



Opinion:

# Markedsundersøkelse

---

Gjennomført for Visit Voss & Visit Hardangerfjord  
Oktober 2021

Henrik Ferdinand Hanssen

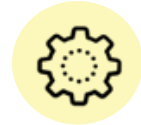
Foto: Terje Nesthus

# Prosjektinformasjon



## OPPDRAGSGIVER

Visit Voss / Visit Hardangerfjord  
v/ Gry Bystøl / Andreas Skogseth



## METODE

Kvantitativ metode på web



## FORMÅL

Innhente kunnskap som skal benyttes  
til markedsføring og utvikling av  
produkter og opplevelser.



## MÅLGRUPPE

Kvinner og menn 20 år og eldre fra  
hele landet (ekskludert Nord-Norge),  
som kjenner til Voss og Hardanger.



## GJENNOMFØRING

Datainnsamlingen ble gjennomført i  
oktober 2020.



## UTVALG

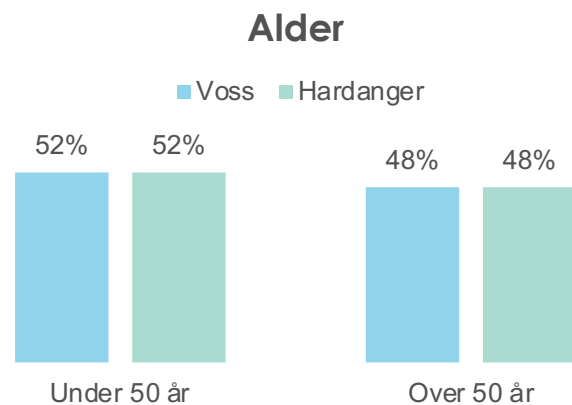
Brutto=653, av disse kjenner 606 (93  
prosent) til enten Voss eller Hardanger,  
noe som derfor utgjør nettoutvalget.



# Nettoutvalgets sammensetning: (Voss=606 / Hardanger=606)\*

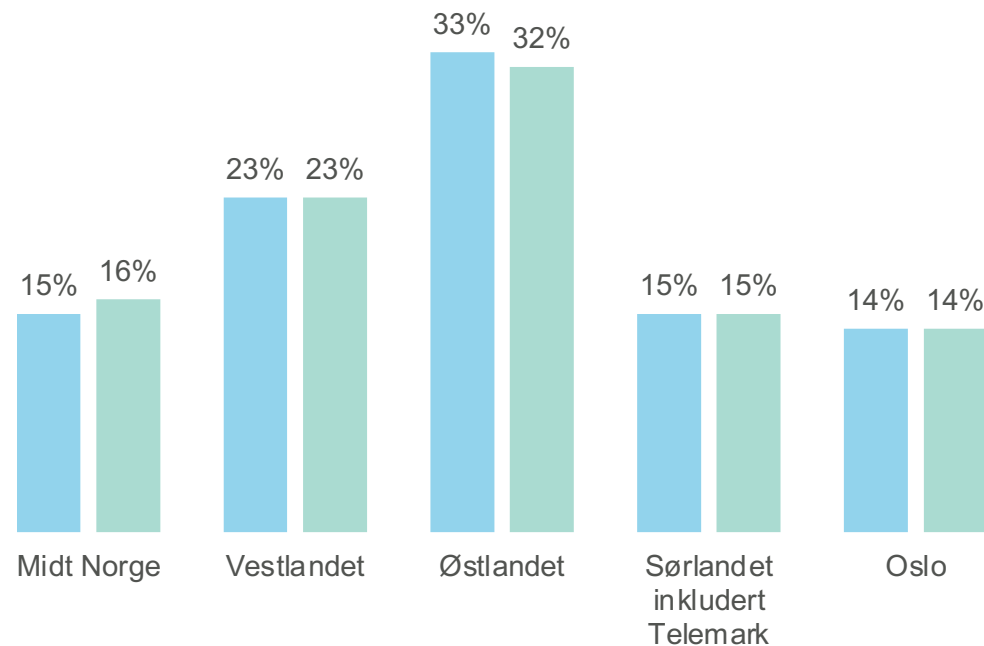
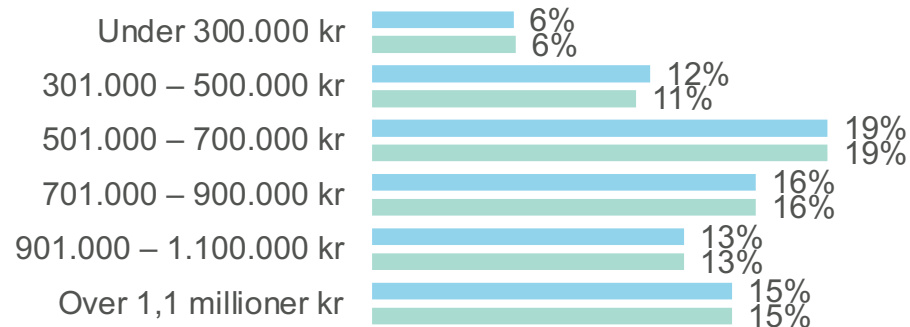


Voss: **49/51**  
Hardanger: **49/51**



■ Voss ■ Hardanger

### Husstandens brutto årsinntekt

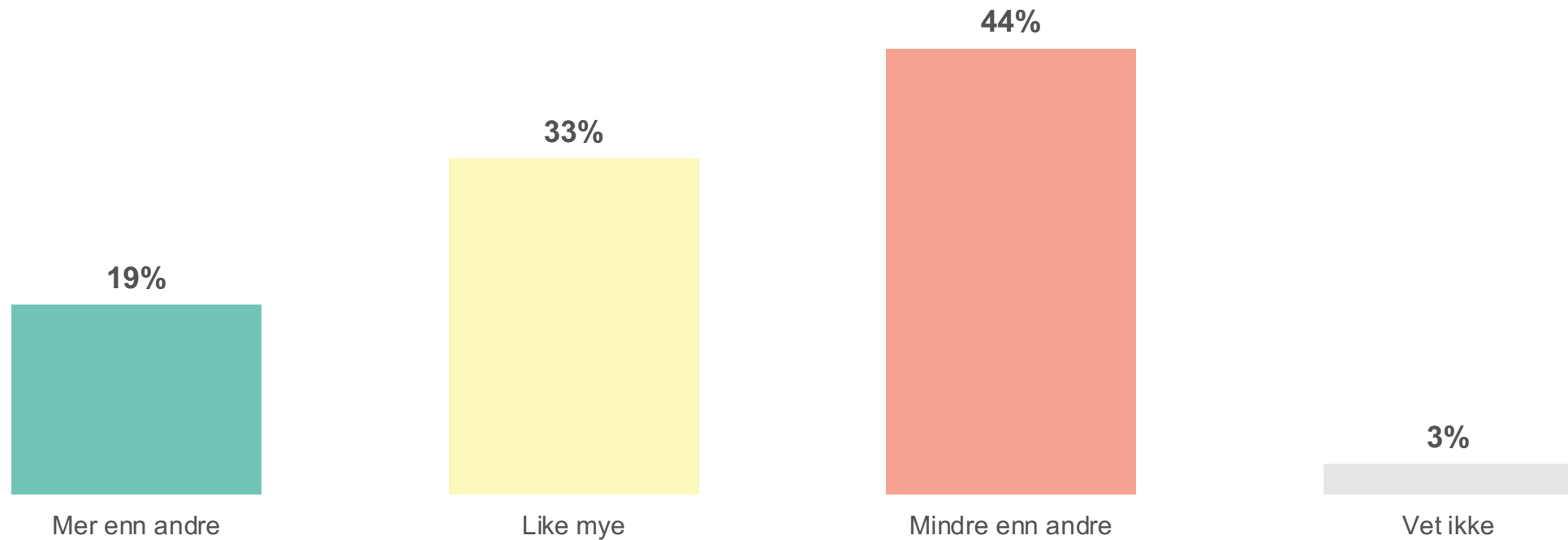


\*Nettoutvalget består av de som kjenner til hhv. Voss og Hardanger.



# En av fem opplever at de reiser mer enn andre nordmenn

Opplever du selv at du reiser mer, mindre eller like mye på ferie som andre nordmenn?



n= 629

? Opplever du selv at du reiser mer, mindre eller like mye på ferie som andre nordmenn? Ta utgangspunkt i at det er en normalsituasjon uten pandemi.



# Feilmarginstabell

	Prosentresultat									
	5,0 %	10,0 %	15,0 %	20,0 %	25,0 %	30,0 %	35,0 %	40,0 %	45,0 %	50,0 %
Utvalgsstørrelse										
25	8,5 %	11,8 %	14,0 %	15,7 %	17,0 %	18,0 %	18,7 %	19,2 %	19,5 %	19,6 %
50	6,0 %	8,3 %	9,9 %	11,1 %	12,0 %	12,7 %	13,2 %	13,6 %	13,8 %	13,9 %
75	4,9 %	6,8 %	8,1 %	9,1 %	9,8 %	10,4 %	10,8 %	11,1 %	11,3 %	11,3 %
100	4,3 %	5,9 %	7,0 %	7,8 %	8,5 %	9,0 %	9,3 %	9,6 %	9,8 %	9,8 %
150	3,5 %	4,8 %	5,7 %	6,4 %	6,9 %	7,3 %	7,6 %	7,8 %	8,0 %	8,0 %
200	3,0 %	4,2 %	4,9 %	5,5 %	6,0 %	6,4 %	6,6 %	6,8 %	6,9 %	6,9 %
250	2,7 %	3,7 %	4,4 %	5,0 %	5,4 %	5,7 %	5,9 %	6,1 %	6,2 %	6,2 %
300	2,5 %	3,4 %	4,0 %	4,5 %	4,9 %	5,2 %	5,4 %	5,5 %	5,6 %	5,7 %
400	2,1 %	2,9 %	3,5 %	3,9 %	4,2 %	4,5 %	4,7 %	4,8 %	4,9 %	4,9 %
500	1,9 %	2,6 %	3,1 %	3,5 %	3,8 %	4,0 %	4,2 %	4,3 %	4,4 %	4,4 %
<b>600</b>	<b>1,7 %</b>	<b>2,4 %</b>	<b>2,9 %</b>	<b>3,2 %</b>	<b>3,5 %</b>	<b>3,7 %</b>	<b>3,8 %</b>	<b>3,9 %</b>	<b>4,0 %</b>	<b>4,0 %</b>
700	1,6 %	2,2 %	2,6 %	3,0 %	3,2 %	3,4 %	3,5 %	3,6 %	3,7 %	3,7 %
800	1,5 %	2,1 %	2,5 %	2,8 %	3,0 %	3,2 %	3,3 %	3,4 %	3,4 %	3,5 %
900	1,4 %	2,0 %	2,3 %	2,6 %	2,8 %	3,0 %	3,1 %	3,2 %	3,3 %	3,3 %
1000	1,4 %	1,9 %	2,2 %	2,5 %	2,7 %	2,8 %	3,0 %	3,0 %	3,1 %	3,1 %
1200	1,2 %	1,7 %	2,0 %	2,3 %	2,5 %	2,6 %	2,7 %	2,8 %	2,8 %	2,8 %
1400	1,1 %	1,6 %	1,9 %	2,1 %	2,3 %	2,4 %	2,5 %	2,6 %	2,6 %	2,6 %
1600	1,1 %	1,5 %	1,7 %	2,0 %	2,1 %	2,2 %	2,3 %	2,4 %	2,4 %	2,5 %
1800	1,0 %	1,4 %	1,6 %	1,8 %	2,0 %	2,1 %	2,2 %	2,3 %	2,3 %	2,3 %
2000	1,0 %	1,3 %	1,6 %	1,8 %	1,9 %	2,0 %	2,1 %	2,1 %	2,2 %	2,2 %

Alle utvalgsundersøkelser er beheftet med feilmarginer. Feilmarginene knytter seg i hovedsak til statistisk usikkerhet. Dette er utvalgsskjevheter, som medfører at utvalget ikke er identisk med universet eller målgruppen. Ulikheter kan knytte seg til bestemte kjennetegn eller adferd.

Feilmarginene ved ulike utvalgsstørrelser og prosentresultat ved 95 prosent signifikansnivå er vist i tabellen til høyre.

Ved en base på 600 (n=600) kan vi med 95 prosent sannsynlighet si at det riktige resultatet ligger innenfor  $\pm 1,7$  og  $\pm 4,0$  prosentpoeng, avhengig av prosentresultatets størrelse. Usikkerheten er størst ved et prosentresultat på 50 prosent og minst ved prosentresultater på 5/95 prosent.



# TRE

## VIKTIGSTE INNSIKTER OG FUNN

1

**93 prosent kjenner til Voss & Hardanger.** Av disse oppgir 49 og 65 prosent at de sannsynligvis vil besøke hhv. Voss og Hardanger en gang i fremtiden. Ikke alle disse vil antageligvis faktisk besøke destinasjonene; noen mener det er for dyrt og noen for langt unna. Det er også en del som oppgir at de mangler kunnskap om hva Voss og Hardanger har å by på.

2

**Voss og Hardangerer scorer godt på naturopplevelser, men har enkelte viktige forbedringspunkter.** Begge destinasjonene scorer dårlig på blant annet fornuftige priser. Dette kan forbedres ved å kommunisere rimeligere overnattingsmuligheter/tidspunkter å reise på. Det kan være hensiktsmessig å spre turisttrafikken utover sesongene (helårsturisme), siden 17 prosent mener at det er for mange turister på Voss og Hardanger.

3

**Voss assosieres i størst grad med ekstremsport, naturopplevelser og ski – Hardanger med epler, naturopplevelser og saft/sider.** Vi ser også at 44 prosent forbinder Voss med vinter og 26 prosent med sommer. 53 prosent forbinder Hardanger med sommer og kun 7 med vinter.

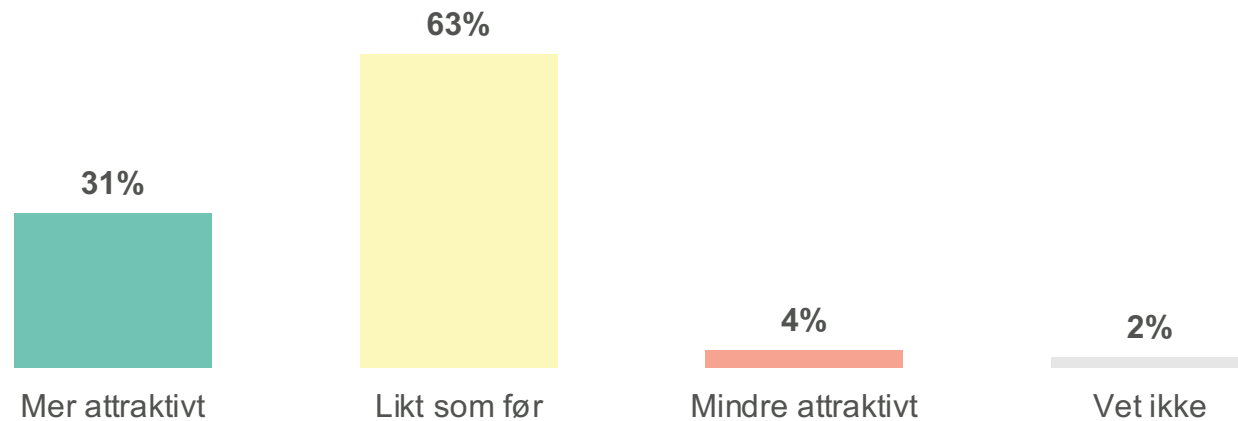


# Norgesferie



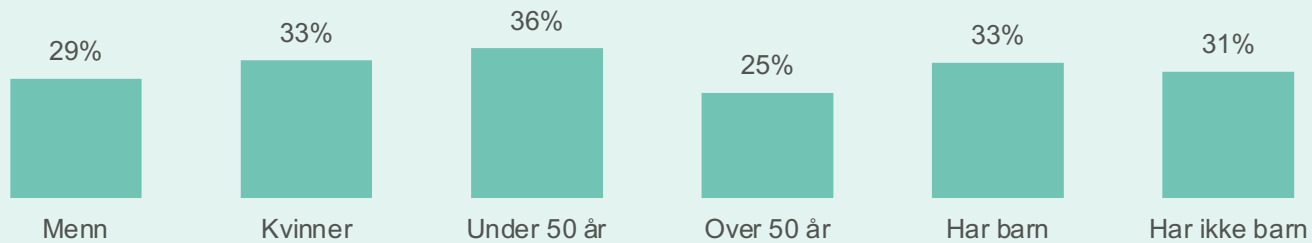
# En tredjedel mener at Norgesferie har blitt mer attraktivt etter pandemien

Norgesferie – attraktivitet



- Base: De som enten kjenner til Voss eller til Hardanger.
- Majoriteten opplever at Norgesferie er like attraktivt nå sammenlignet med før pandemien. Det er størst andel over 50 år som mener at det er like attraktivt som før.
- Det er signifikant større andel under 50 år enn over som mener at det er mer attraktivt nå.

'Mer attraktivt'



n= 629

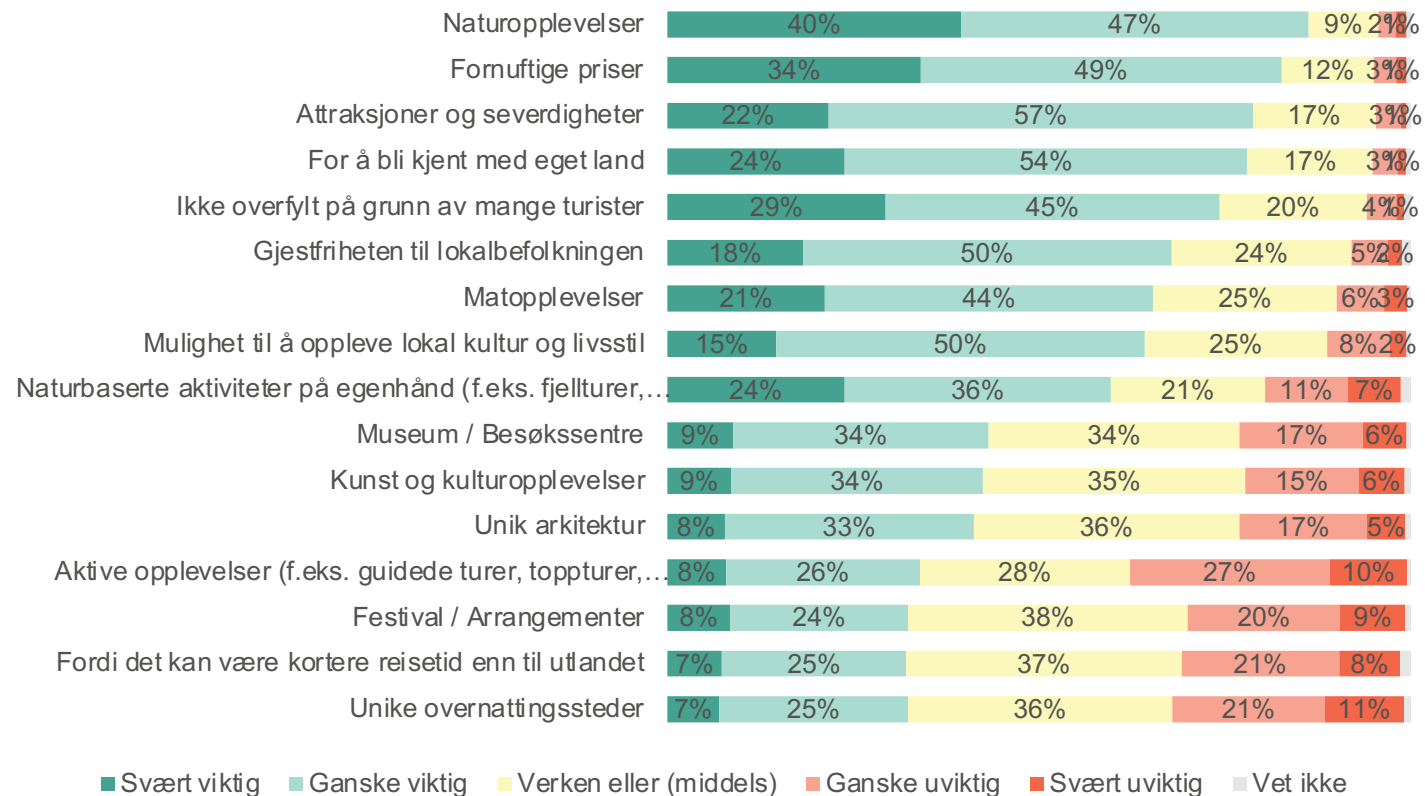
? Synes du at det er mer eller mindre attraktivt å feriere i Norge nå sammenlignet med før pandemien?





# Naturopplevelser oppleves som den viktigste driveren for valg av destinasjon i Norge

## Drivere ved valg av Norgesferie



- Naturopplevelser oppleves som særlig viktig blant målgruppen, men praktiske behov som fornuftige priser og at destinasjonen ikke er overfylt av andre turister oppleves også som viktig.
- 78 prosent oppgir at det å bli kjent med eget land er viktig ved valg av destinasjon. Spesielt lokal kultur og det kulinariske oppleves som viktige drivere. Kunst, museum og arkitektur oppleves som mindre viktig.
- Det er størst andel som oppgir at aktive opplevelser er en uviktig driver ved valg av innenlands destinasjon (37 prosent).

n= 629

?

Hvor viktig eller uviktig er følgende grunner for deg når du skal velge hvor du skal dra på Norgesferie? Med Norgesferie mener vi nordmenn som drar på ferie i eget land.



# Drivere brutt ned på undergrupper

	Total	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år	Sannsynlig for å besøke Voss	Sannsynlig for å besøke Hardanger
Naturoplevelser	86 %	85 %	88 %	88 %	85 %	91 %	92 %
Fornuftige priser	83 %	78 %	88 %	82 %	84 %	85 %	83 %
Attraksjoner og severdigheter	79 %	77 %	80 %	79 %	78 %	83 %	80 %
For å bli kjent med eget land	78 %	74 %	82 %	75 %	82 %	83 %	82 %
Ikke overfylt på grunn av mange turister	74 %	75 %	74 %	75 %	74 %	80 %	77 %
Gjestfriheten til lokalbefolkningen	68 %	69 %	66 %	65 %	71 %	74 %	72 %
Matopplevelser	65 %	65 %	65 %	67 %	64 %	69 %	69 %
Mulighet til å oppleve lokal kultur og livsstil	64 %	62 %	67 %	62 %	67 %	72 %	70 %
Naturbaserte aktiviteter på egenhånd	60 %	58 %	62 %	71 %	48 %	70 %	68 %
Museum / Besøksentre	43 %	42 %	44 %	39 %	48 %	46 %	46 %
Kunst og kulturoplevelser	42 %	37 %	48 %	36 %	49 %	46 %	46 %
Unik arkitektur	41 %	40 %	42 %	35 %	48 %	45 %	45 %
Aktive opplevelser	34 %	33 %	35 %	43 %	24 %	45 %	40 %
Festival / Arrangementer	32 %	36 %	28 %	38 %	26 %	38 %	36 %
Unike overnattingssteder	32 %	33 %	32 %	41 %	22 %	39 %	38 %
Fordi det kan være kortere reisetid enn til utlandet	32 %	29 %	35 %	31 %	33 %	35 %	33 %

Grønn markering betyr at resultatet er signifikant høyere. Når andelen kvinner som oppgir 'fornuftige priser' som en viktig driver er markert grønn, betyr det at resultatet er signifikant høyere enn for menn. Er det ikke markert med grønt er resultatet ikke signifikant, og vi kan dermed ikke konkludere med at det er en forskjell mellom gruppene.

n= 629

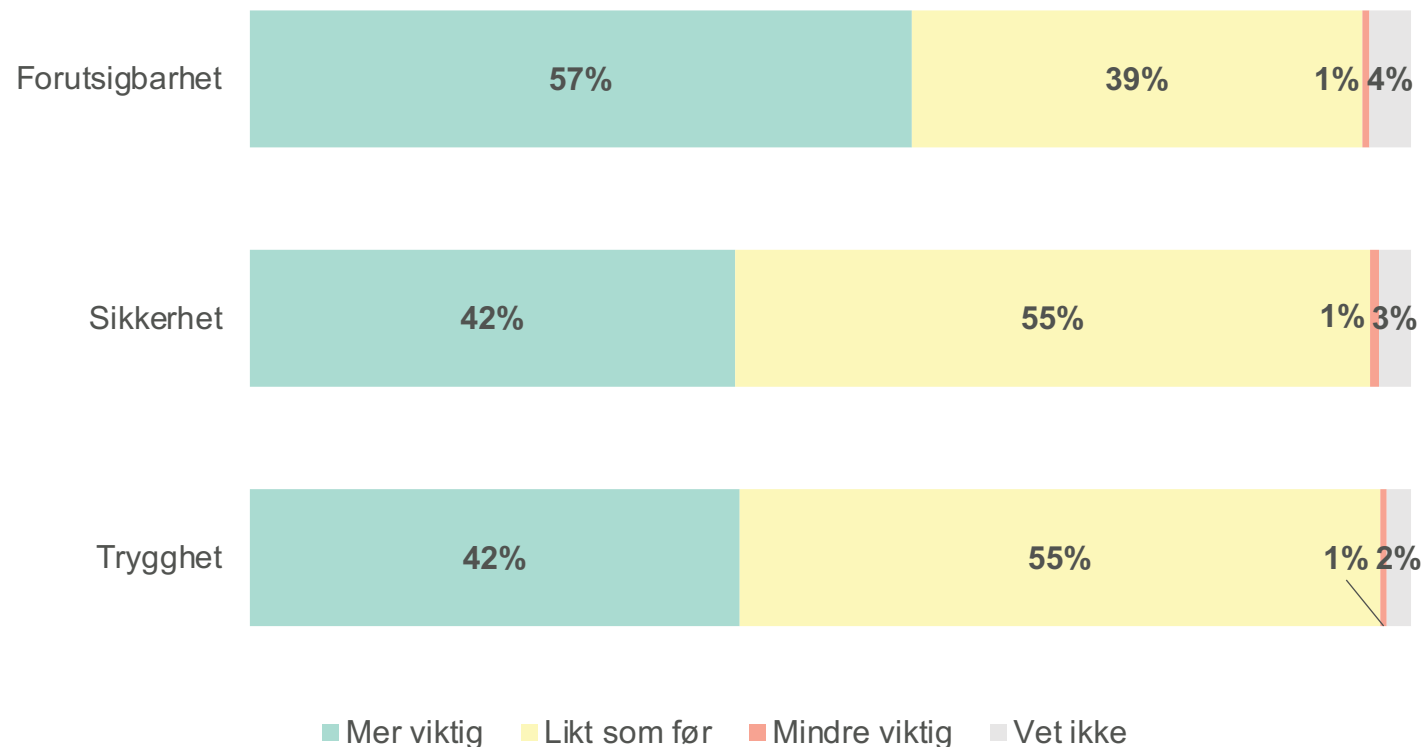
?

Hvor viktig eller uviktig er følgende grunner for deg når du skal velge hvor du skal dra på Norgesferie? Med Norgesferie mener vi nordmenn som drar på ferie i eget land.



# Både forutsigbarhet, sikkerhet og trygghet har blitt viktigere ved valg av feriested

Opplevd viktighet sammenlignet med før pandemien



- 57 prosent oppgir at forutsigbarhet (f.eks. fleksibel avbestilling) har blitt mer viktig ved valg av feriested nå sammenlignet med før pandemien.
- «Ingen» oppgir at noen av punktene har blitt mindre viktige.
- Forutsigbarhet har i størst grad blitt mer viktig blant de under 50 år. Trygghet og sikkerhet har i størst grad blitt mer viktig blant kvinner.

	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år
Forutsigbarhet	53 %	61 %	61 %	53 %
Trygghet	35 %	49 %	42 %	43 %
Sikkerhet	34 %	50 %	40 %	44 %

n= 629

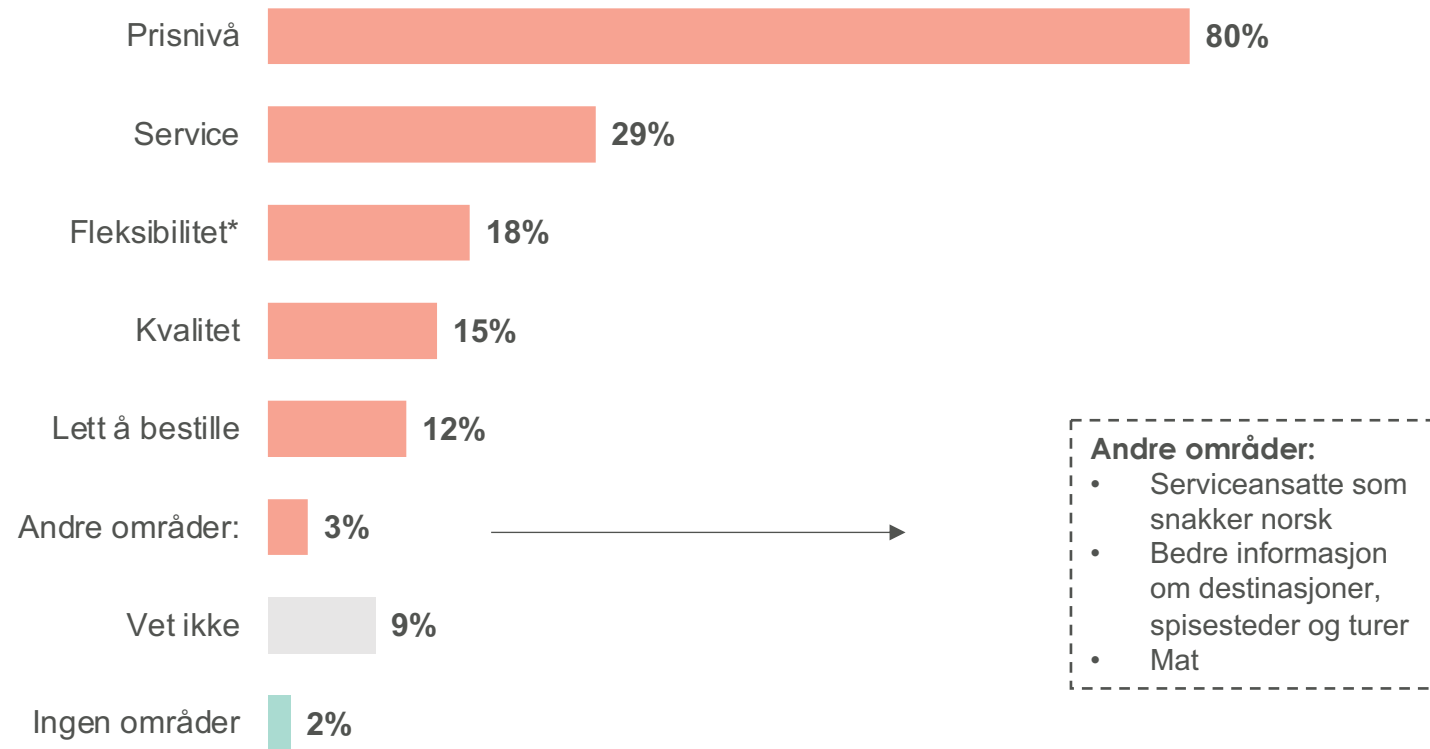
?

Opplever du at følgende punkter har blitt mer viktig, mindre viktig eller uendret med tanke på valg av feriested nå sammenlignet med før pandemien (mars 2020)?



# Tre av ti mener at servicenivået i norsk reiseliv bør forbedres

## Norsk reiselivs forbedringspotensial



\*Fleksibilitet (f.eks. avbestilling eller endring av tidspunkt)

- Det er spesielt menn og de som reiser mye som mener at det generelle servicenivået i norsk reiseliv bør økes.
- 80 prosent mener at prisnivået i norsk reiseliv bør forbedres. Dette er et punkt det ikke er så lett å gjøre noe med, da reiselivet ofte operer med små marginer.

n= 629

? På hvilke områder mener du at norsk reiseliv har et forbedringspotensial?

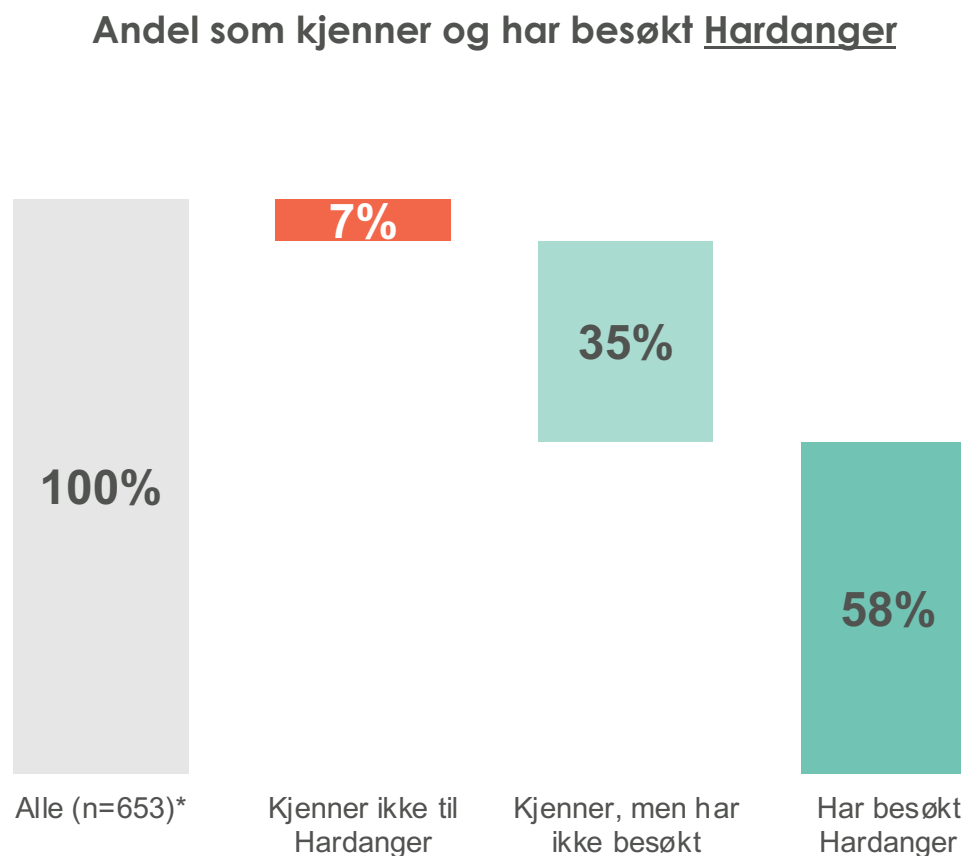
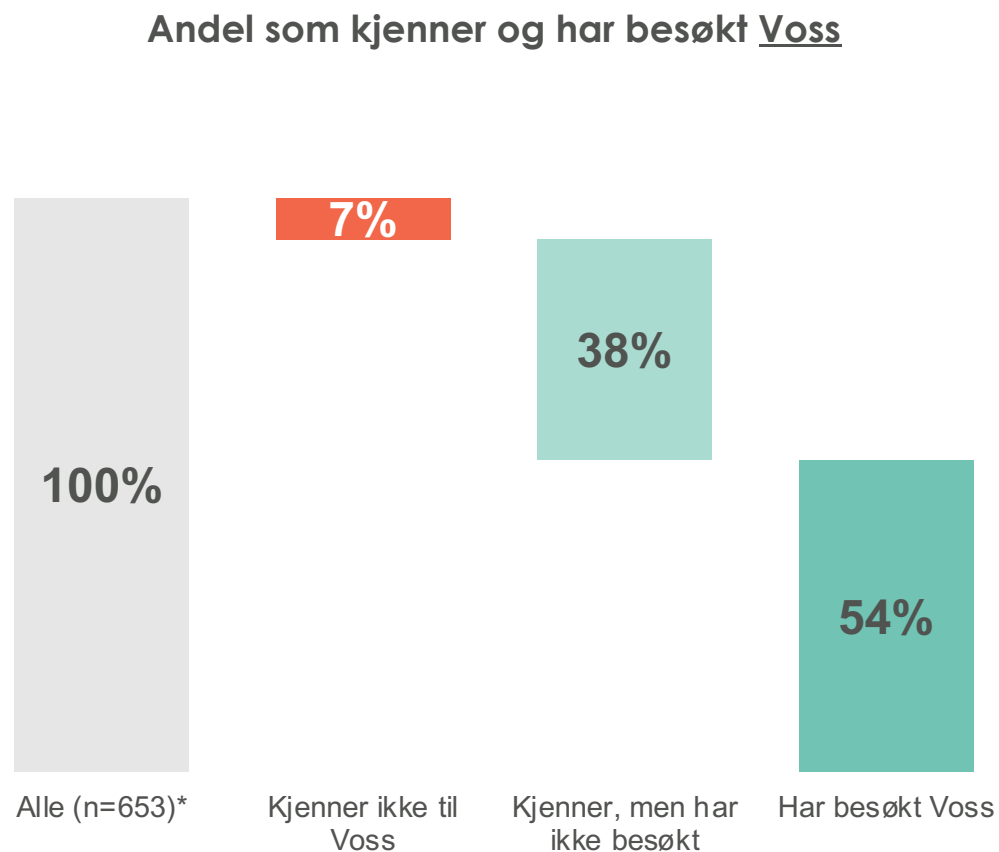




# Voss & Hardanger



## 2,1 og 2,0 millioner nordmenn har besøkt hhv. Voss og Hardanger\*



\*Alle består av hele befolkningen over 20 år (ekskudert Nord-Norge). I alt 3,7 millioner personer i denne gruppen.

n= 653

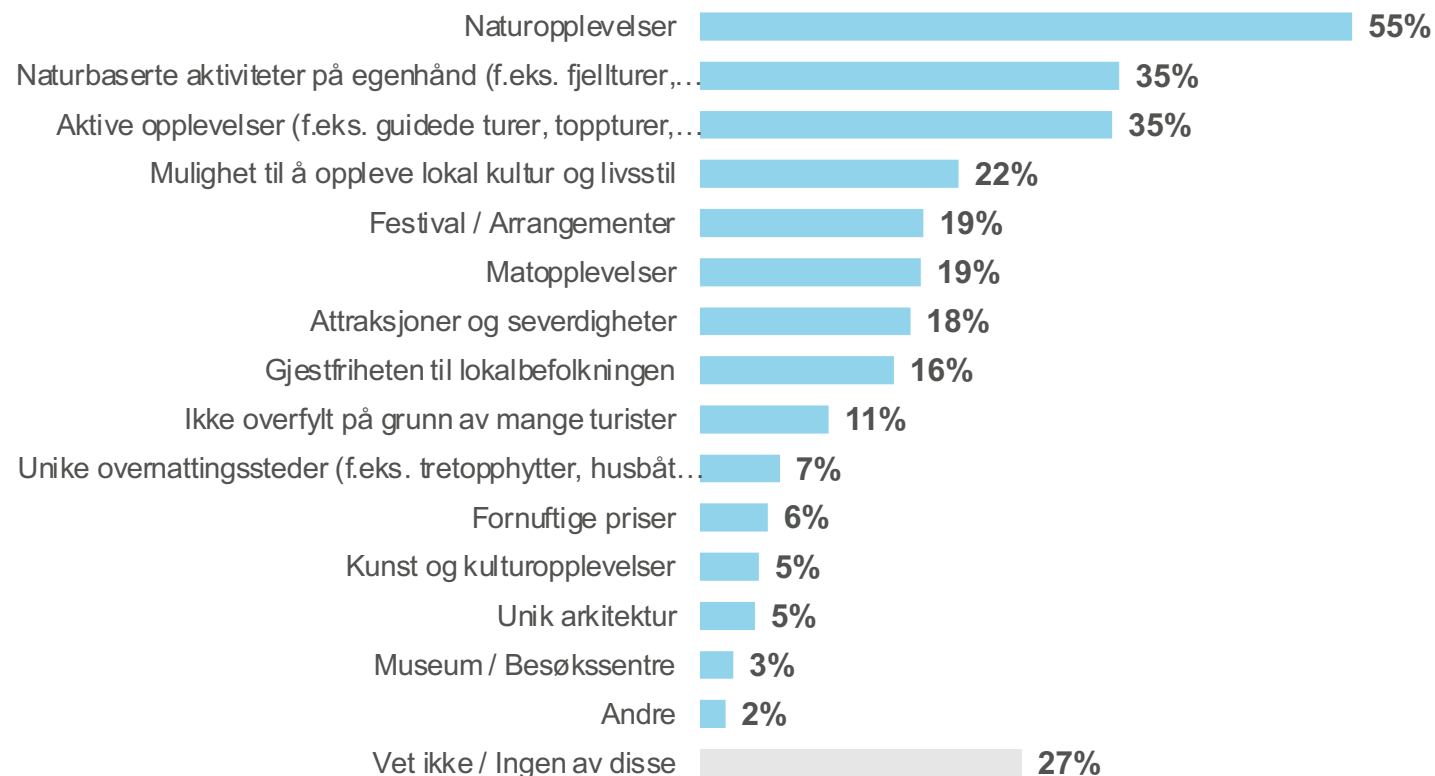
?

Hvilke av følgende steder og områder kjenner du til eller har hørt om? / Hvilke av følgende destinasjoner har du selv noen gang besøkt?



# Voss skiller seg positivt ut på utendørs aktiviteter og opplevelser

## Dyktighet



- Det er størst andel som mener at Voss skiller seg positivt ut på opplevelsesbaserte punkter. 55 prosent oppgir at Voss skiller seg positivt ut på naturopplevelser og 35 prosent oppgir at Voss skiller seg positivt ut på naturbaserte aktiviteter på egenhånd og aktive opplevelser.
- Det er svært få som mener at Voss skiller seg positivt ut på fornuftige priser, kultur og arkitektur/overnattingssteder.
- Hver fjerde nordmann som kjenner til Voss, kjenner ikke Voss godt til å kunne si noe om hva Voss skiller seg positivt ut på.

n= 606

?

Hvilke av følgende punkter opplever du at Voss skiller seg positivt ut på sammenlignet med andre destinasjoner i Norge? Du kan merke av så mange eller få punkter du vil.



## Dyktighet brutt ned på undergrupper

	Total	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år	Sannsynlig for å besøke Voss
Naturopplevelser	55 %	54 %	56 %	56 %	54 %	66 %
Naturbaserte aktiviteter på egenhånd	35 %	38 %	33 %	41 %	29 %	44 %
Aktive opplevelser	35 %	36 %	34 %	48 %	20 %	45 %
Mulighet til å oppleve lokal kultur og livsstil	22 %	20 %	23 %	15 %	29 %	28 %
Festival / Arrangementer	19 %	24 %	13 %	22 %	15 %	25 %
Matopplevelser	19 %	22 %	16 %	12 %	25 %	23 %
Attraksjoner og severdigheter	18 %	20 %	15 %	18 %	17 %	25 %
Gjestfriheten til lokalbefolkningen	16 %	16 %	17 %	14 %	18 %	23 %
Ikke overfylt på grunn av mange turister	11 %	12 %	10 %	8 %	13 %	15 %
Unike overnattingssteder	7 %	9 %	5 %	9 %	5 %	8 %
Fornuftige priser	6 %	7 %	4 %	5 %	6 %	8 %
Kunst og kulturopplevelser	5 %	6 %	3 %	3 %	7 %	6 %
Unik arkitektur	5 %	6 %	4 %	3 %	7 %	6 %
Museum / Besøkssentre	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	5 %
Vet ikke / Ingen av disse	27 %	24 %	31 %	27 %	28 %	13 %

Det er signifikant større andel menn og de under 50 år som oppgir at Voss skiller seg positivt ut på festival og arrangementer sammenlignet med andre destinasjoner i Norge. Det er disse to gruppene som i størst grad mener at festival og arrangementer er en viktig driver for valg av destinasjon, og dermed disse gruppene som muligens har størst kunnskap om destinasjoners arrangementstilbud.

Det er størst andel under 50 år som mener at Voss skiller seg positivt ut på naturbaserte og aktive opplevelser. De over 50 år mener i større grad at Voss presterer godt på kultur og matopplevelser. Noe som gjenspeiler deres egne preferanser ved valg av destinasjon.

n= 606

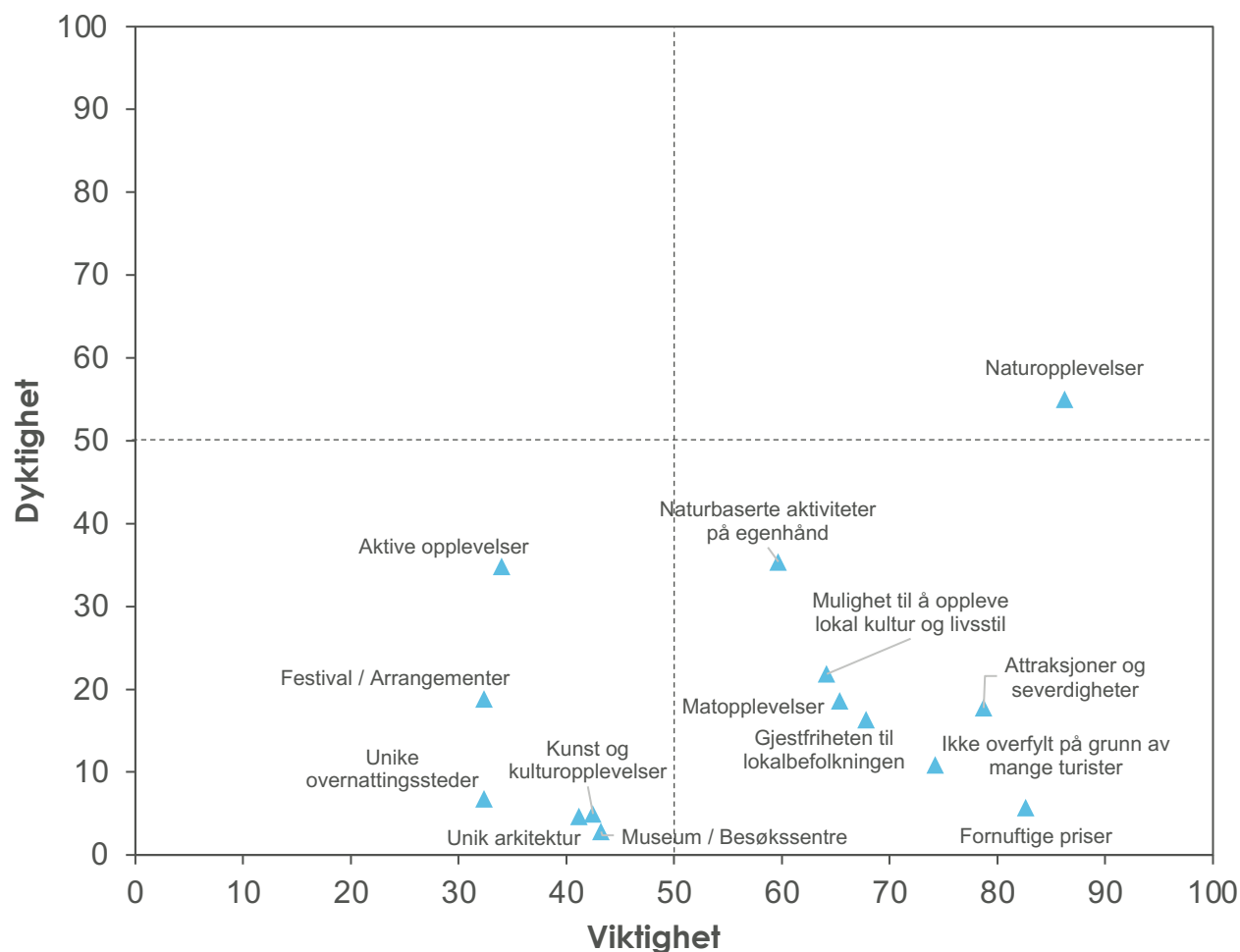
?

Hvilke av følgende punkter opplever du at Voss skiller seg positivt ut på sammenlignet med andre destinasjoner i Norge? Du kan merke av så mange eller få punkter du vil.





# Viktighets-dyktighetsmatrise



Viktighets-dyktighetsmatrisen er bygget på data fra spørsmålet om viktighet ved valg av innenlandsdestinasjon (Q1) og spørsmålet om dyktighet (Q4a).

Matrisen viser hvilke drivere Voss bør prioritere å forbedre (høy viktighet, lav dyktighet), hvilke som bør forsvares (høy viktighet, høy dyktighet) og hvilke det ikke er behov å prioritere (lav viktighet).

Voss scorer godt på en av de viktigste driverne; naturopplevelser.

Vi ser derimot at Voss har forbedringspotensial på flere viktige drivere. Spesielt attraksjoner og severdigheter, at det ikke skal være overfylt på grunn av mange turister, matopplevelser og lokalkultur.

Dette er opplevde forhold, og ikke nødvendigvis erfaringsmessige forhold. Mye av arbeidet kan derfor gjennomføres i kommunikasjonen.



# Hardanger skiller seg positivt ut på utendørs aktiviteter og matopplevelser

## Dyktighet



- To av tre blant de som kjenner til Hardanger mener at destinasjonen skiller seg positivt ut på naturopplevelser. Det er også en del som mener at Hardanger skiller seg positivt ut på naturbaserte aktiviteter på egenhånd.
- 32 og 31 prosent mener at Hardanger skiller seg positivt ut på hhv. matopplevelser og mulighet for å oppleve lokal kultur og livsstil.
- 23 prosent av de som kjenner til Hardanger, kjenner ikke Hardanger godt til å kunne si noe om hva Hardanger skiller seg positivt ut på.

n= 606

?

Hvilke av følgende punkter opplever du at Hardanger skiller seg positivt ut på sammenlignet med andre destinasjoner i Norge? Du kan merke av så mange eller få punkter du vil.



# Dyktighet brutt ned på undergrupper

	Total	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år	Sannsynlig for å besøke Hardanger
Naturopplevelser	67 %	67 %	68 %	68 %	67 %	77 %
Naturbaserte aktiviteter på egenhånd	38 %	38 %	37 %	45 %	30 %	46 %
Matopplevelser	32 %	33 %	32 %	30 %	35 %	38 %
Mulighet til å oppleve lokal kultur og livsstil	31 %	27 %	36 %	29 %	34 %	40 %
Attraksjoner og severdigheter	26 %	23 %	29 %	23 %	29 %	30 %
Gjestfriheten til lokalbefolkningen	21 %	18 %	23 %	19 %	23 %	27 %
Aktive opplevelser	19 %	21 %	18 %	28 %	10 %	24 %
Kunst og kulturopplevelser	12 %	12 %	11 %	11 %	13 %	13 %
Ikke overfylt på grunn av mange turister	11 %	11 %	11 %	9 %	13 %	12 %
Unike overnattingssteder	9 %	10 %	8 %	11 %	6 %	11 %
Museum / Besøksentre	8 %	7 %	8 %	5 %	11 %	9 %
Unik arkitektur	7 %	8 %	7 %	7 %	8 %	8 %
Festival / Arrangementer	6 %	8 %	5 %	7 %	6 %	9 %
Fornuftige priser	6 %	6 %	5 %	5 %	6 %	6 %
Vet ikke / Ingen av disse	23 %	24 %	23 %	24 %	22 %	14 %

Det er signifikant større andel kvinner enn menn som mener at Hardanger skiller seg positivt ut på muligheten til å oppleve lokal kultur og livsstil.

Vi ser også at de under 50 år i større grad enn de over mener at Hardanger skiller seg positivt ut på utendørs aktiviteter og opplevelser, samt unike overnattingssteder. Kanskje de har sett bilder av Woodnest eller Hardanger Fjordtun?



Gjermundphotography.com

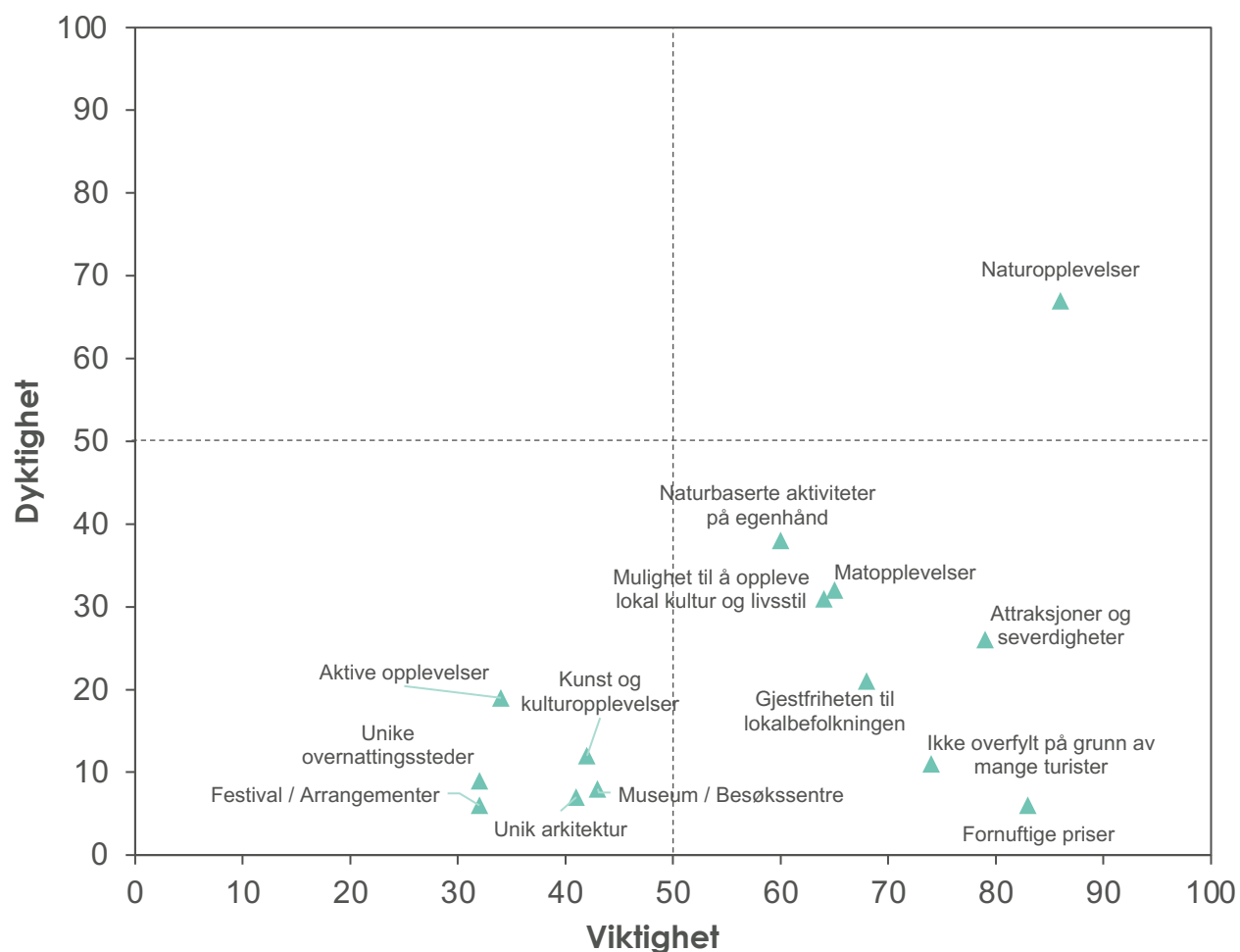
n= 606

?

Hvilke av følgende punkter opplever du at Hardanger skiller seg positivt ut på sammenlignet med andre destinasjoner i Norge? Du kan merke av så mange eller få punkter du vil.



# Viktighets-dyktighetsmatrise



Viktighets-dyktighetsmatrisen er bygget på data fra spørsmålet om viktighet ved valg av innenlandsdestinasjon (Q1) og spørsmålet om dyktighet (Q4b).

Matrisen viser hvilke drivere Hardanger bør prioritere å forbedre (høy viktighet, lav dyktighet), hvilke som bør forsvares (høy viktighet, høy dyktighet) og hvilke det ikke er behov å prioritere (lav viktighet).

Hardanger scorer på lik linje som Voss godt på en av de viktigste driverne; naturopplevelser.

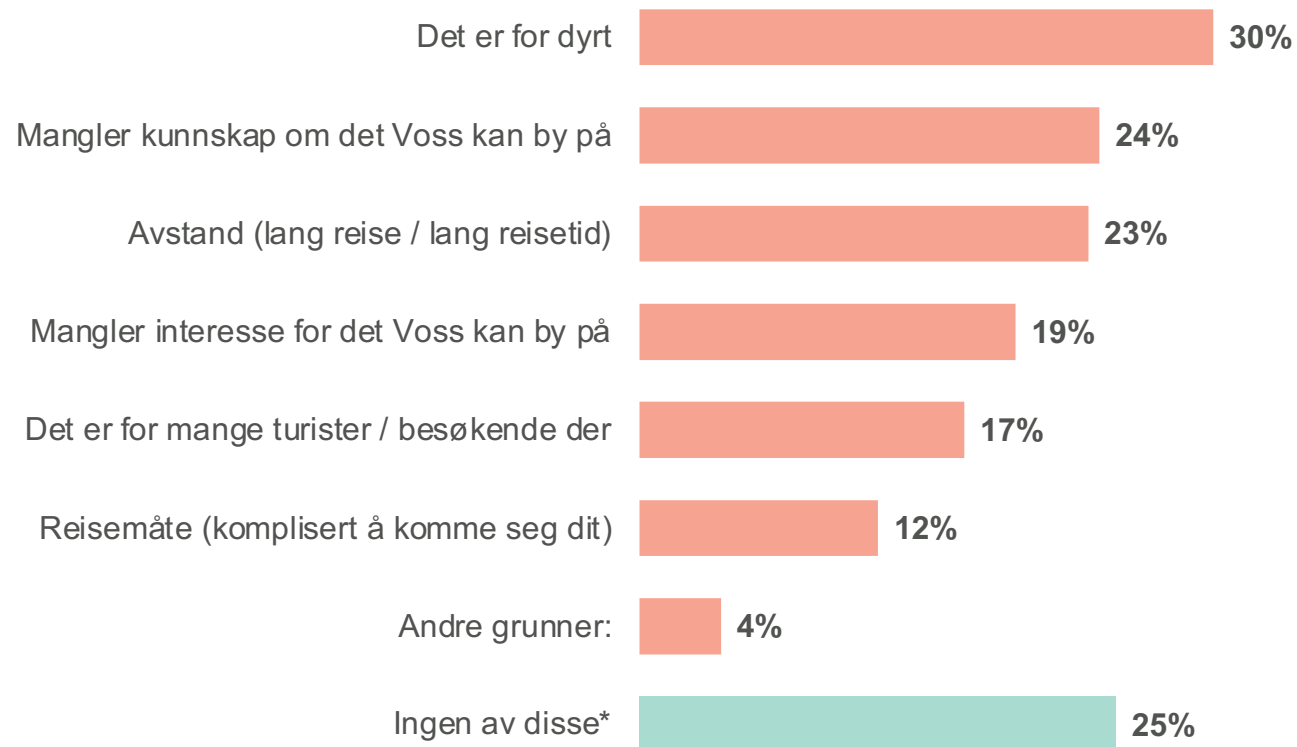
Hardanger har et forbedringspotensial på flere områder; fornuftige priser, attraksjoner og severdigheter og at det ikke oppleves som overfylt på grunn av mange turister.

Dette er opplevde forhold, og ikke nødvendigvis erfaringsmessige forhold. Mye av arbeidet kan derfor gjennomføres i kommunikasjonen.



# Voss oppleves som for dyrt, og en av fire mangler kunnskap om hva Voss har å by på

## Opplevde barrierer



\*Ingen av disse betyr at respondenten ikke opplever noen av de nevnte punktene som en barriere. Det betyr ikke at respondenten ikke har noen barrierer for å besøke Voss.

- Den største barrieren er at det oppleves som for dyrt. Det er spesielt menn og de under 50 år som mener dette.
- De under 50 år har flere barrierer for å besøke Voss enn de over 50 år. Blant annet at det er for dyrt og at de mangler kunnskap om hva Voss kan tilby.

	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år
For dyrt	34 %	25 %	35 %	24 %
Mangler kunnskap	21 %	27 %	28 %	19 %
Avstand	24 %	22 %	28 %	19 %
Mangler interesse	21 %	17 %	20 %	19 %
For mange turister	21 %	12 %	20 %	14 %
Reisemåte	13 %	12 %	15 %	10 %

n= 606

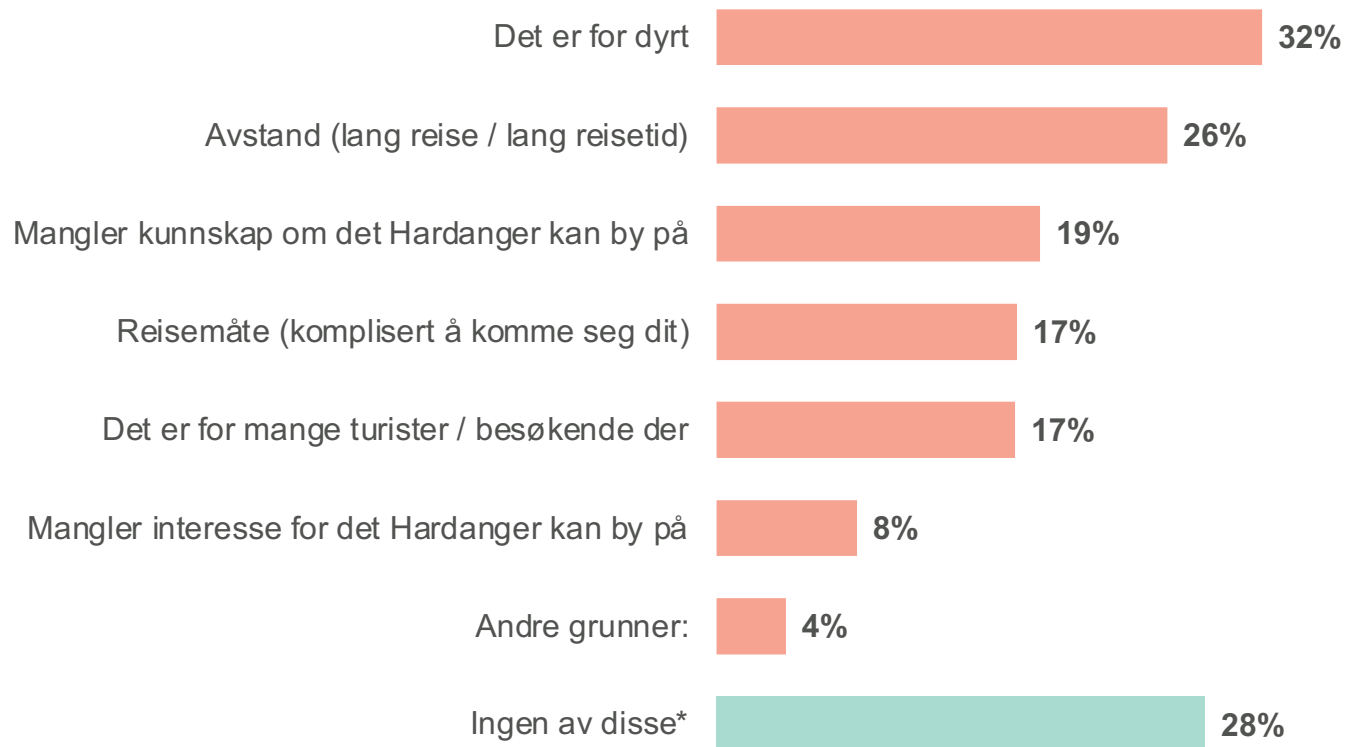
?

Det kan være ulike grunner til at det IKKE er aktuelt å besøke Voss. Hvilke av følgende vil kunne være til hinder for at du selv ikke besøker Voss?



# De største barrierene for å besøke Hardanger er at det er for dyrt og for langt å reise til

## Opplevde barrierer



\*Ingen av disse betyr at respondenten ikke opplever noen av de nevnte punktene som en barriere. Det betyr ikke at respondenten ikke har noen barrierer for å besøke Hardanger.

- Det er i størst grad de under 50 år som opplever prisnivået som en stor barriere for å besøke Hardanger. Det er de under 50 år som har flest barrierer.
- Kun 8 prosent mangler interesse for det Hardanger har å by på.

	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år
For dyrt	35 %	28 %	35 %	27 %
Avstand	29 %	23 %	29 %	23 %
Mangler kunnskap	18 %	19 %	22 %	15 %
Reisemåte	18 %	17 %	20 %	15 %
For mange turister	18 %	17 %	25 %	9 %
Mangler interesse	9 %	7 %	10 %	6 %

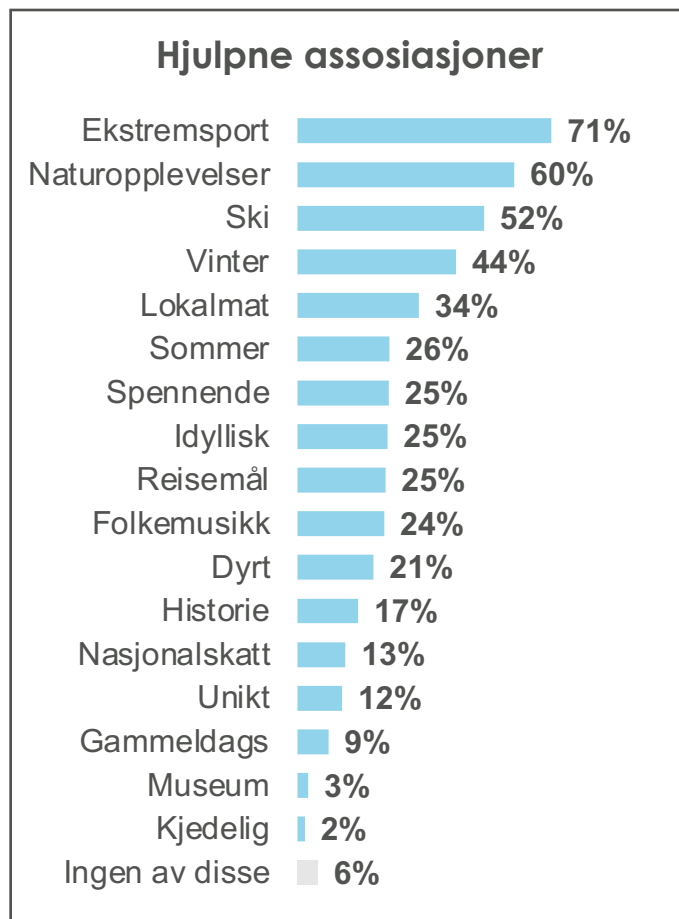
n= 606

?

Det kan være ulike grunner til at det IKKE er aktuelt å besøke Hardanger. Hvilke av følgende vil kunne være til hinder for at du selv ikke besøker Hardanger?



# Voss assosieres med ekstremспорт, natur, ski og vinter



## Åpne assosiasjoner

Det åpne spørsmålet ble stilt først.



n= 606

?

Hva forbinder du med destinasjonen Voss? / Under finner du en rekke ord og begreper. Marker de ordene du forbinder med Voss. Du kan merke av så mange eller få ord du vil.



# Assosiasjoner brutt ned på undergrupper

	Total	Mann	Kvinne	Under 50 år	50 år +
Ekstremспорт	71 %	71 %	71 %	72 %	70 %
Naturopplevelser	60 %	57 %	64 %	60 %	61 %
Ski	52 %	52 %	52 %	44 %	60 %
Vinter	44 %	45 %	43 %	39 %	50 %
Lokalmat	34 %	35 %	32 %	28 %	40 %
Sommer	26 %	24 %	27 %	29 %	22 %
Spennende	25 %	27 %	24 %	34 %	17 %
Idyllisk	25 %	25 %	26 %	25 %	25 %
Reisemål	25 %	25 %	25 %	27 %	22 %
Folkemusikk	24 %	24 %	25 %	18 %	31 %
Dyrt	21 %	23 %	19 %	21 %	21 %
Historie	17 %	17 %	17 %	13 %	21 %
Nasjonalskatt	13 %	14 %	13 %	15 %	12 %
Unikt	12 %	13 %	11 %	14 %	11 %
Gammeldags	9 %	9 %	8 %	11 %	6 %
Museum	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %
Kjedelig	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Ingen av disse	6 %	6 %	6 %	8 %	3 %

De over 50 år assosierer Voss med noen flere ord enn de under 50 år.

Det er signifikant større andel over 50 år enn under som forbinder Voss med ski og vinter, samt lokalmat og det historiske (folkemusikk og historie).

De under 50 år forbinder derimot Voss i større grad med sommer og spennende, men også med gammeldags.

Det er ingen signifikante forskjeller på kjønn.



Foto: Jon Hunnålvatn Tøn

n= 606

?

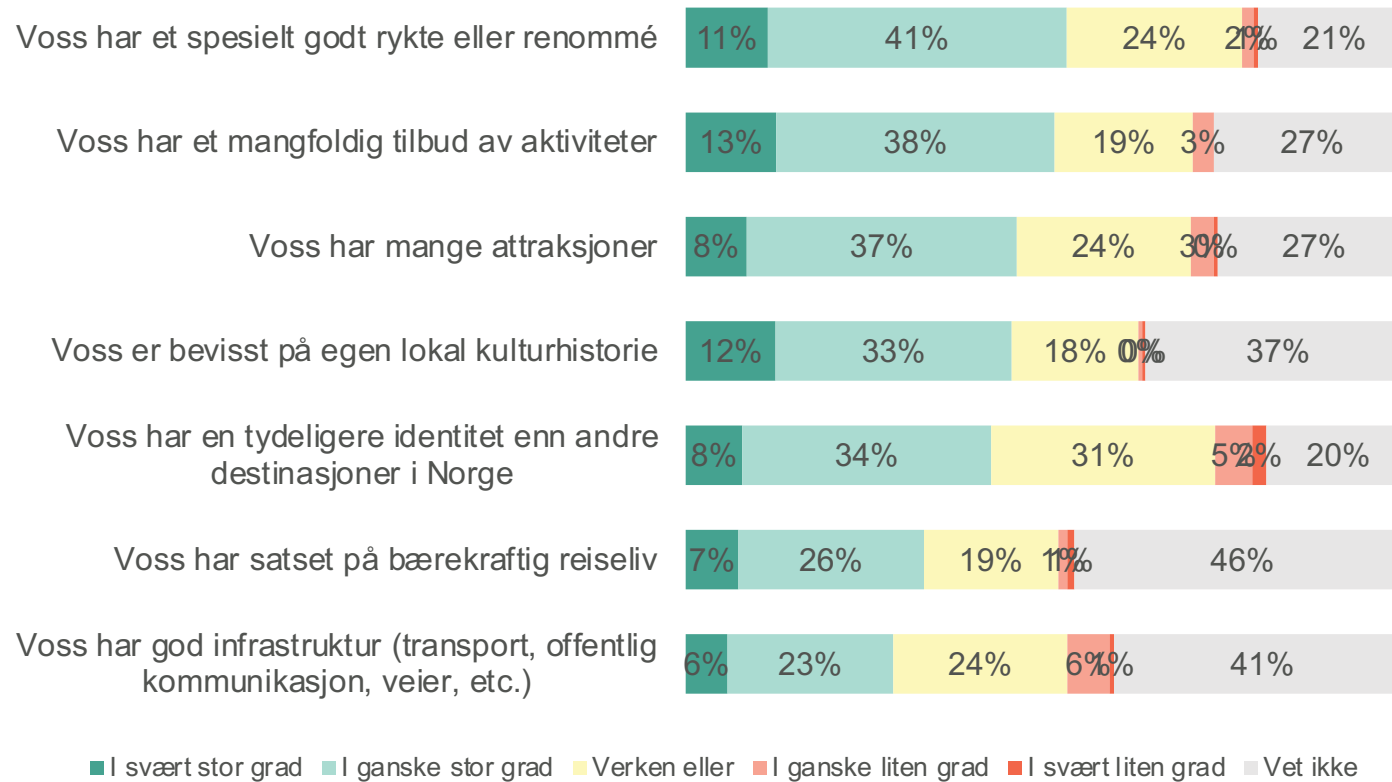
Under finner du en rekke ord og begreper. Marker de ordene du forbinder med Voss. Du kan merke av så mange eller få ord du vil.





# Halvparten mener at Voss har et spesielt godt rykte

## I hvilken grad mener du at Voss passer til følgende påstander?



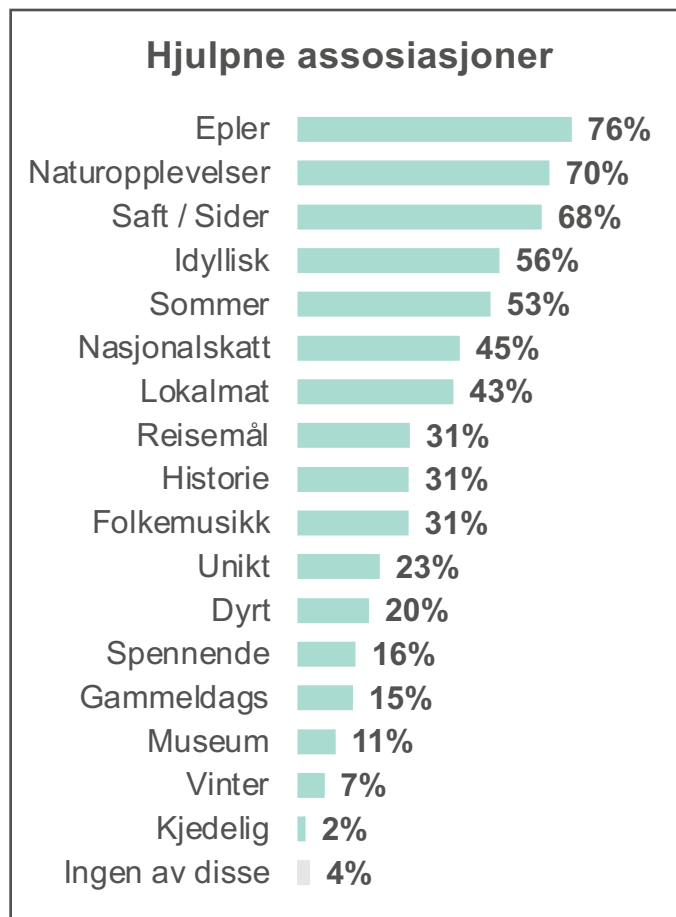
- Om lag halvparten mener at Voss har et spesielt godt rykte og et mangfoldig tilbud av aktiviteter.
- Det er viktig å bemerke at det er en stor andel som svarer vet ikke på påstandene. Det kan komme av at mange ikke kjenner godt nok til Voss. Det kan være enklere for mange å vurdere om Voss har et spesielt godt rykte (21 prosent vet ikke) enn om man vet at Voss har satset på bærekraftig reiseliv eller ikke (46 prosent vet ikke).

n= 606

? I hvilken grad mener du at Voss passer til følgende påstander?



# Hardanger assosieres med epler og annen frukt, natur, sider og sommer



### Åpne assosiasjoner

Det åpne spørsmålet ble stilt først.



n= 606

?

Hva forbinder du med destinasjonen Hardanger? / Under finner du en rekke ord og begreper. Marker de ordene du forbinder med Hardanger. Du kan merke av så mange eller få ord du vil.



# Assosiasjoner brutt ned på undergrupper

	Total	Mann	Kvinne	Under 50 år	50 år +
Epler	76 %	72 %	80 %	68 %	84 %
Naturopplevelser	70 %	67 %	73 %	70 %	69 %
Saft / Sider	68 %	67 %	68 %	64 %	72 %
Idyllisk	56 %	52 %	60 %	55 %	57 %
Sommer	53 %	52 %	55 %	53 %	54 %
Nasjonalskatt	45 %	41 %	48 %	53 %	36 %
Lokalmat	43 %	44 %	43 %	42 %	44 %
Reisemål	31 %	30 %	32 %	37 %	25 %
Historie	31 %	28 %	34 %	33 %	28 %
Folkemusikk	31 %	29 %	33 %	30 %	32 %
Unikt	23 %	20 %	25 %	25 %	20 %
Dyrt	20 %	23 %	16 %	20 %	19 %
Spennende	16 %	15 %	17 %	19 %	13 %
Gammeldags	15 %	14 %	16 %	24 %	6 %
Museum	11 %	10 %	11 %	9 %	12 %
Vinter	7 %	6 %	9 %	8 %	7 %
Kjedelig	2 %	3 %	2 %	3 %	1 %
Ingen av disse	4 %	4 %	3 %	5 %	2 %

I motsetning til Voss, forbinder de under 50 år flere ord med Hardanger enn det de over 50 år gjør.

Det er signifikant størst andel kvinner og de over 50 år som forbinder Hardanger med epler. På kjønn er det ingen forskjell på saft/sider, men det er større andel over 50 år enn under som forbinder Hardanger med det.

Det er blant de under 50 år hvor størst andel assosierer Hardanger med nasjonalskatt, et resultat som muligens er litt overraskende.



Foto: Terje Thorsen

n= 606

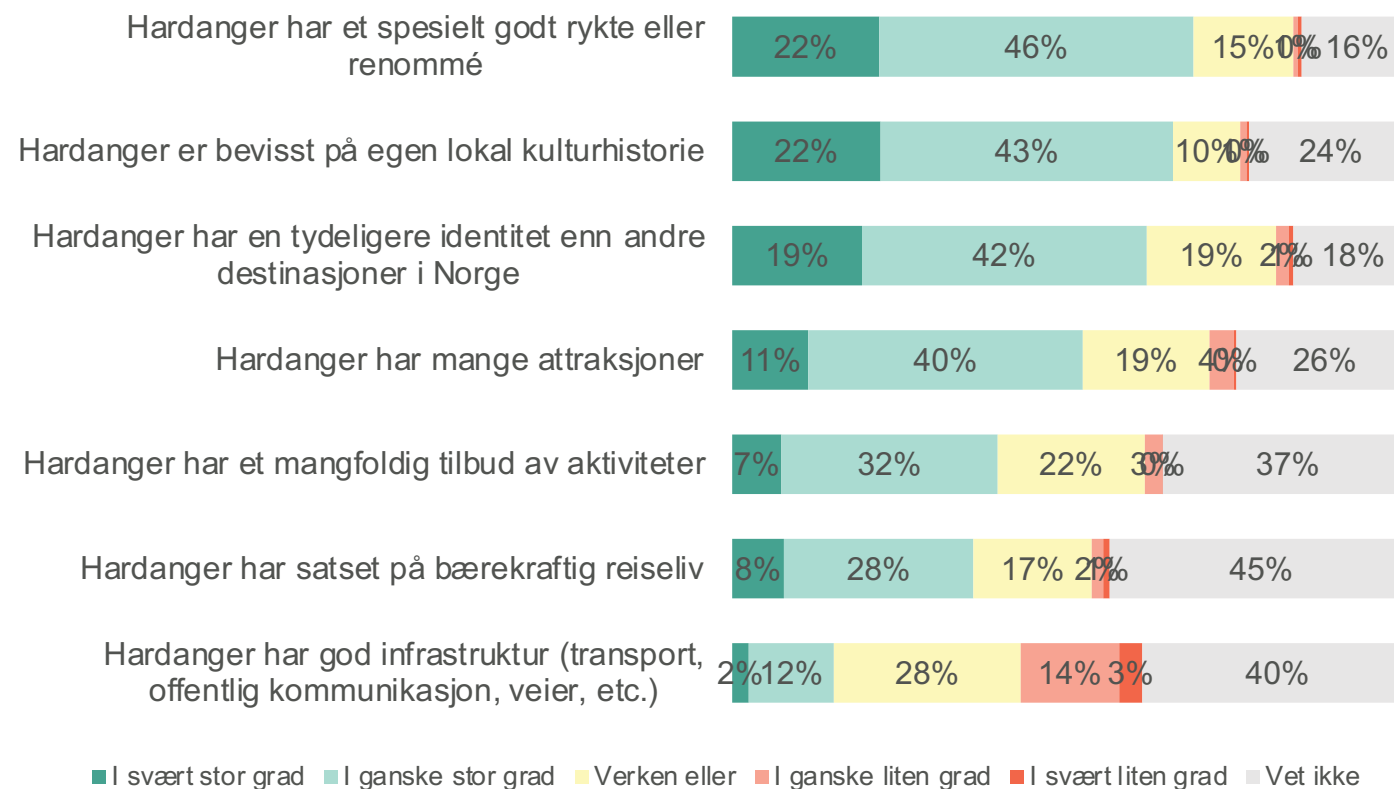
?

Under finner du en rekke ord og begreper. Marker de ordene du forbinder med Hardanger. Du kan merke av så mange eller få ord du vil.



# To av tre mener at Hardanger har et godt rykte og er bevisst på egen kulturhistorie

## I hvilken grad mener du at Hardanger passer til følgende påstander?



- 68 prosent mener at Hardanger har et spesielt godt rykte. Det kan komme av at Hardanger er bevisst på egen lokal kulturhistorie (65 prosent) og at Hardanger har en tydeligere identitet enn mange andre destinasjoner (61 prosent).
- Det er kun 15 prosent som mener at Hardanger har god infrastruktur. 18 prosent mener at Hardanger ikke har en god infrastruktur. Ytterligere 40 prosent oppgir at de ikke vet.

n= 606

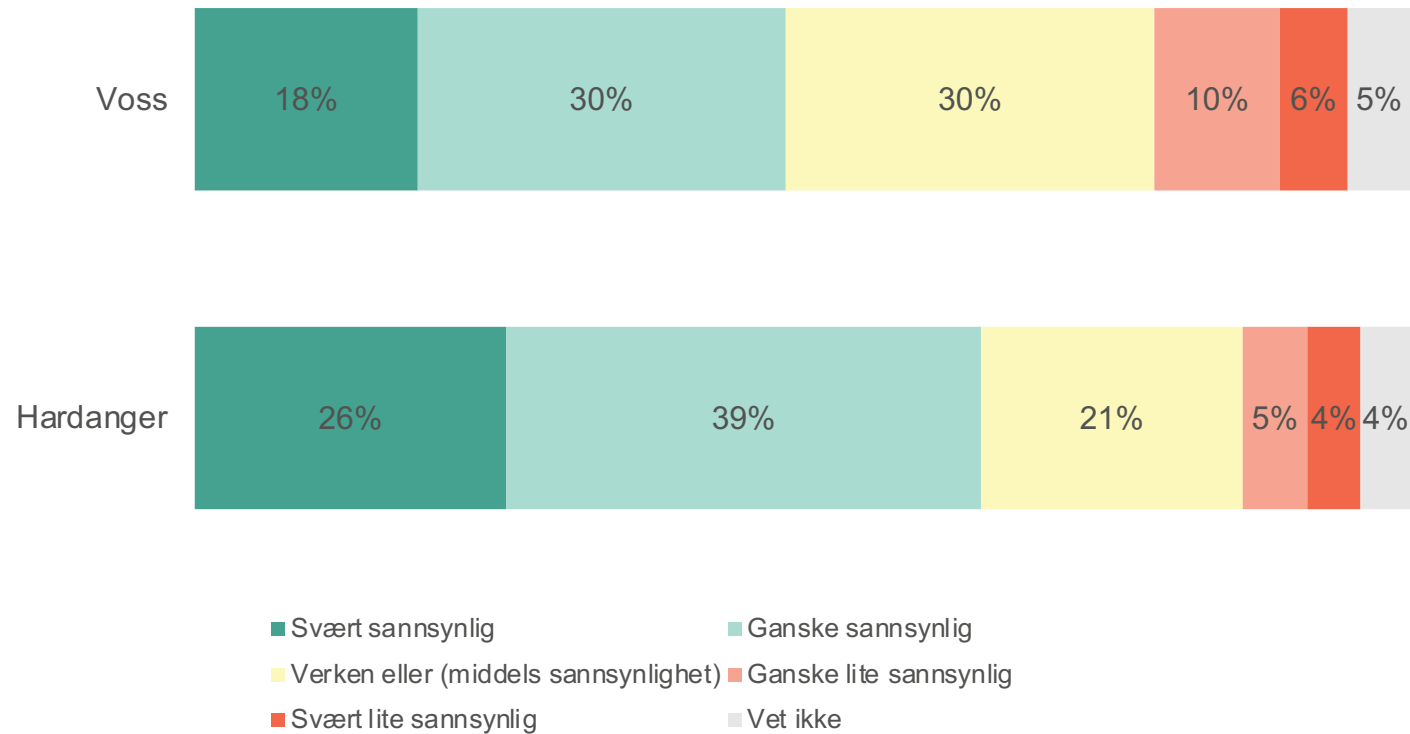
?

I hvilken grad mener du at Hardanger passer til følgende påstander?



# 49 og 65 prosent vil sannsynligvis besøke hhv. Voss og Hardanger en gang i fremtiden

Sannsynlighet for å besøke



- Blant de som kjenner til Voss oppgir halvparten at de kan tenke seg å besøke Voss.
- Andelen som kan tenke seg å besøke Hardanger er signifikant høyere; 65 prosent av de som kjenner til Hardanger.
- Bla til neste side for å se nedbrytninger på undergrupper.

n= 606

? Hvor sannsynlig eller usannsynlig er det at du vil besøke følgende destinasjoner en gang i fremtiden?



# Besøkssannsynlighet brutt ned på undergrupper

## Voss

	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år	Midt-Norge	Vestland	Østlandet	Sørlandet inkludert TeVe	Oslo	Tidligere besøkt
Sannsynlig	51 %	46 %	54 %	42 %	42 %	63 %	45 %	44 %	45 %	59 %

### Voss:

Det er signifikant større andel under 50 år enn over som oppgir at det er svært eller ganske sannsynlig at de vil besøke Voss en gang i fremtiden. Vi ser også at andelen er størst blant de som bor på Vestlandet.

59 prosent av de som tidligere har besøkt Voss, oppgir at de kan tenke seg å besøke Voss igjen.

### Hardanger:

Det er ingen signifikant forskjell på kjønn og alder når det gjelder besøkssannsynlighet. Vi ser derimot at det er signifikant større andel som bor på Vestlandet og Østlandet som kan tenke seg å besøke Hardanger.

Om lag tre av fire av de som tidligere har besøkt Hardanger, kan tenke seg å besøke Hardanger igjen.

## Hardanger

	Mann	Kvinne	Under 50 år	Over 50 år	Midt-Norge	Vestland	Østlandet	Sørlandet inkludert TeVe	Oslo	Tidligere besøkt
Sannsynlig	62 %	67 %	68 %	61 %	55 %	70 %	69 %	56 %	65 %	73 %





**Opinion:**

[www.opinion.no](http://www.opinion.no)

[hei@opinion.no](mailto:hei@opinion.no)

[@opinionoslo](https://www.instagram.com/opinionoslo)