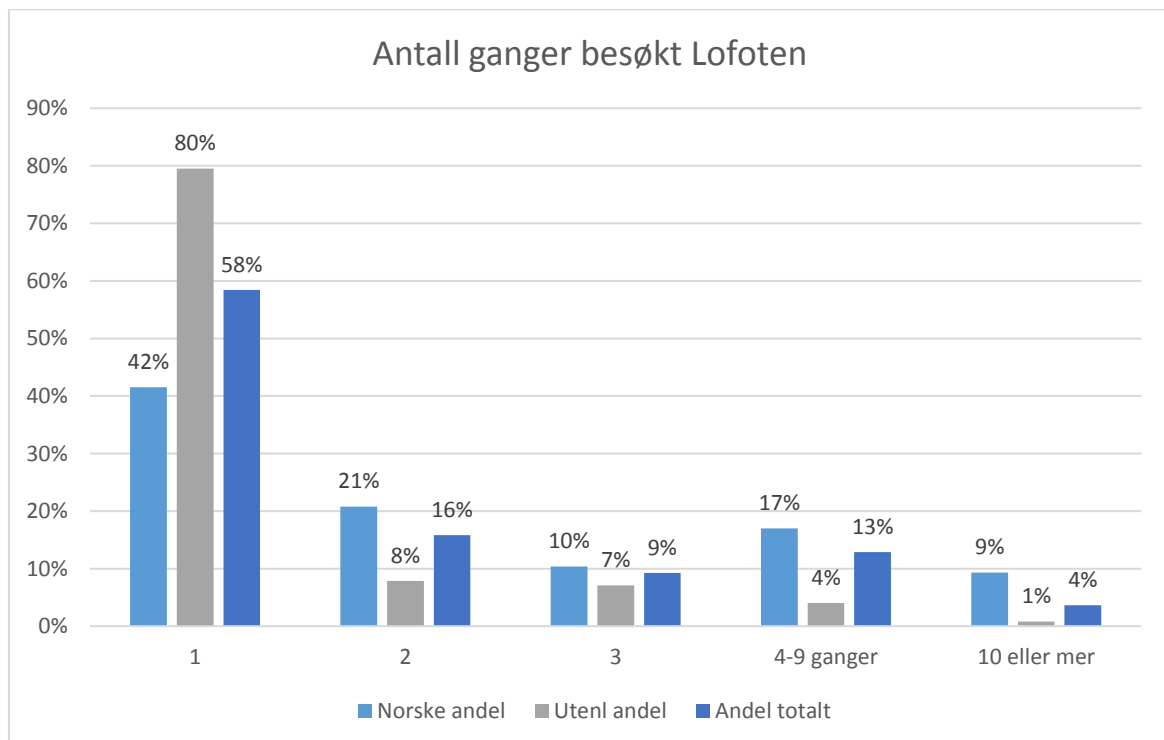
Figur 19. Antall overnattinger i Lofoten norske og utenlandske, antall.

De 109 utenlandske gjestene hadde en gjennomsnittlig oppholdstid i Lofoten på 6,4 dager, mens de 189 norske som besvarte spørsmålet hadde en gjennomsnittlig oppholdstid på 5,6 dager. Noen få gjester har lengre oppholdstid og trekker opp gjennomsnittlig oppholdstid, Det kan derfor være interessant å se på hva som er medianen for antall overnattinger. Medianen av både norske og utenlandske overnattinger ligger mellom 4 og 5.

## 2.9 FØRSTEGANGSBESØKENDE ELLER ERFARNE BESØKENDE?

Figur 20 viser antall besøk i Lofoten per respondent.

- De utenlandske gjestene er hovedsakelig førstegangsbesøkende; 80 prosent av de utenlandske oppgir at dette var første reise til Lofoten. De norske besøkende er svært lojale, hele 42 prosent har besøkt Lofoten tidligere.
- 21 prosent av de norske og åtte prosent av de utenlandske har vært to ganger i Lofoten.
- 10 prosent av de norske og syv prosent av de utenlandske har vært tre ganger i Lofoten.
- 17 prosent av de norske og fire prosent av de utenlandske har vært mellom fire og ni ganger i Lofoten, mens ni prosent av de norske og kun 1 prosent av de utenlandske har vært 10 ganger eller mer i Lofoten.



Figur 20. Antall besøk i Lofoten

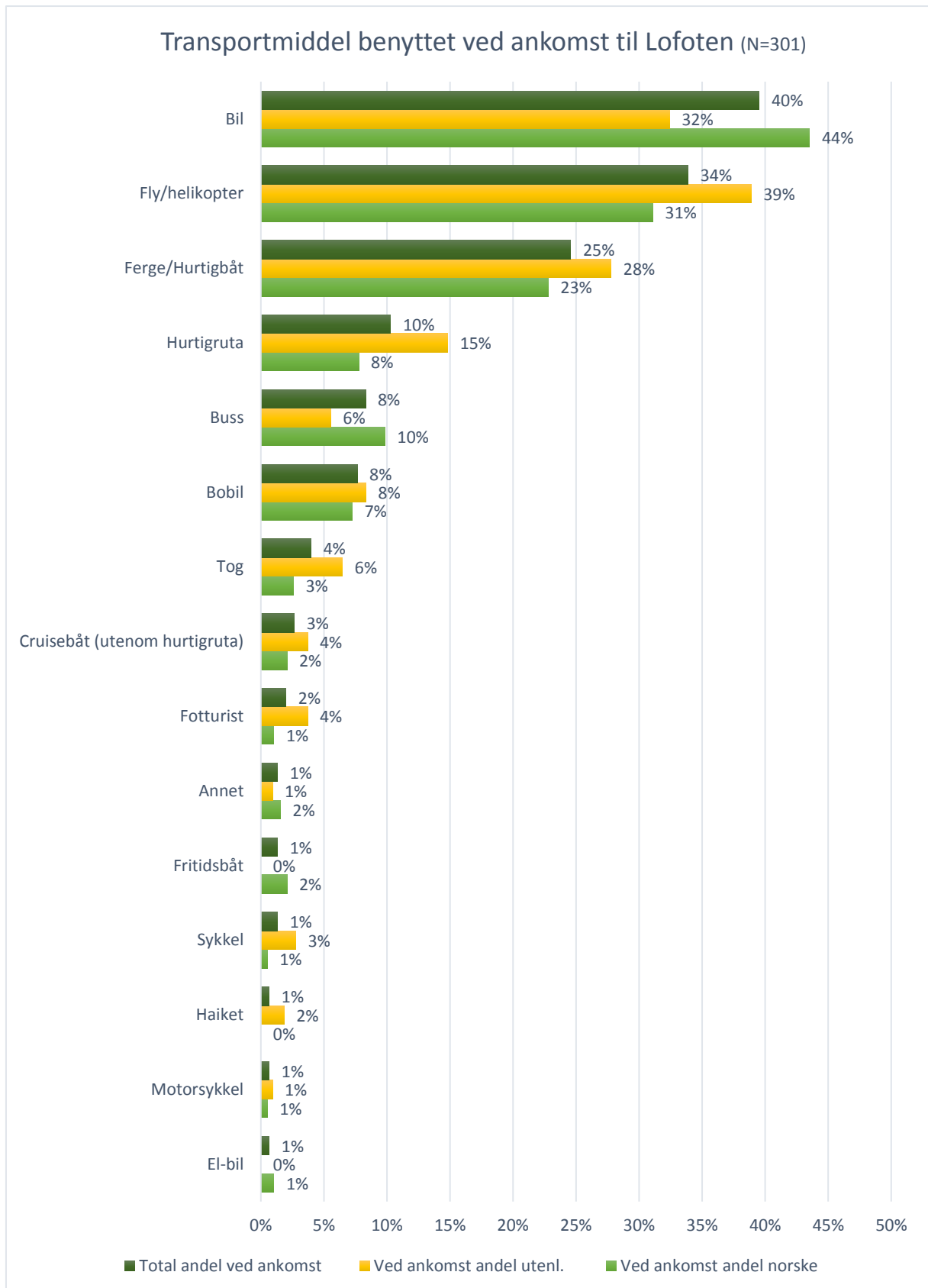
At hele 80 prosent av de utenlandske er førstegangsbesøkende mot bare 40 prosent av de norske illustrerer at de utenlandske trolig vil ha større behov for informasjon/forberedelse og veiledning både før og under reisen.

## **2.10 TRANSPORTMIDDEL BENYTTET VED REISEN OG ANKOMSTEN TIL LOFOTEN**

Gjennom bærekraftig reisemålsutvikling skal transportmiddel benyttet på reisen til destinasjonen og under oppholdet registreres.

- 40 prosent av utvalget samlet oppgir at de ankom Lofoten med bil. Dette er tilfellet for 44 prosent av de norske og 32 prosent av de utenlandske.
- Hva angår fly/helikopter er det 34 prosent samlet som oppgir at de ankom Lofoten med fly/helikopter, henholdsvis 39 prosent av de utenlandske og 31 prosent av de norske.
- 28 prosent av de utenlandske og 23 prosent av de norske oppgir at de også ankom med ferge eller hurtigbåt. Vi må anta at en del av disse også kom i bil.
- 15 prosent av de utenlandske og åtte prosent av de norske ankom med hurtigruta.
- Åtte prosent av de utenlandske og syv prosent av de norske ankom med bobil.
- Det er kun åtte prosent samlet som oppgir at de ankom Lofoten med buss, hvorav 10 prosent av de norske og åtte prosent av de utenlandske.
- En mindre andel oppgir også at de har benyttet seg av tog. Dette var tilfellet for seks prosent av de utenlandske og tre prosent av de norske.

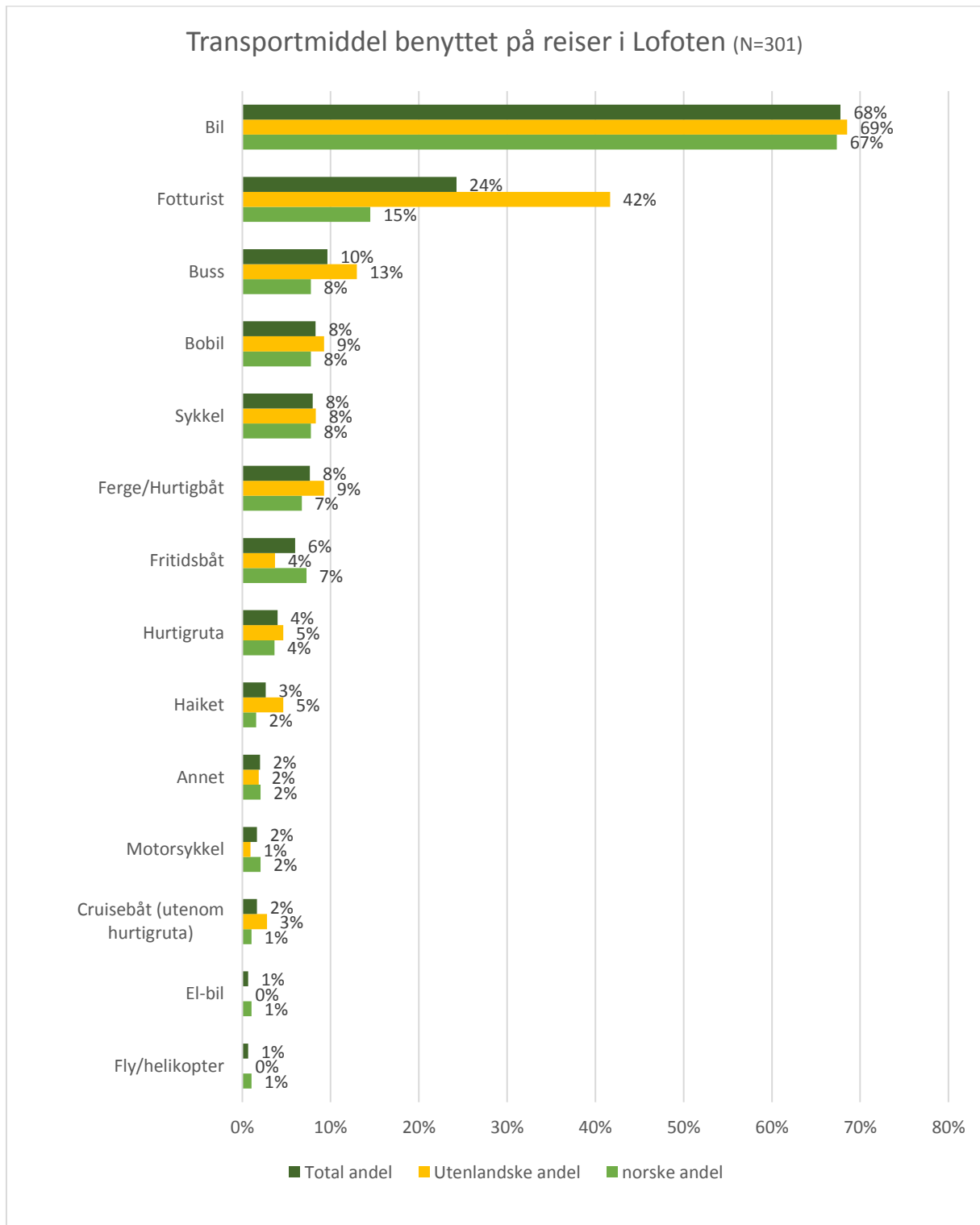




Figur 21. Transportmiddel benyttet på reise til Lofoten.

Hva angår transportmiddel benyttet *på* reisemålet under oppholdet viser figuren under at hele 68 prosent av utvalget samlet oppgir at de har brukt bil (mens bare 40 prosent oppgir

at de brukte bil på reisen til Lofoten). Dette betyr trolig at nesten 30 prosent av gjestene som besvarte undersøkelsen har benyttet seg av leiebil. Vi ser at kun 10 prosent oppgir å ha brukt buss på sitt opphold i Lofoten. Figur 22 under oppsummerer hvilke transportmiddel gjestene benyttet seg av da de var i Lofoten:



Figur 22. Transportmiddel benyttet under oppholdet i Lofoten.

## 3 FORVENTNINGER OG TILFREDSHET

### 3.1 DRIVERE FOR Å VELGE LOFOTEN SOM REISEMÅL

Uberørt og ren natur troner fortsatt på topp som viktigste tiltrekkingsfaktorer for Lofoten, men gjesteundersøkelsen viser også at lokal kultur er viktig for folks valg av reisemål:

- De utenlandske besøkende skårer betydningen av uberørt natur som den aller viktigste faktoren, med en gjennomsnittlig skår på hele 4,85 på en skala fra 1 til 5.
- Også de som besvarte undersøkelsen på norsk, vurderte muligheten for å oppleve uberørt og ren natur som den aller viktigste faktoren med gjennomsnittlig skår på 4,41.
- De utenlandske gjestene har gjennomsnittlig vurdert betydningen av naturfenomener til 4,25, mens de norske gjestene gjennomsnittlig vurderte naturfenomener noe lavere (3,46).
- De norske vurderte muligheten for å oppleve lokal kultur, livsstil og tradisjon som den nest viktigste faktoren, med gjennomsnittlig skår på 4,01, mens lokal kultur og livsstil er vurdert gjennomsnittlig til 3,61 blant de utenlandske.
- Muligheten for å oppleve stillhet er vurdert som viktig av både de norske og utenlandske med en gjennomsnittlig verdi på henholdsvis 4,08 blant utenlandske og 3,92 av de norske.
- Betydningen av tilgangen til naturbaserte opplevelser er gjennomsnittlig vurdert ganske likt mellom norske (3,16) og utenlandske (3,08).

En av de faktorene som skiller de norske og de utenlandske respondentene er tilgang til organiserte fiskeopplevelser:

- Mens de norske i gjennomsnitt har svart 3,08 har de utenlandske har svart 1,96.

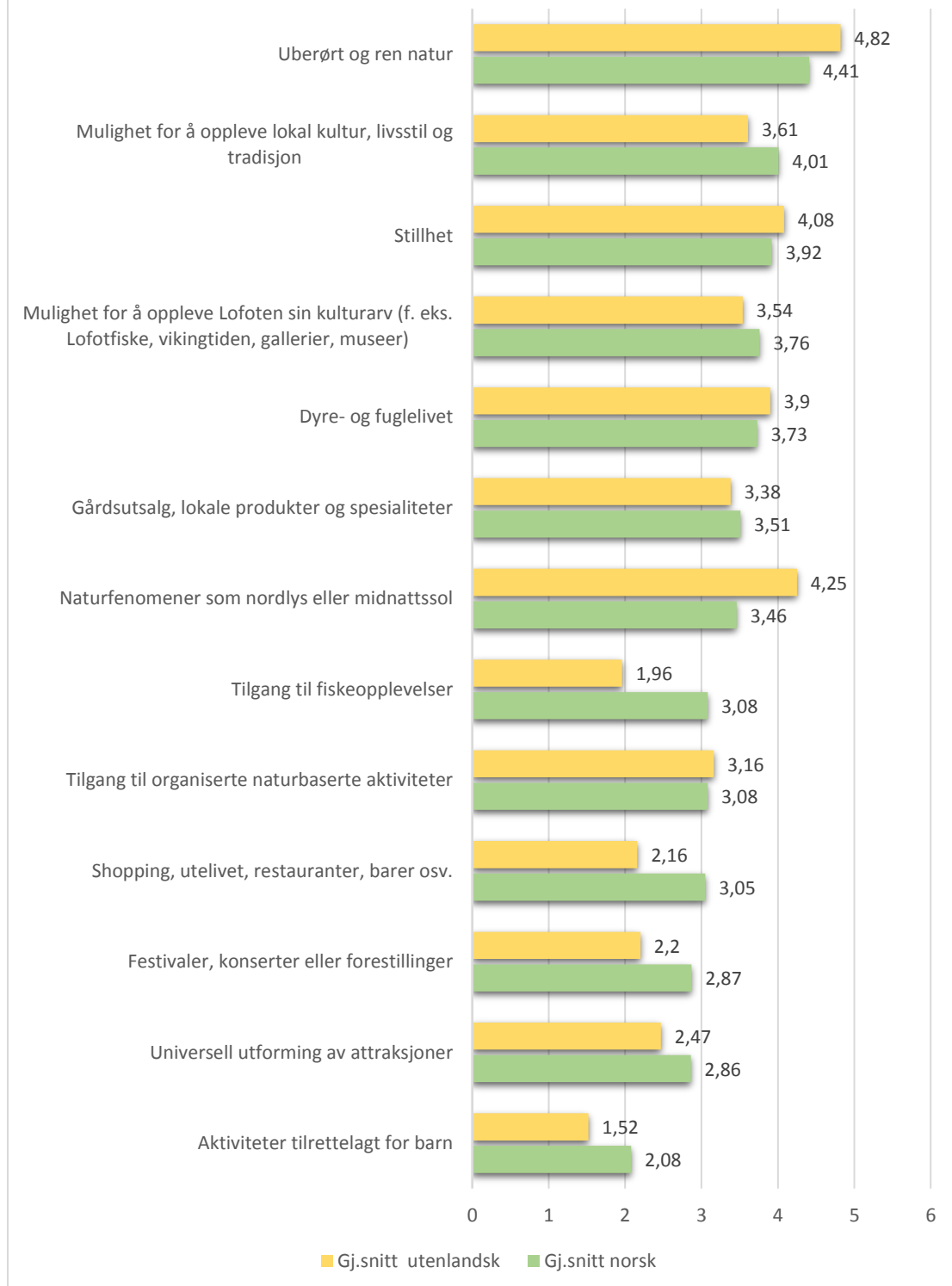
Betydningen av mulighet for shopping og tilgang til restauranter og barer er vurdert noe høyere blant norske (3,05) enn blant utenlandske (2,16).

Ellers ser vi at betydningen av aktiviteter tilrettelagt for barn ikke er vurdert som veldig viktig for verken de norske (2,08) eller utenlandske (1,52). De 33 norske respondentene som har svart at de reiste til Lofoten med barn, vurderer imidlertid gjennomsnittlig betydningen av aktiviteter tilrettelagt for barn til 3,23, mens de syv utenlandske som reiste med barn gjennomsnittlig vurderer betydningen til 3,0.

Betydningen av festivaler, konserter og forestillinger er heller ikke vektlagt veldig høyt, selv om de norske av vurdert dette høyere (2,87) enn de utenlandske (2,2).

## Betydningen av ulike fenomener, fasiliteter og opplevelser for valget av Lofoten som reisemål

(N=219 norske og 120 utenlandske)



Figur 23. Betydningen av ulike fasiliteter og fenomener for valg av Lofoten som reisemål.

I figur 24 er svarene til de norske og utenlandske slått sammen og presentert i antall som har skåret betydningen av de ulike faktorene til svært stor (5 på en skala fra 1-5). Figuren

illustrer med all tydelighet at uberørt og ren natur troner suverent på toppen som den viktigste faktoren for å velge Lofoten som reisemål. De tre faktorene som følger er stillhet, naturfenomener og dyre- og fuglelivet. Mulighetene for å oppleve hhv. lokal kultur og Lofotens kulturarv følger videre.



Figur 24: Antall respondenter som har svart svært stor betydning (5 på skala fra 1-5) for de ulike faktorenes betydning for valget av Lofoten som reisemål.

En faktoranalyse<sup>1</sup> av driverne viser at vi kan dele inn det samlede utvalget i tre grupper av behovssegmenter; 1) de som har behov for tilrettelegging og å bli underholdt, 2) de som har behov for stillhet, natur og dyreopplevelser og 3) de som har behov for å oppleve lokal kultur, kulturhistorie, levesett og mattradisjon<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> \*Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization

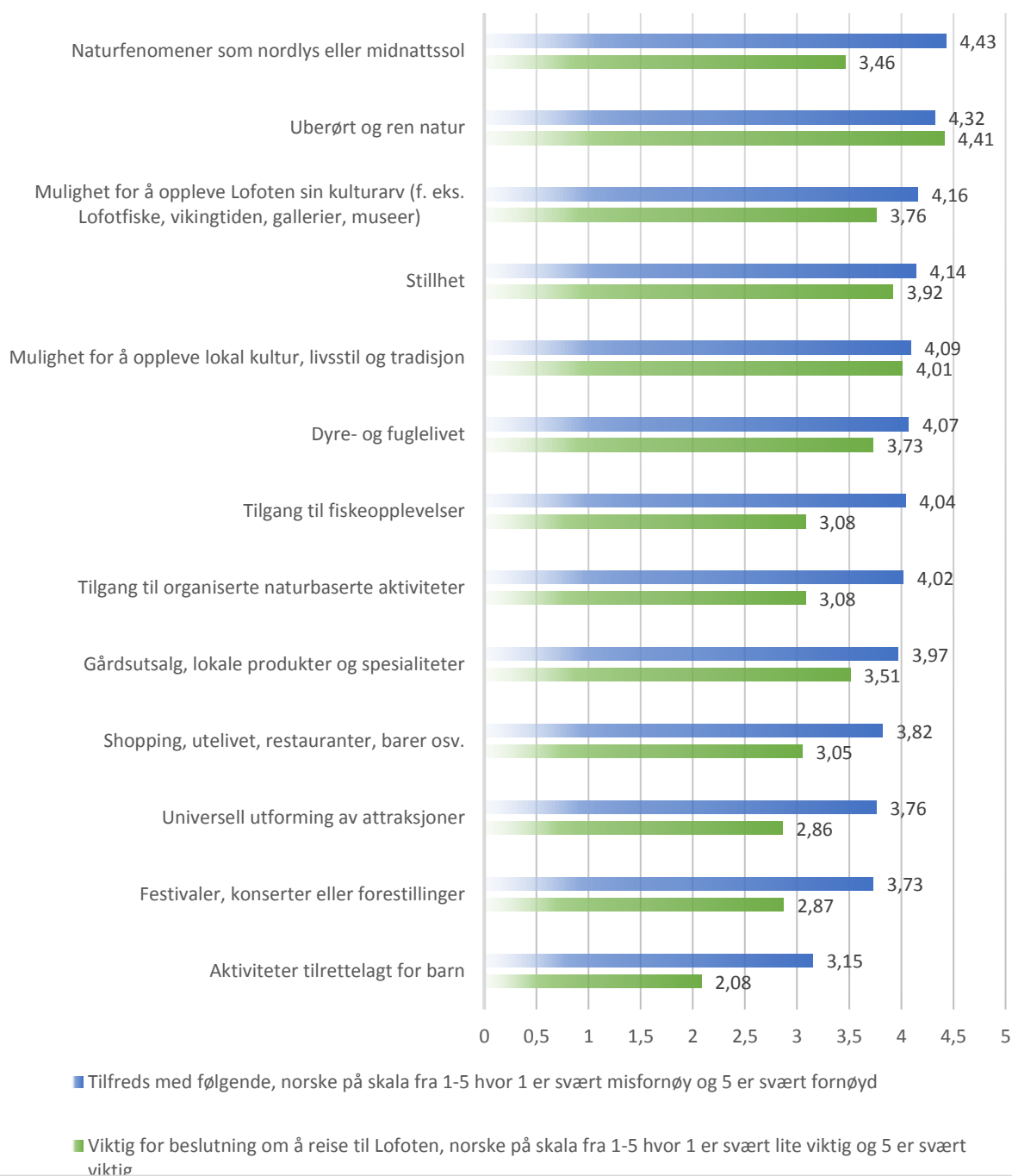
<sup>2</sup> Se vedlegg 1

### **3.2 INNFRIK LOFOTEN DE HØYE FORVENTNINGENE?**

I figur 26 er betydningen av faktorene for å velge Lofoten som reisemål sammenstilt med de norske gjestenes tilfredshet med de samme fasilitetene, fenomenene og opplevelsene. Vi kaller betydningen for forventninger. Et svært interessant funn er at opplevelsen av samtlige opplevelser, fasiliteter og fenomener faktisk overgår forventningene. Unntaket er uberørt og ren natur, hvor tilfredsheten er skåret til 4,3 mot betydning 4,4.

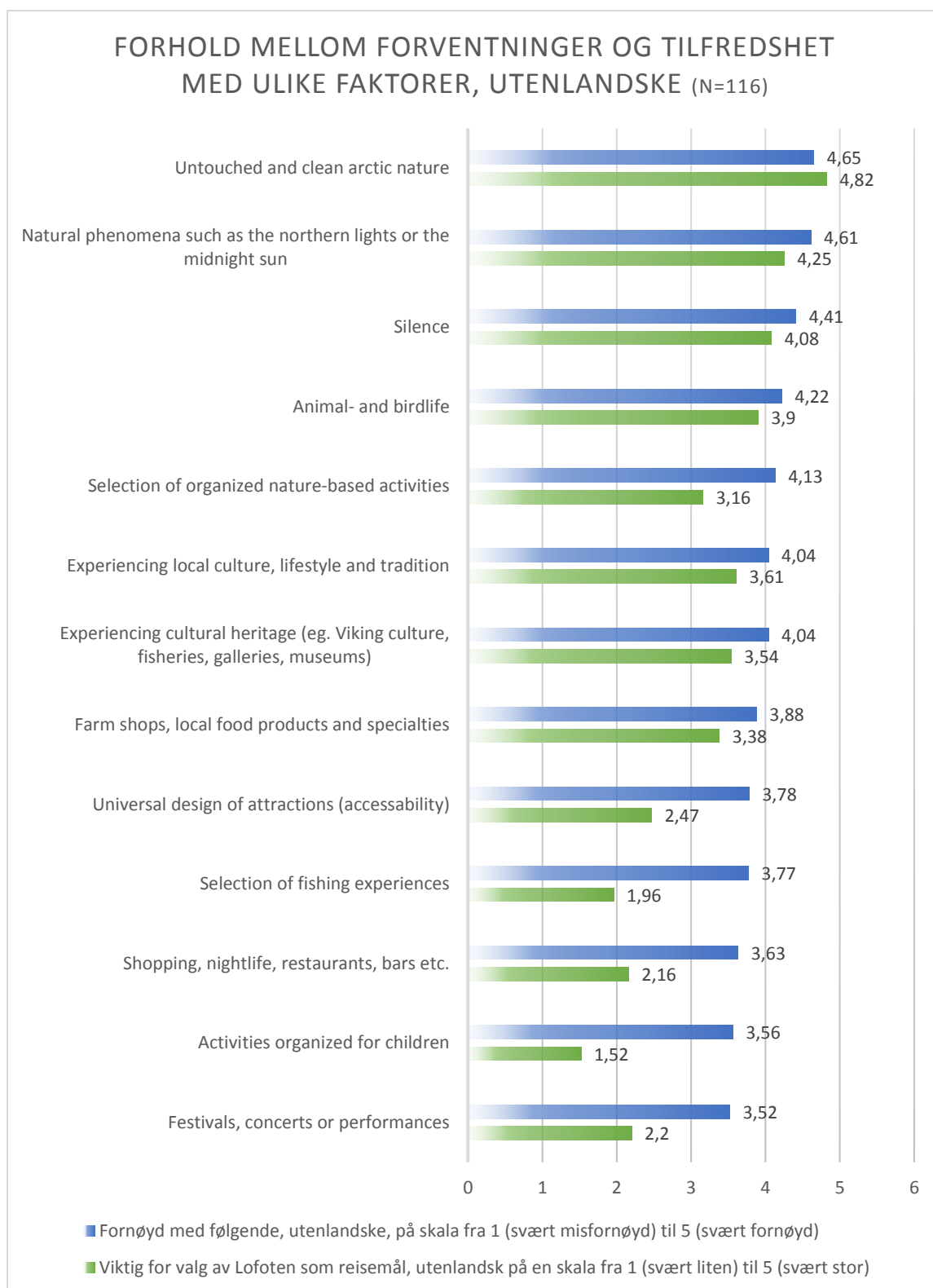
Videre ser vi at tilfredsheten med naturfenomener (4,4) langt overgår betydningen for valg av Lofoten som reisemål (3,4). Det må imidlertid presiseres at de gjestene som ikke hadde noen opplevelser med enkeltfaktorer svarte «ikke relevant for min reise». Det er kun de som har hatt konkrete erfaringer med de ulike faktorene som har vurdert dem.

FORHOLDET MELLOM FORVENTNINGER OG TILFREDSHET  
MED ULIKE FENOMENER, FASILITETER OG OPPLEVELSER,  
NORSKE (N=204)



Figur 25. Forholdet mellom forventninger og tilfredshet, norske gjester

Også blant de utenlandske overgår tilfredsheten forventningene for alle faktorer unntatt «uberørt natur» hvor gjennomsnittlig tilfredshet var 4,65, mot betydning for valg av reisemål skåret til 4,85. På den andre siden er det «uberørt natur» som de utenlandske gjestene er aller mest fornøyd med, etterfulgt av naturfenomener, stillhet, utvalg av organiserte naturopplevelser og dyre- og fugleliv.



Figur 26: Forholdet mellom forventninger og tilfredshet, utenlandske gjester

Figur 28 og 29 illustrerer samme data som over (sammenhengen mellom betydningen for valget av Lofoten som reisemål og tilfredshet), og illustrerer naturens sentrale betydning for Lofoten som reisemål for både norske og utenlandske gjester:

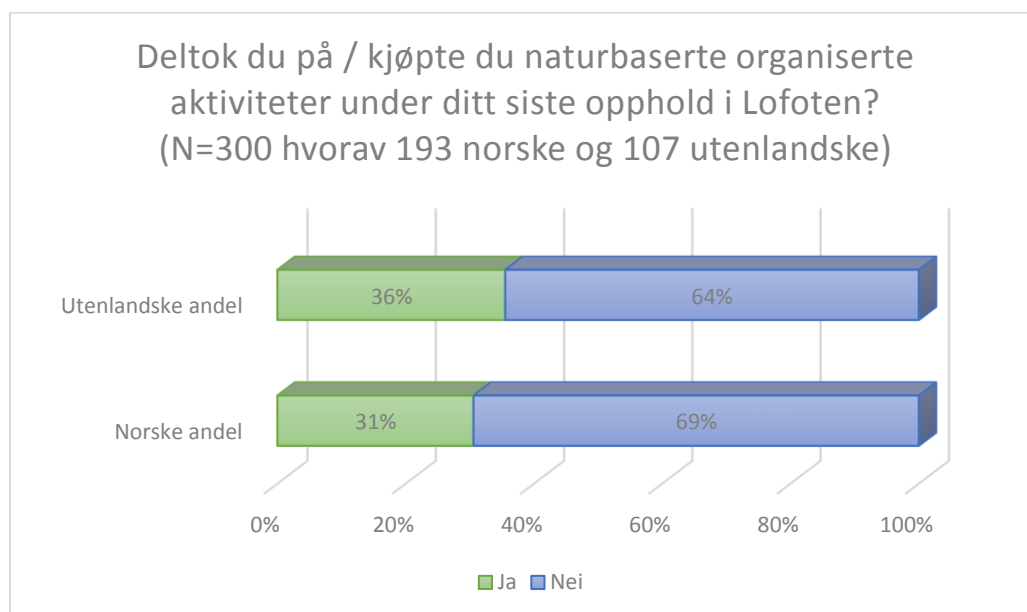




## 4 NATURBASERTE OPPLEVELSER

Som forrige kapittel viste er uberørt natur, stillhet og dyre- og fugleliv de viktigste driverne for å velge Lofoten som reisemål. Gjesteundersøkelsen tok også for seg naturopplevelser spesielt.

36 prosent av de utenlandske og 31 prosent av de norske gjestene kjøpte naturbaserte aktiviteter under sitt opphold i Lofoten.



Figur 29. Andel gjester som har deltatt/kjøpt naturbaserte opplevelser

Utvalget viser ingen sammenheng mellom oppholdstid og kjøp av organiserte opplevelser.

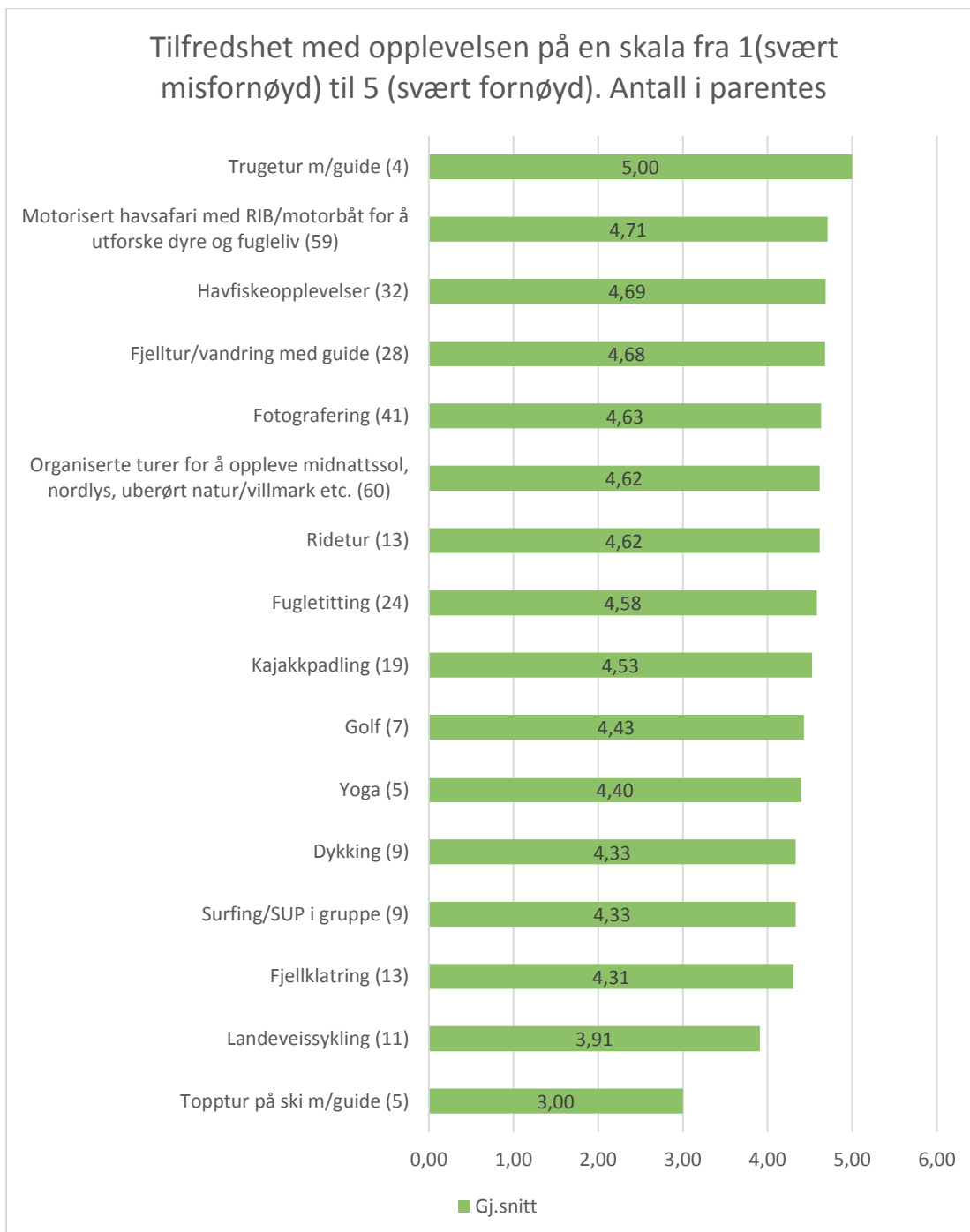
### 4.1 TILFREDSHET MED NATURBASERTE OPPLEVELSER

Gjestene som hadde deltatt på organiserte naturopplevelser ble bedt om å angi tilfredshet med opplevelsen på en skala fra 1 (svært misfornøyd) til 5 (svært fornøyd). Alt i alt er gjestene godt fornøyd med opplevelsene.

- Trugetur med guide oppnådde full pott, men det var kun 4 gjester som hadde vært med på dette.
- Motorisert havsafari oppnådde også svært god skår, med 4,71. Det var hele 59 gjester som hadde deltatt på dette.
- Også havfiske opplevelser, fjelltur, fotografering, turer for å oppleve naturfenomener, rideturer, fugletitting og kajakkpadling er skåret til over 4,5.

De opplevelsene som skårer lavest er topptur på ski (3,0) og landeveissykling (3,91). Her er det verd å merke seg at det er få som har deltatt på disse aktivitetene. Hva topptur på ski angår er dette en aktivitet som er avhengig av vær og føre, noe som kan ha vært

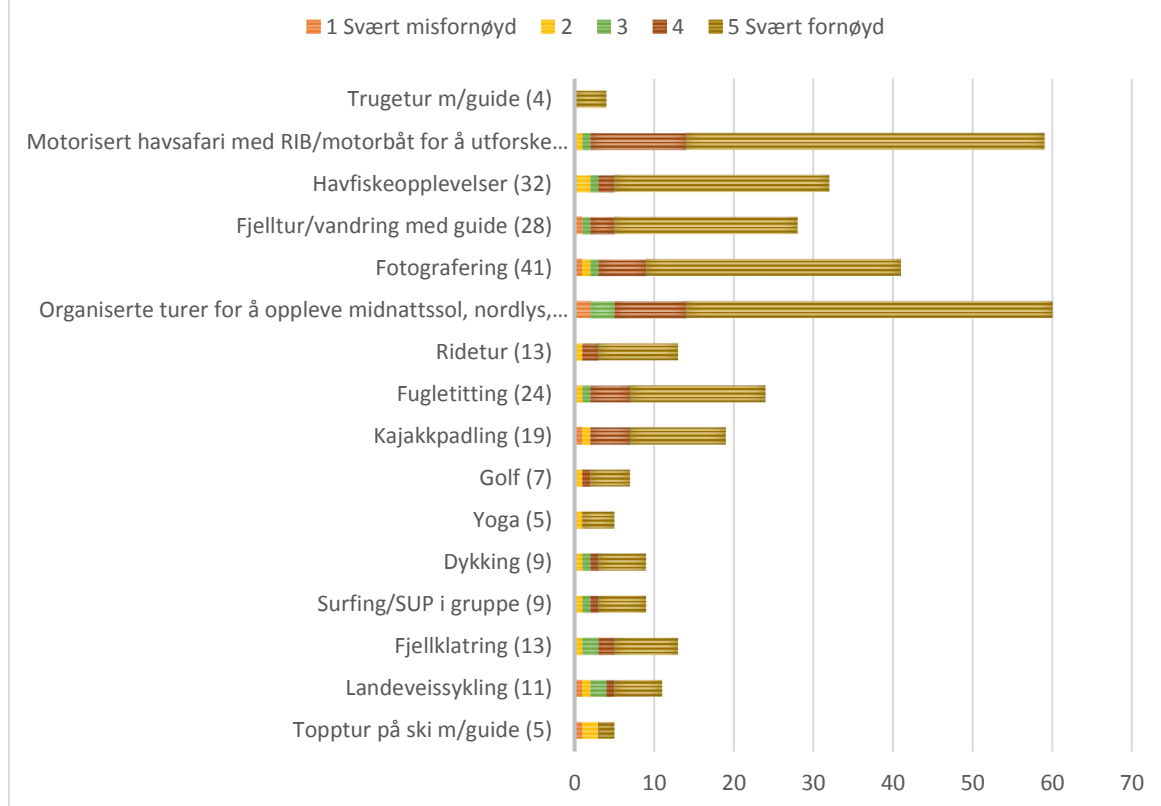
utslagsgivende for vurderingen. Hva landeveissykling angår er det vel nærmest en kjensgjerning at de smale veiene i Lofoten ikke er ideelle for sykling i turistsesongen.



Figur 30. Gjennomsnittlig tilfredshet med ulike organiserte naturopplevelser.

Figur 32 viser de samme resultatene som over, men viser hvor mange som har svart henholdsvis 1 (svært lite tilfreds) -5 (svært tilfreds).

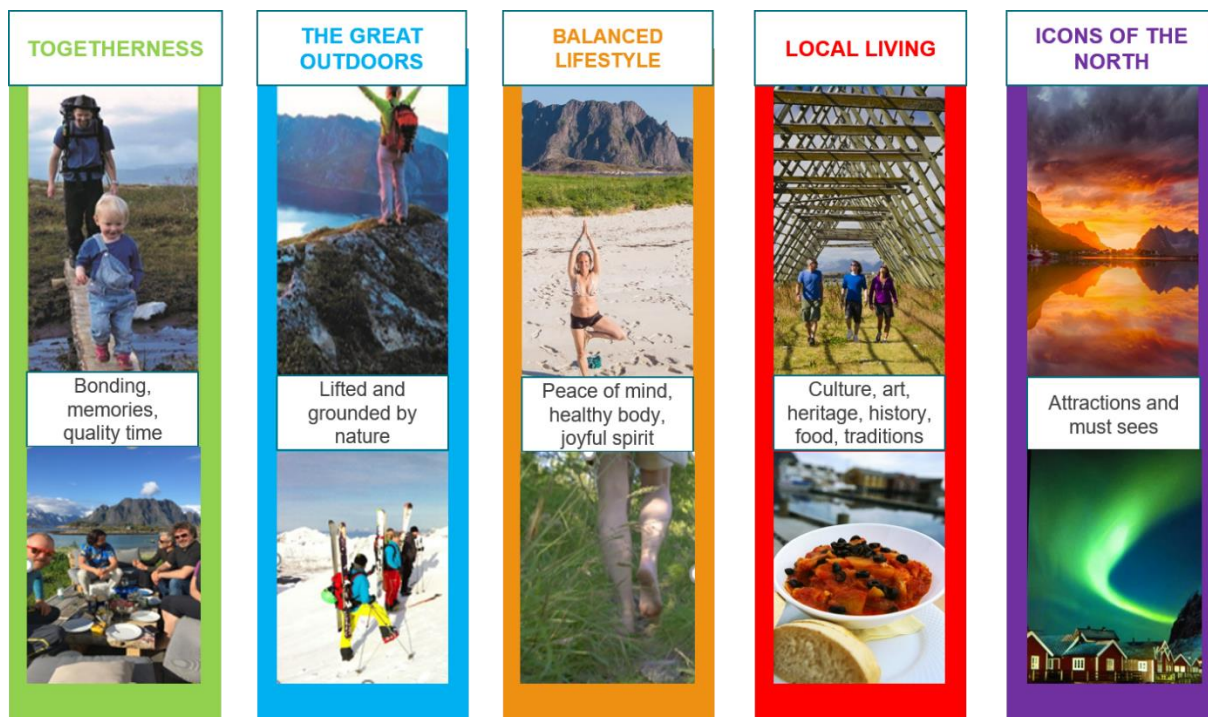
## PÅ EN SKALA FRA 1-5 - HVOR FORNØYD VAR DU MED OPPLEVELSEN?



Figur 31. Hvor tilfreds var gjestene med organiserte naturopplevelser på skala fra 1-5?

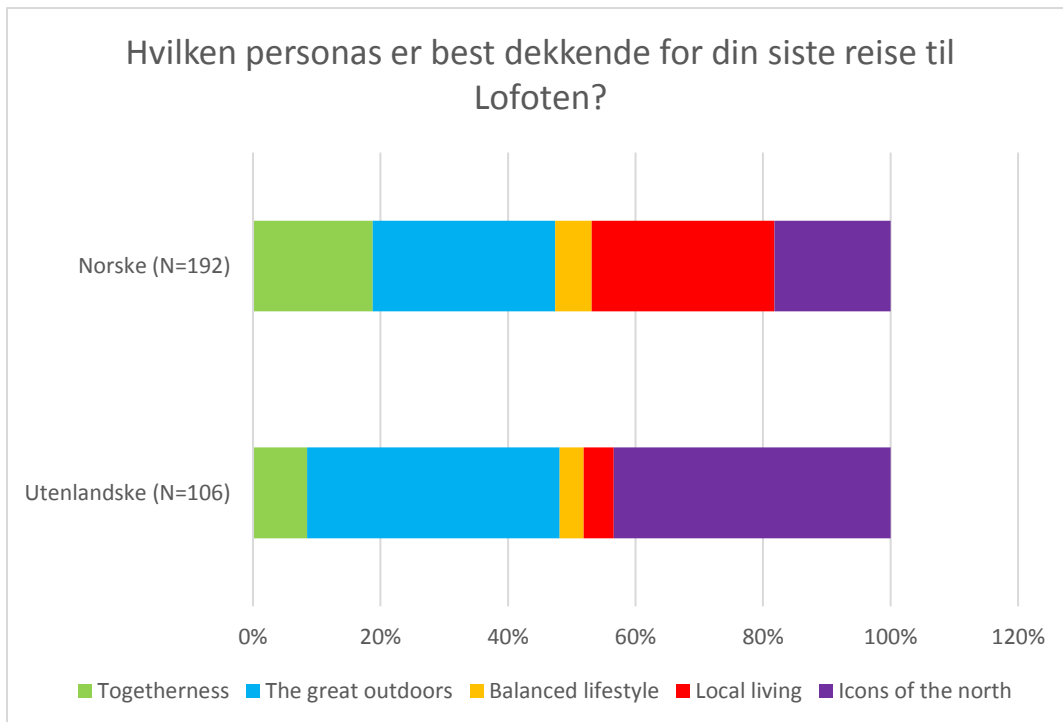
### 4.2 GJESTENES KATEGORISERING AV SIN EGEN REISE UT FRA PERSONAS

Respondentene ble presentert for følgende bilder og ble bedt om å krysse av for hvilket bilde som best fanget deres reise til Lofoten:



Figur 32: Personas presentert i gjesteundersøkelsen

- Blant de utenlandske er det størst andel som mener at Icons of the north (43 prosent) og The great outdoors (40 prosent) er best beskrivende for deres reise til Lofoten.
- Blant de norske er del like stor andel (29 prosent) som mener at The great outdoors og Local living er best dekkende for deres reise til Lofoten.
- 18 prosent av de norske oppgir Icons of the north.
- Blant de utenlandske er det bare fem prosent som oppgir Local Living.
- Blant de norske oppgir 19 prosent at Togetherness var best dekkende mot kun åtte prosent av de utenlandske



Figur 33: Respondentenes vurdering av reisen i lys av personas-segment.

Respondentene ble også bedt om å skrive med egne ord hva som gjorde størst inntrykk på dem under sin reise til Lofoten. Svarene er presentert som ordskyer under hvor størrelsen på ordet indikerer antall respondenter som har svart ordet.



Figur 34: Hva gjorde størst inntrykk? (N=114 norske og 72 utenlandske).

Blant de norske var de faktorene som var nevnt oftest Naturen: 70, Lokalbefolkning: 17, fjellene: 12, Restauranter: 1, lokalmat: 3. Blant de utenlandske var de ordene som var nevnt mest Nature: 17, Landscapes: 15, Northernlight: 13, Locals: 9, Mountains: 9.

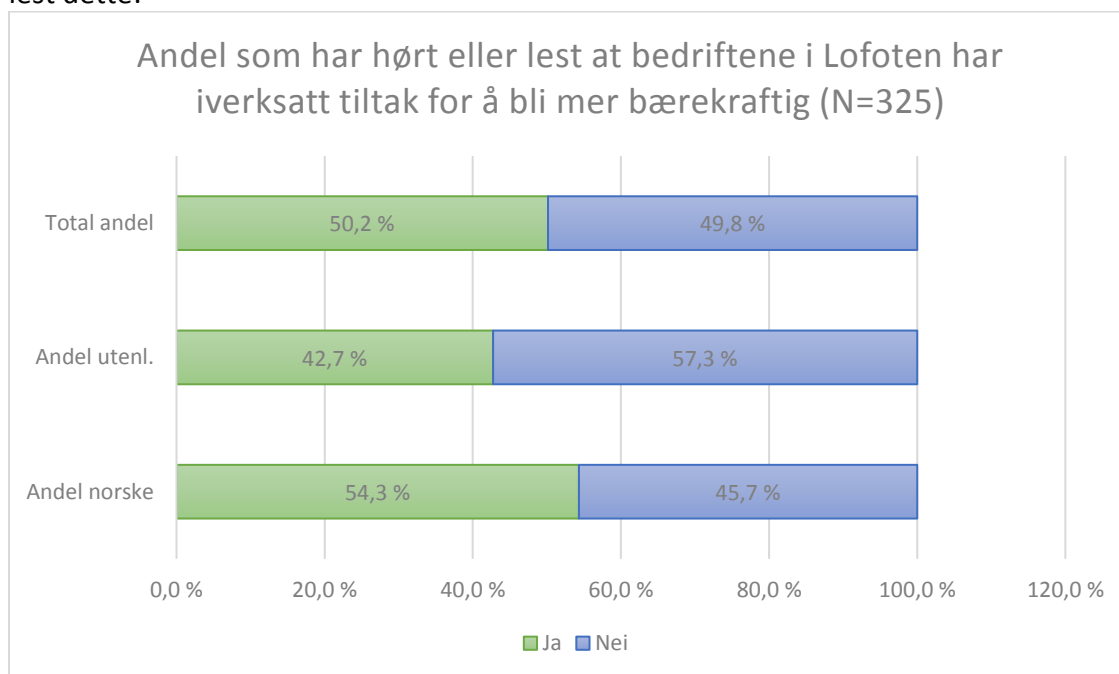
## 5 BÆREKRAFT

Gjennom bærekraftig reisemålsutvikling skal Destination Lofoten besvare en rekke kriterier og indikatorer i Standard for bærekraftig reisemålsutvikling. Flere av svarene er hentet inn gjennom gjesteundersøkelsen:

### 5.1 KJENNSKAP TIL BÆREKRAFTARBEIDET BLANT GJESTER

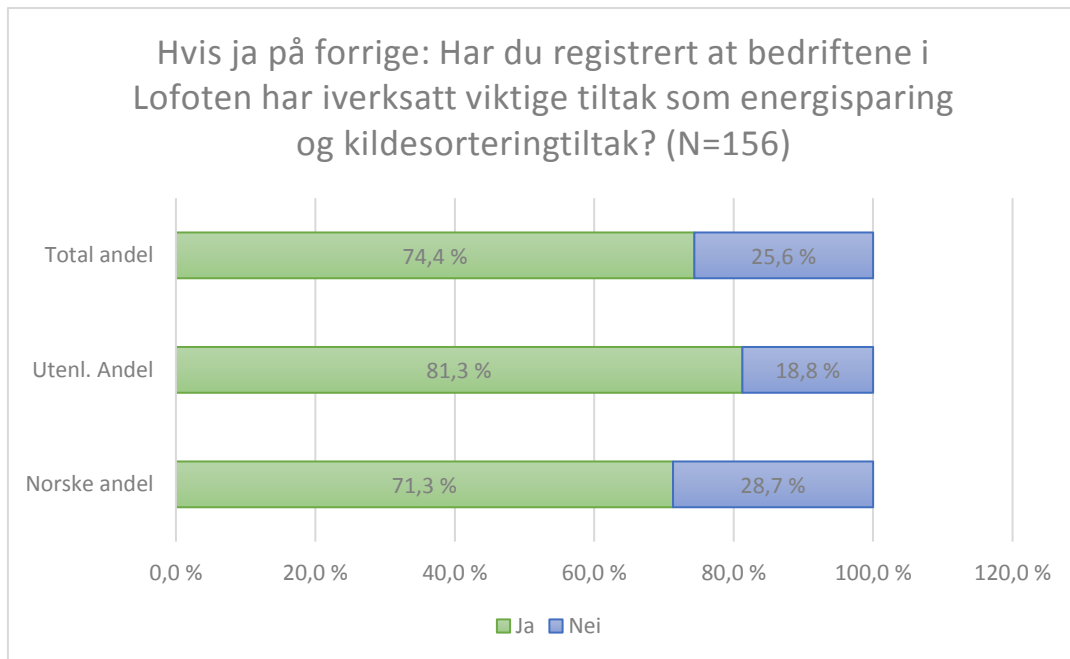
Totalt svarer om lag halvparten at de har hørt eller lest at bedriftene i Lofoten har iverksatt tiltak for å bli mer bærekraftige.

Av de norske gjestene svarer 54 prosent at de har hørt eller lest at bedriftene i Lofoten har iverksatt tiltak for å bli mer bærekraftige, mens 43 prosent av de utenlandske har hørt eller lest dette:



Figur 35. Kjennskap til bærekraftiltak i virksomhetene i Lofoten.

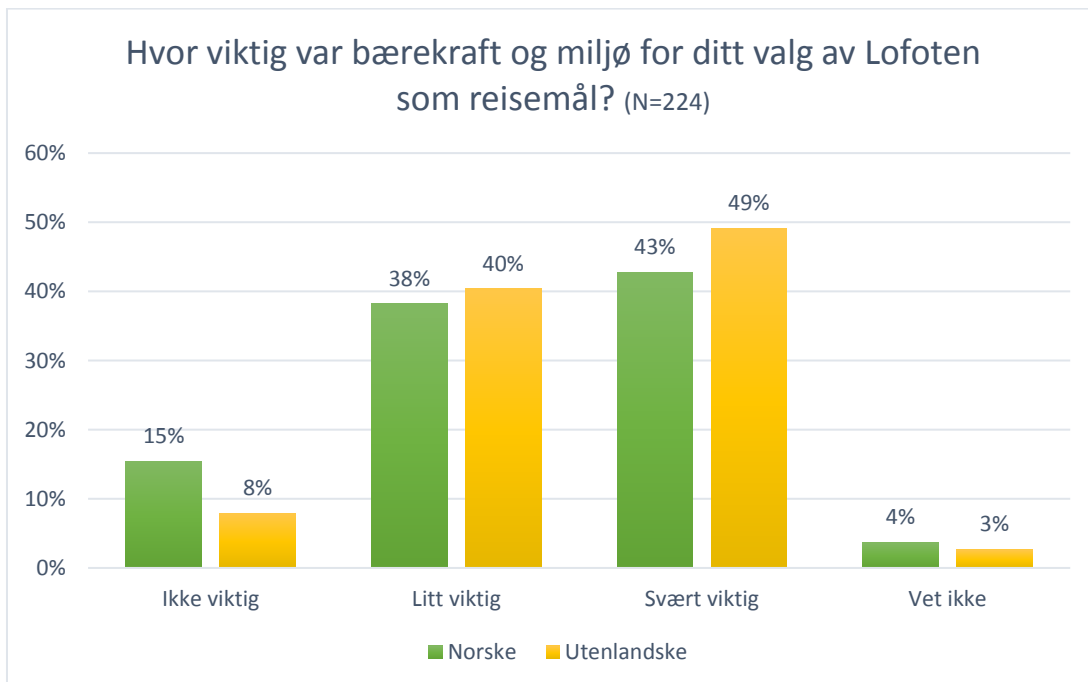
74,4 prosent av de som har registrert at bedriftene i Lofoten har iverksatt tiltak for å bli mer bærekraftig har registrert at reisemålet har iverksatt viktige miljøtiltak som energieffektivisering, kildesortering med mer. Merk at her er det kun de som svarte ja på forrige spørsmål som har besvart.



Figur 36. Gjestenes som kjenner til bærekraftfokus sin registrering av iverksatte tiltak.

Gjestene ble også spurt om hvor viktig bærekraftig miljø var for deres valg av Lofoten som reisemål. En høyere andel utenlandske oppgir at bærekraft og miljø er viktig enn norske.

- 89 prosent av de utenlandske mener at bærekraft var svært (49) eller litt (40) viktig
- 81 prosent av de norske mener at bærekraft var svært (43) eller litt (38) viktig
- 15 prosent av de norske og 8 prosent av de utenlandske oppga at bærekraft og miljø ikke var viktig for deres beslutning å reise til Lofoten.

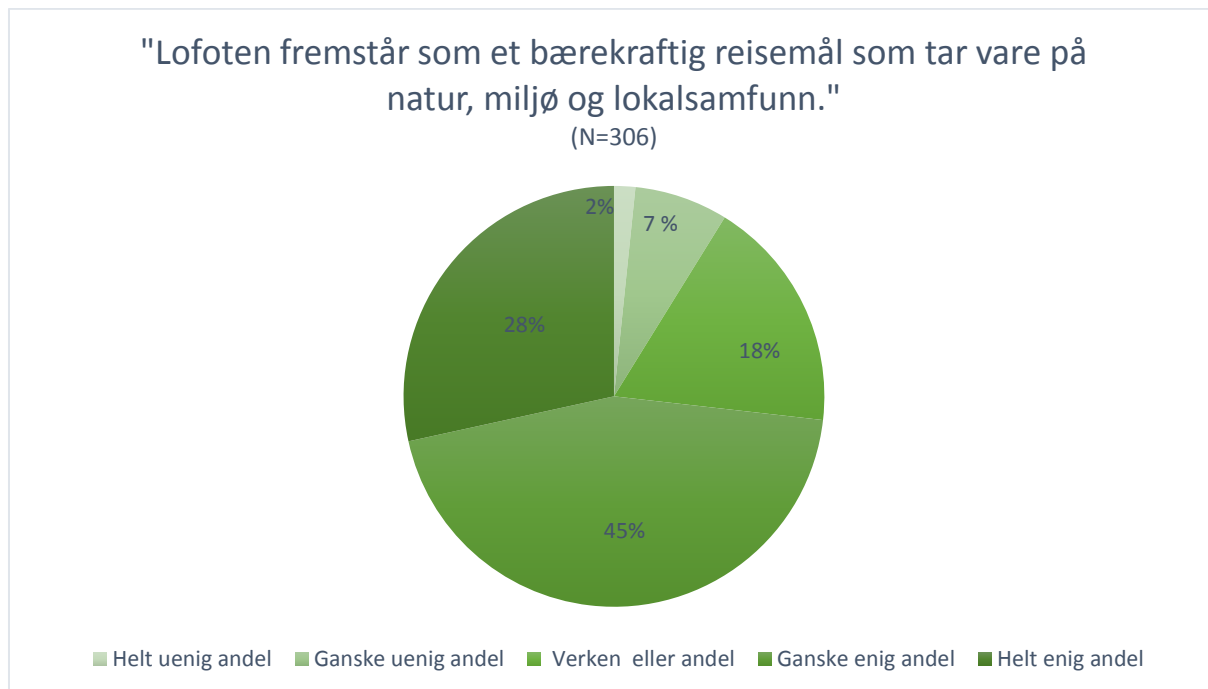


Figur 37. Betydning av bærekraft for valg av Lofoten som reisemål.



## 5.2 FREMSTÅR LOFOTEN SOM ET BÆREKRAFTIG REISEMÅL FOR GJESTENE?

73 prosent av utvalget er helt eller delvis enige i at Lofoten fremstår som et bærekraftig reisemål. Ni prosent er ganske (7) eller helt (2) uenig i dette.



Figur 38. Gjestenes vurdering av hvorvidt Lofoten fremstår som et bærekraftig reisemål.

## 5.3 OPPSLUTNING OM PÅSTANDER OM LOFOTEN

Gjestene ble bedt om å ta stilling til en rekke påstander om Lofoten og reisen sin på en skala fra 1 (helt uenig) til 5 (helt enig). I figuren under er svarene til de norske og utenlandske presentert ved gjennomsnitt.

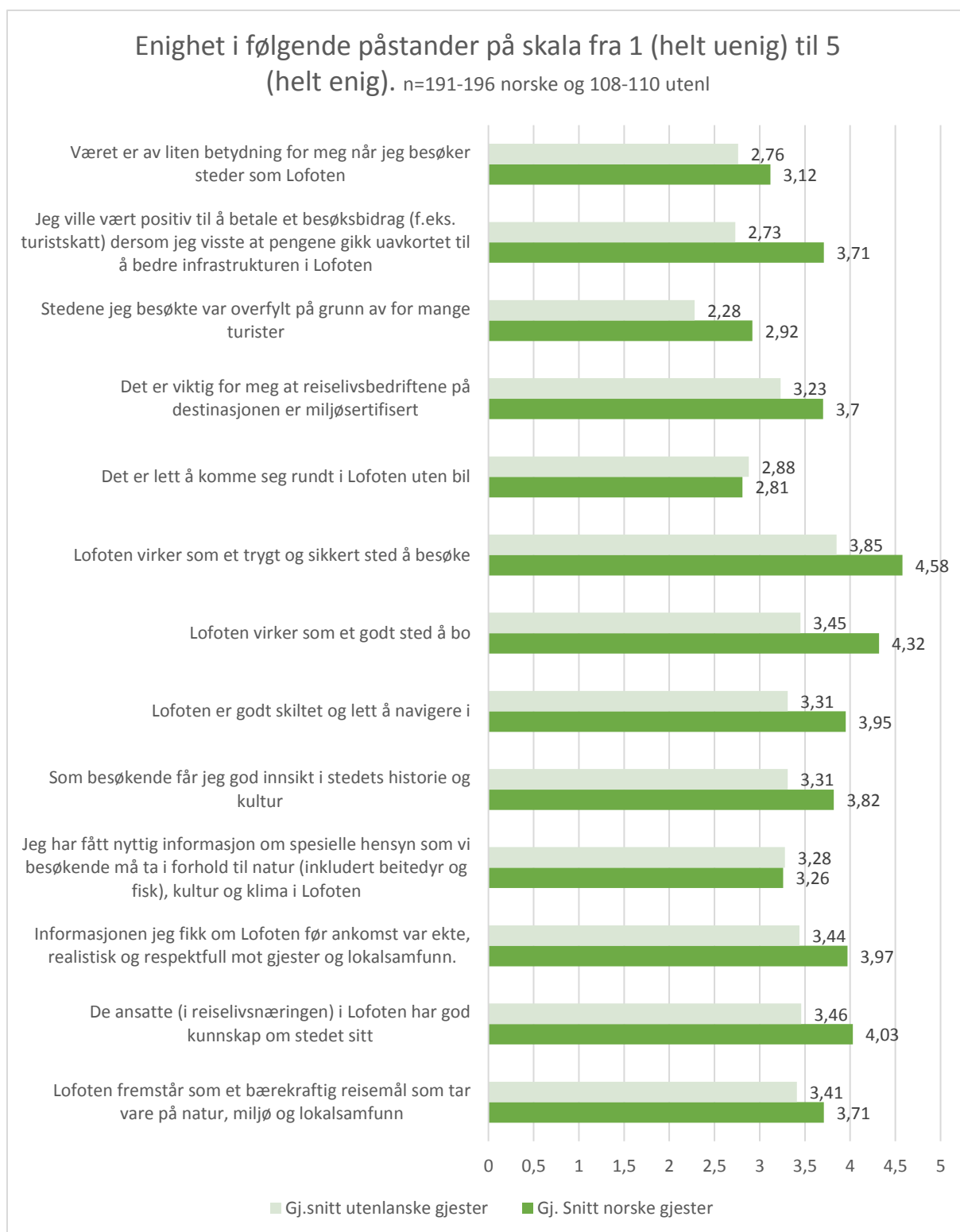
Påstandene som det er størst oppslutning om, er at Lofoten virker som et trygt sted og besøke, og et trygt sted å bo. De norske gjestene har her et betydelig høyere gjennomsnitt enn de utenlandske. Det er også relativt stor enighet om at de ansatte i reiselivsnæringen har god kunnskap om stedet sitt og at informasjonen som gjestene fikk før ankomst var ekte, realistisk og respektfull mot gjester og lokalsamfunn. Mens de norske i gjennomsnitt skåret disse påstandene til ca. 4 av 5, skåret de utenlandske disse påstandene noe lavere (ca. 3,5 av 5). Dette kan skyldes at de utenlandske gjestene er mindre kjent med norsk kultur og med Lofoten som reisemål, og i noe større grad enn de norske søker informasjon og kunnskap om stedet. Det illustrerer også at de utenlandske har et større behov for informasjon enn de norske gjestene.

Den påstanden det er minst oppslutning om er at stedene som gjestene besøkte var overfylte på grunn av for mange turister. De utenlandske var i enda lavere grad (gjennomsnitt 2,3) enn de norske (gjennomsnitt 2,9) enige i denne påstanden.

Gjestene ble også bedt om å ta stilling til hvorvidt de ville vært positive til å betale besøksbidrag dersom de visste at beløpet gikk uavkortet til å bedre infrastrukturen i Lofoten. Her var det ganske stor forskjell mellom de norske og de utenlandske. Mens de norske gjennomsnittlig skåret sin enighet til 3,7 var det gjennomsnittlige skåren for de utenlandske 2,7 på denne påstanden.

En annen påstand som det var relativt lav oppslutning om var at det er lett å ta seg frem med bil i Lofoten. Denne er gjennomsnittlig skåret til under 3 av både de norske og de utenlandske.

Gjestene ble også bedt om å ta stilling til påstanden om at Lofoten fremstår som et bærekraftig reisemål som tar vare på natur, kultur og miljø. Denne skåret de norske i gjennomsnitt til 3,7 og de utenlandske til 3,4. Hva angår viktigheten av miljøsertifisering viser figur 40 at oppslutningen er noe større blant de norske gjestene enn blant de utenlandske.

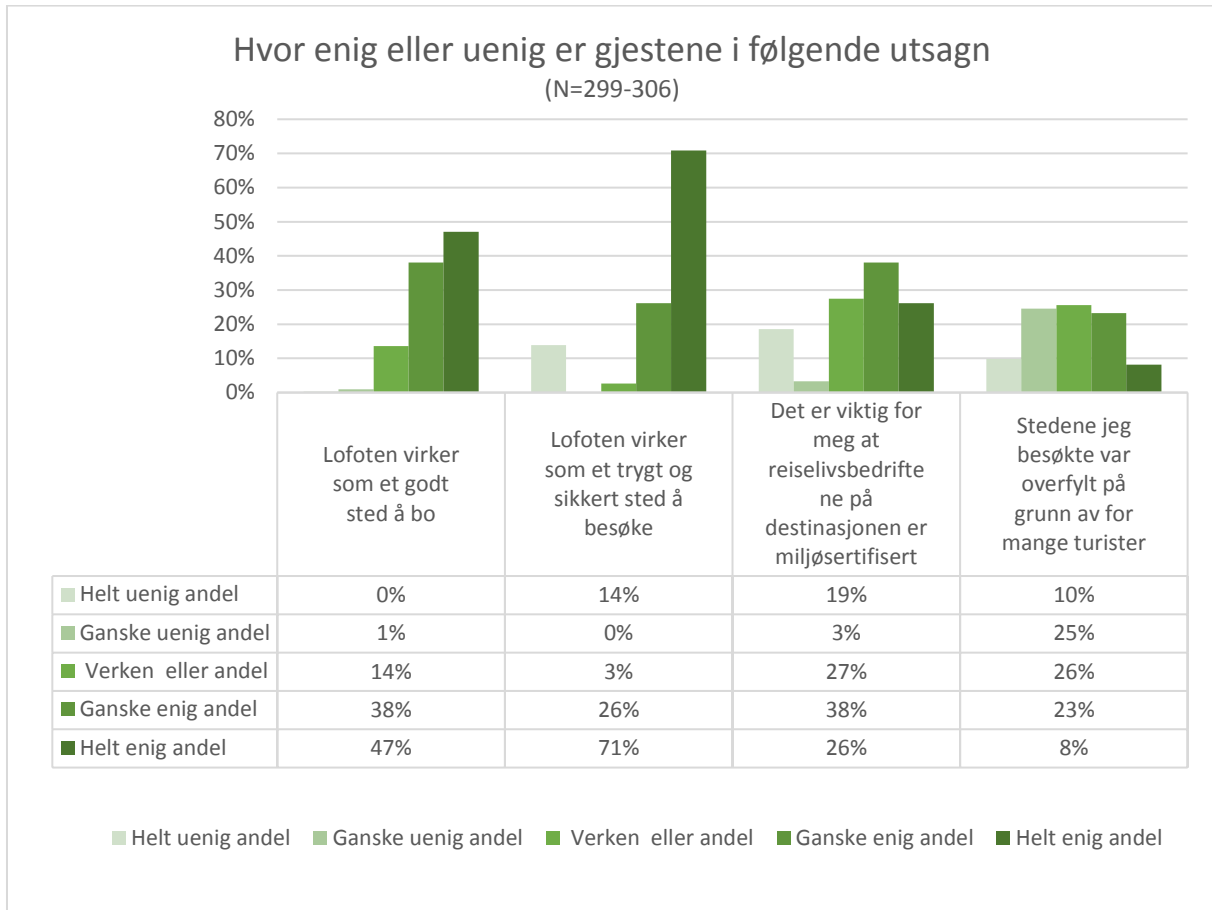


Figur 39. Enighet i påstander presentert som gjennomsnitt.

Figurene under viser andelen som i ulik grad var enige i de samme påstandene som figuren over presenterer:

- Hele 97 prosent er helt (71) eller delvis (26) enige i at Lofoten virker som et trygt og sikkert sted å besøke

- 85 prosent er helt eller delvis enige i at Lofoten fremstår som et godt sted å bo.
- 64 prosent her helt eller delvis enige i at det er viktig for dem at reiselivsbedriftene på destinasjonen er miljøsertifisert, mens 22 prosent er helt (19) eller delvis (3) uenige i dette.
- 31 prosent er helt (8) eller delvis (23) enige i at stedene som de besøkte i Lofoten var overfylte på grunn av for mange turister. 35 prosent var helt (10) eller delvis (25) uenige i denne påstanden.



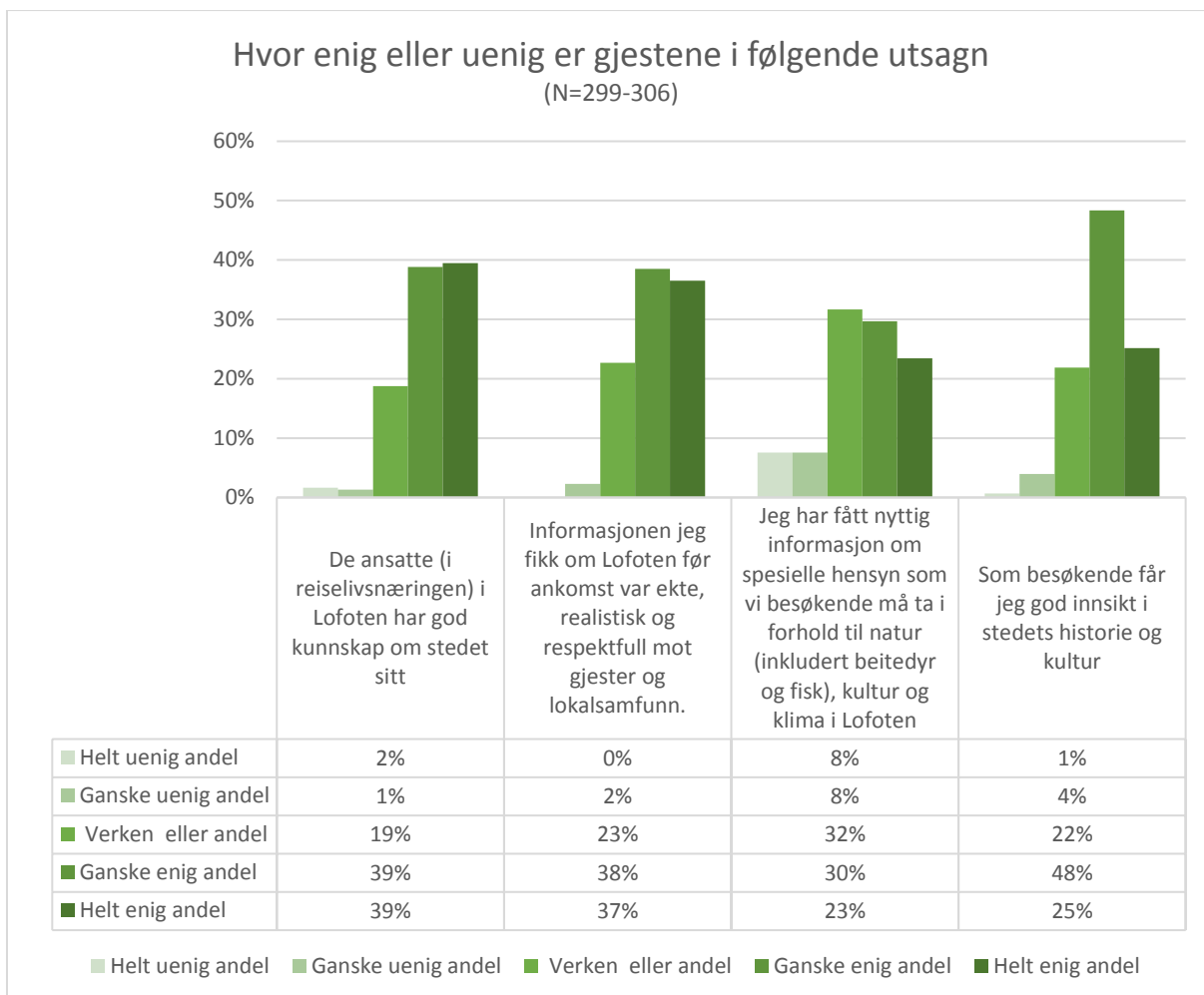
Figur 40. Lofoten som bo- og besøkssted og betydningen av miljøsertifisering.

Det er videre rimelig stor oppslutning om at de ansatte i reiselivsnæringen har god kunnskap om Lofoten og at informasjonen som gjestene fikk om Lofoten før ankomst var ekte, realistisk og respektfull overfor gjester og lokalsamfunn.

- Hele 78 prosent er helt eller delvis enige i at de ansatte i reiselivsnæringen i Lofoten har god kunnskap om stedet sitt, mens kun tre prosent er helt eller delvis uenige i dette.
- 75 prosent var helt eller delvis enige i at informasjonen de fikk før ankomst var ekte, realistisk og respektfull.
- Det er også rimelig bred oppslutning om at gjestene som besøkende har fått god innsikt i stedets kultur og historie. Mens 73 prosent er helt eller delvis enige i dette, er det bare fem prosent som er uenige i denne påstanden.

Det er ikke like stor oppslutning om påstanden om at gjesten har fått nyttig informasjon om spesielle hensyn å ta i forhold til natur, kultur og klima:

- 52 prosent av gjestene opplevde å ha fått nyttig informasjon om spesielle hensyn de som besøkende må ta i forhold til natur, kultur og klima, var 16 prosent helt eller delvis uenige i dette.



Figur 41. Grad av enighet i påstander knyttet til informasjon og innsikt i og om Lofoten,.

Noe overraskende er det bred oppslutning om at Lofoten er godt skiltet:

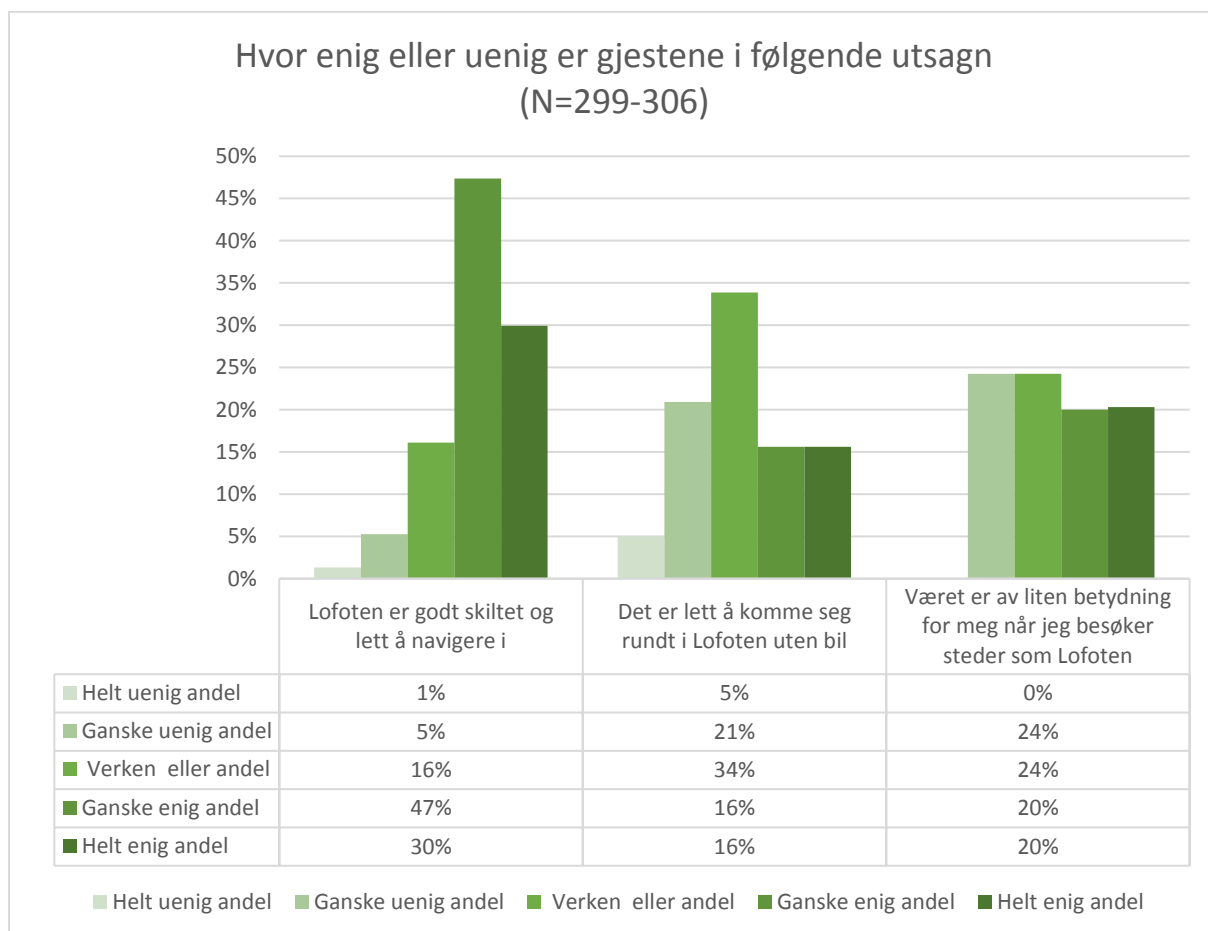
- 77 prosent av de som har besvart undersøkelsen er enige i at Lofoten er godt skiltet og lett å navigere i. Kun seks prosent er helt (1) eller delvis (5) uenige i dette.

Det er ikke like stor oppslutning om påstanden knyttet til at det er lett å komme seg rundt i Lofoten med bil.

- Mens 32 prosent er helt eller delvis enige i dette, er det 26 prosent som er helt eller delvis uenige i dette.

Den siste påstanden som gjestene her ble bedt å ta stilling til var at været er av liten betydning for dem når de besøker steder som Lofoten:

- 40 prosent er helt (20) eller delvis (20) enige i at været er av liten betydning, mens 24 prosent er ganske uenig i dette. Like mange (24 prosent) svarer verken eller.



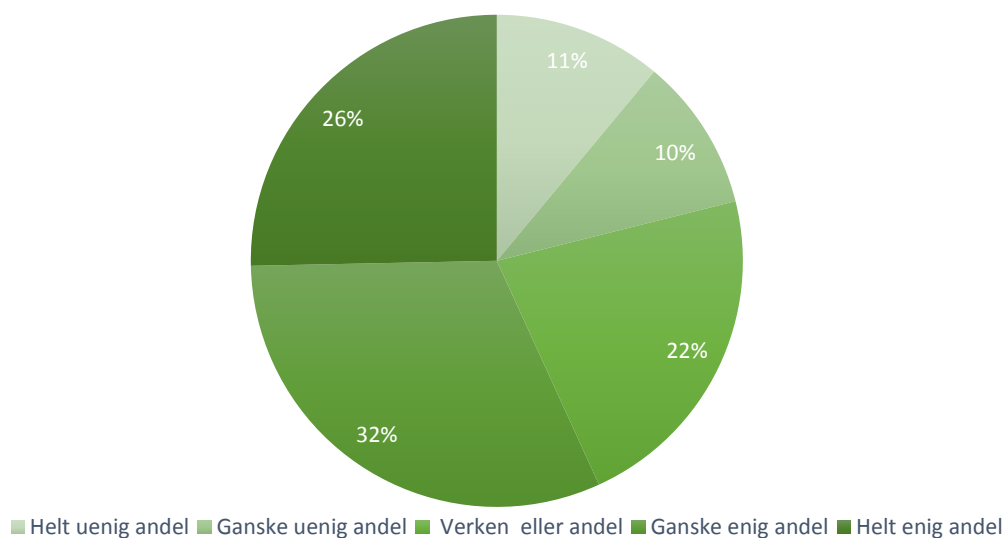
Figur 42: Grad av enighet i påstander om skilting, bilkjøring og værrets betydning.

## 5.4 HOLDNING TIL BESØKSBIDRAG

Figur 38 over viste at norske gjester i noe større grad enn de utenlandske ville vært positive til å betale besøksbidrag dersom de visste at pengene gikk uavkortet til å bedre infrastrukturen i Lofoten.

- 58 prosent av alle gjestene samlet er helt (26) eller delvis (32) enige i at de ville vært positive til å betale besøksbidrag, mens kun 21 prosent er helt (11) eller delvis (10) uenige i dette.

"Jeg ville vært positiv til å betale et besøksbidrag (f.eks. turistskatt) dersom jeg visste at pengene gikk uavkortet til å bedre infrastrukturen i Lofoten", alle (N=305)



Figur 43: Grad av enighet i påstanden om at gjesten ville vært positiv til å betale besøksbidrag

## 5.5 LOFOTEN – BEDRE ENN SITT RYKTE

«Lofoten was great! I visited in mid August. There were still many tourists, especially in Reine, but I guess it was better than what I read online about how crowded it is in July.»

Sitatet over er hentet fra de åpne svarene, og illustrerer sammen med svarene presentert i dette kapitlet, at gjestene i liten grad opplever at Lofoten er overfylt eller at det er et stort problem knyttet til manglende fasiliteter og informasjon. Kanskje har det negative fokuset som media har hatt på Lofoten, skapt et rykte som ikke representerer gjestenes erfaringer. Det er også viktig å påpeke at det siden 2017 er gjort mye for å bedre tilgangen til toaletter og avfallsdunker.

## 6 TILFREDSHET, LOJALITET OG ANBEFALINGER

Gjestene ble bedt om å vurdere en rekke forhold med utgangspunkt i sin siste reise til Lofoten.

### 6.1 TILFREDSHET MED ULIKE FORHOLD

Gjestene ble bedt om å angi på en skala fra 1-5, hvor 1 var svært lite tilfreds og 5 var svært tilfreds, hvor tilfreds de var med en rekke fasiliteter under sitt opphold i Lofoten. Svarene er oppgitt som gjennomsnittsverdi.

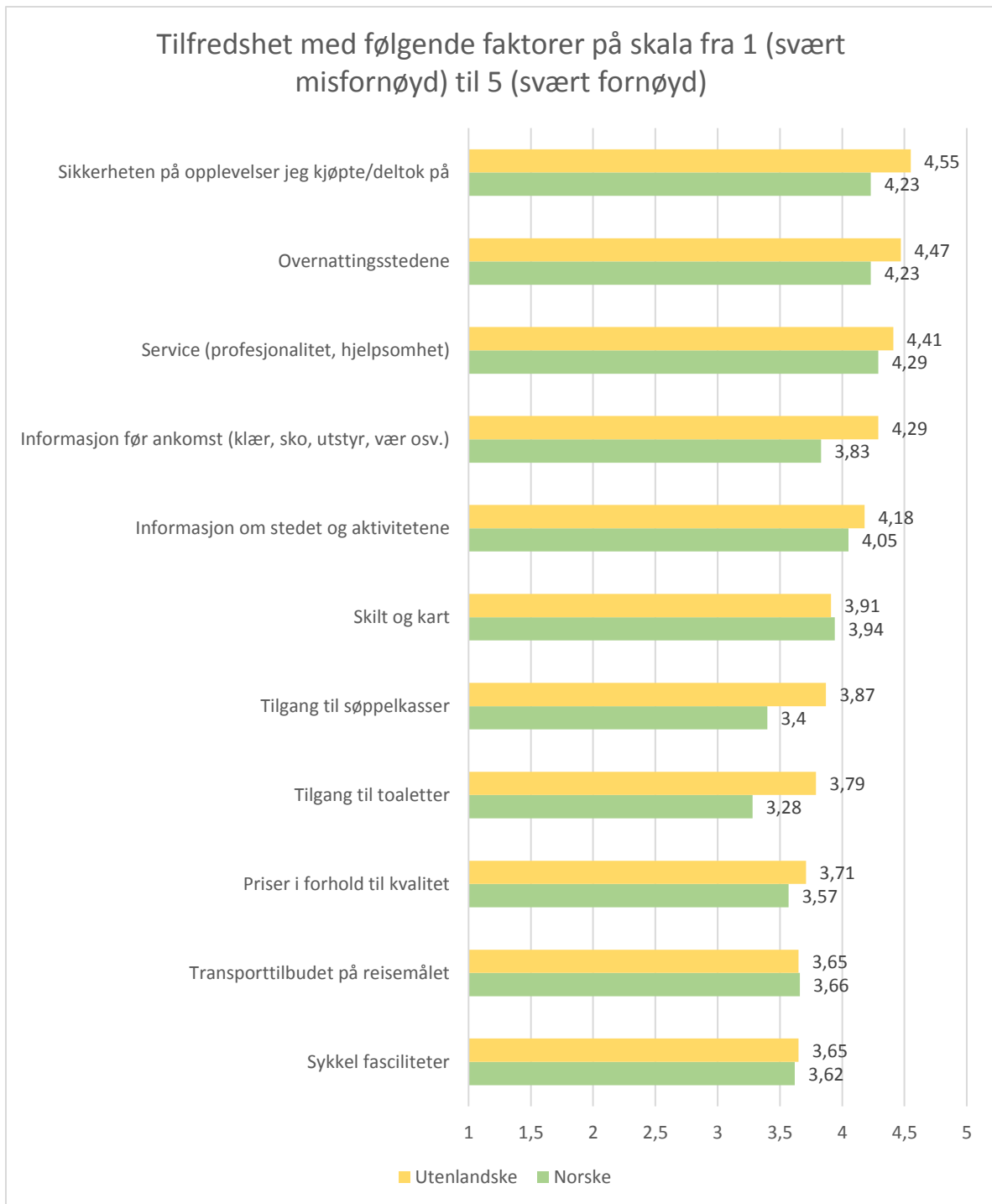
Både de norske og utenlandske gjestene er mest tilfreds med service, overnattingssteder og sikkerhet på kjøpte opplevelser. Jevnt over er de utenlandske gjestene mer fornøyd enn de norske:

- De utenlandske skårer gjennomsnittlig opplevelsen av sikkerhet på opplevelser til 4,55, mot 4,23 blant de norske.
- De utenlandske skårer gjennomsnittlig overnattingsstedene til 4,47 mot 4,23 blant de norske.
- De utenlandske skårer opplevelsen av service til 4,41, mens de norske skårer service til 4,29.
- Det som skåres lavest i gjennomsnitt blant de norske gjestene er tilgang til toaletter (3,28) og søppelkasser (3,4) og pris i forhold til kvalitet (3,57).
- Det som skåres lavest i gjennomsnitt blant de utenlandske gjestene er sykkelfasiliteter (3,65) og transport-tilbudet på reisemålet (3,66) hvor de norske gjestene sine svar sammensvarer med de utenlandske, og pris i forhold til kvalitet (3,57).

Den eneste faktoren hvor de norske gjestene har skåret gjennomsnittlig høyere enn de utenlandske er på vurderingen av skilt og kart. Her har de norske skåret 3,94 og de utenlandske 3,91.

Overraskende nok skårer de utenlandske i gjennomsnitt informasjonen før ankomst høyere (4,29) enn gjennomsnittet av de norske (3,83). Det samme er tilfellet for informasjon om stedet og aktivitetene, hvor de utenlandske har en gjennomsnittlig vurdering på 4,18, mens de norske ligger på 4,05.





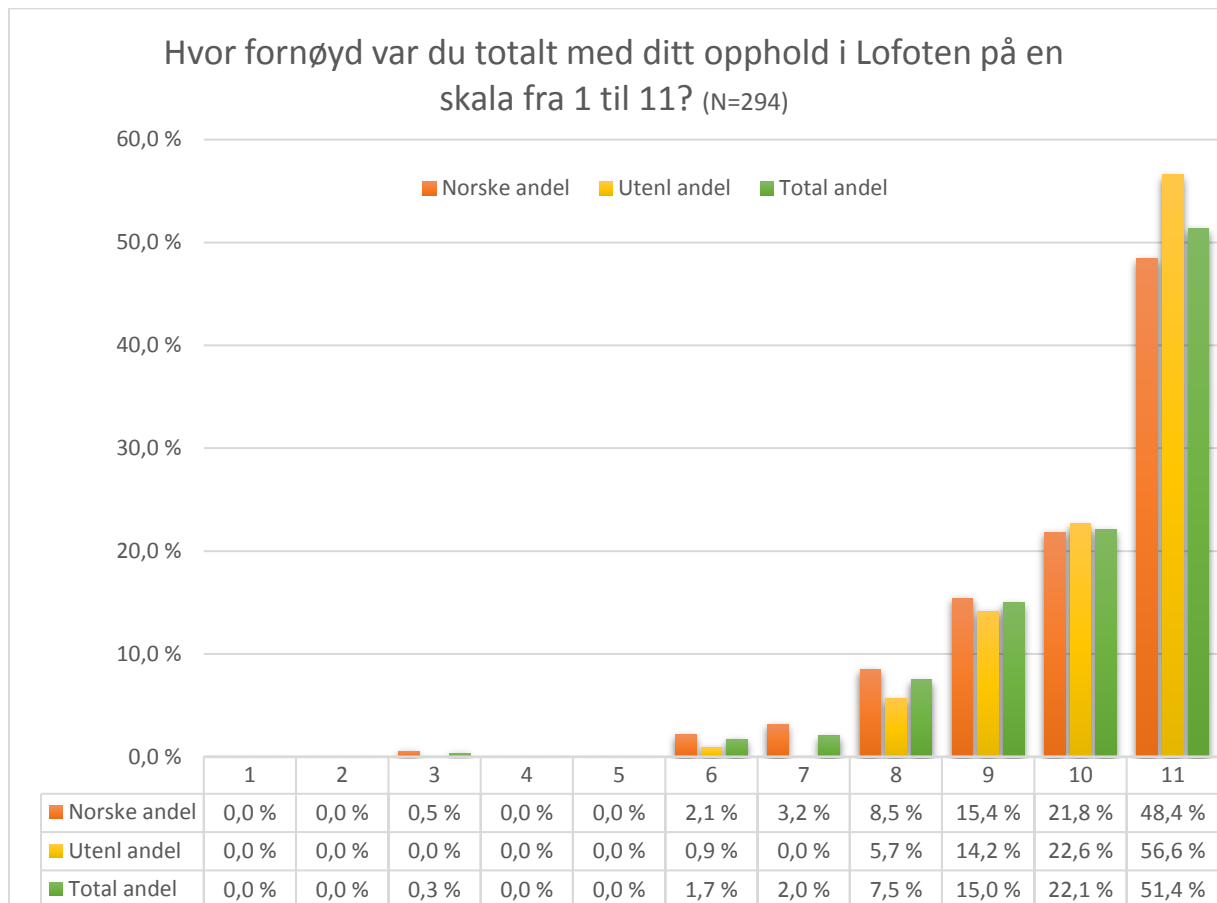
Figur 44. Tilfredshet med ulike faktorer

## 6.2 TILFREDSHET TOTALT MED OPPHOLDET

De ferierende i Lofoten er godt fornøyd med oppholdet sitt; På en skala fra 1 til 11 hvor 1 er svært misfornøyd og 11 svært fornøyd, skårer nær 90 prosent av gjestene sitt opphold i Lofoten mellom 9 og 11. Over halvparten av gjestene gitt oppholdet topp score (11), mens 74 prosent scorer reisen sin til Lofoten mellom 10 og 11.

De norske og utenlandske gjestene svarer ganske likt på hvor fornøyd de var med oppholdet i Lofoten, men de utenlandske gjestene var enda mer fornøyd enn de norske:

- Hele 57 prosent av de utenlandske gir sitt opphold 11 av 11, mens dette er tilfellet for 48 prosent av de norske.
- 79 prosent av de utenlandske og 70 prosent av de norske svarer at de er svært fornøyd (10 og 11) med oppholdet.

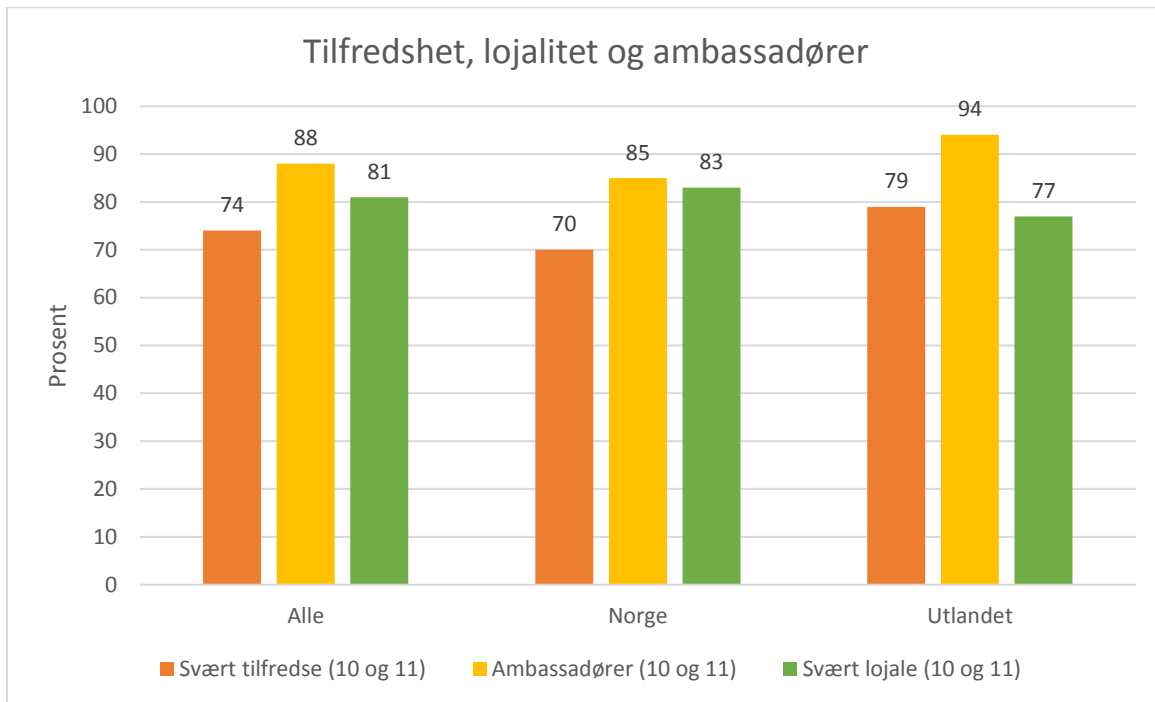


Figur 45. Tilfredshet totalt med oppholdet i Lofoten

I de neste figurene har vi avgrenset «svært fornøyd» og «svært sannsynlig» til svarene 10 og 11 på skalaen fra 1-11. Figuren viser sammenhengen mellom tilfredshet (svært tilfreds), lojalitet (svært stor sannsynlighet for å reise tilbake til Lofoten) og ambassadører (svært stor sannsynlighet for at gjesten vil anbefale Lofoten som reisemål for andre) blant utvalget samlet. Oransje søyle viser andel gjester som var svært fornøyd med oppholdet sitt (de som skåret 10 og 11). Grønn søyle viser lojalitet (de som har svart at det er svært sannsynlig at de vil reise tilbake til Lofoten (10 og 11)). Gul søyle viser andel ambassadører, de som har svart at det er svært sannsynlig (10 og 11) at de vil anbefale Lofoten som reisemål til andre.

De som har besøkt Lofoten er gode ambassadører for regionen. 88 prosent av alle, hvorav 94 prosent av de utenlandske og 85 prosent av de norske, svarer at det er svært sannsynlig (10 og 11) at de vil anbefale Lofoten som reisemål til andre.

Turistene i Lofoten er også svært lojale; 81 prosent svarer at det er svært sannsynlig (10 eller 11) at de vil reise tilbake ved en senere anledning. Dette er tilfellet for 83 prosent av de norske og 77 prosent av de utenlandske:



Figur 46. Svært tilfredse, ambassadører og lojale gjester

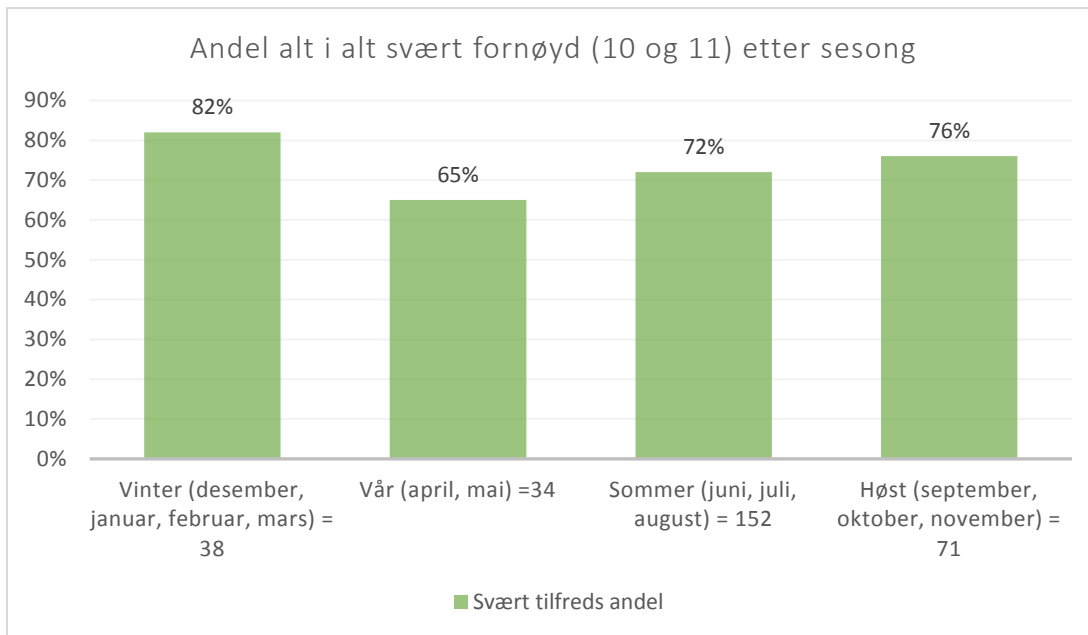
Det er noe overaskende at det er en lavere andel som er svært fornøyd med oppholdet, enn det er andeler som vil komme tilbake og anbefale Lofoten som reisemål.

### 6.3 HVEM ER DE MEST FORNØYDE GJESTENE?

Vintergjestene synes å være de aller mest tilfredse. 82 prosent av disse var svært fornøyd med oppholder. Merk at det kun var 38 vintergjester med i undersøkelsen.

- 72 prosent av sommergjestene og 76 prosent av høst-gjestene var også svært tilfreds.
- De som besøkte Lofoten om våren (april/mai) var de minst tilfredse. Allikevel var 65 prosent av disse også svært tilfreds (obs – lav N også her)

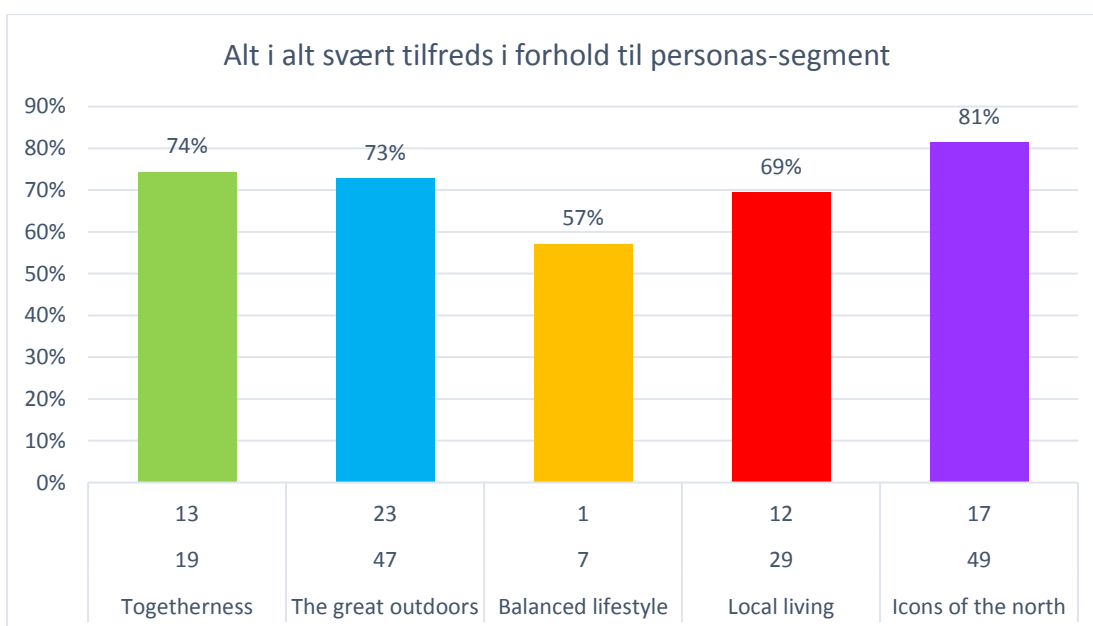
Figur 50 illustrerer andel gjester som har svart svært tilfreds (10 og 11) med oppholdet i Lofoten fordelt på sesong:



Figur 47. Gjestene som var svært tilfreds med oppholdet fordelt på sesong (antall personer i parentes).

Det er personene som vurderer seg innenfor segmentet Icons of the north som er aller mest fornøyd med oppholdet i Lofoten etterfulgt av Togetherness og The great outdoors:

- 81 prosent av de som oppgir at Icons of the north er best dekkende for sin reise er svært tilfreds med oppholdet.
- Over 70 prosent av de som valgte Togetherness og The great outdoors som best dekkende for sin reise er også svært tilfreds.
- 57 prosent av de som mente Balanced lifestyle var best dekkende var svært fornøyd. Merk at det kun var åtte personer totalt i dette segmentet.



Figur 48. Gjester som er svært tilfreds med oppholdet fordelt på personas. Tall viser antall personer i segmentet totalt av utenlandske (øverst) og norske gjester.

## 6.4 HVA SAVNET GJESTENE UNDER SITT OPPHOLD I LOFOTEN?

- "If you like nature, no. Nothing is missing at all"

Gjestene ble også bedt om å skrive med egne ord hva de savnet under sitt opphold i Lofoten. Sitatet over er hentet fra svarene på dette spørsmålet, og understreker funnene presentert i denne rapporten. Lofoten innfrir på natur.

Det som flest trekker frem med tanke på hva de savnet i Lofoten er kollektivtransport, informasjon om reisen til og fra Lofoten, turbeskrivelser/merkede løyper/turkart, flere og rene toaletter, tilrettelegging for sykkel, billigere overnattingstilbud, kiosk på flyplassen og bedre vei/stoppesteder langs veien.

Det er også enkelte som trekker frem at sortering av avfall kunne vært bedre, og at Lofoten mangler en ordning med koordinering av billetter på museer og gallerier type et pass som gir inngang på flere. Ellers ble det trukket frem et ønske om å oppleve lokale kulturopplevelser i høysesongen. Også muligheten for å kjøpe fersk fisk, lokale varer og suvenirer ble etterlyst i de åpne svarene. Enkelte etterspurte også lokale/autentiske butikker og flere restauranter og god kaffe.

## 6.5 AVSLUTTENDE KOMMENTAR

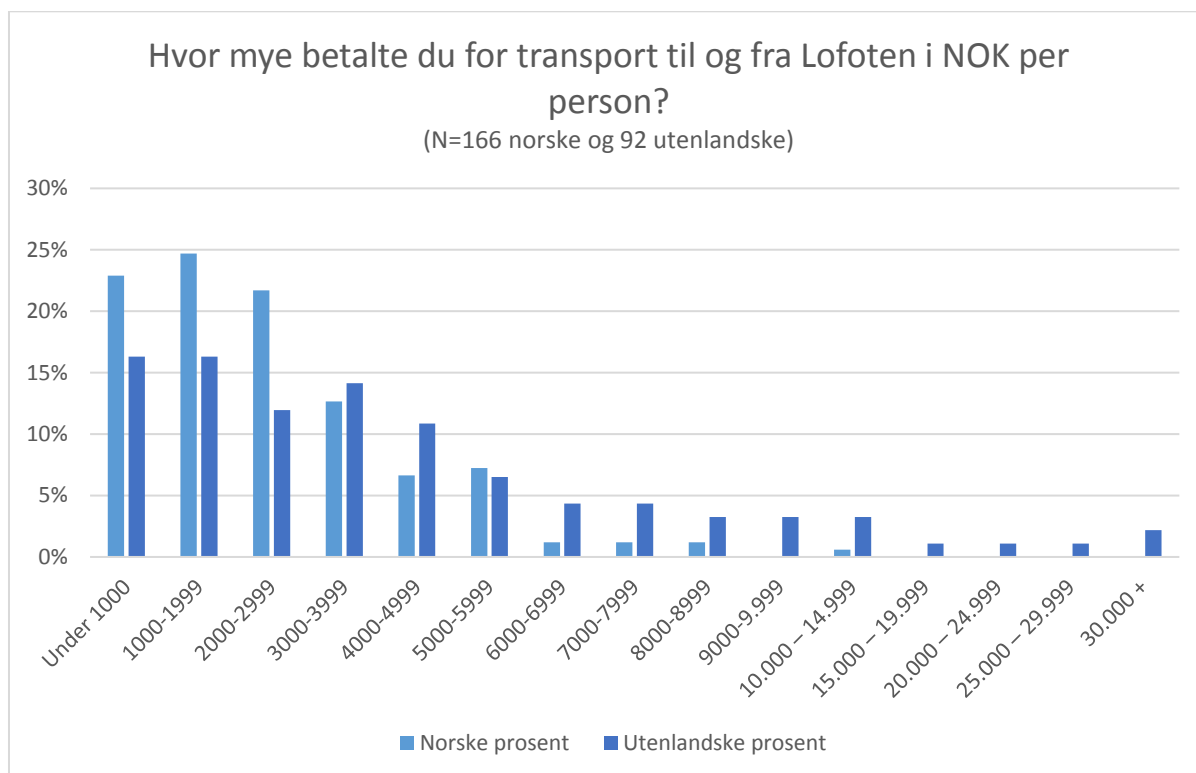
Det er interessant å registrere at det er flere som ønsker å komme tilbake, og å anbefale Lofoten, enn det er andeler som er svært fornøyd med oppholdet. Lofoten har en høy andel besøkende i segmentet Icons of the north som tyder på at Lofoten er et reisemål man har drømt om lenge. Mange gir tilbakemeldinger på at naturen er helt fantastisk, men at man savner koordinert offentlig transport, vertskap i form av lokale kulturelle opplevelser og lokale produkter, og til en viss grad informasjon. Så, Lofoten er verdt besøket, men det finnes forbedringspunkter.

## 7 KOSTNADER TIL TRANSPORT, OVERNATTING OG OPPLEVELSER

Avslutningsvis tar denne rapporten for seg hva gjestene har rapportert på transport, overnatting og andre opplevelser under reisen og oppholdet i Lofoten. Det må presiseres at tallene er basert på hva gjestene har rapportert, og er basert på deres hukommelse. Tallene må derfor sees som omtrentlige.

Ikke overraskende bruker utlendinger mer på transport til og fra Lofoten enn nordmenn, hhv. mellom 3-4000 NOK og mellom 2-3000 NOK per person. .

- 70 prosent av de norske brukte under 3000 kroner på transport mens dette er tilfellet for 44 prosent av de utenlandske.
- En høyere andel utenlandske enn norske oppgir å ha brukt 3000 kroner eller mer på transport:

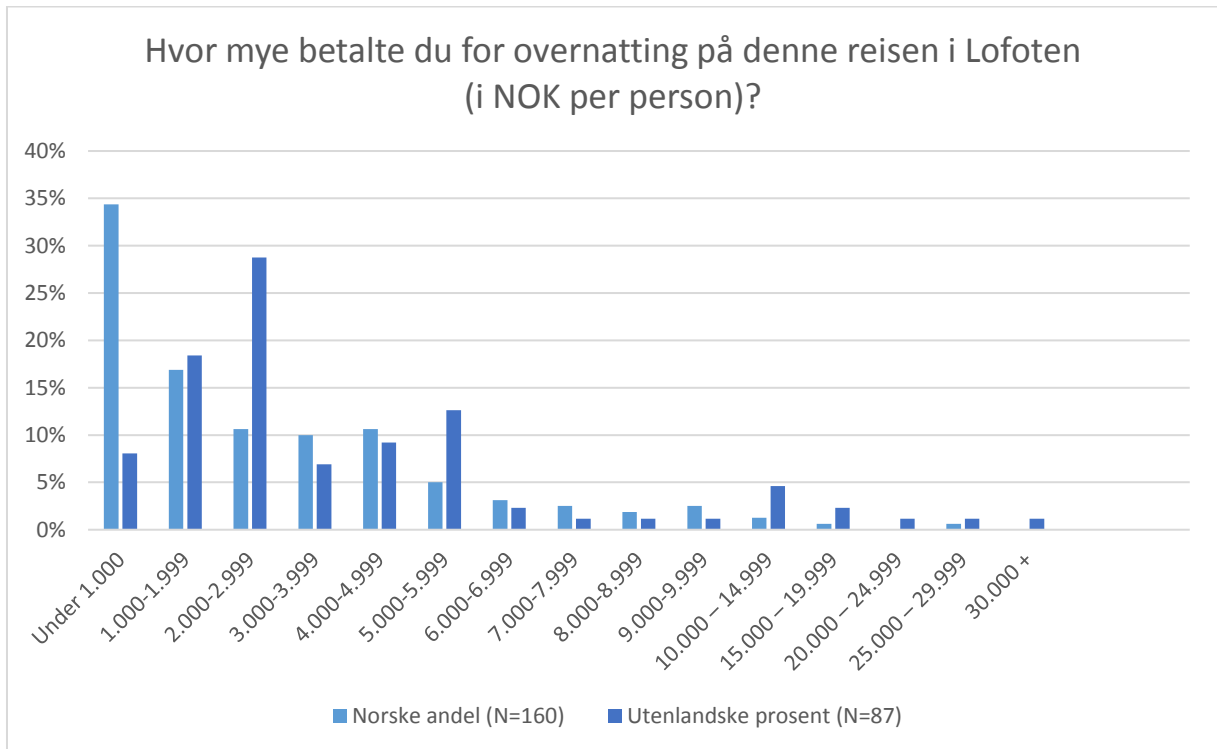


Figur 49. Kostnader transport til og fra Lofoten.

Utlendingene bruker også vesentlig mer på overnatting enn det nordmenn gjør, i gjennomsnitt hhv. mellom 3-4000 NOK og mellom 2-3000 NOK per person. En høyere andel norske enn utenlandske besøkende har brukt mindre enn 1000 kroner på overnatting:

- Mens hele 34 prosent av de norske anslår at de har brukt under 1000 kroner på overnatting per person, er dette kun tilfellet for 8 prosent av de utenlandske.
- Mens 29 prosent av de utenlandske gjestene anslår at de har brukt mellom 2000 og 3000 kroner per person på overnatting per døgn er dette kun tilfellet for 11 prosent av de norske gjestene.

- 17 prosent av de norske og 18 prosent av de utenlandske anslår at de har brukt mellom 1000 og 2000 kroner per person på overnatting.
- 11 prosent av de norske og 9 prosent av de utenlandske anslår å ha brukt mellom 4000 og 5000 kroner, mens 13 prosent av de utenlandske og kun 5 prosent av de norske anslår at de har brukt mellom 5000 og 6000 kroner på overnatting per person.

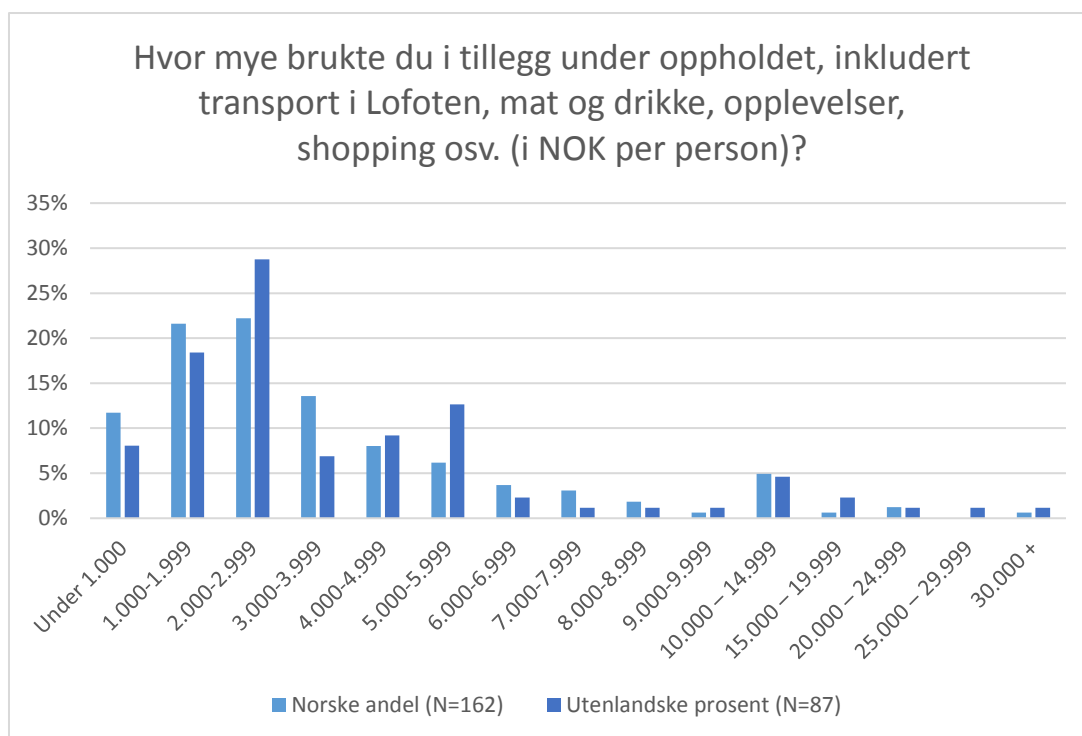


Figur 50. Kostnader overnatting

En mulig feilkilde til svarene om kostnader til overnatting er at det ikke er presisert i spørsmålsformuleringen om det er pr. døgn eller for hele oppholdet totalt. Vi kan dermed anta at noen har svart pr. overnatting, mens andre har svart totalt.

Når det gjelder forbruk under selve oppholdet (inkludert transport, mat, drikke, opplevelser og shopping) har utlendinger og nordmenn omtrent like høyt forbruk, mellom 3-4000 NOK per person.

- 29 prosent av de utenlandske og 22 prosent av de norske anslår at de har brukt mellom 2000 og 3000 kroner under sitt opphold.
- 22 prosent av de norske og 18 prosent av de utenlandske anslår at de brukte mellom 1000 og 2000 kroner
- 14 prosent av de norske og 7 prosent av de utenlandske anslår at de har brukt mellom 3000 og 4000 kroner under sitt opphold.
- Kun 12 prosent av de norske og 8 prosent av de utenlandske anslår at de brukte under 1000 kroner under sitt opphold i Lofoten.



Figur 51. Kostnader under oppholdet unntatt overnatting

En mulig feilkilde til data om forbruk under oppholdet er at det i spørsmålsstillingen ikke ble presisert hvorvidt respondentene skulle svare pr. døgn eller under hele oppholdet totalt (se spørsmålsformulering i figur). Vi kan derfor anta at noen har svart pr. døgn og noen har svart for hele oppholdet.



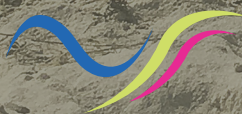
## VEDLEGG

### Vedlegg 1: Faktoranalyse

	Behov for tilrettelegging og å bli underholdt	Behov for ro, natur og dyreopplevelser	Behov for å oppleve lokal kultur, levesett og mattradisjon
V Aktiviteter tilrettelagt for barn	0,742	0,119	0,093
V Universell utforming av attraksjoner	0,665	0,226	0,197
V Shopping, utelivet, restauranter, barer osv.	0,655	-0,243	0,348
V Tilgang til fiskeopplevelser	0,645	0,094	0,291
V Tilgang til organiserte naturbaserte aktiviteter	0,598	0,424	0,078
V Festivaler, konserter eller forestillinger	0,593	-0,026	0,513
V Uberørt og ren natur	-0,146	0,752	0,260
V Stillhet	0,072	0,715	0,184
V Naturfenomener som nordlys eller midnattssol	0,173	0,691	-0,123
V Dyre- og fuglelivet	0,270	0,651	0,253
V Mulighet for å oppleve Lofoten sin kulturarv (f. eks. Lofotfiske, vikingtiden, gallerier, museer)	0,177	0,134	0,814
V Mulighet for å oppleve lokal kultur, livsstil og tradisjon	0,273	0,169	0,786
V Gårdsutsalg, lokale produkter og spesialiteter	0,319	0,296	0,605



Denne undersøkelsen er gjennomført på oppdrag fra Destination Lofoten som del av bærekraftig reisemålsutvikling i Lofoten. Undersøkelsen er utformet og analysert gjennom et samarbeid mellom prosjektleder i bærekraftprosjektet Karin Antonsen (Nordlandsforskning) og Anniken Enger (Aniara Reiseliv AS).



NORDLANDSFORSKNING  
NORDLAND RESEARCH INSTITUTE

Postboks 1490  
N-8049 Bodø  
Norge

Tlf: +47 75 41 18 10  
nf@nforsk.no  
www.nordlandsforskning.no

ISBN:  
978-82-7321-796-7 (trykt)  
978-82-7321-797-4 (digital)  
ISSN-nr: 0805-4460