



Fylkesmannen i Innlandet

RapportNr 1 | 2020



Østlandsforskning

Besseggen

-«been there, seen that, done that”?

Av Marit Vorkinn, FMIN og Birgitta Ericsson, Østlandsforskning



Fylkesmannen i Innlandet
Rapport nr. 1 | 2020

Forfatter(e): Marit Vorkinn og Birgitta Ericsson
Tittel: Besseggen – «been there, seen that, done that»?

ISBN: 978-82-8410-004-3

Forsidebilde: Fra Besseggen
Foto: Rigmor Solem, SNO Jotunheimen

Forord

Nasjonale myndigheter har innført en autorisasjons- og tilskuddsordning for «Nasjonale turiststier» <https://www.miljodirektoratet.no/ansvarsomrader/friluftsliv/nasjonale-turiststier/>:

«Nasjonale turiststier er definerte områder med svært stor attraksjonskraft og opplevelsesverdi. Det er et utvalg av stier og turmål som gjennom langsiktig og helhetlig planlegging tåler meget høyt besøk uten at natur-, kultur- og opplevelseskvalitetene forringes og hvor det store besøket også skal bidra til lokal verdiskaping».

Norsk fjellsenter arbeider sammen med Oppland fylkeskommune og nasjonalparkstyret for Jotunheimen og Utladalen for å komme inn under ordningen. Initiativet støttes av bl.a. Fylkesmannen i Innlandet, Vågå kommune, DNT, Nasjonale turistveger og Nasjonalparkriket reiseliv.

Ett av kriteriene for å komme inn under ordningen er å gjennomføre en brukerundersøkelse på stien. En slik undersøkelse ble gjennomført sommeren 2019. Undersøkelsen har krevt et omfattende felt- og forarbeid. Følgende har bidratt enten med oppsetting og ettersyn av selvregistreringskasser, utdeling av skjema på parkeringsplasser eller punching:

- Rigmor Solem, SNO
- Johannes Skahjem, Utladalen Naturhus
- Knut Øyjordet, Vågå Fjellstyre
- Åsmund Galde, Odd Repp og Lene Kolden, Lom fjellstyre
- Ørjan Venås, Gjendeguiden
- Sommertilsette på Norsk fjellsenter og i Klimapark 2469 AS

Mai Bakken, leder av Norsk Fjellsenter i Lom og Kari Sveen, nasjonalparkforvalter i Jotunheimen, har organisert feltarbeidet og fungert som styringsgruppe, med bidrag fra Erlend Gjelsvik, Oppland fylkeskommune.

En stor takk til alle som har bidratt!

Faglig ansvarlig for undersøkelsen, analyse og utarbeiding av rapport har vært Marit Vorkinn, Fylkesmannen i Innlandet og Birgitta Ericsson, Østlandsforskning v/Høgskolen i Innlandet.

Lillehammer 25.03.20

Marit Vorkinn

Birgitta Ericsson

Sammendrag og diskusjon

Besseggen er blant Norges "ikoniske" fjellturer; En fjelltur som er mye omtalt, med en lang historie, og med en betydelig «selfie»-verdi, dvs. en tur som det gir sosial anerkjennelse å ha gått. Besseggen har utvilsomt store opplevelseskvaliteter, men sammenlignet med de fleste andre fjellområder har Besseggen også stor trafikk. Utfordringen for Besseggen er derfor den samme som for andre naturområder der overturisme diskuteres; Blir det så mange folk at naturverdiene og opplevelsesverdiene ødelegges?

Utvikling av ferdselen over Besseggen

Siden 2006-2007 har en hatt en økning i antall fotturister på Besseggen på 15%, og de tre siste årene har ca. 55.000 fotturister gått over Besseggen. Den største økningen ser ut til å ha kommet i form av dagsturisme.

I hvilken grad ferdselen på Besseggen har blitt så stor at noen grupper velger andre områder («fortrenges») har vi kun indirekte mål på. Resultatene viser at Besseggen fortsatt er førstevalget blant mange *førstegangsbesøkende* til Jotunheimen. Ved seinere besøk til Jotunheimen velger fjellvandrerne heller andre innfallsporter enn Besseggen. Dette kan skyldes både at folk ønsker å oppleve nye områder i Jotunheimen, og at de ikke er tilfreds med opplevelsen på Besseggen. Andelen som velger andre innfallsporter enn Besseggen ved andregangs og seinere besøk har imidlertid ikke økt siden 1992. Vi tolker dette slik at den trafikkøkningen som har vært over Besseggen siden 1992 ikke har ført til at *flere* velger bort Besseggen ved andregangs besøk og seinere, når en ser hele sommersesongen under ett.

Utviklingen de tre siste årene viser imidlertid at den gjennomsnittlige helgetrafikken har gått betydelig ned. Endringene kan skyldes at trafikken nå spres mer utover i uka/sesongen, fordi folk er klar over at det er mye trafikk i høysesongen og på lørdager. Tre år er imidlertid for kort tid til å si noe om varige trafikkendringer. For å se om den tidvise høye ferdselen på Besseggen fører til en større spredning over sesongen, bør ferdselstellingene på Besseggen fortsette.

I det store og hele var turgåerne fornøyde med turen over Besseggen i 2019. Men når halvparten av de spurte er misfornøyde/middels fornøyde med antall folk på stien, er dette et signal om at forvaltningen og reiselivsaktørene bør følge utviklingen nøye.

Å følge utviklingen her, der en allerede har en tidsserie, vil gi viktige erfaringer om ferdselsutvikling i attraktive turområder som en kan dra nytte av også i andre norske fjellområder.

Attraksjonskraft

Ikke uventet er Besseggen et turmål i Jotunheimen som mange kjenner til, og som «drar» mange besøkende til området. For 43% var turen på Besseggen den eneste grunnen til å besøke Jotunheimen på den turen de fylte ut et spørreskjema (N=236). Her var det store forskjeller mellom norske og utenlandske besøkende. Vel 60% av de norske besøkende var i Jotunheimen utelukkende pga. Besseggen-turen. Mange av de utenlandske besøkende oppga derimot at de besøkte også andre flere turmål i Jotunheimen på den samme turen (knappe tre fjerdedeler). Dette er ikke uventet. Når man reiser langt blir investeringen i turen større, og man tar derfor gjerne med flere besøksmål enn ved kortere reiser.

Totalt sett hadde de fleste (85%) bestemt seg for å gå Besseggen før de dro hjemmefra, og nesten like mange hadde heller ikke vurdert alternative turmål.

Hvem gikk Besseggen i 2019?

Det som kjennetegner de som gikk Besseggen i 2019 er at det er

- mange ungdom/yngre
- mange utlendinger
- mange førstgangsbesøkende.

Blant utlendingene som gikk Besseggen var det 95% som ikke hadde gått Besseggen tidligere, og 85% hadde heller ikke vært i Jotunheimen tidligere. Selv om mange ikke har vært i Jotunheimen tidligere, er imidlertid ikke dette ensbetydende med at de er uerfarne friluftslivutøvere. På Besseggen oppga ca. 70% at de hadde vært på en eller flere flerdagers fottur/skitur tidligere. Også generell friluftslivsinteresse og bruken av kommersielle tilbud i Jotunheimen/områdene rundt, viser at mange Besseggen-vandrere er natur- og friluftslivinteresserte.

Redningsaksjoner og påfølgende avisoppslag viser at det likevel er besøkende som ikke har de rette forutsetningene for å gå Besseggen. Men det ser ut som om disse (foreløpig) utgjør unntakene fra de som går Besseggen.

Vil reguleringer på Besseggen gi fjellvandrerne en bedre opplevelse?

Ut fra ferdselsutviklingen ser det ikke umiddelbart ut til å være behov for å redusere antall besøkende. Men når halvparten av de spurte er misfornøyde/middels fornøyde med antall folk på stien, så er dette som nevnt et signal om at forvaltningen bør følge utviklingen nøye.

I stedet for å innføre reguleringer kan det være verdt å prøve å spre trafikken mer over sesongen. Forvaltningen og reiselivsnæringen bør i så fall forsøke å påvirke den informasjon som gis fra de viktigste informasjonskildene, VisitNorway, Gjendebåten og DNT, slik at klart framkommer når det er mye/lite trafikk over Besseggen. Dette kan bidra til å spre trafikken utover sesongen/uka. Det anbefales ikke å forsøke å spre trafikken i forhold til startpunkt. Møtende trafikk gir en større trengselsfølelse enn om mange går i samme retning.

I Norge reguleres friluftsfærdsel bare unntaksvis, men også her i landet har vi fått en diskusjon om «overturisme». Siden Besseggen er et område med tidvis stor ferdsel sammenlignet med de fleste andre norske fjellområder, var det derfor av interesse å kartlegge hvilke synspunkter brukerne selv har på reguleringer. Det viser seg å være en betydelig andel som er imot reguleringer, men andelen varierer med type regulering (mellom 25 og 40% er enige i innføring av ulike reguleringer). Det er også en stor andel som svarer at de ikke har noen mening, noe om tyder på at dette fortsatt er en noe fremmed tankegang for mange i Norge.

Vi hadde forventet at utenlandske tilreisende kanskje var noe mer enige i innføring av reguleringer, siden flere nasjonaliteter er vant til reguleringer fra eget hjemland. Men dette synes ikke å være tilfelle. Årsaken kan være både at de ikke synes det er behov for reguleringer på Besseggen (dersom de er vant til større ferdselsmengder fra eget hjemland) eller at en av kvalitetene i norske fjellområder er at de i stor grad slipper reguleringer.

En liten avgift pr. person (50 kr.) for sikkerhets- og tilretteleggingstiltak på Besseggen er akseptabel for vel 40% av de spurte. Mange besøkende betaler allerede en avgift for parkering på Reinsvangen, og billett på Gjendebåten. Det ville vært enklest å inkludere en avgift for å dekke sikkerhetstiltak og tilrettelegging i eksisterende avgifter, men den norske nasjonalparkmodellen gjør at dette eventuelt må baseres på frivillige avtaler. Dette kan også være vanskelig fordi en del synes at parkeringen allerede er dyr.

Det er viktig å nå fjellvandrerne med informasjon før turen

Å nå de besøkende med informasjon før de kommer til området er viktig av flere årsaker, både for kanalisering (få folk til å velge riktig område/tidspunkt), for sikkerhet (krav til utstyr og fysisk form), for å gi de besøkende gode opplevelser (tilfredshet henger sterkt sammen med forventninger) og ikke minst for å unngå negative effekter for naturverdiene (eksempelvis slitasje, forstyrrelser, forstyrrelser).

Utgangspunktet for informasjonsarbeid rettet mot de besøkende til Besseggen er svært godt, siden de aller fleste (84%) hadde skaffet seg informasjon om Besseggen-turen før de kom til området. Dette gjelder både nordmenn og utlendinger. En utfordring for forvaltningen er at informasjon om Besseggen gis i svært mange kanaler. De kanaler forvaltningen særlig bør fokusere på er DNT (inkl. ut.no), nettsidene for Gjendebåten og VisitNorway (inkludert undersider det er lenket til herfra, som regionale reiselivsorganisasjoner).

Resultatene tyder på at informasjon om værforholdene og hvor krevende turen er, bør kommuniseres enda tydeligere. Galdhøpiggen og Utladalen/Vettisfossen kan markedsføres som alternative turmål som er mindre krevende, men som likevel har en høy «selfie-faktor». Til Galdhøpiggen er det også et tilbud om guida turer, noe som gir ekstra sikkerhet.

Gjendebåten har en nøkkelrolle for styring av ferdsel i området

Gjendebåten spiller en nøkkelrolle i forvaltningen av Besseggen både for eventuelle reguleringer av antallet som går over Besseggen, for informasjonsformidling før folk kommer til området, og også for kanalisering i Jotunheimen. Gjendebåten nettsider er naturlig nok innrettet mot å gi praktisk informasjon om avgangstider, billettpriser, parkering o.l. Når så mange besøkende har brukt disse nettsidene, bør potensialet som digital innfallspurt til Jotunheimen utnyttes bedre, minimum med lenker til annen viktig informasjon.

Mange velger Besseggen som sitt første møte med Jotunheimen, og en stor andel av disse tar båten. Ved seinere besøk velger de gjerne andre innfallsporer. Båtturen er derfor en mulighet for å påvirke valg av andre turmål ved seinere besøk i Jotunheimen, og dermed for kanalisering av ferdselen. Båtturen gir også en svært god mulighet for å vise informasjonsfilmer om både sikker og sporløs ferdsel. Samarbeidet med Gjendebåten er med andre ord svært viktig for forvaltningen.

Tilfredshet med gjennomførte reguleringer på Gjendeosen

Parkering i høysesongen har vært en utfordring ved Gjendeosen lenge. Parkeringstilbudet ble derfor for noen år tilbake utvidet med en større parkering på Reinsvangen, 1,7 km unna Gjendeosen (figur 1), med en ordning med shuttlebuss inn til Gjendeosen. Parkeringsplassen på Gjendeosen ble imidlertid opprettholdt. Da Nasjonale Turistveger utpekte Gjendeosen til et såkalt ikonpunkt i sin

satsing, ønsket turistvegprosjektet å gjennomføre en visuell oppgradering av Gjendeosen-området, og den store parkeringa ved Gjende ble vurdert å være et visuelt uheldig element.

Det har vært en lang og til dels konfliktykt prosess for å ruste opp området ved Gjendeosen. En av endringene er at alle tilreisende som skal parkere over to timer nå er henvist til å parkere på Reinsvangen, og enten gå eller ta skyttel-buss inn til Gjendeosen. På Gjendeosen er det beholdt en mindre parkeringsplass for 20 biler for kortere stopp (maks. 2 timer).

Vi har ikke hatt mulighet til å vurdere om noen av de som parkerte ved Gjendeosen tidligere har sluttet å bruke området pga. at det har blitt mer tungvint å parkere. Blant de som gikk Besseggen/parkerte på Reinsvangen i 2019 var imidlertid om lag 80% fornøyd/svært fornøyd med parkeringen ved Gjende og skyttelbussen. Om lag en tiendedel synes ordningen er midt på treet, mens om lag en tiendedel er direkte misfornøyd. Dette viser at storparten av de besøkende aksepterer at de ikke har anledning til å parkere helt inn til utgangspunktet for turen over Besseggen.

Betydningen av trafikken over Besseggen for lokaløkonomien

Mange norske besøkende har et kort opphold i Jotunheimen. Det betyr at økonomiske effekter først og fremst oppstår i lokalområdet rundt Besseggen.

Mellom 85 og 90% av de som gikk Besseggen og/eller parkerte på Reinsvangen benyttet seg av minst ett av de kommersielle servicetilbudene i området. Mens utlendingene i gjennomsnitt bruker 2,1 tilbud, bruker nordmennene 2,8 tilbud. Rundreiseturistene betyr mest for de aller fleste tilbydere, da de utgjør den største gruppen, og samlet utgjør over halvparten av alle turistene.

De som har gått Besseggen eller besøkt Jotunheimen tidligere benytter seg i større grad av de kommersielle servicetilbudene i området enn førstegangsbesøkende. *Dette kan indikere at det er et udekket behov for informasjon om disse tilbudene, og at det i det også kan ligge et potensial for økt omsetning for disse virksomhetene.*

I tabellen under har vi satt opp noen nøkkeltall over turisttrafikken i og rundt Gjende-området i 2019:

Tabell 1. Trafikktall fra Gjendosen/Besseggen/Sjodalen

TYPE TRAFIKK	2019	Kilde
Overnattinger, sommer		
-Gjendebu	8.513	Overnattingsstatistikk, DNT
-Gjendesheim	12.523	
Parkering, korttids, Gjendeosen (maks. 2 timer)	7.824	Kiosk-/parkeringsselskapet
Parkering, langtids, Reinsvangen	15.761	Besseggen 1743
Gjendebåten, billetter, jun-okt	62.909	Gjendebåten AS
Besseggen, antall passeringer, jun-sept	54.084	Nasjonalparkforvaltning/SNO – ferdselstiller
Trafikk fv. 51, Besstrond, lette kjøretøy, jun-sept		
-mot Fagernes	79.349	Statens vegvesen
-mot Randsverk	81.217	

I 2019 ble det i alt registrert omlag 54.000 fotturister som gikk over Besseggen. Med basis i ferdselstellersen over Besseggen og resultater fra etterundersøkelsen er det mulig å anslå i størrelsesorden hvor mange som benyttet seg også av andre tilbud i lokalområdet. Dette vil gi en pekepinn om betydningen av turismen over Besseggen. Som omtalt i metodekapitlet og som vi ser av at mange av resultatene er basert på få enheter, vil usikkerheten – og dermed intervallene – i dataene være forholdsvis stor. Det er også grunn til å anta at det er de mest dedikerte og aktive besøkende som har besvart etterundersøkelsen, slik at resultatene i realiteten er lavere enn det som framkommer her.

Med disse forbeholdene kan vi anta at mellom 45.000 og 50.000 av Besseggen-turistene har benyttet seg av ett av de kommersielle tilbudene i lokalområdet. Serveringstilbudet er det som flest har benyttet seg av – mat og drikke må alle ha og ikke alle har med egen forsyning. Basert på undersøkelsen finner vi da at om lag 15 000 har oppgitt handel i kiosken ved Gjendeosen, og dobbelt så mange har benyttet serveringstilbudet i kjerneområdet, det vil si Gjendesheim, Memurubu, Gjendebu, Bessheim og Maurvangen. Verken andre serveringssteder i Sjudalen eller på Beitostølen kommer opp i de samme volumene.

Cirka 15 000 personer oppgir å ha overnattet kommersielt i området, disse representerer mellom 35 000 og 40 000 overnattinger. Det registrerte antallet overnattinger på Gjendesheim og Gjendebu var 20 000 sommeren 2019. For Memurubu har vi ikke overnattingstall, men hytta har i alt 150 senger. Et regneeksempel på 60 dager med fullt belegg gir 9 000 overnattinger. Hvis pluss/minus 25 000 overnattinger foregår i de helt nærmeste turisthyttene, er det foretatt 10 000 til 15 000 kommersielle overnattinger ved øvrige overnattingsbedrifter i området som kan tilbakeføres til Besseggen-turistene.

Besseggen-turistene bruker også andre aktivitetstilbud i fjellbygdene rundt Jotunheimen i tilknytning til vandringen over Besseggen, i alt 10 000 til 15 000 personer sier de har gjort det. De fleste, 5 000 til 10 000, har gjort det på Gudbrandsdalssida, og der er stavkirka i Lom den største attraksjonen. På Valdressida har om lag 5 000 personer benyttet seg av lokale tilbud der. Ingen av de nevnte tilbudene skiller seg ut på samme måte som stavkirka i Lom, men båtturen på Bygdin, seterbesøk og Synshorn Via Ferrata er de mest populære.

Besøksforvaltning gir resultater

Hovedinntrykket fra undersøkelsen er at situasjonen rundt Besseggen er under god kontroll.

I motsetning til f.eks. på Trolltunga har trafikkøkningen på Besseggen skjedd gradvis over flere år. Dette har gjort det mulig for nasjonalparkmyndighetene, lokalt næringsliv og andre aktører å følge opp utviklingen ved å forsterke stien opp og ned fra Besseggen, øke kapasiteten på båttilbudet, gjennomføre mer ordnede parkeringsforhold ved Gjendeosen og etablere Besseggenpatroljen. Særlig takket være lokalt SNO har besøksforvaltning vært gjennomført på Besseggen lenge før besøksforvaltning ble et begrep i norsk naturforvaltning.

De gjennomførte tiltakene synes i stor grad å ha møtt den økte tilstrømmingen på en god måte. Resultatene tyder på at trafikken i større grad har spredd seg utover i uka, men ikke at en større andel enn tidligere ser Besseggen-turen som en engangsforeteelse.

Det er ikke lenger mulig å parkere helt inn til utgangspunktet for turen, men de fleste av dagens brukere aksepterer som nevnt dette. Utviklingen ved Gjendeosen viser altså at det er mulig å regulere tilgjengeligheten til attraktive turmål, uten at det går vesentlig ut over de besøkendes tilfredshet med besøket. Hovedparkeringen og skyttelbussen driftes av lokale næringsaktører og gir dermed lokale inntekter. Om de besøkende i utgangspunktet nok ønsker enklest mulig tilgjengelighet til ulike naturattraksjoner, er det ikke sikkert at det å åpne for en kjappest mulig tur ut og inn av et område, er det som gir de største lokaløkonomiske effektene.

Resultatene betyr imidlertid ikke at aktørene i området kan slå seg til ro med de tiltak som er gjennomført. Med over 50 registrerte nasjonaliteter vil informasjon være en utfordring framover. Vet f.eks. besøkende fra Mongolia og De arabiske emiratene at de skal ta med søppelet sitt ut igjen, og har besøkende fra Mosambik med varme nok klær?

Merking/sikkerhetstiltak på selve eggen, av den typen som er planlagt sommeren 2020, er også nødvendig for at en del skal føle seg trygge på turen.

Resultatene tyder på at en har fått en økning av yngre, utenlandske besøkende. Tilstrømmingen av «selfie-turister» synes imidlertid ikke å ha vært like stor som på Trolltunga og Prekestolen, men dette kan endre seg, bl.a. med en status som «Nasjonal turiststi». Dersom trafikken øker vesentlig kan dette føre til lavere tilfredshet hos de besøkende og forsøpling/slitasje. Og selv om de fleste besøkende på Besseggen nå synes å ha bra forutsetninger for å gjennomføre turen, vil en økende «selfie»-status sannsynligvis føre til flere som ikke har de rette forutsetningene. Fortsatt tilstedeværelse i felt, slik Besseggen-patroljen er tilstede i dag, vil ut fra erfaringene hittil være viktig både for sikker og sporløs ferdsel.

Det vil bli viktig å følge trafikkutviklingen videre gjennom årlige ferdselsregistreringer. Det tilrås også at forvaltningen gjennomfører en enklere form for brukerundersøkelse på Besseggen mer regulært, f.eks. hvert fjerde år. Dette kan gjennomføres ved personlig utdeling og selvutfylling av korte intervjueskjemaer på utvalgte dager.

Besøksforvaltning i naturområder koster, akkurat som museumsdrift koster. Tiltakene på Gjendeosen og Besseggen har krevd betydelige ressurser (i norsk målestokk), og prosessen har til tider vært konfliktfylt. Etter resultatene i denne undersøkelsen å dømme, har imidlertid de samarbeidsprosesser og tiltak som er gjennomført, bidratt til at Besseggen fortsatt er en reise verdt.

Innhold

Forord	3
Sammendrag og diskusjon	4
1. Innledning	12
1.1 Formål med undersøkelsen.....	12
1.2 Problemstillinger	12
2. Metode og gjennomføring	13
3. Hvordan har utviklingen på Besseggen vært de siste årene?	16
3.1 Trafikkutvikling fra 2007.....	16
3.2 Å gå Besseggen – en engangsopplevelse?	18
3.3 Er det andre typer brukere som går Besseggen i 2019 enn i 1992?	20
3.3.1 Nasjonalitet	20
3.3.2 Alder	21
3.3.4 Formål med turen.....	22
3.3.5 Andel førstegangsbesøkende til Jotunheimen	23
3.3.6 Erfaring fra flerdagers fotturer.....	23
4. Hvor viktig er Besseggen som turmål?	24
5. Hvem gikk Besseggen i 2019?	25
5.1 Bosted.....	25
5.2 Kjønn.....	26
5.3 Alder	27
5.4 Dagstur eller flerdagerstur?	27
5.5 Turfølge	28
5.6 Purisme.....	29
5.7 Friluftslivinteresse	31
5.8 Mange førstegangsbesøkende	31
5.9 Erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer.....	32
6. Hvordan kan forvaltningen best kommunisere med de besøkende?	33
6.1 De fleste skaffer seg informasjon på forhånd	33
6.2 Hvor henter de besøkende informasjon før turen?	34

7. Har fotturistene hatt en bra tur over Besseggen?	37
7.1. Besseggen-patruljen.....	38
8. Synes de besøkende at det er behov for å regulere ferdselen over Besseggen?	39
9. De som parkerer på Reinsvangen men som ikke går fottur.....	40
10. Hvilke servicetilbud bruker Besseggen-turistene og hvor fornøyde er de med forholdene ved Gjendeosen?	41
10.1. Bruk av servicetilbud i området	41
10.1.1 Bruk av servicetilbudet i forhold til nasjonalitet	42
10.1.2. Bruk av servicetilbudet i forhold til hovedmål for turen.....	43
10.1.3. Bruk av servicetilbudet i forhold til type tur eller reise.....	44
10.1.4. De eldre bruker i større grad overnattings- og serveringstilbud.....	46
10.1.5. Bruk av servicetilbudet i forhold til erfaring fra Besseggen eller Jotunheimen	47
10.2 Brukerne er fornøyd med servicetilbudene i området rundt Besseggen	48
11. Bruk av andre aktiviteter, attraksjoner eller tilbud i dalførene rundt Jotunheimen	50
12. Overnattinger på turistbedrifter i lokalområdet.....	53
13. Referanser.....	57
VEDLEGG 1 Oversikt over datainnsamling og representativitet – ulike utvalg.....	58
VEDLEGG 2 Purismeskalaen	61
VEDLEGG 3 Bruk av servicetilbud i kjerneområdet.....	62
VEDLEGG 4 Andre tilbud/aktiviteter/attraksjoner benyttet	63
VEDLEGG 5 Forhold de spurte var misfornøyde med eller som kan forbedres	64

1. Innledning

Besseggen er blant Norges "ikoniske" fjellturer; En fjelltur som er mye omtalt, med en lang historie, og med en betydelig «selfie»-verdi, dvs. en tur som det gir sosial anerkjennelse å ha gått. Besseggen har utvilsomt store opplevelseskvaliteter, men sammenlignet med de fleste andre fjellområder har Besseggen også stor trafikk. Utfordringen for Besseggen er derfor den samme som for andre naturområder der overturisme diskuteres; Blir det så mange folk at naturverdiene og opplevelsesverdiene ødelegges?

I denne rapporten er konsekvensene av ferdselen for naturverdiene ikke vurdert. Steinryggen over Besseggen tåler imidlertid mye tråkk, og forvaltningen har gjennomført flere tiltak for å forsterke og kanalisere opp- og nedgangen fra Besseggen. Stien er derfor godt rustet for å tåle store trafikkmengder. Ser en Jotunheimen under ett, vil det antakelig være en stor fordel å ha noen slike «honningkrukker» i forhold til å skjerme andre, mer sårbare områder.

Den store ferdselen betyr utfordringer også i forhold til sikkerhet og redningsaksjoner. Også her har lokale krefter tatt tak, gjennom opprettelsen av «Besseggen-patroljen». Patroljen har bidratt til å avverge en rekke unødvendige redningsaksjoner på Besseggen. Om organiseringen/hyppigheten av patroljen er tilstrekkelig, må vurderes av de aktuelle myndigheter og forvaltningsorganer.

Rapporten belyser først og fremst de besøkende: Utvikling de siste årene, hvem de besøkende er, hvordan de opplever turen over Besseggen og hvilke kommersielle tilbud Besseggen-turistene benytter i området. Dette gir grunnlag for å estimere de lokaløkonomiske virkningene av ferdselen over Besseggen.

Undersøkelsen for Besseggen ble kombinert med en undersøkelse blant de besøkende til hele Jotunheimen. Sistnevnte undersøkelse har vært en oppfølging av brukerundersøkelser som nasjonalparkforvaltningen gjennomførte i 1992, 2002 og 2010, og som blir rapportert separat. Ved å kombinere de to undersøkelsene har det vært mulig å belyse flere aspekter ved bruken av Besseggen, særlig om de som går Besseggen skiller seg fra andre besøkende til Jotunheimen, og om det har vært endringer over tid.

1.1 Formål med undersøkelsen

Formålet med undersøkelsen har vært å framskaffe kunnskap som grunnlag for arbeidet med nasjonal turiststi Besseggen.

1.2 Problemstillinger

1. Hvem er de besøkende og hva gjør de ved Gjendeosen?
2. Hva slags reise er de på?
3. Hvordan kan forvaltningen best kommunisere med de besøkende?
4. Hvor fornøyde er de besøkende med turen over Besseggen?
5. Hvor fornøyde er de besøkende med tilrettelegging og tilbud rundt turen?
6. Hvilken lokaløkonomisk betydning har de besøkende på Besseggen for Valdres og Gudbrandsdalen?

2. Metode og gjennomføring

Vedlegg 1 viser en skjematisk oversikt over innsamlingsmetoder og svarinnngang

Hovedutfordringen ved valg av metode har vært å få et mest mulig representativt utvalg innenfor begrensa ressursrammer. Gjendeosen er et vanskelig intervjuområde pga. stor trafikk, utflytende trafikkmønster (flere parkeringsplasser + bussadkomst) og besøkende med ulike formål med besøket (se seg rundt, ta båten, gå fottur, fiske).

Gjendeosen er derfor et område hvor det vil være utfordrende å gjennomføre personlige intervjuer på stedet. De som skal med båten vil neppe ha tid, siden båtturene nå kan forhåndsbookes, og de som kommer fra Besseggen er slitne etter en lang tur. Vi valgte derfor å be de besøkende om å fylle ut kun et kort skjema på stedet (et såkalt «selvregistreringskort») der de også ble bedt om å oppgi mailadresse, for utsending av et lengre spørreskjema pr. mail på høsten.

For å dekke flest mulig brukergrupper med minst mulig ressurser ble det brukt en kombinasjon av metoder, med utlegging av selvregistreringskort og ferdigfrankerte svarkonvolutter på bilene på parkeringsplassen ved Reinsvangen¹ og oppsetting av en selvregistreringskasse på Besseggen-stien ned mot Gjendesheim. Begge varianter av selvregistreringskortene ble utarbeidet på norsk, engelsk og tysk. De to skjemavariantene hadde dels sammenfallende opplysninger og dels noen ulike spørsmål, fordi ikke alle som parkerer på Reinsvangen går Besseggen.

I tillegg ble det utplassert en selvregistreringskasse langs stien over Besseggen, på nedstigen til Gjendesosen. Selvregistreringskassa utgjorde 1 av 10 kasser utplassert ved innfallsporter til Jotunheimen sommeren 2019. Øvrige innfallsporter med kasser var Veodalen (mot Glitterheim), Sognefjellet, Leirvassbu, Vidsalen (Spitertsulen), Juvasshytta, Mjølkedalen (Eidsbugarden), Utladalen, Torfinnsbu og Turtagrø.

Vi vurderte også utdeling på Gjendebåten, men fant at en datainnsamling her ville dekke få brukere som vi ikke nådde ellers, samtidig som det vil være tidkrevende å innhente mange nok skjemaer. Gjennom undersøkelsene har vi fått dekket de som går Besseggen og de som ellers hadde lengre opphold i området. De gruppene som ikke inngår i undersøkelsen er de som bruker korttidsparkeringa inne på selve Gjendeosen (maks. 2-timers opphold) og lokale fiskere med reservert parkering ved Gjendeosen.

Selvregistreringskassa ved stien over Besseggen ble plassert oppe i bakkene overfor Gjendesheim, på samme lokalitet som ved tidligere undersøkelser. Kassa ble satt opp 17.juni og tatt ned 9. oktober. Det er stor trafikk på Besseggen, og selvregistreringskassa her ble ettersett og etterfylt med skjema 30 ganger i løpet av sommersesongen. I alt ble det registrert skjemaer fra 2.427 personer over 15 år i kassa på Besseggen.

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 (Kaxrud Wilberg 2010). Det ser også ut til at noen grupper, som lokalbefolkningen, i mindre grad registrerer seg enn andre grupper. Ulike undersøkelser har for eksempel vist at *andelen* som fyller ut selvregistreringskort er adskillig lavere på stier med mye

¹ <https://www.besseggen1743.no/no/parkering/#no/parkering-ved-gjendeosen>

trafikk enn på stier med lite trafikk. En oppsummering av ulike norske og utenlandske bortfallsstudier finnes i Vorkinn & Andersen 2010.

Mens det gjennom selvregistreringskassa ble samlet inn selvregistreringskort fortløpende gjennom hele sesongen, måtte utlegging på parkeringsplassen på Reinsvangen av ressurs hensyn begrenses til et fåtall dager gjennom sesongen. Utdelingsdagene ble valgt med sikte på å få dekket et bredt og mest mulig representativt utvalg over sesongen, med fordeling på lav- og høysesong og hverdager og helgedager:

Tabell 2. Datoer for utlegging av skjema på Reinsvangen

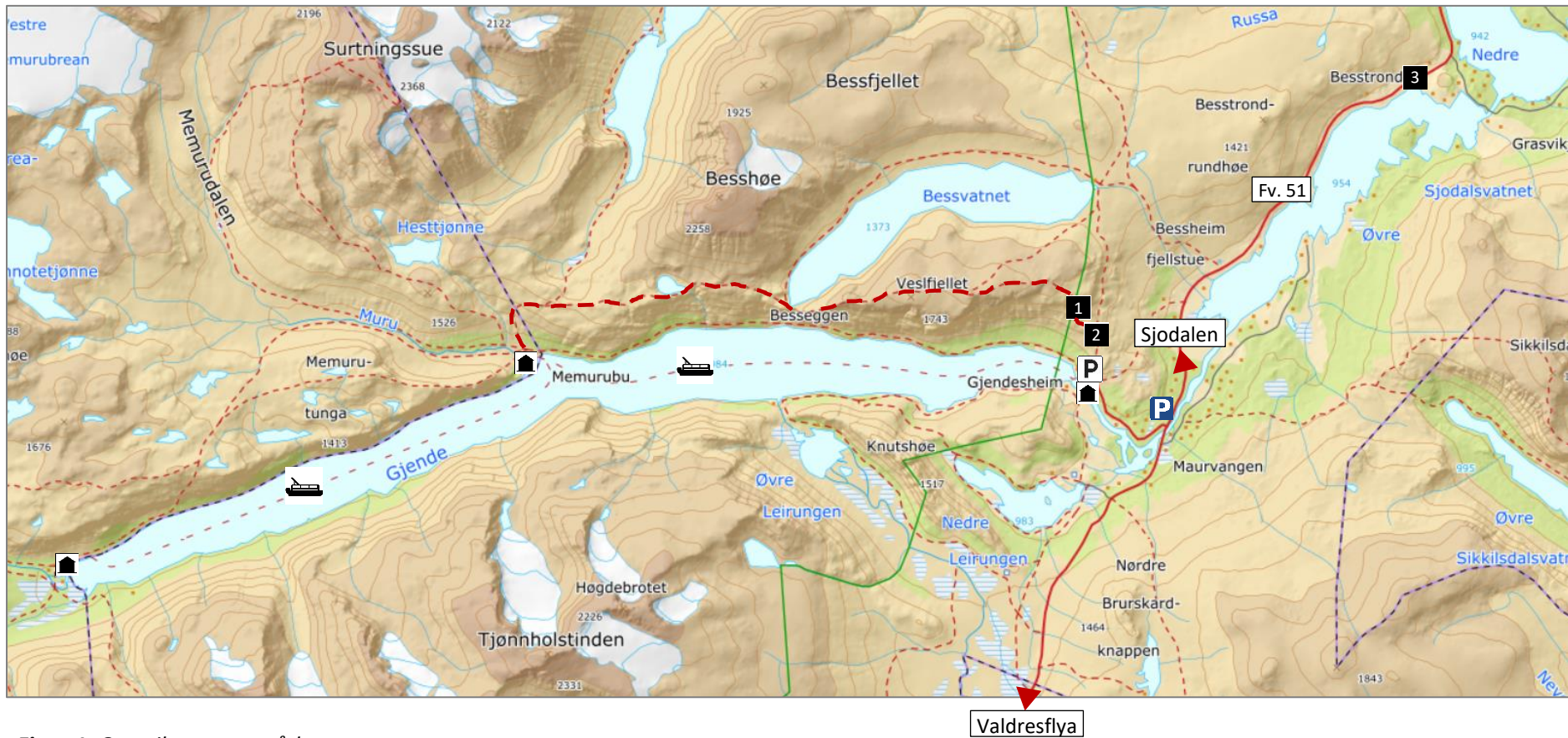
Lavesong	Tirsdag 18.juni, onsdag 19.juni
	Lørdag 22.juni
Høysesong	Tirsdag 9.juli, Lørdag 13.juli
	Tirsdag 30.juli, Lørdag 3.august
Lavesong	Tirsdag 17.september, onsdag 18. september
	Lørdag 21.september

I lavesong vil det sannsynligvis være forskjeller mellom antall og type besøkende på virkedager og i helgene. I høysesongen vil denne forskjellen være mindre. I lavesong ble det derfor delt ut på to virkedager, for å unngå at svar på helgedagene ble overrepresentert i forhold til svar på virkedagene. Skjema ble lagt ut midt på dagen, varierende fra 11.00-15.00. Den 17. og 18. september var Reinsvangen stengt for all parkering pga. arbeider på plassen. All parkering var da flytta til Gjendeosen, der det ble lagt ut skjema.

I alt ble det lagt ut 1251 skjema i løpet av sommeren. 272 skjema ble returnert. Dette gir en lav svarandel (21%). De som fylte ut et selvregistreringskort i kassa ved Besseggenstien, fylte imidlertid neppe ut et kort på nytt om de fant et slikt kort på bilruta etterpå. De dagene det var utdeling av skjema på parkeringsplassen på Reinsvangen ble det også fylt ut 300 kort i kassa på Besseggenstien. Dvs. at vi samla sett har dekt en langt større andel av de besøkende enn svarandelen på Reinsvangen skulle tilsi.

Det ble gjennomført to etterundersøkelser; en retta spesielt mot de som hadde gått Besseggen/parkert på Reinsvangen, og en retta mot besøkende til Jotunheimen generelt. Ikke alle som fylte ut selvregistreringskort oppga mailadresse på kortet. Etterundersøkelsen retta mot de som gikk Besseggen omfattet 155 (24%) adresser fra kort samlet inn på Reinsvangen og 438 adresser fra kort samlet inn på Besseggen (76%), hvilket utgjorde halvparten av mailadressene fra Besseggen-kassa. Utvalget fra Besseggen-kassa ble delt ved at annenhver mailadresse som var punchet 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. Av 593 utsendte skjema ble 297 besvart, dvs. en svarprosent på 50.

Svarandelen er lavere enn i tidligere undersøkelser i Jotunheimen. Dette er imidlertid 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.



Figur 1. Oversikt over området
Kart: Norgeskart.no

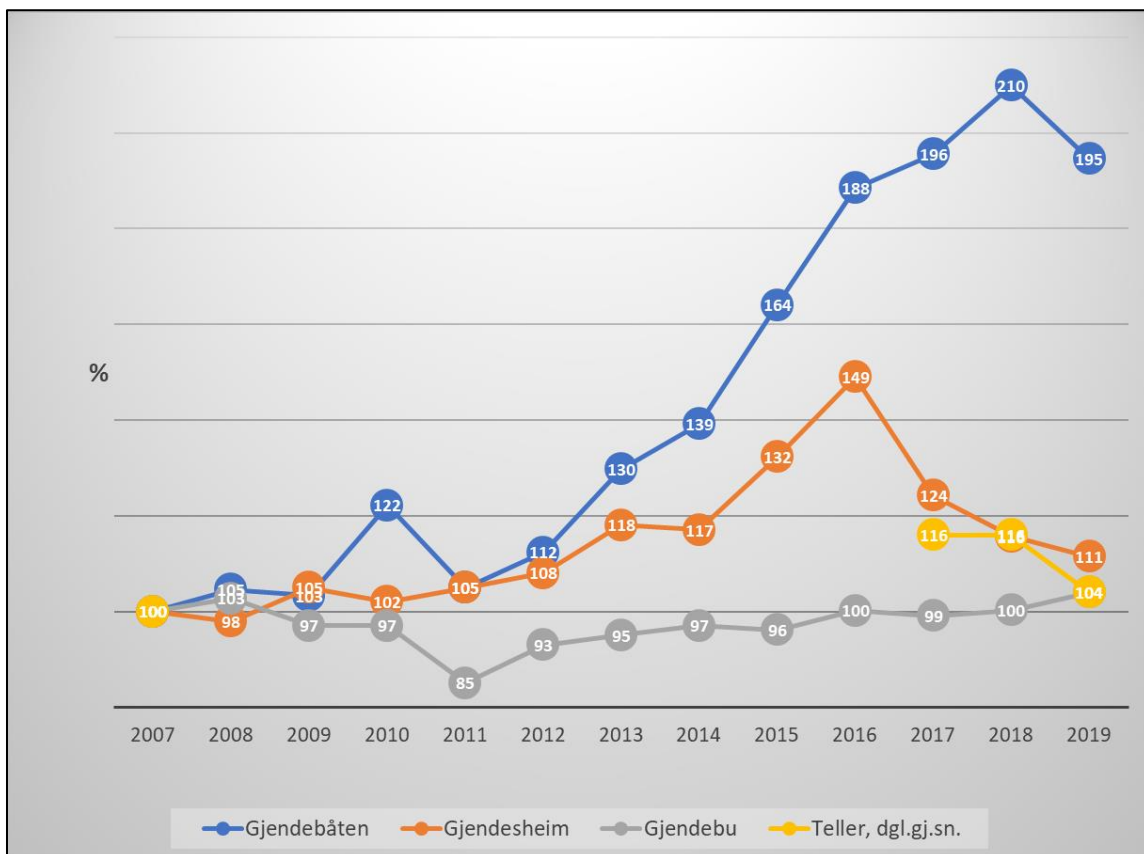
- 1 Ferdselstøller
- 2 Selvregistreringskasse
- 3 Trafikkteller, Statens Vegvesen
- P Langtidsparkering Reinsvangen
- P Korttidsparkering Gjendosen
- 🏠 Turisthytte
- 🚤 Båtrute over Gjende
- - - Stien over Besseggen

3. Hvordan har utviklingen på Besseggen vært de siste årene?

Internasjonalt og etter hvert også i Norge har det de siste årene blitt stadig større oppmerksomhet rundt «overturisme». Mange av diskusjonene har utspring i lokalbefolkningens opplevelse av å bli fortrent fra eget hjemsted, som i Venezia, Mallorca og Lofoten² Men også hensynet til naturens tåleevne er en aktuell problemstilling flere steder, som på Island³ og i Canada⁴. I Norge har en opplevd noe av de samme diskusjonene rundt Trolltunga og Prekestolen. Besseggen har også vært et ikonisk turmål i mange år, og der en har hatt en økning i antall besøkende de siste årene. Med tidligere ferdselsmålinger og undersøkelser har vi mulighet til å si noe om hvordan utviklingen har artet seg.

3.1 Trafikkutvikling fra 2007

Sammenlignet med 2007 har ferdselen over Besseggen økt noe, men ikke så mye som forventet ut fra økningen i båttrafikken på Gjende. I 2017 og 2018 lå den daglige, gjennomsnittlige trafikken på Besseggen 16% høyere enn i 2007, mens den i 2019 lå på 104% av trafikken i 2007. Sammenlignet med overnattingstall fra sommersesongen på de nærliggende turisthyttene Gjendesheim og Gjendebu, lå trafikkutviklingen på Besseggen omtrent midt mellom disse fra 2017-2019.



Figur 2. Relativ trafikkutvikling for Gjendebåten, Gjendesheim og Gjendebu og ferdselsteller. Trafikk i 2007=100%

² <https://www.nrk.no/urix/organiserer-seg-mot-turister-pa-14-soreuropeiske-feriesteder-1.14029310>).

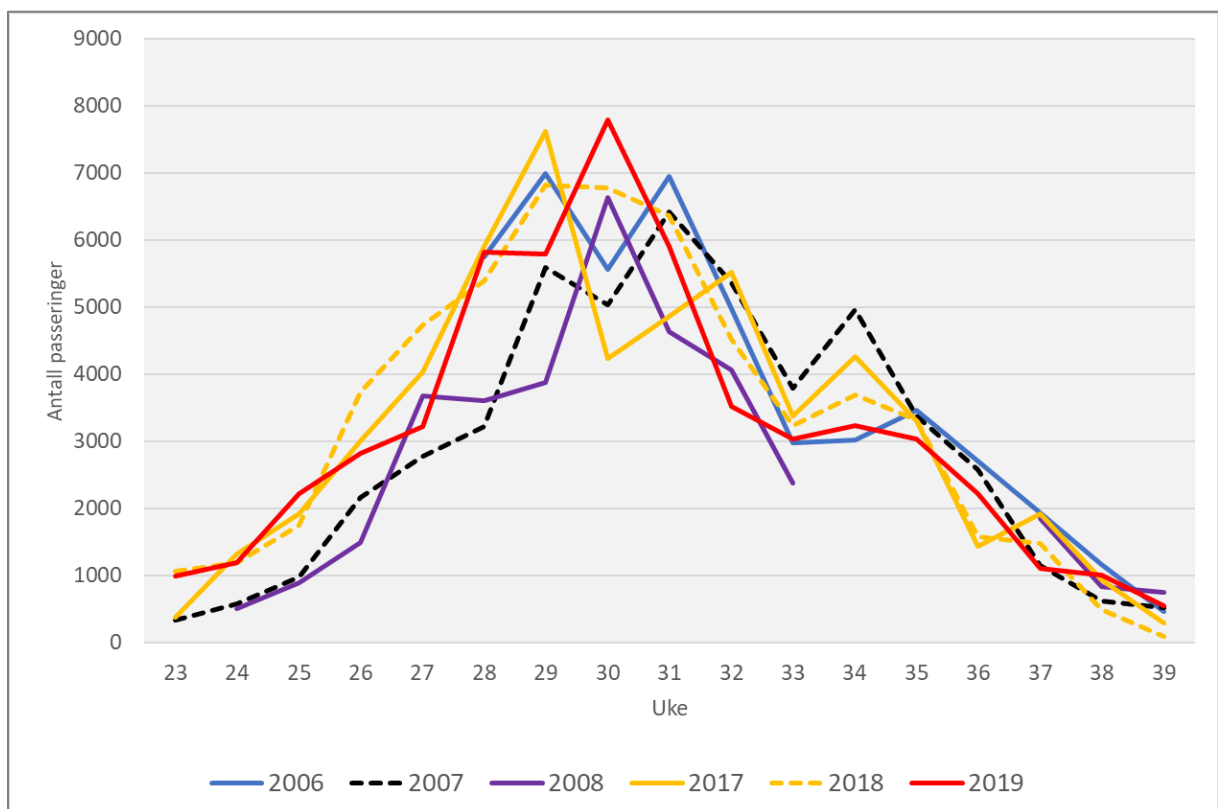
³ <https://www.nrk.no/urix/islands-turistminister-vil-begrense-turister-sin-tilgang-til-sagaoya-1.14256493>

⁴ <https://www.theguardian.com/environment/2018/oct/04/canada-national-parks-overcrowding-conservationists-call-for-limits>.

Nedgangen i overnattinger på Gjendesheim fra 2016 til 2017 skyldes høyst sannsynlig at Gjendebåten i 2017 innførte mulighet for å forhåndsreservere plass på båten. Tidligere var det «førstemann-til-mølla» som gjaldt, og mange overnattet da på Gjendesheim for å få en gunstig posisjon i køa til båten om morgenen.

Ferdselen over Besseggen har det siste tiåret fulgt et ganske likt mønster over sesongen, med en trafikktopp i siste halvdel av juli (figur 3). I 2017 og 2019 er maks-trafikken pr. uke noe høyere enn de andre årene. Videre ser en at trafikken fra starten av juni har ligget vesentlig høyere de tre siste somrene, sammenlignet med 2006-2007

Data fra ferdselstellerere i perioden 2017-2019 viser at lørdag er den klart mest besøkte dagen (22-26% av trafikken pr. uke skjer på lørdagene).

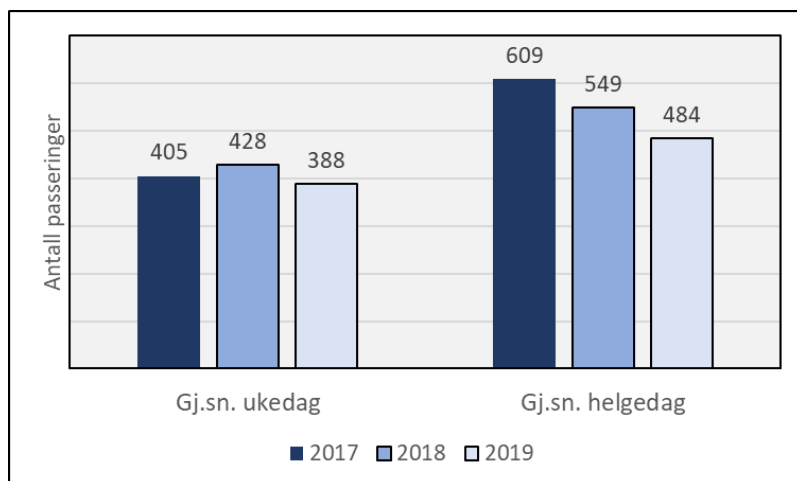


Figur 3. Ferdselstellerer på Besseggen, fordelt på uker

Fottur-trafikken i fjellet vil variere med været. En må derfor forvente svingninger fra år til år. I 2019 var det mye dårlig vær, og trafikken var da lavere enn i 2018 da det var en lang godværsperiode på sommeren.

Trafikkutviklingen på ukedager på Besseggen har vært relativt stabil fra 2017-2019, mens den på helgedager har gått betydelig ned fra 2017 til 2019. Endringene kan skyldes at trafikken nå spres mer utover i uka/sesongen, fordi folk er klar over at det er mye trafikk i høysesongen og på lørdager.

Tre år er for kort tid til å si noe om varige trafikkendringer. For å se om den tidvise store ferdselen på Besseggen fører til en større spredning over sesongen, bør ferdselstellerene på Besseggen fortsette. Å følge utviklingen her, der en allerede har en tidsserie, vil gi viktige erfaringer om ferdselsutvikling i attraktive turområder som en kan dra nytte av også i andre norske fjellområder.



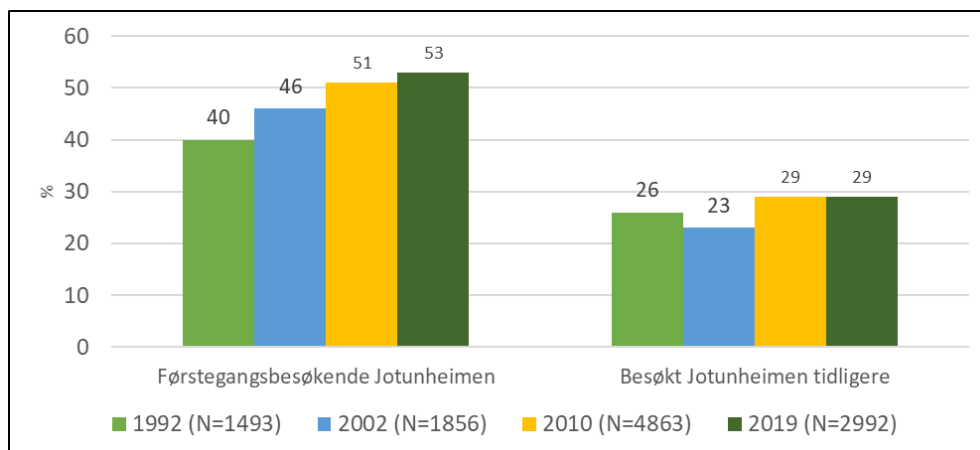
Figur 4. Passeringer ved ferdselstellersen på Besseggen 2017-2019 (fra månedsskiftet mai-juni ut i første uka i oktober)

3.2 Å gå Besseggen – en engangsopplevelse?

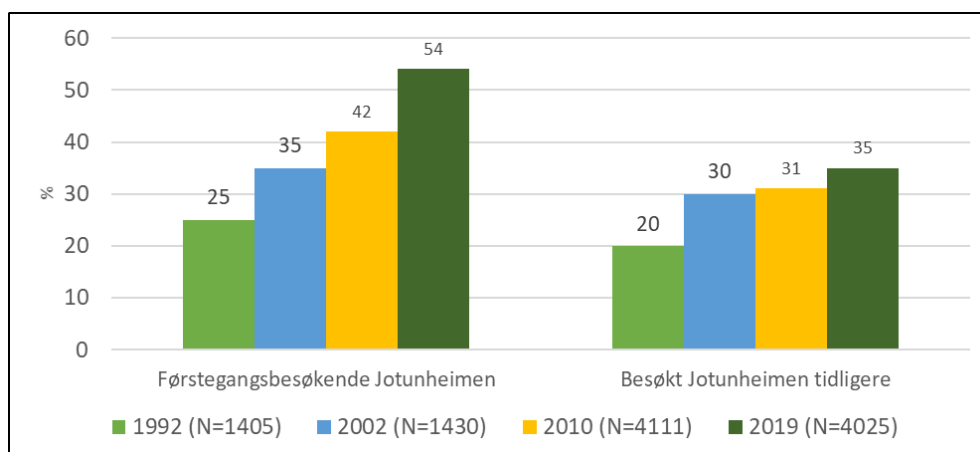
Utvalg, resten av kapittel 3: Utfylte selvregistreringskort 1992, 2002, 2010 og 2019, fotturister registrert alle kassene i Jotunheimen

Besseggen synes å være førstevalget blant turmål i Jotunheimen for mange av de som ikke har besøkt Jotunheimen tidligere. Hvert undersøkelsesår har det vært utplassert 8-10 selvregistreringskasser rundt hele Jotunheimen. Det er svært få som fyller ut et selvregistreringskort flere ganger, og det er derfor rimelig å anta at de fleste fyller det ut ved det første besøket til Jotunheimen. Ser vi på hvor de besøkende til Jotunheimen registrerer seg, så er det aller flest som registrerer seg i kassa på Besseggen.

Blant de førstegangsbesøkende til Jotunheimen i 2019 registrerte over halvparten seg i kassa på Besseggen. Dette gjelder både nordmenn og utlendinger (figur 5a og 5b). Andelen av førstegangsbesøkende til Jotunheimen som registrerer seg i Besseggenkassa framfor på andre innfallsporter har økt siden 1992, og særlig gjelder dette utenlandske førstegangsbesøkende. I 1992 var det om lag like mange førstegangsbesøkende utlendinger som valgte å registrere seg i kassa i Utladalen (på stien inn til Vettisfossen) som på Besseggen, ca. 25% på hvert sted. Det er lite som tyder på at *antall* utenlandske besøkende til Utladalen har gått ned. Det betyr i så fall at det har vært en betydelig økning i antall utenlandske førstegangsbesøkende på Besseggen, og at dette kan være en litt annen gruppe brukere enn de som velger Utladalen som innfallsport (mange yngre på Besseggen).



Figur 5a. Andel av norske besøkende til Jotunheimen som registrerte seg i kassa på Besseggen



Figur 5b. Andel av utenlandske besøkende til Jotunheimen som registrerte seg i kassa på Besseggen

Ser en på de som har vært i Jotunheimen tidligere, er det langt færre som har registrert seg i kassa på Besseggen. Ved andre gang eller seinere besøk i Jotunheimen velger altså fjellvandrerne heller andre innfallsporter enn Besseggen. Dette kan skyldes både at folk ønsker å oppleve andre områder i Jotunheimen, og/eller at de ikke er tilfreds med opplevelsen på Besseggen. Vi har ikke grunnlag for å si om årsaken er det ene eller det andre.

Fra 1992 har imidlertid ferdselen på Besseggen økt. Dersom de besøkende har opplevd en stadig større trengsel og misnøye med dette, ville en forvente at stadig flere av de som hadde gått Besseggen ville valgt andre turområder i Jotunheimen neste gang de skulle til Jotunheimen. Andelen av gjenbesøkende som registrerte seg på kassa på Besseggen skulle da bli mindre fra 1992 til 2019. Dette har ikke skjedd, jfr. figur 5a og 5b. Vi tolker dette slik at den trafikkøkningen som har vært over Besseggen siden 1992 ikke har ført til at flere velger bort Besseggen ved andregangs og seinere besøk, når en ser hele sommersesongen under ett. Det kan imidlertid ha skjedd at flere har valgt å gå i lavsesong eller på hverdager i stedet for helger, jfr. avsnittet foran.

3.3 Er det andre typer brukere som går Besseggen i 2019 enn i 1992?

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.

3.3.1 Nasjonalitet

Andelen utenlandske besøkende har økt kraftig i hovedsesongen. Mens 43% av de som registrerte seg i kassa på Besseggen i 1992 var bosatt utenfor Norge, økte den til 48% i 2002 og 2010. I 2019 er andelen 67%.

Om denne økningen reelt er så stor er noe usikkert. Det ble i 2019 fylt ut færre selvregistreringskort i selvregistreringskassene i Jotunheimen enn i 2010. 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 været er dårlig, enn det er for mer langveisfarende.

En annen mulig forklaring på nedgangen i nordmenn som registrerer seg er, at det de siste årene har 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.

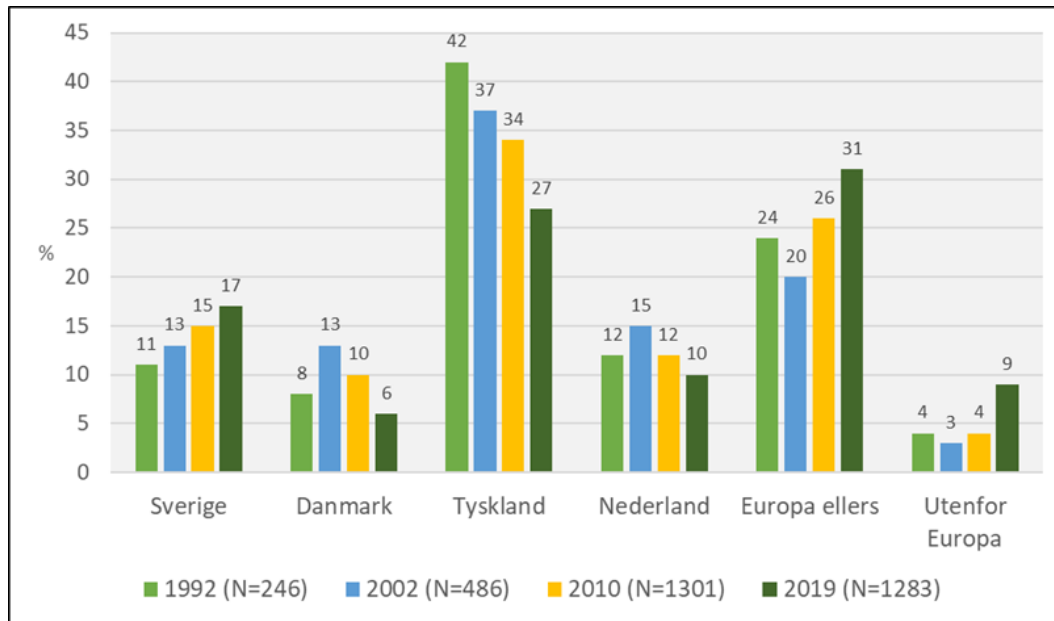
Det er grunn til å tro at andelen utenlandske besøkende på Besseggen og i Jotunheimen har økt fra 2010. Lokale næringsaktører har registrert en slik økning, både for båttrafikken og overnattingsbedriftene:

«Av informasjon som kan være interessant så ser vi at flere og flere kommer uten å kjøre båt. Dette vil jeg tro har en sammenheng med at antallet utenlandske turister øker, samtidig som det ser ut til å være færre eller stabilt med nordmenn. Dette stemmer godt med erfaringene til overnattingsbedriftene i Sjødalen også. De fleste har en stor andel utenlandske turister»
(Tor Andvord, pers.med.).

Det er likevel noe usikkerhet knyttet til om den har vært så stor som resultatene viser. Vi har videre derfor valgt å se på endringer for nordmenn og utlendinger separat.

Blant de utlendingene som har registrert seg på Besseggen i hovedsesongen de fire årene, har det vært en del endringer i sammensetningen. Andelen svensker har økt jevnt og trutt (figur 5). En ser også at det fra 2002 er blitt en stadig større andel av «europeere ellers» og også av bosatte utenfor Europa. Andelen tyskere har gått tilsvarende ned.

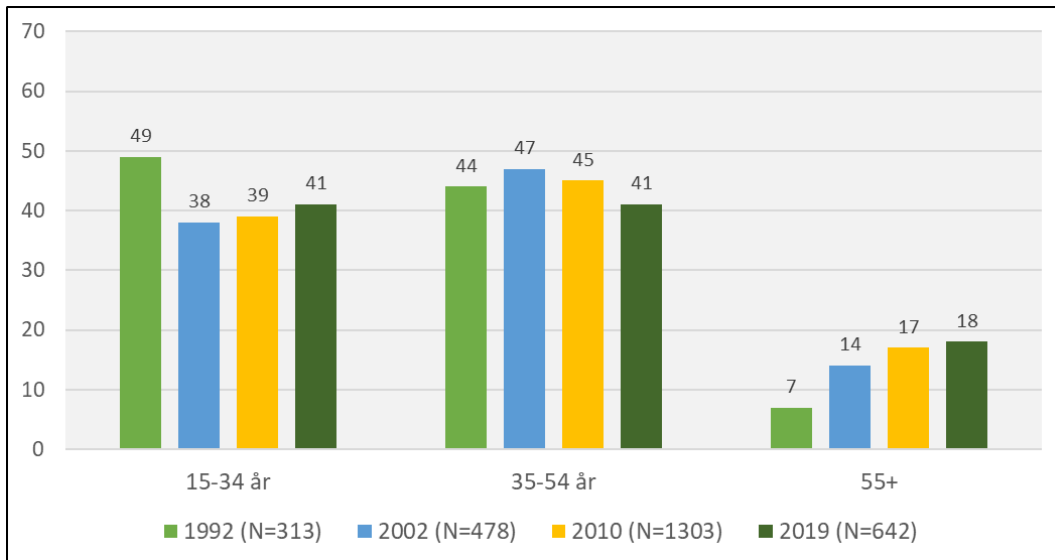
Blant norske besøkende har fordelingen på bosted vært relativt stabil over de fire undersøkelsesårene.



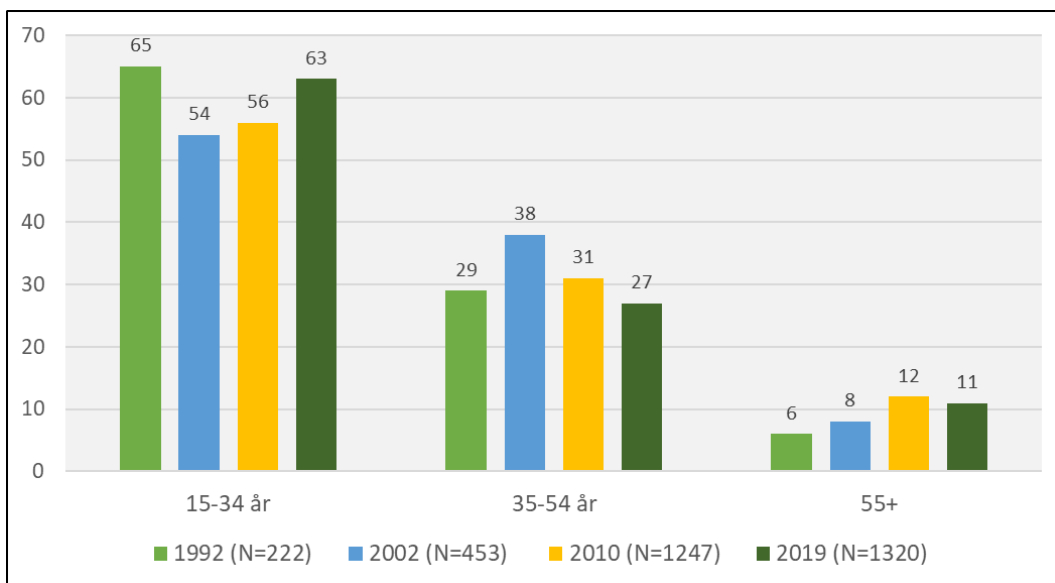
Figur 6. Andel ulike nasjonaliteter utgjør av de utenlandske registrerte på Besseggen i hovedsesong. Hvert år=100%.

3.3.2 Alder

Blant de norske besøkende har aldersgruppen 55+ økt blant de besøkende til Besseggen fra 1992, som i Jotunheimen for øvrig. Økningen var særlig stor fra 1992 til 2002. Blant de utenlandske besøkende har derimot andelen yngre besøkende økt fra 2002, og aldersgruppen 15 til 34 år er nå den klart dominerende blant utlendingene. Dette kan være et uttrykk for at Besseggen i økende grad har blitt et ikonisk turmål for yngre, utenlandske besøkende siden 2002.



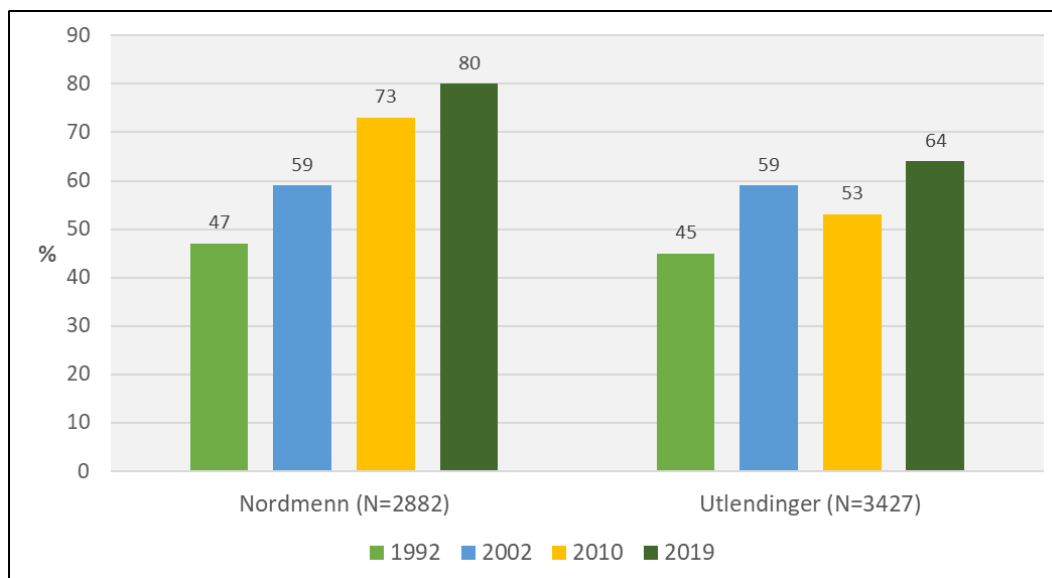
Figur 7a. Fordeling av aldersgrupper, nordmenn, hovedsesong



Figur 7b. Fordeling av aldersgrupper, utlendinger, hovedsesong

3.3.4 Formål med turen

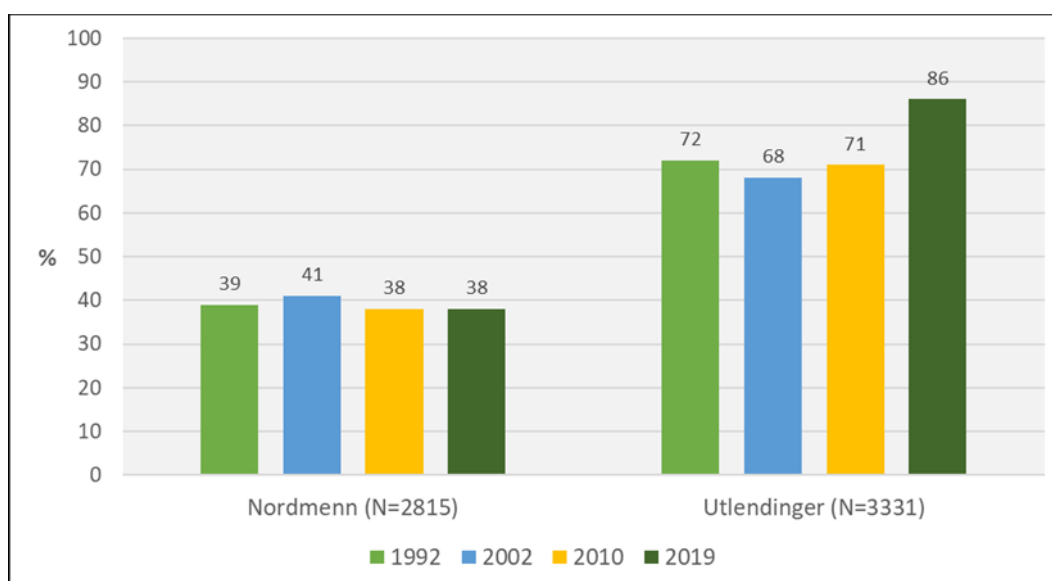
Andelen som er på dagstur på Besseggen har økt siden 1992. Dette gjelder både nordmenn og utlendinger, men i særlig grad nordmenn der 80% oppga at de var på dagstur i 2019. Det behøver ikke å bety at *antallet* på fledagerstur har gått ned, men at antallet dagsturister har økt betydelig.



Figur 8. Andel som oppga dagstur til fots som hovedformål med turen, hovedsesong

3.3.5 Andel førstegangsbesøkende til Jotunheimen

Blant norske turgåere på Besseggen har andelen av førstegangsbesøkende til Jotunheimen, ligget så å si uendret fra 1992 på rundt 40%. Blant utenlandske fotturister er andelen førstegangsbesøkende til Jotunheimen over dobbelt så høy i 2019 som blant norske besøkende. Denne andelen har også økt vesentlig det siste tiåret.



Figur 9. Andel førstegangsbesøkende til Besseggen, hovedsesong

3.3.6 Erfaring fra flerdagers fotturer

Fra 2002 har det blitt flere uten erfaring fra flerdagers fotturer blant de norske besøkende (andelen har økt fra 23% i 2002 til 33% i 2019). Blant utenlandske besøkende har andelen vært mer stabil.

4. Hvor viktig er Besseggen som turmål?

Utvalg, kap. 4: Etterundersøkelse til de som gikk Besseggen/parkerte på Reinsvangen

Besseggen er et viktig turmål, men en primærattraksjon først og fremst for norske besøkende. Utenlandske besøkende oppsøker i mye større grad også andre områder i Jotunheimen under sitt besøk.

6% oppga at de var på dagstur fra hjemstedet. 29% var på en kortere tur (inntil 3 netter borte fra hjemmet), 56% var på en feriereise i form av en rundreise, mens 9% var på ferie på ett fast sted og tok turen som dagstur derfra (N=193).

De fleste (85%) hadde bestemt seg for å gå Besseggen før de dro hjemmefra. Over halvparten (54%, N=236) hadde bestemt seg mer enn en måned før de dro hjemmefra. Noen flere utenlandske besøkende enn norske besøkende bestemte seg i god tid (ca. 60% vs. 50%).

For 43% var turen på Besseggen den eneste grunnen til å besøke Jotunheimen på den turen de fylte ut et spørreskjema (N=236). Her var det store forskjeller mellom norske og utenlandske besøkende. Vel 60% av de norske besøkende var i Jotunheimen utelukkende pga. Besseggen-turen. Mange av de utenlandske besøkende oppga derimot at de besøkte også andre flere turmål i Jotunheimen på den samme turen (knappe tre fjerdedeler). Dette er ikke uventet. Når man reiser langt blir investeringen i turen større, og man tar derfor gjerne med flere besøksmål enn ved kortere reiser.

Av de som gikk Besseggen skulle 16% også på Galdhøpiggen, 11% skulle på Glittertind, 4% skulle til Utladalen/Vettisfossen mens om lag en tredjedel skulle besøke andre turmål. Det ble her oppgitt svært mange forskjellige turmål, noen utenfor Jotunheimen.

I 2019 besøkte 83% Jotunheimen bare på den turen de gikk Besseggen. Dette gjaldt 94% av utenlandske besøkende og 69% av de norske besøkende.

78% hadde ikke vurdert å gå andre ruter/til annet turmål enn Besseggen. Det var ingen statistisk signifikant forskjell på om folk hadde gått Besseggen tidligere eller ikke, og heller ikke mellom nordmenn og utlendinger. Av de som hadde vurdert andre turmål ble Knutshø og Galdhøpiggen nevnt av flest i Jotunheimen, men noen nevnte også turmål i andre fjellområder.

5. Hvem gikk Besseggen i 2019?

Utvalg, kapittel 5: Utfylte selvregistreringskort fra kassa på Besseggen i 2019

Besseggen har mange utenlandske besøkende og mange yngre besøkende, også sammenlignet med resten av Jotunheimen. Dagsturismen dominerer.

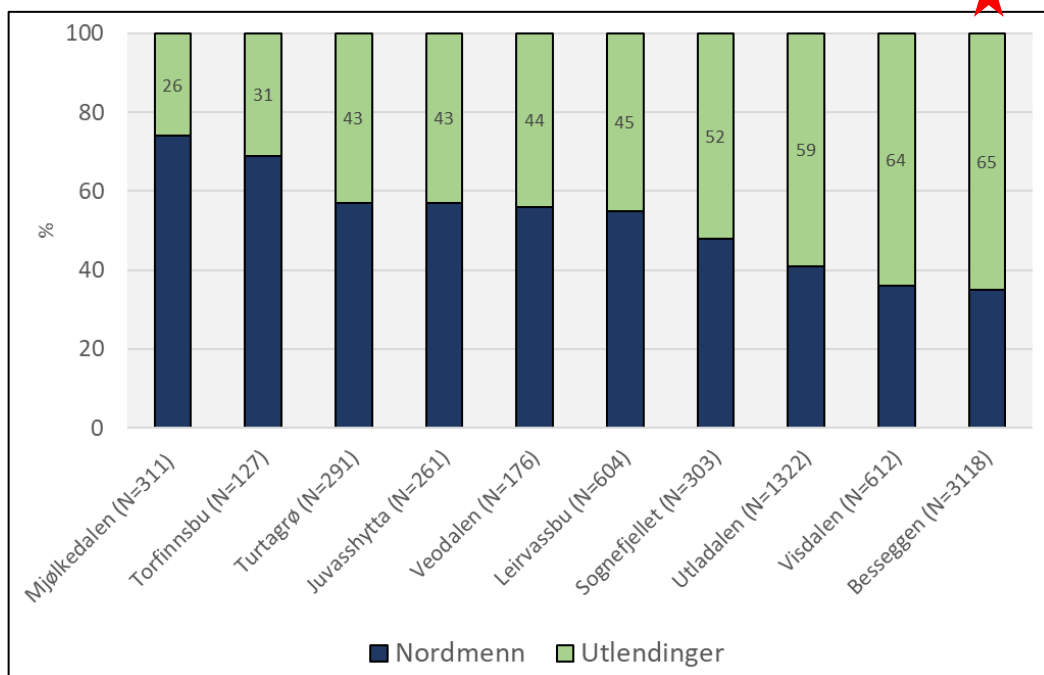
Det er mange av de som går Besseggen som ikke har vært i Jotunheimen eller gått Besseggen tidligere, men dette er ikke ensbetydende med at de mangler friluftsliverfaring. En stor andel har erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer.

Ut fra interessen for ulike friluftslivstyper, ser de besøkende til Besseggen ut til å bestå av et relativt tradisjonelt fottur-segment.

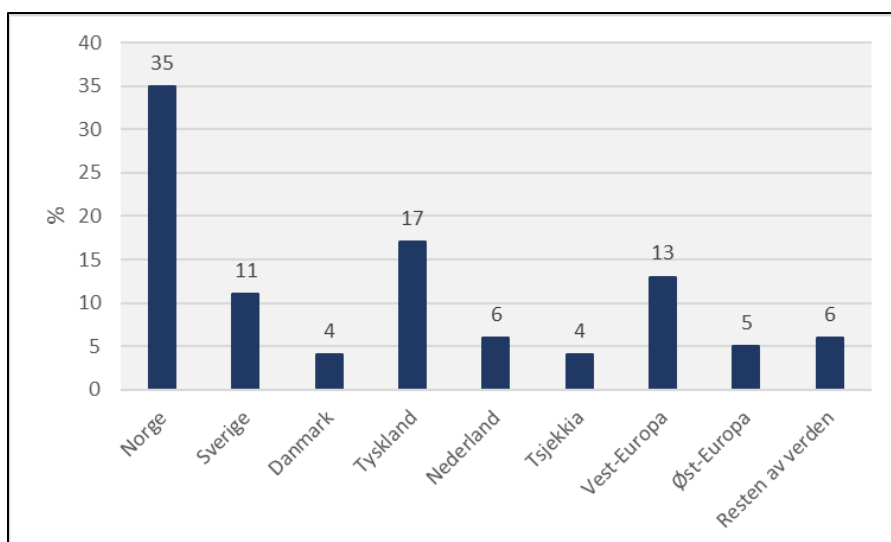
5.1 Bosted

Jotunheimen er generelt en nasjonalpark med et høyt antall utenlandske besøkende. Hele 57% av de som registrerte seg i selvregistreringskassene i 2019 var bosatt i utlandet. Dette er en sterk økning fra 2010 da andelen utlendinger utgjorde 45%. Som nevnt i avsnitt 3.3 er det imidlertid noe usikkerhet knyttet til om økningen reelt sett har vært så stor som resultatene tilsier.

Besseggen, Visdalen (innfallsport til Galdhøpiggen) 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. Dette representerer de «klassiske» ikonpunktene i Jotunheimen.



Figur 10. Fordeling av nordmenn og utlendinger ved ulike kasselokaliteter



Figur 11. Nasjonsfordeling – registrerte på Besseggen (N=3118)

Blant de norske besøkende er om lag to tredjedeler fra Østlandet.

Tabell 3. Bostedsfordeling, norske besøkende

	Norske besøkende
Lokalkommuner	1%
Oppland ellers	8%
Sogn og Fjordane ellers	2%
Oslo/Akershus	36%
Østlandet ellers	21%
Agder	4%
Vestlandet ellers	17%
Trøndelag	7%
Nord-Norge	3%
	99%
N=	914

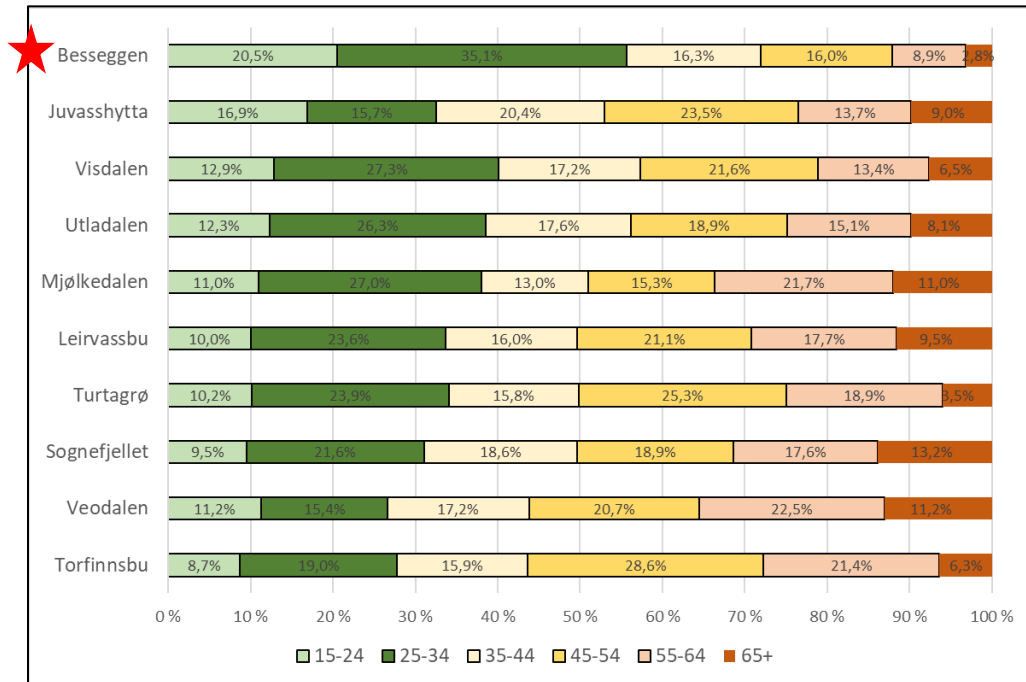
Det er få registrerte fra bosatte i kommunene rundt Jotunheimen (Lom, Vågå, Øystre Slidre, Vang, Årdal, Luster). Dette har nok dels sammenheng med at lokalbefolkningen i mindre grad enn tilreisende fyller ut et selvregistreringskort. Men i tillegg til de som bor i disse kommunene er det 10% som har tilknytning til området gjennom å eie/ha tilgang til hytte/seter innenfor kommunene Lom, Vågå, Øystre Slidre, Vang, Årdal, Luster.

5.2 Kjønn

Det er ingen signifikante forskjeller i kjønn for de ulike områdene. For Jotunheimen totalt var 53% av selvregistreringskortene fylt ut av kvinner og 47% av menn.

5.3 Alder

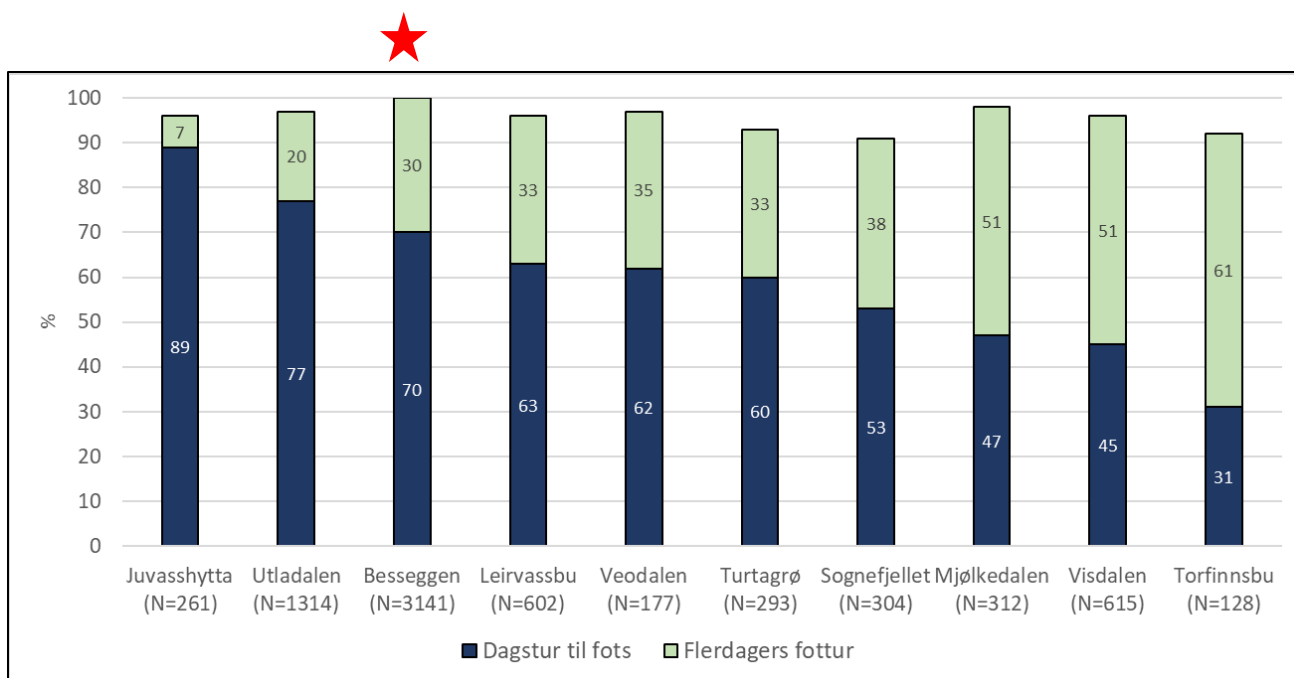
Av de fotturistene som registrerte seg i selvregistreringskassene i Jotunheimen sommeren 2019, hadde fotturistene på Besseggen den laveste gjennomsnittsalderen med 36,2 år. Høyeste gjennomsnittsalder hadde Veodalen med 46,6 år. Forskjellene illustreres best når en ser på fordelingen av aldersgrupper, jfr. figur 3. Av de som registrerte seg på Besseggen var om lag 55% under 35 år, og bare 3% over 65 år.



Figur 12. Fordeling av aldersgrupper ved ulike kasselokaliteter

5.4 Dagstur eller flerdagerstur?

På spørsmålet om formål med turen hadde folk mulighet til å krysse av for flere alternativer; Dagstur til fots, flerdagers fottur, fisketur og «Annet». Få i Jotunheimen fisker. I de fleste kassene utgjorde dette 1-2%, men med 4% i Mjølkedalen. 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 i Jotunheimen; Galdhøpiggen, Vettisfossen og Besseggen.



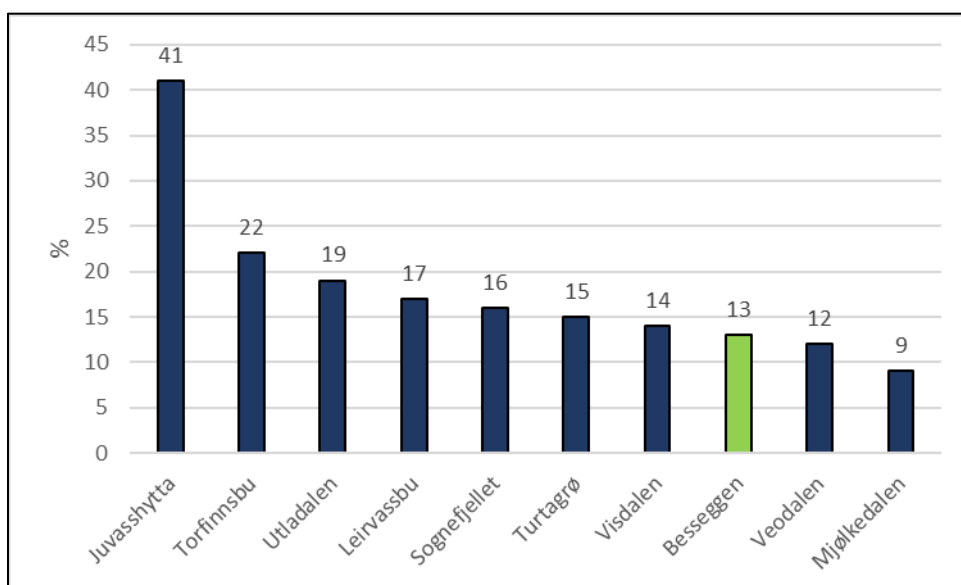
Figur 13. Fordeling av dagsturer og flerdagersturer ved ulike innfallspor

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

5.5 Turføølge

Få går alene på Besseggen (9%). Over halvparten er to ifølge (54%). Litt under en fjerdedel er tre eller fire ifølge, og i overkant av 10% består av turfølger på fem personer eller flere. Få går i en organisert gruppe (4%).

Ved siden av Mjølkedalen er Besseggen det området færrest har med barn under 15 år (13%). Kun 1,5 % har med barn under skolepliktig alder (figur 14).



Figur 14. Andel som har med barn under 15 år på de ulike kasselokalitetene

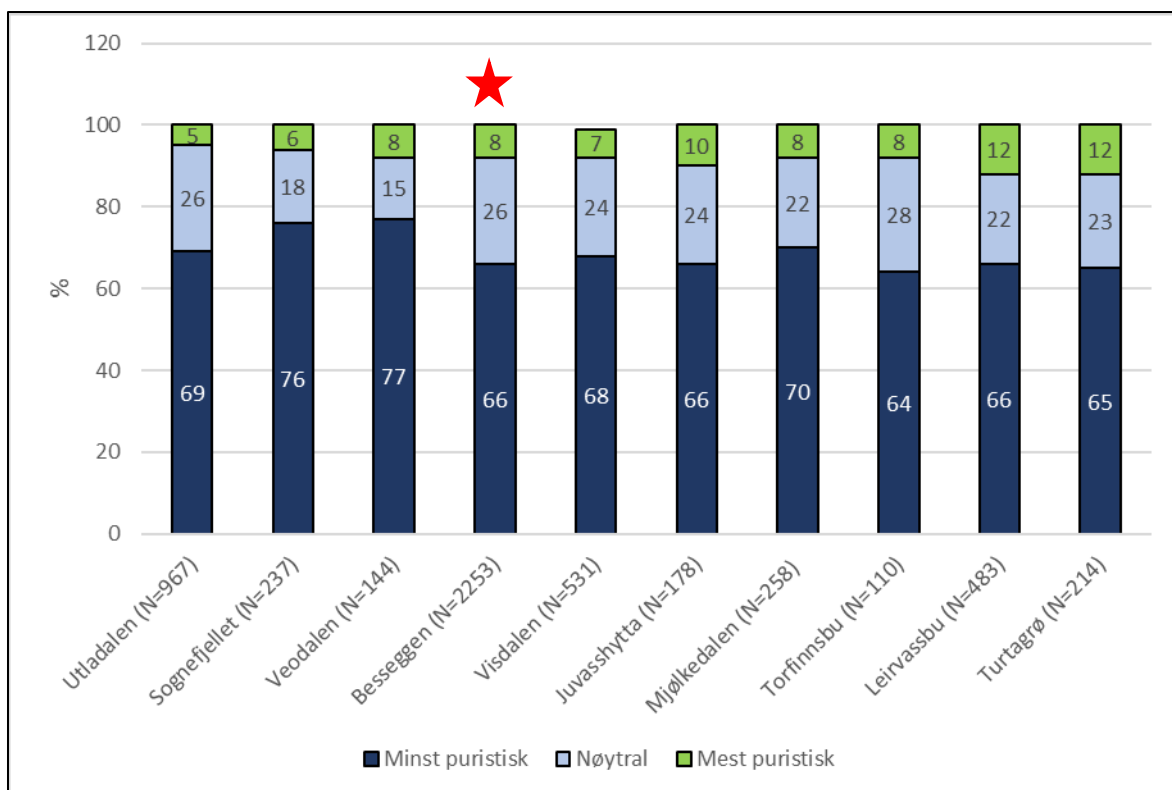
5.6 Purisme

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 2 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.

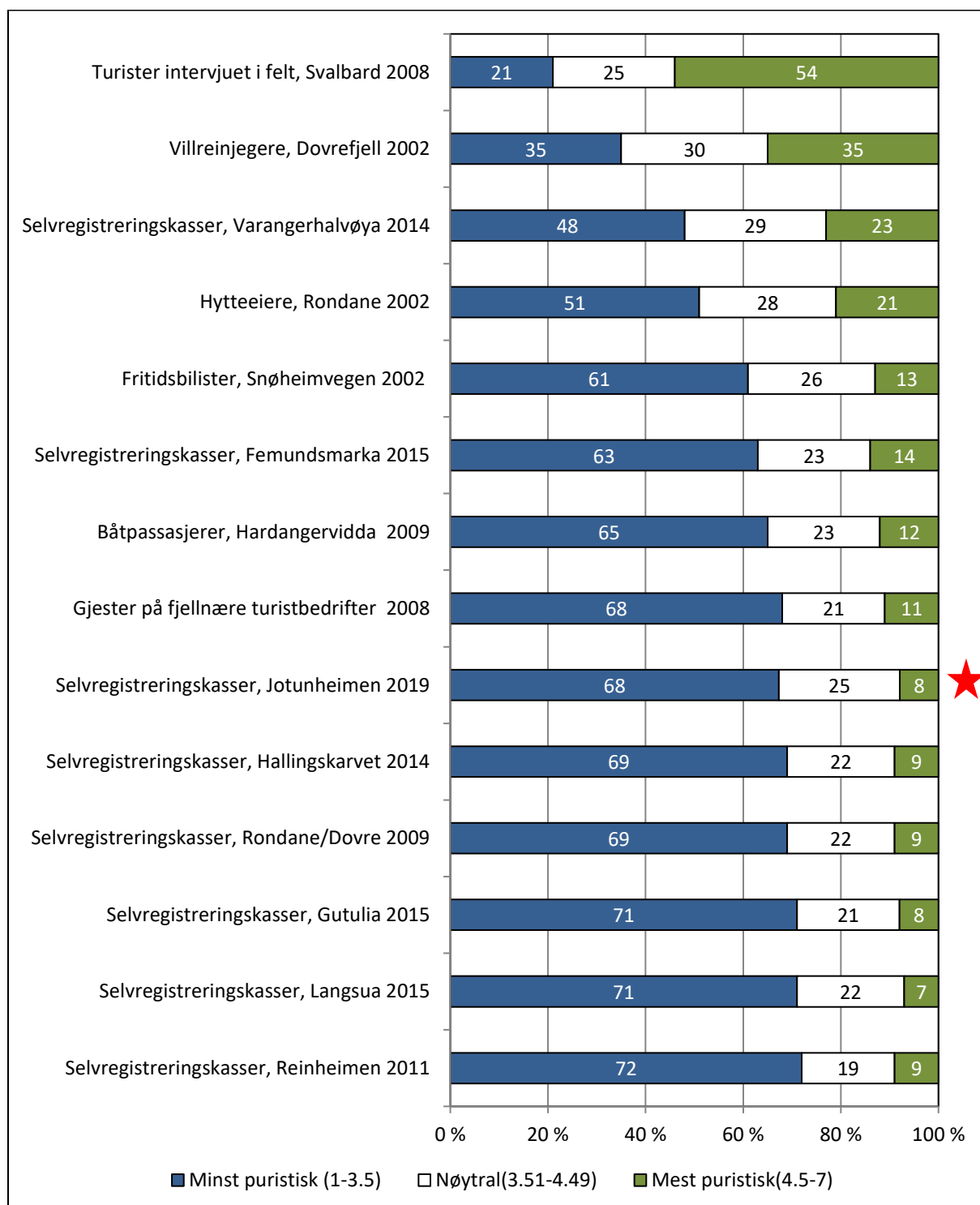
Resultatene tyder på at de besøkende tar bevisste valg om hvilke områder de bruker, og at det foregår en viss selvselektering i forhold til områdebruken.

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



Figur 15. Fordeling av purismegrupper ved ulike innfallspporter

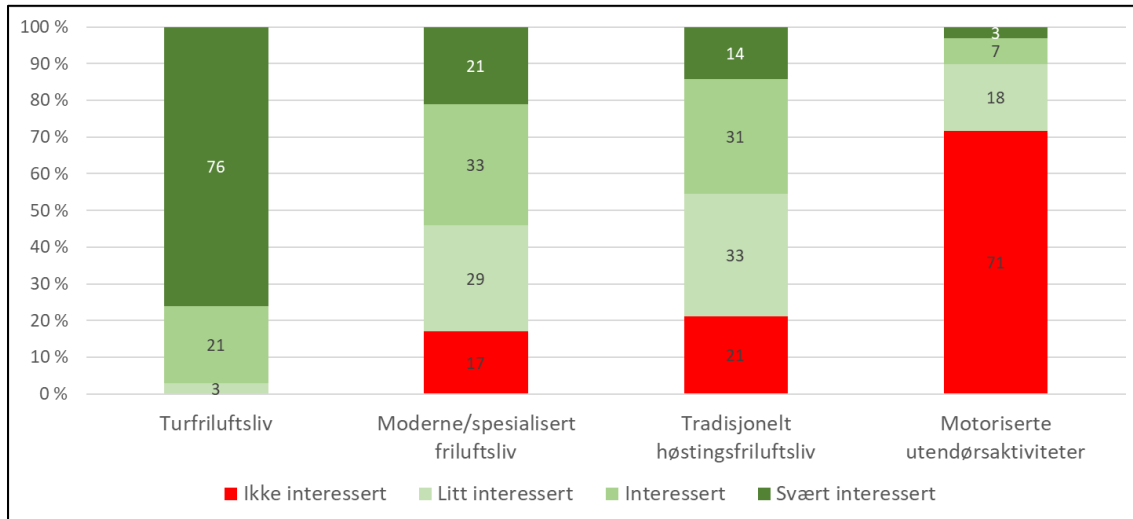
Fordelingen i puristklasser er forbausende lik i de fleste nasjonalparkene i Sør-Norge (figur 16). Sammenlignet med besøkende til andre områder/andre brukergrupper, ser de besøkende til nasjonalparkene i Sør-Norge ut til å være en bredere sammensatt gruppe.



Figur 16. Fordeling av purismegrupper i ulike områder/grupper av besøkende

5.7 Friluftslivinteresse

De besøkende til Besseggen består av et relativt tradisjonelt fottur-segment. Av de fire ulike aktivitetstypene vi spurte om, er det turfriluftslivet (turer til fots og på ski) som desidert flest er svært interessert i. De som går Besseggen er også noe interessert i tradisjonelt høstingsfriluftsliv (matauk er et viktig motiv, som jakt, fiske, bær- og sopplukking) og moderne/spesialisert friluftsliv (definert som aktiviteter som krever spesielle ferdigheter/utstyr, som klatring, brevandring, terrengsykling, randonee, elvepadling, hanggliding, men ikke motorisert). 10% er interessert/svært interessert i motoriserte utendørsaktiviteter (for eksempel båtsport, snøscooterkjøring, ATV mm.), men andelen som ikke er interessert i slike aktiviteter er svært høy (71%).

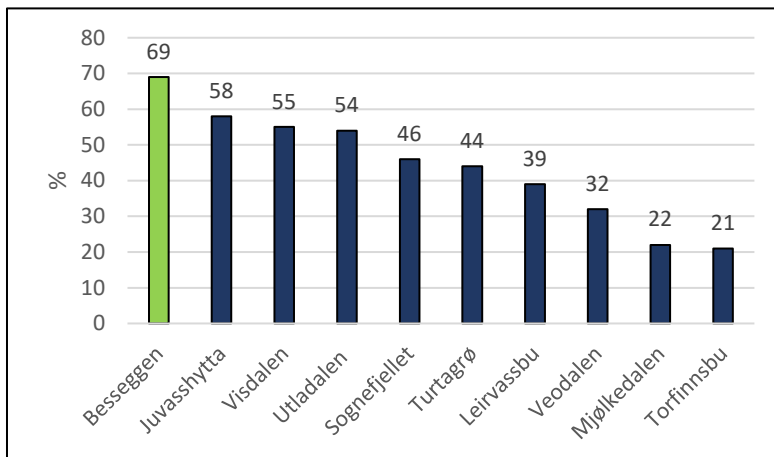


Figur 17. Interesse for ulike typer av friluftslivaktiviteter blant de som gikk Besseggen

De utenlandske besøkende har en sterkere interesse for turfriluftsliv enn de norske besøkende. 84% av de utenlandske turgåerne var svært interessert i friluftsliv, sammenlignet med 64% av de norske turgåerne. Utlendingene er også minst interessert i motoriserte aktiviteter. Om lag 80% svarte at de ikke var interessert i slike aktiviteter, sammenlignet med om lag 65% av de norske turgåerne ($p=0,029$). Turgåerne over Besseggen skiller seg lite fra gjennomsnittet av Jotunheimen-besøkende når det gjelder friluftslivinteresse.

5.8 Mange førstegangsbesøkende

Besseggen, Juvasshytta og Utladalen er de tre innfallsporene som har størst andel førstegangsbesøkende til Jotunheimen (figur 18). 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.



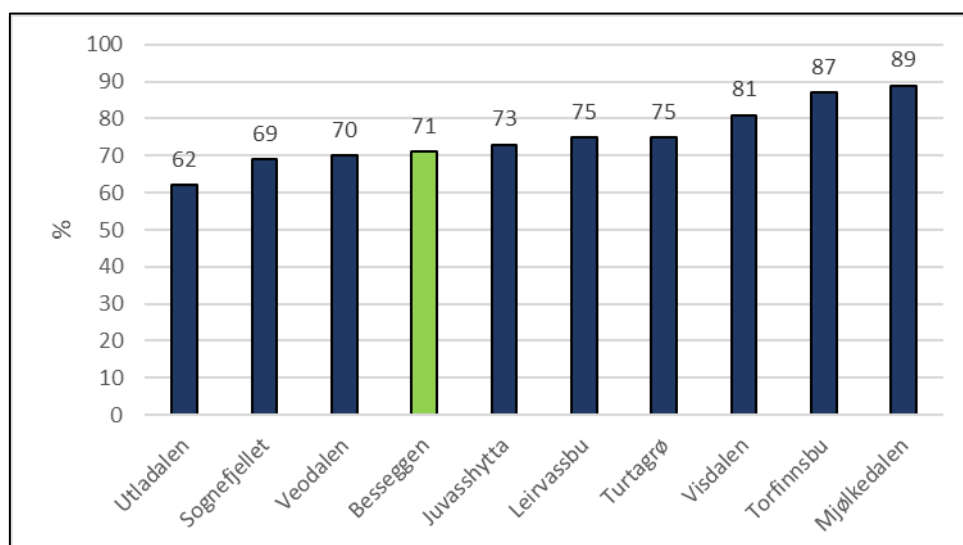
Figur 18. Andel førstegangsbesøkende til Jotunheimen på ulike innfallspor

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 på Besseggen 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+. Besseggen som «been-there»-destinasjon kan også være en bidragende årsak til at mange yngre besøkende søker seg til området.

5.9 Erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer

Selv om mange ikke har vært i Jotunheimen tidligere, er imidlertid ikke dette ensbetydende med at de er uerfarne friluftslivutøvere. På Besseggen oppga ca. 70% at de hadde vært på en eller flere flerdagers fottur/skitur tidligere. Andelen som ikke har vært på en flerdagers fottur blant de som går Besseggen er høyest blant tyskere (N=505) og nederlendere (N=168), der 35% av disse hadde ikke en slik friluftsliverfaring. Det ser derfor ut til at de besøkende til Besseggen er en noe annen gruppe enn til Trolltunga, der et fåtall av informantene i 2017 kunne vise til erfaringer fra lignende turer, og mange beskrev turen som den lengste og hardeste turen de hadde tatt del i (Fredheim Oma 2017)



Figur 19. Andelen på ulike innfallspor som hadde vært på minst én flerdagers fottur/skitur tidligere

6. Hvordan kan forvaltningen best kommunisere med de besøkende?

Utvalg, kap. 6 - 12: Etterundersøkelsen til de som gikk Besseggen/parkerte på Reinsvangen

Et søk på google gir 428 000 treff på «Besseggen» (uttak 27.02.20). Det er med andre ord ingen mangel på informasjon om Besseggen. Et utvalg av hovedsider er:

Visit Norway	https://www.visitnorway.no/reisemal/ostlandet/jotunheimen/aktiviteter-og-attraksjoner/sikkerhet-pa-fottur-til-besseggen-om-sommeren/
Nasjonalparkriket AS	https://www.nasjonalparkriket.no/se-og-gjore/besseggen
DNT	https://gjendesheim.dnt.no/besseggen/ og https://ut.no/turforslag/114842/over-besseggen
Gjendebåten	https://www.gjende.no/
Samarbeid mellom reiselivsbedriftene i Sjødalen	https://besseggen.net/
Outt	https://outtt.com/no/adventures/934/besseggen-ridge
Beitostølen	https://www.beitostolen.com/Fjellaktiviteter/Fjell-og-fotturer/Besseggen/besseggen-7386.page
VisitJotunheimen	https://www.visitjotunheimen.no/opplev-jotunheimen/tur-og-friluftsliv

Men blir informasjonen brukt?

6.1 De fleste skaffer seg informasjon på forhånd

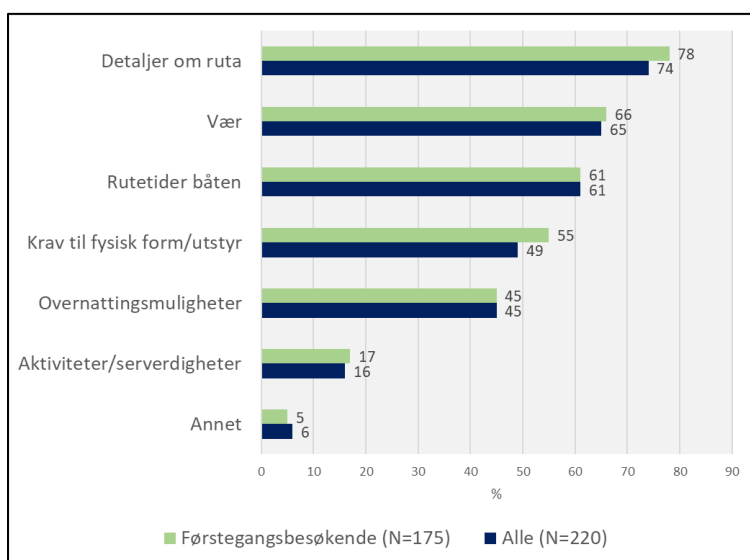
De aller fleste (84%) hadde skaffet seg informasjon om Besseggen-turen før de kom til området. Dette gjelder både nordmenn og utlendinger. *Dvs. at potensialet for å nå de besøkende med informasjon før turen er stort.* Dette er svært positivt sett med forvaltningsbriller, fordi det gir muligheter for å kanalisere de besøkende og informere om hvilke forhold de besøkende må forberede seg på.

Resultatene tyder på at informasjon om værforholdene og hvor krevende turen er, bør kommuniseres enda tydeligere.

Om lag tre fjerdedeler hadde skaffet seg detaljer om ruta over Besseggen i form av lengde, tidsbruk, høydeforskjeller etc (figur 20). To tredjedeler sier også at de har skaffet seg informasjon om været før turen. Det er uklart om en tredjedel ikke sjekker været, eller om dette skal tolkes som at de har forhåndsbestemt seg for å ta turen uansett vær.

«Bare halvparten» har skaffet seg informasjon om krav til fysisk form og utstyr på forhånd. Dersom de besøkende hadde gått Besseggen tidligere, ville ikke den forholdsvis lave andelen vært noe problem. Men når 55% av de førstegangsbesøkende ikke skaffer seg slik informasjon, så vil det kunne oppstå problemer. Dette vises både ved det betydelige antallet redningsaksjoner på Besseggen og ved at 40% av de som ikke hadde gått Besseggen tidligere synes turen var mer krevende enn forventet, jfr. kapittel 7.

Det er mulig at mange anser informasjon om ruta (lengde, tidsbruk, høydeforskjeller etc.) som en god nok indikator for hvor fysisk krevende det er å gå Besseggen, og hvilket utstyr som kreves. Men tallene er nok også en indikator på informasjonen på dette punktet kan bli tydeligere.



Figur 20. Andel av de som gikk Besseggen som skaffet seg ulike typer informasjon før turen

6.2 Hvor henter de besøkende informasjon før turen?

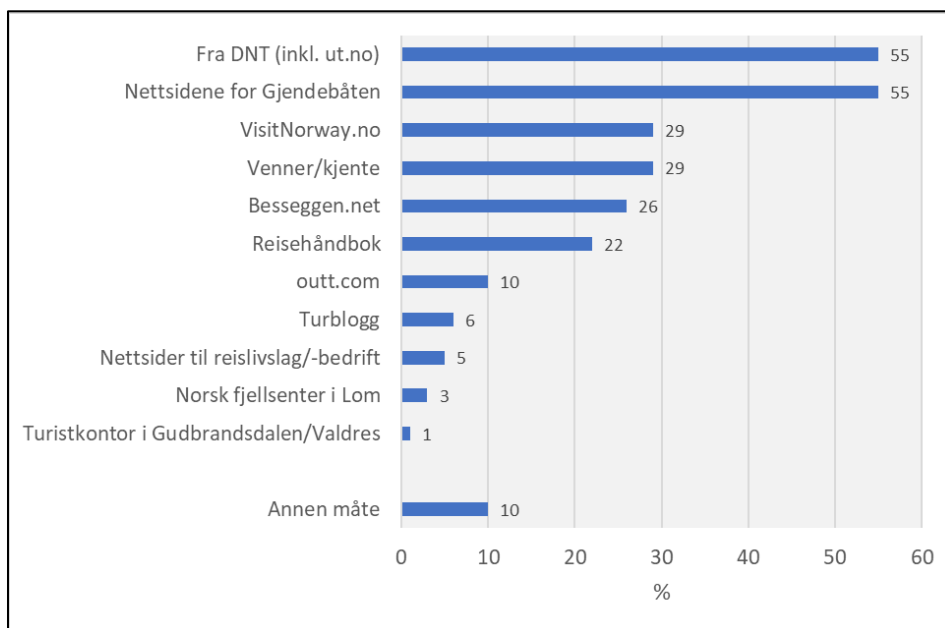
Mange henter informasjon fra flere kilder. De viktigste informasjonskildene før turen, særlig for nordmenn, er DNT og nettsidene for Gjendebåten. Blant utlendingene er VisitNorway nesten like viktig. Utenlandske besøkende er ennå ikke «heldigitaliserte», over en tredjedel benytter fortsatt reisehåndbøker.

Det er mange kilder for informasjon om Besseggen, og de fleste (92%) av de som har skaffet seg informasjon på forhånd har benyttet flere infokilder. 60% benytter to eller tre infokilder. Dette gjelder både norske og utenlandske besøkende.

To informasjonskilder seg ut; DNT (inkl. ut.no) og Gjendebåten. Også i andre nasjonalparker ser en at DNT er den viktigste informasjonskilden (Vorkinn 2015). Det er ikke overraskende at mange skaffer seg informasjon om Gjendebåten, siden mange bruker denne i forbindelse med turen over Besseggen. Dette er derfor en informasjonskanal som bør benyttes til å gi også annen type informasjon enn i hovedsak båttidene over Gjende.

Andelen som har skaffet seg informasjon gjennom nettsidene til et lokalt reiselivslag eller en lokal reiselivsbedrift (5%) er sannsynligvis andelen som har gått direkte inn på disse sidene. Antakelig her

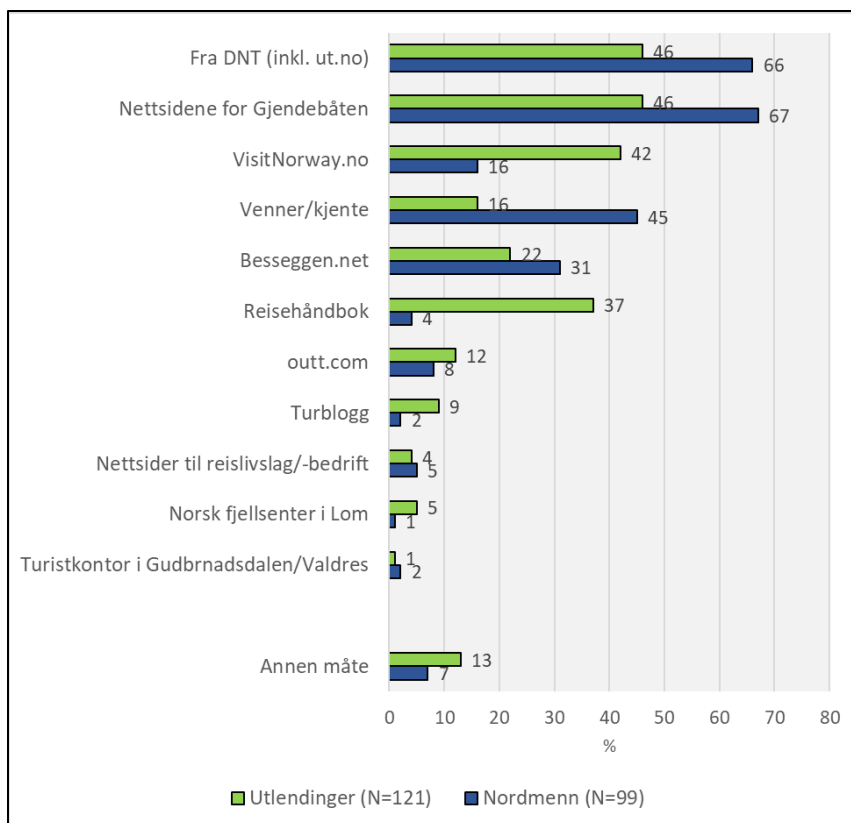
det også mange som har gått via VisitNorway før de kom inn på de lokale reiselivssidene, slik at VisitNorway er viktig som inngang for å rute folk videre.



Figur 21. Andel av de som går Besseggen som hadde skaffet seg informasjon fra ulike kilder før de kom til området

Nordmenn og utlendinger søker etter informasjon på noe ulike steder⁵. DNT og nettsidene for Gjendebåten er særlig viktige for norske besøkende. Ikke uventet er også informasjon fra venner/kjente viktigere for nordmenn enn utlendinger.

⁵ Utvalgene er små, så resultatene må ses som anslag ikke absolutte resultater.



Figur 22. Andel av de som går Besseggen som hadde skaffet seg informasjon fra ulike kilder før de kom til området – forskjeller mellom nordmenn og utlendinger

VisitNorway er mye viktigere for utenlandske besøkende enn norske besøkende. Blant utenlandske besøkende er også reisehåndbøker fortsatt en viktig informasjonskilde.

Av de som skaffet seg informasjon før turen startet mente 9 av 10 at den informasjonen de hadde funnet var tilstrekkelig. Dette gjaldt 93% av norske besøkende og også 85% av utenlandske besøkende. Det er i samsvar med det en har funnet i andre norske nasjonalparker. Noen savn var det imidlertid; bl.a. informasjon om hvordan en kan komme seg til Jotunheimen med kollektivtransport, beskrivelse av hvor krevende turen er, hvilken retning som er mest vanlig å gå og badeplasser (!).

7. Har fotturistene hatt en bra tur over Besseggen?

I det store og hele er folk fornøyde med turen over Besseggen. Mange synes imidlertid turen er mer krevende enn forventet. Når halvparten av de spurte er misfornøyde/middels fornøyde med antall folk på stien, så er dette også et signal om at forvaltningen bør følge utviklingen nøye.

De fleste er, alt i alt, fornøyde med turen over Besseggen. 8 av 10 er sågar *svært* fornøyde (N=222). Bare 1% er direkte misfornøyde.

Besseggen er en krevende tur. Dette understrekes i det meste av den informasjonen som finnes også på nettet. Resultatene tyder likevel på at ikke alle har tolket informasjonen riktig, eller overvurdert egen form. Blant de som ikke hadde gått Besseggen tidligere svarer 4 av 10 at de synes at turen var mer krevende enn forventet⁶. 44% syntes at den var omtrent som forventet, mens 16% syntes den var mindre krevende enn de antok på forhånd (N=181). Noen flere utenlandske besøkende enn norske finner turen mer krevende enn forventet, men forskjellen er ikke statistisk signifikant.

De besøkendes tilfredshet kommer også til uttrykk ved at alle de spurte vil anbefale venner/kjente å gå Besseggen. Men nesten halvparten tar visse forbehold (N=91). De forbeholdene som flest nevner⁷ er at turen er fysisk krevende (omlag 20% nevnte dette), at folk ikke må ha høydeskrekk (nevnt av 10%), at det kan være mye folk (nevnt av 10%) og været (nevnt av knapt 5%). Sett i sammenheng med at en tredjedel oppgir ikke å ha innhentet info om været, kan dette være en indikasjon på at det bør legges større vekt på informasjon om at:

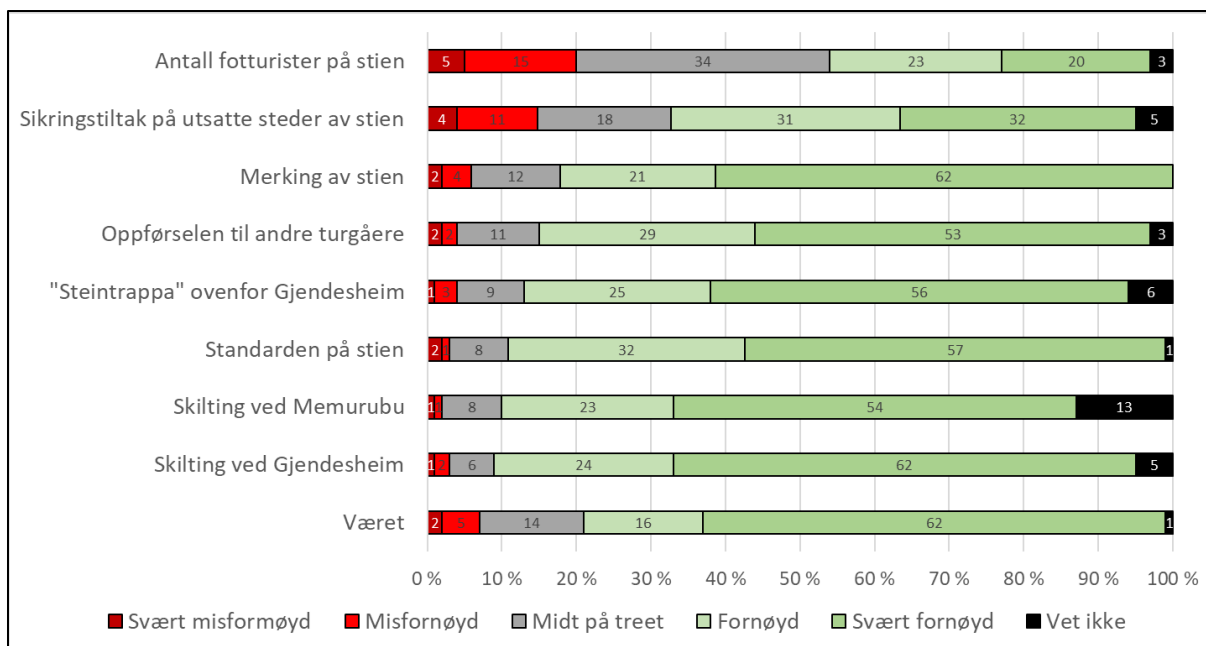
- været kan skifte fort, og
- turen blir atskillig mer krevende i dårlig vær

Selv om man stort sett er fornøyd med turen, er det likevel mange som ikke er helt fornøyd med antall fotturister på stien. Her er 20% direkte misfornøyde, og 34% er bare sånn passe fornøyde (figur 23). Når en stiller spørsmål om tilfredshet ved aktiviteter folk frivillig har investert betydelig med tid og penger for å gjennomføre, er folk tilbøyelige til å si at de er tilfredse. Når såpass mange er lite/mellomfornøyde med antall fotturister på stien, er derfor dette et signal forvaltningen bør merke seg.

Den misnøyen forvaltningen har enklest mulighet til å gjøre noe med, er sikringstiltak på utsatte steder av stien og merking av stien. En tredjedel er misfornøyde/mellomfornøyde med sikringstiltakene på utsatte steder av stien, mens 18% ser ut til å ønske bedre merking av stien.

⁶ 14% oppga at de syntes turen var *adskillig mer* krevende enn forventet.

⁷ Spørsmålet om hvilke forbehold folk ville ta, ble stilt som et åpent spørsmål folk selv måtte formulere. Svargivningen på slike åpne spørsmål kan erfaringsmessig være dårlig. Det var ikke tilfelle for dette spørsmålet, hvilket tyder på at dette er noe som blir vektlagt av de besøkende.



Figur 23. Tilfredshet med ulike sider av turen over Besseggen

Deling i sosiale medier kan være en indikator for folks opplevelser. 63% av de som hadde gått ut/inn fra Gjendeosen hadde delt opplevelsene sine via sosiale medier⁸. 44% hadde delt via Instagram, 43% via Facebook, 1% via Twitter og 11% via andre medier, bl.a. Snapchat og WhatsApp. I et informasjonsperspektiv er dette kanaler som formidler «ukritisk» informasjon til grupper som ikke nødvendigvis har forutsetninger for å vurdere krav for gjennomføring av turen. Sosiale medier kan på sikt føre til at det blir mer krevende å nå ut med objektiv informasjon om turen.

7.1. Besseggen-patroljen

Etter at antall redningsaksjoner økte, gikk 20 reiselivsvirksomheter og 2 kommuner sammen i 2017 om å opprette «Besseggen-patroljen» for å øke sikkerheten for de besøkende og redusere antall redningsoppdrag. Med støtte fra Miljødirektoratet ble det fra 2018 gjennomført 50 patruljeringer. Besseggen-patroljen bidrar til at unødvendige redningsaksjoner blir unngått og politiet og operasjonssentralen ser patruljen som en stor ressurs og viktig for beredskapen (Bakken 2019).

4% av de vi intervjuer oppga å ha snakka med Besseggen-patroljen underveis på turen. 3% hadde lagt merke til patruljen, men ikke snakket med dem. De øvrige (93%) oppga at de ikke hadde hatt kontakt med patruljen på turen. Flere nordmenn enn utlendinger hadde enten snakket med patruljen eller lagt merke til dem (henholdsvis 12 og 4%). At ikke flere har lagt merke til eller snakket med patruljen har sannsynligvis sammenheng med når patruljen går. De velger ut dager i uka ut fra når det er meldt dårlig vær, og de går seint på dagen for å nå de som trenger hjelp. Det er ikke noe mål at patruljen skal bli sett av flest mulig eller snakka ved flest mulig. Patruljen er også utstyrt med et lysende grønt antrekk. Om patruljen kan «uniformeres» enda sterkere kan imidlertid vurderes.

Besseggen-patroljen oppleves av de besøkende som en sikkerhetsfaktor. De aller fleste (96%) synes at Besseggen-patroljen er viktig for sikkerheten på Besseggen. Nesten to tredjedeler syntes patruljen var viktig/svært viktig, mens 30% syntes den var litt viktig. Det er en tendens til at nordmenn vektlegger viktigheten av en slik patrulje noe sterkere enn utenlandske besøkende.

⁸ Utvalg: Etterundersøkelse, kassekort

8. Synes de besøkende at det er behov for å regulere ferdsele over Besseggen?

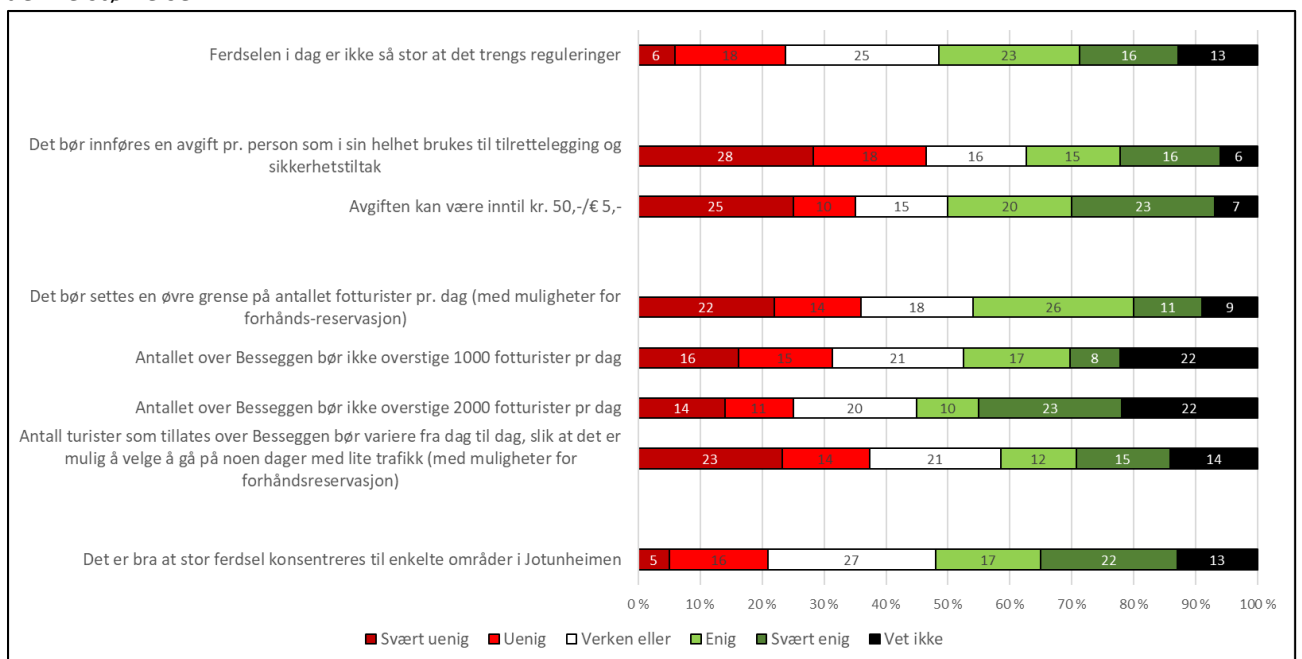
I Norge reguleres friluftsfersel bare unntaksvis, f.eks. hekketida i fuglefredningsområder. Internasjonalt er det lengre tradisjon og kultur for å begrense friluftslivferdselen, se f.eks. eksempler fra Nord-Spania⁹ og den kroatisk nasjonalparken Plitvice Lakes, der sågar roping er forbudt¹⁰.

Også i Norge har vi fått en diskusjon om «overturisme» og behovet for å regulere ferdsele, der denne har uakseptable konsekvenser. Siden Besseggen er et område med tidvis stor fersel, sammenlignet med de fleste andre norske fjellområder, var det derfor av interesse å kartlegge hvilke synspunkter brukerne selv har.

Synspunkter på reguleringer varierer for det første med type regulering, jfr. figur 24. Et annet hovedtrekk er at det er en stor andel som svarer at de verken er enige eller uenige, eller at de ikke vet hva de mener. Dette kan skyldes at fersel i liten grad har vært regulert i Norge, og at man derfor mangler erfaring med hva det egentlig innebærer.

På det generelle spørsmålet om reguleringer så er 39% enige i at det ikke trengs reguleringer, mens 24% er uenige i dette. 37% mener det bør settes en øvre grense for antall fotturister pr. dag (gitt muligheter for forhåndsreservasjon). 25% mener at ferdsele over Besseggen ikke bør overstige 1000 fotturister pr. dag.

Det er betydelig motstand mot å innføre en avgift selv om den i sin helhet brukes til tilrettelegging og sikkerhetstiltak. Nesten halvparten av de spurte er imot et slikt tiltak. En beskjedne avgift (50 kr./5 Euro) synes likevel å være akseptabel blant mange. 43% er enige i at det kan innføres en avgift på denne størrelsen.



Figur 24. Synspunkter på ulike reguleringer over Besseggen (N=241)

⁹ <https://ascatedrais.xunta.gal/monatr/inicio>

¹⁰ <https://np-plitvicka-jezera.hr/en/plan-your-visit/rules-of-conduct/>.

Vi fant ingen signifikante forskjeller mellom norske og utenlandske besøkende på spørsmålene om regulering. Utvalgene var for små til at vi kunne skille mellom ulike nasjonaliteter utenom Norge. Siden det er et betydelig innslag av skandinaver blant de besøkende, så kan dette ha hatt betydning for at vi ikke fant forskjeller mellom nordmenn og utlendinger i synet på reguleringer. Årsaken kan også være at utenlandske besøkende ikke synes det er behov for reguleringer på Besseggen (dersom de er vant til større ferdselsmengder fra eget hjemland) eller at en av kvalitetene i norske fjellområder er at de i stor grad slipper reguleringer.

9. De som parkerer på Reinsvangen men som ikke går fottur

82% av de som parkerte på Reinsvangen på en av de dagene det ble lagt ut spørreskjema på bilvinduene hadde gått fottur. De som ikke har vært på fottur utgjør en liten gruppe (N=48), og resultatene for denne gruppen må derfor tolkes med forsiktighet.

70% av de som ikke hadde gått fottur oppga at de hadde tatt båten på Gjende. 1 av 47 hadde vært på fisketur, mens 3 av 47 oppga å ha sett på landskapet og utsikten (1 av disse hadde tatt båten). En tredjedel oppga andre årsaker til å parkere på Reinsvangen, som bryllupsfeiring på Gjendebu, Besseggenløpet, overnatting på Memurubu i forbindelse med båtturen og «visste ikke bedre».

85% av de som ikke har vært på fottur ved Gjendeosen er norske. Nasjonalitet ellers er Sverige, Danmark, Tyskland og Tsjekkia.

Gjennomsnittsalderen er 48,2 år, sammenlignet med 36,2 år blant de som fylte ut kort på Besseggen. Vel en tredjedel er i gruppen 55+, sammenlignet med 12% blant de på Besseggen.

De fleste skal være hjemmefra i flere dager (85%). Litt flere er på en korttur (2-3 dager hjemmefra) enn på ferietur (4 eller flere dager hjemmefra).

To tredjedeler hadde bestemt seg lang tid i forveien for å besøke Jotunheimen (1 måned eller mer før avreise hjemmefra). 85% skal overnatte inne i eller i nærheten av Jotunheimen.

70% har vært i Jotunheimen tidligere. Alle disse har vært der på sommeren tidligere, og ca. halvparten også om vinteren. 30% hadde aldri vært på en flerdagers fottur/skitur.

For det store volumet av parkerende på Reinsvangen er formålet først og fremst å gå fottur eller å ta båten på Gjende. Kun 2 av totalt 272 (0,7%) oppga at de skulle se på landskapet og utsikten uten samtidig å ta en fottur eller ta båten. Dvs. at Reinsvangen i liten grad brukes av bilister med korte stopp.

Av de som ikke gikk Besseggen (N=55) sier 40% at de har gått der tidligere. En del har for dårlig tid (20%) mens ca. 10% oppgir henholdsvis at turen er for fysisk krevende, at det er for mye folk på Besseggen eller at de bare ville se på området.

10. Hvilke servicetilbud bruker Besseggen-turistene og hvor fornøyde er de med forholdene ved Gjendeosen?

Definisjoner

Med begrepene *kjerneområdet* og *lokalområdet* mener vi:

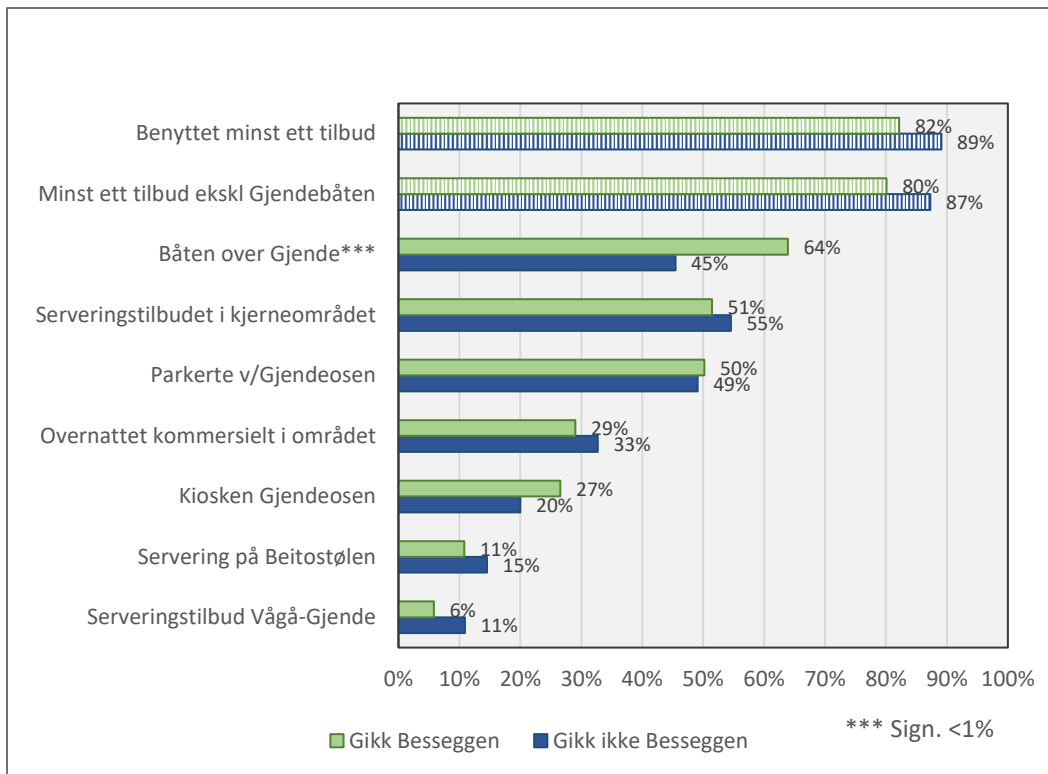
- kjerneområdet: Gjendesheim, Memurubu, Gjendebu, Bessheim og Maurvangen
- lokalområdet: kjerneområdet inklusive Beitostølen og Sjødalen (strekningen Vågå – Gjende)
- området: brukes stort sett synonymt med lokalområdet der ikke annet framgår av teksten.

10.1. Bruk av servicetilbud i området

Så godt som samtlige av de som gikk Besseggen og/eller parkerte på Reinsvangen har benyttet seg av minst ett av de kommersielle servicetilbudene i området (figur 25). Bruken av de kommersielle servicetilbudene i området synes i liten grad å være avhengig av om de besøkende går Besseggen eller ikke.

Det er kun båtturen på Gjende som i vesentlig større grad brukes av de som faktisk tar turen over Besseggen. Båtturen er imidlertid også det tilbudet som mange andre besøkende benytter seg av: Nær halvparten – 45% - av de som *ikke* går Besseggen har oppgitt at de likevel har tatt en tur med Gjendebåten, mens 64% av de som også har gått over Besseggen gjør det.

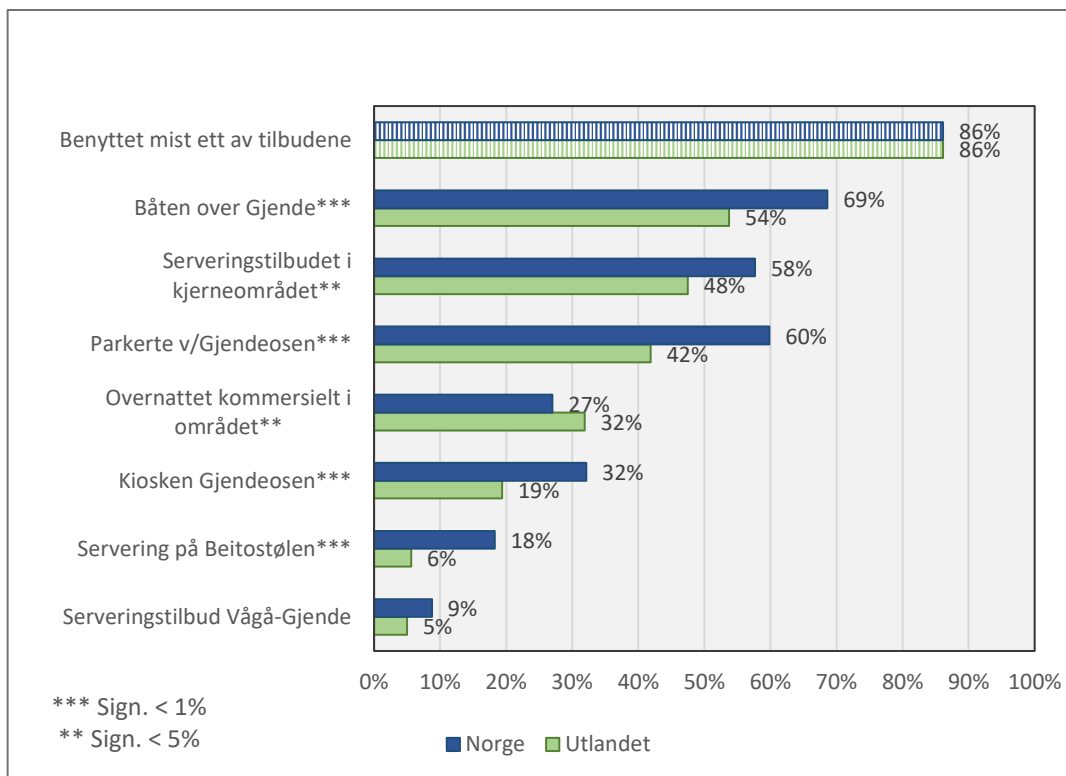
Det er også andre forskjeller mellom de som gikk Besseggen og turister med andre formål, men de er små og ikke signifikante. De som gikk Besseggen handlet i større grad i kiosken ved Gjendeosen (27%), enn de som ikke gikk Besseggen (20%). På den andre sida er det noen flere av dem som ikke har gått Besseggen som har valgt serveringstilbud andre steder i Sjødalen og på Beitostølen. Det er likevel få (10% til 15%) som benytter seg av serveringstilbud andre steder enn i selve kjerneområdet.



Figur 25. Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – avhengig av om de gikk Besseggen eller ei (N=297)

10.1.1 Bruk av servicetilbudet i forhold til nasjonalitet

Nordmenn og utlendinger bruker servicetilbudene i området like mye; 86% har benyttet minst ett tilbud i området. Derimot er det signifikante forskjeller i *hva slags* tilbud som brukes av henholdsvis nordmenn og utlendinger, eller retttere sagt i *hvor mange* tilbud de bruker. Det gjennomgående trekket er at nordmenn i større grad benytter seg av tilbudene i området. Det betyr også at nordmennene benytter *flere* tilbud enn utlendingene: Mens utlendingene i gjennomsnitt bruker 2,1 tilbud, bruker nordmennene 2,8 tilbud. Det er særlig tilbudene i kjerneområdet, Gjendebåten, serveringstilbudet og parkeringen. Bare når det gjelder kommersiell overnatting i området er det i flere utlendinger (32%) enn nordmenn (27%) som benytter seg av det. Det er signifikante forskjeller også der, men de er ikke så store (fig. 26).



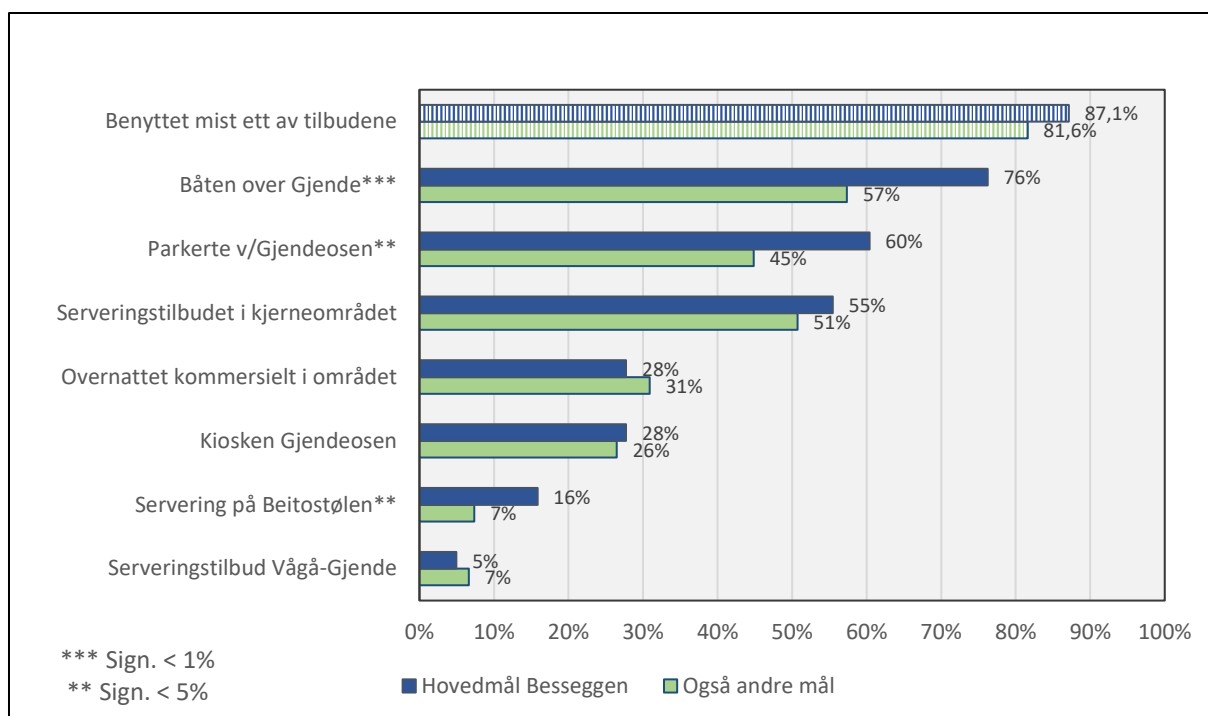
Figur 26. Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – forskjeller mellom nordmenn og utlendinger (N=297)

Utlendingene som har benyttet seg av de ulike servicetilbudene er nesten helt fokusert omkring tilbudene i tilknytning til selve Besseggen, og det er svært få som oppgir at de *ikke* skal gå Besseggen. Det skal også majoriteten av nordmennene, men selv om man har tatt Gjendebåten eller parkert ved Gjendeosen, er det likevel flere av nordmennene som har andre turmål enn selve Besseggen. Om lag en fjerdedel (25%) av nordmennene oppga at de ikke hadde gått over Besseggen denne gangen, mens dette gjaldt bare halvparten så mange av utlendingene (13%)¹¹.

10.1.2. Bruk av servicetilbudet i forhold til hovedmål for turen

Det er i alt 43% som har hatt Besseggen som det eneste turmålet på den registrerte turen, mens 57% hadde besøkt eller planla å besøke også andre turmål i Jotunheimen på den samme turen. Det er imidlertid langt flere av de som kun hadde Besseggen som turmål, som har benyttet seg av tilbudene i kjerneområdet. Det gjelder da særlig båtturen over Gjende (76% mot 57%) og parkeringen ved Gjendeosen (60% mot 45%). Når det gjelder bruk av de øvrige tilbudene, muligens bortsett fra serveringstilbudet i kjerneområdet, er det ikke forskjeller om man bare var på tur til Besseggen eller om man også hadde andre mål for turen (fig. 27). Dette spørsmålet er stilt utelukkende til dem som hadde gått Besseggen.

¹¹ Tabell med fordelingen mellom dem som har gått Besseggen eller ikke fins i vedlegg 1.



Figur 27. Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – i forhold til hovedformål med turen (N=237)

10.1.3. Bruk av servicetilbudet i forhold til type tur eller reise

Turister på feriereise oppfører seg forskjellig avhengig av hvilket reisemønster man har valgt for den aktuelle reisa. Vi skiller normalt mellom tre hovedtyper:

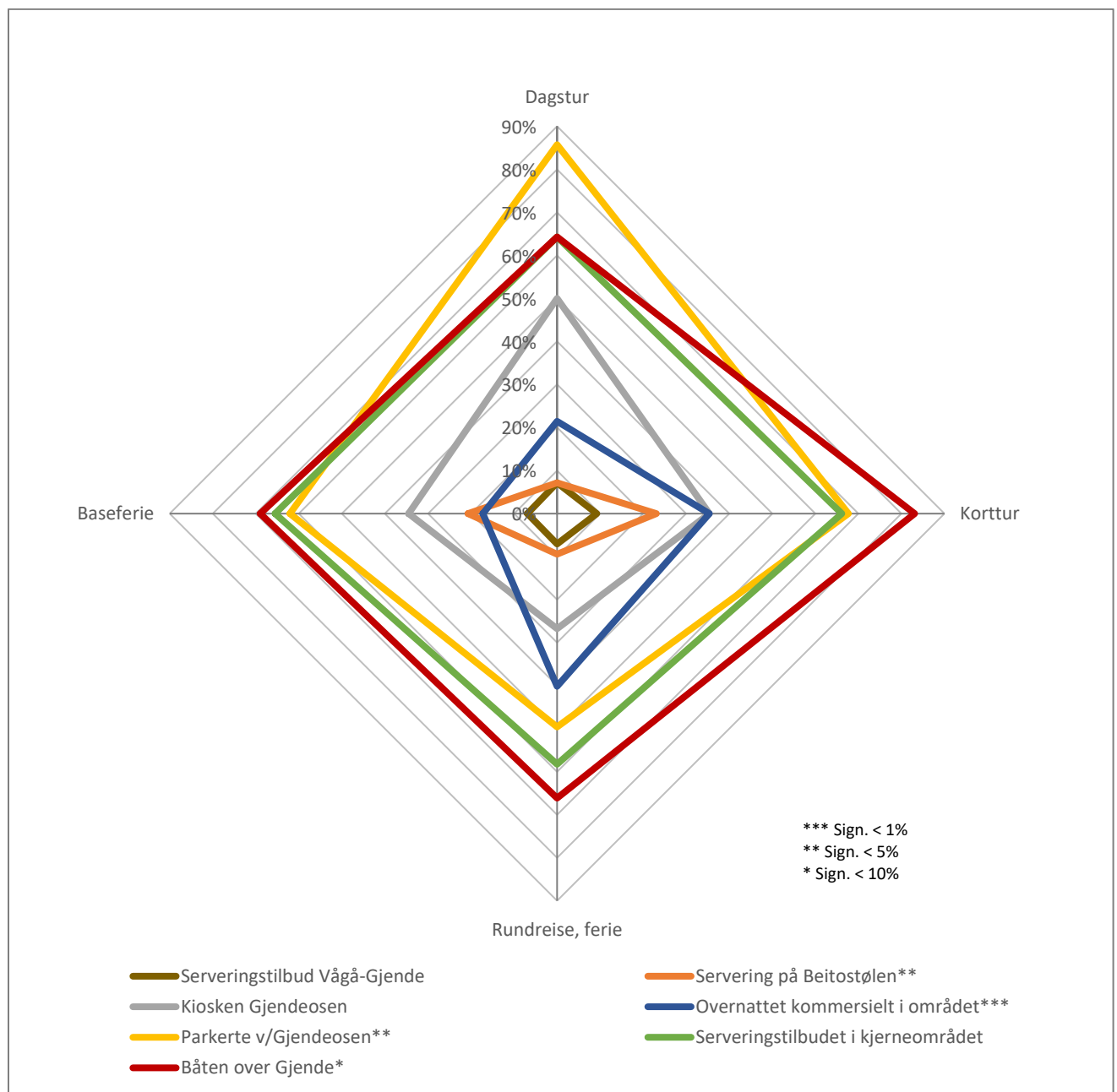
- *ligge-stille- eller resortferie*, når man drar fra hjemstedet direkte til feriestedet og oppholder seg der til man drar hjem igjen. De fleste av aktiviteter og tilbud man søker fins på stedet eller i nærområdet.
- *baseferie*, når man drar hjemmefra til ett overnattingssted der man har sin base hele oppholdet, og tar dagsturer til aktiviteter og attraksjoner innenfor dagsturradius. Overnattingsstedet trenger i seg selv ikke være et typisk turiststed, men må ha en gunstig lokalisering for å kunne nå mange attraktive tilbud på dagstur.
- *rund-reise-ferie*, når man legger opp til en rundreise over flere dager og forflytter seg mellom ulike overnattingssteder hver dag.

I tillegg finner vi en hybridvariant, en slags *serie-baseferie*, der man på den samme reisa forflytter seg mellom flere baser. Det vil si at man bruker samme overnattingssted noen netter og tar dagsturer derfra, før man forflytter seg til neste base, og oppholder seg der noen dager, og så videre.

Turister vil benytte seg av ulike tilbud avhengig av hva slags tur man er på (fig. 28). At dagsturistene i størst grad benytter seg av parkeringsplassen (nesten 90%) er naturlig da de kommer i privatbil, og helt logisk at de der skiller seg fra andre typer turister. Er man på en kort- eller helgetur er det mer vanlig å ta båten over Gjende enn om man er på dags- eller lengre tur. Rundreiseturistene overnatter i større grad kommersielt i området, men benytter i mindre grad parkerings- og serveringsfasilitetene i kjerneområdet.

Selve Besseggenturen har ikke samme betydning i de ulike reisesegmentene, og dermed varierer også bruken av servicetilbudene i området mellom segmentene. For eksempel gikk samtlige dagsturister som tok Gjendebåten Besseggen, men «bare» 80% av baseferieturistene gikk også Besseggen. Vi vet ikke hva disse gjorde, men ett alternativ kan være å ha tatt en rundtur med båten. Det var også mange baseferieturister som benyttet serveringstilbudet i kjerneområdet, men over 40% av disse gikk ikke Besseggen. Blant dem som brukte parkeringsplassen, var det også slik at det var sammenheng mellom omfanget på hele reisen og hvor stor andel som gikk Besseggen – 72% av baseferieturistene og 92% av dagsturistene gikk Besseggen.¹²

Dette indikerer at Gjendeosen fungerer som et viktig utfluktsmål for baseturister på dagstur fra overnattingsbasen, i tillegg til å være innfallsporten til Besseggen også for baseferieturistene.



Figur 28. Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – i forhold til type av tur/reise

¹² For tabell med bruk av ulike servicetilbud blant dem som har gått Besseggen eller ikke, se i vedlegg 1.

Fra servicetilbydernes perspektiv vil det antakelig være av interesse å vite om man er mer eller mindre avhengig av ulike «Besseggen-segmenter». Det vil være nyttig innsikt for å velge eventuelle samarbeidspartnere eller å tilpasse produktsortiment.

Det er nemlig noe forskjell i hvilken grad de ulike segmentene av Besseggen-turister bruker de kommersielle tilbudene i området. Det store bildet er naturligvis at rundreiseturistene betyr mest for samtlig, da de utgjør den største gruppen, og samlet utgjør over halvparten av alle turistene.

Av dem som har benyttet seg av serveringstilbudet på Beitostølen utgjør imidlertid rundreiseturistene ikke mer enn om lag en tredjedel. Det er særlig kortturturistene og de som er på baseferie som har valgt Beitostølen som serveringssted. Det skyldes blant annet at mange av dem også har overnattet på Beitostølen. Beitostølen markedsfører både egne «Besseggenpakker», og fungerer også som en base for mange andre turister.

De helt lokale tilbudene, det vil si kiosken og parkeringen ved Gjendeosen, har rimelig nok en større andel av dagsturister enn de andre tilbyderne.

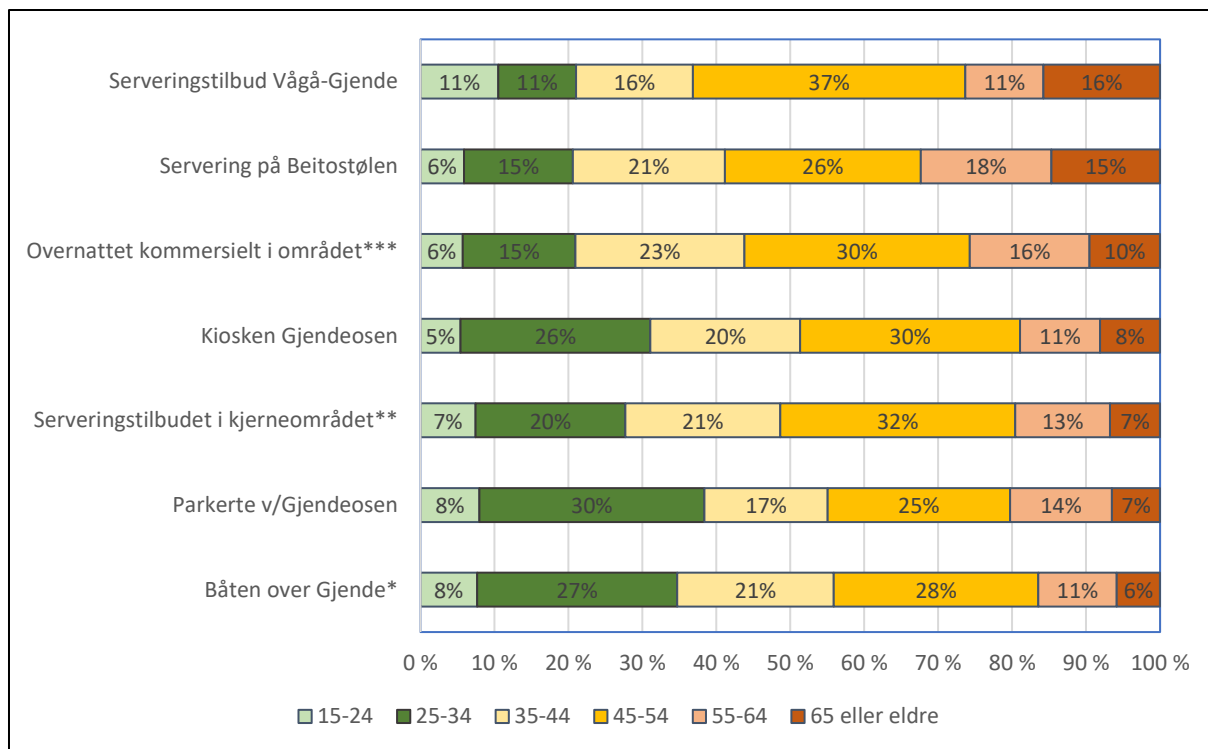
Tabell 4 Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – i forhold til type tur/reise

	I alt	Serverings-tilbudet i kjerneområdet	Serverings-tilbudet Vågå-Gjende	Serverings-tilbudet på Beitostølen**	Kiosken Gjendeosen	Båten over Gjende*	Parkerte v/Gjendeosen**	Overnattet kommersielt i området***
Dagstur	6,0%	6,2%	5,6%	2,9%	9,5%	5,4%	8,8%	3,7%
Korttur	27,7%	29,7%	33,3%	44,1%	31,1%	32,3%	32,1%	28,0%
Rundreise, ferie	54,0%	51,0%	50,0%	35,3%	45,9%	50,3%	46,0%	62,2%
Baseferie	12,3%	13,1%	11,1%	17,6%	13,5%	12,0%	13,1%	6,1%
I alt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
n 235	*** Sign. < 1%; ** Sign. < 5%, * Sign < 10%							

10.1.4. De eldre bruker i større grad overnattings- og serveringstilbud

Samlet gjennomsnittsalder på turistene i materialet er 42,2 år. De som benytter seg av kommersielle serverings- og overnattingstilbud er gjennomgående eldre enn dem som ikke gjør det. Det betyr likevel ikke at gjennomsnittsalderen for de som ikke benytter disse tilbudene er lav. Verken for Gjendebåten eller parkeringen er det forskjell i gjennomsnittsalder blant brukerne i forhold til de som ikke har brukt disse tilbudene. Det er ingen forskjell mellom alle som har benyttet servicetilbudene og de som også har gått Besseggen¹³.

¹³ Det gjelder de fleste fordelinger, da materialet domineres av dem som har gått Besseggen.

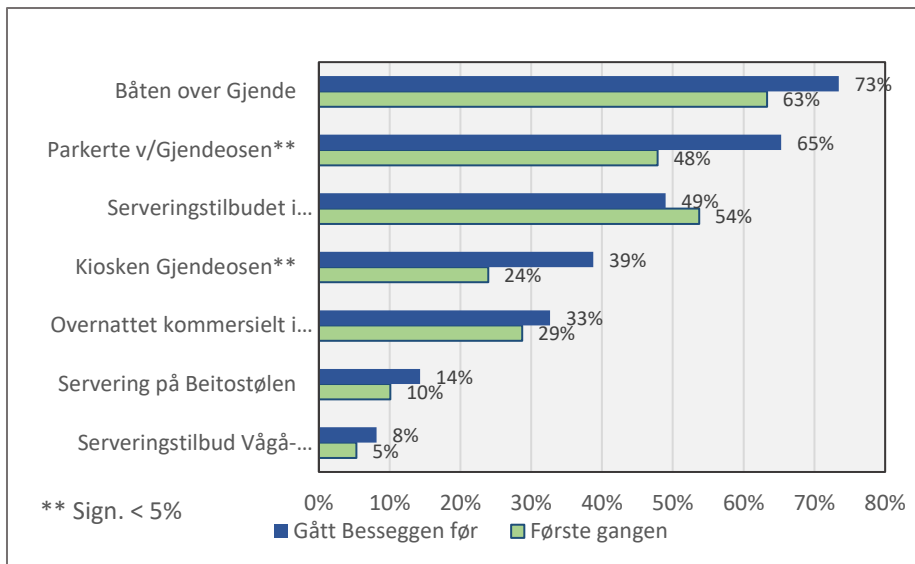


Figur 29. Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – i forhold til alder (N=238)

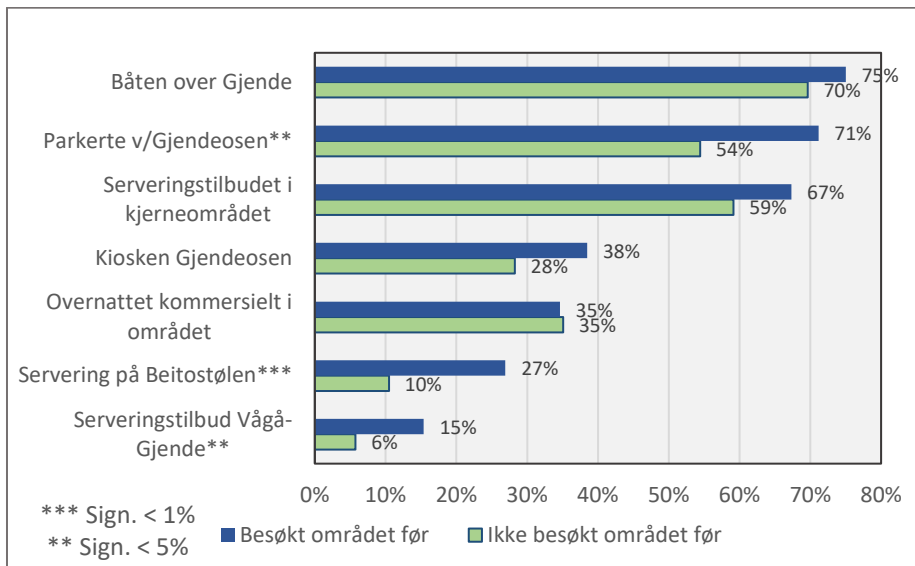
10.1.5. Bruk av servicetilbudet i forhold til erfaring fra Besseggen eller Jotunheimen

De aller fleste av de som har svart på etterundersøkelsen har ikke gått Besseggen tidligere, og er dermed førstegangsbesøkere (fig. 20). De har heller ikke vært andre steder i Jotunheimen, i alle fall ikke dette året (fig. 31). Hvis man denne gangen er på korttur i området, og også har tidligere erfaring fra Jotunheimen, har man i større grad turen over Besseggen som eneste mål for turen. I denne gruppa overnatter mange på Beitostølen. Et par bedrifter på Beitostølen markedsfører egne Besseggen-pakker som inkluderer to eller tre overnattinger.

De som har erfaring fra bruk av området fra før benytter seg i større grad av de kommersielle servicetilbudene i området. Det kan indikere at det kan være et udekket behov for informasjon om disse tilbudene, og at det i dét også kan ligge et potensial for økt omsetning for disse virksomhetene.



Figur 30. Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – i forhold til om man hadde gått Besseggen tidligere (N=243)



Figur 31. Andel som benyttet ulike kommersielle tilbud – i forhold til om man hadde vært i Jotunheimen tidligere (N=243)

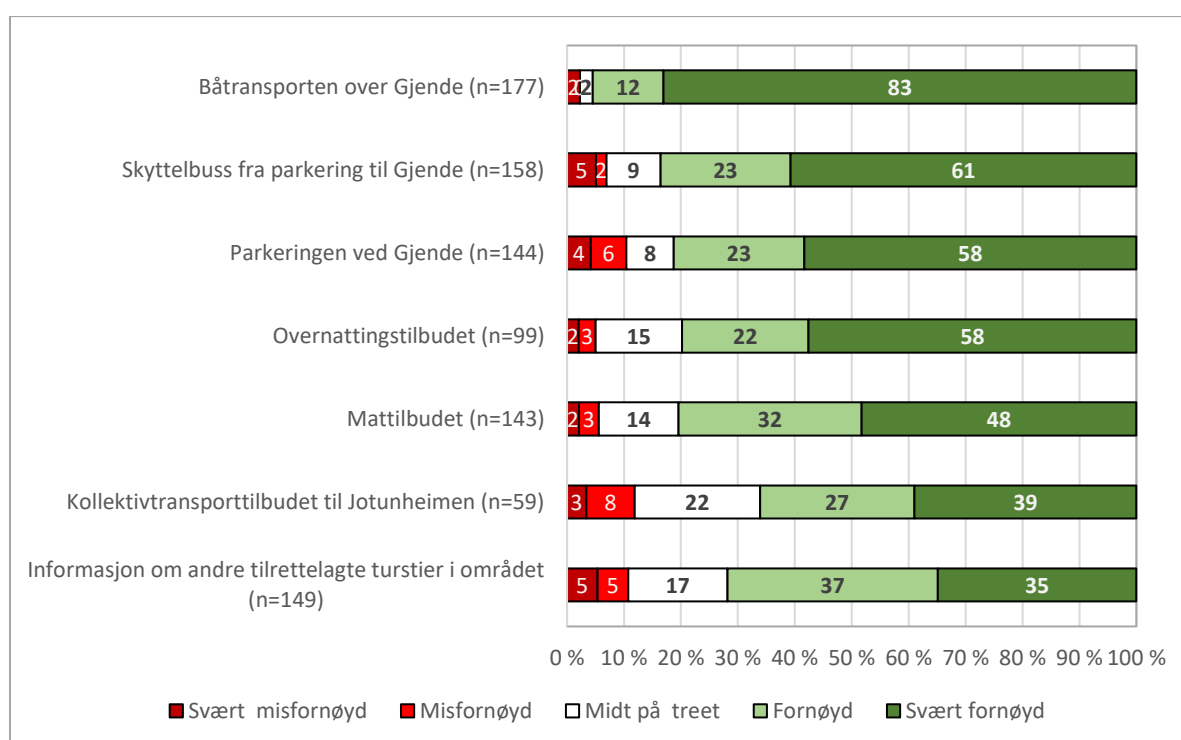
10.2 Brukerne er fornøyd med servicetilbudene i området rundt Besseggen

De aller fleste av brukerne er fornøyd eller svært fornøyd med de tilbudene man har benyttet seg av. Aller best skussmål får båttransporten over Gjende. Hele 95% av brukerne er fornøyd med det tilbudet, og over 80% svært fornøyd. Fornøyd er man også med de øvrige «nasjonalparktilbudene» ved Gjende, skyttelbussen og selve parkeringen.

En mindre gruppe (10%) er imidlertid misfornøyd med forhold rundt parkeringen. Dette gjelder framfor alt informasjon og andre praktiske forhold, som for eksempel at det er lite fleksibilitet når det gjelder betalingsperioder, når avgiften ikke kan betales i kortere perioder enn for ett døgn og oppfattes som dyr. Det savnes også bedre informasjon om skyttelbussene, for eksempel rutetider og hvordan systemet fungerer. Dette er likevel ingen grunnleggende innvendinger, og er, i tilfelle man ønsker å gjøre noe med disse, relativt enkle å forbedre.

Overnattingstilbudet er de fleste fornøyd med eller synes er greit (80%). Enkelte har imidlertid fremmet ønsker om bedre forhold for teltcampere. De som har kommentert kollektivtransporttilbudet har særlig påpekt behovet for informasjon om og koordinering med bussene til Gjendesheim (fig. 32).

Vi har i denne etterundersøkelsen ikke spurt om sanitære forhold, men det er påpekt av flere at det er behov for flere toaletter. Det er vel både et kjent tema og problemfelt når så mange folk er konsentrert i et (slik teknisk sett) relativt utilgjengelig område. Selv om det vanskelig lar seg gjøre over selve Besseggen, ble det foreslått at det kunne settes opp flere toaletter ved kiosken/ parkeringen. Med mange førstegangsbesøkere og mange utlendinger, som har erfaringer fra nasjonalparker i andre land, kan forventningene til tilrettelegging og servicenivå på selve ruta være annerledes enn det som er vanlig i norske nasjonalparker. Alle kommentarene som er gitt på skjemaene er samlet i vedlegg.

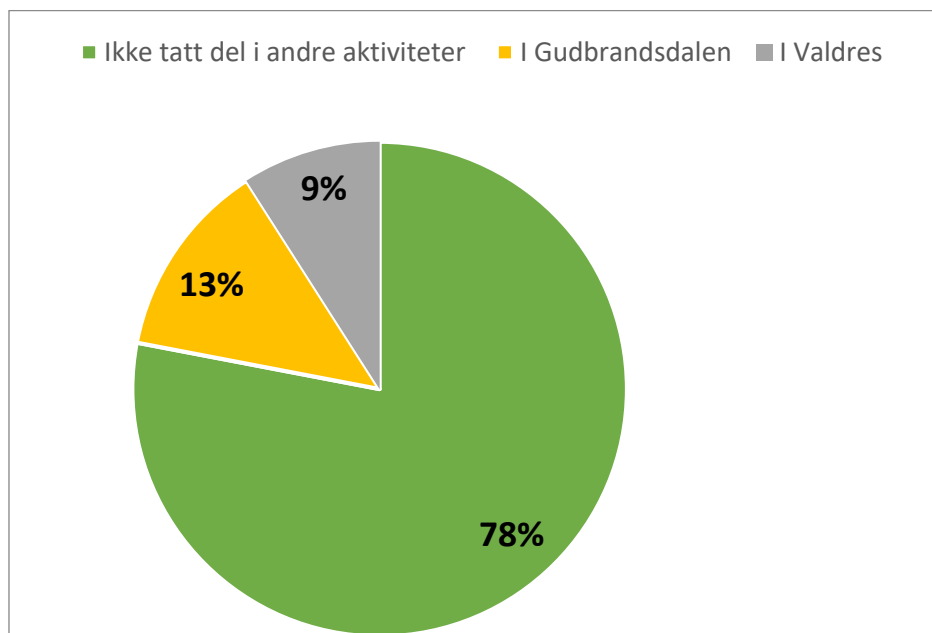


Figur 32. De besøkendes tilfredshet med de servicetilbudene de har benyttet

11. Bruk av andre aktiviteter, attraksjoner eller tilbud i dalførene rundt Jotunheimen

Å gå Besseggen var det eneste målet med turen for litt under halvparten, mens litt over halvparten (56%) svarte at de også besøkte andre turmål (i Jotunheimen) på turen. Når så mange som halvparten kun har Besseggen som turmål, må det sees på som ramme for i hvilken grad Besseggen-trafikken genererer ytterligere og økt aktivitet i bygdene rundt fjellområdet. Tallene nedenfor over hva man har gjort utenom å gå Besseggen tar utgangspunkt i samtlige som gikk Besseggen.

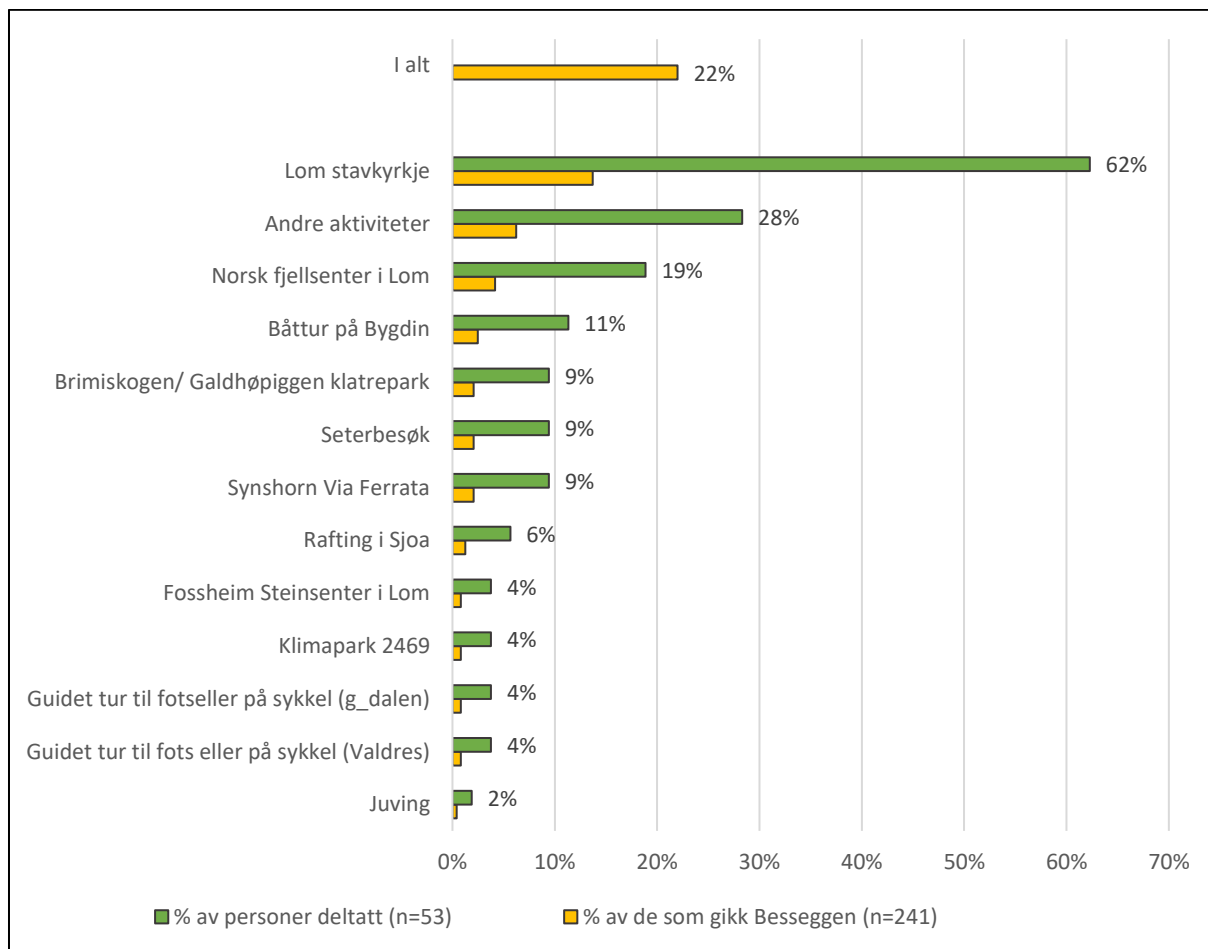
Det er i alt 22% av Besseggen-turistene som har svart at de har tatt del i andre tilbud eller aktiviteter i dalførene rundt Jotunheimen på denne turen (fig. 33). De fleste, 13%, har gjort det på Gudbrandsdalsida og en noe mindre andel, 9%, i Valdres. Cirka en fjerdedel av dem som har deltatt i andre aktiviteter (det representerer 6% av alle som har gått Besseggen) har oppgitt at de har gjort det i begge dalførene. Det viser seg at en del velger å ta del i flere aktiviteter. Om lag halvparten av de som har deltatt (10% av alle som har gått Besseggen), har svart at man har deltatt i mer enn én aktivitet men det er få som har oppgitt mer enn to aktiviteter.



Figur 33. Andel av de som gikk Besseggen som benyttet aktivitetstilbud i dalførene rundt Jotunheimen (N=241)

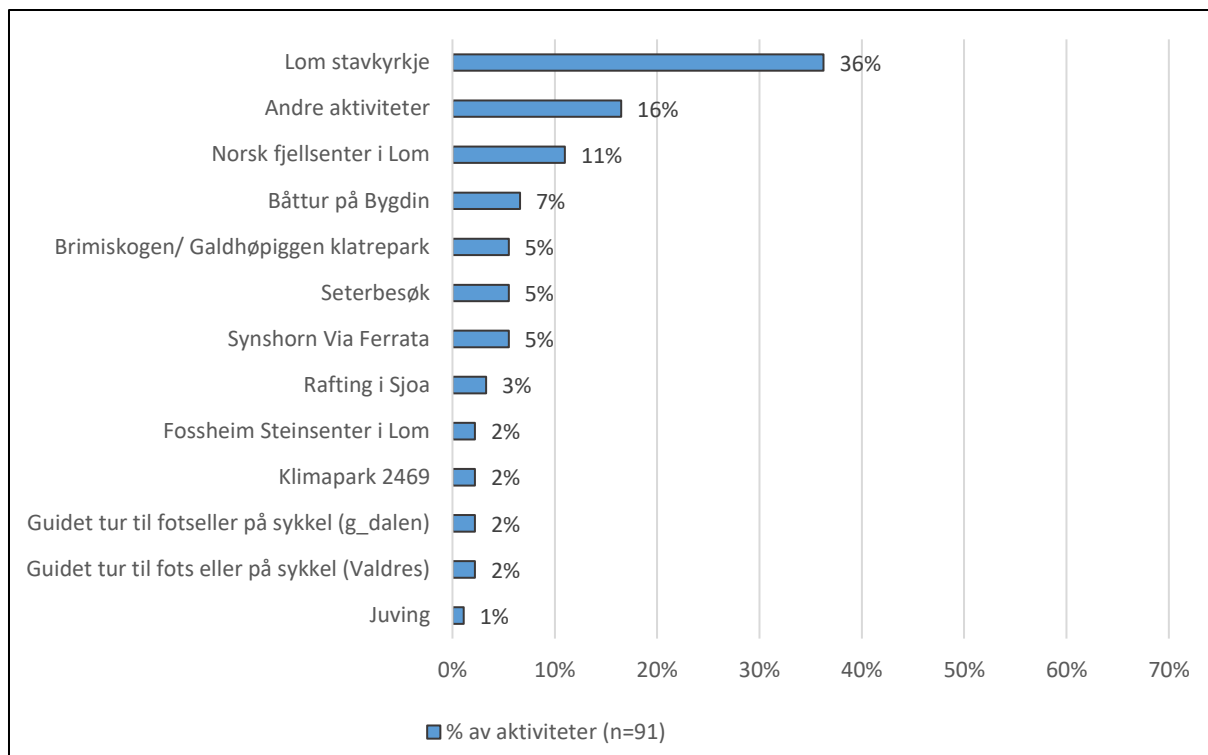
Nærmere *hva* man har tatt del i er naturligvis delvis avhengig av hva vi har spurt om, og hva som er tilgjengelig. Flest (14%) har besøkt stavkirka i Lom (figur 34). En del har også svart «andre aktiviteter». Svarene under «andre aktiviteter» viser en stor spredning på enkeltaktiviteter. Aktivitetene dreier seg likevel særlig om ulike fjellaktiviteter og turer man har gått. Det er mange muligheter i dette området, noe som også bekreftes av at 27% har krysset av at man i tillegg til Besseggen også har gått andre merka turstier i området. Både Lomseggen, Bitihorn og brevandringer er for eksempel nevnt av flere (se vedlegg 4).

4% hadde besøkt Norsk fjellsenter i Lom De øvrige aktivitetsalternativene vi spurte om i skjemaet ble benyttet av 2% eller færre. Med så mange som går Besseggen utgjør det likevel et relativt stort antall personer.



Figur 34. Andel som hadde benyttet ulike aktivitetstilbud i dalførerne rundt Jotunheimen

En relativt stor andel av dem som har gjort andre ting i tillegg til å gå Besseggen har besøkt/deltatt i gjennomsnittlig i 1,7 andre aktiviteter i tillegg. Summerer vi antallet aktiviteter ser vi at selv om Lomskirka besøkes av over 60% av de som gjorde andre ting i tillegg til å gå Besseggen, utgjør den «bare» en tredjedel (36%) av det samlede antallet av tilleggsaktiviteter (dvs. som en følge av at en del benytter flere aktivitetstilbud) (figur 35).



Figur 35. Fordeling av **antall** aktivitetstilbud turgåerne har benyttet utenom Besseggen (N=91).
(En del har benyttet flere aktiviteter)

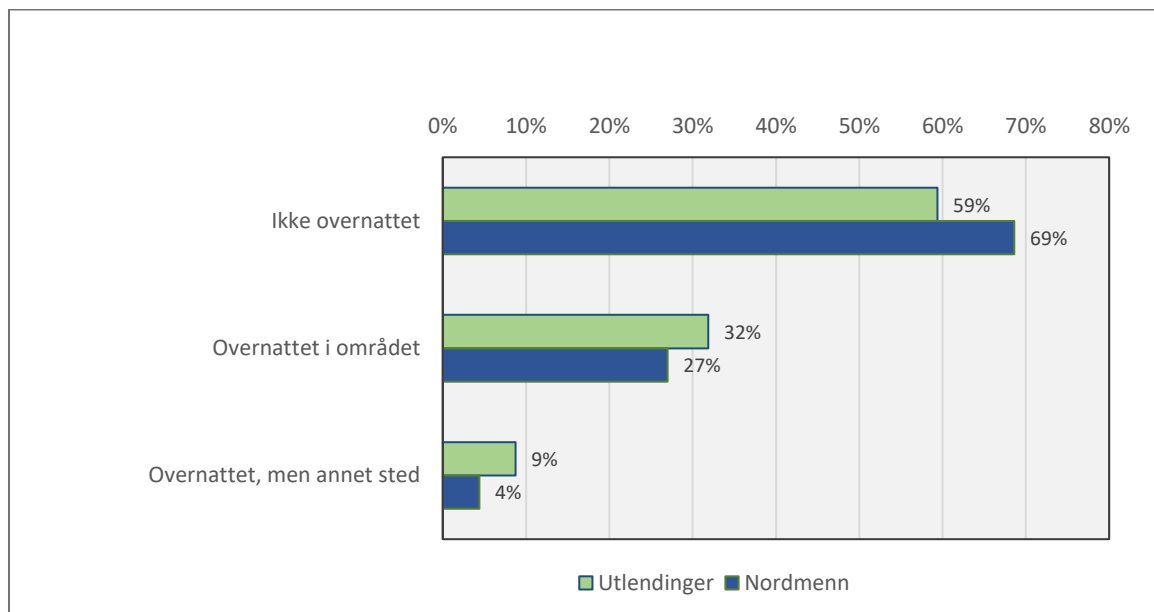
Det er små forskjeller mellom ulike grupper i hva man har gjort på turen utenom Besseggen-vandringen, enten vi ser på nordmenn og utlendinger eller på ulike aldersgrupper. Det er grunn til å merke seg at det er svært få respondenter i alle gruppene, og at materialet derfor ikke gir grunnlag for sterke konklusjoner.

Noen tendenser kan imidlertid indikeres: Av de (svært få) som ikke gikk Besseggen var det flere på Norsk fjellsenter, Fossheim Steinsenter og Glittersjø fjellgård, det vil si mer «institusjonaliserte» tilbud. Utlendingene bruker i svært liten grad de typiske tilrettelagte fjellaktivitetene juving, rafting eller klatreparker. Vi kan heller ikke identifisere at det er særlig aldersbestemte aktiviteter. Det er imidlertid en større andel av dem som er 45 år eller eldre, som ikke har svart på om de har benyttet seg av andre tilbud, noe som kan indikere at de heller ikke har tatt del i andre tilbud, og at det likevel framfor alt er de yngre som gjør det.

12. Overnattinger på turistbedrifter i lokalområdet

At tilreisende overnatter i et område er en viktig faktor for å oppnå lokaløkonomiske virkninger. Særlig gjelder det kommersiell overnatting, men også bruk av andre overnattingsformer innebærer at tilreisende oppholder seg lengre i ett område enn hvis de ikke overnatter. Å få tilreisende til å oppholde seg lengst mulig i det aktuelle området vil altså være gunstig for å optimalisere lokal- og regionaløkonomiske effekter. Det gjelder også for den omfattende turisttrafikken som beveger seg i området rundt Besseggen og Gjendeosen.

Det er 30% som oppgir å ha overnattet på en turistbedrift¹⁴ i lokalområdet¹⁵. Det er her liten forskjell mellom utlendinger og nordmenn (figur 36).



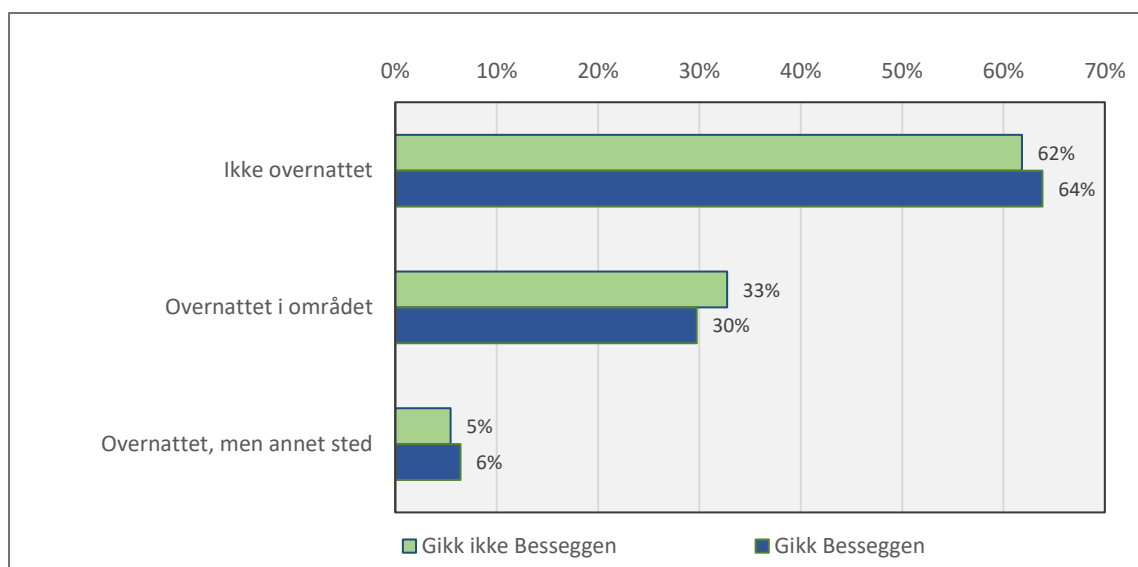
Figur 36. Andel som overnattet på en turistbedrift i lokalområdet i forhold til nasjonalitet (N=297)

Det er flere av utlendingene (8-10%) enn av nordmennene (4-5%) som oppgir at de har overnattet på turistbedrift *utenfor* det vi har definert som lokalområdet. Mange av disse er på rundreise, noe som gjelder over 80% av utlendingene. Nordmennene som har overnattet er typisk på en helge- eller kortferietur: Halvparten av nordmennene er på en tur med inntil tre overnattinger, og med så kort oppholdstid er det rimelig at disse overnattingene foretas i nærområdet til Besseggen.

De som parkerte på Reinsvangen med andre formål enn å gå Besseggen ser ut til å overnatte på en turistbedrift i området i like stor grad som de som går Besseggen (figur 37).

¹⁴ Dvs. et kommersielt overnattingssted.

¹⁵ Gjendesheim, Memurubu, Gjendbu, Besseggen, på strekningen Vågå-Gjende ellers, Beitostølen og «Annet sted». I tillegg har 6% oppgitt å ha overnattet på steder utenfor det som er definert som lokalområdet.



Figur 37. Andel som overnattet på en turistbedrift i forhold til om man gikk Besseggen eller ei (N=297)

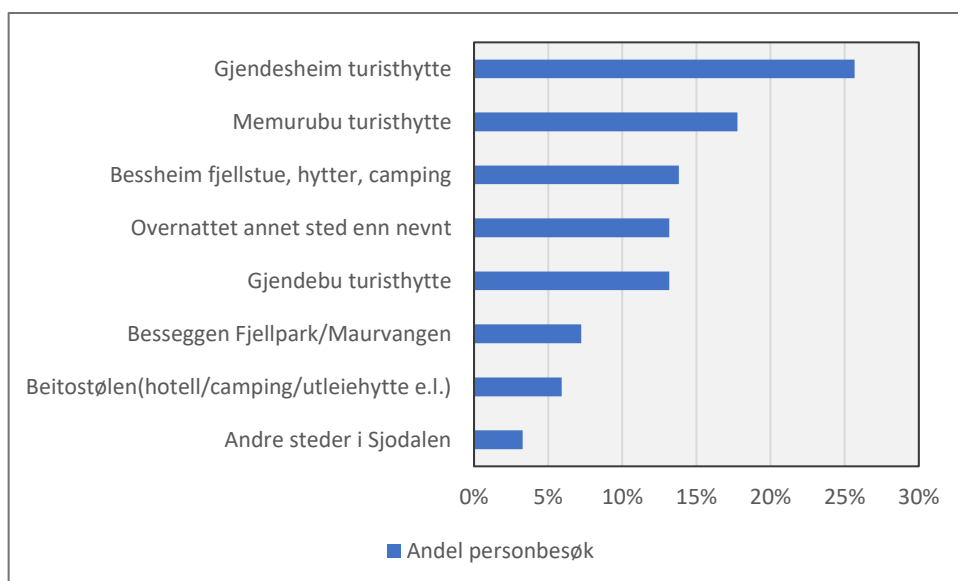
Det er både en større andel av utlendingene som overnatter på en turistbedrift i området, og de blir litt lengre. Gjennomsnittlig oppholdstid for alle er 2,5 overnattinger i området, utlendinger hadde gjennomsnittlig 2,8 mot nordmenns 2,2 overnattinger. Det er også en tendens i materialet at oppholdstida er lengre når man overnatter utenfor lokalområdet, men dette bygger på svært få observasjoner (tabell 5).

Gjendesheim turisthytte er den overnattingsbedriften som hadde flest av Besseggen-turistene på overnattingsbesøk, 25% har oppgitt at de har overnattet på Gjendesheim, mens 18% oppgir Memurubu som overnattingssted (figur 38). Det er disse to overnattingsbedriftene som mottar størst andel av de besøkende.¹⁶ Fordeler vi antallet overnattinger som genereres av Besseggen-turistene på de enkelte overnattingsstedene, viser det seg at disse to bedriftene har relativt korte opphold sammenliknet med de øvrige bedriftene, som ser ut til i noen større grad å ha turister noe lengre opphold. Det er grunn til å være oppmerksom på at disse observasjonene også baserer seg på få respondenter.

Det synes også å være slik at det er forholdsvis få av Besseggen-turistene som benytter andre overnattingssteder enn de helt nærmeste: Det er ikke mer enn rundt 5% som oppgir å ha overnattet henholdsvis på Beitostølen, Maurvangen eller andre steder i Sjødalen (på strekningen mellom Vågå og Gjende).

Det er imidlertid 10-15% som oppga at de overnattet på andre overnattingsbedrifter enn de som allerede var spesifisert av oss i spørreskjemaet. Dette er særlig turister som er på ferie og foretar en større rundreise, og hvor disse overnattingene faktisk fant sted har vi ingen sikre data for. De omfatter nok også de overnattingsbedriftene vi foran omtalte som lokalisert utenfor lokalområdet, men eventuelt hva og om som ytterligere inngår er ikke nærmere spesifisert.

¹⁶ Det er slik at mange som er på tur i fjellet går mellom ulike hytter/overnattingssteder og har derfor registrert at de har overnattet flere steder. I alt har de 103 personene gjort 152 overnattingsbesøk på denne turen, og fordelingen på overnattingsbedrifter er gjort med utgangspunkt i overnattingsbesøkene.



Figur 38. Andel som overnatter på ulike turistbedrifter (N=152)

Oppholdslengden¹⁷ varierer også med typen reise man er på. Utlendinger, turister på baseferie og delvis rundreise er de gruppene som – ikke overraskende – har lengre opphold på turistbedriftene enn deres omfang i materialet skulle tilsi («fair share»). De som er på baseferie har oppgitt at de har den lengste oppholdstida her, det vil si fem overnattinger eller nesten ei uke. For andre grupper er gjennomsnittlig antall overnattinger to til tre.

¹⁷ I tabellen er det ikke tatt hensyn til om overnattingene er foretatt i eller utenfor lokalområdet. Grunnlaget (antall respondenter) da blir svært lite, og resultatene mer usikre uten at det gir store endringer i størrelsesorden.

Tabell 5. Andel som overnatter og lengde på overnattingene blant ulike grupper

		Gjennomsnittlig antall overnattinger	Andel overnattinger %	Andel personer %
	I alt	2,5	100 %	100 %
Bosted**	Nordmenn	2,2	32 %	40 %
	Utlendinger	2,8	68 %	60 %
Type tur***	Dagstur	1,3	2 %	3 %
	Korttur	2,0	19 %	26 %
	Rundreise, ferie	2,8	70 %	66 %
	Baseferie	5,2	10 %	5 %
Formål**	Eneste mål	1,8	24 %	34 %
	Flere mål	3,0	76 %	66 %
Gått Besseggen før	Første gangen	2,8	83 %	79 %
	Gått Besseggen før	2,1	17 %	21 %
Besøkt Jotunheimen tidligere i år**	Ikke besøkt Jotunheimen før i år	3,0	87 %	80 %
	Besøkt Jotunheimen flere ganger i år	1,9	13 %	20 %
Kjønn	Kvinne	2,8	41 %	41 %
	Mann	2,4	59 %	59 %
*** Sign. <1%, ** Sign. < 5%				

13. Referanser

Bakken, M. 2019. Møte om Besseggen-patroljen og Besseggen som nasjonal turiststi - Vågå, 15.11.19. Referat.

Fredheim Oma, P. 2017. Turister på utrygg grunn - En kvalitativ studie av turistenes forutsetninger, kompetanse og risikoforståelse tilknyttet fjellturen til Trolltunga. NMBU, Institutt for naturforvaltning, Masteroppgave. <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmloi/bitstream/handle/11250/2464644/Oma2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hellevik, O. 2016. Lave svarprosenten fører ikke nødvendigvis til skjeve resultater. <https://forskning.no/statistikk-innvandring-kronikk/kronikk-lave-svarprosenten-forer-ikke-nodvendigvis-til-skjeve-resultater/1167716>

Kaxrud Wilberg, K.A. 2010. *Bortfallstudie i Dovrefjell-Sunndalsfjella nasjonalpark. En test av selvregistreringskasser som metode for registrering av ferdsel i naturområder*. Masteroppgave, institutt for naturforvaltning, Universitetet for miljø- og biovitenskap.

Vorkinn, M. 2015. Bruk og brukere i Femundsmarka og Gutulia sommeren 2015. <https://docplayer.me/34697707-Bruk-og-brukere-i-femundsmarka-og-gutulia-sommeren-2015.html>

Vorkinn, M. 2011. *Bruk og brukere i Jotunheimen 1992, 2002 og 2010 – Dokumentasjonsrapport*. Fylkesmannen i Oppland, miljøvernavdelingen, Rapport nr. 07/11.


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

Pers.med.

Tor Andvord, Manager, Besseggen1743 AS

VEDLEGG 1

Oversikt over datainnsamling og representativitet - ulike Utvalg

	Undersøkelse av alle besøkende til Jotunheimen	Undersøkelse av de som går Besseggen/parkerer på Reinsvangen
Datainnsamling i felt sommeren 2020	 <p>10 selvreg.kasser Veodalen, Sognefjellet, Leirvassbu, Besseggen, Visdalen, Juvasshytta, Mjølkedalen, Utladalen, Torfinnsbu, Turtagrø</p> <p>Kort utfylt: N=7239 (inkl. «gjenfundne» skjema fra Besseggen, mottatt 18.11.) Tillegg: 160 skjema ikke puncha (under 15 år/tulleskjema)</p> <p>Basis for etterundersøkelsen: N=6.789- mottatt 4.11. 2.268 mailadresser.</p> <p>Halvparten av mailadressene fra Besseggen (438) ble brukt i etterundersøkelsen retta spesielt mot nasjonal turiststi. Utvalget ble delt ved at annenhver mailadresse som var punchet 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.</p>	<p>Utdeling av kort på p-plass Reinsvangen</p> <p>Ett skjema utlagt pr. bil, dvs. gruppebesvarelse for hvert turfølgje</p> <p>Kort utfylt: N=272 155 mailadresser</p>
	↓	↓ ↓
Etterundersøkelser, høsten 2019 (nettbaserte)	<p>N(ut)=1830 N (svar)=818 Svarandel: 45%</p>	<p>N(ut)=593 -155 adresser fra kort fylt ut på Reinsvangen -438 adresser fra kort fylt ut på Besseggen</p> <p>N(svar)=297. Svarandel: 50%</p>

Representativitet

De tre utvalgene er de som fylte ut kassekort langs Besseggenstien, fotturister blant de som parkerte på Reinsvangen og etterundersøkelsen blant de som gikk Besseggen/parkerte på Reinsvangen.

I tidligere undersøkelser blant besøkende både til Jotunheimen og andre nasjonalparker, ser en at førstegangsbesøkende, de yngste, særlig aldersgruppen 15-24 år, og utlendinger er dårligere representert i etterundersøkelsene enn blant de som fylte ut et selvregistreringskort (Vorkinn 2011). Dette finner vi også denne gangen, se etterfølgende tabeller. Ved analysene vil forskjeller derfor i forhold til førstegangsbesøkende, alder og nasjonalitet bli vurdert særskilt. Der det er grunn til å tro at skjevheter i etterundersøkelsen har påvirket resultatene for etterundersøkelsen som helhet, vil dette blir kommentert.

Blant de som parkerte på Reinsvangen og fylte ut skjema hadde 83% vært på fottur. Blant de som deltok i etterundersøkelsen for Reinsvangen hadde 81% gått Besseggen.

Blant fotturistene på Reinsvangen hadde 67% vært på dagstur (N=215). Blant de som fylte ut kassekort på Besseggen var 70% på dagstur (N=3118).

Bosted

	Kasse, Besseggen	Etterundersøkelse Besseggen	Reinsvangen, de som gikk fottur
Nordmenn	35%	48%	65%
Utlendinger	65%	52%	35%
N=	3118	187	220

Nordmenn er overrepresentert i etterundersøkelsen for de som gikk Besseggen og blant fotturister som parkerte på Reinsvangen, sammenlignet med utfyllingen i kassa på Besseggen. At nordmenn utgjør en så stor andel blant de som parkerte på Reinsvangen, kan skyldes at utenlandske besøkende hadde problemer med å skjønne systemet med frankerte svarconvolutter.

Fordeling land

	Kasse, Besseggen	Etterundersøkelse Besseggen	Reinsvangen, de som gikk fottur
Nordmenn	35%	48%	65%
Sverige	11%	10%	9%
Danmark	4%	4%	1%
Tyskland	17%	9%	10%
Nederland	6%	2%	4%
Tsjekkia	4%	1%	1%
Vest-Europa ellers	13%	11%	11%
Øst-Europa ellers	5%	6%	-
Resten av verden	6%	9%	-

Fordeling nordmenn

	Kasse, Besseggen	Etterundersøkelse Besseggen	Reinsvangen, de som gikk fottur
Lokalkommuner	1%	-	-
Oppland ellers	8%	8%	12%
Sogn og Fjordane ellers	2%	-	1%
Oslo/Akershus	36%	37%	37%
Østlandet ellers	21%	18%	27%
Agder	4%	9%	3%
Vestlandet ellers	17%	16%	13%
Trøndelag	7%	9%	7%
Nord-Norge	3%	4%	1%
N=	914	93	86

Bostedsfordelingen blant de norske som registrerte seg er relativt lik i de tre utvalgene som dekker fotturister på Besseggen.

Kjønn

	Kasse, Besseggen	Etterundersøkelse Besseggen	Reinsvangen, de som gikk fottur
Kvinner	53%	45%	54%
Menn	47%	55%	46%
N=	3180	195	220

Alder

	Kasse, Besseggen	Etterundersøkelse Besseggen	Reinsvangen, de som gikk fottur
15-24	21%	10%	7%
25-34	35%	28%	25%
35-44	16%	21%	12%
45-54	16%	24%	29%
55-64	9%	11%	20%
65 og eldre	3%	5%	7%
N=	3057	194	218

At det er færre yngre i etterundersøkelsen på Besseggen og Reinsvangen kan skyldes både at de yngste er dårligst til å svare på slike undersøkelser, men også at flere i denne gruppa kom til Jotunheimen med buss. Nesten en tredjedel av de mellom 15 og 24 år kom med buss (N=52), mens bare ca. 10% av de som var eldre gjorde det samme.

VEDLEGG 2 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 2015, Vistad 1995, Vistad 2009, Vorkinn 2003a og 2003b, Vorkinn & Flygind 2003).

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 "Nøytralt" til 7 "Svært positivt". 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 tilsvarer 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 3 Bruk av servicetilbud i kjerneområdet

Tilbud benyttet	Gikk ikke Besseggen	Gikk Besseggen	I alt
Benyttet serveringstilbudet i kjerneområdet			
Nasjonalitet (n=154)**			
- nordmenn	25,3%	74,7%	100,0%
- utlendinger	13,3%	86,7%	100,0%
Type tur (n=144)**			
- dagstur	11,1%	88,9%	100,0%
- korttur	14,0%	86,0%	100,0%
- rundreise, ferie	13,7%	86,3%	100,0%
- baseferie	42,1%	57,9%	100,0%
Benyttet serveringstilbud Vågå-Gjende			
for få enheter			
Benyttet servering på Beitostølen			
for få enheter			
Handlet i kiosken Gjendeosen			
Nasjonalitet (n=75)			
- nordmenn	18,2%	81,8%	100,0%
- utlendinger	9,7%	90,3%	100,0%
Type tur (n=74)	Ingen forskjeller		
I alt	14,9%	85,1%	100,0%
Tok båten over Gjende			
Nasjonalitet (n=179)**			
- nordmenn	19,1%	80,9%	100,0%
- utlendinger	8,2%	91,8%	100,0%
Type tur (n=166)			
- dagstur	0,0%	100,0%	100,0%
- korttur	11,1%	88,9%	100,0%
- rundreise, ferie	12,0%	88,0%	100,0%
- baseferie	20,0%	80,0%	100,0%
Parkerte v/Gjendeosen/Reinsvangen			
Nasjonalitet (n=148)			
- nordmenn	22,0%	78,0%	100,0%
- utlendinger	13,6%	86,4%	100,0%
Type tur (n=136)			
- dagstur	8,3%	91,7%	100,0%
- korttur	15,9%	84,1%	100,0%
- rundreise, ferie	14,5%	85,5%	100,0%
- baseferie	27,8%	72,2%	100,0%
Overnattet kommersielt i området			
Nasjonalitet (n=107)**			
- nordmenn	30,2%	69,8%	100,0%
- utlendinger	12,5%	87,5%	100,0%
Type tur (n=101)			
- dagstur	33,3%	66,7%	100,0%
- korttur	15,4%	84,6%	100,0%
- rundreise, ferie	16,4%	83,6%	100,0%
- baseferie	40,0%	60,0%	100,0%

Leseveiledning:

Av nordmenn som benyttet serveringstilbudet i kjerneområdet gikk 75% Besseggen, av utlendingene som benyttet serveringstilbudet i kjerneområdet gikk 87% Besseggen

** Sign. < 5%

VEDLEGG 4 Andre tilbud/aktiviteter/attraksjoner benyttet

Aurdal- vandring + forestilling av Frikar- Draumefangaren
Bakeriet i Lom
Besøkte bekanta i Fagernes
Besøkte Lillehammer / Maihaugen. Kanskje ikke i "nærheten", men det var på ruta vår. :-)
Bitihorn
Bitihorn, vandring
Camping along a lake, really lovely
Diverse turer
Eventyrsisen
Fiske i Sjoa
Fjellfilmfestivalen
Gikk dagen etter tur rundt Bessvannet
Gikk lomsegga Gikk synshorn Bukkelægret Gjendetunga Gjendehø
Gikk til Bitihorn
Glacier tour in Spiterstulen
glacier tour near Galdhoppigen
Gletschertour auf dem Nigardsbreen
Hiking
Hulderstigen
I've visited this area many, many times, so have taken advantage of many activities in the area previously.
Mehrtägige Rundwanderung im Jotunheimen mit Kindern und Zelt
Nagenbading
Nei
Other mountain huts - Leirvassbu, Spiterstulen & Glitterheim.
Prestfosstraversen
Rondane
Salg av geitost ved veien (etter Valdresflya i retning sørover)
Sikkilsdalshøa
Skjåk Adventure Rafting
skjolden; bygdin
Sommervandring i Nord-Aurdal, gått alle årets turmål.
Sykkeltur
Toppturer (2000 metertopper), telting
Trailed Lomseggen
Turstier i Heidal og rundt Randsverk
Var der pga Besseggenløpet
Wanderung
We visit second hand shop in Vågåmo and Å...tta.

VEDLEGG 5 Forhold de spurte var misfornøyde med eller som kan forbedres

- given the parking tariff, guarded parking should be possible

1. Var usikker på om vi ville nå båten m skyttelbuss så jeg kjørte inn, satte av familie og hunder, kjøte tilbake, parkerte og jogget til brygga. 2. Var på telttur m usikker returtag. Betalte flere døgn P enn jeg brukte, men fikk ikke avsluttet P m samme kort. Burde fått igjen restbeløp.

A few signs and markers at strategic places would not hurt.

Båten var veldig dyr

Bedre merking av stien opp selve eggen

Burde blitt servert meir lokal mat og gitt meir informasjon om maten som blei servert (Memurubu)

Camping ist sehr auf Wohnwagen/-mobile ausgerichtet, für Zelte eher "unwirtlich" - eine generelle Beobachtung in Norwegen: Dadurch, dass freies/wildes Campen erlaubt ist, werden Zelte auf Campingplätzen weniger berücksichtigt, als z.B. in Deutschland/Ä–sterreich/Italien. Wahrscheinlich auch, weil die Nachfrage geringer ist. Da Norwegen ja aber (soweit ich das einschätzen kann) das wilde Campen gern etwas reduzieren würde, wäre es eine Möglichkeit, Campingplätze für Zelte attraktiver zu machen, um die Leute dazu zu bewegen, Äfter einen Campingplatz aufzusuchen, anstatt das Zelt "auf die grüne Wiese" zu stellen.

Dårlig informasjon om busser mellom Gjendesheim og parkering (både på parkeringspladsen og i Gjendesheim), ingen koordinasjon mellom busserne og afgang/ankomst af bådene, aflåste toaletter på parkeringspladsen, dårlig skiltning fra parkeringspladsen til stien mod Gjendesheim (da jeg ikke ville vente 45 minutter på neste bus).

Der Parkscheinautomat am Gjendesee war nicht sofort verständlich, da er unterschiedliche Preise anzeigte als online beschrieben waren

Der Shuttlebus war sowohl auf der Hin- als auch auf der Rückfahrt sehr voll. Geringe Anzahl an Fahrten pro Stunden in der "Rush-Hour"

Der Ticketautomat akzeptierte keine unserer beiden EC-Karten.

Dyr parkering for dagstur. Bø feks være mulighet for kortere parkering for oss som springer Besseggenløpet og er ferdig på noen få timer.

Dyrt

Food to go.

general, integrated management. signage, timetables, trail maintenance, etc. again, see US National Park Service (especially on places like Yosemite)

Gratis parkering når det ikke går shuttlebuss

Har ikke gått til Besshøe Har lyst å gå den Men folk sier den ikke er tydelig merket / vardet enda?

Helt Ok

I feel the information boards/ brochures have all improved significantly between 2016 (last time I hiked Besseggen) and 2019. Info boards showing the various routes (I didn't even know one could hike along Lake Gjende from Memurubu!); proper equipment, etc. were all new and important.

I recommend a some public restroom on the Besseggen hike.

Informasjon om Jostigen og buss til Gjendedheim/ Russtangen

Information on the other hikes in the area, not only bessengen

Kjente ikke til at parkeringen til Gjendesheim var flyttet. Usikker på hvordan dette best kan informeres om, kanskje turisthyttene i området burde nevnt det ved bestilling.

Kollektivtilbudet fra Otta bør forbedres.

Kunne gjerne vært en båt som returnerte- litt senere.

Kunne godt vært flere toaletter på Gjende ved kiosken

Lang distanse fra parkeringsplass til fergeleie.

Lang kø på toalett i tilknytning til kiosken ved Gjendeosen. Manglet toalettppapir. Ikke bra

Litt dyr parkering på Gjendeosen

Litt vanskelig å forstå at jeg måtte parkere på langtidsparkeringen og gå inn til Gjendeosen. Hadde gjort for lite research på forhånd, og trodde jeg kunne kjøre helt inn. Fikk stoppet shyttelbussen og fikk info og tilbud om skyss. Valgte allikevell å gå, da det ikke var langt igjen frem til Gjendesosen. Valgte å gå tilbake til parkeringen og, fordi jeg ikke orket å vente. Selv om det ikke var lang ventetid! Parkeringsavgift var per døgn. Jeg var litt usikker på lengden på turen, men tenkte at jeg skulle hjem igjen på søndag. (Fredag-søndag) Jeg sjanset litt, og betalte bare i to døgn. Men da hadde jeg kun valget om å betale til samme tidspunkt, ca kl 13 på søndag, eller å betale til kl 13 på mandag. Dette gjorde at jeg måtte stresse tilbake for å komme til bilen kl 13. Skulle ønske jeg kunne ha fått valget om å betale til et annet tidspunkt litt senere på søndagen.

Lokale turstier kunne vært bedre merket.

Lower prices, boat, parking.

Maybe. But our trip was just perfect :)

more affordable prices, student discounts

no, very clean, informative on area

No, we loved it all.

No. I think the parking fee was too high though. We went for a 7-day roundtour hike through Jotunheimen and the parking fee for parking at Gjendesheim was very expensive.

Not really.

Not really

Overnattingskapasiteten kan gjerne økes

Parkeringsautomaten er plassert slik at den er vanskelig å oppdage dersom du ankommet i møket og skal parkere på langtidsparkeringen. Denne burde være bedre skiltet på langtid da vi lette etter dette, men ikke så at den sto på korttidsparkeringen.

Pris - parkering

public restrooms on Besseggen ridge hike.

Sanitäre Anlagen im Campingplatz Maurvängen zu klein und nicht sauber genug

Shuttle timetable

Slightly more signage on walking tracks to confirm you are walking the correct way.

Svært lytt på rommene og få dusjer

Synlig informasjon vid parkeringen att det fanns en turbuss.

The fewer tourist facilities the better in my opinion - I like the idea of keeping the area as free of intervention as humanly possible.

The tourist facilities in Norway are excellent - I can't think of anything. Maybe a campsite with facilities in Gjendesheim; also, maybe a regular "foot" ferry for walkers from Gjendesheim to the footpaths on the other side of lake Gjende. This might also mean fewer people walking the Besseggen ridge.

This entire place was outstanding.

Vi synes at turistområdene i Jotunheimen generelt er godt tilrettelagt for turister. På lange turer som Besseggen eller Galdhøpiggen ser vi at mange benytter naturen til toalettbesøk - som ødelegger for andre. Men jeg ser ikke helt hvordan en "utedo" fø Styggebreen eller halveis på Besseggen kan bedre dette heller, annet enn å oppfordre til at man ivaretar naturen.

Vi var en uke på telttur i Jotunheimen hvor vi benyttet DNTs teltområder fasiliteter (mat, dusj etc). Veldig fornøyd alle plasser med unntak av Spiterstulen (vet den er i privat eie). På Spiterstulen følge vi telter oss som "B"-turister. Skitten utedo og skitten dusj...dette kunne jeg sagt mye om : (. Aldri mere Spiterstulen, men kommer gjerne igjen til øvrige hytter, der var det topp service og svært hyggelig betjening.

Vielleicht Informationen, welche Plätze gut zum Zelten geeignet sind.

Vurderte buss, men det var for få avganger på den tiden av området

why do we have to pay to sleep in our own tent? I don't understand

Wir waren bereits vor 20 Jahren einmal da. Die Campingplätze waren nach wie vor schön und sauber, eine Modernisierung wäre dennoch bei einigen angebracht.

Zu viele Menschen auf dem Besseggen, das sollte aber nicht reguliert werden. Abseits dieser Wanderung ist ausreichend Ruhe und Einsamkeit vorhanden.

FYLKESMANNEN I INNLANDET

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

