



Rapport
Fylkesmannen i Innlandet

Bruk og brukere i Jotunheimen 1992-2019

Av Marit Vorkinn



bmBilde

Fylkesmannen i Innlandet

Rapport nr. 5 | 2020

Forfatter(e): Marit Vorkinn

Tittel: Bruk og brukere i Jotunheimen 1992-2019

ISBN: 978-82-8410-008-1

Forsidebildet: Fra Galdhøpiggen

Foto: Kari Sveen

© 2020 Marit Vorkinn



Rapporten er lisensiert under «Creative Commons Navngivelse – Ikke Kommersiell – Del På Samme Vilkår 3.0 Norge»-lisensen som er gjengitt her: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/no/>

Forord

Denne rapporten oppsummerer resultatene fra ulike brukerundersøkelser i Jotunheimen i 1992, 2002, 2010 og 2019, med hovedvekt på undersøkelsene i 2019. Formålet med rapporten er primært å skaffe fram et kunnskapsgrunnlag for besøksforvaltning i Jotunheimen nasjonalpark.

Et omfattende materiale ligger til grunn for rapporten. Av hensyn til framtidige undersøkelser og behovet for en grundig metodisk gjennomgang av det som er gjort, er det valgt å lage en relativt omfattende dokumentasjonsrapport. Dette har gått på bekostning av lesbarheten til rapporten. For å forsøke å kompensere noe for dette, er det meste av metodekapittelet plassert som vedlegg. Dette betyr ikke at metodekapittelet er ansett som uvesentlig, men en antagelse om at et fåtall lesere fordyper seg i metodekapittelet. I selve rapporten er hovedtrekkene ved endringer fra 1992 til 2002 presentert. En mer detaljert gjennomgang finnes i vedlegg 2. Videre er det laget en relativt omfattende oppsummering og diskusjon av resultatene først i rapporten.

I rapporten er det foretatt sammenligninger med undersøkelser for flere andre verneområder, i hovedsak nasjonalparker. For lesbarheten er det ikke gitt referanse til alle disse i hvert enkelt avsnitt. Av referanselista vil det imidlertid framgå hvem som har rapportert de ulike undersøkelsene.

Følgende har bidratt enten med oppsetting og ettersyn av selvregistreringskasser, utdeling av skjema på parkeringsplasser eller punching i 2019:

- Rigmor Solem, SNO
- Johannes Skahjem, Utladalen Naturhus
- Vågå Fjellstyre
- Lom fjellstyre
- Ørjan Venås, Gjendeguiden
- Sommertilsatte på Norsk fjellsenter og i Klimapark 2469 AS

En stor takk til alle som har bidratt!

Kari Sveen har vært oppdragsgivers kontaktperson. Faglig ansvarlig for undersøkelsen, analyse og utarbeiding av rapport har vært Marit Vorkinn, Fylkesmannen i Innlandet. Birgitta Ericsson ved Østlandsforskning har bistått ved datainnsamlingen.

Lillehammer 08.07.20

Marit Vorkinn

Innhold

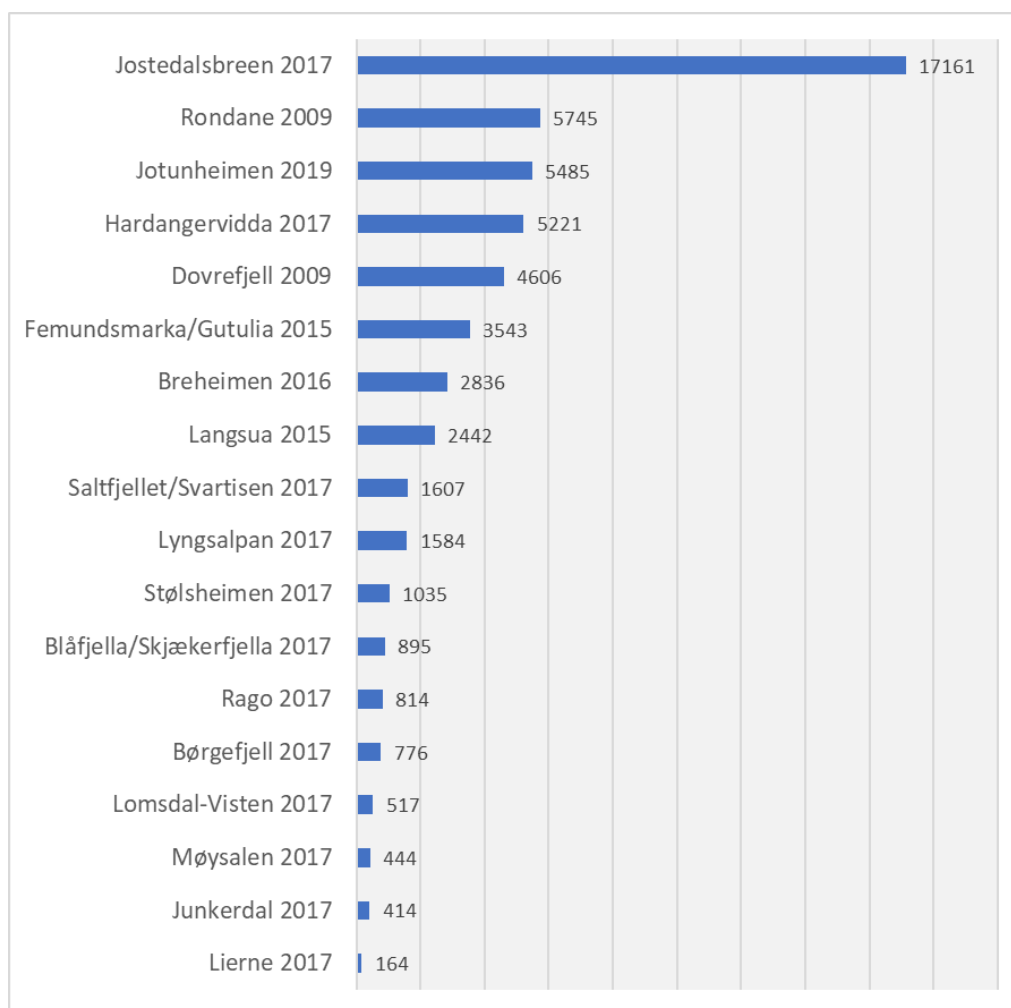
| | |
|--|----|
| Forord..... | 3 |
| Innhold..... | 4 |
| Oppsummering og diskusjon..... | 6 |
| Jotunheimen som besøksmål sommerstid – sammenlignet med andre norske nasjonalparker | 6 |
| Endringer i Jotunheimen fra 1992 til 2019 - hovedsesongen..... | 10 |
| Opplevelser | 12 |
| Informasjon | 14 |
| Metodisk utvikling - selvregistreringskasser | 15 |
| 1. Innledning..... | 16 |
| 2 Metode og gjennomføring - oversikt | 17 |
| 3. Hvem besøkte Jotunheimen sommeren 2019? | 19 |
| 3.1 Bosted | 19 |
| 3.2 Kjønn | 21 |
| 3.3 Alder | 21 |
| 3.5 Turfølge..... | 22 |
| 3.6 Purisme..... | 23 |
| 3.7 Mange førstegangsbesøkende | 26 |
| 3.8 Erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer | 27 |
| 4. Hvordan ble Jotunheimen brukt sommeren 2019? | 29 |
| 4.1 Bruk av ulike innfallsporter | 29 |
| 4.2 Besøk i Jotunheimen – hele 2019 | 30 |
| 4.3 Når bestemmer de besøkende seg for å besøke Jotunheimen?..... | 32 |
| 4.4 Hvordan kommer folk seg til Jotunheimen? | 33 |
| 4.5 Hvordan inngikk besøket i Jotunheimen på den turen de var på? – de som var på ett besøk i Jotunheimen i 2019 | 33 |
| 4.6 Mотивer for å besøke Jotunheimen | 35 |
| 4.7 Hovedaktivitet på den turen som folk fylte ut et selvregistreringskort..... | 40 |
| 4.8 «Highlight-turister»..... | 43 |
| 4.9 Deltakelse i ulike aktiviteter – hele året..... | 43 |
| 4.10 Overnattinger i selve Jotunheimen eller i utkanten av Jotunheimen | 44 |

| | |
|--|--------|
| 5. Informasjon | 46 |
| 5.1 Hvor mange skaffer seg informasjon turen, og hva slags informasjonskilder benytter de? | 46 |
| 5.2 Savner de besøkende informasjon når de er i Jotunheimen? | 48 |
| 5.3 Hvordan ønsker de besøkende at informasjon skal formidles? | 48 |
| 6. Opplevelser | 54 |
| 6.1 Deling av opplevelsene i sosiale medier | 55 |
| 7. Tilrettelegging | 57 |
| 8. Andre besøkende i området | 59 |
| 8.1 Hvilke bruksformer anses som akseptable? | 60 |
| 9. Kunnskap om regelverket for nasjonalparken | 61 |
| Referanser | 64 |
| Vedlegg 1 Metode | 66 |
| Selvregistreringskasser | 66 |
| Sammenligning av endringer fra 1992 til 2019 - selvregistreringskortene | 67 |
| Representativitet for etterundersøkelsen | 68 |
| Ikke alle på Besseggen fikk tilsendt etterundersøkelse | 69 |
| Representativitet av etterundersøkelsen sammenlignet med selvregistreringskortene 2019 | 69 |
| Korrigeringsfaktor for skjevheter i etterundersøkelsen | 71 |
| Vedlegg 2 Endringer fra 1992 til 2019, hovedsesongen – data fra selvregistreringskort | 72 |
| Kjennetegn ved brukerne | 72 |
| Erfaring fra flerdagers fot-/skiturer | 76 |
| Vedlegg 3 Purismeskalaen | 81 |
| Vedlegg 4 «Var det noe du savnet informasjon om under turene i Jotunheimen»? | 82 |
| Vedlegg 5 Selvregistreringskort og instruksjoner i kassene | 83 |
| Vedlegg 6 Plassering av selvregistreringskassene | 86 |

Oppsummering og diskusjon

Jotunheimen som besøksmål sommerstid – sammenlignet med andre norske nasjonalparker

Jotunheimen er en av Norges mest besøkte nasjonalparker sommerstid, målt i antall utfylte selvregistreringskort av de besøkende. Antall utfylte selvregistreringskort kan ikke ses som et direkte uttrykk for bruken, men er en indikator for forholdet mellom parkene.



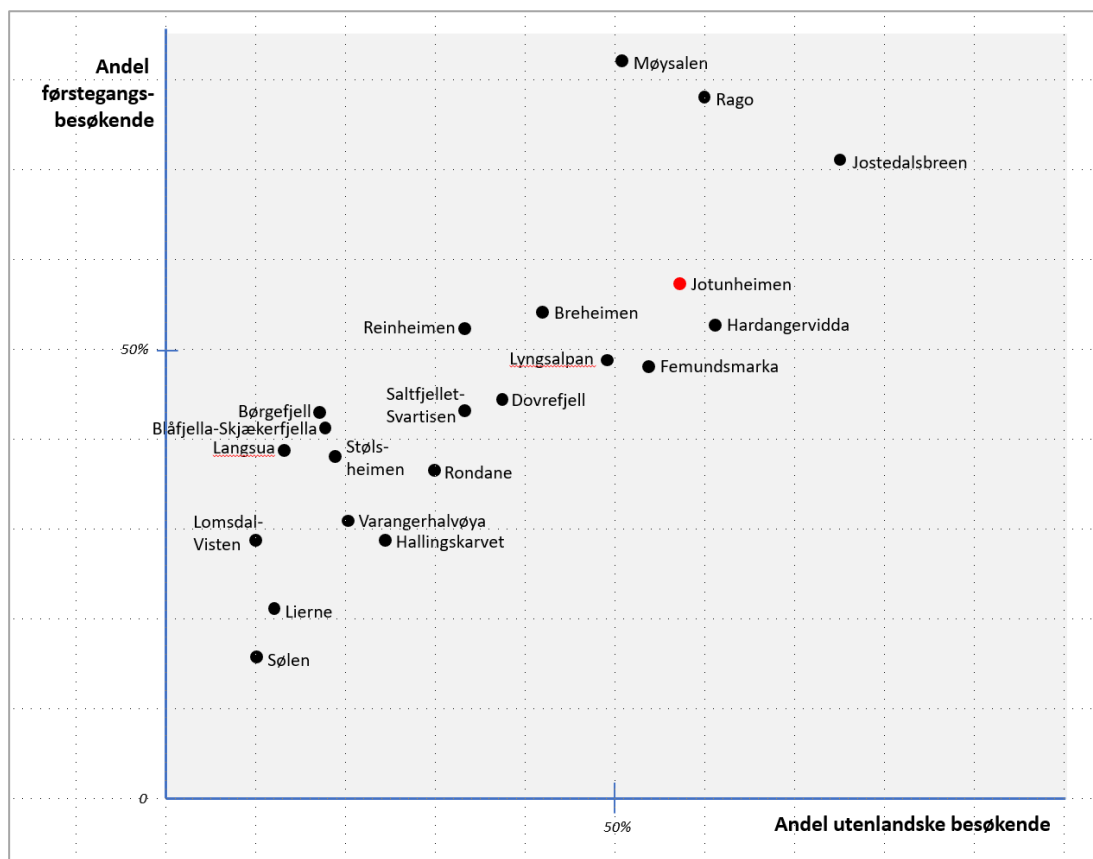
Figur a. Antall utfylte selvregistreringskort i ulike områder og år (se referanselista for kilder).

For å kommunisere og tilrettelegge for de besøkende, er det nødvendig for forvaltningen å vite *hvem* som kommer. Andel førstegangsbesøkende og andel utlendinger er da to sentrale indikatorer. Hvor mange utenlandske besøkende som oppsøker de norske nasjonalparkene, varierer mye (figur b).

Både Jotunheimen og Jostedalssbreen har en stor andel utenlandske besøkende og mange førstegangsbesøkende, i tillegg til at de har høye besøkstall. De ser dermed ut til å være viktige besøksmål for særlig det utenlandske markedet av rundreiseturister på Vestlandet (figur b). Samtidig med økningen i antall utenlandske besøkende til Norge de siste årene ser vi en øking i andelen som besøker Jotunheimen som del av en rundreise. En ser også at jo lengre unna Jotunheimen de besøkende er bosatt, desto viktigere er det at besøket i Jotunheimen passer inn i reiseruta.

Andre nasjonalparker, som Rondane, har også et høyt besøksvolum, men er mer preget av gjenbesøk fra norske tilreisende (NB! Undersøkelsen i Rondane er fra 2009 og det kan ha skjedd endringer også her i siste ti-års periode). En tredje variant er Reinheimen og Hardangervidda, der ulike delområder har ulike funksjoner som besøksmål. De vestlige områdene med attraksjoner som Trollstigen (Reinheimen) og Trolltunga (Hardangervidda) tiltrekker mange turister, mens de mangler i de østlige.

I tillegg til nærhet til hovedreisestrømmer av turisttrafikk så ser landskapskvalitetene ut til å spille en viktig rolle for utenlandske besøk. Ser en på de parkene som har høy andel både av utenlandske besøkende og høy andel førstegangsbesøkende (figur b), har både Møysalen, Jostedalssbreen og Jotunheimen og de vestlige delene av Hardangervidda det dramatiske fjell- og fjordlandskapet som har vært tungt markedsført internasjonalt. Rago fikk i 2015 betydelig omtale internasjonalt som en av ti ukjente nasjonalparker som burde besøkes¹ og har også et sterkt selfie-motiv i Litlverivassforsen. I Femundsmarka, som grenser til Sverige, skyldes den høye andelen utlendinger i stor grad mange svenske besøkende.

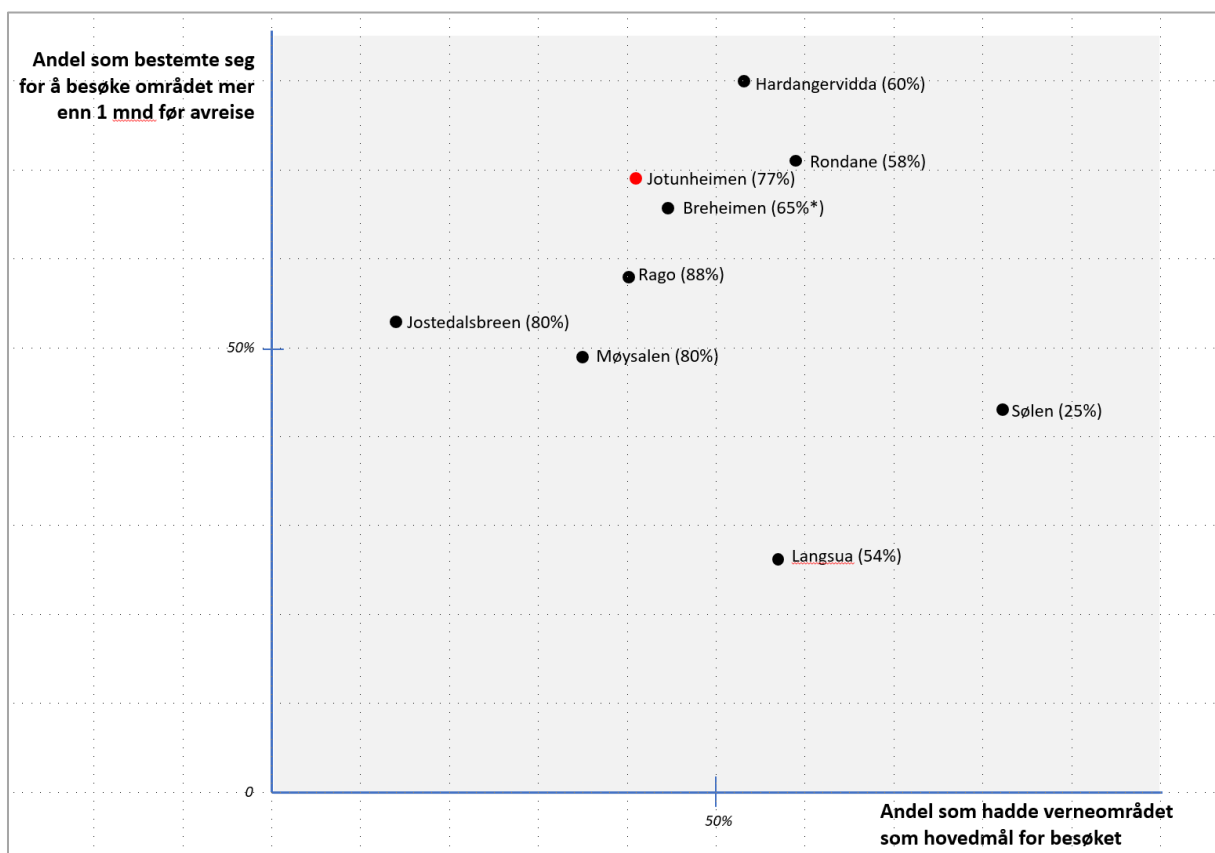


Figur b. Andel utenlandske besøkende og andel førstegangsbesøkende for ulike norske nasjonalparker og landskapsvernområder. Se referanselista for kilder.

¹ <https://www.theguardian.com/travel/2015/mar/30/10-europe-best-national-parks-italy-france-spain>

Andre indikatorer for et områdes attraksjonskraft er om de besøkende bestemmer seg lang tid i forveien for å oppsøke området, og om området er hovedmål for turen eller del av en lengre reise². Både i Jotunheimen, Rondane, Breheimen og på Hardangervidda er det en stor andel av de som besøkte området kun en gang i løpet av sommeren som bestemte seg mer enn en måned før avreise (figur c). Det er også en stor andel som har verneområdet som hovedmål for besøket. Jostedalsbreen har nok et større antall besøkende enn de nevnte parkene, men det ser ut til at svært mange er innom parken som del av en lengre reise, siden bare 14% har området som hovedmål for turen. Dette samsvarer med turiststrømmene på Vestlandet, med stort innslag av bussturister, cruiseturister og utlendinger på rundreise.

I Sjølen og Langsua er det mange som har områdene som hovedmål for besøket, men her er det færre som bestemmer seg for besøket lang tid i forveien. Dette gjenspeiler nok først og fremst et fravær av besøk av turister på rundreise og en lav andel utenlandske besøkende.



Figur c. Formål og tidspunkt for reiseavgjørelse blant de som besøkte området kun én gang i løpet av undersøkelsesåret. Se referanselista for kilder.

(Andelen som var på kun ett besøk om sommeren er vist i prosent bak navnet. For Breheimen er prosenten beregnet ut fra antallet som hadde svart på spørsmålet om hovedformål med turen).

² Disse spørsmålene ble kun stilt til de som var på ett besøk til området i løpet av året, fordi det er vanskelig for de som er på flere besøk i løpet av året å huske ulike turer fra hverandre. Figur c må derfor tolkes først og fremst som et uttrykk for attraksjonskraften blant turister som er innom én gang i løpet av sommeren.

Besøksforvaltning 2.0?

Hvilken type besøksmål nasjonalparkene er, legger sterke føringer for forvaltningens arbeid. Dette gjelder både hvor mange som kommer og hvem som kommer. Dette påvirkes igjen av hvordan nasjonalparkene er plassert i forhold til befolkningsskonsentrasjoner, i forhold til reisemønstre innen ferie- og fritidstrafikken og i forhold til naturkvalitetene i verneområdene. En ser f.eks. at besøket i Jotunheimen sterkt påvirkes av beliggenheten mellom to hovedfartsårer til Vestlandet, over Sognefjellet og Valdresflya (begge nasjonale turistveier).

De siste årene har det vært gjennomført brukerundersøkelser i de fleste av de norske nasjonalparkene. Det ligger her et stort datamateriale som er lite utnyttet for å finne fellestrekk og ulikheter mellom nasjonalparkene, noe som ville gitt en langt bedre forståelse av bruken av den enkelte nasjonalpark. I denne rapporten har det kun vært ressurser til en svært begrenset analyse. Denne peker imidlertid i retning av at det er betydelige forskjeller i hvordan verneområdene fungerer som besøksmål.

Blant de som har liten erfaring med friluftsliv, det området de besøker eller norsk natur generelt, vil det sannsynligvis være mindre kunnskap om sporløs og trygg ferdsel, og også mindre kunnskap om hva som er tillatt og ikke tillatt i området. Noe forenklet kan en si at behovet for informasjon derfor øke jo lengre opp i høyre hjørne en kommer i figur b. Her finner en Jostedalshvann og Jotunheimen, mens Sjøen og Lierne representerer det andre ytterpunktet.

Hvilke muligheter forvaltningen har til å påvirke de besøkende gjennom informasjon, vil antakelig variere mye mellom de nasjonalparkene som er sammenlignet. Mens om lag 70% i Jotunheimen og Rondane hadde skaffet seg informasjon om verneområdet før de kom til området, var det bare 30-40% i Langsua og Sjøen som hadde gjort det samme. I Jotunheimen og Rondane er derfor mulighetene for å kanalisere de besøkende og påvirke til sporløs ferdsel og sikkerhet gjennom informasjonskanaler som brukes *før* turen, som internett, mye større enn i Langsua og Sjøen.

Andelen førstegangsbesøkende vil ikke bare påvirke behovet for informasjon, men også behovet for tilrettelegging. Tydelig stimerking og skilting som viser avstand og retning var f.eks. de høyest prioriterte tilretteleggingstiltakene blant de besøkende i Jotunheimen, som har en stor andel førstegangsbesøkende. Hvilken tilrettelegging de besøkende ønsker vil også avhenge av friluftsliverfaring. Her er det vesensforskjeller mellom Jostedalshvann på den ene siden og Jotunheimen, Rago og Møysalen på den andre. Mens bare 41% av de besøkende til Jostedalshvann hadde vært på en flerdays fottur eller skitur tidligere, hadde 70% i Jotunheimen, 82% i Rago og 86% i Møysalen slik friluftsliverfaring. Tilbud til de med lite friluftsliverfaring, som godt tilrettelagte «car-walks», vil derfor være viktigere rundt Jostedalshvann enn i de tre andre parkene.

Innsatsen på besøksforvaltning i det enkelte verneområde må også vurderes opp mot verneverdiens sårbarhet (ikke vurdert her) og volumet av besøkende. Jostedalshvann, Møysalen, Rago og Jotunheimen er de nasjonalparkene i sammenligningen som har høyest andel førstegangsbesøkende og/eller andel utenlandske besøkende. Men ut fra antall besøkende vil Jostedalshvann og Jotunheimen ha behov for en langt større forvaltningsinnsats på besøkssida enn Møysalen og Rago.

Sammenligningen som er gjort i denne rapporten er som sagt begrenset (selv om mer detaljerte sammenligninger finnes utover i rapporten). Den tyder likevel på at det kan være hensiktsmessig med en mer differensiert besøksforvaltning verneområdene imellom enn det som er tilfellet i dag, både mht. ressurser og tiltak.

Endringer i Jotunheimen fra 1992 til 2019 - hovedsesongen

For å vurdere endringer mellom undersøkelsesårene har vi kun sammenlignet perioder hvor kassene sto ute i alle de fire undersøkelsesårene. Dette omfatter perioden mellom 10.juli-10.september. I 2010 ble gjort en sjekk av hvor representativ denne 2-måneders perioden (hovedsesongen) var for sommersesongen som helhet. Vi fant da at i hovedtrekk var hovedsesongen representativ for hele sommersesongen. En må imidlertid være oppmerksom på at det kan være mindre avvik mellom de resultatene som presenteres i dette avsnittet for 2019 og resultatene for 2019 som presenteres andre steder i rapporten og som omfatter hele sesongen.

De besøkende til Jotunheimen blir stadig mer internasjonale. Fra 1992 til 2019 har andelen utenlandske besøkende økt fra 48 til 57%, og antall nasjonaliteter som er registrert er fordoblet, fra 27 til 54. At andelen utlendinger har økt kan ha to forklaringer; at det faktiske antallet utenlandske turister har økt eller at antallet norske turister har gått ned. Ut fra veksten en har sett i utenlandske overnattinger i Norge de siste årene³ er det sannsynlig at den økte andelen av utenlandske besøkende skyldes at antall utenlandske besøkende har økt.

Gjennomsnittsalderen har økt fra 1992 til 2019, fra 35 år i 1992 til 40 år i 2019, men alderssammensetningen har utviklet seg ulikt blant norske og utenlandske besøkende. Blant de norske besøkende har seniorandelen (55+) økt jevnt og trutt siden 1992. Aldersgruppen 55+ nå utgjør 29% av de besøkende i hovedsesong, sammenlignet med bare 8% i 1992. Blant de utenlandske besøkende har derimot den yngste aldersgruppen (15-34 år) hatt vekst siden 2010, og utgjorde i 2019 54% av utenlandske besøkende. Andelen utenlandske seniorer (55+) er fortsatt relativt beskjedent (rundt 15%).

Fra 2002 har en fått inn flere besøkende med mindre friluftsliverfaring. Mens det i 2002 var 28% av de besøkende som hadde vært på 0 eller 1 flerdagers fottur/skitur, er andelen 37% i 2019.

Andelen førstegangsbesøkende holdt seg relativt stabil mellom 1992 og 2010, men fra 2010 til 2019 økte den fra 45 til 57%. Økningen skyldes flere utenlandske førstegangsbesøkende. Mens andelen førstegangsbesøkende blant utlendingene lå på 66-69% de tre første undersøkelsesårene, er den i 2019 på hele 79%. Blant norske besøkende har andelen førstegangsbesøkende derimot holdt seg stabil.

De endringene som her er nevnt er også i samsvar med **endringer i reisetypen**. Blant de som var på ett besøk i Jotunheimen i løpet av undersøkelsesåret økte andelen på rundreise kraftig fra 2010 til 2019 (fra 36 til 47%). Andelen som har Jotunheimen som hovedreisemål er blitt redusert tilsvarende, både blant norske besøkende, svensker/dansker og utenlandske besøkende ellers.

I samsvar med dette ser en også at andelen «highlight»-turister⁴ har økt fra 2010 til 2019. Blant de som var på en flerdagers tur til Jotunheimen økte andelen highlight-turister fra 17% i 2010 til 25% i 2019. Resultatene tyder på at det i hvert fall er to grupper blant highlight-turistene; De som er på dagsturer til ulike fjelltopper, gjerne 2000-metere, og de som reiser rundt og tar kortere dagsturer.

³SSB meldte i oktober om overnattingsrekord av utlendinger sommeren 2019 (<https://www.ssb.no/transport-og-reiseliv/artikler-og-publikasjoner/rekordar-for-overnattingar>)

⁴ Definert som besøkende som tar flere dagsturer fra ulike utgangspunkt i Jotunheimen, gjerne til de mest besøkte attraksjonene i området.

Andelen på en tradisjonell flerdagers fottur har gått ned. På den turen hvor de besøkende fylte ut et selvregistreringskort, oppga 52% i 1992 at de var på en flerdagers fottur. I 2019 var andelen gått ned til 33%. Men merk at nedgangen i *andel* flerdagersvandrere kan skyldes en økning i *antall* highlight-turister og ikke nødvendigvis en reduksjon av *antall* flerdagersvandrere.

Fra 1992 til 2019 har imidlertid stadig flere av de som går en tradisjonell flerdagers fottur valgt en relativt kort tur (2-3 dager). Dette gjaldt 35% av de som tok en tradisjonell flerdagers fottur i 1992 sammenlignet med 51% i 2019.

Tilfredsheten med forvaltningen økte vesentlig fra 1992 til 2002, fra 72% som var godt fornøyd i 1992 til 81% som var godt fornøyd i 2002. Deretter har tilfredsheten holdt seg stabilt høy. I alle undersøkelsesårene er det bare 1% av de besøkende som er direkte misfornøyd med forvaltningen.

Andelen som mener at det er for mye folk i noen områder i høysesongen har økt betydelig fra 2010 til 2019. Mens 42% av de besøkende var enige i denne påstanden i 2010, har den økt til 56% i 2019. Dette gjenspeiler nok den økningen en har hatt i antall besøkende til området. Den opplevde slitastjen på noen av stiene i områdene har også økt. I 2010 var 38% enige i at det er blitt for stor slitasje på noen stier i området, sammenlignet med 46% i 2019. 80% i 2019 mente likevel at det var enkelt å finne områder der de kunne være for seg sjøl, slik at det er alternativer for de som ikke ønsker å besøke de travleste områdene i høysesongen.

Forvaltningen i Jotunheimen og Besseggenpatroljen har fokusert på **søppelrydding** langs stiene. Dette synes å ha gitt resultater, med en halvering av andelen som syntes det var for mye søppel langs stiene fra 2010 til 2019 (fra 15 til 8%). De som har vært i Jotunheimen tidligere synes å oppleve noe mer søppel enn førstegangsbesøkende, særlig ved parkeringsplassene.

Hvilke følger har endringene for forvaltningen?

Endringene peker i retning av at besøksforvaltningen i Jotunheimen kan bli mer krevende framover, med en større andel besøkende med mer begrensa friluftsliverfaring og mindre kjennskap til området. Det er også mulig at det blir enda større tilstrømming til hovedattraksjonene i Jotunheimen. Blant de som hadde tatt flere dagsturer fra ulike utgangspunkt i 2010 var Galdhøpiggen og Besseggen de mest populære turmålene, men også Glittertind, Fannaråken, Kyrkja og Utladalen ble nevnt av flere. Dette er de mest nevnte turmålene for highlight-turistene også i 2019.

På utgangspunktene for turer på Besseggen (Gjendeosen), Galdhøpiggen (Juvasshytta) og i Utladalen er det lagt ned en betydelig innsats de siste årene for å ruste opp mottakspunktet. Det er viktig å opprettholde kvaliteten og videreutvikle kvaliteten disse innfallsportene også framover. Turutgangspunktene for Glittertind, Fannaråken og Kyrkja bør også overvåkes framover i forhold til behov for tiltak.

Når noen områder oppleves å ha for mye folk i høysesongen, så kan dette føre til at de besøkende sprer seg mer utover i området etterhvert. Spørsmålet er om forvaltningen aktivt ønsker å forsøke å påvirke denne spredningen, for å unngå sårbare områder. I så fall vil det være viktig å formidle informasjon om hvilke områder som har høyt besøkstrykk på hvilke tidspunkt, og hvilke områder det er mulig å oppleve mer uforstyrret og som samtidig tåler mer besøk.

Opplevelser

Storslått natur er og blir det viktigste motivet for å besøke norske nasjonalparker.

Nasjonalparkstatusen har bare om lag halvparten så stor betydning, og varierer også mer mellom ulike parker. Nasjonalparkstatusen er sannsynligvis et *tilleggsmotiv* for å besøke Jotunheimen. Av de besøkende til Jotunheimen sommeren 2019 var det under 10% som gikk tur i området pga. nasjonalparkstatusen alene.

En sammenligning av brukerundersøkelsene i Jotunheimen (2010 og 2019), Femundsmarka, Reinheimen og Langsua gir fem ganske like hovedmotiver; Naturopplevelse, friluftslivmuligheter, basis tilrettelegging (stier/hyttenett), tilhørighet og praktisk/funksjonelt (som kort avstand fra hjemstedet). Siden besøk i nasjonalparkene er en frivillig handling, så viste også resultatene, ikke uventet, at motivene for å besøke området i stor grad samsvarer med de kvalitetene områdene har.

Verneforskriften for Jotunheimen sier at nasjonalparken skal tilby kvaliteter som villmarkspreget, vakkert og uberørt landskap og uforstyrret naturopplevelse. Undersøkelsen viser at dette er kvaliteter som er relevante for de besøkende. Svært få svarte at stillhet, uberørthet og naturopplevelser ikke var relevant for dem. Det er også sannsynlig at de besøkende har *forventninger* om å oppleve disse kvalitetene i Jotunheimen siden de aller fleste var klar over at Jotunheimen var vernet som nasjonalpark før de kom til området.

Forsøplings-/forurensingssituasjonen oppleves i minst grad som et problem blant de besøkende. Over 90% hadde opplevd ren natur det meste av tiden eller hele tiden under oppholdet i Jotunheimen. Også naturopplevelser utenom det vanlige og stillhet er det rundt 80% som opplevde det meste av det meste av tiden/hele tiden. Situasjonen er ikke like optimal for forstyrrelser fra andre og uberørt natur. En tredjedel er ikke enige i at de har opplevd lite forstyrrelser fra andre det meste av tiden/hele tiden, og vel 40% er ikke enige i at de har opplevd natur uten menneskelig påvirkning det meste av tiden/hele tiden. Omfanget av dronflyging er av de forhold som bør overvåkes framover.

Utenlandske besøkende opplevde Jotunheimen som mer uberørt enn norske besøkende. Mens 69% av de utenlandske besøkende hadde opplevd natur uten menneskelig påvirkning det meste av tiden/hele tiden, gjaldt dette «bare» 49% av norske besøkende.

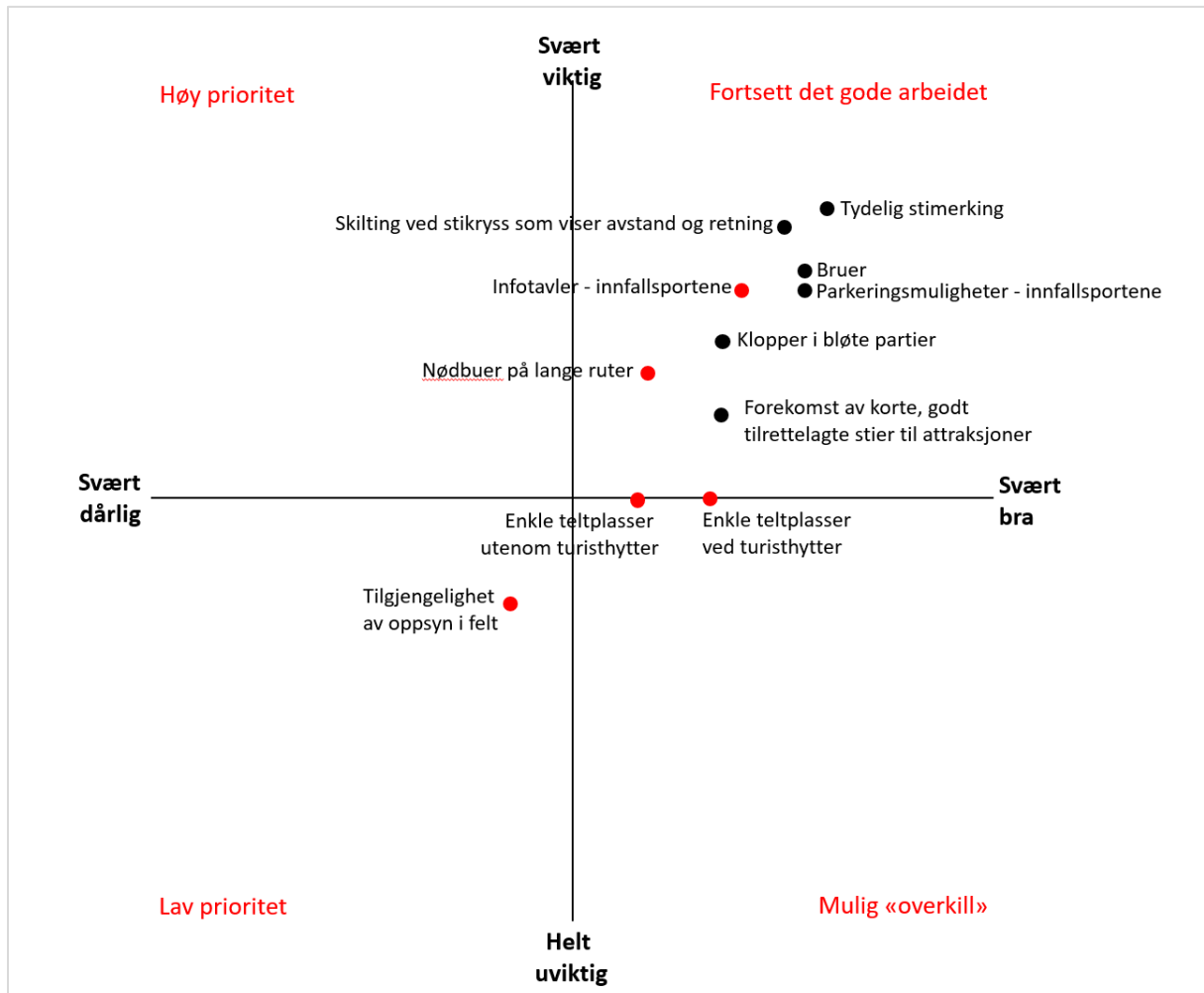
Tilrettelegging

Figur d på neste side indikerer at de besøkende mener forvaltningen gjør en tilfredsstillende jobb med tilrettelegging i Jotunheimen. Bortsett fra «tilgjengelighet av oppsyn i felt» så skårer alle tiltak positivt på kvalitet. Ingen tiltak havner i den kategorien som bør utløse en alarm i forvaltningen, dvs. tiltak som er viktige for de besøkende men som oppleves å ha lav kvalitet.

Merking og skilting av stier er de tiltakene som, ikke uventet, er viktigst for de besøkende. Dette gjelder også de erfarne friluftslivutøverne, selv om det er en svak tendens til at viktigheten avtar litt med erfaring. Disse tiltakene får også høy skåre på kvaliteten i Jotunheimen.

Dagsturene som tas i Jotunheimen er lange. 94% av dagsturene hadde en varighet på 3 timer eller mer. En ser også av figuren at korte, godt tilrettelagte stier til attraksjoner ikke er av de høyest prioriterte tiltakene blant dagens brukere. Det er nå opparbeidet en flott «car-walk» ved

Sognefjellshytta, det er opparbeidet en natursti fra Gjendeosen, og det er et godt tilbud også i Utladalen. Forvaltningen bør derfor vurdere om tilbudet av kort, godt opparbeidede stier er tilstrekkelig, og om ressursene bør prioriteres for andre formål framover.



Figur d Importance- performance grid for tilretteleggingstiltak

Røde prikker: En betydelig andel av de spurte (om lag 30%) har ikke vurdert kvaliteten på disse tiltakene i Jotunheimen. (Skalaer fra 1 til 5).

Hvem skal det tilrettelegges for?

I valget av tilretteleggingstiltak blir det gjerne vurdert hvor stor andel av de besøkende som er positive/negative til ulike tiltak. I Jotunheimen utgjorde de som var på ett besøk til Jotunheimen i løpet av året 77% av de besøkende. Nordmenn som besøkte Jotunheimen flere ganger utgjorde 18%. Disse mer regulære brukerne av Jotunheimen utgjorde med andre ord en begrensa andel når en teller hoder. Ser en på totalt antall rekreasjonsdager i Jotunheimen i undersøkelsesåret, sto de imidlertid for 45% av rekreasjonsdagene. Om «nytteverdien» av tiltak skal telles i forhold til hoder eller dager, skal det ikke tas noen diskusjon på her. Det er imidlertid viktig å ha med begge perspektiver inn i forvaltningsavgjørelser.

Informasjon

Med økende antall førstegangsbesøkende og utenlandske besøkende vil det være formålstjenlig å intensivere informasjonsarbeidet for å forsøke å nå de besøkende før de kommer til området. Dette både for å gi de besøkende best mulig opplevelser (tilfredshet henger sterkt sammen med forventninger), for å kanalisere de besøkende til de områder som tåler høy bruk, og for å sikre mest mulig sporløs ferdsel.

Med en stor andel som innhenter informasjon før de kommer til området, er også utgangspunktet for informasjonsarbeidet svært godt. Flere av de som hadde Jotunheimen som hovedmål med turen hadde skaffet seg informasjon før besøket enn blant rundreiseturistene (henholdsvis 80 og 66%). I et område med besøk av mange rundreiseturister vil det derfor være viktig å få informasjon om nasjonalparken inn i de viktigste reiselivsportalene nasjonalt og regionalt, og ikke kun parkens egen hjemmeside.

Resultatene viser at de besøkende benytter mange informasjonskilder og at det i en informasjonsstrategi er viktig å tenke helhet for ulike medier; internett, skilt, brosjyrer og andre publikasjoner. DNT generelt og ut.no er av de viktigste informasjonskildene for besøkende til Jotunheimen. En femtedel har hentet informasjon fra sosiale medier. Den store andelen yngre besøkende betyr at informasjon via sosiale medier er viktig. Reisehåndbøker har tapt terreng siden 2010, men brukes fortsatt av nesten en tredjedel av utenlandske besøkende.

I de mange brukerundersøkelsen som er gjennomført i norske nasjonalparker er det spurt om hvordan folk ønsker at informasjon fra forvaltningsmyndigheten skal gis. Vi har sammenlignet svarene fra Jotunheimen med noen andre verneområder.

Ut fra denne begrensa sammenligningen ser det ut til at en har relativt klare mønstre for hvordan de besøkende ønsker at informasjon skal formidles, på tvers av parkene.

Besøkende til norske nasjonalparker ser ut til å foretrekke å få informasjon enten før avreise hjemmefra eller på parkeringsplasser/innfallsporter. Dette gjelder på tvers av de sju nasjonalparkene vi har sammenlignet, og resultatet er relativt stabilt fra 2010 til 2019 i Jotunheimen. Internett er den klart foretrukne informasjonskanalen i hjemmesituasjonen. Ved innfallsportene/parkeringsplasser er informasjonstavler den klart foretrukne informasjonsmetoden. Fra 2010 til 2019 i Jotunheimen har andelen som vil ha informasjon via mobil (app) på innfallsportene/parkeringsplasser imidlertid økt mye, fra 8 til 41%.

Selv om de aller fleste er klar over at Jotunheimen er en nasjonalpark før de kommer til området, er kjennskapen til regelverket svært varierende. Ut fra de besøkendes opplevelser i området synes det særlig å være behov for å informere om båndtvangbestemmelser og droneflyging. Her er det et betydelig informasjonsbehov.

Metodisk utvikling - selvregistreringskasser

Det er behov for å utvikle metodikken med bruk av selvregistreringskasser fram til en framtidig runde med oppfølgende brukerundersøkelser:

- Det bør gjennomføres bortfallsstudier for å få et bedre grunnlag for å vurdere hvilke grupper som svarer/ikke svarer i selvregistreringskassene.
- Det bør prøves ut alternative svarmåter *som et supplement* til kort plassert i kassa, f.eks. med bruk av QR-koder/nettadresser på kassene og muligheter for å svare via mobiltelefon.
- «Purisme-skalaen» bør videreutvikles. Utviklingen innen friluftslivet har gjort at det som ble ansett som «tyngre» tilrettelegging for to tiår siden, nå ser ut til å bli ansett mer som normalen for stordelen av friluftslivutøvere. Det er derfor behov for å videreutvikle den eksisterende purismeskalaen for bedre å skille mellom ulike segmenter av besøkende.
- Det er et systematisk bortfall fra selvregistreringskortene til etterundersøkelsen, jfr. vedlegg 1. Dette må i større grad hensyntas i framtidige analyser.

1. Innledning

I 2015 ble merkevare- og besøksstrategien for Norges nasjonalparker lansert av Miljødirektoratet. Som grunnlag for besøksstrategien for den enkelte nasjonalpark skal det vanligvis gjennomføres en brukerundersøkelse:

Informasjon om bruken av verneområdet er essensiell kunnskap i arbeidet med besøksforvaltning. Gjennom brukerundersøkelsene samles det inn informasjon om hvordan de besøkende bruker verneområdene. Vi får kunnskap om hvilke aktiviteter området brukes til og om opplevelsen av området sto til forventningene. Vi undersøker videre hva de besøkende synes om informasjonsmateriell og vi får bedre innsyn i hvilken grad av tilrettelegging de besøkende ønsker. Slike bakgrunnsdata bidrar til forvaltningens beslutningsgrunnlag knyttet til tilretteleggingsgrad samtidig som kunnskap om bruk av verneområdet gir grunnlag for iverksetting av nødvendige kanaliseringstiltak og informasjonsmateriell for å ivareta naturverdiene i verneområdet.
(<https://www.miljodirektoratet.no/globalassets/publikasjoner/M930/M930.pdf>)

Nasjonalparkforvaltningen og oppsynet i Jotunheimen har vært pionérer på besøksforvaltning i Norge. Den første brukerundersøkelsen i Jotunheimen ble gjennomført allerede i 1992. Sonering av verneområdene i forhold til bruk ble innført allerede i den første forvaltningsplanen.

Siden 2005 har det vært gjennomført aktiv restaurering og erosjonsdempende tiltak i Jotunheimen. Gjennom internasjonal kontakt og bruk av utenlandsk ekspertise ble gjennomført en her den første steinsettingen av stier i norske nasjonalparker, noe som seinere har dannet mønster for tilsvarende tiltak i mange andre områder.

Jotunheimen var også den første norske nasjonalparken som fikk utarbeidet en egen besøksstrategi. Jotunheimen var seinere en av fire nasjonale piloter i merkevare- og besøksstrategien, og det arbeides nå for å få Besseggen sertifisert som «Nasjonal turiststi».

Brukerundersøkelsene som ble gjennomført i 2019 var to-delte; En rettet mot sertifiseringen av Besseggen som nasjonal turiststi, og en rettet mot prosessen med å revidere forvaltningsplanen for Jotunheimen. Undersøkelsene er rapportert separat. Undersøkelsen for Besseggen kan lastes ned fra: <https://www.fylkesmannen.no/globalassets/fm-innlandet/000-annet/publikasjoner/fmin-rapportserie/rapport-besseggen.pdf>

Rapporten fra en tilsvarende brukerundersøkelse i 2010, med oppsummering også av utviklingstrekk fra de tre undersøkelsene i 1992, 2002 og 2010 finnes på: <http://www.fmopnett.no/fagrapporter/7-11.pdf>.

2 Metode og gjennomføring - oversikt

Brukerundersøkelser i naturområder gjennomføres gjerne som en kombinasjon av automatiske tellinger og intervjuundersøkelser. I store naturområder brukes gjerne metoden med selvregistreringskasser, der de passerende via en plakat utenpå kassene blir oppfordret til å fylle ut et kort (Kajala et al. 2007). Via disse kortene kan også postadresser/mailadresser samles inn, slik at det kan gjennomføres oppfølgende undersøkelser. I en oppfølgende undersøkelse har en mulighet til å samle inn mer detaljert informasjon, for eksempel om de besøkenes kunnskapsnivå (grunnlag for å iverksette informasjonstiltak), holdninger til ulike forvaltningstiltak (hvilke regulerende tiltak vil være akseptable?), hva slags informasjonskilder de besøkende har benyttet (hvilken informasjonskanal er mest effektiv?), bruk av kommersielle tilbud i randsona til parken (legitimering av parken) og tilfredshet med forvaltningen (legitimering av forvaltningsinnsatsen).

I 1992 besto undersøkelsene av selvregistrering blant de besøkende ved selvregistreringskasser utplassert ved 8 hovedinnfallsporter til parken (Sognefjellet, Leirvassbu, Gjendeosen, Veodalen, Utladalen, Visdalen, Turtagrø og Mjølkedal). I tillegg ble det gjennomført en intervjuundersøkelse i felt blant fotturister (Kaltenborn 1994, Intervjuundersøking 1992 i felt). Den praktiske gjennomføringen av datainnsamlingen ble gjennomført av forvaltningstjenesten i Jotunheimen, mens NINAs friluftslivavdeling på Lillehammer hadde det faglige ansvaret for undersøkelsen, inkludert analyse av materialet.







I 2002 ble samme metodiske opplegg med selvregistreringskasser og feltintervjuer benyttet. I 2002 hadde SNO og fjellstyrene det praktiske ansvaret for undersøkelsene, mens Østlandsforskning hadde det faglige ansvaret.

I 2010 ble selvregistreringskasser ble utplassert på de samme lokalitetene som i 1992 og 2002. I tillegg ble det delt ut selvregistreringskort på parkeringsplassen ved Juvasshytta. I stedet for intervjuundersøkelser i felt ble det samlet inn e-mailadresser fra selvregistreringskortene, for å kunne gjennomføre en nettbasert etterundersøkelse. SNO og fjellstyrene hadde det praktiske ansvaret for undersøkelsene også i 2010. Fylkesmannen i Oppland hadde det faglige ansvaret for undersøkelsen.

I 2019 ble det utplassert selvregistreringskasser ved 10 innfallsporter. I 2019 ble det satt oppå kasser også ved Torfinnsbu og Juvasshytta. I tillegg ble det delt ut skjema på bilene ved Juvasshytta på utvalgte dager. Fylkesmannen i Innlandet har hatt det faglige ansvaret for undersøkelsen.

Gjennomføringen av brukerundersøkelsene i Jotunheimen i 1992, 2002 og 2010 har vært knyttet til ulike prosjekter/arbeidsoppgaver. Det har i alle undersøkelsesårene vært begrensa med ressurser til gjennomføring og analyse, og arbeidet har hatt preg av dugnadsinnsats. Det har ikke ligget noen langsiktig plan til grunn om at undersøkelsene skulle gjentas med jevne mellomrom. Opplegget for feltintervjuer i 1992 og 2002 var derfor mindre stringent enn det ville ha vært dersom langtidstudier hadde vært hovedformålet med undersøkelsene. Det er derfor brukt betydelig med tid i 2010 og 2019 til å kontrollere for mulige skjevheter i ulike utvalg. Metode og gjennomføring er nærmere beskrevet i vedlegg 1.

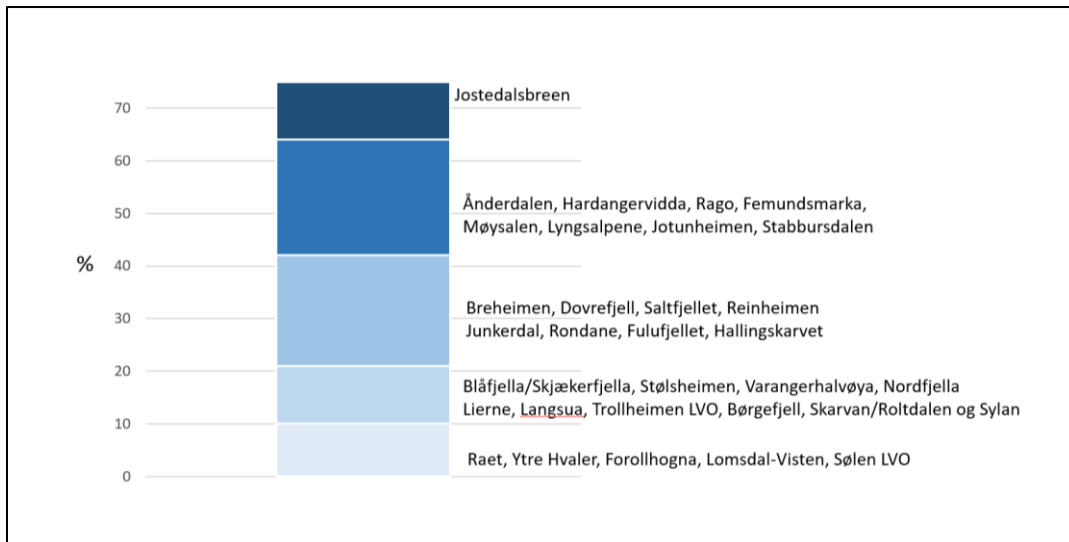
Tabell 1 Oversikt over undersøkelser gjennomført i 1992, 2002, 2010 og 2019

| | Intervjuer i Jotunheimen, i sommersesongen | | Intervjuer hjemme, på høsten | Kommentar |
|--------------|---|---|---|---|
| | Selvregistreringskort | Mer omfattende, personlige intervjuer | Mer omfattende, nettbasert etterundersøkelse | |
| 1992 |  N=9.498 |  N= 224 | | Uavhengige utvalg |
| 2002 |  N=10.641 |  N=275 | | Uavhengige utvalg |
| 2010 og 2019 |  2010: N=9.110 2019: N=7.239 | |  2010: N= 1.556 2019: N=818 | Etterundersøkelsen: Adresser fra selvreg.kort |

3. Hvem besøkte Jotunheimen sommeren 2019?

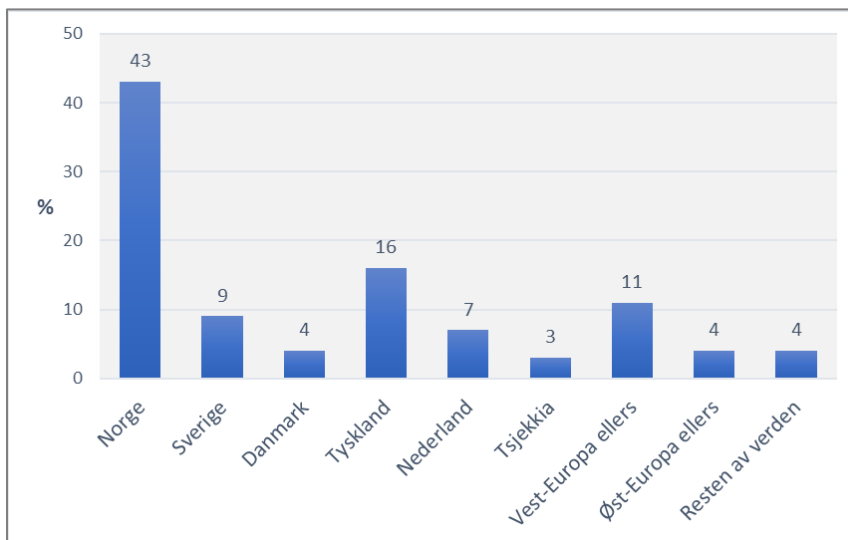
3.1 Bosted

Sammenlignet med mange andre norske nasjonalparker er andelen utenlandske besøkende i Jotunheimen høy (57%). Aller størst andel av utenlandske besøkende har Jostedalsskredet, der tre fjerdedeler av de besøkende i 2017 var utlendinger.



Figur 1. Andel av utenlandske besøkende til ulike norske nasjonalparker

Andelen utenlandske besøkende i Jotunheimen har økt mye fra 2010 til 2019 (fra 45 til 57%). Samtidig ser en at stadig flere nasjonaliteter besøker området. I 1992 ble det registrert 27 nasjonaliteter, i 2002 34 nasjonaliteter, i 2010 47 nasjonaliteter og i 2019 hele 54 nasjonaliteter blant de besøkende..



Figur 2. Nasjonalitet – de som registrerte seg i selvregistreringskasser sommeren 2019

Det er få andre norske nasjonalparker å sammenligne med, men en ser en vekst i andel utenlandske besøkende også i Femundsmarka og Stabbursdalen. I Femundsmarka økte andelen utenlandske besøkende fra 42% i 1986 til 54% i 2015. I Stabbursdalen utgjorde utenlandske besøkende kun 14% i 1990, mens den var på 51% i 2018.

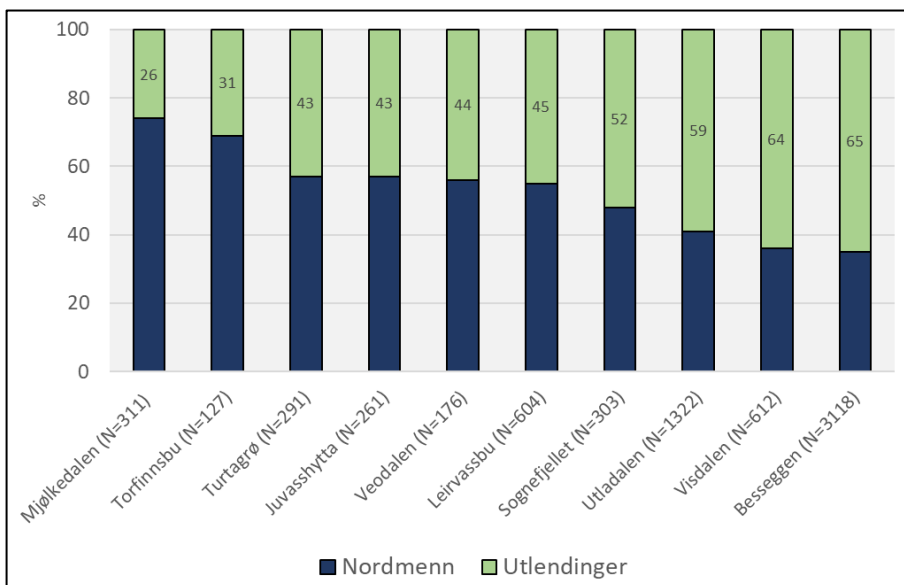
Av norske besøkende i Jotunheimen i 2019 er om lag to tredjedeler fra Østlandet.

Tabell 2 Fordeling av norske besøkende på bosted

| | Norske besøkende |
|-------------------------|------------------|
| Lokalkommuner | 4% |
| Oppland ellers | 7% |
| Sogn og Fjordane ellers | 4% |
| Oslo/Akershus | 35% |
| Østlandet ellers | 21% |
| Agder | 4% |
| Vestlandet ellers | 18% |
| Trøndelag | 6% |
| Nord-Norge | 3% |
| | 99% |
| N= | 2674 |

Det er få registrerte fra bosatte i kommunene rundt Jotunheimen (Lom, Vågå, Øystre Slidre, Vang, Årdal, Luster). Men i tillegg til de som bor i disse kommunene er det 10% som har tilknytning til området gjennom å eie/ha tilgang til hytte/seter innenfor kommunene Lom, Vågå, Øystre Slidre, Vang, Årdal, Luster.

Besseggen, Visdalen og Utladalen er de innfallsportene som har desidert fleste utenlandske besøkende (60-65%). På alle de tre innfallsportene utgjør tyskere den største gruppen av utlendinger.



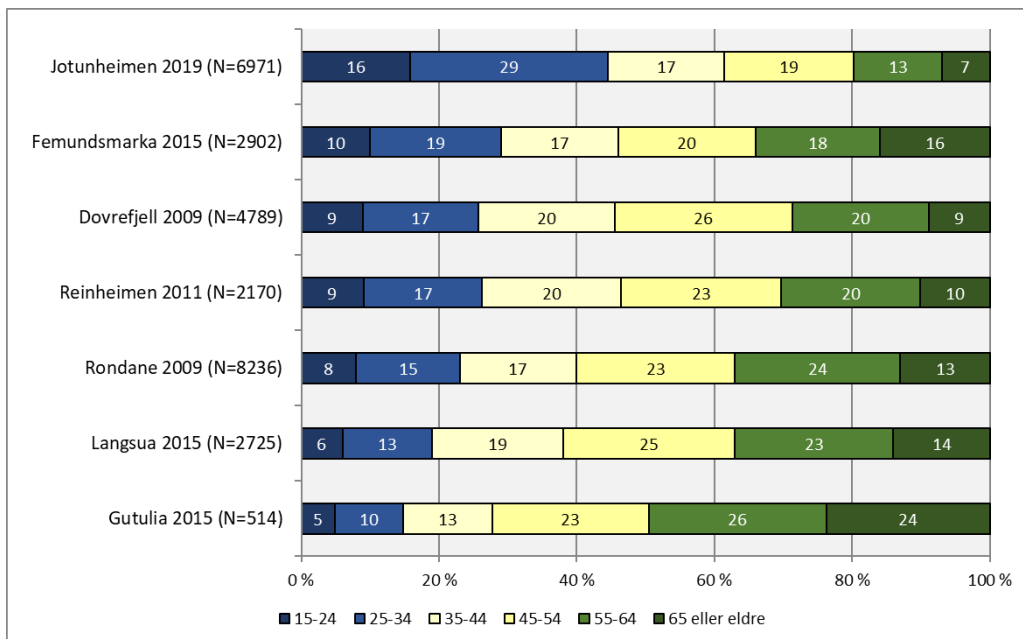
Figur 3. Fordeling av nordmenn og utlendinger ved ulike kasselokaliteter

3.2 Kjønn

For Jotunheimen totalt var 53% av selvregistreringskortene fylt ut av kvinner og 47% av menn. I 1992 og 2002 var forholdet motsatt, med en liten overvekt av menn.

3.3 Alder

Jotunheimen er en nasjonalpark med mange yngre besøkende. Hele 45% var i aldersgruppen 15-34 år. Andelen er høy, når en sammenligner med andre nasjonalparker på Østlandet (figur 4).

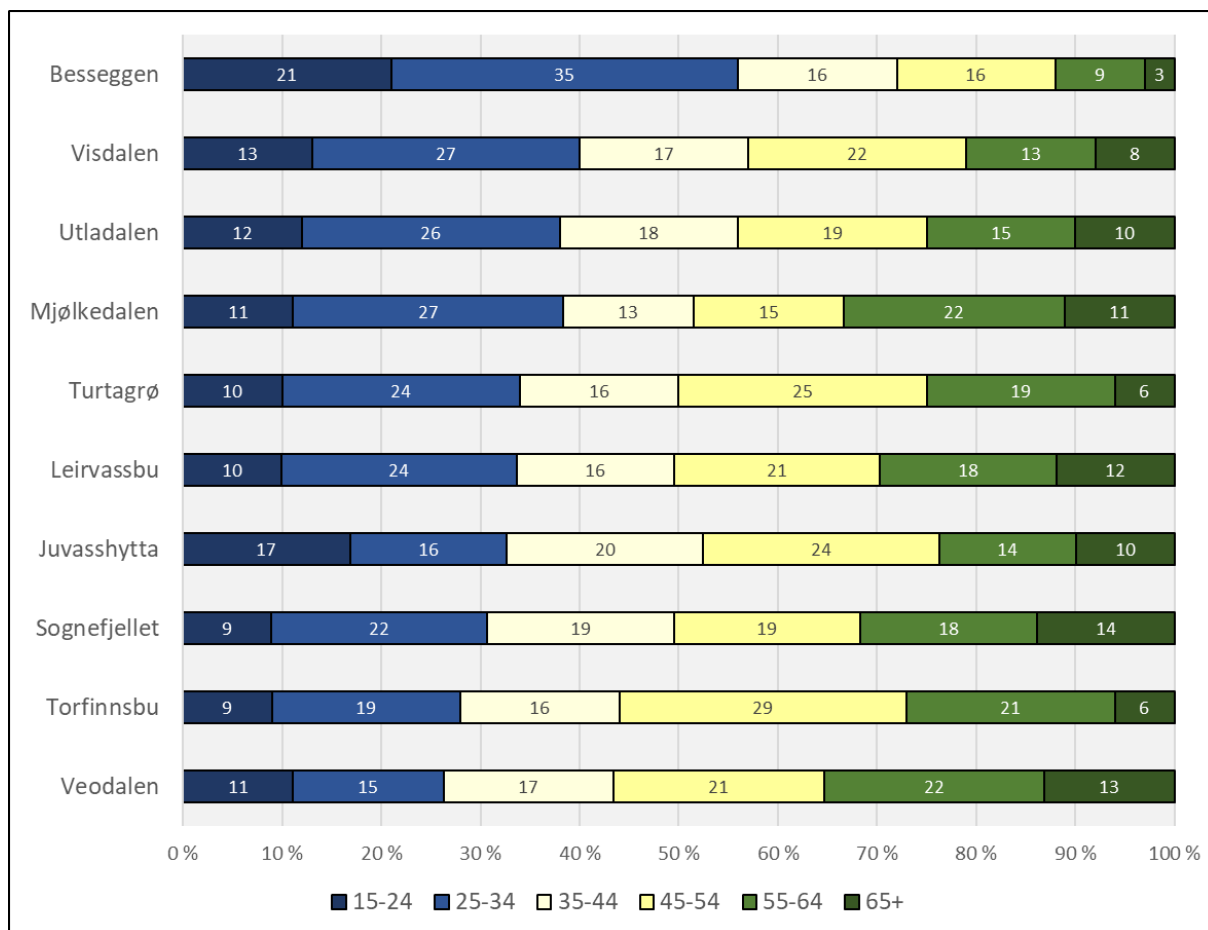


Figur 4. Aldersfordeling – ulike nasjonalparker

For Jostedalsbreen er aldersfordelingen rapportert på en litt annen måte, men tilsvarende andel for gruppen 15-34 år ser ut til å ligge på vel 30%⁵. En typisk langturpark som Børgefjell har 31% i aldersgruppen 15-35 år.

Sammenlignet med de som registrerte seg i de andre kassene i Jotunheimen, var det fotturistene på Besseggen som hadde den laveste gjennomsnittsalderen; 36,2 år. Høyeste gjennomsnittsalder hadde Veodalen med 46,6 år. Forskjellene illustreres best når en ser på fordelingen av aldersgrupper, jfr. figur 5. Av de som registrerte seg på Besseggen var om lag 55% under 35 år, og bare 3% over 65 år.

⁵ Beregnet ut fra at et gjennomsnitt i aldersgruppen 31-45 år



Figur 5. Fordeling av aldersgrupper ved ulike kasselokaliteter

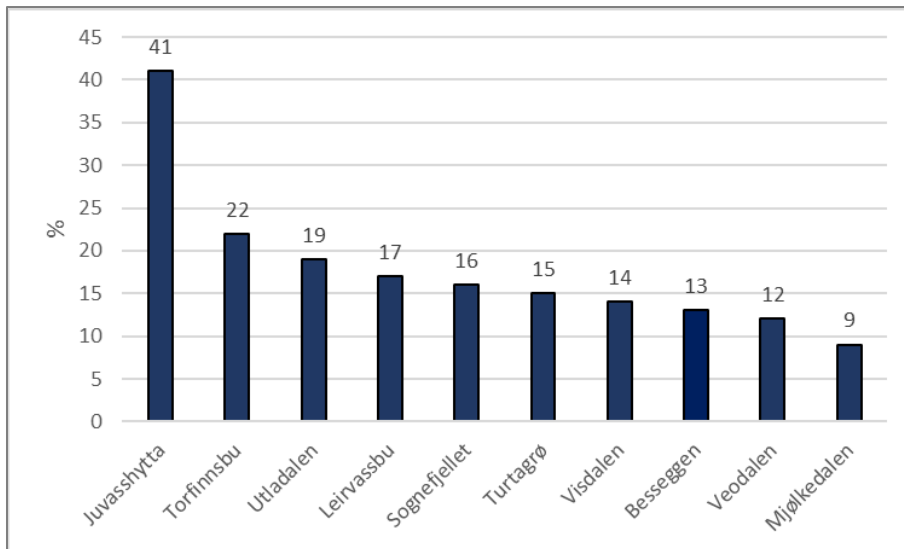
3.5 Turfølge

Få går alene på tur i Jotunheimen (10%). Over halvparten er to ifølge (53%). En fjerdedel er tre eller fire ifølge, og i overkant av 10% består av turfølger på fem personer eller flere. Flest nordmenn går alene (16%). 60% av vest-europeere utenom Norden gikk to i følge. En femtedel av øst-europeerne besto av grupper på 5 eller flere personer.

Få går i en organisert gruppe (4%). Vel 10% av øst-europeerne deltar i en organisert gruppe.

16% har med barn under 15 år i turfølget. Dette gjelder jevnt over alle bosatt innen Europa, men under 10% av bosatte utenfor Europa (N=299). Bare 3% har med barn under skolealder (0-5 år).

Juvasshytta var den innfallsporten hvor desidert flest hadde med barn under 15 år.



Figur 6. Andel som har med barn under 15 år på de ulike kasselokalitetene

12% har møtt noen på sykkel på turen. Her er det som forventet store forskjeller mellom innfallsportene. 64% av de om fylte ut et kort i Veodalen, og 19% både ved Leirvassbu og Turtagrø hadde møtt syklister på turen. På de fleste andre lokalitetene var andelen under 5%.

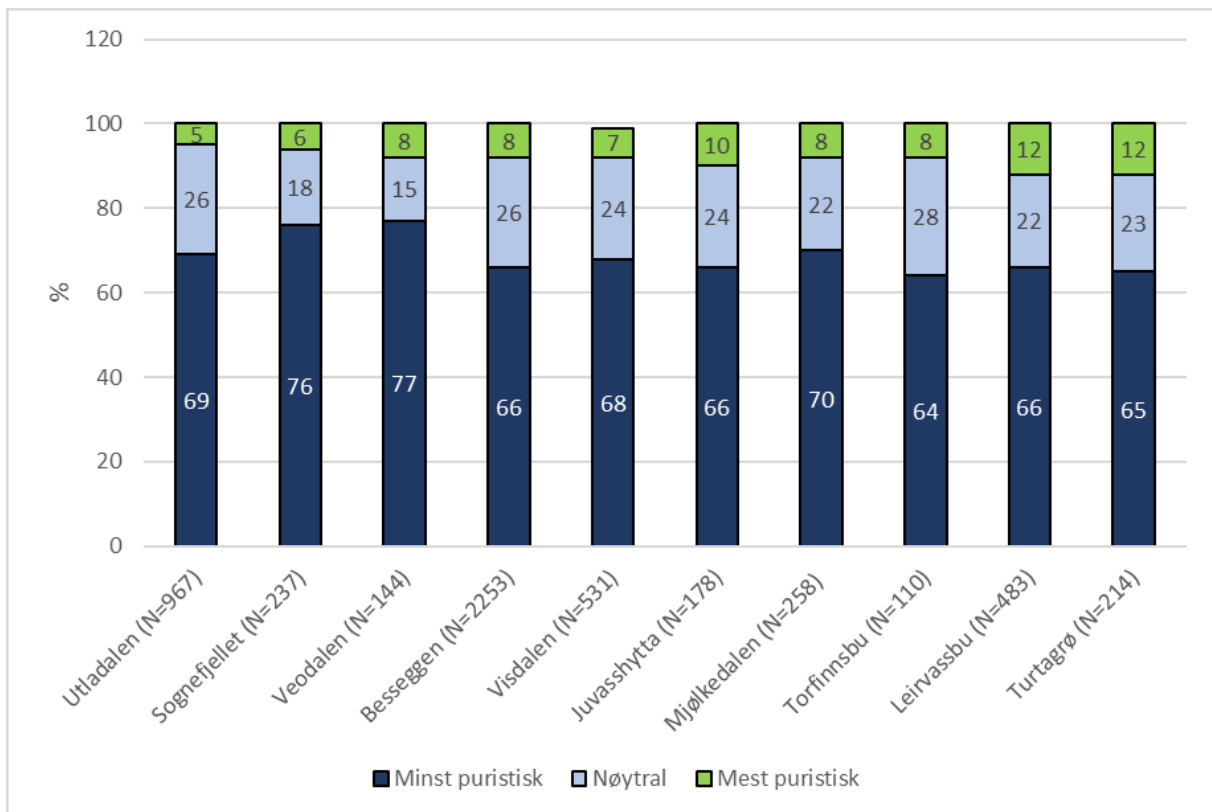
3.6 Purisme

Det vil kunne være nyttig for forvaltningen å kjenne til hva slags type besøkende den enkelte nasjonalpark har, sett i forhold til forventninger/ønsker om fysisk tilrettelegging. En indirekte metode for å måle dette er gjennom den såkalte «purismeskalaen» (se vedlegg 3 for nærmere beskrivelse).

De som går Besseggen skiller seg ikke ut fra øvrige fotturister i Jotunheimen, sett i forhold til ønsker om tilrettelegging. I Veodalen (veg inn til Glitterheim) og på Sognefjellet (ved ny «car-walk») er vel tre fjerdedeler i den gruppen som er mest tilretteleggingsvennlig. Dette er noe høyere enn i de andre områdene. Utladalen skiller seg ut ved å ha færrest av den gruppen som ønsker lite tilrettelegging, med bare 5% i den mest puristiske gruppen.

Resultatene tyder på at de besøkende tar bevisste valg om hvilke områder de bruker, og at det foregår en viss selvselektering i forhold til områdebruken.

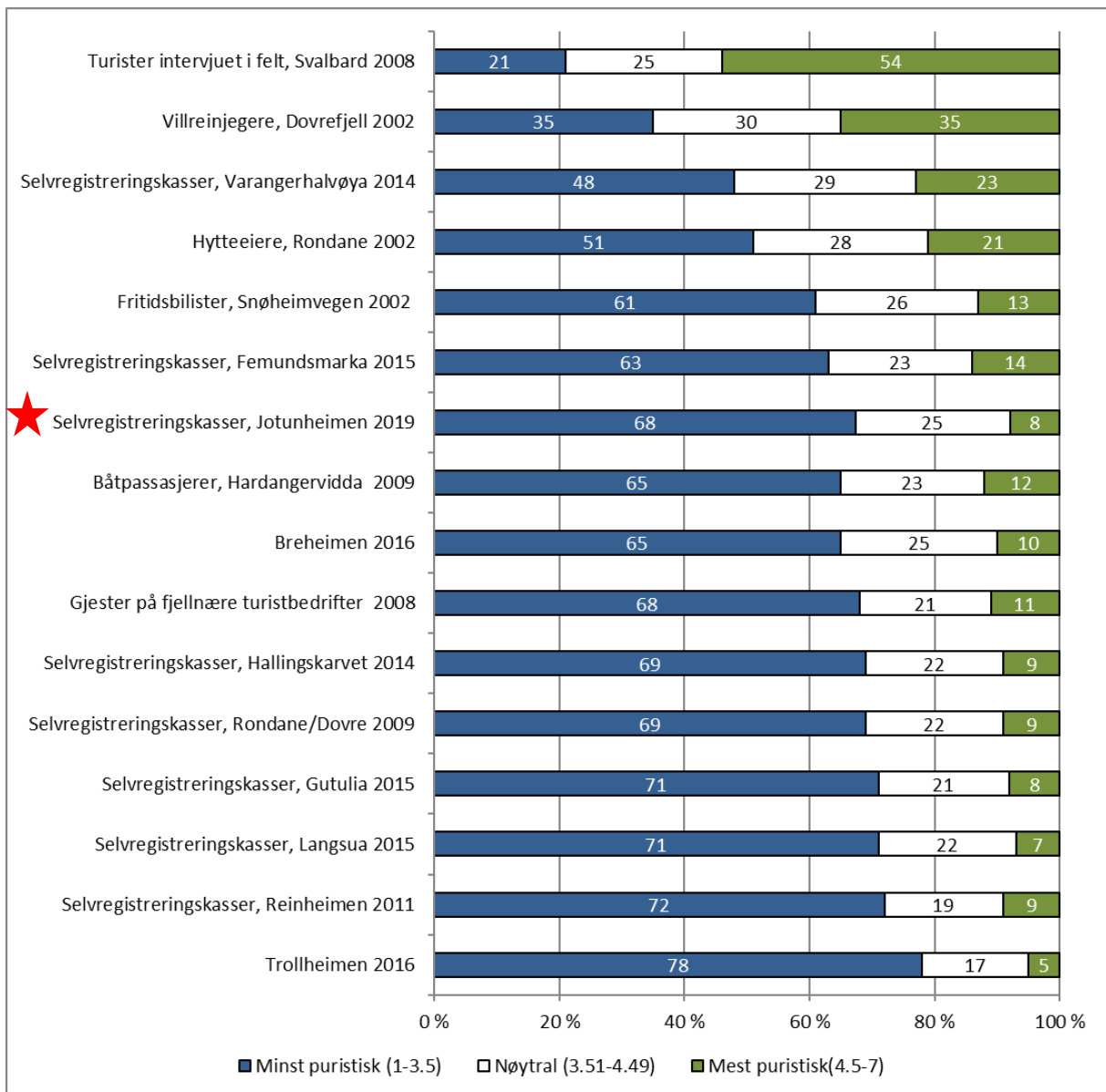
Som i 2010 er nordmenn mest tilretteleggingsvennlige og nederlendere og tsjekkere minst interessert i tilrettelegging. Dette kan ikke tolkes som generelle nasjonsforskjeller, mer at det er en bredere sammensatt gruppe av de besøkende blant de norske besøkende enn blant nederlenderne og tsjekkerne som oppsøker Jotunheimen.



Figur 7. Fordeling av purismegrupper ved ulike kasselokaliteter

Fordelingen i puristklasser er forbausende lik i de fleste nasjonalparkene i Sør-Norge (se figur 8). Sammenlignet med besøkende til andre områder/andre brukergrupper, ser de besøkende til nasjonalparkene i Sør-Norge ut til å være en bredere sammensatt gruppe.

Det er bare minimale endringer i puristklasser i Jotunheimen fra 2010 til 2019, men i retning mindre puristiske besøkende.

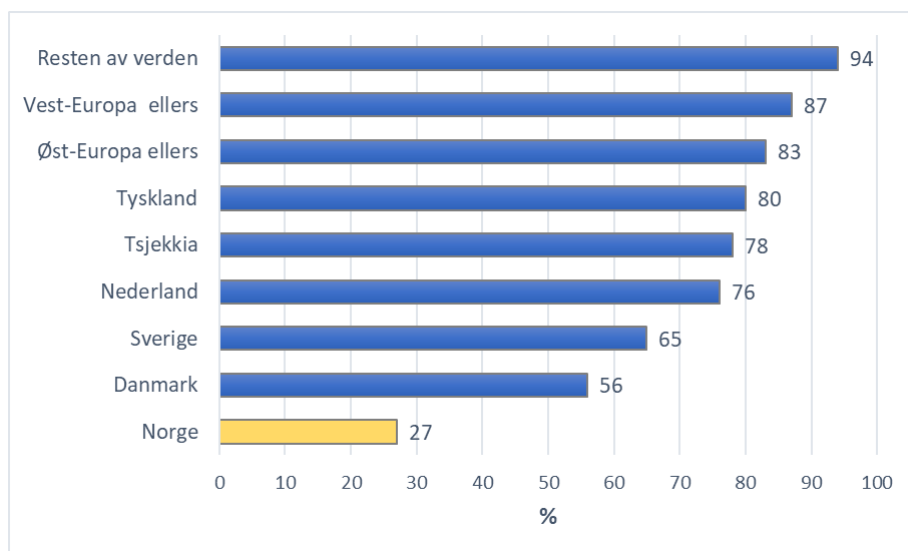


Figur 8. Fordeling av purismegrupper i ulike undersøkelser

3.7 Mange førstegangsbesøkende

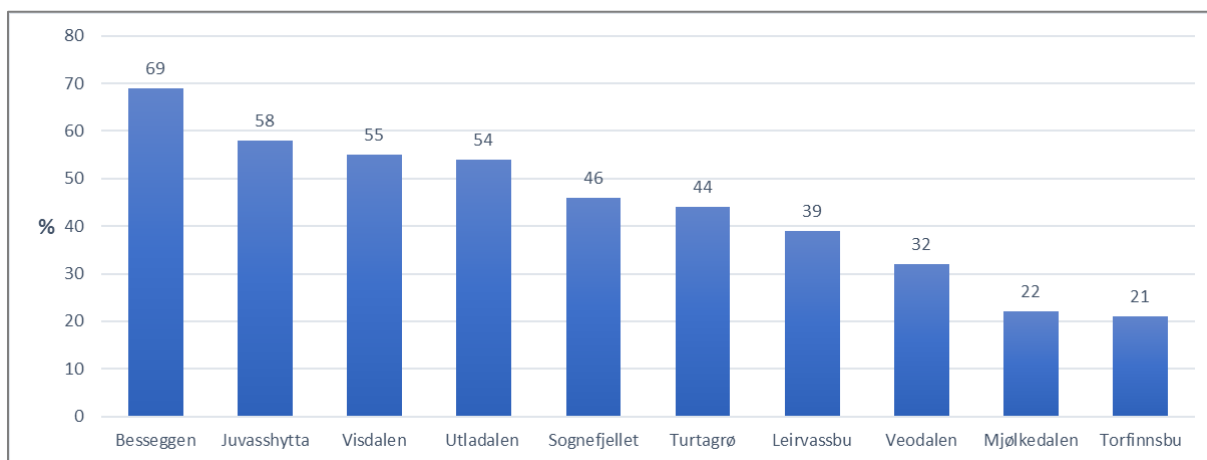
56% av de som fylte ut et selvregistreringskort hadde ikke vært i Jotunheimen tidligere. 43% hadde vært der om sommeren tidligere (halvparten mellom 1 og tre ganger tidligere), og 15% hadde besøkt Jotunheimen vinterstid.

Jo lengre unna du er bosatt, jo større er andelen førstegangsbesøkende. Av de som var bosatt utenfor Europa hadde bare 6% vært i Jotunheimen tidligere, sammenlignet med en fjerdedel av norske besøkende.



Figur 9. Andel førstegangsbesøkende til Jotunheimen – ulike nasjonaliteter

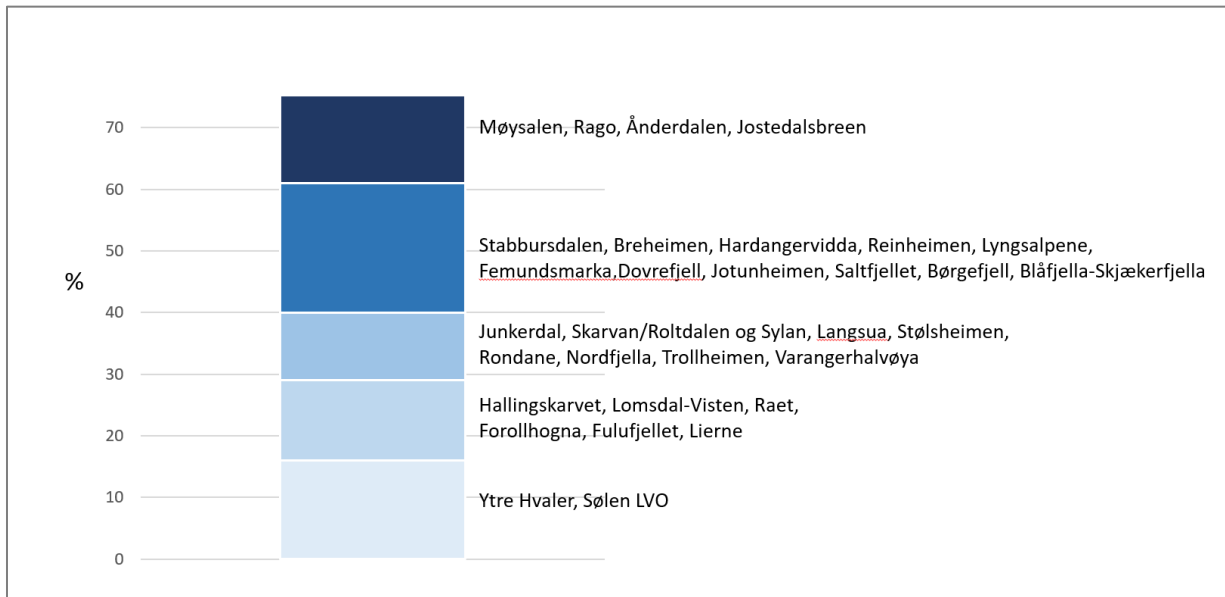
Besseggen, Juvasshytta og Utladalen er de tre innfallsportene som har størst andel førstegangsbesøkende til Jotunheimen. Av de som gikk Besseggen hadde 69% ikke vært i Jotunheimen tidligere. Enda flere (79%) hadde ikke gått Besseggen tidligere. Av de som hadde gått der tidligere har de fleste gått en eller to ganger tidligere.



Figur 10. Andelen førstegangsbesøkende til Jotunheimen registrert ved ulike innfallsporter

Den høye andelen førstegangsbesøkende på Besseggen har sammenheng med den høye andelen av utenlandske besøkende. Blant utlendingene som gikk Besseggen var det hele 85% som ikke hadde vært i Jotunheimen tidligere, og bare 5% hadde gått Besseggen tidligere. Dvs. at informasjonsbehovet til disse vil være stort. Men også blant norske besøkende hadde 40% ikke vært i Jotunheimen tidligere.

En annen forklaring på de mange førstegangsbesøkende, er at det her er relativt mange yngre besøkende, og at disse ikke har vært i Jotunheimen tidligere. Blant de mellom 15 og 34 år hadde 56% ikke vært i Jotunheimen tidligere, sammenlignet med 31% blant de mellom 45-54 år, og bare 13% blant de som var 55+.

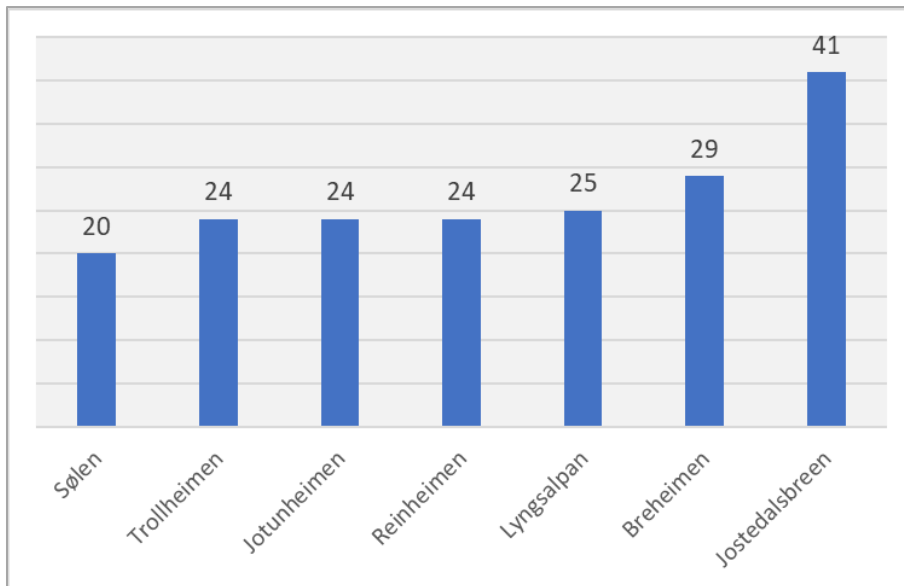


Figur 11. Andel av førstegangsbesøkende til ulike norske nasjonalparker

3.8 Erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer

Selv om mange ikke har vært i Jotunheimen tidligere, er ikke dette ensbetydende med at de er uerfarne friluftslivutøvere. 72% av de spurte oppgir å ha vært på en flerdagers fottur eller skitur tidligere (uansett område).

Andelen som har denne typen friluftsliverfaring er ganske lik i mange nasjonalparker. Både i Breheimen, Femundsmarka, Saltfjellet-Svartisen, Blåfjella-Skjækerfjella, Langsua, Stølsheimen og Trollheimen/Innerdalen var det rundt tre fjerdedeler som hadde erfaring fra en flerdagers fottur/skitur. Ytterpunktene utgjøres av Børgefjell på den ene siden (90% slik erfaring) og Jostedalsbreen og Ytre Hvaler på den andre siden (41-42% slik erfaring). Resultatene er i samsvar med det en grovt sett ville forvente ut fra erfaringskunnskap om disse nasjonalparkene. De til dels store forskjellene mellom parkene viser likevel at erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer er en god indikator for å vurdere hvilke typer av besøkende en har til en nasjonalpark.

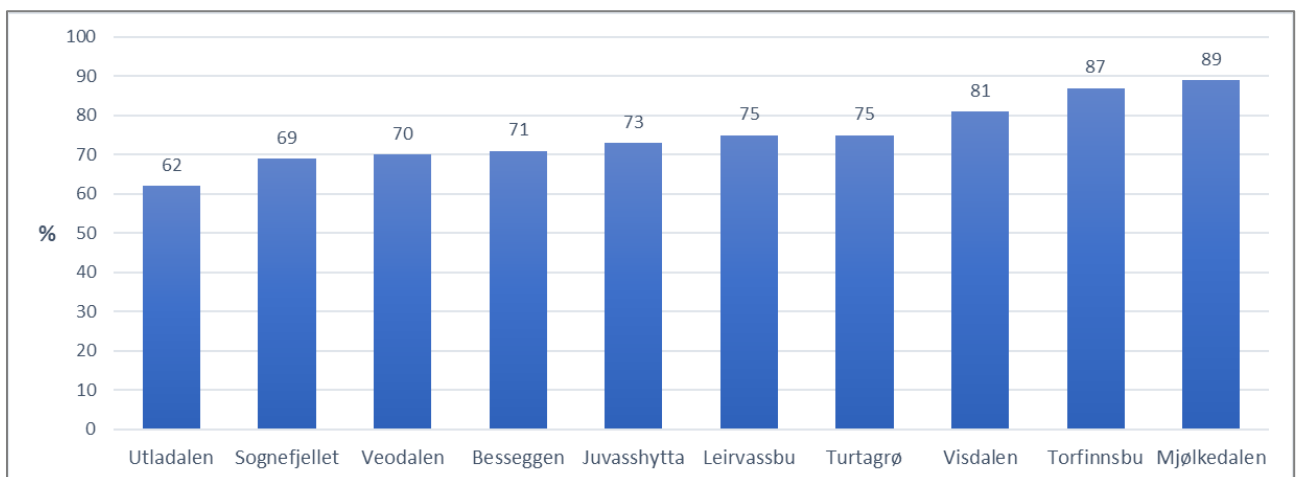


Figur 12. Andel som aldri har vært på en flerdagers fottur/skitur

Tyske (N=1115) og nederlandske (N=434) besøkende peker seg ut som de minst erfarne friluftslivutøverne i Jotunheimen i 2019. Blant disse er om lag 40% uten erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer.

De mest erfarne friluftslivutøverne er de norske besøkende og bosatte utenfor Europa. Blant disse hadde henholdsvis 43% (N=2759) og 47% (N=280) vært på mer enn 5 flerdagers turer.

Erfaringsnivået på de besøkende varierer også mellom innfallsportene (figur 13).



Figur 13. Andelen som hadde vært på minst én flerdagers fottur/skitur tidligere

4. Hvordan ble Jotunheimen brukt sommeren 2019?

4.1 Bruk av ulike innfallsporter

Selvregistreringskasser var utplassert på 10 innfallsporter. En del av de som bruker Jotunheimen passerer sannsynligvis flere av disse kassene på samme tur (særlig flerdagersvandrere), og en del er på flere turer til ulike turmål i løpet av sommeren. Svært få registrerer seg mer enn en gang, og de fleste registrerer seg mest sannsynlig ved den første kassa de passerer. I etterundersøkelsen ble respondentene bedt om å krysse av for hvilke av de 10 innfallsportene med selvregistrering de hadde gått ut eller inn i 2019, slik at en fikk registrert bruken av ulike innfallsporter over hele sommersesongen.

55% oppgir at de bare har brukt én av de 10 innfallsportene med selvregistrering, mens de resterende 45% oppgitt å ha brukt mellom 2 og alle 9 innfallsporter. *Resultatene viser med andre ord at mange passerer flere av kassene, men at de bare fyller ut ett selvregistreringskort.* Dersom en forutsetter at de ulike kassene er passert på ulike turer, er det 45% av turene som ikke er registrert på selvregistreringskort. Nå er det nok en del som bruker ulike innfallsporter på tur ut og inn av området, slik at dette anslaget er noe høyt. Men resultatene viser for det første at for å kartlegge den totale bruken over sommeren, er oppfølgende undersøkelser nødvendig. For det andre at det ved bortfallsstudier ved enkeltkasser kan være en betydelig feilkilde at respondentene har fylt ut kort i en annen kasse i løpet av sommeren.

Tabell 3. Bruk av ulike innfallsporter

| | Andel som registrerte seg ved de ulike innfallsportene (N=9.326) | Andel av de besøkende som har brukt ulike innfallsporter i løpet av sommeren (N=693) |
|--------------------------------|--|--|
| Leirvassbu/ Leirdalen | 8 | 24 |
| Juvasshytta (mot Galdhøpiggen) | 4 | 14 |
| Visdalen/ Spiterstulen | 9 | 12 |
| Veodalen (mot Glitterheim) | 4 | 7 |
| Gjendeosen/ Besseggen | 44 | 53* |
| Eidsbugarden/Fondsbu | | 16 |
| Torfinnsbu | 2 | 6 |
| Mjølkedal | 4 | ** |
| Utladalen | 19 | 21 |
| Turtagrø | 4 | 16 |
| Sognefjellet | 4 | 24 |
| | 100% | >100%*** |

* Korrigert for at halvparten av mailadressene fra Besseggen ble brukt til en egen undersøkelse for Besseggen.

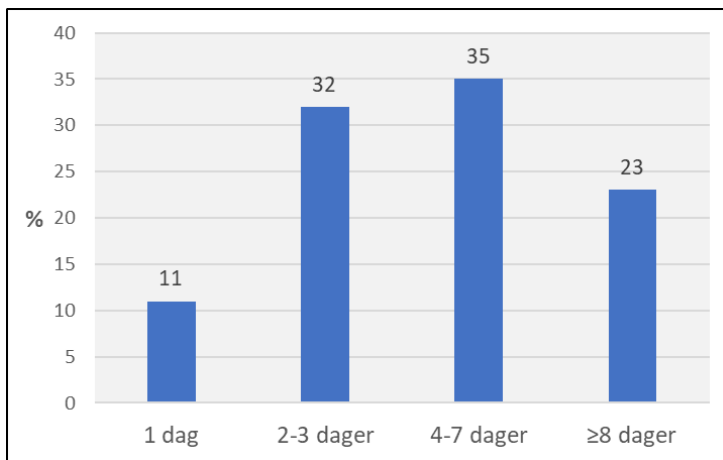
**Ved en feil ble Mjølkedal uteglemt fra lista over innfallsporter i skjemaet for etterundersøkelsen.

*** I og med at nesten halvparten brukte flere innfallsporter i løpet av sommeren, overstiger summen 100.

4.2 Besøk i Jotunheimen – hele 2019

Om lag tre fjerdedeler (77%) av de som fylte ut selvregistreringskort sommeren 2019 hadde vært på bare ett besøk til Jotunheimen i 2019⁶. Andelen «engangsbesøkende» har økt noe siden 2010 (70%). I Jostedalsskogen nasjonalpark hadde 80% vært på bare ett besøk i 2017. I Børgefjell var andelen 71% i 2017. Her er det Sjølen som representerer det andre ytterpunktet med 25% «engangsbesøkende». Langsua, med mange regionale brukere, har 54% «engangsbesøkende».

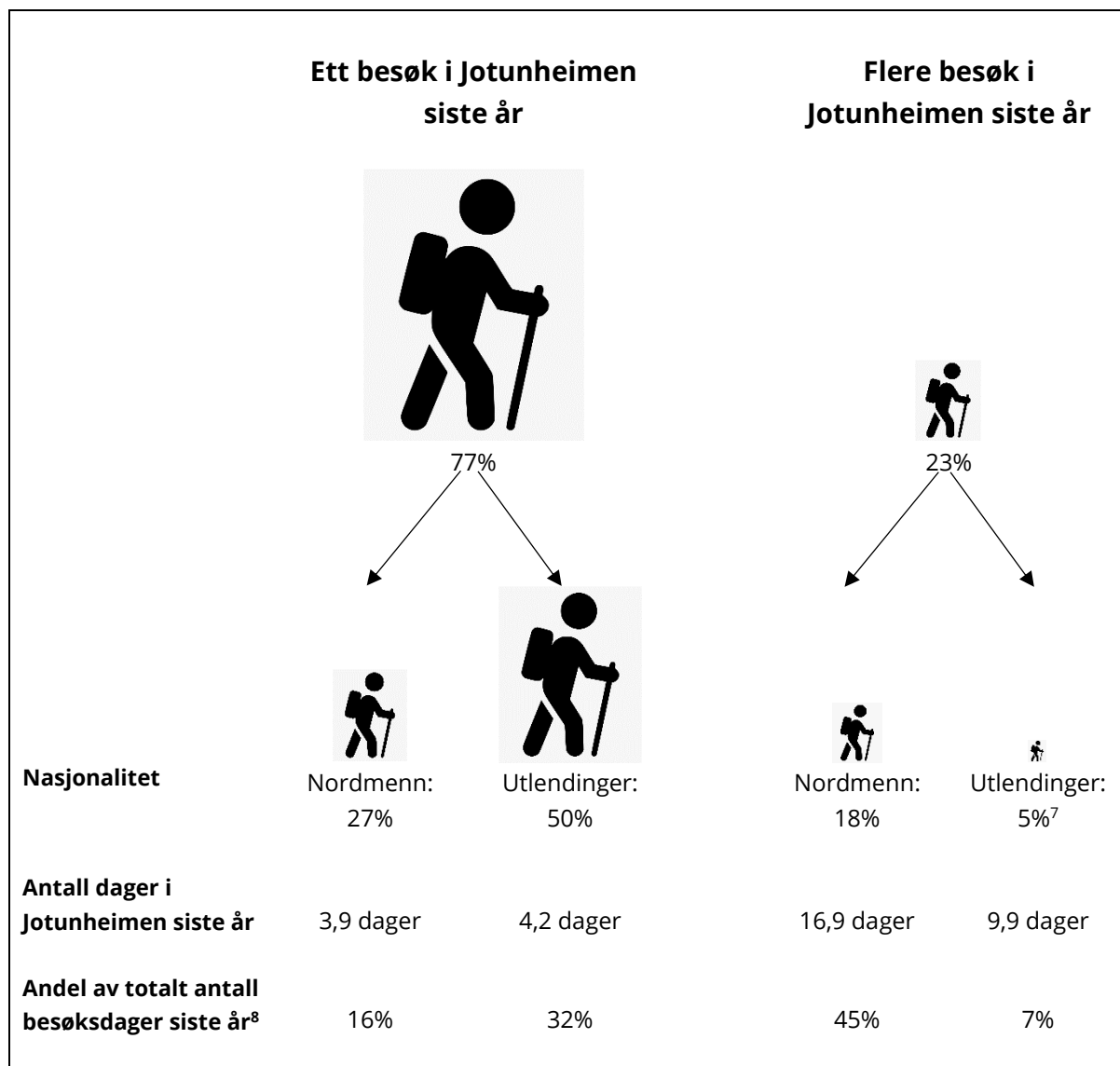
I gjennomsnitt hadde de som deltok i undersøkelsen vært 7 dager i Jotunheimen siste år (fra oktober 2018 tom. sept. 2019). Men variasjonen i oppholdslengde er stor. Vel 10% har kun vært en dag i Jotunheimen siste år, mens en knapp fjerdedel har tilbrakt mer enn ei uke i Jotunheimen (figur 14)



Figur 14. Antall dager i Jotunheimen siste år (okt.2018-sept.2019). Vær obs på at figuren ikke viser antall turer folk har tatt, f.eks. vil 5 dagsturer til hytta i løpet av siste år havne i kategorien 4-7 dager.

⁶ Vekta resultat, førstegangsbesøkende.

Norske besøkende som har vært på flere turer til Jotunheimen i løpet av året (fra oktober 2018 til og med september 2019) utgjør 18% av de besøkende men står for 45% av antall besøksdager³. I mange undersøkelser vurderes bruk og holdninger i forhold til andelen ulike grupper utgjør av totalen. Dette kan medføre at nordmenn som bruker området jevnlig blir undervurdert i denne type undersøkelser.



Figur 15. Besøk i Jotunheimen siste år (f.o.m. okt. 2018 t.o.m. sept. 2019)⁹
Hver linje=100%. Figurene er skalert på høyden i forhold til andel..

⁷ Antallet er lite (N=35), og resultatene for besøksdager må tolkes med forsiktighet

⁸ De som kun besøker Jotunheimen vinterstid er ikke med i undersøkelsen

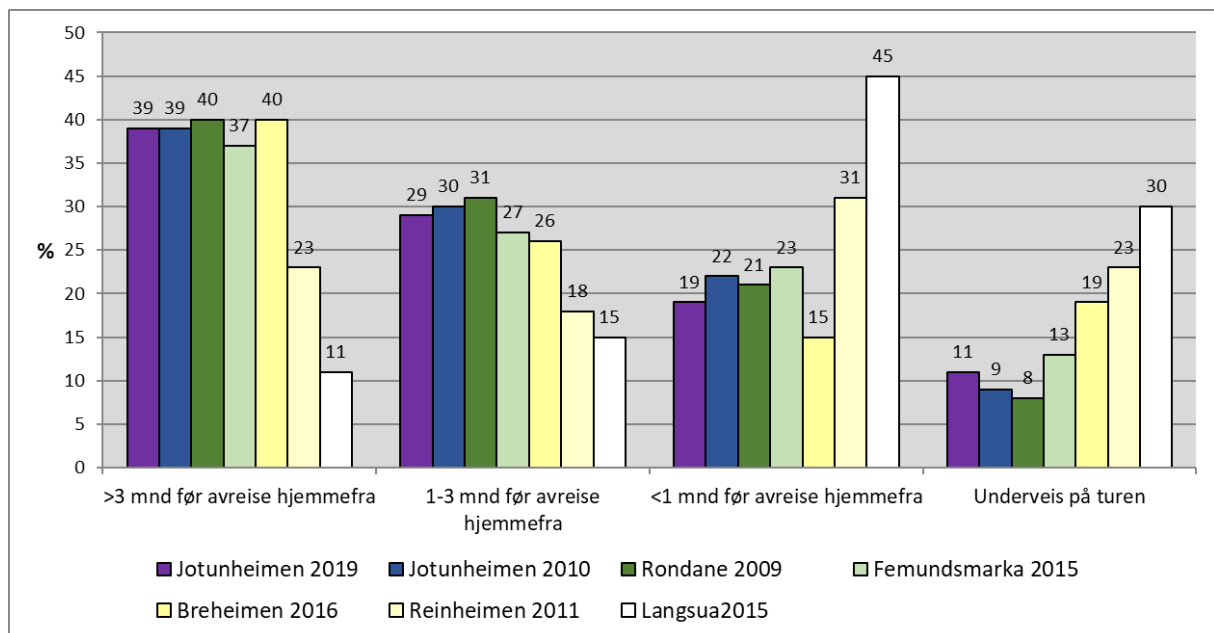
⁹ Vekta resultat i forhold til fordeling av førstegangsbesøkende på utfylte selvregistreringskort

4.3 Når bestemmer de besøkende seg for å besøke Jotunheimen?

Spørsmålet om når de besøkende tok beslutningen om å besøke Jotunheimen ble stilt bare til de som var på ett besøk i løpet av 2019. Dette i hovedsak fordi de som hadde vært i Jotunheimen flere ganger antakelig ville ha problemer med å huske beslutningstidspunktet for alle sine besøk.

Om lag 90% hadde bestemt seg for å besøke Jotunheimen før de dro hjemmefra, mange lang tid i forveien. Om lag to tredjedeler hadde bestemt seg mer enn 1 måned før avreise. Resultatene er omtrent identiske med de resultatene fra 2010-undersøkelsen.

En ser at de besøkende til Jotunheimen og Rondane og til dels Femundsmarka har relativt likt svarmønster (figur 16). Disse parkene er med andre ord et reisemål det planlegges for i god tid blant mange, og er en tydelig indikator for parkenes attraktivitet.



Figur 16. De som var på ett besøk i ulike nasjonalparker: Når bestemte de seg for å besøke nasjonalparkene?

Blant *utenlandske besøkende* synes det å være to typer av besøkende i Jotunheimen. Den langt største gruppen også blant disse planlegger god tid i forveien. Men i tillegg er det 17% som bestemmer seg underveis på turen. En vet at mange utenlandske turister til Norge sommerstid er på rundreise, og at Vestlandet er et yndet feriemål blant disse. Med Jotunheimens plassering mellom to fjelloverganger til Vestlandet (Valdresflya og Sognefjellet) som har status som Nasjonal turistvei, er det ikke overraskende at en også får et innslag av tilfeldig besøk fra utenlandske turister. Det er få respondenter i denne gruppen (N=58). Av disse hadde 16 stk. vært på Sognefjellet og 12 på Gjendeosen. 8 personer oppga å ha vært ved Leirvassbu, Juvasshytta og i Utladalen. På de andre innfallsporene vi spurt konkret om var det få av denne typen *mer tilfeldige* utenlandske besøkende.

4.4 Hvordan kommer folk seg til Jotunheimen?

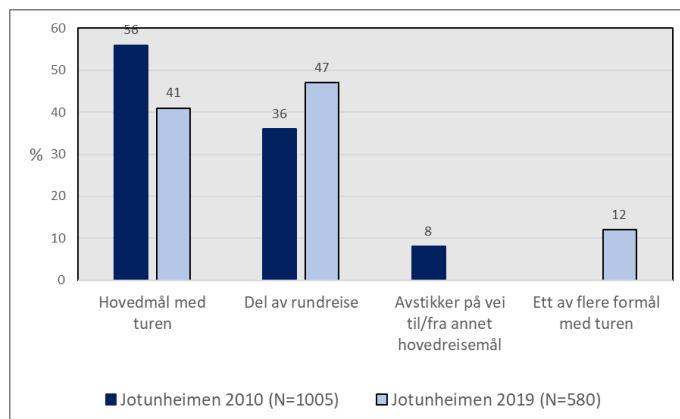
De aller fleste bruker bil for å komme seg til Jotunheimen. 81% hadde brukt personbil og 6% hadde brukt bobil. Det var flere utlendinger enn nordmenn som benyttet bobil, henholdsvis 10 og 2%.

12 % oppga å ha kommet til Jotunheimen med buss, en tredjedel i kombinasjon med tog. (En del besøkende har sannsynligvis kommet i egen buss eller buss satt opp av DNT fra Oslo, og ikke benyttet offentlig transporttilbud i Norge). Utlendinger bruker buss i større grad enn norske besøkende (henholdsvis 15 og 9%). Ikke uventet er det de yngste som i størst grad bruker buss. 20% av de mellom 15 og 34 år hadde brukt buss for å komme seg til Jotunheimen, mens bare 9% av de som var eldre enn 34 år gjorde det samme.

Det har skjedd få endringer i transporten til Jotunheimen fra 2010. Andelen som har brukt buss har sunket med tre prosentpoeng, mens andelen som brukte bobil har økt med tre prosentpoeng. Endringene er likevel små.

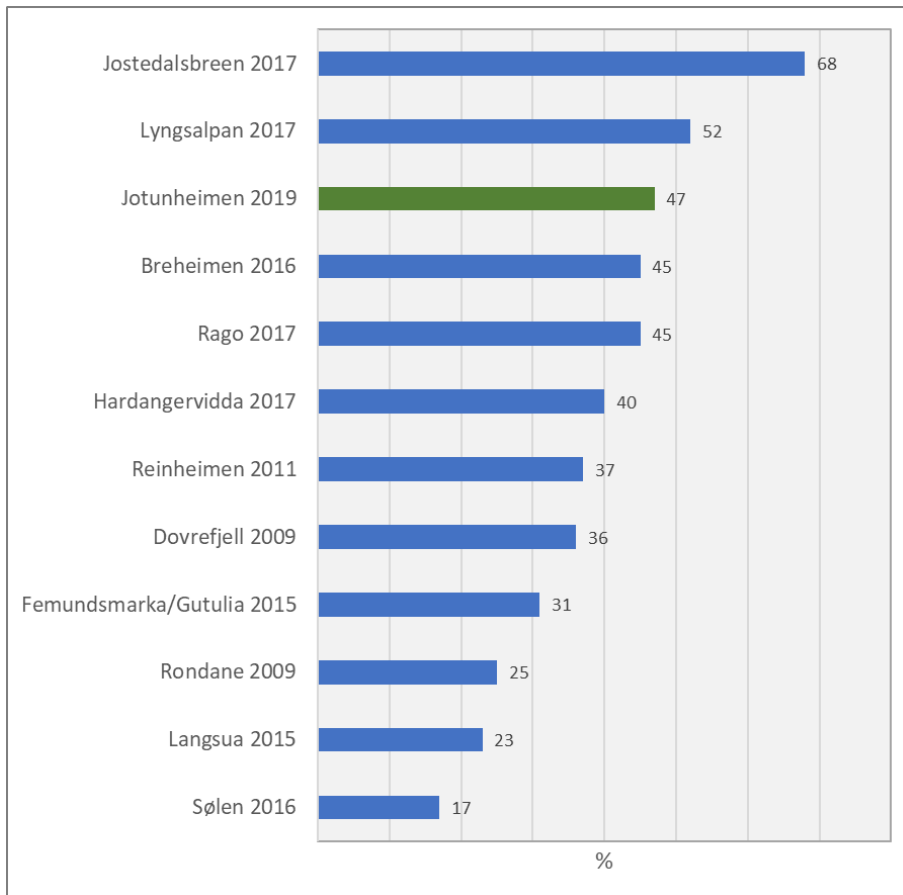
4.5 Hvordan inngikk besøket i Jotunheimen på den turen de var på? – de som var på ett besøk i Jotunheimen i 2019

Andelen av turister som er innom Jotunheimen på en rundreise har økt kraftig fra 2010 til 2019 (figur 17a). Andelen på rundreise er også høy, sammenlignet med mange andre norske nasjonalparker (figur 17b).



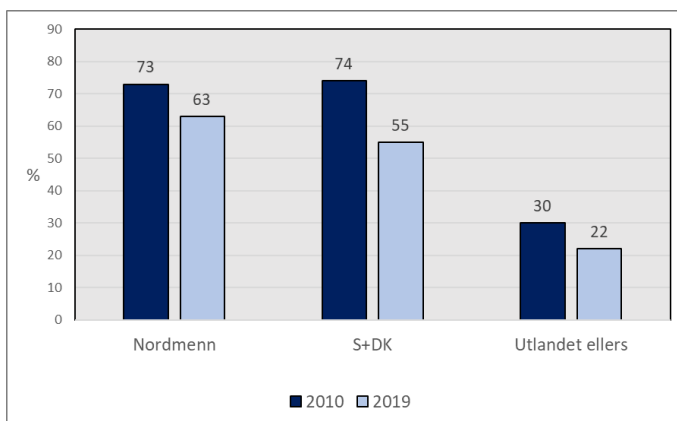
Figur 17a. Hvordan inngikk besøket i Jotunheimen på den turen de var på? – de som var på ett besøk i Jotunheimen i 2010 og 2019¹⁰

¹⁰ Begge årene er resultatene vektet i forhold til andel nordmenn/utlendinger



Figur 17b Andel som besøkte et verneområde som del av en rundreise

Andelen som har Jotunheimen som hovedreisemål er blitt redusert fra 2010 til 2019. Dette gjelder både nordmenn, svensker+dansker og besøkende fra utlandet ellers (figur 18).



Figur 18. Ulike nasjonaliteter: Andel som svarte at besøket i Jotunheimen var hovedmålet med den turen de var på i 2010 og 2019 (De som var på ett besøk i Jotunheimen i 2010)

4.6 Motiver for å besøke Jotunheimen

Som i 2010 ble de besøkende spurt om årsakene til at de hadde besøkt Jotunheimen det siste året. Respondentene ble bedt om å rangere 14 ulike årsaker på en skala fra 1 «Helt uviktig» til 5 «Meget viktig». For å se om det finnes underliggende motividimensjoner ble det kjørt en faktoranalyse (Principal Component Analysis, varimax rotation, eigenvalue>1). I 2010 resulterte analysen i fire faktorer som forklarte 52% av variasjonen i materialet, i 2019 gir analysen fem faktorer som forklarer 56% av variasjonen i materialet.

I 2010 fant en relativt like grupper av hovedmotiver i Rondane og Jotunheimen (Vorkinn 2010). De samme hovedmotiver ble funnet i seinere undersøkelser i Femundsmarka, Langsua og Reinheimen (Vorkinn 2015).

Resultatene viser at en skal være forsiktig med å vurdere betydningen av enkeltmotiver isolert sett. Resultatene viste også, ikke uventet, at motivene for å besøke området i stor grad samsvarer med de kvalitetene områdene har.

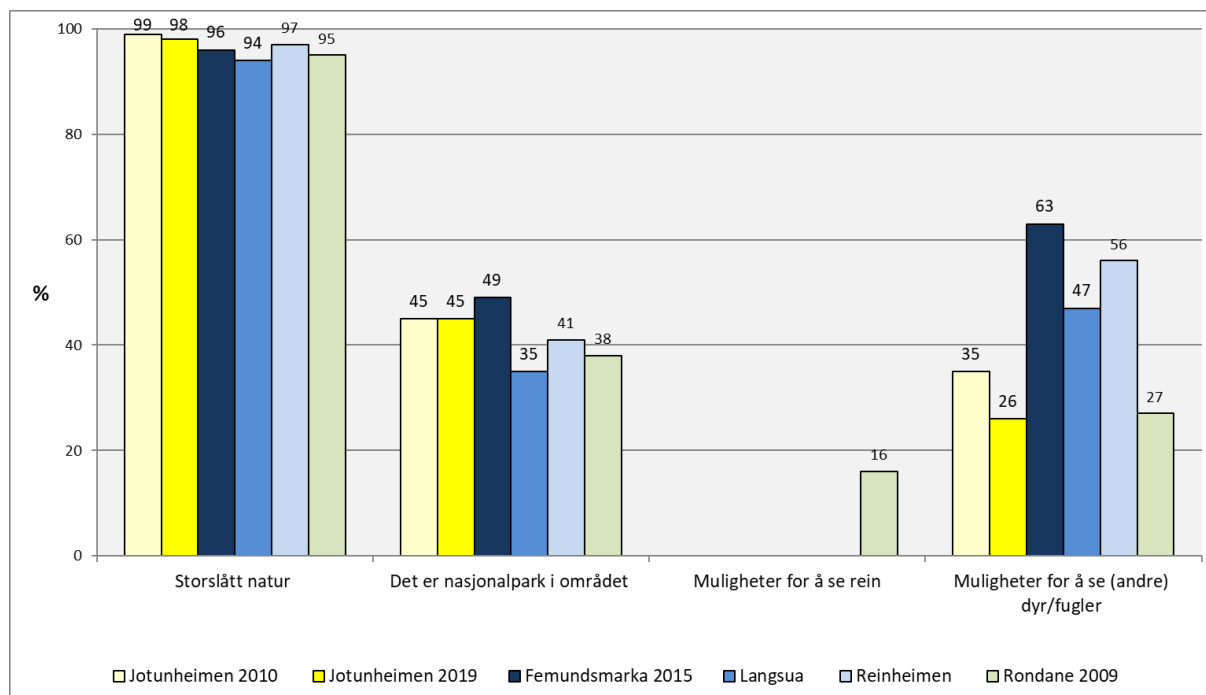
De underliggende hovedmotivene i Jotunheimen er lite endret fra 2010 til 2019. Viktigste forskjell er at friluftslivmulighetene nå skiller ut som en egen faktor fra naturopplevelsene (som i Langsua i 2014).

Tabell 4. Hovedmotiver for å besøke ulike nasjonalparker

| Faktorer | 2010 | 2019 |
|------------------------------|--|--|
| Tilhørighet | Familien har hytte i området Har vært i området mange ganger tidligere Området har en spesiell betydning for meg | Familien har hytte i området Har vært i området mange ganger tidligere Området har en spesiell betydning for meg <i>Kort avstand fra hjemstedet</i> |
| Naturopplevelse | Storslått natur Muligheter for å se dyr/fugler Det er nasjonalpark i området Mange turmuligheter Utfordrende terreng | Storslått natur Muligheter for å se dyr/fugler Det er nasjonalpark i området |
| <i>Friluftslivmuligheter</i> | | <i>Mange turmuligheter</i> <i>Utfordrende terreng</i> |
| Basis tilrettelegging | Hyttenettet til DNT Det er godt merka stier i området | Hyttenettet til DNT Det er godt merka stier i området |
| Praktisk/funksjonelt | Kort avstand fra hjemstedet Anbefalt av andre Tilfeldig Det passet inn i reiseruta Familien har hytte i området | Anbefalt av andre Tilfeldig Det passet inn i reiseruta |

Hovedmotiv naturopplevelse

Storslått natur er og blir det viktigste motivet for å besøke norske nasjonalparker (figur 19)¹¹. Nasjonalparkstatusen har bare om lag halvparten så stor betydning, og varierer også mer mellom parkene. Lavest av de vi har sammenlignet ligger Langsua. Dette kan skyldes at parken var relativt ung da undersøkelsen ble gjennomført, og at det var mange lokale/regionale brukere som nok brukte området på samme måte som før nasjonalparkopprettelsen.



Figur 19. Andel som svarer at ulike årsaker var viktige/meget viktige for at de besøkte Jotunheimen det siste året (oktober 2018-september 2019).

Nasjonalparkstatusen er sannsynligvis et *tilleggs*motiv for å besøke Jotunheimen. De aller fleste (96%) var klar over at Jotunheimen var vernet som nasjonalpark før de kom til området. Av disse sa 93% at de ville brukt Jotunheimen på samme måte om området *ikke* hadde vært nasjonalpark (tilsvarende andel som i 2010). 3% ville uansett ha kjørt over Valdresflya eller Sognefjellet, men unnlatt å gå inn i

¹¹ Resultatene i figur 19 er vekta slik, med fordeling som på selvregistreringskortene:

Jotunheimen 2010: "Hyttenettet til DNT" er vekta i forhold til variabelen "erfaring fra flerdagersturer". "Har vært i området tidligere" og "Området har en spesiell betydning for meg" er vekta i forhold til førstegangsbesøkende.

Jotunheimen 2019: "Hyttenettet til DNT" er vekta i forhold til variabelen "erfaring fra flerdagersturer". "Har vært i området tidligere" er vekta i forhold til «Erfaring fra Jotunheimen».

Femundsmarka: "Har vært i området tidligere" og "Området har en spesiell betydning for meg" er vekta i forhold til førstegangsbesøkende, «Godt merka stier» er vekta i forhold til friluftsliverfaring".

Reinheimen: "Har vært i området tidligere", "Området har en spesiell betydning for meg", "Familien har hytte i området", "Kort avstand fra hjemstedet" og "Det passet inn i reiseruta" er vekta i forhold til førstegangsbesøkende, "Tilfeldig" og "Anbefalt av andre" er vekta mot friluftsliverfaring.

Rondane: Ikke vektet.

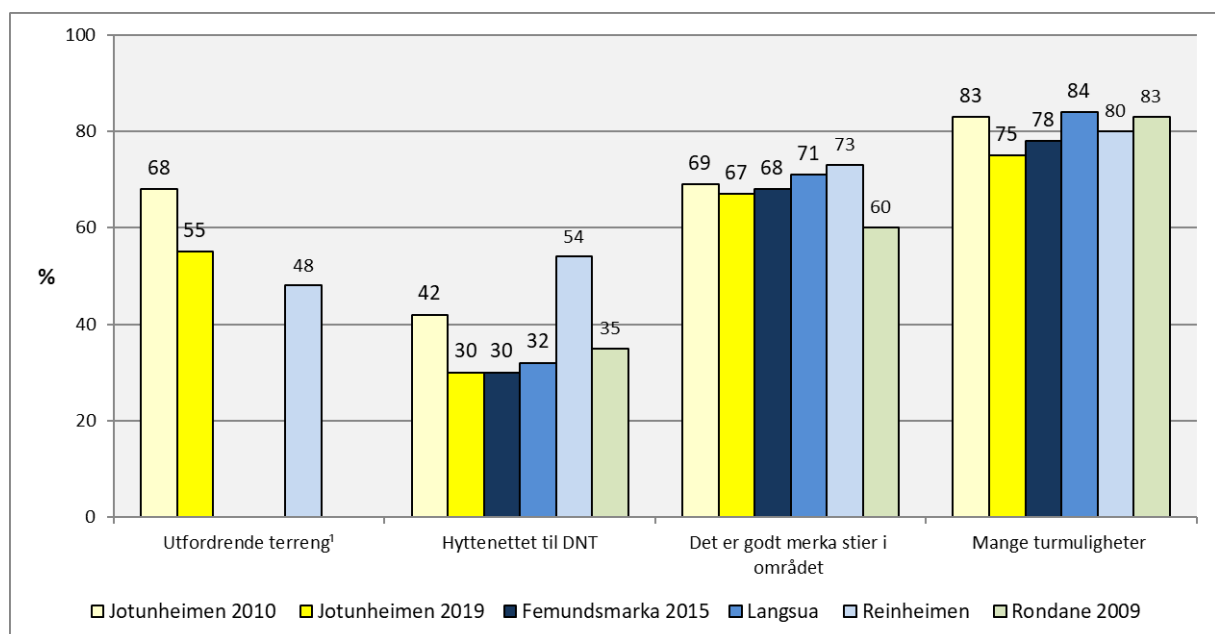
Langsua: "Har vært i området tidligere", "Området har en spesiell betydning for meg" og "Familien har hytte i området" er vekta i forhold til førstegangsbesøkende.

nasjonalparken, mens 4% ikke ville ha besøkt området i det hele tatt. Av de besøkende til Jotunheimen sommeren 2019 var det med andre ord bare 7% som gikk tur i området pga. nasjonalparkstatusen alene.

Andelen i Jotunheimen som sier at det å se dyr/fugler er viktig/meget viktig for besøket i Jotunheimen har gått ned fra 35 til 26% fra 2010 til 2019. Dette er lavt, sammenlignet med Femundsmarka, Langsua og Reinheimen (i Rondane var spørsmålet splittet i to, og resultatene er derfor ikke sammenlignbare). Dette kan tyde på at hovedattraksjonen i Jotunheimen er det spektakulære landskapet, og at det er et økende fokus på dette. Blant aldersgruppen 15-24 år og de førstegangsbesøkende var det bare om lag 20% som sa at det å se fugler/dyr var viktig/meget viktig for besøket i Jotunheimen.

Hovedmotiv «Friluftslivopplevelse/God tilrettelegging»

Å ha godt merka stier og mange turmuligheter er viktig for mange på tvers av de parkene vi har sammenlignet, og har ikke endret seg over tid. En mindre andel i 2010 enn 2019 syntes at hyttenettet til DNT var en viktig/meget viktig årsak for besøket i Jotunheimen. Dette kan forklares både ut fra økt andel utlendinger og at andelen som går en tradisjonell flerdagerstur fra hytte til hytte er redusert. Det er mer overraskende at andelen som vektlegger utfordrende terreng høyt, er gått såpass kraftig ned som fra 68 til 55 %.

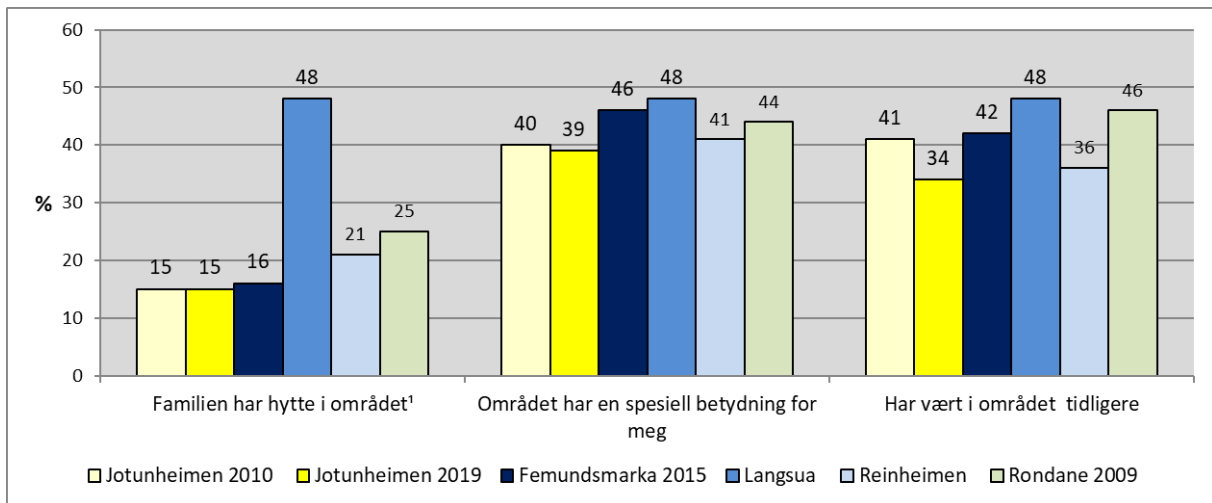


Figur 20. Andel som svarer at ulike årsaker var viktige/meget viktige for at de besøkte Jotunheimen det siste året (oktober 2018-september 2019)

¹Spørsmålet om «Utfordrende terreng» ble ikke stilt i Femundsmarka, Langsua og Reinheimen. Her ble det i stedet spurt om «Terreng det er lett å ferdes i».

Hovedmotiv «Tilhørighet»

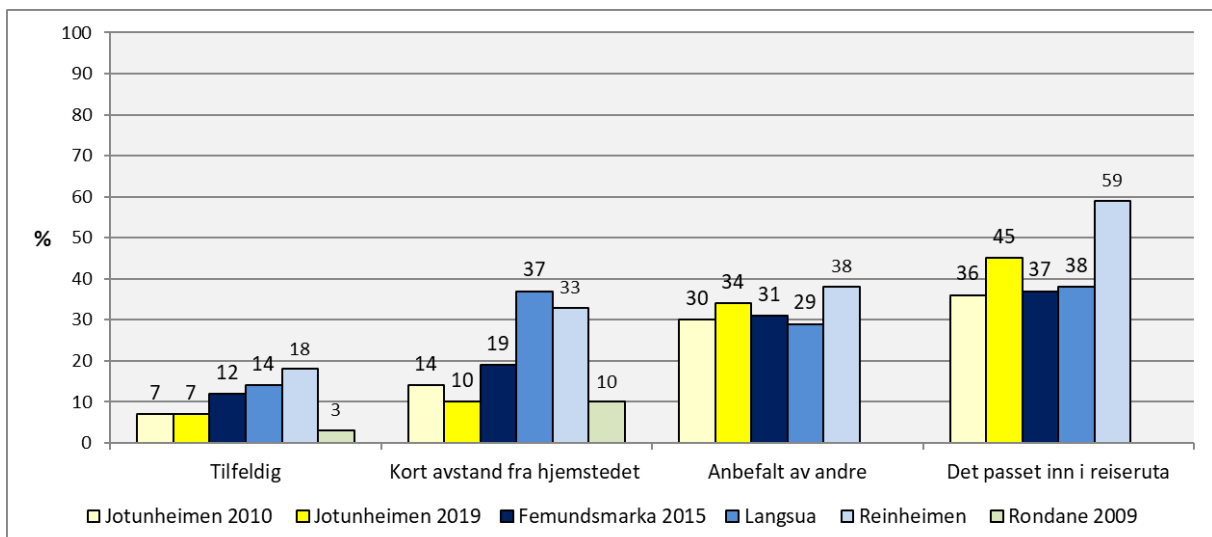
For dette motivet er det for Jotunheimen en reduksjon fra 2010 til 2019 i andelen som sier at tidligere erfaring fra området er viktig. Dette er i samsvar med at det i samme periode har blitt flere førstegangsbesøkende til Jotunheimen.



Figur 21. Andel som svarer at ulike årsaker var viktige/meget viktige for at de besøkte Jotunheimen det siste året (oktober 2018-september 2019)

Hovedmotiv «Praktisk/funksjonelt»

Fra 2010 til 2019 ser en at særlig motivet «Det passet inn i reiseruta» har økt, fra 36 til 45% som oppga at dette var viktig/meget viktig for besøket i Jotunheimen. Dette er i samsvar med at færre i 2019 oppga at Jotunheimen var hovedmålet med turen (jfr. avsnitt 4.5). Det er likevel få som sier at tilfeldigheter spilte en vesentlig rolle for besøket i Jotunheimen. Her er det interessant å sammenligne med Reinheimen, der adskillig flere sier at besøket både var tilfeldig og at det passet inn i reiseruta.



Figur 22. Andel som svarer at ulike årsaker var viktige/meget viktige for at de besøkte Jotunheimen det siste året (oktober 2018-september 2019)

Betydningen av ulike motiver varierer noe i forhold til nasjonalitet. Hytte i området og kort avstand fra hjemstedet er naturlig nok viktigere for nordmenn enn utlendinger. Det samme gjelder for om de har vært i området tidligere og om området har en spesiell betydning for dem.

Å ha mange turmuligheter er viktigst for norske, svenske og danske besøkende; 80-85% sier dette er viktig/meget viktig sammenlignet med 65% blant besøkende bosatt lengre unna. En sannsynlig forklaring på dette er at blant bosatte i Norden er det flere som har vært i området tidligere, og at de ønsker å oppsøke nye turmål/områder ved seinere gangs besøk (jfr. tabell 5).

Hyttenettet til DNT er viktigst for norske besøkende (39% viktig/meget viktig vs. 2% blant utenlandske besøkende). At det er nasjonalpark i området er derimot viktig /meget viktig for litt færre blant nordmennene enn utlendingene (hhv. 40 og 49%).

Jo lengre unna de besøkende er bosatt, desto viktigere er det at besøket i Jotunheimen passet inn i reiseruta. 61% av bosatte utenom Norden svarte at dette var viktig/meget viktig, sammenlignet med 51% av dansker og svensker, men bare 32% av norske besøkende. Dette har nok sammenheng med type av tur som disse nasjonalitetene er på; Jo lenger du reiser for å komme til et område, desto større er sannsynligvis sjansen for at du skal besøke flere steder på turen. Av bosatte utenfor Norden var det 70% som oppga at besøket i Jotunheimen var del av en rundreise, og i tillegg oppga 8% at det var ett av flere formål med turen.

Betydningen av å ha vært i området tidligere og at området har en spesiell betydning øker med alderen, mens anbefalinger fra andre er viktigst for de yngste.

Tabell 5. Andel som mente at ulike faktorer var viktig/meget viktig for besøket i Jotunheimen

| | 15-34 | 35-44 | 45-54 |
|--|---------|---------|---------|
| Har vært i området tidligere | 26% | 48% | 67% |
| Området har spesiell betydning for meg | 28% | 42% | 52% |
| Anbefalt av andre | 44% | 26% | 23% |
| N= | 170-173 | 203-205 | 147-164 |

(Sign.forskjeller, $p < 0.01$)

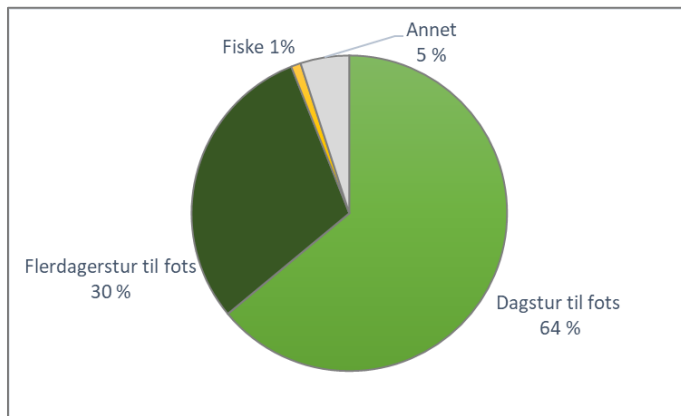
Tabell 6. Andel som mente at ulike faktorer var viktig/meget viktig for besøket i Jotunheimen

| | Førstegangs- besøkende | Vært i Jotunheimen tidligere |
|----------------------------|---------------------------|------------------------------------|
| Mange turmuligheter | 64% | 82% |
| Hyttenettet til DNT | 26% | 37% |
| Det passet inn i reiseruta | 54% | 38% |
| N= | 259-262 | 359-376 |

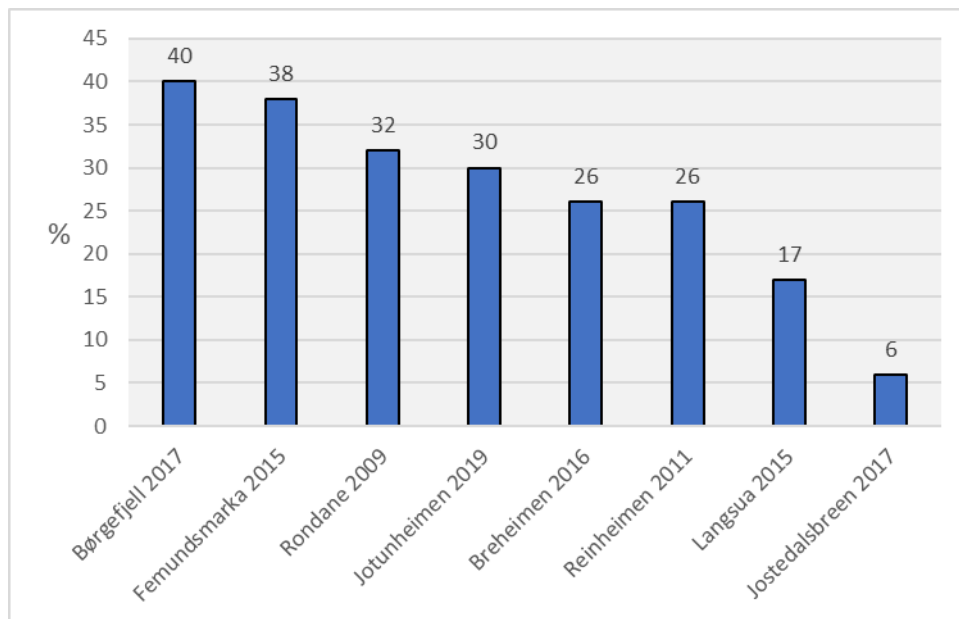
(Sign.forskjeller, $p < 0.01$)

4.7 Hovedaktivitet på den turen som folk fylte ut et selvregistreringskort

Nesten to tredjedeler (64%) av de som fylte ut et selvregistreringskort oppga at de var på en dagstur til fots. 30% var på en flerdagers fottur. Det er minimale forskjeller i formål blant norske og utenlandske besøkende

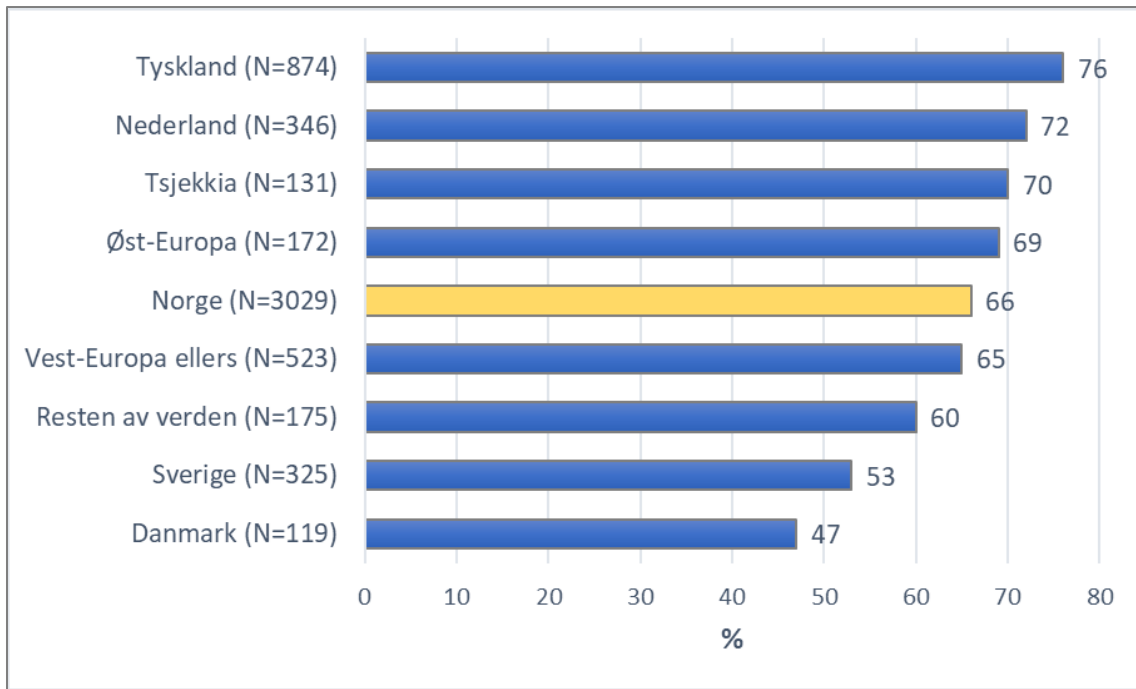


Figur 23. Formål med turen, den turen det ble fylt ut selvregistreringskort. Jmfr. figur 29 som viser aktiviteter over hele året.



Figur 24. Andel på fleragers fottur i ulike nasjonalparker, den turen det ble fylt ut selvregistreringskort

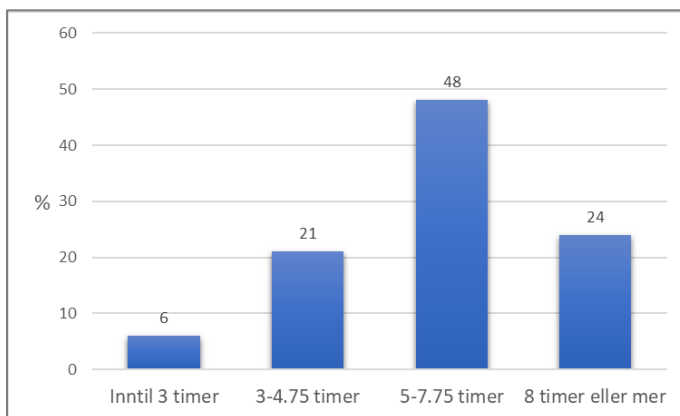
Det er forskjeller mellom ulike nasjonaliteter i Jotunheimen i forhold til om de går dagstur eller flerdagerstur. Mens om lag tre fjerdedeler av de tyske og nederlandske besøkende var på dagstur, gjaldt dette bare halvparten av svensker og dansker (figur 25).



Figur 25. Andel på dagstur i forhold til nasjonalitet

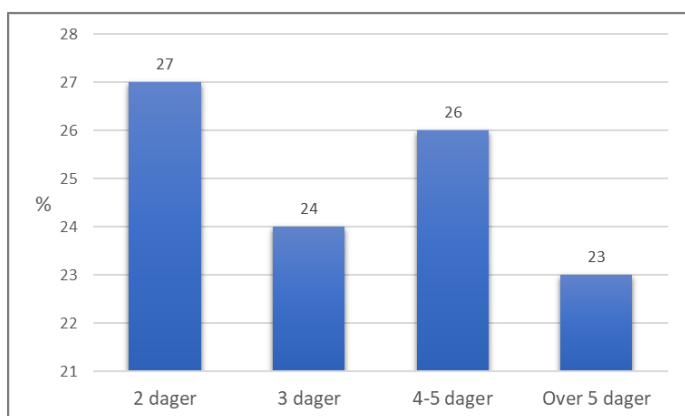
Få i Jotunheimen fisker. I de fleste kassene utgjorde dette 1-2%, men med 4% i Mjølkedalen. Under «annet»-kategorien ble det oppgitt svært mange ulike formål som brevandring, opphold på turisthytte, sykkeltur, bursdagsfeiring, camping, fjellfilmfestival mm.

Det tas mange lange dagsturer. Over 70% av de som tok en dagstur oppga at turen varte 5 timer eller mer (figur 26).



Figur 26. Varighet på dagsturene (N=4524)

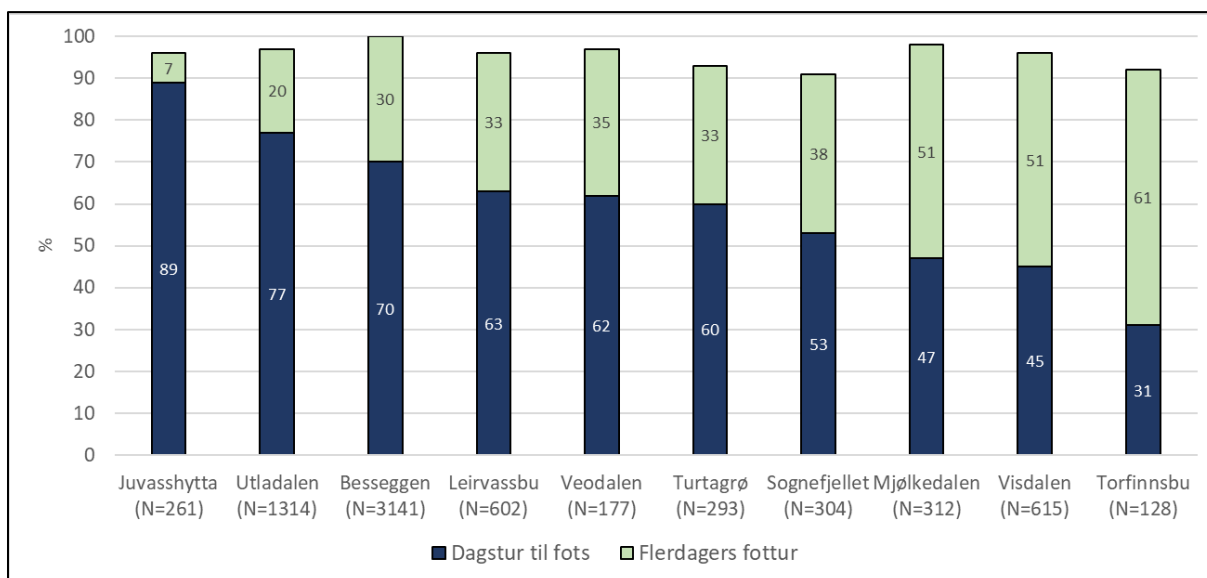
Halvparten av flerdagersturene er korte turer som varer 2-3 dager.



Figur 27. Varighet på flerdagersturene (N=2565)

En langt større andel av de utenlandske flerdagersturistene tar langvarige turer. 31% av utenlandske flerdagersvandrere hadde tatt en tur som var over 5 dager (N=1448), mens bare 13% av de norske flerdagersvandrerne tok en like langvarig tur.

Andelen på dagstur til fots er klart høyest på Juvasshytta og i Utladalen, men også Besseggen ligger også høyt med 70% på dagstur til fots, og 30% på flerdagerstur. Disse stedene representerer innfallsporene til tre store turistattraksjoner; Galdhøpiggen, Vettisfossen og Besseggen.



Figur 28. Fordeling av dagsturer og flerdagersturer ved ulike kasselokaliteter

Dagsturene på Besseggen varte i gjennomsnitt 7,1 timer. Dette var det høyeste gjennomsnittet registrert i alle kassene.

4.8 «Highlight-turister»

At folk er på dagstur når de fyller ut et selvregistreringskort, er imidlertid ikke ensbetydende med at de er på dagsbesøk i Jotunheimen. I 2002 ble de besøkende bedt om å tegne inn ruta si på et kart i selvregistreringskortene. Registreringene viste at en del (6%) hadde tatt flere dagsturer i området. Svenskene skilte seg ut ved at andelen som tar flere dagsturer i Jotunheimen fra ulike utgangspunkt var to-tre ganger så høy som gjennomsnittet blant de besøkende.

I 2010 ble de besøkende ikke bedt om å tegne inn turruta fylt ut på kart fordi utfyllingen i 2002 ikke var så god som ønskelig. I stedet ble «Highlight»-turistene kartlagt i etterundersøkelsen. Blant de som var på et flerdagers besøk i Jotunheimen i 2010, hadde ca. 45% gått en sammenhengende tur med ulike overnattingssteder, ca. 40% overnattet på ett sted og gikk dagsturer fra dette stedet, mens ca. 15% gikk dagsturer fra ulike utgangspunkt til ulike turmål. Også i 2010 var det er særlig svensker som tar flere dagsturer fra ulike utgangspunkt.

I 2019 hadde andelen «Highlight-turister» økt ytterligere. Blant de som hadde vært på en tur som varte flere dager i Jotunheimen det året hadde 20% gått dagsturer fra ulike utgangspunkt til ulike turmål. I 2019 ble det også presisert at en tenkte på turer der en kjørte bil/buss mellom disse stedene. Som i 2010 hadde 40% tatt dagsturer ut fra en base der de overnattet. Andelen som derimot gikk en sammenhengende tur med flere overnattingssteder hadde derimot gått ned fra 2010, fra ca. 45 til 40%.

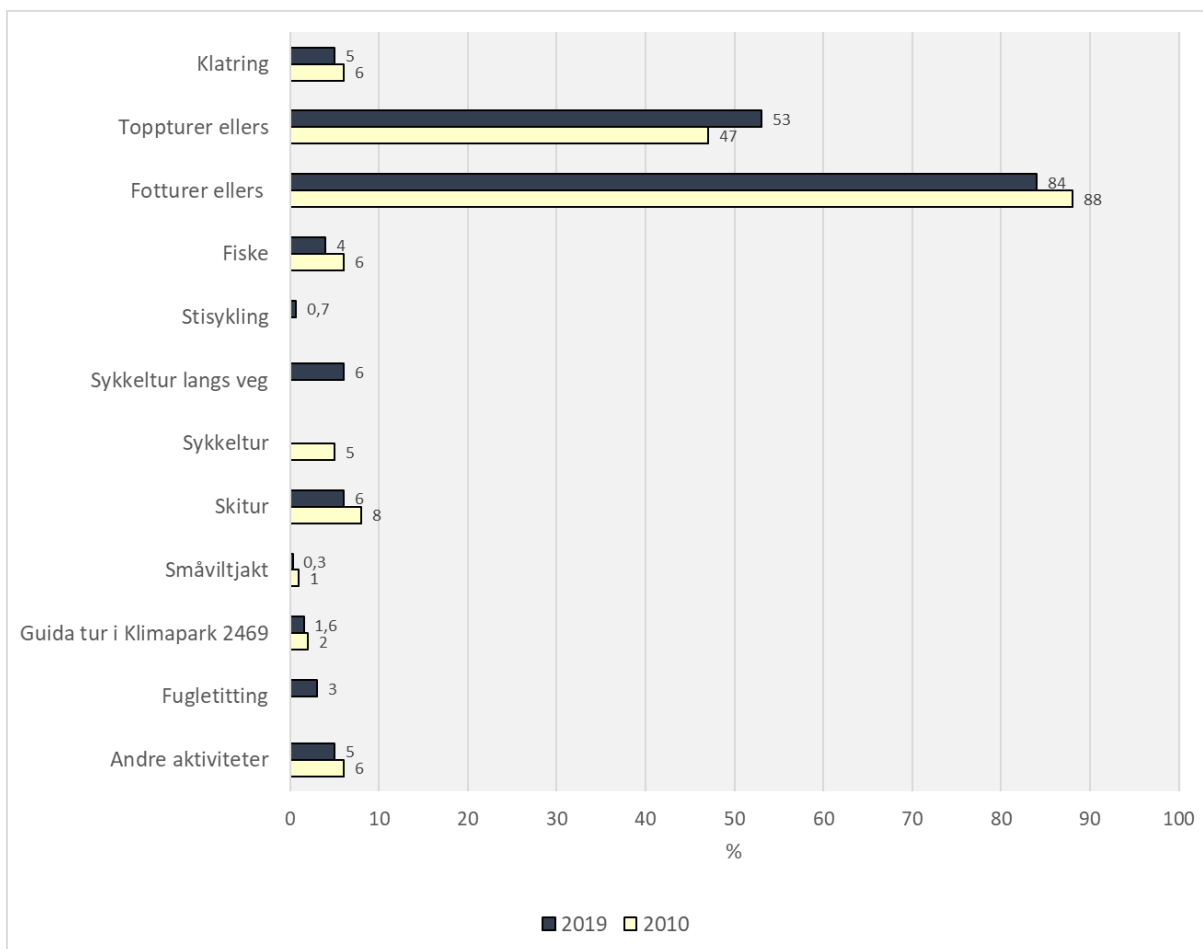
Blant de som hadde tatt flere dagsturer fra ulike utgangspunkt var Galdhøpiggen og Besseggen de mest populære turmålene i 2010, men også Glittertind, Fannaråken, Kyrkja og Utladalen ble nevnt av flere. Dette er de mest nevnte turmålene også i 2019 blant highlight-turistene.

De åpne spørsmålene indikerer at det i hvert fall er to grupper blant highlight-turistene; De som er på dagsturer til ulike fjelltopper, gjerne 2000-metere og de som reiser rundt og tar kortere dagsturer. Både i 2010 og 2019 ser en at der en gruppe som kun ramser opp flere av turisthyttene/ reiselivsbedriftene rundt Jotunheimen som turmålene.

4.9 Deltakelse i ulike aktiviteter – hele året

En del av de som benytter Jotunheimen til friluftsliv er på flere turer i området i løpet av året. Bosatte og hytteeiere i kommunene rundt Jotunheimen er eksempler på slike brukere. Registreringene på selvregistreringskortene viser bare aktiviteten på den turen kortet blir fylt ut. For å registrere bruken over året, ble det i etterundersøkelsen derfor spurt om hvilke aktiviteter folk hadde deltatt i det siste året (figur 29).

Det har vært små endringer i hvilke typer aktiviteter folk deltar i fra 2010 til 2019. Turer til fots er den mest utbredte aktiviteten begge undersøkelsesårene. Den største endringen gjelder toppturer, der det har vært en økning fra 47 til 53% som har vært på topptur i løpet av det foregående året.



Figur 29 Andel som utøvde ulike aktiviteter i Jotunheimen i løpet av 2010 og 2019
(Vekta resultater i forhold til variabelen «erfaring fra flerdagers fot-/skiturer», med samme fordeling som data fra selvregistreringskortene)

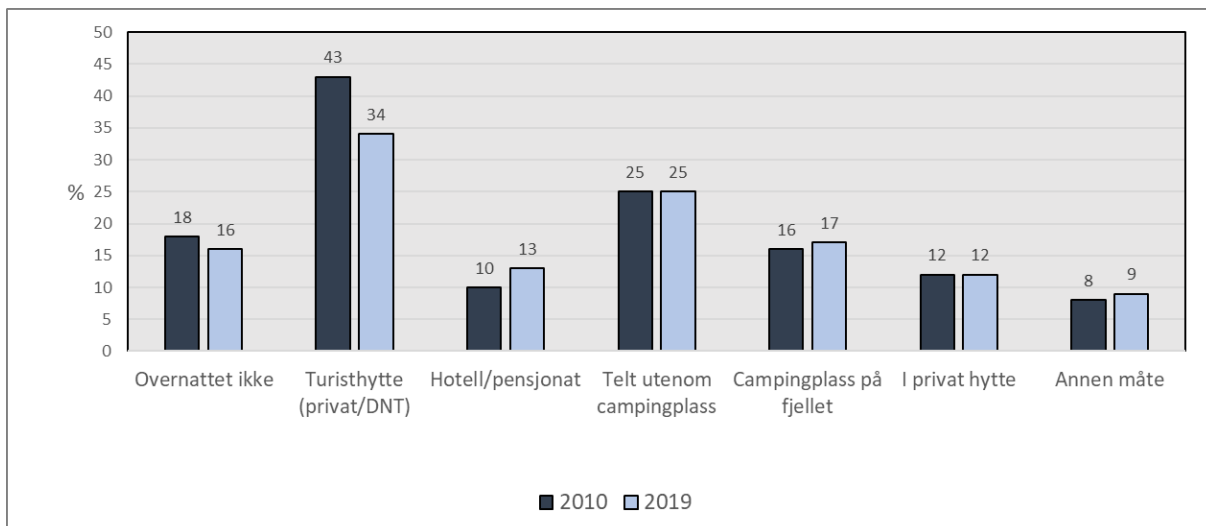
4.10 Overnattinger i selve Jotunheimen eller i utkanten av Jotunheimen¹²

Rundt 85% av de som var bosatt utenom de som bor i nærheten av Jotunheimen¹³ oppga at de hadde overnatta i selve Jotunheimen eller i utkanten av Jotunheimen i forbindelse med noen av turene det siste året. Dette er på samme nivå som i 2010.

Overnattingsmåtene har også vært gjennomgående stabile fra 2010 (figur 30), men det er en nedgang i andelen som ligger på en turisthytte og en økning i andelen som ligger på hotell/pensjonat. I kategorien «Annen måte» har mange svart overnatting i bil/bobil.

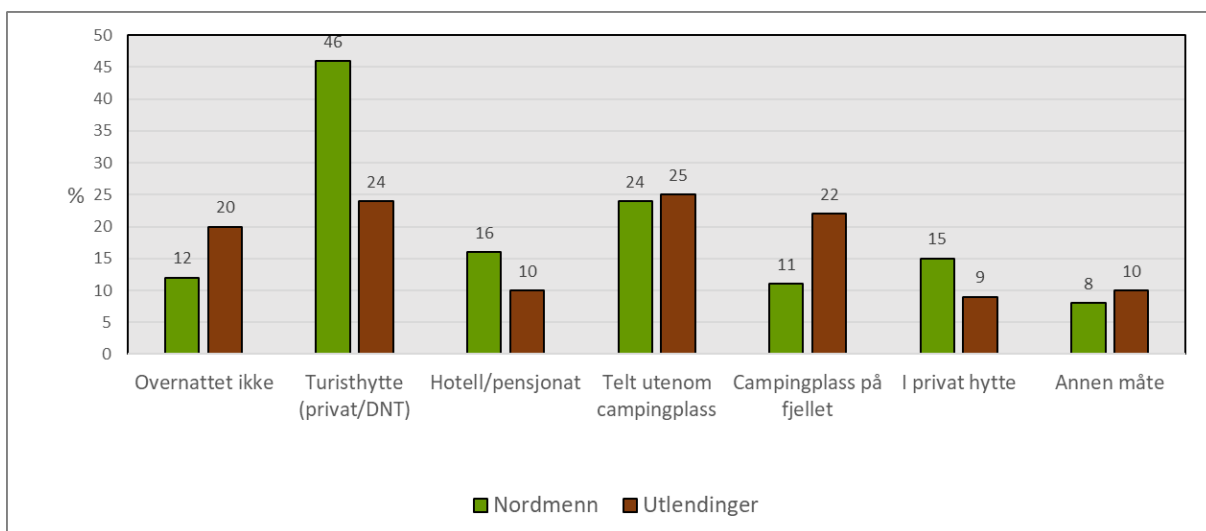
¹² I tillegg til overnattingsmåte ble respondentene også spurt om *hvor* de overnattet. Spørsmålet om overnattingssted ble tatt med først og fremst for å kontrollere at respondentene avgrenset Jotunheimen på riktig måte. Svarene er gjennomgått manuelt, og åpenbare feil, som overnattinger i Flåm, er luket vekk.

¹³ Lom, Vågå, Vang, Øystre Slidre, Årdal, Luster.



Figur 30 Andel som overnattet på ulike måter i forbindelse med noen av turene i 2010 og 2019 (flere overnattingsmåter mulig) – Bosatte utenom lokalkommuner¹⁴

Som i 2010 overnattet nordmenn i større grad i Jotunheimen enn utenlandske besøkende, henholdsvis 88 og 80%. Og som i 2010 er det en større andel norske besøkende som overnatter både på turisthytter og hotell/pensjonater, sammenlignet med utenlandske besøkende. Blant utenlandske besøkende er det flere enn norske besøkende som foretrekker campingplass på fjellet. Dette er også i samsvar med det en registrerte i 2010.



Figur 31. Andel nordmenn og utlendinger som overnattet på ulike måter i forbindelse med noen av turene i 2019 (flere overnattingsmåter mulig) – Bosatte utenom lokalkommuner⁶

¹⁴ Resultatene både i 2010 og 2019 er vekta i forhold til variabelen "erfaring fra flerdagersturer", med samme fordeling som data fra selvregistreringskortene.

5. Informasjon

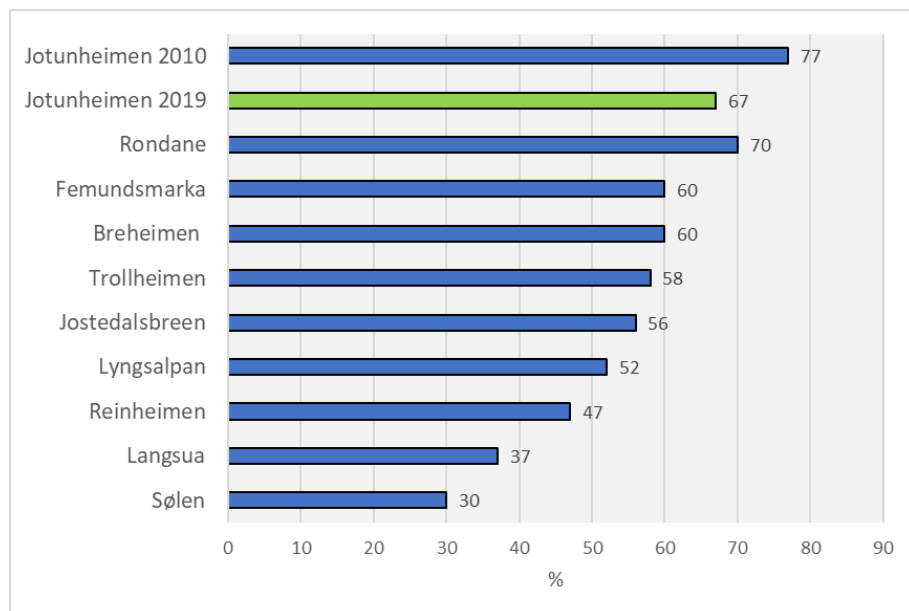
5.1 Hvor mange skaffer seg informasjon turen, og hva slags informasjonskilder benytter de?

67% hadde skaffet seg informasjon om Jotunheimen før de kom til området i 2019. Dette er en nedgang fra 2010 da 77% hadde skaffet seg informasjon om Jotunheimen før de kom til området. 69% av utenlandske besøkende i Jotunheimen hadde skaffet seg informasjon før besøket, sammenlignet med 63% av de norske besøkende.

Andelen som skaffer seg informasjon før turen er likevel fortsatt høyt, sammenlignet med mange andre nasjonalparker/større landskapsvernområder (figur 32).

Hvor mange som skaffer seg informasjon på forhånd varierer naturlig nok mer hvor mange ganger de har vært i Jotunheimen tidligere. Blant de førstegangsbesøkende hadde 71% skaffet seg informasjon før ankomst, mens 65% av de som hadde vært i Jotunheimen tidligere har skaffet seg informasjon.

Om folk skaffer seg informasjon før de kommer til Jotunheimen, varierer også med om Jotunheimen er hovedmålet for turen. For de som hadde Jotunheimen som hovedmål med turen var det 80% (N=219) som hadde skaffet seg informasjon om Jotunheimen før de kom til området, sammenlignet med 66% blant de som var på en rundreise (N=204), og 55% blant de som besøkte Jotunheimen som en avstikker til/fra et annet hovedreisemål (N=65).



Figur 32. Andel som hadde skaffet seg informasjon om verneområdet før de kom til området

Internett er den klart mest brukte informasjonskilden for de besøkende til Jotunheimen (figur 33). 19% hadde skaffet seg informasjon fra blogg/facebook/andre sosiale medier, mens 49% oppga å ha hentet informasjon fra internett ellers. 174 personer oppga hvilken nettside de hadde benyttet. Nesten halvparten oppga DNT's sider eller ut.no.

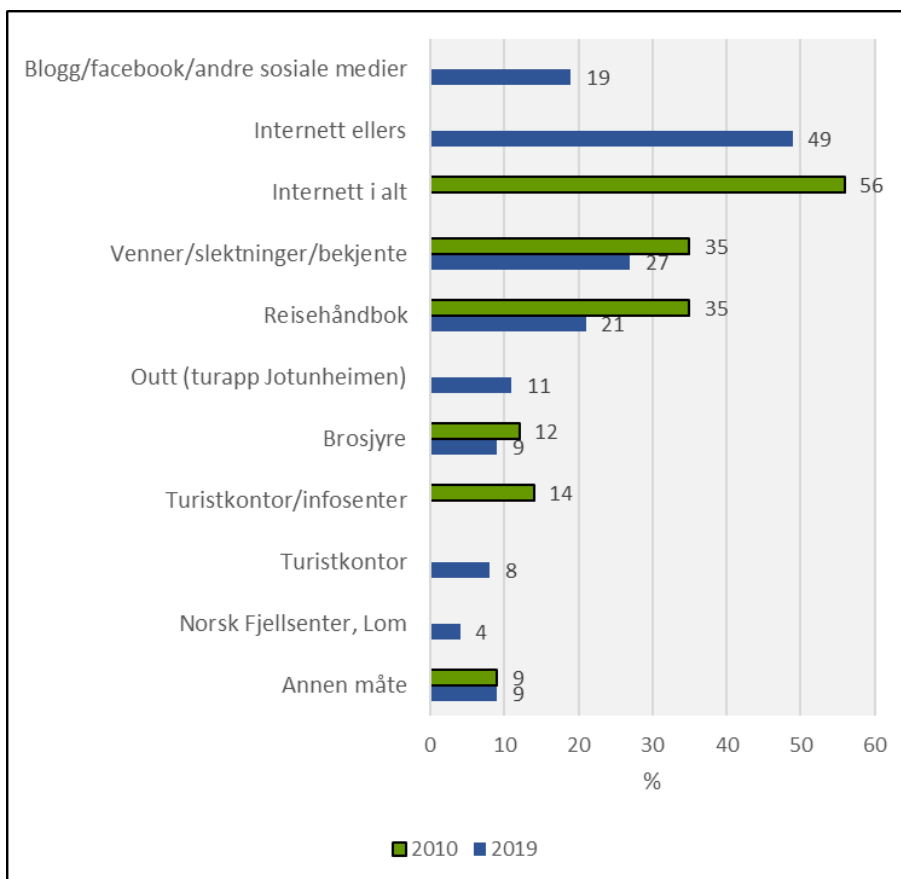
Vel en fjerdedel har innhentet informasjon fra slekt og venner. Norske besøkende gjør dette i langt større grad enn utenlandske besøkende (hhv. 51 og 21%). 21% har skaffet seg informasjon fra en reisehåndbok. Dette gjaldt 31% av utenlandske besøkende mot bare 11% av norske besøkende. Om lag 10% hadde benyttet henholdsvis Outt sin turapp, brosjyre og turistkontorer.

Av de som skaffet seg informasjon på forhånd oppga 28% å ha brukt én informasjonskilde, 33% oppga flere informasjonskilder mens 26% oppga tre ulike informasjonskilder.

Det ble i 2019 spurt om bruken av flere infokilder enn i 2010. Resultatene er derfor ikke helt sammenlignbare. Bruken av internett ligger på om lag samme nivå, 56% i 2010 og 57% samla for blogg/facebook/andre sosiale medier/ouutt-appen og internett ellers i 2019.

Venner/slektninger og bekjente brukes som infokilder av færre i 2019 enn 2010, men noe av dette kan skyldes at andelen av utenlandske besøkende har økt. Betydningen av reisehåndbøker har avtatt kraftig siden 2010, både blant norske og utenlandske besøkende, selv om nesten en tredjedel av de utenlandske besøkende fortsatt har skaffet seg informasjon før turen fra en reisehåndbok.

9% har oppgitt å ha innhentet informasjon på «annen måte». Bare 35 har svart på tilleggsspørsmålet om hvilken måte. Bøker, DNT og kart nevnes av flere.



figur 33. Andel som har skaffet seg informasjon fra ulike kilder før de kom til Jotunheimen i 2010¹⁵ og 2019. (Det var mulig å oppgi flere informasjonskilder slik at summen overstiger 100%).

¹⁵ Resultatene er vekta i forhold til variabelen "nasjonalitet", med samme fordeling som data fra selvregistreringskortene.

5.2 Savner de besøkende informasjon når de er i Jotunheimen?

Relativt få savner informasjon under besøket i Jotunheimen. Bare 14% svarte at det var noe de savnet informasjon om under besøket. Denne andelen er om lag uendret fra 2010 (12% hadde savnet informasjon under besøket). Utenlandske besøkende savnet i noe større grad informasjon under besøket enn norske besøkende (henholdsvis 17 og 11%).

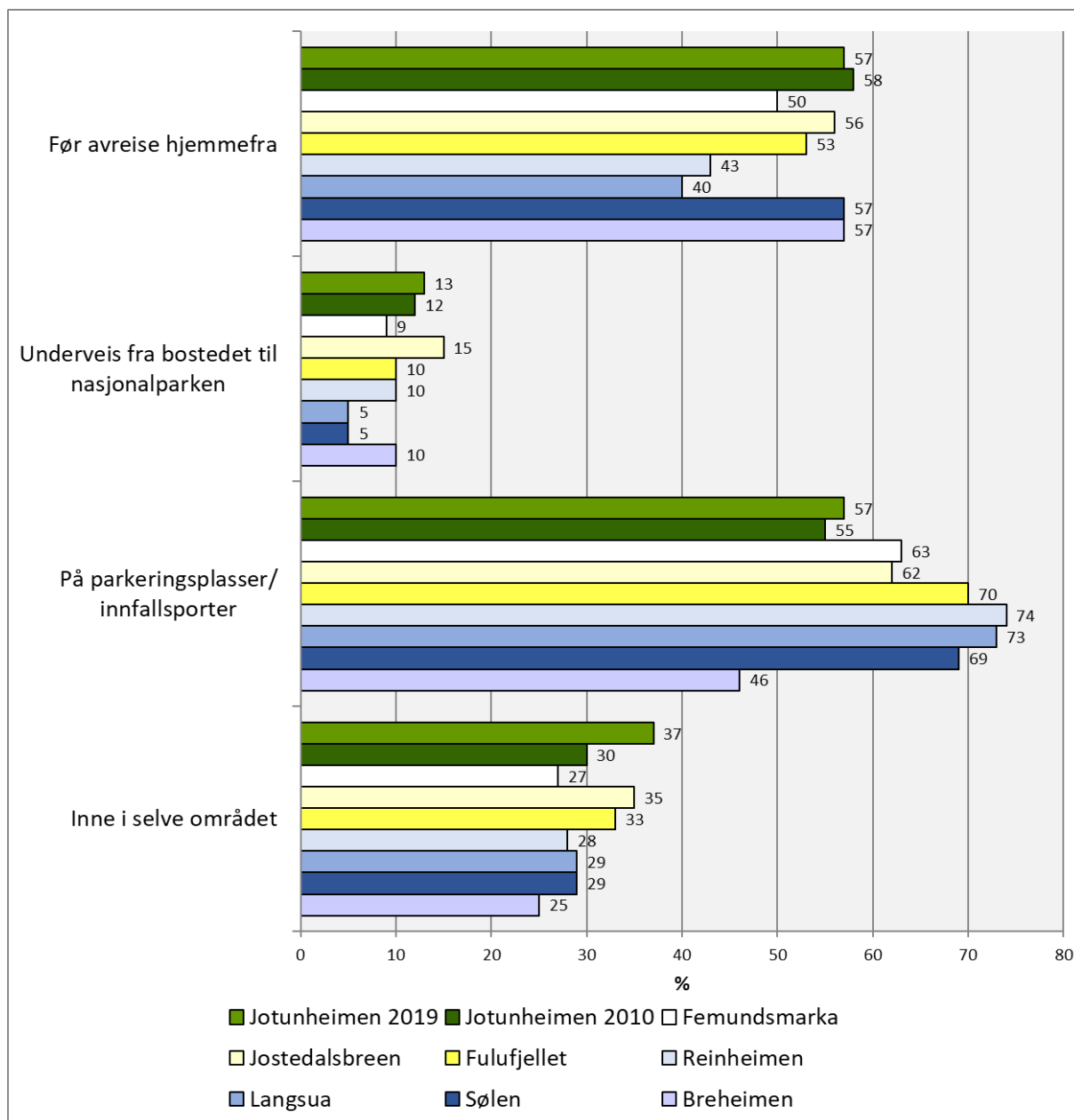
I både Jotunheimen og Rondane savnes det i hovedsak informasjon av *praktisk* karakter under turen. Det aller flest savnet informasjon om i Jotunheimen, var flere turforslag (7% savnet dette). 4% savnet generell informasjon om området, mens 2-3% savnet informasjon om overnattingsmuligheter, fine fotopunkter, regler for bruk av verneområdene og fugle-, dyre- og planteliv. 7% oppga andre ting de savnet informasjon om, som merking av stier, vanskelighetsgrad på ulike turer, mm (se vedlegg 4).

5.3 Hvordan ønsker de besøkende at informasjon skal formidles?

I de mange brukerundersøkelsen som er gjennomført i norske nasjonalparker er det spurt om hvordan folk ønsker at informasjon fra forvaltningsmyndigheten skal gis. Vi har her sammenlignet svarene fra Jotunheimen med en del andre verneområder. Ut fra denne begrensa sammenligningen ser det ut til at en har relativt klare mønstre for hvordan de besøkende ønsker at informasjon skal formidles.

Foretrukket tidspunkt

Besøkende til norske nasjonalparker ser ut til å foretrekke å få informasjon enten før avreise hjemmefra eller på parkeringsplasser/innfallsporter (figur 34). Dette gjelder på tvers av de åtte nasjonalparkene vi har sammenlignet, og resultatet er relativt stabilt fra 2010 til 2019 i Jotunheimen.

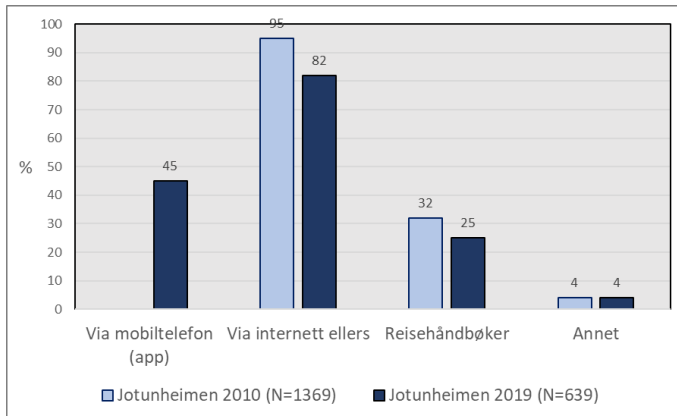


Figur 34. Når ønsker de besøkende å motta informasjon? (Flere svar mulig)

I Jotunheimen har andelen som ønsker informasjon inne i området økt fra 2010 til 2019, fra 30 til 37%. Dette kan være et utslag av at andelen utlendinger har økt i samme periode, siden utenlandske besøkende i større grad enn norske besøkende ønsker informasjon inn i området (46 og 29%). Informasjon gitt inne i området er i 2019 også mer populært blant de som ikke har vært i Jotunheimen tidligere enn blant de som har erfaring fra Jotunheimen (henholdsvis 47 og 32% ønsker informasjon inne i området). De som har Jotunheimen som hovedreisemål ønsker i større grad informasjon før de dra hjemmefra enn de som er på rundreise/har flere formål med turen (hhv. 66 og 49%).

Foretrukket informasjonskanal hjemme

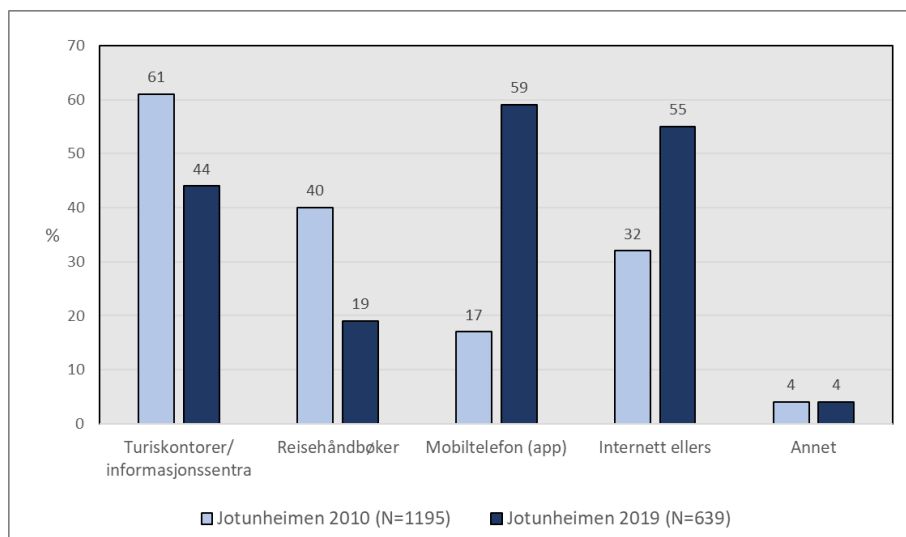
Internett er den klart foretrukne informasjonskanalen i hjemmesituasjonen, i 2019 som i 2010. I 2019 ønsker også nesten halvparten av de spurte informasjon via mobil (spørsmålet ble ikke stilt i 2010). I samsvar med bruken av informasjon, jfr. avsnitt 5.1, ser vi en nedgang også i preferansene for bruk av reisehåndbøker. Reisehåndbøker er mer populært blant utenlandske besøkende enn norske besøkende (hhv. 32 og 19% ønsker info hjemme via reisehåndbøker). Info via mobil er mest populært blant norske besøkende (53% mot 36% blant utenlandske besøkende. Interessen for info via mobil avtar ikke uventet med alderen. Andelen som ønsker info via mobil er 52% i aldersgruppen 15-34 år, 44% i aldersgruppen 35-44 år og 31% i aldersgruppen 55+.



Figur 35. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende når de er hjemme?

Foretrukket informasjonskanal underveis på turen

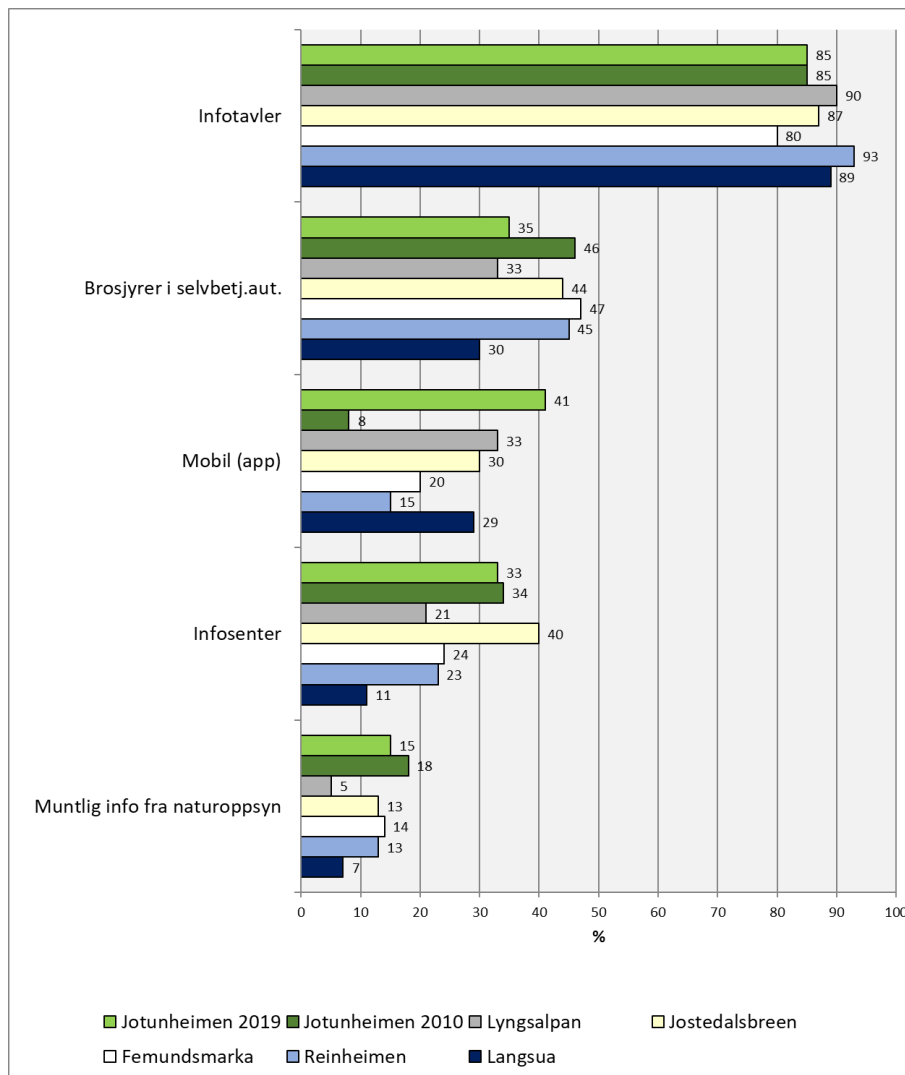
De endringene en har sett de siste årene innen informasjonsteknologi har ført til store endringer i preferanser for informasjonskanal når folk er underveis fra bostedet til Jotunheimen. Preferansene for informasjon via mobil (app) eller internett ellers har økt kraftig fra 2010 til 2019, mens interessen for å hente informasjon via turistkontoret/infosentra har blitt vesentlig redusert (figur 36). Reisehåndbøker er mest populært blant de som er på rundreise (30% vs. 14% blant de som ikke er på rundreise). Rundreiseturister også noe mer interessert i informasjon fra turistkontorer/informasjonssentra enn andre typer av reisende (53% vs. om lag 40%). I og med at langt flere utenlandske besøkende er på rundreise, så slår dette også ut i preferanser for informasjonskanal. 28% av utenlandske besøkende er interessert i info fra reisehåndbøker underveis på turen, mens bare 11% av norske besøkende. For info fra turistkontorer/infosentra er tilsvarende tall 54 og 34%. Oppslutning blant de yngre om ny teknologi betyr ikke nødvendigvis at tradisjonelle informasjonskilder vrakes. I aldersgruppen 15-34 år (N=169) ønsket 57% informasjon fra turistkontor/informasjonssentra underveis på turen, sammenlignet med 43% (N=200) i aldersgruppen 35-54 og 34% (N=151) i aldersgruppen 55+. Noe av forskjellen kan antakelig tilskrives at det er flere utlendinger blant de yngste enn eldste, men neppe hele forskjellen.



Figur 36. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende når de er underveis fra bostedet til Jotunheimen?

Foretrukket informasjonskanal ved parkeringsplasser/innfallsporter

I alle de seks verneområdene som er sammenlignet er informasjonstavler den klart foretrukne informasjonsmetoden ved parkeringsplasser/innfallsporene. Også brosjyrer i selvbetjeningsautomater etterspørres av mellom 30 til 50 prosent av de besøkende til de ulike verneområdene (figur 37). Det er to større endringer fra 2010 til 2019 i Jotunheimen; Det er færre som etterspør brosjyrer i selvbetjeningsautomater (35% i 2019 mot 46% i 2010), og andelen som vil ha informasjon via mobil (app) har økt formidabelt, fra 8 til 41%.



Figur 37. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende ved innfallsporter/parkeringsplasser til ulike verneområder?

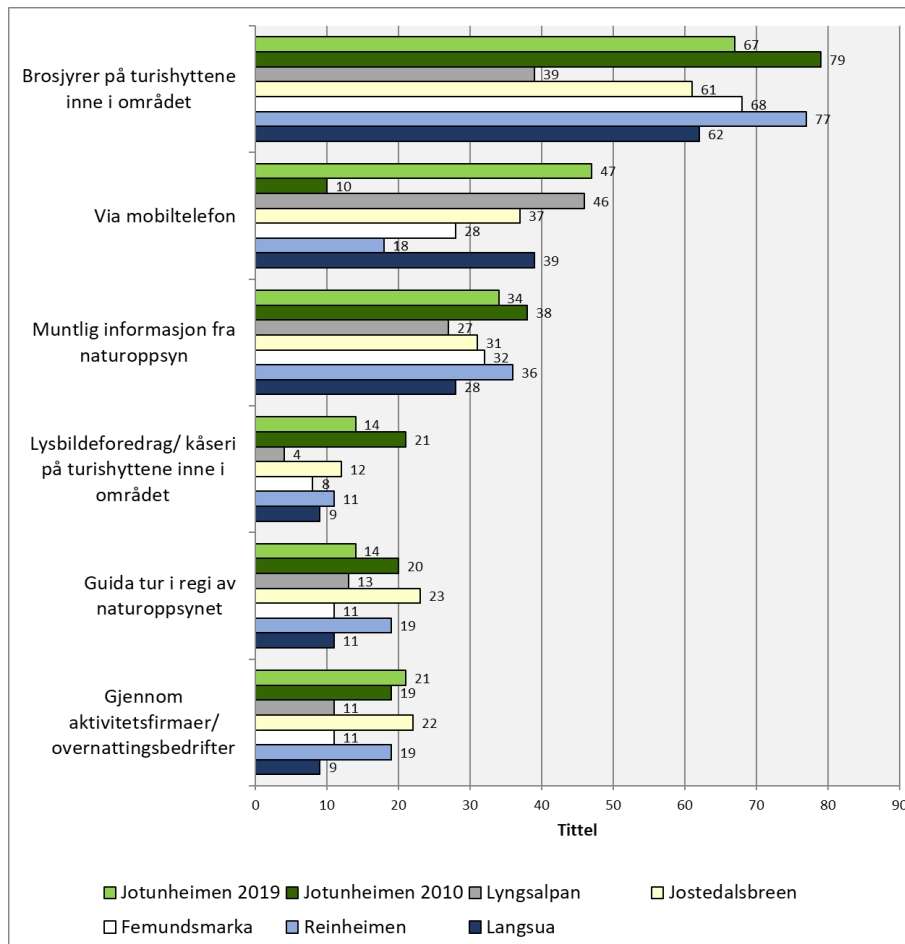
En noe større andel av de førstegangsbesøkende til Jotunheimen sammenlignet med de som har vært i området tidligere, foretrekker brosjyrer i selvbetjeningsautomater (44% vs. 31 %) og informasjonssenter (42% vs. 27%) ved parkeringsplassene/innfallsporene.

Norske besøkende foretrekker i større grad enn utlendinger å få informasjonen på innfallsporene via mobil (app) (46% vs. 34%). Situasjonen er motsatt for brosjyrer i selvbetjeningsautomater (22% blant nordmenn vs. 49 % blant utenlandske besøkende) og informasjonssenter (20% vs. 46%).

Foretrukket informasjonskanal inne i Jotunheimen

Inne i verneområdene er det brosjyrer på turisthyttene som foretrekkes av flest, men mange ønsker også informasjon via mobiltelefon og som muntlig informasjon fra naturoppsynet (figur 38).

En ser noe av de samme endringer i Jotunheimen fra 2010 til 2019 på dette spørsmålet som i foregående avsnitt; Brosjyrer taper terreng mens oppslutningen om mobil som informasjonskilde øker kraftig. Det ser generelt også ut til å være en svak tilbakegang i ønskene om personlig informasjon, med en tilbakegang både for muntlig informasjon fra naturoppsynet, lysbildeforedrag på turisthyttene og guida turer i regi av naturoppsynet.



Figur 38. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende inne i ulike verneområder?

Som i 2010 finner en at yngre i større grad enn eldre vil ha informasjon fra naturoppsyn. Mens 44% i aldersgruppen 15-34 år ønsket muntlig informasjon fra naturoppsyn de treffer på ute i fjellet, gjaldt dette 35% i aldersgruppen 35-54 år og 28% i gruppen 55+.

6. Opplevelser

Vakkert landskap, stillhet og uberørthet?

Verneforskriften for Jotunheimen nasjonalpark (§1) sier bl.a. at

«Formålet med nasjonalparken er å ta vare på eit stort, samanhengjande og villmarksprega naturområde i overgangen mellom austlandsk og vestlandsk fjellnatur som inneheld særprega og representative økosystem og landskap utan tyngre naturinngrep»

«Vidare er formålet med vernet å ta vare på...Vakre og eigenarta landskap»

«Ålmenta skal ha høve til uforstyrtra naturoppleving gjennom utøving av naturvenleg og enkelt friluftsliv med liten grad av teknisk tilrettelegging».

Villmarkspreget, vakkert og uberørt landskap og uforstyrret naturopplevelse er med andre ord kvaliteter som nasjonalparken skal tilby. I undersøkelsen blant de besøkende til Jotunheimen ble de besøkende spurt om i hvilken grad de opplevde at Jotunheimen innehar disse kvalitetene.

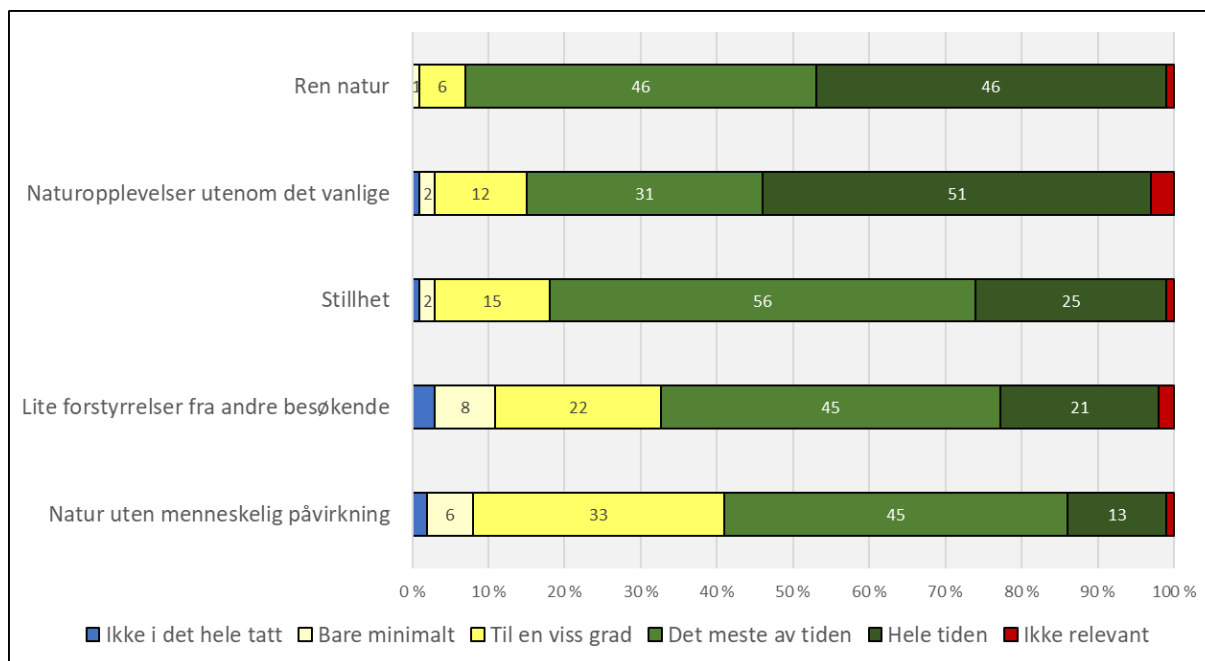
Så å si alle spurte (96%) var klar over at Jotunheimen var vernet som nasjonalpark før de kom til området (samme andel som i 2010). Dvs. at de besøkende sannsynligvis har forventninger om å oppleve både vakkert landskap, stillhet og uberørthet.

Resultatene viser for det første at dette er kvaliteter som er relevante for de besøkende. Svært få svarte at stillhet, uberørthet og naturopplevelser ikke var relevant for dem (figur 39).

Det er i verneforskriften ikke sagt noe om hvem som skal fastsette hvordan ulike kvaliteter skal forstås. Hva en uforstyrret naturopplevelse er, vil variere mellom individer og grupper. I forhold til å følge utviklingen i et område over tid og å kunne sammenligne mellom områder, er det likevel interessant å se på hvordan de besøkende oppfatter området. Forsøpling-/forurensingssituasjonen oppleves i minst grad som et problem blant de besøkende. Over 90% hadde opplevd ren natur det meste av tiden eller hele tiden under oppholdet i Jotunheimen. Også naturopplevelser utenom det vanlige og stillhet er det rundt 80% som opplevde det meste av tiden/hele tiden.

Situasjonen er ikke like optimal for forstyrrelser fra andre og uberørt natur. En tredjedel er ikke enige i at de har opplevd lite forstyrrelser fra andre det meste av tiden/hele tiden, og vel 40% er ikke enige i at de har opplevd natur uten menneskelig påvirkning det meste av tiden/hele tiden.

Utenlandske besøkende har opplevd Jotunheimen som mer uberørt enn norske besøkende. Mens 69% av de utenlandske besøkende hadde opplevd natur uten menneskelig påvirkning det meste av tiden/hele tiden, gjaldt dette «bare» 49% av norske besøkende. Det var også noen flere utenlandske besøkende som det meste av tiden/hele tiden hadde naturopplevelser utenom det vanlige enn norske besøkende (hhv. 87 og 78%).



Figur 39. I hvilken grad opplevde du følgende under ditt besøk/dine besøk i Jotunheimen det siste året?

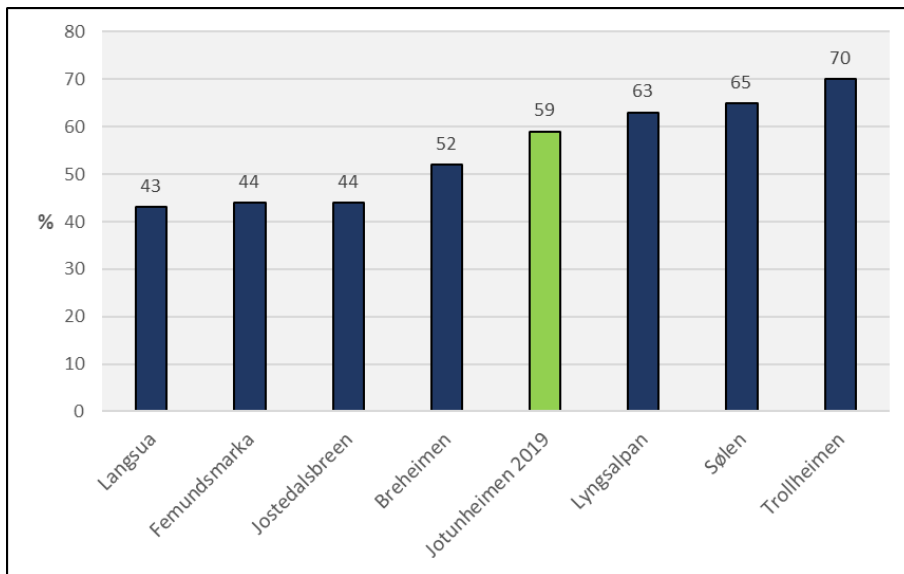
8% av de spurte hadde sett noen som drev med droneflyging under turen(e) i Jotunheimen sommeren 2019. Av de som hadde opplevd droneflyging var det 40 av 48 som opplevde flygingen som forstyrrende. 18 syntes flygingen var så forstyrrende at det ble en negativ opplevelse.

Droner ble rapportert sett på Besseggen/ved Gjende, Utladalen, Eidsbugarden, Galdhøpiggen, Glittertind, Fannaråken, Storebjørn, Glitterheim, Koldedalen, Leirdalen, Sognefjellet, Gjendebu, Turtagrø, Spiterstulen og Torfinnsbu.

Droner er et forholdsvis nytt fenomen, og forvaltningen i Jotunheimen mottar en rekke søknader i løpet av året om filming med droner. I tillegg er det rapportert om ulovlig filming. I Jotunheimens formålsparagraf heter det at allmenheten skal ha anledning til «uforstyrra naturoppleveling». For en del av de besøkende er droneflyging ikke forenlig med en uforstyrra naturopplevelse. Det er derfor viktig å følge utviklingen i droneflyging nøye. Det er også grunn til å vurdere om forvaltningspraksisen bør strammes ytterligere inn i forhold til tidspunkt/områder der droneflyging tillates.

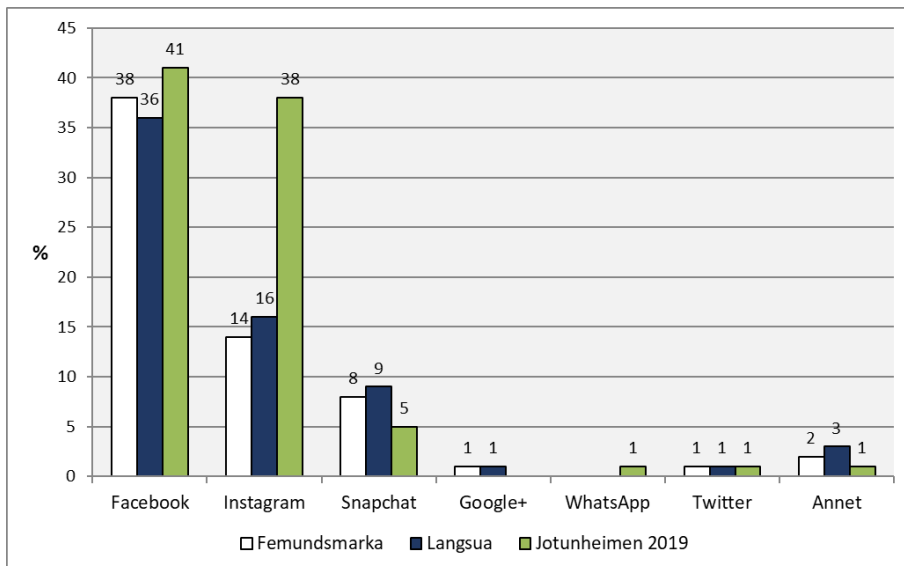
6.1 Deling av opplevelsene i sosiale medier

Om lag 60% delte sine opplevelser i Jotunheimen via sosiale medier. Sammenlignet med andre verneområder ligger Jotunheimen omtrent midt på treet. Flere norske enn utenlandske besøkende delte opplevelsene via sosiale medier enn (hhv. 69 og 48%). Yngre delte i noe større grad enn eldre, men kanskje ikke i sås stor grad som forventet. Mens 61-62% av de aldersgruppen 15-34 og 35-54 delte opplevelsene i sosiale media gjorde 51% i aldersgruppen 55+ det samme.



Figur 44. Andel som delte opplevelsene i ulike verneområder i sosiale media

Facebook er det sosiale mediet flest brukte både i Langsua, Femundsmarka og Jotunheimen for å dele sine opplevelser (figur 45). I Jotunheimen i 2019 brukte imidlertid nesten like mange Instagram som Facebook.



Figur 45. Andel som brukte ulike sosiale media for å dele opplevelsene i Femundsmarka, Langsua og Jotunheimen

7. Tilrettelegging

Alt i alt er 94% fornøyde eller svært fornøyde med tilretteleggingen for friluftsliv i Jotunheimen sommerstid. Dette er en liten øking fra 2010 da 90% var fornøyde/svært fornøyde.

Et «Importance- performance grid» (Tonge et al. 2011) gir en helhetsoversikt over hvordan de besøkende til Jotunheimen sommeren 2019 vektlegger og vurderer de viktigste tilretteleggingstiltakene forvaltningen gjennomfører. Figur 40 viser at de besøkende mener forvaltningen gjør en tilfredsstillende jobb med tilrettelegging. Bortsett fra tilgjengeligheten av oppsyn i felt så skårer alle tiltak positivt på kvalitet. Ingen tiltak havner i den kategorien som bør utløse en alarm i forvaltningen, dvs. tiltak som er viktige for de besøkende men som oppleves å ha lav kvalitet.

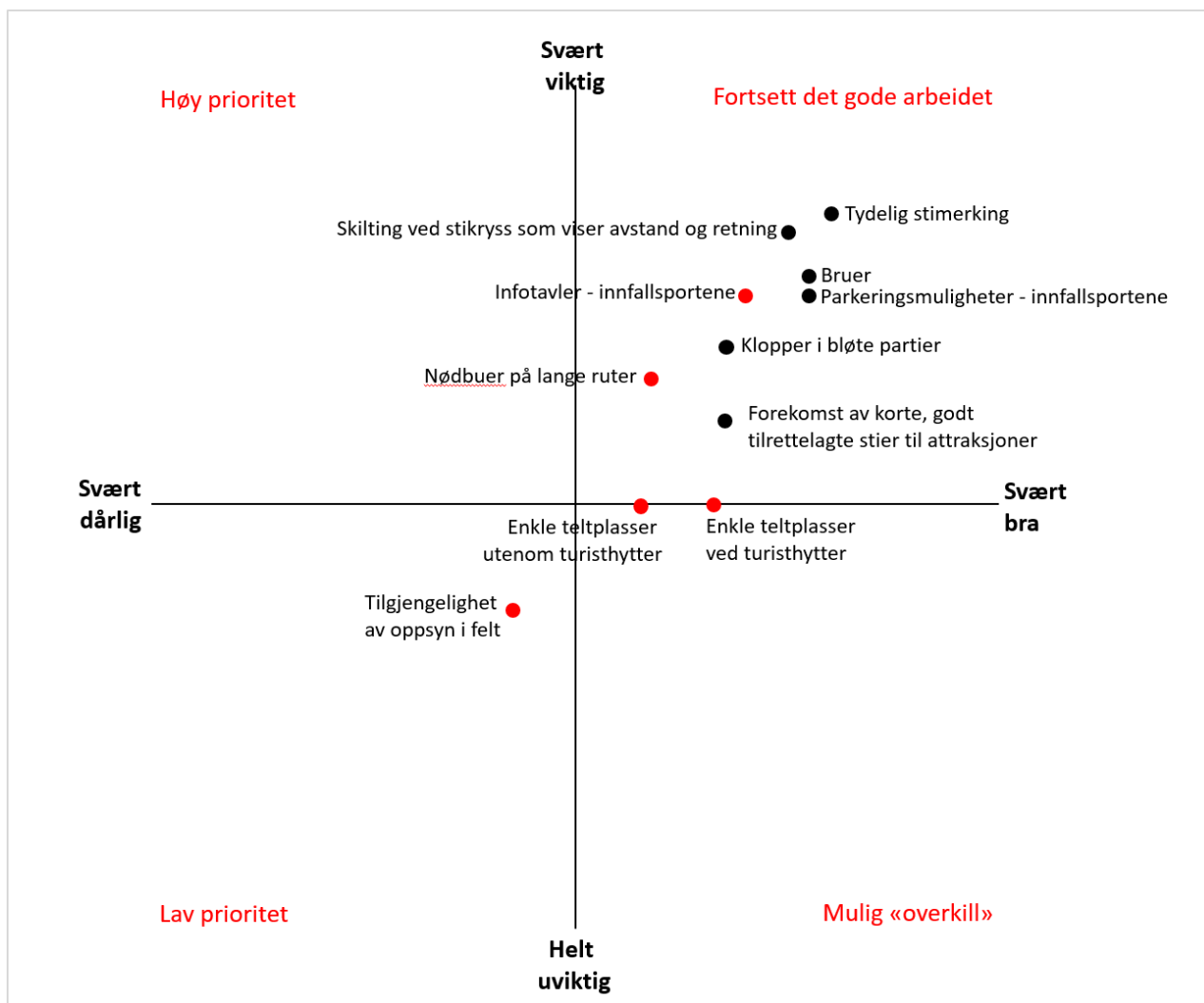
Merking og skilting av stier er de tiltakene som, ikke uventet, er viktigst for de besøkende. Dette gjelder også de erfarne friluftslivutøverne, selv om det er en svak tendens til at viktigheten avtar litt med erfaring. Disse tiltakene får også høy skåre på kvaliteten i Jotunheimen.

For bruer som gjør elver/bekker lette å krysse er tendensen motsatt. Her vektlegger de mest erfarne friluftslivutøverne og de som har besøkt Jotunheimen tidligere dette noe mer enn de med mindre erfaring. Dette skyldes sannsynligvis at de med mest erfaring fra flerdagers fotturer-/skiturer og de som har vært i Jotunheimen tidligere har mer erfaring med å krysse elver/bekker enn de mindre erfarne. Her er det også betydelige aldersforskjeller, som igjen kan skyldes erfaring. Mens om lag 70% av de mellom 15 og 34 mente bruer over elver og bekker var viktig/svært viktig, var det i underkant av 90% i aldersgruppen 55+ som vektla dette.

Enkle teltplasser *utenom* turisthyttene er viktigst for de yngste (viktig/svært viktig for de mellom 15 og 34, sammenlignet med 27% i gruppen 55+).

Informasjonstavler ved innfallsporter er noe viktigere for de som har minst erfaring fra flerdagers fotturer-/skiturer (0-5 turer), sammenlignet med de med erfaring fra flere fotturer-/skiturer (hhv. 84 og 71% som mente slike tavler var viktig/svært viktig). Det kan indikere at de mest erfarne utøverne i mindre grad leser infotavler ved innfallsporene, og at denne gruppen i mindre grad nås gjennom en slik kommunikasjonskanal. En tilsvarende tendens ser en i forhold til alder; de eldste er noe mer interessert i informasjonstavler ved innfallsporene enn de yngste.

Interessen for korte, godt tilrettelagte stier til attraksjoner som utkikkspunkt eller fosser øker noe med alderen og er mest interessant for de liten erfaring fra flerdagers fotturer-/skiturer.



Figur 40. Importance- performance grid for tilretteleggingstiltak

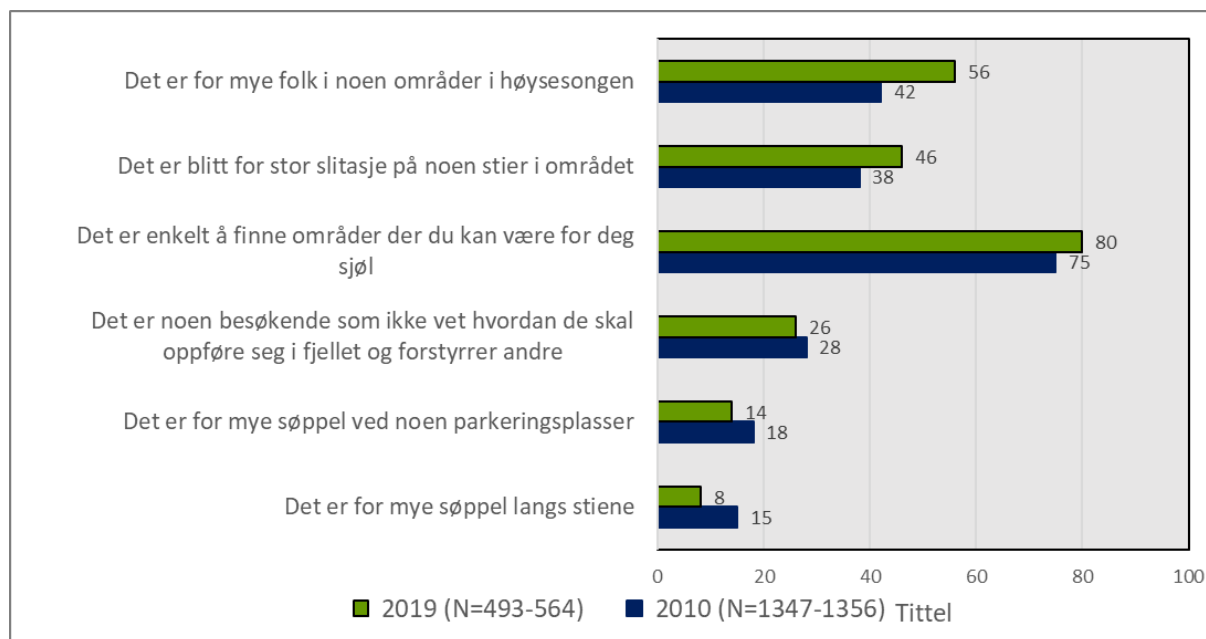
Røde prikker: En betydelige andel av de spurte (om lag 30%) har ikke vurdert kvaliteten på disse tiltakene i Jotunheimen. Skalaer fra 1 til 5.

Resultatene betyr ikke at det ikke er rom for forbedringer. Som i 2010 var det rundt 25% som mente at det var forhold som bør forbedres. 142 har begrunnet sitt svar. En fjerdedel av disse igjen etterlyser bedre skilting og merking av stiene. Dette er om lag samme andel som i 2010. Tiltak som etterlyses av flere er ellers bedre kollektivtilbud og informasjon om dette, noen få etterlyser toalett over Besseggen og på Fannaråken, noen ønsker flere ruter, og noen har hatt problemer med å finne utgangspunktet for stier. Som i 2010 er det også 6-7% av de som har svart på det åpne spørsmålet som *ikke* vil ha mer tilrettelegging.

8. Andre besøkende i området

10% oppga at de hadde møtt andre i Jotunheimen som de syntes oppførte seg negativt. Dette er på samme nivå som i 2010 (11%). Som i 2010 er det forsøpling flest reagerer på, men også at en del ikke har tilstrekkelige ferdigheter/utstyr. 10 av de 58 som svarte på det åpen spørsmålet om hva de reagerte på, nevnte løse hunder.

Andelen som mener at det er for mye folk i noen områder i høysesongen har økt betydelig fra 2010 til 2019 (figur 41). Mens 42% av de besøkende var enige i denne påstanden i 2010, har den økt til 56% i 2019. Den opplevde slitasjen på noen av stiene i områdene har også økt, fra 38% som var enige i 2010 til 46% i 2019. 80% i 2019 mente likevel at det var enkelt å finne områder der de kunne være for seg sjøl, slik at det er alternativer for de som ikke ønsker å besøke de travleste områdene i høysesongen. Men når noen områder oppleves å ha for mye folk i høysesongen, så kan dette føre til at de besøkende sprer seg mer utover i området etter hvert. Spørsmålet er om forvaltningen aktivt ønsker å forsøke å påvirke denne spredningen, for å unngå sårbare områder. I så fall vil det være viktig å formidle informasjon om hvilke områder som har høyt besøkstrykk på hvilke tidspunkt, og hvilke områder det er mulig å oppleve mer uforstyrret, og som samtidig tåler noe mer besøk.



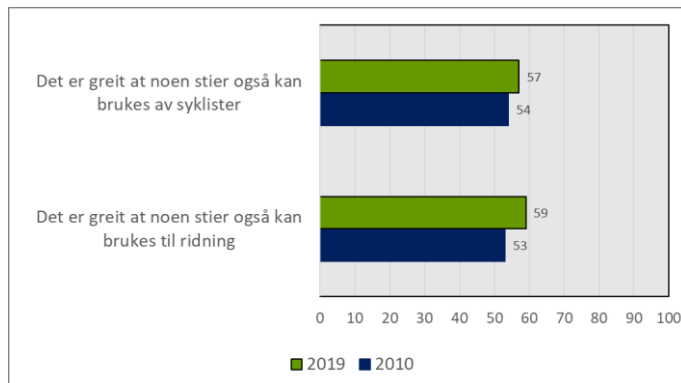
Figur 41. Andelen som er enig/svært enig i beskrivelsen av tilstanden i Jotunheimen

Forvaltningen i Jotunheimen og Besseggenpatruljen har fokusert på søppelrydding langs stiene. Dette synes å ha gitt resultater, med en halvering av andelen som syntes det var for mye søppel langs stiene fra 2010 til 2019 (fra 15 til 8%). De som har vært i Jotunheimen tidligere synes å oppleve noe mer søppel enn førstegangsbesøkende, særlig ved parkeringsplassene.

Det samme gjelder for opplevd slitasje på stiene. 51% av de som hadde besøkt Jotunheimen tidligere var enige i at det hadde blitt for stor slitasje på noen av stiene, sammenlignet med 37% blant de førstegangsbesøkende.

8.1 Hvilke bruksformer anses som akseptable?

Det har vært en svak økning i andelen som synes at noen stier kan brukes til sykling og ridning fra 2010 til 2019, men forskjellene er så små at en må avvente framtidige undersøkelser for å kunne si om dette er en trend.

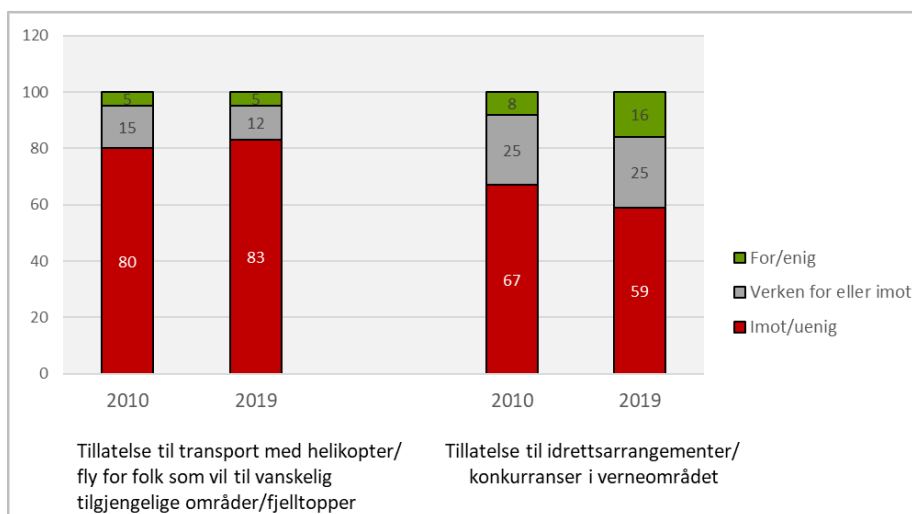


Figur 42. Andelen som er enig i at noen stier kan brukes til sykling/ridning

De med stor erfaring fra flerdagers fot-/skiturer og tidligere erfaring fra Jotunheimen er mindre positive til disse aktivitetene enn de med mindre/ingen erfaring.

Yngre er klart mer positive til sykling på noen stier enn eldre (67% enige/svært enige blant de mellom 15 og 34 år mot 47% i aldersgruppen 55+). Utlendinger bosatt utenom Norden er også mer positive enn norske/nordiske besøkende (hhv. 65 og 54%). Samme tendens ser en for synet på ridning på noen stier.

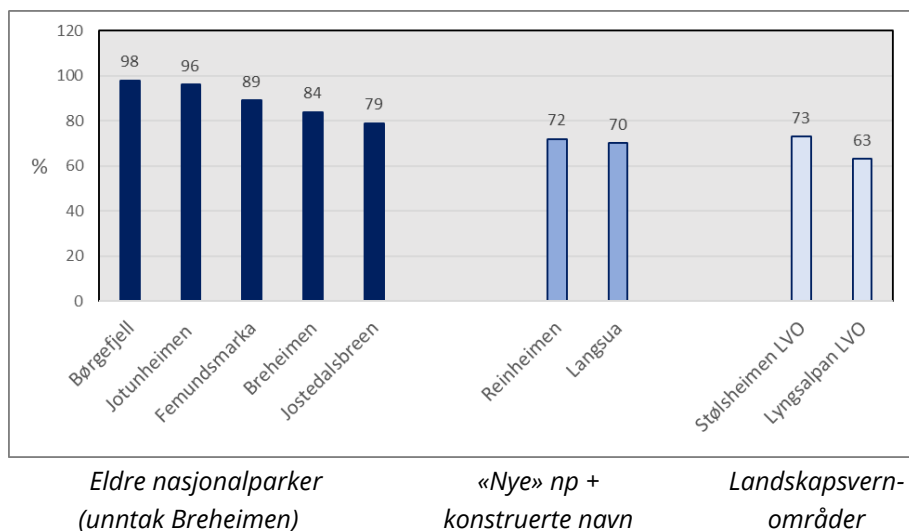
Det er i 2019, som i 2010, fortsatt få som synes det er noen god ide å tillate transport med helikopter/fly til vanskelig tilgjengelige områder/fjelltopper (figur 43). Synet på idrettsarrangementer/konkurranser har derimot endret seg noe, ved at 16% av de spurte nå synes dette kan tillates, mot bare 8% i 2010.



Figur 43. Holdninger til bruk av helikopter og konkurranser

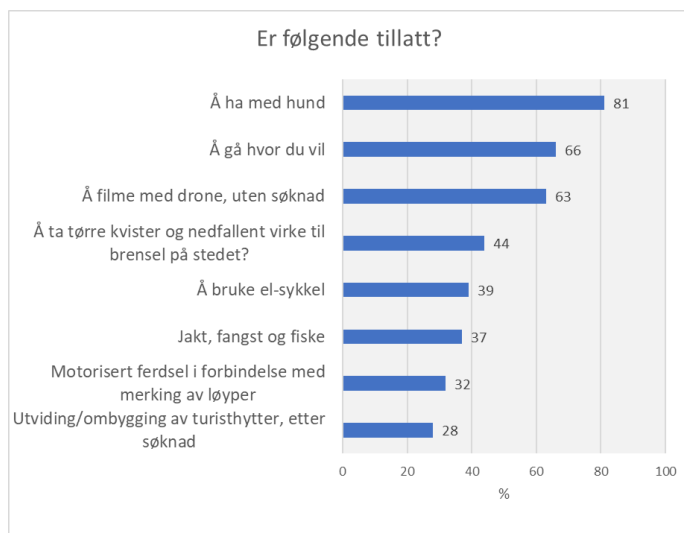
9. Kunnskap om regelverket for nasjonalparken

De aller fleste i Jotunheimen (96%) var klar over at området var vernet som nasjonalpark før de kom til området. Andelen er svært høy, sammenlignet med mange andre verneområder (figur 46). Det betyr at de fleste som kommer til området også vil være klar over at det vil være særlige regler for bruken av området.



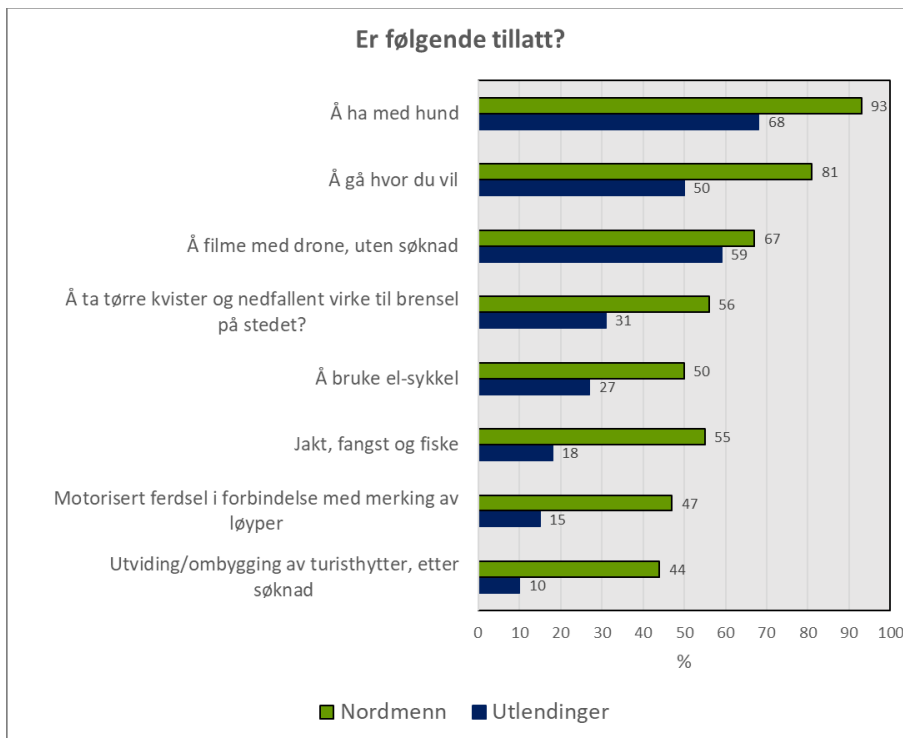
Figur 46. Andel som var klar over at området var vernet før de kom til området

Kjennskapen til regelverket er svært varierende. Det ble stilt 8 spørsmål om hva som er tillatt/ikke tillatt i nasjonalparken, med svarkategoriene Ja, Nei, Vet ikke. Andelen av korrekt svar, avhengig av tema, varierte fra 28 til 81%.



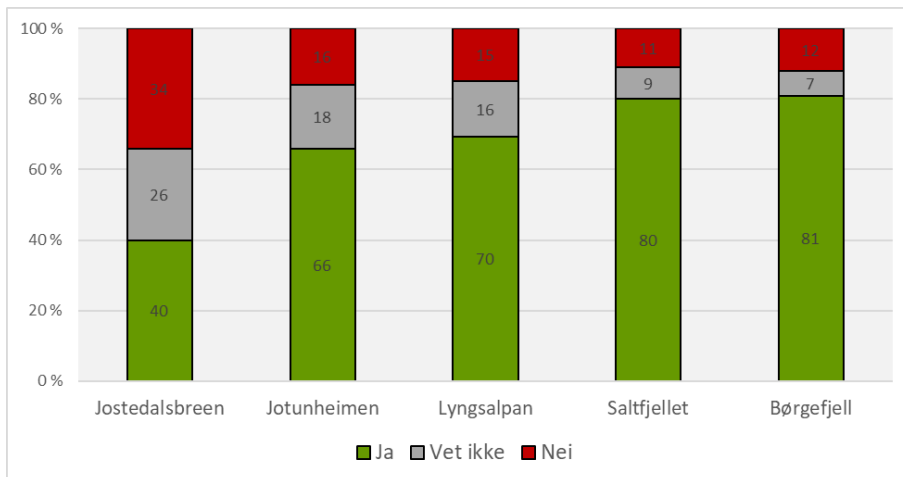
Figur 47. Andel som svarte riktig på spørsmålene

Det er betydelig forskjell i kjennskap til regelverket blant norske og utenlandske besøkende (figur 48).



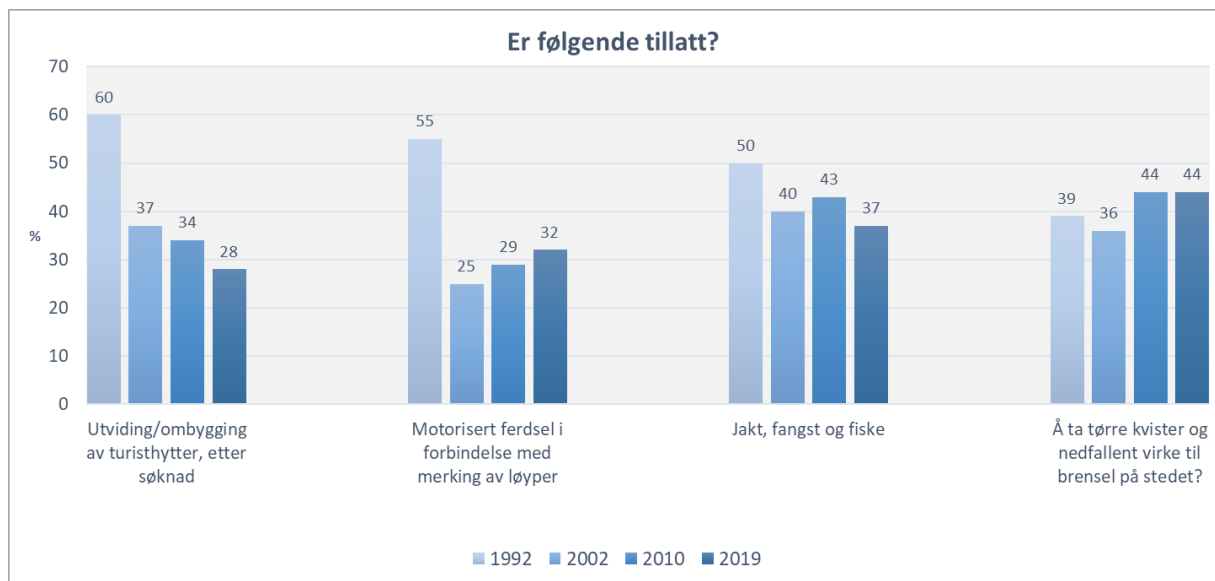
Figur 48. Andel som svarte riktig på spørsmålene

Det kan også være betydelige forskjeller mellom de ulike nasjonalparkene, her eksemplifisert ved spørsmålet om det er tillatt å gå hvor du vil i verneområdet.

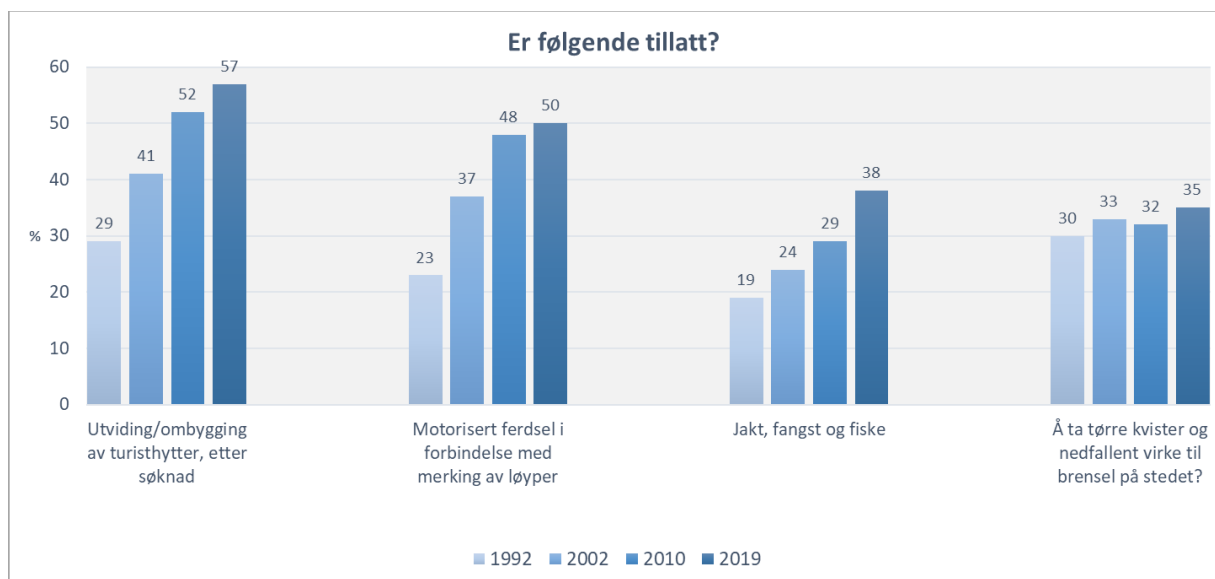


Figur 49. Er det tillatt å gå hvor du vil i verneområdet?

Det synes å ha vært flere i 1992 som kjente regelverket enn i de seinere undersøkelsene (figur 50). For tre av spørsmålene er andelen som svarer «Vet ikke» omtrent fordoblet fra 1992 til 2019.



Figur 50. Andel som svarte riktig på spørsmålene



Figur 51. Andel som svarte vet-ikke på spørsmålene

Referanser

Andersen, O. & Gundersen, V. 2016. *Brukerundersøkelse i Hallingskarvet – resultater fra en spørreundersøkelse* - NINA Kortrapport 17

Gundersen, V., Andersen, O., Wold, L. C., Nerhoel, I., Fangel, K., Vistad, O. I. & K. R. Båtstad. 2013. *Ferdsl i Snøhettaområdet – Del 1. Dokumentasjonsrapport fra 12 spørreundersøkelser* - NINA Rapport 933

Kajala, L., Almik, A., Dahl, R., Dikšaitė, L., Erkkonen, J., Fredman, P., Jensen, F. S., Karoles, K., Sievänen, T., Skov-Petersen, H., Vistad, O. I. and Wallsten, P. 2007. *Visitor monitoring in nature areas – a manual based on experiences from the Nordic and Baltic countries*. København: Nordisk Ministerråd.

Oslo Economics, 2018a. *Brukerundersøkelse i Lomsdal-Visten nasjonalpark, sommeren 2017*, Oslo: OE-rapport 2018-7.

Oslo Economics, 2018b. *Brukerundersøkelse i Børgefjell nasjonalpark, sommeren 2017*, Oslo: OE-rapport 2018-5.

Oslo Economics, 2018c. *Brukerundersøkelse i Møysalen verneområde sommeren 2017*, Oslo: OE-rapport 2018-4.

Oslo Economics, 2018d. *Brukerundersøkelse i Stølsheimen landskapsvernområde*, Oslo: OE-rapport 2018-2.

Oslo Economics, 2018e. *Brukerundersøkelse i Lyngsalpan landskapsvernområde*, Oslo: OE-rapport 2018-6.

Selvaag S.K. & Wold L.C. 2019. *Brukerundersøkelse i Ytre Hvaler nasjonalpark*. Sommeren 2018. NINA Rapport 1607. Norsk institutt for naturforskning

Selvaag, S. K. & Wold, L. C., 2018a. *Brukerundersøkelse i Saltfjellet-Svartisen nasjonalpark*, Lillehammer: NINA-rapport 1472; Norsk institutt for naturforskning.

Selvaag, S. K. & Wold, L. C., 2018b. *Brukerundersøkelse i Junkerdal nasjonalpark*, Lillehammer: NINA-rapport 1471; Norsk institutt for naturforskning.

Selvaag, S. K. & Wold, L. C., 2018c. *Brukerundersøkelse i Rago nasjonalpark*, Lillehammer: NINA-rapport 1471; Norsk institutt for naturforskning.

Selvaag, S. K. & Wold, L. C., 2018d. *Brukerundersøkelse i Blåfjella-Skjækerfjella nasjonalpark*, NINA-rapport 1506; Norsk institutt for naturforskning.

Selvaag, S.K., Wold, L.C. & Vistad, O.I. 2017. *Brukerundersøkelse i Skarvan og Roltdalen nasjonalpark og Sylan landskapsvernområde sommeren 2016*. -NINA rapport 1377,

Selvaag, S.K., Gundersen, V., Dokk, J.G., Romtveit, L., Strand, O., Wold, L. C. & T. Holter. 2018e. *Brukerundersøkelse i Hardangervidda nasjonalpark sommeren 2017*. NINA Rapport 1530. Norsk institutt for naturforskning.

Tonge, J., Moore, S.A. and Taplin, R. 2011. *Visitor satisfaction analysis as a tool for park managers: a review and case study*. Annals of Leisure Research, 14 (4), 289–303.

Vistad, O.I., Selvaag, S.K. & Wold, L.C. 2017. *Bruken og brukarane av Breheimen 2017*. Kasse- og etterundersøking – NINA Rapport 1349.

Vistad, O.I., Gundersen, V. & Wold, L.C. 2014. *Brukerundersøkelser i Hallingskarvet og Varangerhalvøya nasjonalparker, sommeren 2014*. NINA Rapport 1109.

Vistad, O.I. 2009. *Ferdslut frå fjellnære reiselivsbedrifter*. NINA Rapport 441.

Vistad, O.I. 1995. *I skogen og i skolten. Ein analyse av friluftsliv, miljøoppleving, påverknad og forvaltning i Femundsmarka, med jamføringar til Rogen og Långfjället*. Dr. Polit.avhandling, Geografisk institutt, Universitetet i Trondheim

Vistad, O. I., Selvaag, S. K. & Wold, L. C., 2018e. *Bruken og brukarane av Jostedalsbreen nasjonalpark 2017*, NINA-rapport 1490.

Vistad, O.I. & Vorkinn. 2012. *The Wilderness Purism Construct – Experiences from Norway with a simplified version of the purism scale*. "Forest Policy and Economics", 19 (2012) 39–47.

Vorkinn, M. 2012. *Bruk og brukere i Reinheimen sommeren 2011 – Dokumentasjonsrapport*. Fylkesmannen i Oppland, miljøvern avdelingen, Rapport nr. 01/12.

Vorkinn, M., 2016a. *Bruk og brukere i Femundsmarka og Gutulia sommeren 2015*, Fylkesmannen i Oppland.

Vorkinn, M., 2016b. *Bruk og brukere i Langsua sommeren 2015*, Fylkesmannen i Oppland.

Vorkinn, M. 2003. *Bruk og brukere i Jotunheimen: Endringer fra 1992 til 2002*. Upublisert notat. Østlandsforskning.

Vorkinn, M. & Andersen, O. 2010. *Besøkende til Rondane og Dovre nasjonalparker – sommeren 2009. Resultater fra selvregistreringskasser og automatiske ferdselstellere*. Underveisnotat januar 2010.

Wold, L.C. & Selvaag, S.K. (2017). *Brukerundersøkelse i Sølen landskapsvernområde sommeren 2016* - NINA Rapport 1322.

Wold, L. C. & Selvaag, S. K., 2018. *Brukerundersøkelse i Lierne nasjonalpark, Lillehammer: NINA-rapport 1507*; Norsk institutt for naturforskning.

Vedlegg 1 Metode

Selvregistreringskasser

Selvregistreringskasser ble de tre første undersøkelsesårene satt opp ved 8 av de mest brukte innfallsportene til Jotunheimen; Leirvassbu, Sognefjellet, Gjendehalsen, Veodalen, Utladalen, Visdalen, Turtagrø og Mjølkedal. Selvregistreringskassene var plassert slik at de var godt synlige fra stien, og utenpå kassene var det en plakat som oppfordret de passerende til å stoppe og fylle ut et kort inne i kassa. Selvregistreringskort og instruksjoner for utfylling har vært utarbeidet på tre språk; norsk, engelsk og tysk. Det var ikke vært utplassert selvregistreringskasse ved Juvvatnet verken i 1992 eller 2002. Dette er en innfallsport der trafikken har ulike formål (trafikk både til skisenteret og til Galdhøpiggen), slik at trafikken går ut i ulike retninger fra parkeringsplassen. I tillegg er turene til Galdhøpiggen i stor grad organiserte turer med brieforing. Det har derfor vært antatt at Juvvatnet/Juvasshytta er en innfallsport der en selvregistreringskasse ville fungere dårlig. I forbindelse med brukerundersøkelser i Rondane sommeren 2009, ble det lagt ut selvregistreringskort på frontruta på biler parkert på Spranget, også en innfallsport med stor trafikk. Gjennom merking av skjemaene og kontroll med returnerte skjema, fant en at metoden ga tilfredsstillende svarandel (Vorkinn & Andersen 2010). Sommeren 2010 ble derfor tilsvarende metode med utlegging av selvregistreringskort på parkerte biler prøvd ut på parkeringa ved Juvasshytta. I 2019 ble det satt oppå kasser også ved Torfinnsbu og Juvasshytta. I tillegg ble det delt ut skjema på bilene ved Juvasshytta på utvalgte dager.

Selvregistreringskasser er en enkel og lite kostnadskrevende datainnsamlingsmetode når en ønsker å dekke store områder over en lengre tidsperiode. Det er derfor en metode som er utbredt internasjonalt. Men metoden har sine svakheter, først og fremst ved at frafallet ved kassene kan være forholdsvis stort. En oppsummering av ulike norske og utenlandske bortfallsstudier finnes i Vorkinn & Andersen 2010. En vet for eksempel fra andre undersøkelser at andelen som fyller ut selvregistreringskort er langt lavere på stier med mye trafikk enn på stier med lite trafikk. I Jotunheimen er det derfor sannsynlig at andelen som har fylt ut et kort er lavere for kasser ved Gjendehalsen og i Utladalen, enn på de andre utplasseringspunktene for kassene. En må derfor være forsiktig med å bruke data fra selvregistreringskasser som et mål på *volumet* av trafikken i det enkelte år.

Et forhold som i liten grad har vært vurdert i ulike bortfallsstudier, er at de som ikke fyller ut selvregistreringskort har fylt ut et slikt kort tidligere i samme område. I etterundersøkelsen i 2010 og 2019 ble det derfor spurt om de besøkende hadde benyttet de ulike innfallsportene hvor det var brukerregistreringer. Det viste seg da begge år at 40-45 % hadde gått ut/inn på flere enn én av innfallsportene hvor det var selvregistrering/utdeling av kort. Selvregistreringskortene i 2010 viste at kun 18 mailadresser var registrert flere ganger, dvs. at de besøkende kun fylte ut ett selvregistreringskort selv om de besøkte området flere ganger. Passeringer av flere kasser kan også ha skjedd dersom de besøkende gikk en tur som startet og sluttet på ulike steder, typisk en flerdagerstur. Dvs. at bortfallsstudier ved enkeltkasser, uten å sjekke for utfylling i andre kasser, vil overvurdere bortfallet ved den enkelte kasse. Resultatene viser også at for å få med alle turer folk tar gjennom sesongen, er det nødvendig å kartlegge dette i oppfølgende undersøkelser etter sesongslutt.

Sammenligning av endringer fra 1992 til 2019 - selvregistreringskortene

I 1992 ble selvregistreringskassene utplassert ca. 1. juli og sto ute til 10.-15. september (unntatt Mjølkedalen). Fordi beslutningen om gjennomføring av undersøkelsen ble tatt forholdsvis seint i 2002, ble utplasseringen av kassene forskjøvet til perioden 10.-15. juli, mens de sto ute til samme periode som i 1992 (unntatt Utladalen). I 2010 ble kassene satt ut ca. 1. juli og tatt ned i siste halvdel av september. I 2019 ble kassene satt ut fra 17.juni og sto ute til etter skolenes høstferie første uka i oktober.

I hvert av undersøkelsesårene er det fylt ut flere tusen selvregistreringskort. Ut fra begrensede prosjektrammer var det i 1992 og 2002 nødvendig å effektivisere arbeidet med manuell koding av åpne spørsmål og turruter, samt punchingen. Dette ble gjort ved at kun hvert tredje utfylte kort for hver kasse ble punchet. Gjennomgangen av selvregistreringskortene viste at en del hadde fylt ut et felles kort for hele turfølget. Vi har da punchet hvert medlem i turfølget, bortsett fra der det er store grupper, f.eks. 20 i følge. Antall utfylte kort og antall personer registrert hvert år, er vist i vedleggstabell 1.

Vedleggstabell 1. Antall utfylte kort og registrerte personer (15 år eller eldre) i utplasserte selvregistreringskassene i 1992, 2002, 2010 og 2019**

| | Antall kort punchet | Antall personer punchet | Totalt antall utfylte kort | Totalt antall personer registrert | Antall registrerte personer i forhold til antall utfylte kort |
|------|---------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------------------|---|
| 1992 | 2.357 | 3.166 | 7.071 | 9.498 | 134% |
| 2002 | 2.606 | 3.547 | 7.818 | 10.641 | 136% |
| 2010 | - | - | 6.885 | 9.110 | 132% |
| 2019 | - | - | 5.485 | 7.239 | 132% |

*Kort fra p-plass Juvvatnet er ikke inkludert

Blant de registrerte var det noen personer under 15 år og noen som var i Jotunheimen pga. yrkesmessige årsaker. Disse ble kuttet ut fra beregningene/punchingen.

For å sammenligne endringer mellom undersøkelsesårene, er kun perioder hvor kassene sto ute i alle tre år, sammenlignet. For de fleste kassene gjelder dette perioden 10. juli -10. september.

For å sjekke hvor representativ denne 2 måneders-perioden er for sommersesongen som helhet, har vi for 2010 sammenlignet de som fylte ut selvregistreringskort i denne perioden («hovedsesong») med de som fylte ut kort før/etter dette tidspunktet ("skuldresesong"). Hovedresultatet er at det er små forskjeller mellom hovedsesongen og skuldresesongen. Både i 2010 og 2019 er andelen utlendinger noe høyere i hovedsesongen enn skuldresesongen. For andre indikatorer kan det være signifikante forskjeller i ett av undersøkelsesårene, men forskjellene er små.

Vedleggstabell 2. Sammenligning av selvregistreringskort fylt ut i hovedsesong (10.7.-10.09) og skuldersesong

| | 2010 | | 2019 | |
|------------------------------------|------------------|--------------------|------------------|--------------------|
| | Hoved- sesong | Skulder- sesong | Hoved- sesong | Skulder- sesong |
| Kjønn | - | | - | |
| Purismeklasser | - | | - | |
| Tilfredshet med forvaltningen | - | | - | |
| Dagstur vs. flerdagerstur | - | | 65% | 68%* |
| Andel som har med barn under 15 år | | | 16% | 11%** |
| Gjennomsnittsalder | 41.9 år | 40.6 år* | - | |
| Andel utlendinger | 48% | 43%** | 59% | 56%* |
| Andel på organisert tur | 4% | 5%* | - | |
| Andel første-gangsbesøkende | 45% | 42%* | - | |

- : Ikke signifikante forskjeller, *p<0.05, **p<0.01

Erfaring fra flerdagers fotturer ble målt i intervaller. Her var det 1-2% avvik innen hvert intervall mellom de to utvalgene.

Selvregistreringskort fylt ut i hovedsesong synes med andre ord å være godt representative for sommersesongen som helhet. De endringer som er registrert fra 1992 og framover (vedlegg 2), anses derfor å være gyldige for hele sommersesongen.

Representativitet for etterundersøkelsen

I alt ble det samla inn 2.268 mailadresser. Halvparten av mailadressene fra Besseggen ble brukt i etterundersøkelsen retta spesielt mot nasjonal turiststi. I etterundersøkelsen for Jotunheimen som helhet ble det sendt ut skjema til 1830 personer. Vi fikk inn 818 svar, hvilket gir en svarandel på 45%.

Svarandelen er lavere enn i tidligere undersøkelser i Jotunheimen. Dette gjenspeiler sannsynligvis en generell trend; «Det er stadig færre av de en forsøker å få til å delta i intervjuundersøkelser som faktisk blir med» (Hellevik 2016). Dette har mest sannsynlig sammenheng med veksten i antall markedsundersøkelser. Også SSB, som sannsynligvis er av de som har størst autoritet blant de som står bak intervjuundersøkelser, opererer nå med en svarprosent på 50-60. I lys av dette er svarprosenten tilfredsstillende. Der det har vært mulig er svargivningen i ulike undersøkelser kryssjekket for å se om enkelte utvalg kan ha skjevheter, jfr. vedlegg 2.

Ikke alle på Besseggen fikk tilsendt etterundersøkelse

De innsamlede mailadressene fra kortene utfylt i kassa på Besseggen ble som nevnt fordelt på to ulike etterundersøkelser. Dette ble gjort ved en manuell gjennomgang der annenhver mailadresse ble fordelt på de to utvalgene. Punchingen ble foretatt fortløpende gjennom sommeren, samtidig som kortene ble samlet inn hver uke, slik at en fikk en spredning gjennom sesongen på begge utvalg.

Dette medførte at fotturister på Besseggen ble underrepresentert i etterundersøkelsen som omfattet hele Jotunheimen, siden bare halvparten fra Besseggen fikk etterundersøkelsen for hele området. For å sjekke om dette har ført til skjevheter i etterundersøkelsen for Jotunheimen ble et vekta og uvekta utvalg sammenlignet.

Alle variabler i etterundersøkelsen ble sjekket for skjevheter, bortsett fra de åpne spørsmålene der folk har formulert svaret selv. For svarene der det er mulig å oppgi flere svaralternativer ble forskjellene sjekket gjennom «Multi-response»-prosedyren i SPSS. Det eneste spørsmålet hvor det er tydelige forskjeller mellom vekta og uvekta utvalg var (som forventet) innfallsporten de har brukt (flere på Besseggen).

For spørsmålene med lukkede svaralternativer ble det ikke funnet *en eneste* signifikant forskjell mellom det vekta og uvekta utvalget (kji-kvadrat-tester og One-way anova). Det betyr at utvalget for etterundersøkelsen ikke har skjevheter som skyldes at halvparten av mailadressene fra Besseggen-kassa ble brukt til en separat etterundersøkelse.

Representativitet av etterundersøkelsen sammenlignet med selvregistreringskortene 2019

Nasjonalitet

Nordiske, særlig norske, besøkende er litt overrepresentert i etterundersøkelsen. Men andelen nordmenn var 43% blant de selvregistrerte, var den 51% i etterundersøkelsen. Dette kan skyldes større interesse for tematikken blant norske besøkende. I 2010 var det 7 prosentpoeng flere nordmenn i etterundersøkelsen sammenlignet med selvregistreringskortene. I 2019 er forskjellen på 8 prosentpoeng.

Vedleggstabell 3. Bostedsfordeling, selvregistreringskort og etterundersøkelse 2019

| Nasjonalitet | Selvregistrerings-kort | Etter-undersøkelse |
|---------------|------------------------|--------------------|
| Norge | 43% | 51% |
| Sverige | 9% | 9% |
| Danmark | 4% | 4% |
| Tyskland | 16% | 15% |
| Nederland | 7% | 4% |
| Europa ellers | 18% | 13% |
| Utenfor | | |
| Europa | 4% | 4% |
| I alt | 101% | 100% |
| N= | 7272 | 547 |

Alder

Gjennomsnittsalderen er litt høyere i etterundersøkelsen enn blant de som fylte ut et selvregistreringskort (henholdsvis 44.8 og 40.2 år). Det er særlig aldersgruppen 15-24 år som er underrepresentert i etterundersøkelsen. Mens de mellom 15 og 24 utgjorde 16% av de som fylte ut selvregistreringskort, utgjør de bare 9% blant de som svarte på etterundersøkelsen (vedleggstabell 4).

I 2010 var det 6 prosentpoeng færre i gruppen 15-24 år i etterundersøkelsen sammenlignet med selvregistreringskortene. I 2019 er forskjellen på 7 prosentpoeng.

Vedleggstabell 4. Bostedsfordeling, selvregistreringskort og etterundersøkelse 2019

| Alder | Selvregistrerings-kort | Etter-undersøkelse |
|-------------|------------------------|--------------------|
| 15-24 | 16 | 9 |
| 25-34 | 29 | 22 |
| 35-44 | 17 | 19 |
| 45-54 | 19 | 19 |
| 55-64 | 13 | 20 |
| 65 og eldre | 7 | 11 |
| I alt | 101% | 100% |
| N= | 6971 | 559 |

Kjønn

Det er noen flere menn enn kvinner som har svart på etterundersøkelsen, men forskjellene er små. Mens menn utgjorde 47% av de som fylte ut selvregistreringskort, utgjorde de 49% i den oppfølgende undersøkelsen.

I 2010 var tendensen den samme, med 7 prosentpoeng flere menn i etterundersøkelsen, sammenlignet med 2 prosentpoeng forskjell i 2019.

Tidligere erfaring fra Jotunheimen

Førstegangsbesøkende er dårligere representert i etterundersøkelsen enn blant de som fylte ut selvregistreringskort. Mens førstegangsbesøkende utgjorde 56% av de som fylte ut selvregistreringskort, utgjorde de 41 % i den oppfølgende undersøkelsen. Dette kan ha sammenheng med at interessen for området er større blant gjenbesøkerne enn de førstegangsbesøkende, der en viss andel sannsynligvis er på sitt første og eneste besøk til Jotunheimen. Det er også langt flere førstegangsbesøkende blant utledninger enn nordmenn, slik at underrepresentasjon av utlendinger henger sammen med underrepresentasjon av førstegangsbesøkende.

I 2010 var tendensen den samme. Forskjellen mellom førstegangsbesøkende i etterundersøkelsen kontra selvregistreringskassene var på 12 prosentpoeng, sammenlignet med 15 prosentpoeng i 2019.

Erfaring fra flerdagers fotturer

Flere av de som deltok i etterundersøkelsen har erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer, enn blant de som fylte ut selvregistreringskort (henholdsvis 88% og 72%).

I 2010 var tendensen den samme. Forskjellen mellom etterundersøkelsen kontra selvregistreringskassene var på 16 prosentpoeng, dvs. samme forskjell som i 2019.

Korrigerings for skjevheter i etterundersøkelsen

Undersøkelsene i Jotunheimen er omfattende, med flere tusen respondenter for selvregistreringskortene, og det er 9 år mellom undersøkelsene. Men en finner altså de samme tendenser i 2019 som i 2010, og i samsvar med det en har sett også i andre undersøkelser, som i Reinheimen i 2011, Langsua i 2015 og Femundsmarka i 2015 og Lomsdal-Visten i 2017: De med mest friluftsliverfaring og tidligere erfaring fra området deltar i større grad i etterundersøkelsene enn andre (Oslo Economics 2018a, Vorkinn 2015). Begge typer erfaring gjenspeiler interessen for det temaet undersøkelsen omfatter, og det er ikke uventet at de som er mest interesserte svarer i større grad enn de som er mindre interesserte i temaet. *Det er imidlertid mye som tyder på at en har å gjøre med et systematisk bortfall fra kasseundersøkelsen til etterundersøkelsen, dvs. med selve metodikken.*

Om skjevheter påvirker resultatene fra etterundersøkelsen er sjekket ved at resultatene er vektet i forhold til nordmenn/utlendinger, aldersgrupper, erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer og tidligere erfaring fra Jotunheimen (vekting av en faktor om gangen). Der det er større avvik (> 3% for en undergruppe, eller 3% avvik for flere undergrupper), er de vektete resultatene rapportert. Dette er gjort for at resultatene fra etterundersøkelsen skal gjenspeile sammensetningen av de som fylte ut selvregistreringskort i størst mulig grad. Der vektete resultater er oppgitt, er dette nevnt særskilt i tilhørende fotnote. Der det ikke er oppgitt noe om vekting i fotnote, er resultatene altså sjekket, men siden avviket er lite, er det uvektete resultatet oppgitt.

Siden det å besøke Jotunheimen og drive friluftsliv er frivillig, må en anta at slik erfaring avspeiler interessen både for friluftsliv og Jotunheimen. Sammenligningen av ulike variabler fra selvregistreringene og etterundersøkelsene tyder på at interessen, ikke overraskende, har vært utslagsgivende for deltakelsen i etterundersøkelsen.

Vedlegg 2 Endringer fra 1992 til 2019, hovedsesongen – data fra selvregistreringskort

Metodiske kommentarer:

«Kasseundersøkelser» er som nevnt gjennomført i Jotunheimen i fire år; 1992, 2002, 2010 og 2019. I 2002 ble beslutningen om gjennomføring av kasseundersøkelsen tatt forholdsvis seint, og kassene ble derfor ikke utplassert før mellom 10. og 15. juli. Kassene har også vært tatt inn til ulike tidspunkt.

For å sammenligne endringer mellom undersøkelsesårene har vi kun sammenlignet perioder hvor kassene sto ute i alle fire årene. Dette omfatter grovt sett perioden mellom 10.juli-10.september. I 2010 ble gjort en sjekk av hvor representativ denne 2-måneders perioden (hovedsesongen) er for sommersesongen som helhet. Det ble ikke funnet signifikante forskjeller mht. kjønn, formål med turen, tilfredshet med turen, tilfredshet med forvaltningen eller purismegrad mellom hovedsesongen og resten av sommersesongen. For alder, andel utlendinger, andel på organisert tur og andel førstegangsbesøkende var det signifikante, men små forskjeller. For en mer detaljert gjennomgang, se Vorkinn 2011). I hovedtrekk vil derfor hovedsesongen være representativ for hele sommersesongen.

Kjennetegn ved brukerne

Kjønn

Mens det i de første undersøkelsene var en liten overvekt av menn som fylte ut et selvregistreringskort, er forholdet snudd på hodet i 2019, med en liten overvekt av kvinner. Både i 1992 og i 2002 ble det registrert 47% kvinner og 53% menn. I 2010 er det like mange kvinner som menn som fyller ut et selvregistreringskort, mens i 2019 er andelen kvinner økt til 53%. ($p < 0.001$)

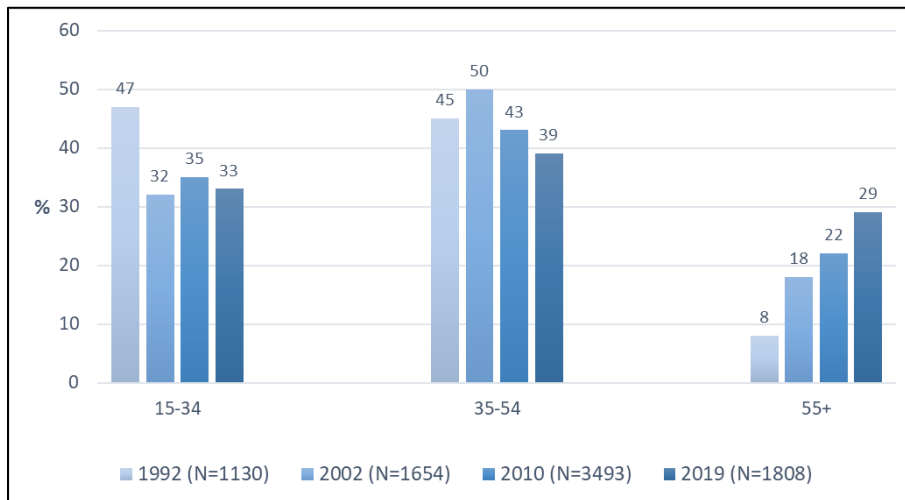
Alder

Gjennomsnittsalderen blant de besøkende økte fra 1992 til 2010, fra 35.1 år i 1992 til 39.8 år i 2002 og til 40.6 år i 2010. I 2019 er gjennomsnittsalderen omtrent den samme som i 2010, 40,0 år.

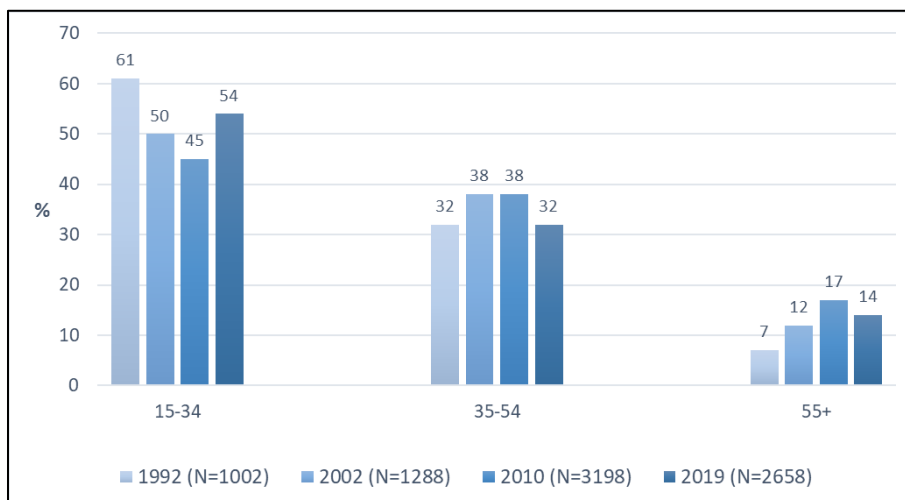
Men det er verdt å merke seg at alderssammensetningen har utviklet seg ulikt blant norske og utenlandske besøkende. Gjennomsnittsalderen har økt mest blant de norske fjellturistene, fra 35.9 til 44.3 år fra 1992 til 2019. Blant utenlandske besøkende har gjennomsnittsalderen økt relativt lite, fra 34.3 til 37.0 år. Forskjellene blir enda tydeligere når en ser på fordelingen av aldersgrupper.

Blant de norske besøkende har seniorandelen (55+) økt jevnt og trutt siden 1992, slik at besøkende i gruppen 55+ nå utgjør 29% av de besøkende i hovedsesong (vedleggsfigur 1).

Blant de utenlandske besøkende har aldersgruppen 15-34 økt siden 2010, og er nå den klart dominerende gruppen av utenlandske besøkende (vedleggsfigur 2). Andelen utenlandske seniorer (55+) er relativt beskjeden (rundt 15%).



Vedleggsfigur 1 Aldersfordeling blant norske besøkende: Endringer fra 1992 til 2019 (hovedsesongen)

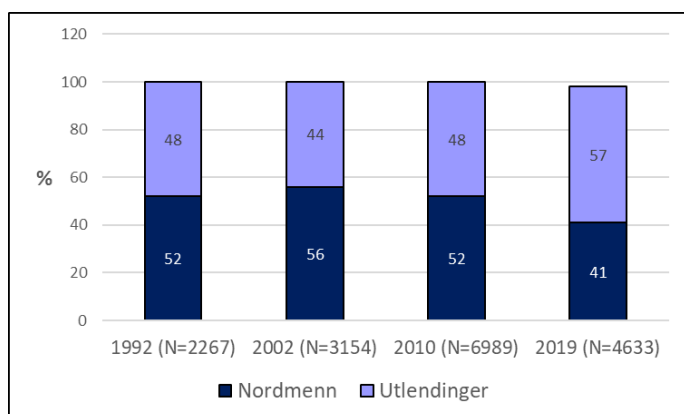


Vedleggsfigur 2 Aldersfordeling blant utenlandske besøkende: Endringer fra 1992 til 2019 (hovedsesongen)

Bosted

De besøkende til Jotunheimen blir stadig mer internasjonale. I 2019 ble det registrert dobbelt så mange nasjonaliteter i Jotunheimen som i 1992. I 1992 ble det registrert 27 nasjonaliteter (inkl. nordmenn) på selvregistreringskortene. I 2002 steg dette til 34 nasjonaliteter, videre til 47 nasjonaliteter i 2010 og i 2019 var 54 ulike nasjonaliteter representert.

Andelen av utenlandske besøkende i Jotunheimen holdt seg høy fra 1992-2010 (nesten halvparten av de besøkende er utlendinger, se vedleggsfigur 5). I 2019 økte andelen utenlandske besøkende enda mer, til 57% (figur).



Vedleggsfigur 5 Fordeling av norske og utenlandske besøkende i 1992, 2002, 2010 og 2019 (hovedsesongen)

Om økningen av utenlandske besøkende reelt er så stor er noe usikkert. Det ble i 2019 fylt ut færre selvregistreringskort i Jotunheimen enn i 2010 blant norske besøkende. Dårlig vær i 2019 kan både ha ført til færre besøkende i 2019, og også at færre stoppet ved selvregistreringskassene. Dårlig vær kan ha slått sterkere ut blant norske enn utenlandske besøkende. For norske besøkende er det enklere å utsette en tur til seinere hvis være et dårlig enn for mer langveisfarende.

En annen mulig forklaring på nedgangen i nordmenn som registrerer seg er, at det de siste årene vært gjennomført brukerundersøkelser med selvregistreringskasser i mange av de norske nasjonalparkene. Det er derfor mulig at en del norske besøkende har fylt ut et selvregistreringskort i mange områder etter hvert, og at interessen for å registrere seg etter hvert går ned. Antall utfylte kort kan tyde på en slik effekt. Mens det ble fylt ut omtrent like mange utenlandske selvregistreringskort i Jotunheimen i 2019 som i 2002 og 2010, ble det fylt ut bare om lag halvparten så mange norske kort i 2019, sammenlignet med 2002/2010.

Bedrifter i Sjødalen/Gjende-området melder om en overvekt av utenlandske turister, i samsvar med de tendenser vi ser i undersøkelsen (Andvord, pers.med.). Det er derfor grunn til å tro at andelen utenlandske besøkende på Besseggen og i Jotunheimen har økt fra 2010, jmf. økningen i utenlandske gjestedøgn i Norge. Det er likevel noe usikkerhet knyttet til om den har vært så stor som resultatene viser.

At andelen utlendinger har økt kan ha to forklaringer; at det faktiske antallet utenlandske turister har økt eller at antallet norske turister har gått ned. Ut fra veksten en har sett i utenlandske overnattinger

de siste årene og f.eks. trafikkøkningen på Gjendebåten, er det grunn til å tro at den økte andelen av utenlandske besøkende skyldes at antall utenlandske besøkende har økt.

Ser en på den detaljerte bostedsfordelingen, så «mangler» særlig bosatte på Østlandet utenom Oppland. Her er det en nedgang fra 33% i 2010 til 25% i 2019. Ut fra det som er sagt foran, så kan nedgangen i andel skyldes at antall utenlandske besøkende har økt. Dette vil da framstå som en nedgang i andel nordmenn, selv om antallet er stabilt. Blant utenlandske besøkende er det en økning i svenske besøkende fra 2010 til 2019 og blant de langveisfarende. Bosatte utenom Norden, Tyskland og Nederland økte fra 13% i 2010 til 20% i 2019.

Vedleggstabell 5 Detaljert bostedsfordeling 1992, 2002 og 2010

| | 1992 | 2002 | 2010 | 2019 |
|--|------|------|------|------|
| Lokalkommuner (Lom, Vågå, Vang, Årdal, Luster) | 2% | 3% | 2% | 1% |
| Oppland ellers | 6% | 5% | 3% | 3% |
| Sogn og Fjordane ellers | 2% | 2% | 2% | 2% |
| Oslo/Akershus | 21% | 22% | 19% | 15% |
| Østlandet ellers (+ Agder) | 9% | 10% | 14% | 10% |
| Vestlandet ellers | 6% | 9% | 9% | 8% |
| Norge ellers | 5% | 5% | 5% | 3% |
| Sverige | 5% | 4% | 6% | 9% |
| Danmark | 5% | 5% | 5% | 4% |
| Tyskland | 21% | 15% | 16% | 17% |
| Nederland | 8% | 7% | 7% | 8% |
| Europa ellers | 8% | 10% | 12% | 16% |
| Utenfor Europa | 2% | 2% | 1% | 4% |
| I alt ¹⁶ | 100% | 99% | 101% | 100% |
| N= | 2267 | 3154 | 6989 | 4510 |

Fordi det var tomt for norske kort i kassene, hadde en del norske besøkende registrert seg på engelske eller tyske kort. På disse kortene ble det kun spurt om nasjonalitet, ikke postadresse. I tabellen over er det forutsatt at disse har samme bostedsfordeling som de nordmennene som fylte ut norske kort.

“Purismegrad”: Generelle holdninger til tilrettelegging

Purismespørsmålene ble første gang stilt i 2002. Den gjennomsnittlige purismeskåren var omtrent lik i 2002 og 2010, selv om forskjellen er statistisk signifikant. I 2002 var den gjennomsnittlige purismeskåre 3.3, mens den er på 3.2 i 2010 ($F=9.383$, $df=1$, $p<0.05$).

For å se nærmere på purismeskåren delte vi den inn i tre grupper, der skåre fra 1-3.5 ble satt til "minst puristisk", 3.51 – 4.49 ble kalt "nøytral" og skårer fra 4.5 til 7 ble kalt "mest puristisk". Tabell 7 viser at andelen av de mest puristiske er sunket med 4% fra 2002 til 2010. I 2019 er andelen sunket ytterligere med 2 prosentpoeng.

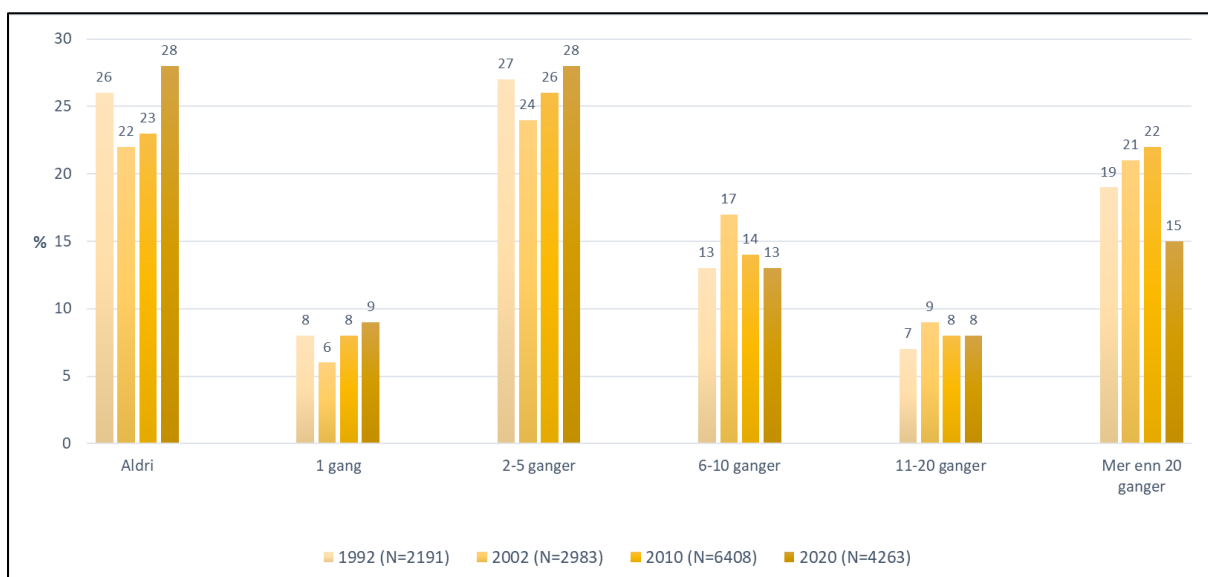
¹⁶ Pga. avrundinger kan summen avvike fra 100.

Vedleggstabell 6 Purismegrupper i 2002, 2010 og 2019 - Hovedsesong

| | 2002 | 2010 | 2019 |
|-----------------|------|------|------|
| Minst puristisk | 62% | 65% | 68% |
| Nøytral | 24% | 25% | 24% |
| Mest puristisk | 14% | 10% | 8% |
| I alt | 100% | 100% | 100% |
| N= | 2085 | 4882 | 4701 |

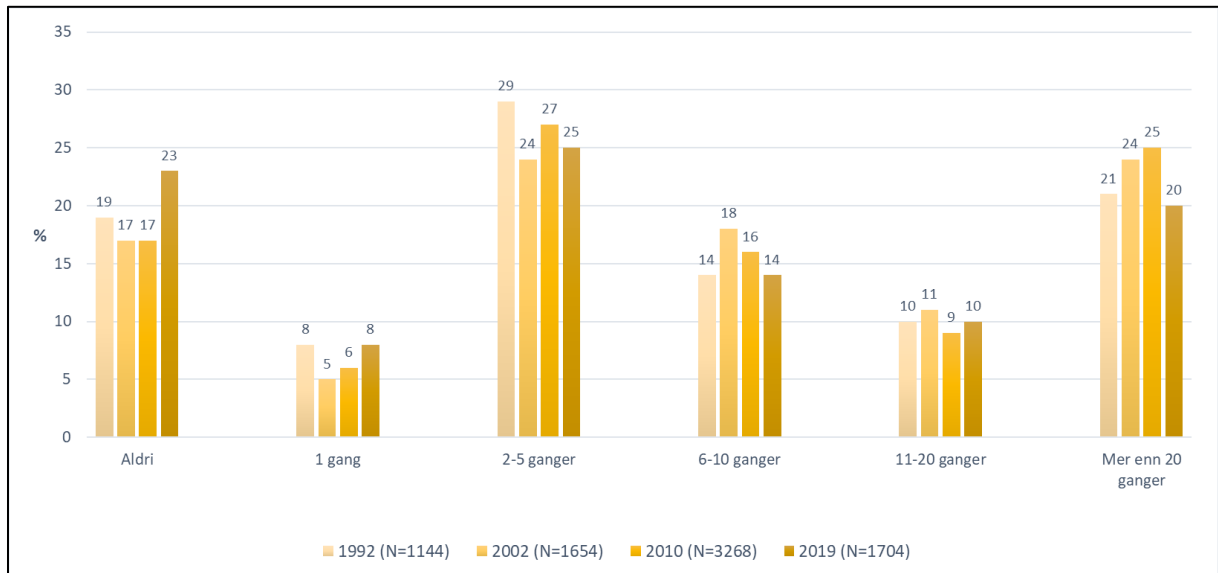
Erfaring fra flerdagers fot-/skitur

Fra 2002 til 2019 har andelen med ingen/liten erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer vokst merkbart, særlig i perioden 2010 til 2019 (Vedleggsfigur 7). En har altså fått inn flere uerfarne besøkende til Jotunheimen.

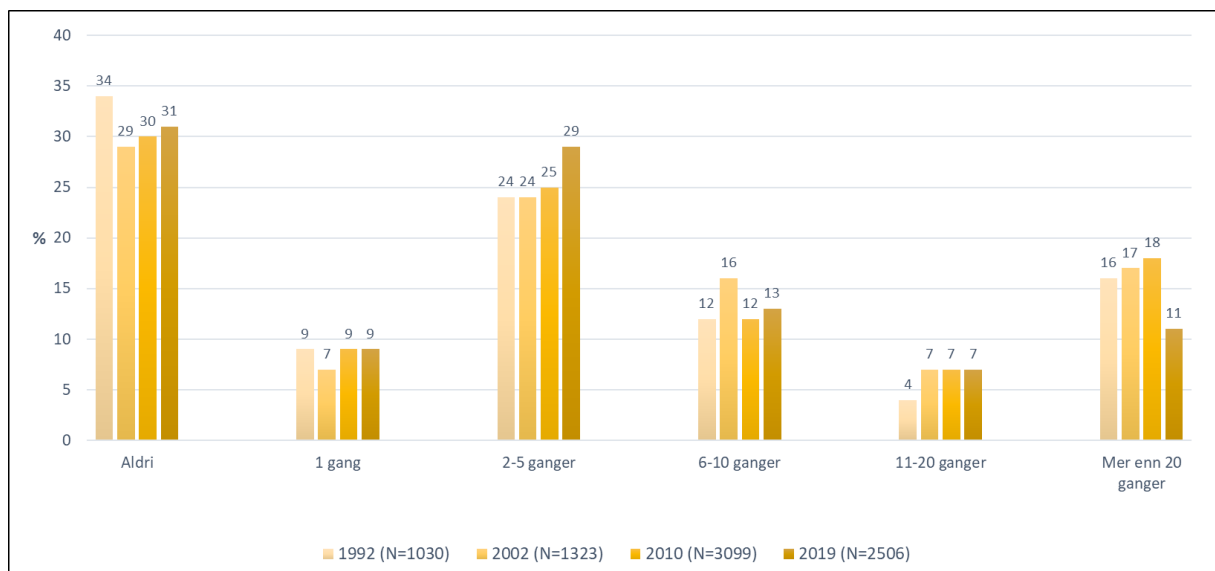


Vedleggsfigur 7 Erfaringer fra flerdagers fotturer/skiturer generelt - Endringer fra 1992 til 2019 (hovedsesongen)

Det er fortsatt en større andel av utenlandske besøkende som ikke har erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer enn blant norsk besøkende (figur), men andelen har økt betydelig også blant norske besøkende fra 2010 til 2019 (fra 17 til 23%). Både blant nordmenn og utlendinger går andelen svært erfarne utøvere (vært på flerdagers fottur/skitur mer enn 20 ganger) merkbart ned fra 2010 til 2019.



Vedleggsfigur 8 Nordmenn- Erfaringer fra flerdagers fotturer/skiturer generelt - Endringer fra 1992 til 2019 (hovedsesongen)



Vedleggsfigur 9 Utlendinger- Erfaringer fra flerdagers fotturer/skiturer generelt - Endringer fra 1992 til 2019 (hovedsesongen)

Tidligere besøk i Jotunheimen

Andelen førstegangsbesøkende holdt seg relativt stabil mellom 1992 og 2010. Fra 2010 til 2019 har den økt fra 45 til 57%. Økningen skyldes flere utenlandske førstegangsbesøkende. Mens andelen førstegangsbesøkende blant utlendingene lå på 66-69% de tre første undersøkelsesårene, er den i 2019 på hele 79%. Blant norske besøkende har andelen førstegangsbesøkende derimot holdt seg stabil.

Vedleggstabell 7 Hvor mange somre/vintre har du vært i Jotunheimen nasjonalpark tidligere?

| | 1992 | 2002 | 2010 | 2019 |
|--------------------------|------|------|------|------|
| Aldri vært i Jotunheimen | 48% | 43% | 45% | 57% |
| Vært der sommerstid | 51% | 56% | 54% | 42% |
| Vært der vintersid | 16% | 17% | 18% | 14% |
| N= | 2253 | 3108 | 6837 | 4627 |

Turfølge

Andelen som deltar på en "organisert" tur (skoleklasse, fellestur, DNT/turlag, speidergruppe el.l.) er noe redusert i 2010 og 2019, sammenlignet med foregående år. I 1992 var 7% på organisert tur, i 2002 var den på 6%, mens i 2010 og 2019 er det i underkant av 4% av de som fyller ut selvregistreringskort som oppgir å være på en organisert tur. Også i 2019 er den på 4%.

Halvparten av turfølgene består av to personer i alle fire undersøkelsesårene (tabell 11). Det er en liten tendens til at flere går alene i 2019 enn tidligere (11 mot 7%).

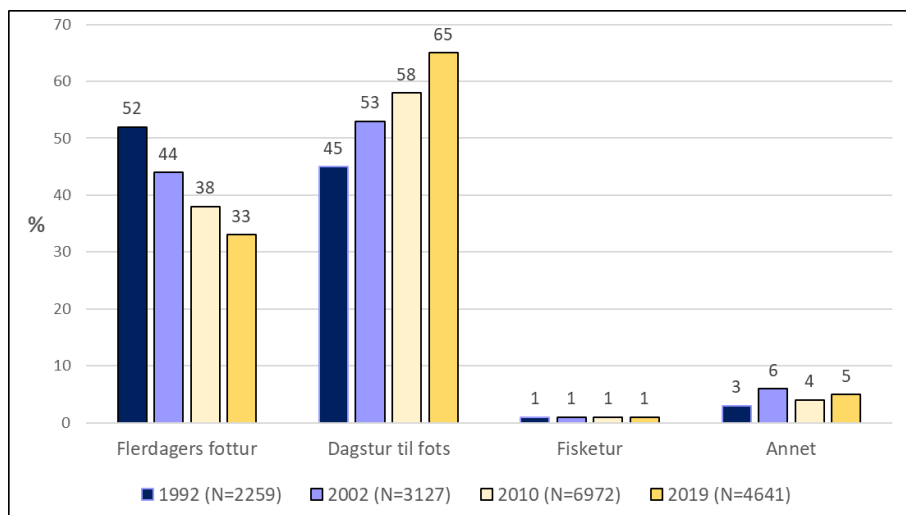
Vedleggstabell 8 Størrelse på turfølget, hovedsesong

| | 1992 | 2002 | 2010 | 2019 |
|--------------|------|------|------|------|
| Går alene | 6% | 7% | 7% | 11% |
| 2 personer | 49% | 51% | 49% | 52% |
| 3-4 personer | 30% | 28% | 28% | 26% |
| >4 personer | 16% | 14% | 16% | 12% |
| I alt | 101% | 100% | 100% | 100% |
| N= | 2255 | 3073 | 6709 | 4432 |

Formål med turen

Andelen som er på flerdagers fottur når de fyller ut et selvregistreringskort synker stadig, og andelen på dagstur øker.

Dette trenger ikke nødvendigvis å bety at oppholdet i Jotunheimen blir kortere. En mulighet er at andelen som tar flere dagsturer framfor en tradisjonell, sammenhengende flerdagers tur øker.



Vedleggsfigur 10 Hovedformål med turen – endringer i hovedsesong

«Highlights»-turister

«Highlights»-turister brukes her som en betegnelse på besøkende som tar flere dagsturer fra ulike utgangspunkt i Jotunheimen, gjerne til de mest besøkte attraksjonene i området.

I 2002 ble det ved gjennomgangen av turrutene som var inntegnet på selvregistrerings-kortene etter hvert klart at en del fotturister hadde tatt flere dagsturer i området. Disse ble da registrert som en egen kategori. En tilsvarende kategori finnes ikke i datamaterialet fra 1992. Det betyr ikke at en slik måte å bruke Jotunheimen på i 1992 ikke eksisterte, men at antall tilfeller sannsynligvis var så få at de ikke ble registrert spesielt.

I 2002 utgjorde de som tok flere dagsturer i ulike deler av Jotunheimen 5.5% av de registrerte, og de fleste (86%) oppholdt seg i området i området 2 eller 3 dager. Av rutebeskrivelsene ser en at mange konsentrerer seg om de såkalte "highlights" i området, med Galdhøpiggen (41%) og Besseggen (41%) som de mest populære turmålene. 22% av «highlights»-turistene hadde vært på Glittertind, 17% på Fannaråken og 19% i Utladalen. Nordmenn og utlendinger "shopper" høydepunkter i om lag samme grad. Svenskene skilte seg ut blant utlendingene ved at andelen «highlights»-turistene var to-tre ganger så høy som gjennomsnittet blant de besøkende.

I 2010 og 2019 ble dette sjekket på en mer systematisk måte enn gjennom analyse av kartene (mange unnlot å tegne inn ruta). De som hadde oppholdt seg flere dager i Jotunheimen ble da spurt mer detaljert i den oppfølgende undersøkelsen om hva slags turer de hadde tatt.

Resultatene viser at andelen «highlight-turister» er økende, noe som i hovedsak skyldes endringer blant utenlandske besøkende. Blant norske besøkende er det registrert bare en svak øking i andelen «highlight-turister fra 2010 til 2019.

Dette samsvarer med andre resultater som indikerer at andelen utenlandske besøkende som er innom Jotunheimen på en rundreise har økt.

Vedleggstabell 9 Hvis du var på en flerdagerstur i Jotunheimen det siste året, hva slags tur var dette?

| | 2010 ¹ | 2019 ¹ |
|---|-------------------|-------------------|
| Gikk en sammenhengende tur med ulike overnattingssteder | 41% | 34% |
| Overnattet på ett sted og gikk dagsturer fra stedet | 42% | 42% |
| Gikk dagsturer fra ulike utgangspunkt til ulike turmål (kjørte bil/buss mellom disse stedene) | 17% | 25% |
| I alt | 100% | 101% |
| N= | 1254 | 614 |

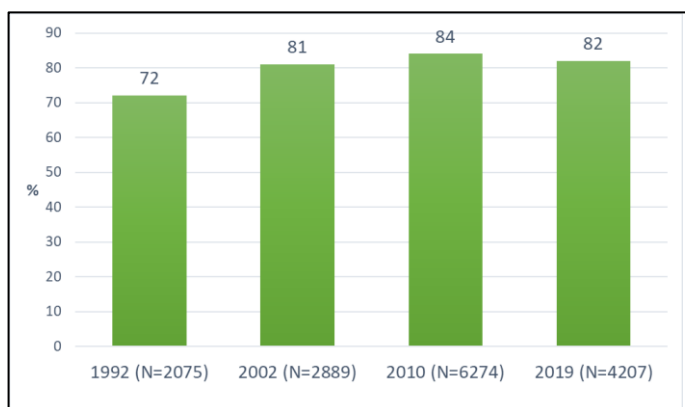
¹ Begge år ble resultatene vekta i forhold til variabelen «erfaring fra flerdagers fotturer», med samme fordeling som fra selvregistreringskassene.

Varighet på turene

Fra 1992 til 2019 har stadig flere av de som går en tradisjonell flerdagerstur valgt en relativt kort tur (2-3 dager). Dette gjaldt i 1992 35% av de som tok en tradisjonell flerdagerstur, 47% i 2002, 45% i 2010 og 51% i 2019.

Tilfredshet med forvaltningen

Tilfredsheten med forvaltningen økte vesentlig fra 1992 til 2002, fra 72% som var godt fornøyd i 1992 til 81% som var godt fornøyd i 2002. Deretter har tilfredsheten holdt seg stabilt høy (figur 50). I alle undersøkelsesårene er det bare 1% av de besøkende som er direkte misfornøyd med forvaltningen.



Vedleggsfigur 11. Andel som er godt fornøyd med (forvaltningen generelt og)¹⁷ tilretteleggingen for friluftslivutøverne i Jotunheimen nasjonalpark

¹⁷ I 2019-skjemaet så var teksten i parentesen sløffet.

Vedlegg 3 Purismeskalaen

På basis av amerikanske undersøkelser er det i flere norske undersøkelser brukt og utviklet en skala for å måle generelle holdninger til fysisk tilrettelegging og det å møte andre mennesker i et turområde (Vistad & Vorkinn 2012, Vistad 1995, Vistad 2009, Vorkinn 2003a og 2003b).

I undersøkelsene blir respondentene bedt om å svare i forhold til en generell situasjon:

"Tenk deg at du skal gjennomføre en flertimers tur i skogs- /fjellterreng om sommeren. Tenk deg at området er slik du helst vil ha det – som om det var ditt "idealområde" for en slik tur"

Respondentene blir så bedt om å ta stilling til åtte utsagn, på en skala fra 1 "Svært negativ" til 4 "Nøytral" til 7 "Svært positiv". De åtte utsagnene er:

Vil det være positivt eller negativt for deg:

... at det finnes tilrettelagte leirplasser med do, ved, bål, søppeldunker

... at du kan bli kvitt søppel i utplasserte søppeldunker

... at det finnes merkede stier i området

... at det er god skilting ved stistart og stikryss i området

... at det er lagt ned trestokker til å gå på der stien går over våt myr

... at det finnes hytter med matservering og oppredde senger i området

... at du møter mange andre friluftsfolk i løpet av turen

... at du kan gå milevis uten å møte et menneske

Ut fra svargivingen på disse åtte spørsmålene beregnes det en "gjennomsnittsskåre" på hvor positive/negative folk er til tilrettelegging og å møte andre på lengre turer. Deler av skalaen snus, slik at høyeste score på hvert enkeltspørsmål tilsvarte en mest mulig puristisk holdning (minst tilretteleggingsvennlig). Deretter summeres svarene og deles på åtte. En kommer da fram til en "gjennomsnittsholdning" for fysisk tilrettelegging og holdninger til andre brukere. For å kunne sammenligne med andre undersøkelsesområder blir purismeskalaen deretter delt inn i tre grupper, der skåre fra 1-3.5 blir satt til "minst puristisk", 3.51 – 4.49 blir kalt "nøytral" og skårer fra 4.5 til 7 blir kalt "mest puristisk". For en grundigere beskrivelse av "purismeskalaen" vises til Vistad & Vorkinn 2012.

Vedlegg 4 «Var det noe du savnet informasjon om under turene i Jotunheimen?»

Var det noe du savnet informasjon om under turene i Jotunheimen? – Svar på åpnet spørsmål om «Annet»

- At det gikk an å sende sekken med Gjendebåten så man kun trengte å gå med lett dagstursekk over Eggen. Fant det ut ved en tilfeldighet dagen etter vi hadde gått hele Bukkelægret med full opp-pakning. Dag 2 ble mye lettere uten sekk!
- Avstand i km. på skiltene til de ulike punktene.
- Bedre hygiene på ubetjent hytte og sønnen min savnet Internett. Og så savnet vi litt nordmenn. Traff stort sett utlendinger.
- Bekledning
- Besseggen Wanderung, Norwegisch "wandern» bedeutet Europeer brauchen alpine Erfahrung
- Betalningsmedel på hytterna
- Dårlig beskrivelse av traversen Gjendebu-Torfinnsbu i Klatrefører For Jotunheimen
- dagsturer rundt Juvasshytta
- Der var mange merka stier utan info
- difficulty level of trails/ slopes
- DNT hytta i Vettimarka var fortsatt merket med skilter til tross for at den ikke lenger var aktiv
- Fiske
- Fiskekort (Russvannet)
- Geologi
- Gut markierte Wege
- Hard to find specific information on how the parking and bus/ferry times worked prior to beginning Besseggen hike online
- Hvor stort område DNT-hytten hadde campingplass
- Information om mobildekning
- Især nemme endagsture
- Jeg var litt uforberedt på hvor høyt selve eggen av Besseggen var. Burde kanskje ha lest litt om risikoen. Er det farlig, eller sitter det bare i hodet.
- Konkrete forslag til 1-2-3-4-5-dagersturer, enten med telt eller hytter - og hytter som ikke er DNT-hytter (steinbuer, jakthytte etc som er mulige å låne). Ut.no er fint, men forteller ikke alt!
- Krevende kryssing av elver
- Kvalitet og merking av anbefalt sti
- Ladestasjon til Elbil
- Leider fehlt vielfach die Information in deutscher Sprache
- lite informasjon om stigarna, mycket tyngre terreng i vestra delen av Jotunheimen enn i østra delen
- more maps , more info on motorroads
- Muligheten for å komme seg dit ved hjelp av kollektivtransport
- Nærmeste toalett
- Omlegging av ruter
- Public transport
- public transport options
- Reliable weather information
- Road opening times.
- Terrengtyper

- The level of difficulty was beyond what I was expecting.
- Toiletten
- Transport in and out of the park
- Travel options to reach Jotunheimen
- Vanskelig å få god oversikt over busser og korrespondanse mellom bussene. Gjerne mer informasjon om terrenget, f.eks oppslag/skilt om trærne som ble skadet av utslippene fra fabrikk i Årdal. Skilt og oppslag ved Vettisfossen om hvor høyt fall det er
- Vissa pla
- tser var lite får tufft att gå med hund. Hade gerna haft noggrannare beskrivning om lederna hur riskabla de er, ex att du klettrar med ketting vissa partier.
- We're there are phone signal for sos
- Wegmarkierung
- wenig Beschilderungen und Wegemarkierungen
- which hiking trails are passable on a mountain bike

Vedlegg 5 Selvregistreringskort og instruksjoner i kassene

På de neste sidene vises den norske versjonen av selvregistreringskortet (to-sidig, A5) som lå ute i kassene i Jotunheimen (plassering, se vedlegg 6) og plakaten med instruksjoner for utfylling som fantes inn i kassa

Jotunheimen 2019

1) Dato:

| | | | |
|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| Dag | | Mnd | |

2a) Hvor er du bosatt?

Nordmenn (Postnr. og sted)

Utlendinger (Land)

b) Kjønn/alder: 1 Kvinne: år 2 Mann: år

3a) Hva er hovedformålet med denne turen i Jotunheimen nasjonalpark?

| | | | |
|----------------------------|-------------------|----------------------------|-------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Dagstur til fots | 1 <input type="checkbox"/> | Fisketur |
| 1 <input type="checkbox"/> | Flerdagers fottur | 1 <input type="checkbox"/> | Annet, hva? |

b) Varighet på denne turen i Jotunheimen nasjonalpark:

Dagstur: timer Flerdagerstur: dager

4a) Hvor mange er du sammen med på denne turen (inkl. deg selv)?..... personer

b) Er turen en "organisert" tur? (Skoleklasse, speidergruppe, DNT/turlag e.l.)

1 Nei 2 Ja, hva slags gruppe?

c) Er det barn under 15 år med i turfølget?

1 Nei 2 Ja, alderen på det yngste barnet er: år

d) Har du møtt noen på sykkel langs stiene på denne turen?

1 Nei 2 Ja

5) Hvor mange ganger og når (sommer/vinter) har du vært i Jotunheimen tidligere?

1 Ingen 1 Somre: antall 1 Vintre: antall

/SNU KORTET!

6.) Har du tidligere vært på flerdagers fottur eller skitur? (Uansett område)

| | | | | | |
|----------------------------|------------|----------------------------|-------------|----------------------------|-------------------|
| 1 <input type="checkbox"/> | Nei, aldri | 3 <input type="checkbox"/> | 2-5 ganger | 5 <input type="checkbox"/> | 11-20 ganger |
| 2 <input type="checkbox"/> | 1 gang | 4 <input type="checkbox"/> | 6-10 ganger | 6 <input type="checkbox"/> | Mer enn 20 ganger |

7) Er du fornøyd med tilretteleggingen for friluftslivutøverne i Jotunheimen?

1 Godt fornøyd 2 Ganske fornøyd 3 Misfornøyd

8) Tenk deg at du skal gjennomføre en flertimers tur i skogs- /fjellterreng om sommeren. Tenk deg at området er slik DU helst vil ha det – som om det var ditt "idealområde" for en slik tur. Ville det være positivt eller negativt for deg at: (merk ett tall for hver linje)

| | Svært Negativ | | Nøy-tralt | | | | Svært positivt |
|--|---------------|---|-----------|---|---|---|----------------|
| ... at det finnes tilrettelagte leirplasser med do, ved, bål, søppeldunker | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... at du kan bli kvitt søppel i utplasserte søppeldunker | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... at det finnes merkede stier i området | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... at det er god skilting ved stistart og stikryss i området | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... at det er lagt ned trestokker til å gå på der stien går over våt myr | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... at det finnes hytter med matservering og oppredde senger i området | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... at du møter mange andre friluftsfolk i løpet av turen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... at du kan gå milevis uten å møte et menneske | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

9) Er dette kortet fylt ut på tur inn i eller ut av området?

1 På tur inn i området 2 På tur ut av området

10) Til høsten ønsker vi å sende ut et spørreskjema til et utvalg av de som har besøkt Jotunheimen i sommer. Dersom du kunne tenke deg å gi ytterligere innspill til framtidig forvaltning av Jotunheimen, vennligst oppgi mail-adressa di under. På forhånd takk!

e-mail (vennligst skriv tydelig!):

TAKK FOR HJELPA!



Formålet med denne undersøkinga er å kartlegge korleis Jotunheimen-området (sjå kart) blir brukt til friluftsliv. Opplysningane du har er viktige. Dei kan hjelpe Nasjonalparkstyret med å forvalte området og legge betre til rette for dei besøkande.

Ver venleg og fyll ut eit kort og legg i "postkassa" her.

TAKK FOR HJELPA!



Der Zweck dieser Umfrage ist, Informationen darüber zu bekommen, wie der Jotunheimen Nationalpark (siehe Karte) für Outdooraktivitäten genutzt wird. Die Auskünfte helfen der Nationalparkleitung, das Gebiet entsprechend zu verwalten und den Bedürfnissen der Besucher entgegenzukommen.

Bitte füllen Sie eine Karte aus und werfen sie in den Kasten.

Vielen Dank für Ihre Hilfe!



The purpose of this survey is to chart how the Jotunheimen area (see the map) is used for outdoor recreation. The information you provide is valuable, as it can help the National Park Board manage the area and make improvements for the benefit of visitors.

Please fill in a card and put it in the "mail box" here.

THANK YOU FOR YOUR HELP!



● Du er her/ You are here/Sie sind hier

Dersom du har spørsmål om undersøkinga kan du kontakte/
If you need any further information about this survey, please contact:

Nasjonalparkforvaltar / National Park Manager:

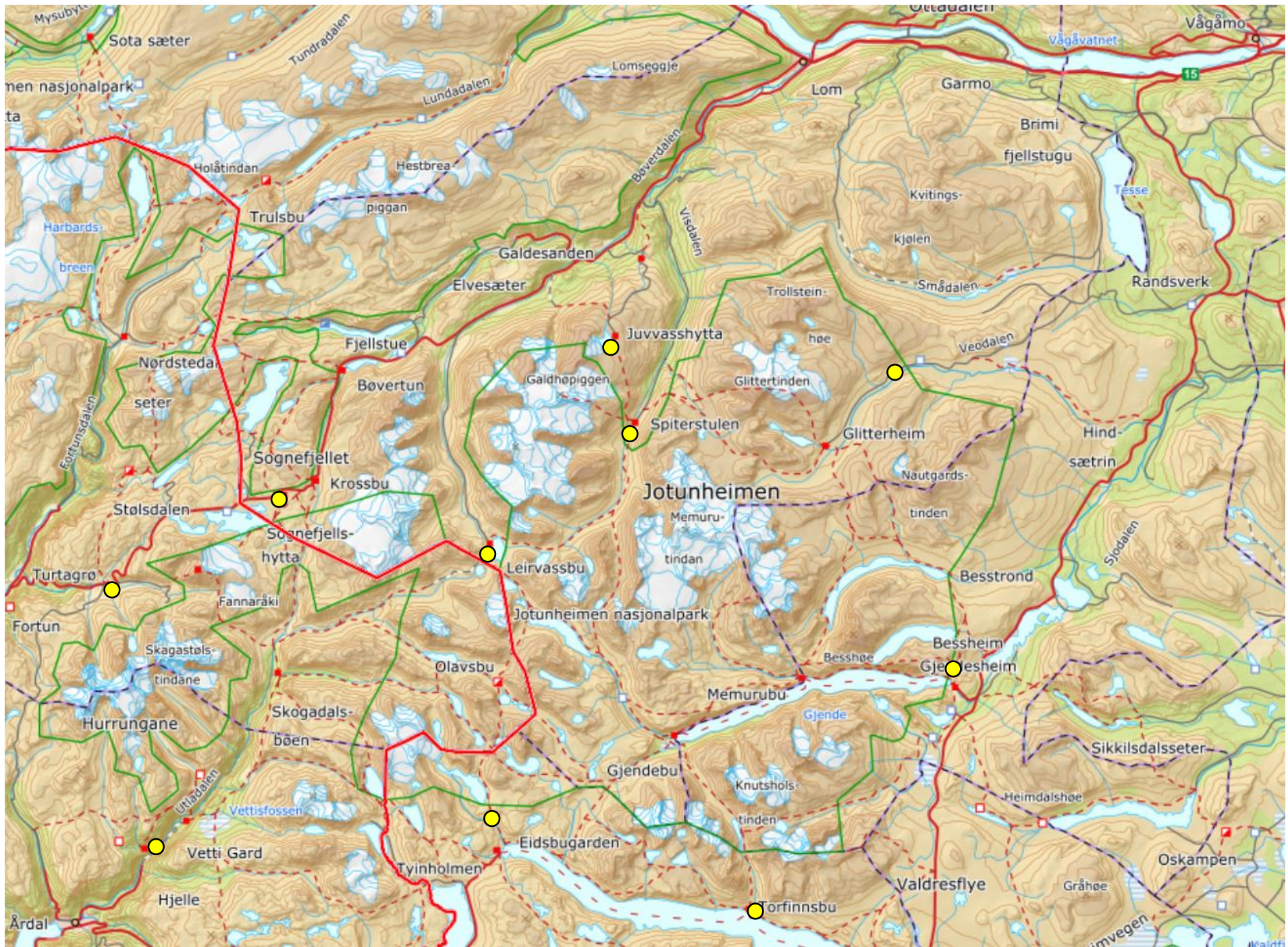
Kari Sveen, Tlf. 94 88 05 64/ E-mail: fmopksv@fylkesmannen.no

Johannes Skahjem (22.jul. – 11.aug.) Tlf. 94 87 09 22/ E-mail: johannes.skahjem@me.com

Vedlegg 6 Plassering av selvregistreringskassene

Se kart på neste side. Gule prikker viser plasseringen av kassene.

| EU89, UTM-soner 32 | N | Ø |
|---|------------|-----------|
| Eidsbugarden, stien opp mot Mjølkedalen | 6806651.64 | 462009.99 |
| Turtagrø, Stikryss Fanaråken-Skagastølsbotn | 6819284.57 | 436233.52 |
| Utladalen, Sør for Avdalsbrua | 6802826.31 | 440749.43 |
| Torfinnsbu, SØ hjørne av hovedbygning | 6802510.50 | 478388.94 |
| Gjendeosen | 6818656 | 490121 |
| Veodalen | 6837080.82 | 484300.91 |
| EU89, UTM-soner 33 | | |
| Visdalen | 6849123 | 150336 |
| Leirvassbu: I kanten av Gravidalsvegen, bak første haug | 6842057 | 141509 |
| Sognefjellet: Langs sti ned vesle Utladalen | 6845460 | 128179 |
| Juvasshytta, stien mot Galdhøpiggen | 6854566 | 149069 |



FYLKESMANNEN I INNLANDET

Postboks 987, 2604 Lillehammer | fminpost@fylkesmannen.no | www.fylkesmannen.no/innlandet