

Bruk og brukere i Femundsmarka og Gutulia sommeren 2015



FORORD

Like lite som meningsmålinger bestemmer partienes langsiktige politikkutforming, like lite er brukerundersøkelser en fasit for hvordan forvaltningen i et område skal legges opp. Både forvaltning og politikk bør ha et langsiktig perspektiv, der flere hensyn ses i sammenheng. Det vil likevel være nyttig å kjenne hvilke besøkende en har i et område. Slik kunnskap gjør det mulig å velge tiltak som er målretta og effektive, og det gjør det mulig å følge utviklingen i et område.

Denne rapporten oppsummerer resultatene fra en brukerundersøkelse i Femundsmarka og Gutulia i 2015. Formålet med rapporten er å få et bedre kunnskapsgrunnlag for forvaltningen av verneområdene her, bl.a. som grunnlag for å utarbeide en besøksstrategi.

Selvbetjeningskassene har nasjonalparkstyret fått låne kostnadsfritt av NINA på Lillehammer, med god bistand av Odd Inge Vistad, som har gjennomført en tilsvarende undersøkelse fra Femundsmarka på slutten av 80- tallet. Arbeidet med utsetting og oppfølging av kassene har blitt utført av Engerdal fjellstyre og ved hjelp av Martin Røsand på Rørossida. Ellers har SNO ved Ole Vangen og Tom Johansen bidratt med nyttige innspill i arbeidet. Takk for hjelpa til alle som har bidratt!

Faglig ansvarlig for undersøkelsen, analyse og utarbeiding av rapport har vært Marit Vorkinn, Fylkesmannen i Oppland.

For å effektivisere arbeidet med rapportskrivningen er en tilsvarende rapport for Langsua brukt som grunnlag for denne rapporten.

Mars 2016

Marit Vorkinn

INNHold

FORORD	2
OPPSUMMERING OG DISKUSJON	5
1 INNLEDNING	11
2 METODE OG GJENNOMFØRING	12
2.1 Representativitet: Etterundersøkelsen sammenlignet med selvregistreringskortene	15
2.1.1 Korrigering for skjevheter i etterundersøkelsen.....	16
2.2 Undersøkelsesområdene	17
3. HVEM BESØKTE FEMUNDSMARKA OG GUTULIA SOMMEREN 2015?	19
3.1.Hvor mange – sammenliget med andre nasjonalparker.....	19
3.2 Bosted	19
3.3 Alder	22
3.4 Kjønn, organiserte grupper og barn i turfølget.....	23
3.5 Tidligere erfaring fra området	24
3.6 Purisme	26
3.7 Utdanningsnivå.....	29
3.8 Interesse for ulike typer friluftsliv	30
3.9 Friluftsliverfaring.....	31
3.10 Tilknytning til Femundsmarka	32
4 BRUKEN AV OMRÅDET	33
4.1 Besøk i Femundsmarka – 2015.....	33
4.2 Hvordan kommer folk seg til Femundsmarka?	33
4.3 Når bestemmer de besøkende seg for å besøke Femundsmarka – de de som var på ett besøk i 2015.....	33
4.4 Hvordan inngikk besøket i Femundsmarka på den turen de var på – de som var på ett besøk i Femundsmarka i 2015	35
4.5 Hvorfor kommer de besøkende til Femundsmarka?.....	36
4.6 Hovedaktivitet og varighet på den turen hvor selvregistreringskort ble fylt ut.....	41

4.7 Overnattinger i Femundsmarka eller i utkanten av Femundsmarka.....	43
4.8 Deltakelse i aktiviteter over hele sesongen.....	45
4.9 Bruk av ulike innfallsporter.....	47
4.10 Forskjeller mellom innfallsportene.....	48
5 INFORMASJON.....	52
5.1 Hvor mange skaffer seg informasjon om turen, og hva slags informasjonskilder benytter de?	52
5.2 Savner de besøkende informasjon når de er i Femundsmarka?.....	54
5.3 Preferanser for tidspunkt for informasjon.....	54
5.4 Preferanser for informasjonskanal.....	55
5.5 Kunnskap om regelverket.....	59
5.6 Deling av opplevelsene i Femundsmarka via sosiale medier.....	62
6 HVORDAN OPPLEVER DE BESØKENDE DAGENS TILSTAND I FEMUNDSMARKA?	63
6.1 Femundsmarka som nasjonalpark og villmarksområde.....	63
6.2 Hvordan oppleves forvaltningen av Femundsmarka og Gutulia?.....	64
6.3 Registrerte de besøkende mye søppel i området?.....	65
6.4 Registrerte de besøkende mye slitasje i området?.....	66
6.5 Andre brukere.....	67
7 SYNSPUNKTER PÅ MULIGE FRAMTIDIGE TILRETTELEGGINGSTILTAK	69
8 ENDRINGER FRA 1986	72
8.1 Antall utfylte kort	72
8.2 Kjennetegn ved de besøkende	73
8.2.1 Bosted/nasjonalitet	73
8.2.2 Kjønn, alder, utdanningsnivå	73
8.2.3 Erfaring fra flerdagers fotturer og Femundsmarka	74
8.2.4 Aktiviteter registrert på selvregistreringskortene	74
8.2.5 Slitasje og forsøpling.....	76
9. REFERANSER.....	77

OPPSUMMERING OG DISKUSJON

BRUK OG BRUKERE

Ut fra antall utfylte selvregistreringskort å dømme er Femundsmarka i mellomstikket av norske nasjonalparker mht. antall besøkende. Det ble fylt ut flere kort i Femundsmarka enn i Langsua, Reinheimen og Forollhogna, men langt færre enn i Rondane og Jotunheimen i tilsvarende undersøkelser.

Andelen utenlandske besøkende er den høyeste som er registrert i norske nasjonalparker (mer enn 50% både i Femundsmarka og Gutulia), men skyldes mer nærheten til Sverige enn internasjonal attraksjonskraft. I Femundsmarka utgjorde svenske besøkende 34% og i Gutulia 20%. Det ble registrert relativt få nasjonaliteter både i Femundsmarka (16) og Gutulia (12). Til sammenligning ble det registrert 47 nasjonaliteter i Jotunheimen i 2010.

Gutulia setter ny «seniorrekord» blant de parkene det er sammenlignet med. Her er halvparten av de besøkende i aldersgruppen 55+. Jotunheimen er den mest utprega ungdomsparken, mens Gutulia, Rondane og Langsua er de mest utprega «seniorparkene». Dovrefjell-Sunndalsfjella, Reinheimen og Femundsmarka kommer i en mellom-posisjon. Lett terreng ser ut til å slå ut på alderssammensetningen blant de besøkende.

De aller fleste som besøker Femundsmarka, Langsua, Reinheimen eller Jotunheimen har tatt en tur til fots i løpet av sommeren. Som forventet skiller Femundsmarka seg fra de andre parkene med en betydelig andel som har padlet med kano (16%). Men også når det gjelder fiske står Femundsmarka i en særstilling. Også i Langsua er det gode fiskemuligheter og godt tilrettelagt for fiske. Her var det 19% som oppga å ha fisket i løpet av året. I Femundsmarka er andelen nesten dobbelt så høy (35%). Femundsmarka peker seg ut sammen med Langsua også når det gjelder interesse for høstingsfriluftsliv. I disse to parkene er ca. 60% interessert i høstingsfriluftsliv, sammenlignet med ca. 40% blant besøkende til Reinheimen, Jotunheimen og Rondane.

Svært mange overnattet i/i nærheten av nasjonalparken både i Femundsmarka og Jotunheimen (80%), sammenlignet med vel 60% i Reinheimen og 53% i Langsua. I forhold til de andre nasjonalparkene utmerker Femundsmarka seg ved at en stor andel overnatter i telt/lavvo (46%). Dette har mest sannsynlig sammenheng med at de som padler/fisker overnatter nær vann.

Ut fra det en ville forvente med ulikheter i naturforhold, ser en at størst andel fiskere og kanopadlere registreres nord i Femundsmarka, mens fotturister dominerer innfallsportene i sør. I nord dominerer norske besøkende. Ser en på svenske besøkende, ble over 90% registrert ved Grøvelsjøen, Sylen og Valdalsfjellet, alle sør i Femundsmarkaområdet. Også mange andre utlendinger ser ut til å foretrekke å starte turen i sør. 65% av disse registrerte seg Grøvelsjøen, Sylen, Valdalsfjellet eller Svukuriset.

INFORMASJON

Med den sterke posisjonen allemannsretten har i Norge er direkte reguleringer av ferdselen lite aktuelt i norsk utmark i overskuelig framtid. Informasjon er derfor ett av de viktigste virkemidlene forvaltningen rår over i forhold til å styre ferdselen, i tillegg til fysisk tilrettelegging. Informasjon er også viktig for å gi de besøkende en god opplevelse. Tilfredshet med en opplevelse henger ofte tett sammen med forventningene til opplevelsen. Informasjon er derfor viktig for å gi de besøkende riktige forventninger, og hjelp til å finne de opplevelsene de søker.

Både Femundsmarka og Gutulia har en høy andel førstegangsbesøkende (hhv. 48 og 54%). Til sammenligning hadde Hallingskarvet og Varangerhalvøya i andre enden av skalaen ca. 30% førstegangsbesøkende. Den høye andelen førstegangsbesøkende i Femundsmarka og Gutulia tilsier at informasjonsarbeidet må tillegges stor vekt.

Som i andre parker er internett den informasjonskilden flest har benyttet for å skaffe seg informasjon før de kom til området. Alt i alt ser det ut til at DNT er den viktigste enkeltinformasjonskilden for de som besøkte Femundsmarka sommeren 2015. Dette er i samsvar med resultatene fra Langsua, Jotunheimen og Reinheimen. Det ser ut til at de som oppsøker nasjonalparkene og skaffer seg informasjon på forhånd søker informasjon hos friluftsansjoner eller enn kommersielle reiselivsaktører. Forvaltningen bør derfor vurdere hvordan de kan samarbeide med turistforeningen om å få ut informasjon om Femundsmarka, og bidra til at informasjonen om Femundsmarka på turistforeningens sider blir mest mulig riktig.

Utlendinger, førstegangsbesøkende og de med liten friluftsliverfaring er blant de grupper som i størst grad trenger informasjon. Ser en på hvilke innfallsporter disse benytter, er det fire innfallsporter i sør som peker seg ut; Grøvelsjøen, Svukuriset, Valdalsfjellet og Sylen. Sammen med Fæmund II bør disse innfallsportene prioriteres for informasjonstiltak.

Ser en på tvers av parkene og over tid, ser en at ønskene om informasjon som er tilgjengelig via mobil er økende, men at andre informasjonskilder fortsatt er vel så viktige. Det er også verdt å merke seg at utenlandske besøkende i betydelig mindre grad ønsker informasjon via mobil enn norske besøkende. Reisehåndbøker er fortsatt en viktig informasjonskanal overfor mellom-europeere, og i Femundsmarka har svenskene vært mer positive til brosjyrer enn andre nasjonaliteter. Generelt ser en at det benyttes mange ulike informasjonskilder og at det i en informasjonsstrategi er nødvendig å bruk ulike medier; Internett, skilt, brosjyrer, reisehåndbøker og andre publikasjoner.

Resultatene fra de ulike parkene indikerer også at forholdet mellom ressursinnsats og nytte bør gis større oppmerksomhet for ulike informasjonstiltak, og at det kan være behov for en arbeidsdeling mellom nasjonale myndigheter og de regionale nasjonalparkforvaltningene på informasjonsområdet. Blant de besøkende i Femundsmarka var det 7% som hadde benyttet informasjonssenteret på Elgå og 4% informasjonssenteret på Røros til å skaffe seg informasjon om området før besøket i Femundsmarka. I Langsua var det bare 2% av de besøkende som oppga å ha brukt den spesialutviklede «Turapp Langsua» til å skaffe seg informasjon. Bruken av disse informasjonskildene synes å være liten i forhold til ressursinnsatsen, sammenlignet med andre

informasjonstiltak. Mens f.eks. skilt ved innfallsportene er tiltak som oppdages av de aller fleste besøkende, må eksistensen av infocentra og turapp'er gjøres kjent gjennom andre kanaler. Å sørge for slik informasjonsspredning, som linking til nettsider som Visit Norway og Turistforeningens sider, er en krevende oppgave som i hovedsak bør løses på det nasjonale nivået.

HVORDAN OPPLEVER DE BESØKENDE FEMUNDSMARKA OG FORVALTNINGEN AV OMRÅDET?

De fleste besøkende er fornøyd med forvaltningen generelt både i Femundsmarka og Gutulia. 79% av de som fylte ut selvregistreringskort i Femundsmarka og 84% i Gutulia oppga at de var godt fornøyd med forvaltningen. Bare 1% var direkte misfornøyd. Dette er om lag på samme nivå som i de andre nasjonalparker det er sammenlignet med.

Selv om de fleste i hovedsak er fornøyd mener likevel 28% at det er ting som burde forbedres når det gjelder tilretteleggingen for friluftsliv. De fleste innspillene gjelder bedre stimerking, skilting og klipping av bløte partier/bruer over bekker og elver. Bedre stimerking/skilting/klipping er gjengangere også i andre områder. I Femundsmarka er det i tillegg flere som nevner behov for uttransport av søppel og faste bålplasser. Utfordringer med søppel og bålplasser er lite nevnt i andre nasjonalparker det er sammenlignet med, slik at forvaltningen bør merke seg dette som et signal om behov for tiltak.

Om lag tre fjerdedeler av de besøkende registrerte søppel under besøket/besøkende i Femundsmarka. Om det ikke registreres så mye søppel på hver enkeltlokalitet det er spurt om, reagerer flere på totaliteten av søppel de opplever under turen(e). En betydelig andel av de besøkende til Femundsmarka (21%) syntes søppelet de så på turen forstyrre mye/nokså mye. De som hadde vært i Femundsmarka tidligere, reagerte mer negativt på søppelet enn de som ikke hadde vært der tidligere. Hele 27% av de som hadde vært i Femundsmarka tidligere syntes søppel forstyrret nokså mye/mye.

De besøkende registrerte mer slitasje enn søppel, men de reagerte likevel mindre på slitasjen. Dette er samme reaksjonsmønster som i tidligere undersøkelser. Under 10% av de besøkende mente at slitasjen de opplevde i løpet av turen forstyrret nokså mye eller mye. Få (8%) opplevde det som negativt å møte andre folk i løpet av turen i Femundsmarka.

ENDRINGER FRA 1986 TIL 2015

I 1986 ble det gjennomført tilsvarende undersøkelser i Femundsmarka (Vistad 1995). Det har vært metodiske utfordringer knyttet til sammenligningen av de to undersøkelsene (jfr. kap. 8).

Noen forhold synes å være stabile fra 1986 til 2015:

- Utfyllingen av selvregistreringskort tyder på at volumet av besøkende er relativt uendret.
- Andel førstegangsbesøkende er forholdsvis stabil.

- Andelen med erfaring fra flerdagers fotturer er omtrent som før.
- Når det gjelder slitasje og møte med andre brukere er det små endringer mellom 1986 og 2015, både i mengden de besøkende har opplevd og reaksjonene på det de har sett.

Registrerte endringer er:

- Andelen svensker har økt noe, mens andelen norske besøkende har gått noe ned.
- Det er blitt flere eldre besøkende. I Femundsmarka ble andelen over 55 år nesten tredoblet fra 1986 til 2015 (fra 11% til 29%). I Jotunheimen ble samme aldersgruppe også mer enn fordoblet fra 1992 til 2010, fra 8 til 20%.
- Det er flere besøkende med høyere utdanning (utdanning utover videregående skole).
- Det ser ut til at andelen som fisker og padler har gått ned, men ulikheter i registrering gjør at det er vanskelig å si hvor stor nedgangen har vært.
- Lengden på flerdagersturene går ned, som i Jotunheimen.
- Når det gjelder forsøpling ser det ut til at situasjonene har bedret seg siden 1986. De besøkende oppgir å ha sett mindre søppel, og reaksjonen er også mindre negativ.

FEMUNDSMARKA SOM REISELIVSATTRAKSJON

Femundsmarka nasjonalpark ligner på Jotunheimen og Rondane, i forhold til når de besøkende bestemmer seg for å besøke parken og i forhold til om parken er hovedmål for turen. Om lag 90% i alle tre parker hadde bestemt seg for å besøke disse parkene før de dro hjemmefra, nesten 40% bestemmer seg mer enn tre måneder før avreise. For 55-60% er parkene hovedmålet med turen. Andel «dedikerte» besøkende er med andre ord stor i alle tre parkene. I alle tre områder er også andelen tilreisende utenfra hjemfylkene over 80%. Men volumet ser altså ut til å være adskillig mindre i Femundsmarka enn Jotunheimen og Rondane.

For å kartlegge årsakene til at folk besøker nasjonalparkene, er de besøkende i ulike områder bedt om å ta stilling til hvor viktig/uviktig ulike faktorer er for at de besøkte parkene.

Femundsmarka, Langsua, Reinheimen, Jotunheimen og Rondane er områder med varierende natur, og med til dels ulike besøkende. Likevel er det endel fellestrekk når det gjelder motiver for å besøke disse parkene. For det første ser en bl.a. at de fleste har sammensatte motiver for å besøke et område. Når en forsøker å finne underliggende hovedmotiver for besøket, finner en i stor grad de samme hovedmotivene på tvers av parkene. Dette er "Tilhørighet" (Familien har hytte i området/ Har vært i området mange ganger tidligere/ Området har en spesiell betydning for meg), "Naturopplevelse" (Storslått natur/ Muligheter for å se dyr/fugler/ Det er nasjonalpark i området/ mange turmuligheter), "God tilrettelegging" (Hyttenettet til DNT/ Det er godt merka stier i området) og «Praktisk/tilfeldig» (Kort avstand fra hjemstedet/ anbefalt av andre/ tilfeldig/ det passet inn i reiseruta). De besøkende søker altså i hovedtrekk det samme i de fem parkene.

«Alle» nasjonalparker har storslått natur, mange turmuligheter og de fleste har også et tilrettelagt stinett. Skal en markedsføre en nasjonalpark, bør markedsføringen med andre ord

være mer spesifikk; Hva er spesielt med Femundsmarka sammenlignet med andre nasjonalparker? Mulighetene for fiske og padling er åpenbare kvaliteter. Villmarkspreget er et annet. Av nasjonalparkene som er sammenlignet i Sør-Norge har Femundsmarka de mest puristiske besøkende. Over halvparten av de besøkende sier også at de opplever hele Femundsmarka som et villmarksområde, sammenlignet med en tredjedel i Langsua, Reinheimen og Jotunheimen, og bare 19% i Rondane.

Den kanskje største endringen i Femundsmarka fra 1986 til 2015 gjelder alderssammensetningen blant de besøkende. Seniorgruppen er generelt sprekere og mer opplevelsesorienterte enn tidligere. Å legge til rette for denne voksende gruppen kan bl.a. gjøres ved å informere om hvilke områder/hvilke ruter som er «lettgåtte».

Bruken av sosiale medier har eksplodert de siste årene. «Munn-til-munn»-markedsføring har alltid vært viktig, men har fått økt betydning gjennom utviklingen av sosiale medier. Bruken av sosiale medier viser seg å være svært lik i Femundsmarka og Langsua. I begge områder har i underkant av 45% brukt sosiale medier for å dele opplevelsene i nasjonalparken. Facebook er den kanalen flest bruker, i tillegg til Instagram og Snapchat. I forhold til å markedsføre nasjonalparkene i sosiale media ser det derfor ut til å være viktig å ha «nasjonalparkmarkører» som kan avbildes på de mest brukte innfallsportene. Særprega nasjonalparkmarkører gir et flott fotomotiv, og vil sannsynligvis stimulere til å ta og dele bilder. De svenske gullkronene som brukes som markører i Sverige fyller sannsynligvis en slik funksjon svært godt.

Det er en allmenn antakelse at nasjonalparkstatusen tiltrekker besøkende. Hvor mye den betyr, er imidlertid vanskelig å måle. Fra Sverige har en sett at opprettelsen av en nasjonalpark fører til økt besøk de første årene etter opprettelsen (2003), men at besøket så går tilbake til nær nivået før parken ble opprettet (2014) (Fredman & Wikström 2015). Mellom 35 og 50% i Femundsmarka, Langsua, Reinheimen, Jotunheimen og Rondane oppgir at det at det er nasjonalpark i området hadde stor/meget stor betydning for at de besøkte områdene. Samtidig sier de fleste av disse at de uansett ville ha besøkt området. Hva nasjonalparkstatusen reelt sett betyr i forhold til naturkvaliteten i et område, er vanskelig å utlede. Resultater fra Langsua, som er en relativt ny park, kan imidlertid tyde på at nasjonalparkstatusen har en ikke ubetydelig betydning for utenlandske besøkende. Her var det i området som helhet få utlendinger (13%), men i den delen av parken som har vært nasjonalpark tidligere (Ormtjernkampen nasjonalpark), var andelen utlendinger på samme nivå som de fleste andre parkene i Oppland (om lag en tredjedel). Ormtjernkampen ligger 1128 moh. Sammenlignet med andre fjelltopper er den heller lite spektakulær, og det er flere fjelltopper i Langsua som er høyere. Det er derfor sannsynlig at nasjonalparkstatusen er utslagsgivende for det utenlandske besøket her.

Dette støttes av at det både i Femundsmarka var en større andel av de utenlandske enn norske besøkende som oppga at nasjonalparken er en viktig/svært viktig årsak til besøket i parken. Blant utlendingene bosatt utenom Sverige hadde 62% besøkt en annen nasjonalpark i løpet av 2015, sammenlignet med 33% av svenskene og 43% av de norske besøkende. Dette er i samsvar med resultatene fra Reinheimen og Langsua. Blant utlendingene bosatt utenfor Sverige hadde også 38% besøkt en annen nasjonalpark i Norge, mens 43% hadde besøkt en nasjonalpark i utlandet. Resultatene indikerer at nasjonalparkstatusen er viktigere for utenlandske besøkende enn for norske besøkende (i Femundsmarka er de svenske besøkende mer lik de norske besøkende enn andre utlendinger, og det er nok her den korte avstanden til parken, ikke nasjonaliteten som slår

ut). I forhold til utenlandske besøkende vil det derfor være hensiktsmessig å markedsføre de norske nasjonalparkene samlet, men likevel slik at ulikhetene mellom parkene i forhold til tilrettelegging og opplevelser blir tydelig. Det kan også vurderes om ulike infosentra (i hvert fall de autoriserte sentraene) bør ha et krav om å gi informasjon om alle norske nasjonalparker, i større grad enn i dag.

FEMUNDSMARKA – STRATEGISKE UTFORDRINGER

Femundsmarka ser ut til ha et sterkere villmarkspreg enn andre norske parker det er sammenlignet med. Dette er en kvalitet som kan nyttes for å øke antall besøkende til området, og derigjennom øke den lokale verdiskapingen. Dette krever imidlertid klare strategier for sonering, kanalisering og informasjon, dersom ikke «barnet skal bli slått ut med badevannet». Dette gjelder særlig dersom det er det utenlandske besøket en ønsker å øke. Som nevnt er dagens besøkende blant de mest puristiske av de parkene vi har sammenlignet i Sør-Norge. Et generelt trekk på tvers av parkene er at utlendinger bosatt utenom Norden er mer puristiske enn nordiske besøkende. Samme tendens ser en i forhold til spørsmål om tilretteleggingstiltak. Mens f.eks. 11% av svenske besøkende og 16% av norske besøkende er negative til merking av flere stier var hele 39% av utlendingene bosatt uten Sverige negative til dette.

I forhold til å opprettholde/forsterke Femundsmarkas villmarkskarakter, ser det ut til fortsatt å være behov for tiltak for å redusere forsøplingen, selv om situasjonen synes å være noe forbedret siden 1986. Med en stor andel førstegangsbesøkende er også informasjonsarbeid en stor forvaltningsutfordring framover.

1 INNLEDNING

Kunnskap om brukerne og bruken av nasjonalparkene parken er i mange tilfeller en forutsetning for å iverksette effektive forvaltningstiltak, noe som understrekes i utenlandsk faglitteratur:

*”En fungerande skötsel av ett naturområde kräver kunskap om hur området nyttjas för friluftsliv och rekreation. Besökarundersökningar ger ett konkret underlag för planering och förvaltning”.
(Statens naturvårdsverk. <http://www.naturvardsverket.se/sv/Arbete-med-naturvard/Arbete-med-friluftsliv/Planera-for-friluftsliv/Undersokningar-av-besokare-i-naturen/>)*

“To guide the sustainable development of the parks, it is clearly important that information regarding volumes of use, visitor behaviour, the knowledge and attitudes of visitors and the impacts of information provided to visitors are available to the bodies responsible for the parks’ management” (National Parks Visitor Monitoring Steering Group 2002).

Brukerundersøkelser kan brukes til å:

- Følge utviklingen av bruken av området som grunnlag for å iverksette forvaltningstiltak (volum, geografisk og sesongmessig fordeling og brukersammensetning).
- Målrette framtidige forvaltningstiltak.
- Måle effektene av forvaltningstiltak.
- Måle tilfredsheten blant de besøkende.
- Legitimere forvaltningstiltak.
- Øke lokal oppslutning om vernet, for eksempel ved at det dokumenteres hva de besøkende legger igjen i lokalsamfunnene rundt.

I april 2015 lanserte Miljøverndepartementet den nye merkevare- og informasjonsstrategien for norske nasjonalparker (<http://www.miljodirektoratet.no/no/Nyheter/Nyheter/2015/April-2015/Ny-merkevare--og-kommunikasjonsstrategi-for-Norges-nasjonalparker/>). Besøksforvaltning er en viktig del av den nye strategien; For å kunne ta imot flere besøkende til norske nasjonalparker uten at det går på bekostning av verneverdiene, trengs det en aktiv forvaltning også av de besøkende. Det er derfor nå krav om at det skal utarbeides besøksstrategier for nasjonalparkene, som en del av forvaltningsplanene. For å utarbeide slike besøksstrategier trenger en et godt kunnskapsgrunnlag, også om de som besøker området.

2 METODE OG GJENNOMFØRING

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

Dette opplegget er utprøvd i flere norske fjellområder, og ble benyttet også i Femundsmarka og Gutulia sommeren 2015. Det ble utplassert én selvregistreringskasse i Gutulia (langs stien inn til Gutulisetra), og 14 kasser utplassert ved de viktigste innfallsportene til Femundsmarka (Haugen. Sylen, Revlingen, Ljøsnåvollen, Feragsdammen, Nordvika, Langstjønna, Svukuriset (en kasse mot Falkfangerhytta og en kasse ved stikryss på østsida), Starrhåen, Valdalsfjellet, Grøvelsjøen, Reva og Rogen. I tillegg ble det utplassert en kasse på «Fæmund II».

Selvregistreringskassene var plassert slik at de var godt synlige fra stien, og utenpå kassene var det en plakat som oppfordret de passerende til å stoppe og fylle ut et kort inne i kassa. Selvregistreringskort og instruksjoner for utfylling var tilgjengelig på tre språk; norsk, engelsk og tysk.

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). Ulike undersøkelser har for eksempel vist at andelen som fyller ut selvregistreringskort er langt lavere på stier med mye trafikk enn på stier med lite trafikk. Videre at enkelte grupper, som lokalbefolkningen, i mindre grad enn andre svarer. En oppsummering av ulike norske og utenlandske bortfallsstudier finnes i Vorkinn & Andersen 2010.



Figur 1. Besøkende til Femundsmarka fyller ut kort i selvregistreringskasse.

Ett forhold som i liten grad har vært vurdert i ulike bortfallsstudier, er at de som ikke fyller ut selvregistreringskort har fylt ut et kort ved en annen innfallsport til området tidligere. I etterundersøkelsen i 2015 ble det derfor spurt om de besøkende hadde benyttet de ulike innfallsportene hvor det var brukerregistreringer. Det viste seg da at 35 % hadde brukt flere av innfallsportene hvor det var utplassert en selvregistreringskasse. Dette er på samme nivå som i Langsua i 2015 Reinheimen i 2011, der 31-32% hadde brukt flere innfallsporter. Mailadressene på selvregistreringskortene viste at de fleste besøkende kun fylte ut ett selvregistreringskort selv om de besøkte området flere ganger. Dvs. at bortfallsstudier ved enkeltkasser, uten å sjekke for utfylling i andre kasser, vil overvurdere bortfallet ved den enkelte kasse. Resultatene viser også at for å få med alle turer folk tar gjennom sesongen, er det nødvendig å kartlegge dette i oppfølgende undersøkelser etter sesongslutt.

Selvregistreringskassene ble utplassert i løpet av juni og sto ute til ca. 1.oktober. I alt ble det samlet inn 2.194 kort i de 15 selvregistreringskassene sommeren 2015. Gjennomgangen av selvregistreringskortene viste at en del hadde fylt ut et felles kort for hele turfølget. Vi har da punchet hvert medlem i turfølget, bortsett fra større grupper. Det ble derfor registrert 3.543 personer på 15 år eller eldre via selvregiskassene, 3012 personer i Femundsmarka og 531 personer i Gutulia. Antall personer registrert utgjorde 118% av antall utfylte kort. Dette er noe lavere enn i tilsvarende undersøkelser i andre nasjonalparker, som Langsua (131%) Jotunheimen (135%).

Via selvregistreringskort er det kun mulig å samle inn et fåtall nøkkelopplysninger om bruken og brukerne. Som grunnlag for forvaltning er det imidlertid også behov for data om de besøkendes motiver, ønsker og synspunkter på forvaltningen, data om bruken over hele sesongen o.a. De som fylte ut selvregistreringskort ble derfor bedt om å oppgi mail-adressen sin, for å kunne delta i en oppfølgende, web-basert undersøkelse på høsten. Ikke alle fyller ut mailadresse, og ikke alle svarer på den tilsendte etterundersøkelsen. Antall registrerte adresser i Gutulia var relativt få, slik at usikkerheten ved resultatene fra etterundersøkelsen ville bli beheftet med stor usikkerhet. Etterundersøkelse ble derfor kun gjennomført i Femundsmarka.

Etterundersøkelsen ble sendt ut 19.10.11 til 1361 respondenter i Femundsmarka. En del mailer kom i retur pga. ugyldig adresse. Etter kontroll av adresser og forsøk med ulike adressevarianter, gjensto 113 adresser som var ugyldige, dvs. at utvalget i etterundersøkelsen besto av 1248 personer. Det ble purret i starten og slutten av november. Datainnsamlingen ble avsluttet 05.01.16. I alt svarte 829 personer på undersøkelsen (104 respondenter hadde hoppet over noen av spørsmålene), dvs. en svarandel på 66%. Gjennom analysearbeidet ble det klart at noen av adressene fra selvregistreringskortene i Gutulia hadde blitt punchet sammen med adressene fra Femundsmarka. Nå er det nok en del som besøker både Femundsmarka og Gutulia i løpet av samme sommer, slik at det derfor var relevant å besvare etterundersøkelsen om Femundsmarka. Besvarelsene ble gjennomgått manuelt, og de respondentene som ikke hadde oppgitt andre innfallsporter enn Gutulia, ble utelatt fra analysene (20 svar).

I samsvar med tidligere undersøkelser er personer under 15 år ikke tatt med i analysene. Tre personer ble kuttet ut fra etterundersøkelsen fordi de var under 15 år.

Blant de som fylte ut et selvregistreringskort på Fæmund II var det 13% som kun hadde oppgitt båttur som hovedmål med turen (se avsnitt 4.10). Få av disse (N=11) besvarte etterundersøkelsen. I analysen av de spørsmålene som gjelder synspunkter på tilstanden i Femundsmarka er disse likevel utelatt.

2.1 REPRESENTATIVITET: ETTERUNDERSØKELSEN SAMMENLIGNET MED SELVREGISTRERINGSKORTENE

BOSTED, KJØNN, ALDER

Det er godt samsvar mellom de som fylte ut selvregistreringskort og de som deltok i etterundersøkelsen i forhold til bosted (se tabell 1). Unntaket er svensker, som utgjorde 34% blant de som fylte ut et selvregistreringskort i Femundsmarka, men bare 25% i etterundersøkelsen.

Tabell 1. Fordeling på bosted blant de som fylte ut et kort i en selvregistreringskasse og de som deltok i etterundersøkelsen (Femundsmarka)

Bosted	Selvregistreringskasser	Etterundersøkelse, de som fylte ut selvregistreringskort
Sør-Trøndelag	10%	11%
Hedmark	7%	10%
Oslo/Akershus	13%	16%
Østlandet ellers	9%	10%
Norge ellers	7%	9%
Sverige	34%	25%
Tyskland	12%	11%
Utlandet ellers	9%	8%
I alt	101%	100%
N=	2979	798

¹ Pga. avrunding blir summen høyere enn 100%

Også kvinner er noe underrepresentert i etterundersøkelsen, slik en har erfaring med fra tilsvarende undersøkelsesområder. Mens 50% av de som registrerte seg i selvregistreringskasser var kvinner, utgjorde de 43% i etterundersøkelsen. Aldersfordelingen er om lag den samme i etterundersøkelsen som blant de som fylte ut selvregistreringskort (tabell 2).

Tabell 2. Fordeling på alder blant de som fylte ut et kort i en selvregistreringskasse og de som deltok i etterundersøkelsen, Femundsmarka

Aldersgrupper	Selvregistreringskasser	Etterundersøkelse
15-24	10%	7%
25-34	19%	16%
35-44	17%	17%
45-54	20%	24%
55-64	18%	21%
65 og eldre	16%	15%
I alt	100%	100%
N=	2979	769

TIDLIGERE ERFARING FRA FEMUNDSMARKA

Som i tilsvarende undersøkelser fra andre nasjonalparker er førstegangsbesøkende dårligere representert i etterundersøkelsen enn blant de som fylte ut selvregistreringskort. Mens førstegangsbesøkende utgjorde 48% av de som fylte ut selvregistreringskort, utgjorde de 40% i den oppfølgende undersøkelsen. Dette kan ha sammenheng med at interessen for området er større blant de som har brukt området tidligere enn de førstegangsbesøkende, der en viss andel sannsynligvis er på sitt første og eneste besøk til Femundsmarka.

ERFARING FRA FLERDAGERS FOTTURER

Flere av de som deltok i etterundersøkelsen har erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer, enn blant de som fylte ut selvregistreringskort (henholdsvis 95 og 79%).

2.1.1 KORRIGERING FOR SKJEVHETER I ETTERUNDERSØKELSEN

De skjevheter en fant mellom utvalgene for kasseundersøkelsen og etterundersøkelsen viser samme tendenser som undersøkelsene i Jotunheimen i 2010, Reinheimen i 2011 og Langsua i 2015: De med mest friluftsliverfaring og tidligere erfaring fra området deltar i større grad i etterundersøkelsene enn andre. Begge typer erfaring gjenspeiler interessen for det temaet undersøkelsen omfatter, og det er ikke uventet at de som er mest interesserte svarer i større grad enn de som er mindre interesserte i temaet. I tillegg ser en at svensker er merkbart underrepresentert i etterundersøkelsen.

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

2.2 UNDERSØKELSESONMRÅDENE

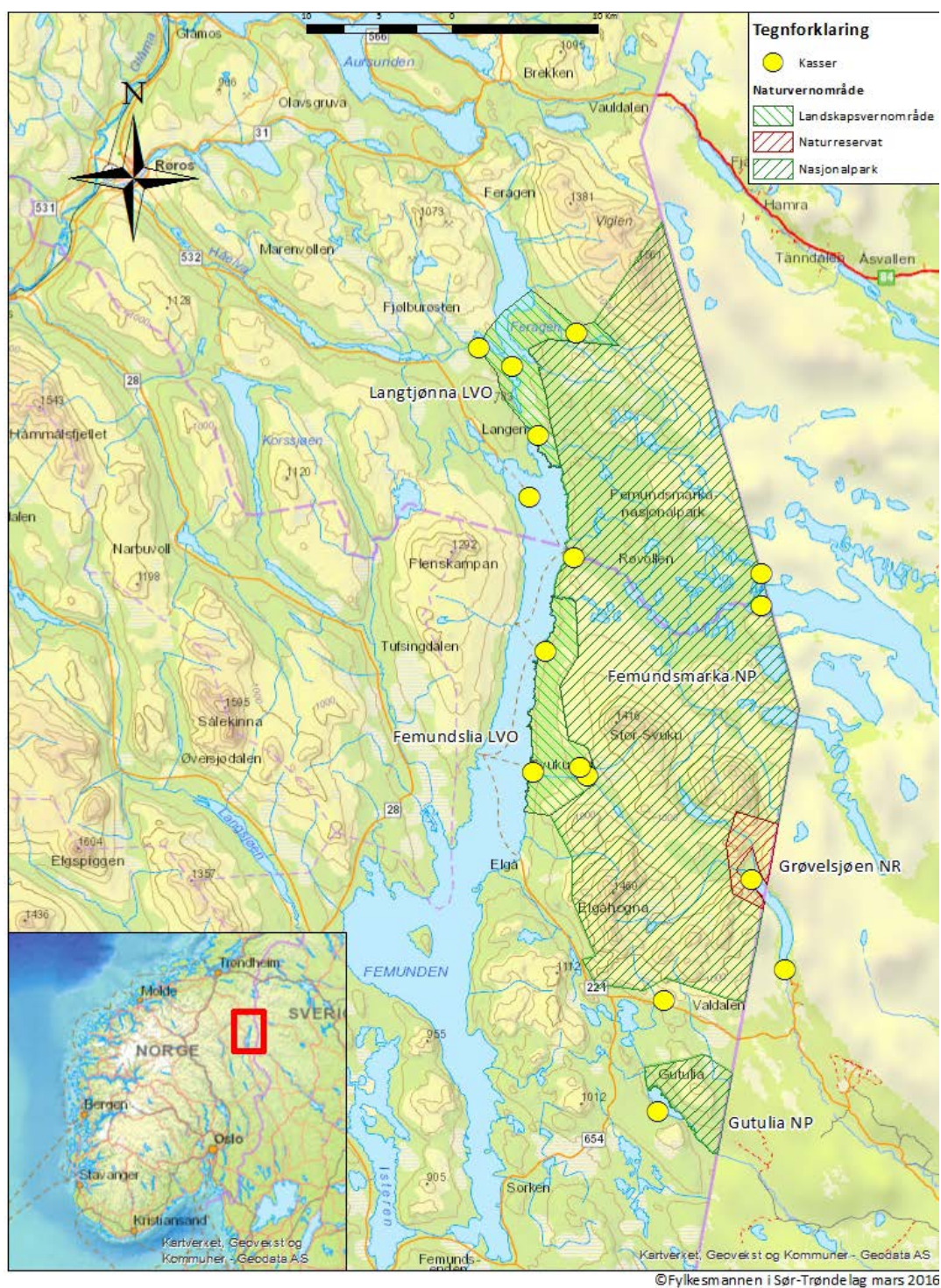
Beskrivelsen er hentet fra «Forvaltningsplan for Femundsmarka nasjonalpark og Femundslia og Langtjønna landskapsvernområder».

Femundsmarka nasjonalpark ble opprettet i 1971. Den utvidete Femundsmarka nasjonalpark med tilgrensende Femundslia og Langtjønna landskapsvernområder ble vedtatt ved kongelig resolusjon av 21. februar 2003. Etter utvidelsen dekker nasjonalparken et areal på ca. 570 km². Ca. 350 km² av dette arealet ligger i Engerdal kommune i Hedmark, det resterende arealet (ca. 220 km²) i Røros kommune i Sør-Trøndelag. I grensetraktene mellom Norge og Sverige i Hedmark og Sør-Trøndelag fylker og Jämtland og Dalarna län finnes nå ni områder som er vernet i medhold av de respektive lands naturvernlovgivning. Foruten de tre forannevnte områdene gjelder dette Gutulia nasjonalpark (opprettet 20. desember 1968, utvidet 10. september 2004), Grøvelsjøen naturreservat (opprettet 18. desember 1989), Långfjället naturreservat (opprettet juni 1973), Töfsingdalen nationalpark (opprettet i 1930), Rogens naturreservat (opprettet i desember 1976) og Städjan-Nipfjället naturreservat (opprettet i 1973, utvidet i 1993). Sammen med tilgrensende verneområder på norsk og svensk side utgjør Femundsmarka nasjonalpark et av de største sammenhengende, urørte villmarksområda i Sør-Skandinavia (over 2100 km²).

De sentrale delene av Femundsmarka nasjonalpark og Rogens naturreservat har et særegent landskap. Det er ekstremt småkupert og karakterisert ved labyrintaktige, forgreinete morenerygger. Mellom ryggene ligger små og store vann med utallige viker og odder. Moreneryggene består for det meste av blokkmark. På denne vokser hovedsakelig en glissen kraggfuruskog der bunnvegetasjonen er dominert av lavmatter. Kombinasjonen mellom blokkmark, skrin og stedvis urskognær skog og en mengde sjøer gir Femundsmarka et spesielt preg som savner sitt sidestykke i Europa. Vann og vassdrag er et meget viktig og dominerende landskapselement i Femundsmarka og utgjør mer enn 10 % av totalarealet.

Med unntak av bærplukking og jakt er alle fritidsaktiviteter sterkt kanalisert. Sommerstid er trafikken nesten utelukkende konsentrert til vassdragene og Den Norske Turistforenings rutenett. Lokalbefolkningen benytter Femundsmarka mer til høstingsaktiviteter (bærplukking, jakt og fiske) enn folk som kommer utenfra.

Gutulia nasjonalpark ligger i Engerdal kommune i Hedmark. Parken er svært liten til nasjonalpark å være (23 km²). Nasjonalparken ble opprettet i 1968 for å ta vare på en av de siste urskogene i Norge. I 2004 ble nasjonalparken utvidet. Det er lite tilrettelagt for friluftsliv i nasjonalparken, bl.a. finnes det ingen merkede stier her. Fra parkeringsplassen på vestsiden av Gutulisjøen utenfor nasjonalparken, går det imidlertid en merket sti til Gutulisetra (ca. 3 km). Også Gutulia grenser inn mot svenskegrensa.



3. HVEM BESØKTE FEMUNDSMARKA OG GUTULIA SOMMEREN 2015?

Noen av resultatene i dette avsnittet er data fra selvregistreringskort, mens noen resultater er data fra den oppfølgende undersøkelsen. Antall respondenter (N) viser hvilket utvalg resultatene bygger på (Mange respondenter=selvregistreringskasser, få respondenter= etterundersøkelse).

3.1. HVOR MANGE – SAMMENLIGET MED ANDRE NASJONALPARKER

Antall utfylte selvregistreringskort kan ikke benyttes direkte som et mål på volumet av ferdsel i et område. Ved å sammenligne på tvers av nasjonalparker og fjellområder, vil antall utfylte kort likevel være en viss indikator på forholdet mellom trafikk i de ulike parkene. I Femundsmarka ble det sommeren 2015 registrert 3012 personer over 15 år. Dette er høyere enn både i Langsua i 2015 (2.869 personer), Reinheimen i 2011 (2.301 personer) og Forollhogna i 2014 (806 kort frå 26 selvregistreringskasser og 8 buer). I Jotunheimen ble det i 2010 registrert 9.110 personer over 15 år, mens det i Rondane i 2009 ble registrert 8.234 personer over 15 år. Trafikken i Femundsmarka synes med andre ord å være betydelig lavere enn i Rondane og Jotunheimen.

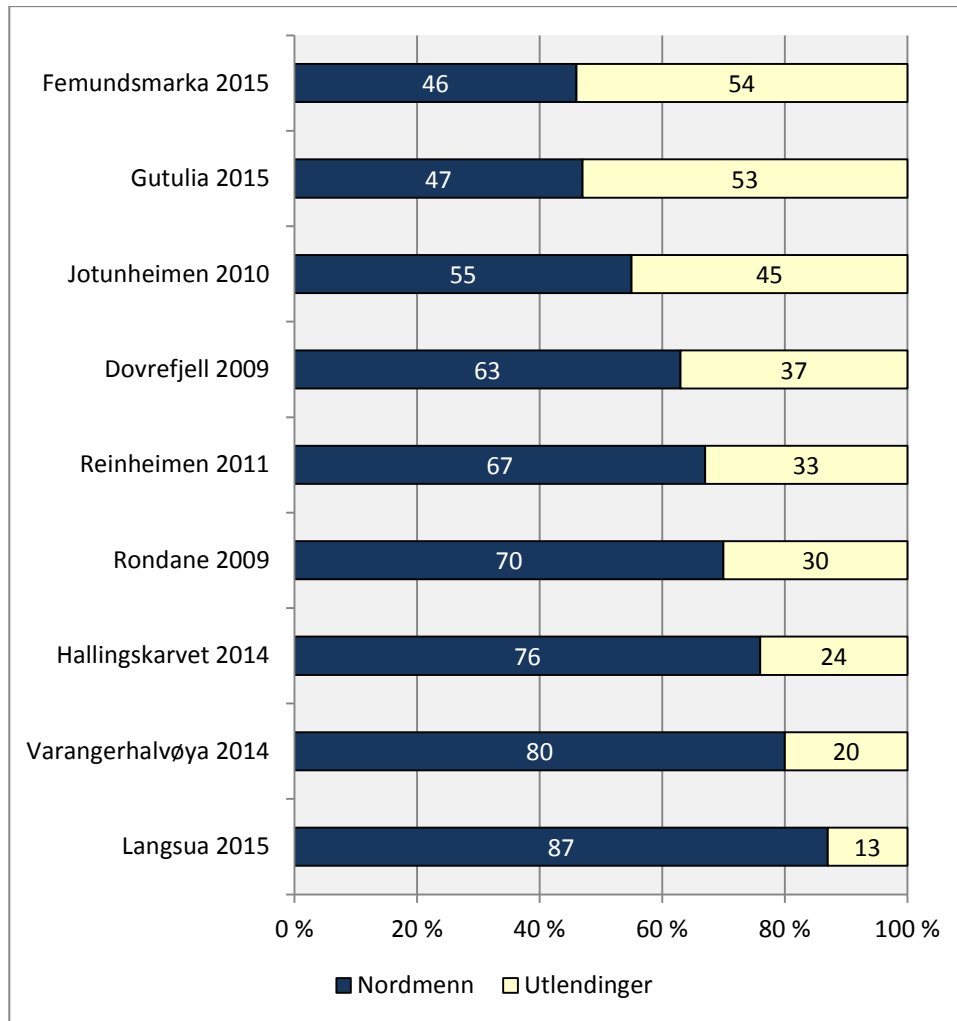
Gutulia nasjonalpark har begrenset areal og tilrettelegging, sammenlignet med de andre parkene. Her ble det satt opp bare ei selvregistreringskasse. I alt 531 personer over 15 år ble registrert i kassa i Gutulia.

3.2 BOSTED

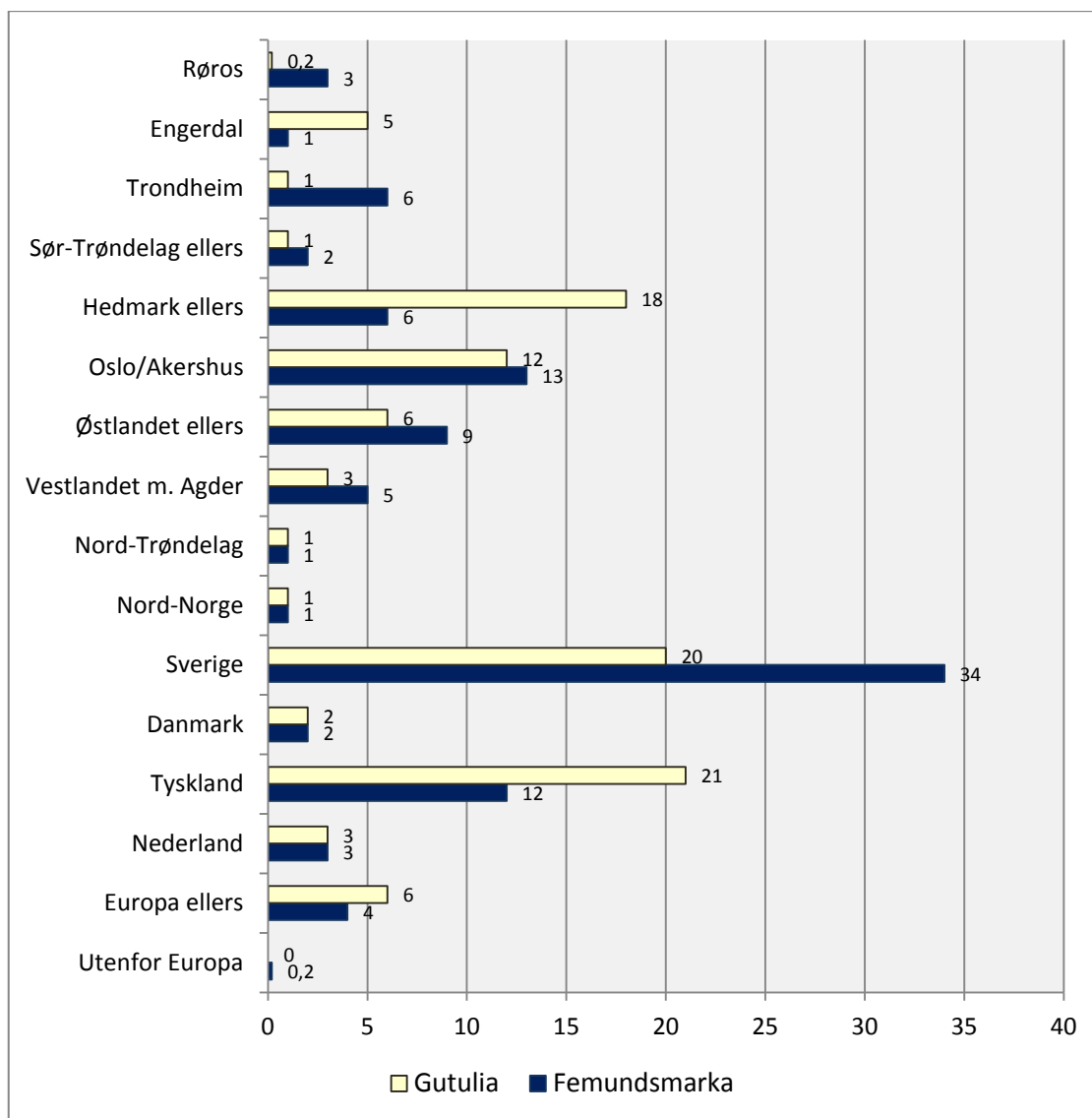
Det er gjennomført tilsvarende undersøkelser i flere parker etterhvert. Her har vi sammenlignet med flere andre parker der data har vært tilgjengelig; Langsua 2015 (Vorkinn 2016), Hallingskarvet og Varangerhalvøya 2014 (Vistad et. al 2014), Forollhogna 2014 (Gundersen 2015), Reinheimen 2011 (Vorkinn 2012), Jotunheimen 2010 (Vorkinn 2011), Dovrefjell-/Sunndalsfjella 2009 (Gundersen et. al 2013) og Rondane og Dovre nasjonalparker 2009 (Andersen & Gundersen 2010), (Vorkinn & Andersen 2010).

Over halvparten av de som registrerte seg i en kasse i Femundsmarka eller Gutulia sommeren 2015 var utlendinger. Dette er høyt, sammenlignet med de fleste andre parkene det er gjennomført tilsvarende undersøkelser i (figur 3). Nærheten til Sverige er en stor del av forklaringen på den høye andelen utlendinger i Femundsmarka og Gutulia. I Femundsmarka utgjorde svenske besøkende 34%, og i Gutulia var andelen på 20%. I Gutulia er det også en betydelig andel tyske besøkende (21%) (figur 5).

Selv om andelen utenlandske besøkende er høy, ble det registrert relativt få nasjonaliteter. I Femundsmarka ble det registrert besøkende fra 16 land og i Gutulia fra 12 land. Dette er som i Forollhogna i 2014, der det ble registrert 16 nasjonaliteter. Til sammenligning ble det registrert 26 nasjonaliteter i Langsua sommeren 2015, 30 i Reinheimen i 2011 og 47 nasjonaliteter i Jotunheimen i 2010.

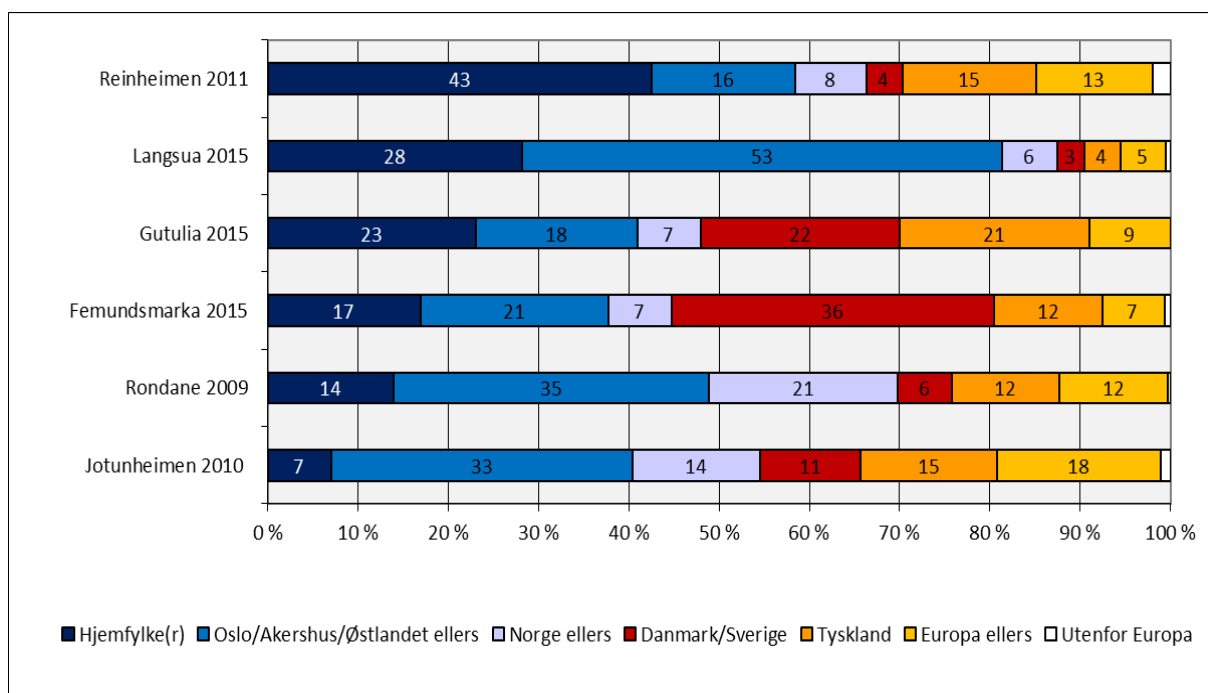


Figur 3. Fordeling av nordmenn og utlendinger i Langsua, Varangerhalvøya, Hallingskarvet, Reinheimen, Rondane, Dovrefjell og Jotunheimen – sommersesongen



Figur 4. Bosted/nasjonaltet - besøkende til Femundsmarka (N= 2979) og Gutulia (N=527)¹

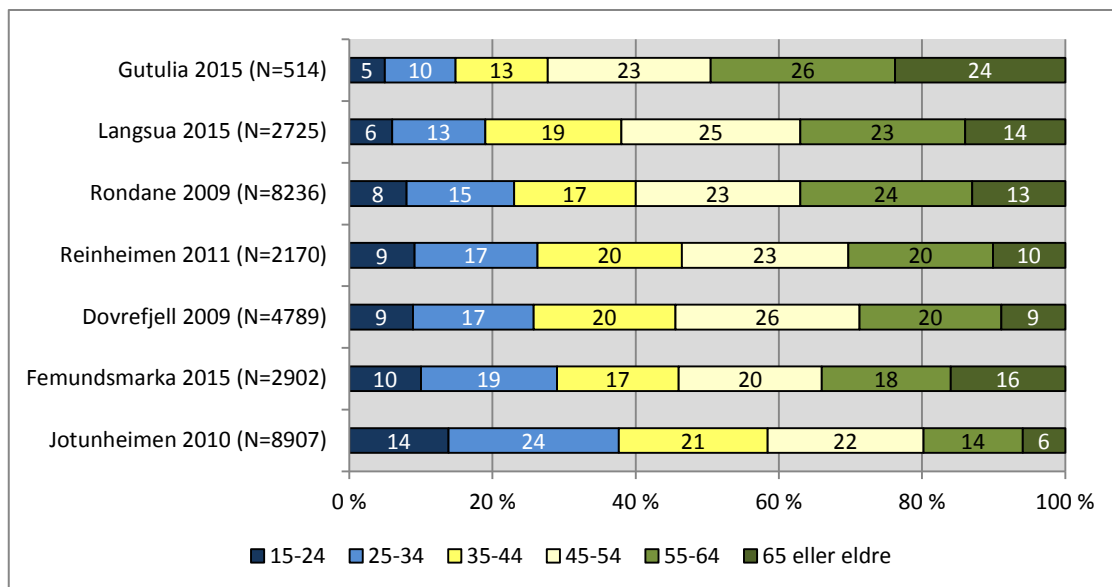
¹ Det er kommentert fra lokalt hold at andelen lokale brukere i Gutulia (fra Engerdal) synes å være lav. Dette kan skyldes at lokalbefolkningen i mindre grad enn andre har registrert seg i den utplasserte selvregistreringskassa (jfr. kap. 2). En annen mulig forklaring er at nesten ingen registrerer seg mer enn en gang i løpet av sesongen. Dersom lokalbefolkningen benytter området flere ganger i løpet av sommeren, vil de stå for en større andel av turene i området enn andelen av unike brukere⁴, som figur 4 reflekterer.



Figur 5. Bosted/nasjonalitet – besøkende til Langsua (N: Rondane: 7.994, Jotunheimen=9.221, Reinheimen= 2220, Langsua=2791)

3.3 ALDER

Det er betydelig forskjell i alderssammensetningen av de besøkende mellom parkene som er undersøkt (figur 6). Jotunheimen er den mest utprega ungdomsparken, mens Gutulia, Rondane og Langsua er de mest utprega «seniorparkene». Dovrefjell-Sunndalsfjella, Reinheimen og Femundsmarka kommer i en mellom-posisjon. Gutulia er den parken som har aller høyest andel seniorer, ved at aldersgruppen 55 år og eldre utgjør halvparten de registrerte, mot bare 20% i Jotunheimen. I Gutulia ble de besøkende kun langs stiens inn til Gutulisetra registrert. Fra parkeringsplassen er dette en relativt kort og lett tur. Både Rondane og Langsua er områder med «snilt» terreng. Lett terreng ser altså ut til å slå ut på alderssammensetningen blant de besøkende.



Figur 6. Alderssammensetning i Femundsmarka og Gutulia sammenlignet med Langsua, Rondane, Reinheimen, Dovrefjell og Jotunheimen

3.4 KJØNN, ORGANISERTE GRUPPER OG BARN I TURFØLGET

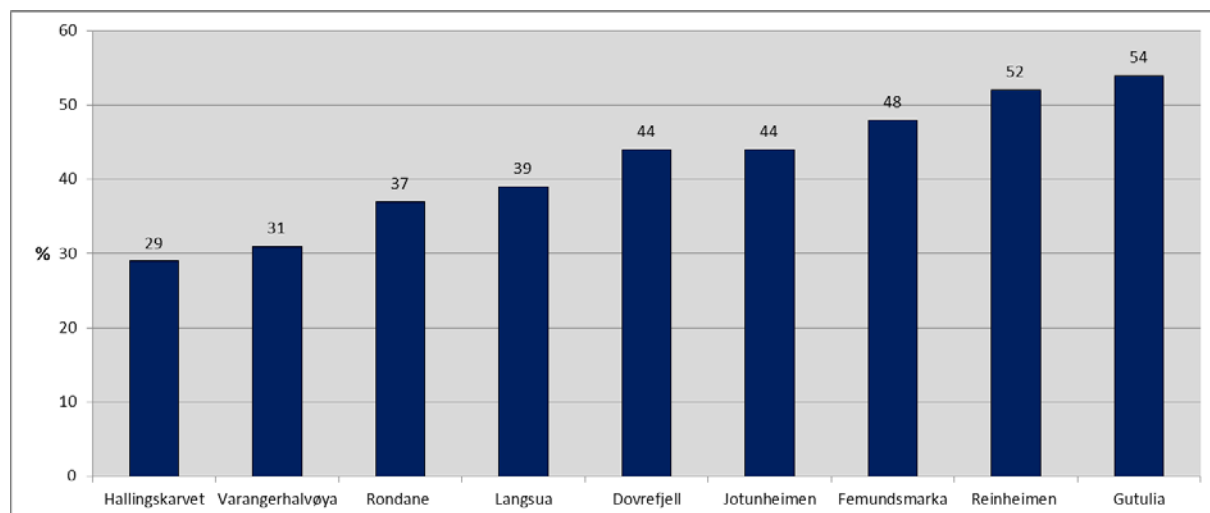
I Femundsmarka utgjorde kvinner halvparten av de besøkende, mens i Gutulia var det en liten overvekt av kvinner (56%).

Få av de som fylte ut selvregistreringskort var på tur sammen med en organisert gruppe (6% i Femundsmarka og 3% i Gutulia). Det vanligste turfølget består av 2 personer (46% i Femundsmarka og 55% i Gutulia). 11-12% går alene, mens 22% i Gutulia og 25% i Femundsmarka er 3-4 i følge. Rundt 15% går i grupper på 5 eller flere.

17-18% hadde med barn under 15 år i turfølget i begge parkene. Dette er på samme nivå som Jotunheimen og Rondane (henholdsvis 18 og 16%), men lavere enn i Langsua og Reinheimen (en knapp fjerdedel har med barn under 15 år). Av de som hadde med barn var det mellom 35-40% som hadde med barn under skolepliktig alder (under 6 år). Dette er som i Reinheimen og Langsua.

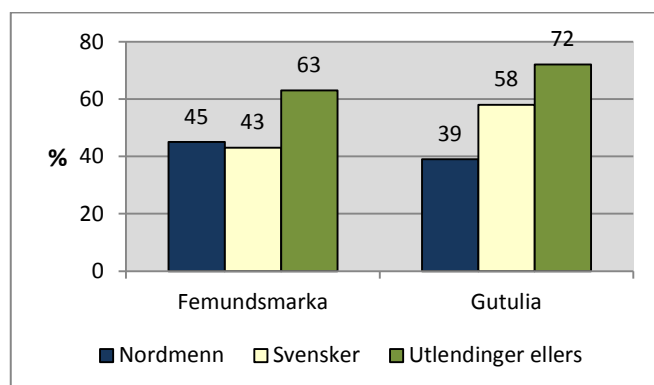
3.5 TIDLIGERE ERFARING FRA OMRÅDET

Femundsmarka og Gutulia er blant parkene med størst andel førstegangsbesøkende. En mulig årsak er at lokalbefolkningen og hyttebefolkningen (typiske gjenbesøkere) er færre totalt sett enn i de andre parkene. En annen mulig årsak til mange førstegangsbesøkende kan være stor gjennomfartstrafikk på hovedveger nær parkene, noe som kan medføre en del tilfeldige besøk. Dette er antagelig tilfelle for Reinheimens del (Trollstigen og rv. 15 over Strynefjellet), men er mindre sannsynlig for Femundsmarka og Gutulia.



Figur 7. Andel førstegangsbesøkende i ulike nasjonalparker

Andelen førstegangsbesøkende i parker er ikke uventet størst blant utenlandske besøkende bosatt utenfor Norge eller Sverige. I Femundsmarka er andelen førstegangsbesøkende like stort blant de svenske og norske besøkende, mens i Gutulia er det flest førstegangsbesøkende blant svenskene (figur 8).



Figur 8. Andel førstegangsbesøkende i Femundsmarka og Gutulia, fordelt på nasjonalitet

I Femundsmarka hadde 50% vært i området sommerstid før 2015, og 18% hadde vært der om vinteren. I Gutulia hadde nesten like mange vært der sommerstid tidligere (47%), men bare 4% hadde vært der vinterstid.

De som hadde vært i Femundsmarka sommerstid tidligere, har i gjennomsnitt besøkt området 10 somre. De som har vært der vinterstid har i snitt vært der 15 vintre tidligere (tabell 3).

Tabell 3. Gjennomsnittlige antall somre/vintre de besøkende har vært i ulike nasjonalparker, de som hadde vært der tidligere henholdsvis sommers- og vinterstid.

	Femundsmarka 2015	Gutulia 2015	Langsua 2015	Reinheimen 2011	Jotunheimen 2010	Rondane 2009
Gj.sn. antall somre	9.8	7.0	14.1	10.1	6.0	9.9
Gj.sn. antall vintre	15.2	*	17.1	15.3	7.1	14.2

* Antall respondenter var kun 20, slik at resultatet er beheftet med stor usikkerhet, og dermed utelatt

3.6 PURISME

Det vil kunne være nyttig for forvaltningen å kjenne til hva slags type besøkende den ulike nasjonalpark har, sett i forhold til forventninger/ønsker om fysisk tilrettelegging. 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:

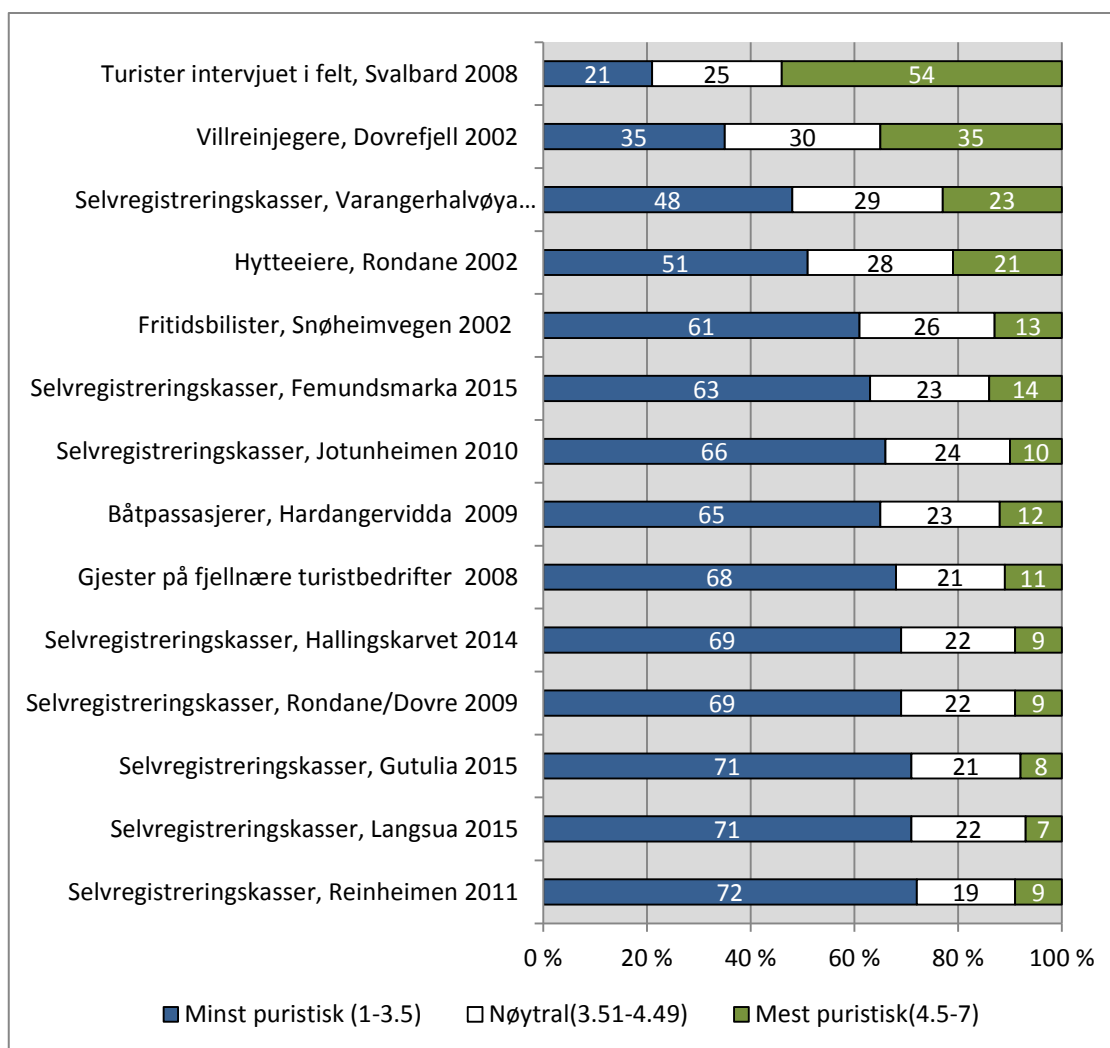
"Tenk deg at du skal gjennomføre en flertimers tur i skogs- /fjellterreng om sommeren. Tenk deg at området er slik du helst vil ha det – som om det var ditt "idealområde" for en slik tur"

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

Vil det være positivt eller negativt for deg:

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

Ut fra svargivingen på disse åtte spørsmålene beregnes det en "gjennomsnittsskåre" på hvor positive/negative folk er til tilrettelegging og å møte andre på lengre turer. Deler av skalaen snus, slik at høyeste score på hvert enkeltspørsmål 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.



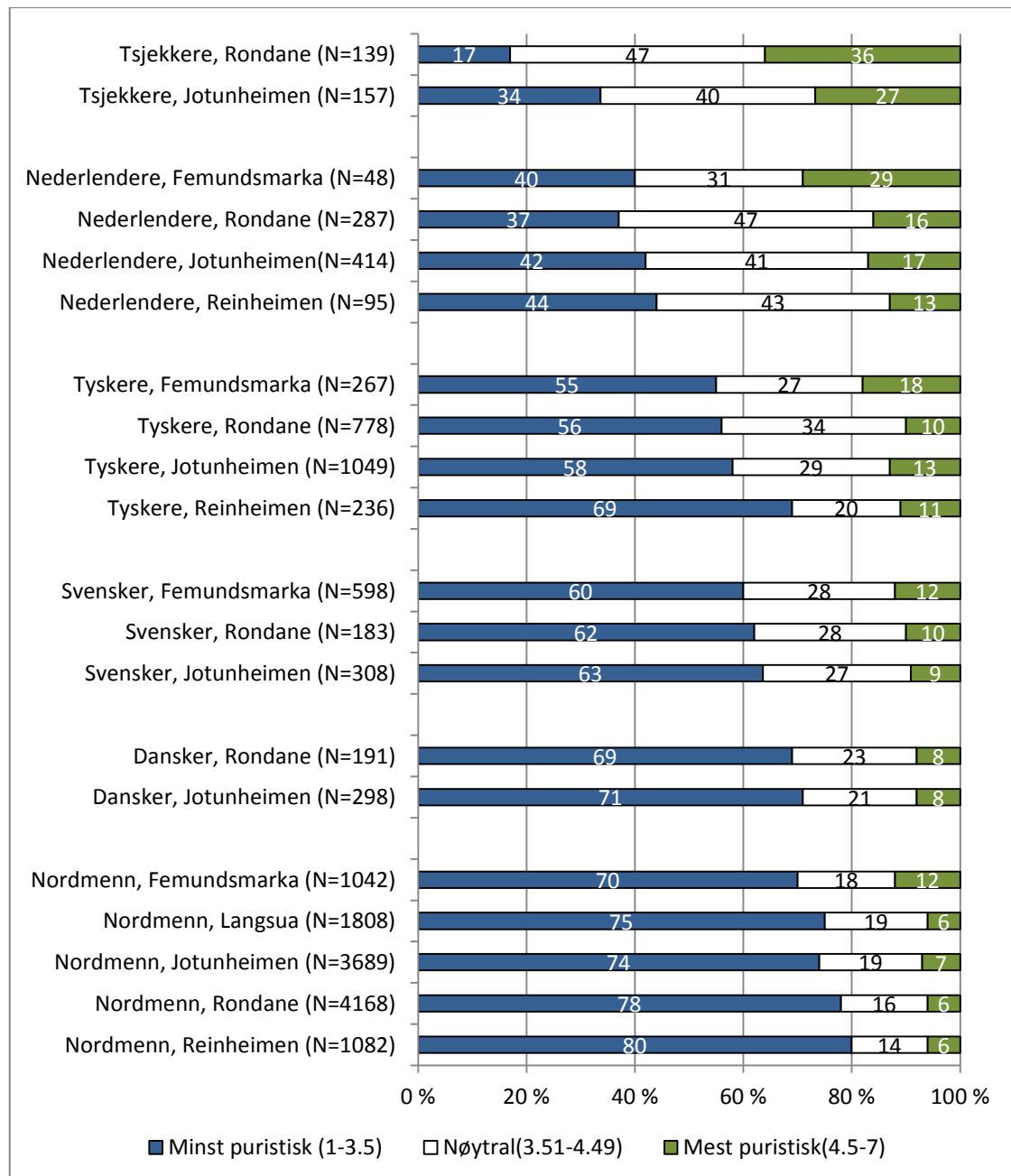
Figur 9. "Purisme": Holdninger til fysiske tilretteleggingstiltak og holdninger til å møte andre besøkende i ulike norske fjellområder

Figur 9 viser at de besøkende til nasjonalparker er en gruppe som ikke er spesielt villmarksfokusert, i betydningen av at de ønsker lite tilrettelegging og å møte få andre på turen. De to mest puristiske gruppene er turister intervjuet ute i felt på Svalbard og villreinjegere i Snøhetta. De besøkende til nasjonalparkene er derimot blant de som har høyest andel som er positive til fysiske tilretteleggingstiltak og det å møte andre mennesker på turen. Gutulia er blant de som har lavest andel «purister» også blant nasjonalparkene, mens andelen i Femundsmarka er blant de høyeste blant nasjonalparkene.

Dette har flere forvaltningsmessige implikasjoner. Det er bl.a. mulig at det i framtida vil kunne bli et økende press om mer tilrettelegging i nasjonalparkene. Svargivningen innebærer imidlertid også et potensiale for kanalisering, dersom tilretteleggingen gjennomføres med det for øye.

Det er betydelige forskjeller mellom ulike nasjonaliteter mht. purisme, jfr. figur 10. Norske besøkende er mer positive til tilretteleggingstiltak og å møte andre mennesker enn utenlandske besøkende. Nederlandske besøkende og tsjekkere ser ut til å være minst positive til slike tiltak. Dette synliggjør et forvaltningsdilemma; nemlig at tiltak som oppfattes som positive av en gruppe

kan virke negativt på en annen gruppe. Den forvaltningsmessige løsningen på et slikt dilemma er sonering. I tillegg til å opprette ulike soner med ulik tilretteleggingsgrad, er det imidlertid også nødvendig å informere om hvilke opplevelser en kan få hvor, slik at besøkende med liten kjennskap til området har størst mulighet til å besøke områder som har den tilretteleggingsgraden de søker.

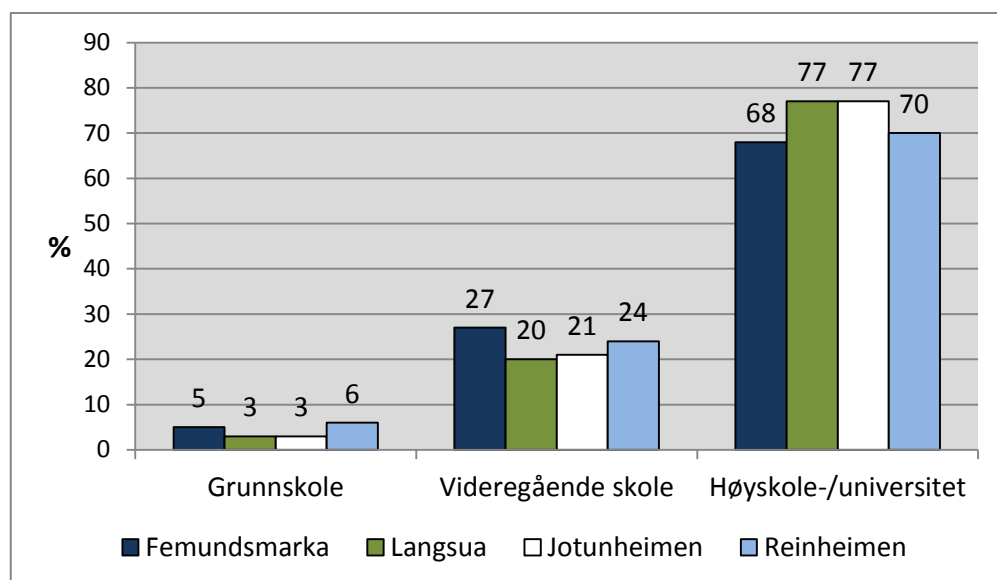


Figur 10. "Purisme" i forhold til nasjonalitet – Femundsmarka 2015, Langsua 2015, Reinheimen 2012, Jotunheimen 2010 og Rondane 2009 (Pga. små utvalg er ikke alle nasjonaliteter tatt med fra alle områder)

Blant de som var på dagstur til fots i Femundsmarka var en litt større andel positive til tilrettelegging og å møte andre på turen, sammenlignet med de som var på en flerdagerstur til fots (hhv. 68 og 60% i kategorien «minst puristisk»). De mest erfarne fotturistene er ikke uventet minst positive til tilrettelegging og å møte andre på turen. Blant de som hadde vært på 20 flerdagers fotturer/skiturer eller mer var 19% i kategorien "mest puristisk", sammenlignet med 5% blant de som aldri hadde vært på en flerdagers fottur. Blant de besøkende i Femundsmarka er det også et skarpt aldersskille ved fylte 55. I aldersgruppene mellom 15-54 år er 17% blant de mest puristiske, mot bare 7% blant de i gruppen 55 og eldre.

3.7 UTDANNINGSNIVÅ

Utdanningsnivået blant de besøkende til Femundsmarka samsvarer i hovedsak med det en finner i andre parker (figur 11). To tredjedeler av de besøkende har høyskole-/universitetsutdanning. Den store andelen høyt utdannede er et viktig premiss for hvordan informasjonen bør legges opp i Femundsmarka.



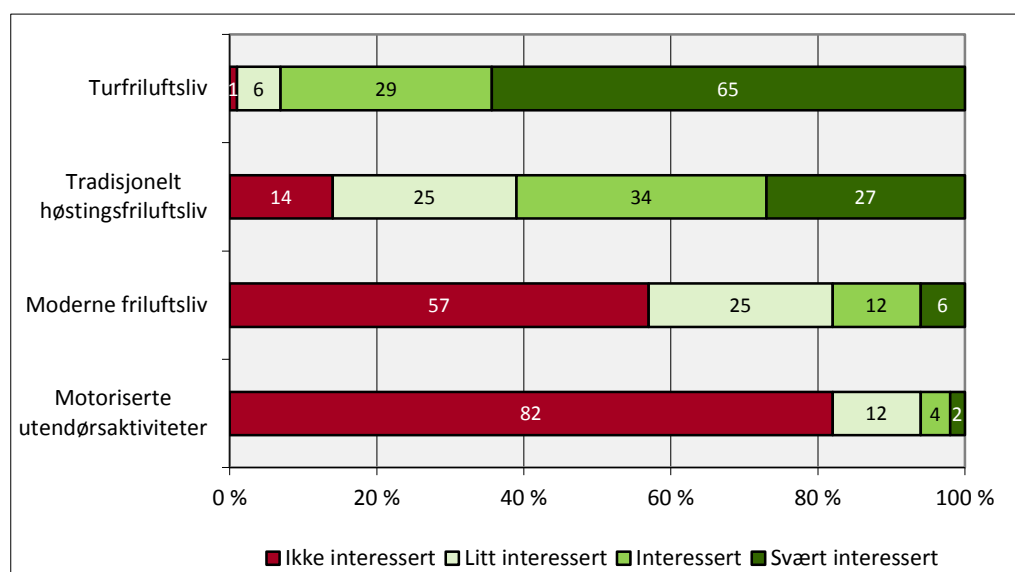
Figur 11. Utdanningsnivå

3.8 INTERESSE FOR ULIKE TYPER FRILUFTSLIV

Deltakerne i undersøkelsen ble også spurt om interessen for ulike typer av friluftsliv. Friluftslivaktivitetene var i spørreskjemaet definert på følgende måte:

- *Tradisjonelt høstingsfriluftsliv: Matauk er et viktig motiv, som jakt, fiske, bær- og sopplukking.*
- *Turfriluftsliv: Turer til fots og på ski.*
- *Moderne friluftsliv: Aktiviteter som krever spesielle ferdigheter og utstyr, som terrengsykling, klatring, kiting.*
- *Motoriserte utendørsaktiviteter: For eksempel båtsport, snøscooterkjøring.*

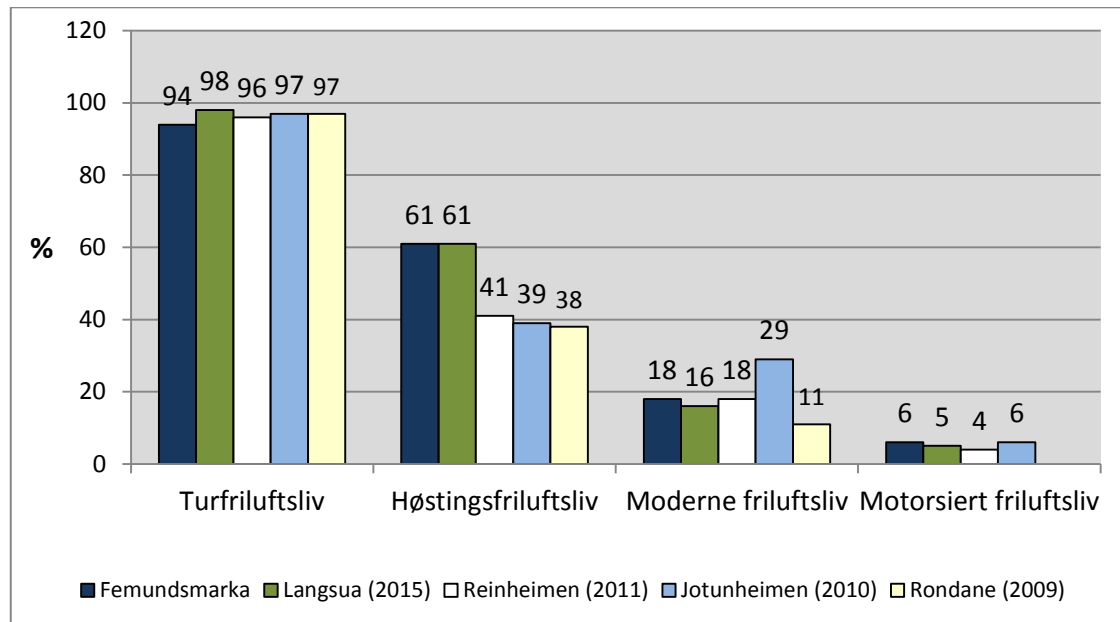
Som forventet når en spør de som bruker stiene i Femundsmarka, så er interessen for turfriluftsliv svært stor (figur 12). Mange har også interesse for tradisjonelt høstingsfriluftsliv, selv om interessen ikke er like sterk som for turfriluftsliv. Svært få (6%) er interessert/svært interessert i motoriserte utendørsaktiviteter.



Figur 12. Interesse for ulike former for friluftsliv¹

¹ Interessen for turfriluftsliv og moderne friluftsliv er vektet i forhold til erfaring fra flerdagers fotturer.

Femundsmarka og Langsua skiller seg ut fra de andre parkene i forhold til interesse for høstingsfriluftsliv. Langt flere av de besøkende til Femundsmarka og Langsua er interessert i høstingsfriluftsliv, sammenlignet med besøkende til de andre parkene (ca. 60% vs. 40%). Både Femundsmarka og Langsua har gode fiskemuligheter, og i begge parker er det mange som fisker (jfr. figur 13).



Figur 13. Andel som er interessert/svært interessert i ulike former for friluftsliv i ulike nasjonalparker

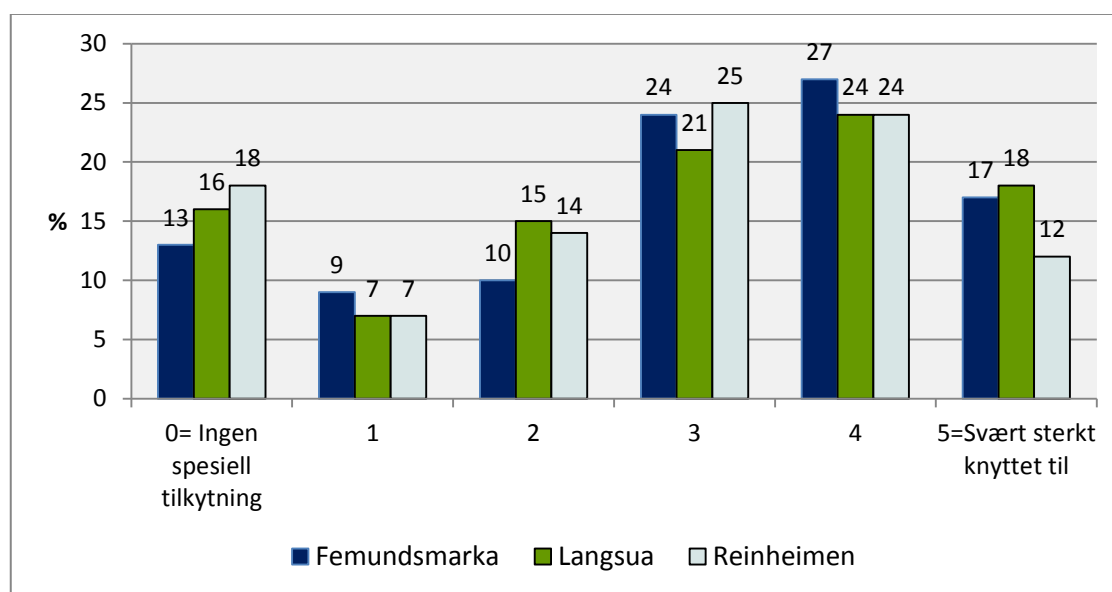
3.9 FRILUFTSLIVERFARING

Som i Jotunheimen og Reinheimen oppgir om lag tre fjerdedeler av de besøkende at de har erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer. Generelt er det flere utlendinger enn nordmenn som ikke har noen som helst erfaring fra flerdagers fotturer eller skiturer. Blant utenlandske besøkende gjaldt dette ca. 30% mens det bare gjaldt ca. 20% av norske besøkende. Dette er på samme nivå som i Jotunheimen og Reinheimen. Dvs. at flere utenlandske besøkende er mer uerfarne friluftslivutøvere, og dermed i større grad trenger informasjon om hvordan de skal oppføre seg i norske fjell.

3.10 TILKNYTNING TIL FEMUNDSMARKA

Mange av de besøkende føler en tilknytning til Femundsmarka. På en 6-delt skala fra 0 til 5 har 68% av de besøkende middels til sterk tilknytning til området (tilknytning 3 eller sterkere). Andelen er noe høyere enn i både Langsua (63%) og i Reinheimen (61%).

Fra andre områder har en sett at det er en sammenheng mellom tilknytning til et område og interessen for å ta vare på området. En må derfor forvente at mange av de besøkende til Femundsmarka vil være engasjert i hvordan området forvaltes.



Figur 14. Opplevd tilknytning til området

4 BRUKEN AV OMRÅDET

4.1 BESØK I FEMUNDSMARKA – 2015

29% av de som fylte ut selvregistreringskort sommeren 2015 var på flere besøk til Femundsmarka i 2015. Dette er om lag som i Jotunheimen og Reinheimen, der henholdsvis 30% (2010) og 25% (2011) var på flere besøk i løpet av året. Langsua skiller seg her ut, med en stor andel som er på flere turer i løpet av året (54%).

Av de som besøkte Femundsmarka i den tida selvregistreringskassene sto ute, var det mellom 9-12% som besøkte Femundsmarka også vinterstid (jul-påske), på våren (etter påske, fram til juni) og senhøsten (oktober-jul). Nivået tilsvarer Reinheimen, der tilsvarende andel var 10-15% og Jotunheimen (13% hadde besøkt området utenom sommeren). I Langsua hadde dobbelt så mange besøkt området på andre årstider enn sommeren (20 og 25%¹).

Av de som brukte området til ulike årstider var gjennomsnittlig brukstid på vinteren 7.5 dager (N=92), våren 5.8 dager (N=65), sommeren 5.9 dager (N=754) senhøsten 5.8 dager (N=67).¹

Ser en på totalt antall dager de som fylte ut et selvregistreringskort oppholdt seg i Femundsmarka over året som helhet (N=764), var det 10% som kun var i området en dag, 11% var der to dager, 17% var der 3 dager, 24% var der mellom 4-5 dager og 38% var der mer enn 5 dager i 2015.

4.2 HVORDAN KOMMER FOLK SEG TIL FEMUNDSMARKA?

18% oppga å ha brukt Fæmund II for å komme seg til Femundsmarka. 65% oppga å ha brukt personbil, 4% brukte bobil, mens 3% brukte buss. I tillegg oppga 2% å ha kommet til Femundsmarka til fots, mens noen få hadde brukt privat båt eller kano/kajakk. Det er ikke oppgitt hvilket framkomstmiddel som er brukt fram til avgangstedet for Fæmund II.

4.3 NÅR BESTEMMER DE BESØKENDE SEG FOR Å BESØKE FEMUNDSMARKA – DE SOM VAR PÅ ETT BESØK I 2015?

En rekke gjeste-/brukerundersøkelser har vist at mange turister planlegger i god tid før turen:

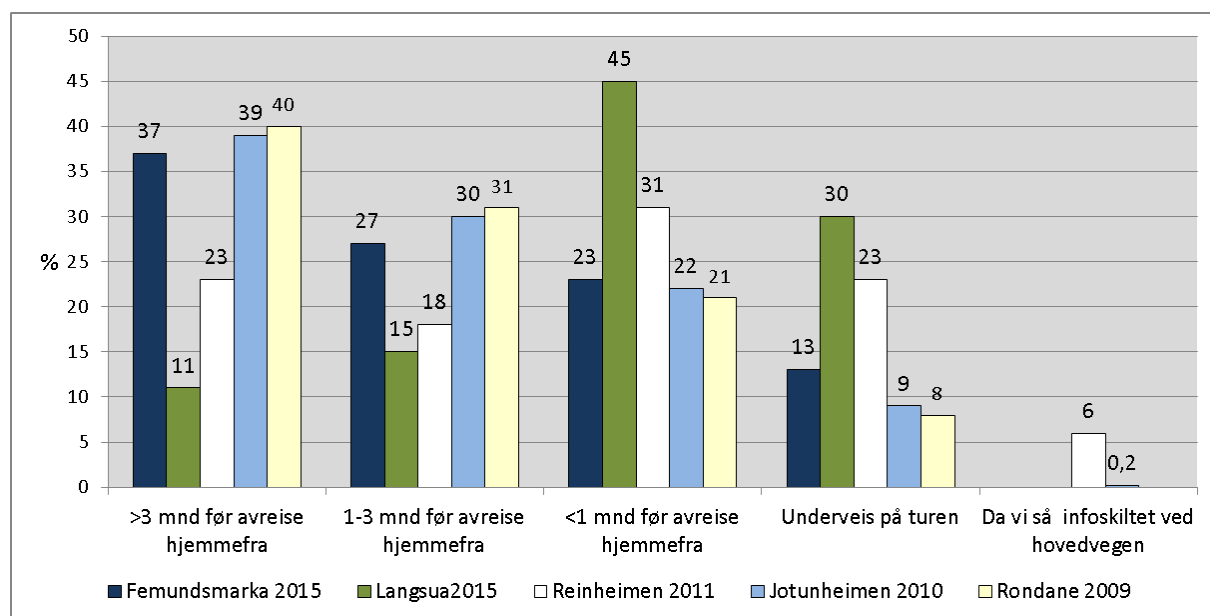
- Besøkende til Breheimsenteret (1996) og Norsk Bremuseum (1997): 60% kjente til sentrene før de dro hjemmefra (Vorkinn & Vistad 1997).

¹ For vinter er to observasjoner med svært høye registreringer utelatt, og for sommer gjelder dette 4 dager. Dette er gjort fordi disse observasjonene påvirker gjennomsnittet svært mye.

- Bilister Jostedalen 1996: 64% hadde bestemt seg for å besøke Jostedalen før de dro hjemmefra. Bare 5% bestemte seg da de så skiltet til Nigardsbreen ved Gaupne (v. rv. 55) (Vorkinn & Vistad 1997).
- De som brukte veien inn til Snøheim, Dovrefjell, 2002: 77% hadde bestemt seg for å besøke Dovrefjell før de dro hjemmefra (Vorkinn & Flygind 2003).
- Vegfarende over Sognefjellet 2003: 6 av 10 reisende hadde bestemt seg for å reise over Sognefjellet før avreise hjemmefra, 3 av 10 bestemte seg underveis (Engesæter 2003).
- Fossbergom/Juvassområdet 2009: Nesten halvparten hadde innhentet informasjon om reisemålet 1-2 måneder før avreise eller tidligere (Holovan 2009).

Spørsmålet om når de besøkende tok beslutningen om å besøke Femundsmarka ble kun stilt til de som var på bare ett besøk i løpet av 2010 (71% av de besøkende). Dette fordi det er vanskelig å registrere beslutningstidspunktet for alle besøk, og fordi folk på flere besøk ville ha problemer med å huske beslutningstidspunktet for alle sine besøk.

Beslutningstidspunktet for å besøke henholdsvis Femundsmarka, Jotunheimen og Rondane var likt fordelt i de tre områdene (figur 15). De aller fleste besøkende (85- 90%) hadde bestemt seg for å besøke disse områdene før de reiste hjemmefra. For Langsua og Reinheimen er planleggingshorisonten kortere, ved at om lag 30% bestemmer seg underveis på turen. Som nevnt gjelder resultatene kun for de som var på ett besøk parkene i undersøkelsesåret, dvs. først og fremst den typiske turisttrafikken.



Figur 15. De som var på ett besøk i nasjonalparken i undersøkelsesåret: Når bestemte de seg for å besøke parken?

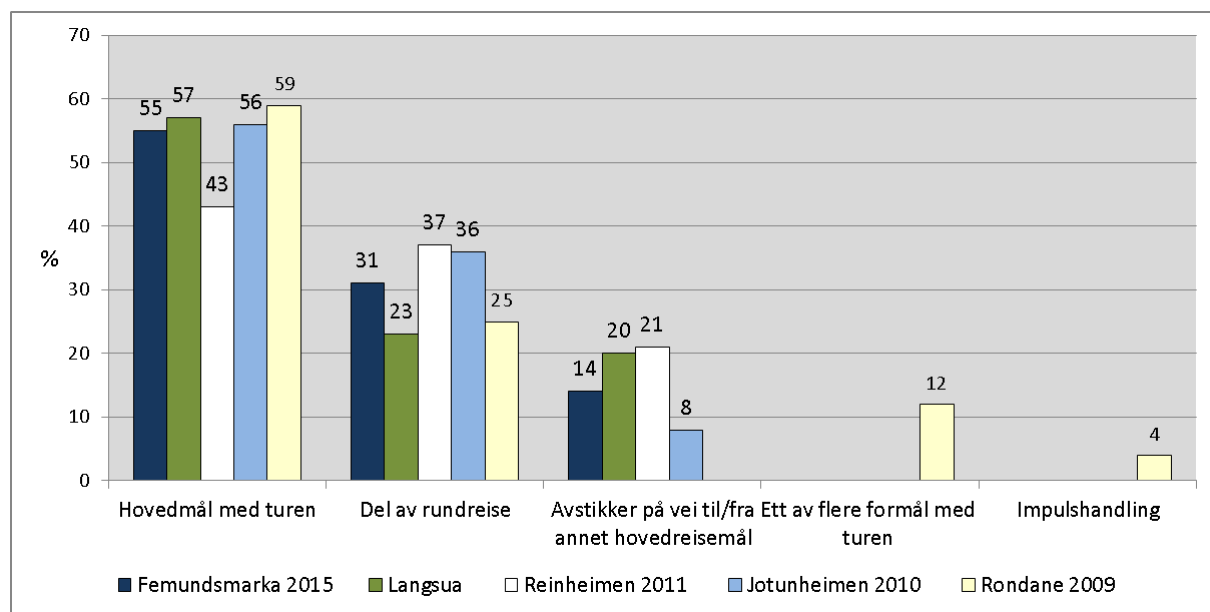
4.4 HVORDAN INNGIKK BESØKET I FEMUNDSMARKA PÅ DEN TUREN DE VAR PÅ – DE SOM VAR PÅ ETT BESØK I 2015

En av inndelingsmåtene som har vist seg å predikere adferd i reiselivssammenheng, er geografisk *reisetype*. I Norge har Flognfeldt (1993), Sæter og Vonlanthen (1994) og Vorkinn og Vistad (1997) benyttet en typologi basert på arbeider av Campbell og Pearce. Reisetypen er her delt i fire: *Rundturer* (organiserte eller frie rundreiser), *dagsturer* (fra bostedet), *resortreiser* (overnatter og oppholder seg i hovedsak på ett sted hele ferien) og *base-ferietur* (overnatter i hovedsak på ett sted, men tar dagsturer/kortere turer fra denne basen). Det er vist at reisetypen har sammenheng med oppholdstid, overnattingsform, tidligere erfaring fra området, bestemmelsestidspunkt og deltakelse i aktiviteter (Sæter og Vonlanthen 1994).

Med utgangspunkt i nevnte typologi vil en i Femundsmarka finne besøkende på ulike former for reise; De som er på dagstur fra hjemstedet eller et feriested (f. eks. fra hytte eller hotell på Røros), de som har Femundsmarka som hovedreisemål for en lengre tur, og de som tar en avstikker til parken som del av en rundreise eller på vei til/fra et annet hovedreisemål.

Også spørsmålet om hvordan Femundsmarka inngikk i den turen de var på, ble stilt bare til de som var på én tur til Femundsmarka i 2015 (jfr. avsnitt 4.3), og speiler først og fremst turisttrafikken til området. Femundsmarka er et hovedmål med turen for omtrent like mange de besøkende som i Jotunheimen, Rondane og Langsua (55-60%)¹.

For 31% er besøket i Femundsmarka del av en rundreise, mens for 14% er besøket en avstikker på vei til/fra et annet hovedreisemål.



Figur 16. Reisetype i Femundsmarka, Jotunheimen, Rondane, Reinheimen og Langsua (kun de som var på en tur til området i 2015).

¹ Resultatene fra Femundsmarka er vektet i forhold til erfaring fra flerdagers fotturer.

4.5 HVORFOR KOMMER DE BESØKENDE TIL FEMUNDSMARKA?

Å kartlegge motiver er vanskelig av flere årsaker. En vanlig måte å gjøre det på er å angi en lang rekke enkeltmotiver, og be respondentene ta stilling til hvor viktig/uviktige de er på en flerdelt skala. Dette er gjort også for Femundsmarka, og resultatene er vist i figur 17. Av figuren ser en for det første at mange motiver er viktige for de besøkende, dvs. at *de fleste kommer til Femundsmarka av flere årsaker*.

For å se om det finnes underliggende motivdimensjoner ble det kjørt en faktoranalyse (Principal Component Analysis, varimax rotation, eigenvalue>1). For å kunne sammenligne med øvrige parker, ble spørsmålet om «gode fiskemuligheter» og «gode muligheter for kanopadling» utelatt da disse spørsmålene ikke var stilt i alle de andre områdene.

Faktorløsningene er relativt like i de fem nasjonalparkene som er sammenlignet (se oversikten på neste side). De underliggende motivfaktorene er «Tilhørighet» «Naturopplevelse» «God tilrettelegging/gode turmuligheter» «Praktisk/tilfeldig». En ser at «Gode turmuligheter» veksler noe mellom å havne samme med «Naturopplevelser» og «God tilrettelegging». I Femundsmarka, som er vannrikt, ser en at fiske- og padlemulighetene danner en egen faktor. I Langsua skiller også «Kort avstand fra hjemstedet» seg ut som en egen faktor. Resultatene er for øvrig i stor grad konsistente på tvers av områdene, slik at de motivene vi har spurt om synes å være relevante.

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

Hovedtrekkene i faktoranalysen er vist under:

Femundsmarka: 4 faktorer forklarte 54% av variansen

- Faktor 1: "Tilhørighet" (Familien har hytte i området/ Har vært i området tidligere/ Området har en spesiell betydning for meg/kort avstand fra hjemstedet)
- Faktor 2: "Naturopplevelse/gode turmuligheter" (Muligheter for å se dyr/fugler/ Det er nasjonalpark i området/Storslått natur/Mange turmuligheter/Hyttenettet til DNT)
- Faktor 3: "God tilrettelegging" (Det er godt merka stier i området/ Terreng det er lett å ferdes i).
- Faktor 4: «Praktisk/tilfeldig» (Tilfeldig/Anbefalt av andre. «Har vært i området tidligere» ladet negativt på denne faktoren).

(En analyse der «Gode fiskemuligheter» og «Gode muligheter for kanopadling» inkluderes gir fem faktorer, der fiskemuligheter og kanopadling inngår i en egen faktor. Øvrige faktorer er relativt like faktorløsningen uten fiske- og kanopadling).

Langsua: 5 faktorer forklarte 61% av variansen

- Faktor 1: "Tilhørighet" (Familien har hytte i området/ Har vært i området mange ganger tidligere/ Området har en spesiell betydning for meg)
- Faktor 2: "Naturopplevelse" (Muligheter for å se dyr/fugler/ Det er nasjonalpark i området/Storslått natur)
- Faktor 3: "Gode turmuligheter/god tilrettelegging" (Terreng det er lett å ferdes i/ Mange turmuligheter/ Hyttenettet til DNT/ Det er godt merka stier i området).
- Faktor 4: «Praktisk» (Kort avstand fra hjemstedet)
- Faktor 4: «Praktisk/tilfeldig» (Tilfeldig/ Det passet inn i reiseruta/Anbefalt av andre).

(En analyse der «Gode fiskemuligheter» inkluderes gir den samme faktorløsningen, med «gode fiskemuligheter» som en del av faktor 2).

Reinheimen: 4 faktorer forklarte 56% av variansen

- Faktor 1: "Tilhørighet" (Familien har hytte i området/ Har vært i området mange ganger tidligere/ Området har en spesiell betydning for meg/ Kort avstand fra hjemstedet)
- Faktor 2: "Naturopplevelse/turmuligheter" (Storslått natur/ Muligheter for å se dyr/fugler/ Det er nasjonalpark i området/ mange turmuligheter/utfordrende terreng)
- Faktor 3: "God tilrettelegging" (Hyttenettet til DNT/ÅST/ Det er godt merka stier i området).
- Faktor 4: "Praktisk" (Anbefalt av andre/ tilfeldig/ det passet inn i reiseruta)

Jotunheimen: 4 faktorer forklarte 52% av variansen

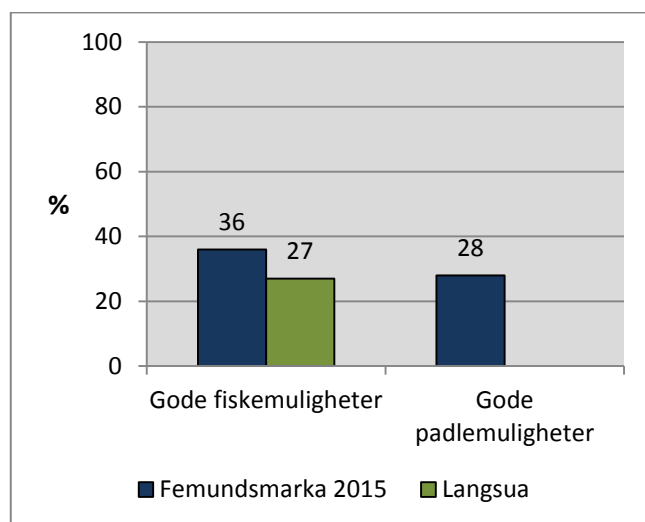
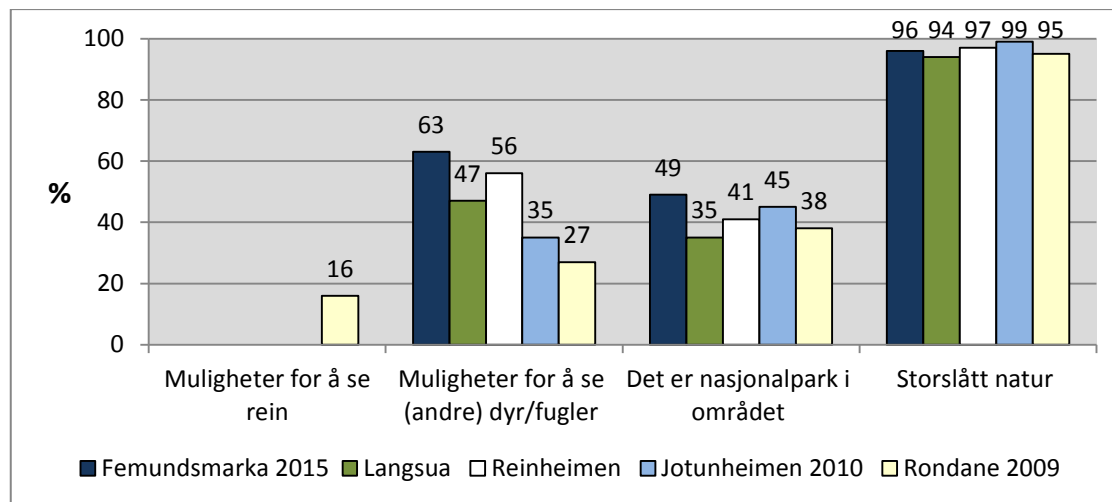
- Faktor 1: "Tilhørighet" (Familien har hytte i området/ Har vært i området mange ganger tidligere/ Området har en spesiell betydning for meg)
- Faktor 2: "Naturopplevelse/turmuligheter" (Storslått natur/ Muligheter for å se dyr/fugler/ Det er nasjonalpark i området/ mange turmuligheter/utfordrende terreng)
- Faktor 3: "God tilrettelegging" (Hyttenettet til DNT/ Det er godt merka stier i området).
- Faktor 4: "Praktisk" (Kort avstand fra hjemstedet/ anbefalt av andre/ tilfeldig/ det passet inn i reiseruta/ Familien har hytte i området ladet også på denne faktoren).

Rondane: 4 faktorer forklarte 58% av variansen

(Motivet "Storslått natur" ladet ikke på noen av faktorene).

- Faktor 1: "Tilhørighet" (Familien har hytte i området/ Har vært i området mange ganger tidligere/ Området har en spesiell betydning for meg)
- Faktor 2: "Naturopplevelse" (Muligheter for å se rein/ Muligheter for å se andre dyr/fugler/ Det er nasjonalparker i området)
- Faktor 3: "Gode turmuligheter/God tilrettelegging" (Terreng det er lett å ferdes i/ Mange turmuligheter/ Hyttenettet til DNT/ Det er godt merka stier i området).
- Faktor 4: "Praktisk" (Kort avstand fra hjemstedet/ Passerte bare tilfeldigvis forbi).

Ser en på enkeltmotiver (figur 17)¹ ser en at mange i Femundsmarka mener det er viktig å se dyr/fugler, og mange som mener det er viktig at det er nasjonalpark i området, sammenlignet med de andre områdene. Fotturmuligheter og tilrettelegging for dette synes å være viktig for Litt færre i Femundsmarka, men dette kan ha sammenheng med at det er mange som padler i området.



¹ Resultatene i figur 17 er vekta slik:

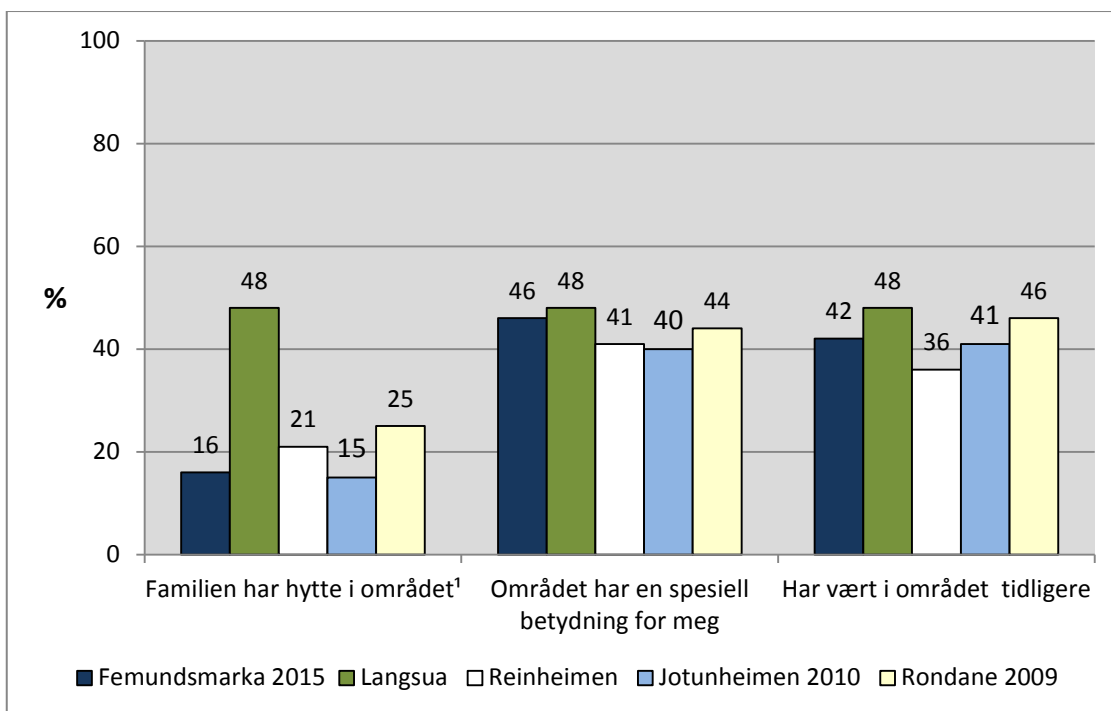
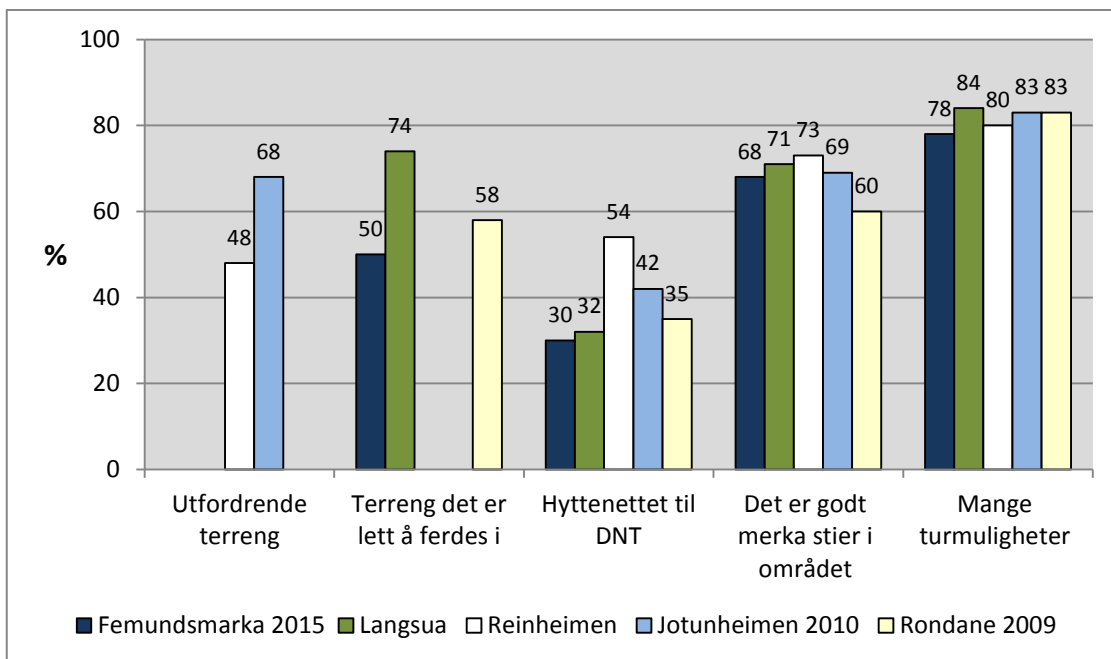
Femundsmarka: "Har vært i området tidligere" og "Området har en spesiell betydning for meg" er vekta i forhold til førstegangsbesøkende, «Godt merke stier» er vekta i forhold til friluftsliverfaring".

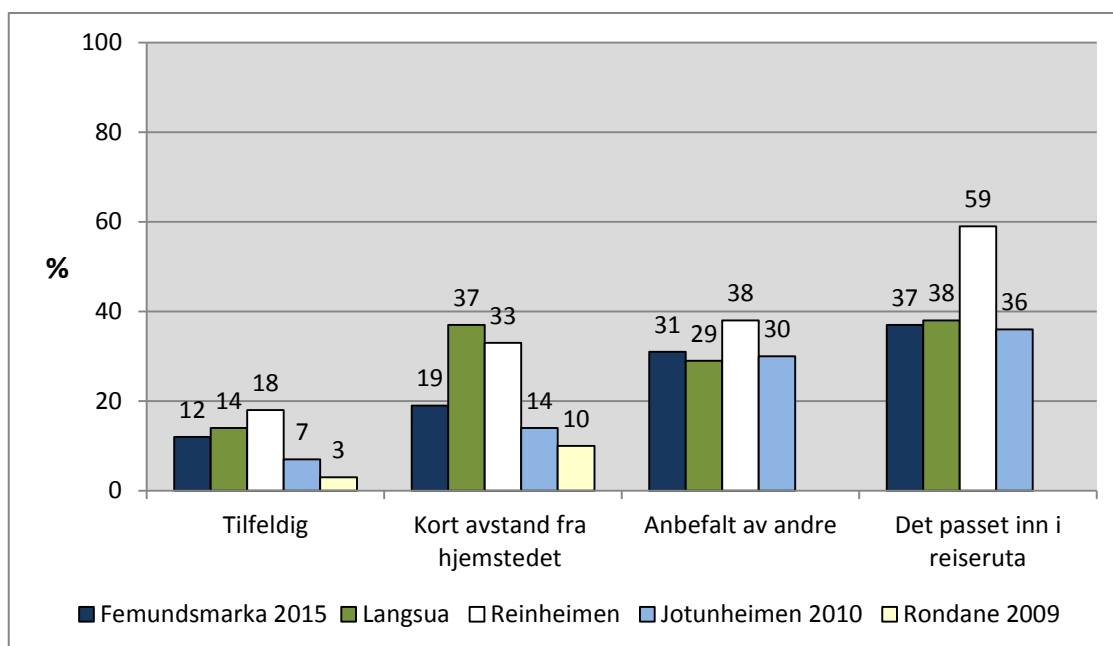
Jotunheimen: "Hyttenettet til DNT" er vekta i forhold til variabelen "erfaring fra flerdagersturer". "Har vært i området tidligere" og "Området har en spesiell betydning for meg" er vekta i forhold til førstegangsbesøkende.

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

Rondane: Ikke vektet.

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





Figur 17. Andel som svarte at de ulike motivene hadde stor/meget stor betydning for at de besøkte Femundsmarka, Langsua, Reinheimen, Jotunheimen og Rondane-/Dovreområdet

Betydningen av ulike faktorer varierer noe i forhold til nasjonalitet. Naturlig nok er kort avstand fra hjemstedet og at familien har hytte i området viktig først og fremst for nordmenn og svensker. Det er også flere nordmenn og svensker enn utlendinger ellers som synes det er viktig/svært viktig med terreng det er lett å ferdes i (ca. 55% mot 24%). Nordmenn er også mer opptatt av fiskemulighetene (viktig/svært viktig for 51% av de norske besøkende, 14% av svenske besøkende og 23% blant utlendinger utenom Sverige). Det er også flest nordmenn som verdsetter muligheten for kanopadling 35% mener dette er viktig/svært viktig), sammenlignet med 9% av svenskene og 29% av utlendinger ellers. Utenlandske besøkende bosatt utenom Sverige verdsetter derimot nasjonalparkstatusen høyere enn norske besøkende (hhv. viktig/svært viktig for 59% av utlendinger bosatt utenom Sverige, 50% av svenske besøkende og 45% av norske besøkende).

Resultatene for enkeltmotiver må ses i sammenheng med faktoranalysen foran og svargivningen på andre spørsmål. Et eksempel er at halvparten av de besøkende til Femundsmarka "Det er nasjonalpark i området" som en viktig/svært viktig årsak til besøket i Femundsmarka. Samtidig, på et annet spørsmål, svarer 94% at de ville ha besøkt Femundsmarka, selv om det ikke var nasjonalpark der. En fant omtrent samme resultater på disse to spørsmålene i Reinheimen og Jotunheimen.

44% av de besøkende hadde besøkt andre nasjonalparker i Norge eller utlandet i løpet av 2015, 33% hadde besøkt andre nasjonalparker i Norge, mens 21% hadde besøkt en utenlandsk nasjonalpark. Blant utlendingene bosatt utenom Sverige hadde 62% besøkt en annen

nasjonalpark i løpet av 2015, sammenlignet med 33% av svenskene og 43% av de norske besøkende. Dette er i samsvar med resultatene fra Reinheimen og Langsua. Blant utlendingene bosatt utenfor Sverige hadde 38% besøkt en annen nasjonalpark i Norge, mens 43% hadde besøkt en nasjonalpark i utlandet. Resultatene indikerer at nasjonalparkstatusen er viktigere for utenlandske besøkende enn for norske besøkende (i Femundsmarka er de svenske besøkende mer lik de norske besøkende enn andre utlendinger, og det er nok her den korte avstanden til parken, ikke nasjonaliteten som slår ut). I forhold til utenlandske besøkende vil det imidlertid være hensiktsmessig å markedsføre de norske nasjonalparkene samlet, og det kan også vurderes om ulike infosentra (i hvert fall de autoriserte sentraene) bør ha et krav om informasjon om alle norske nasjonalparker, i større grad enn i dag.

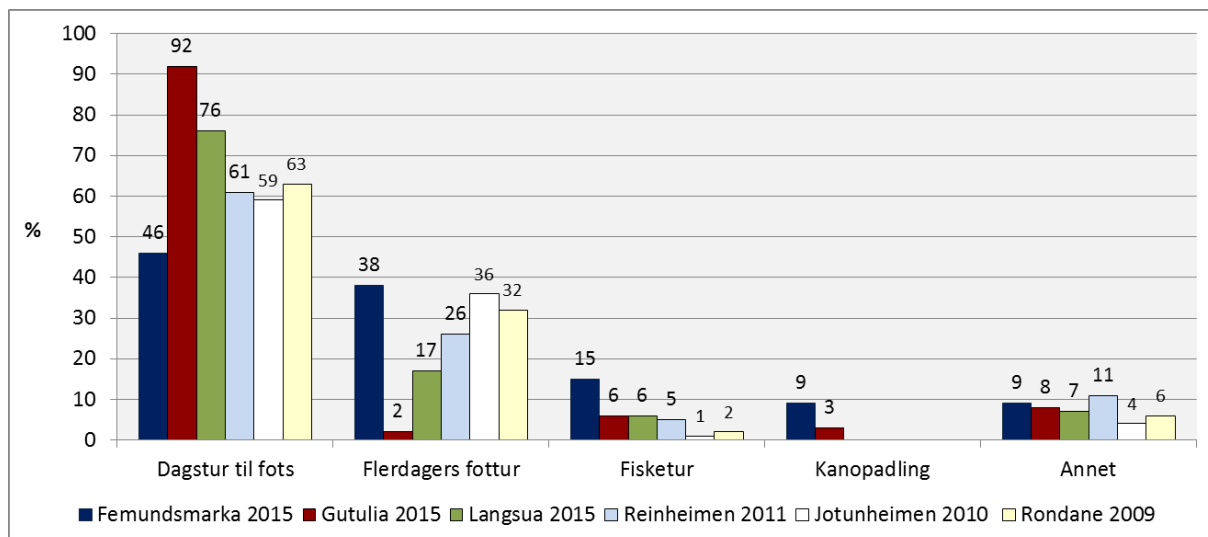
4.6 HOVEDAKTIVITET OG VARIGHET PÅ DEN TUREN HVOR SELVREGISTRERINGSKORT BLE FYLT UT

Dagsturer til fots var den helt dominerende aktiviteten i Gutulia *på den turen hvor selvregistreringskortene ble fylt ut*. Hele 92% av de som fylte ut et selvregistreringskort oppga at de var på en dagstur til fots. Bare 2% var på flerdagers fottur, 6 prosent skulle på fisketur, 3% var på kanotur, mens 8% oppga andre formål¹. I Femundsmarka er aktivitetsmønsteret som forventet noe annerledes. Her er 46% på dagstur til fots, 38% på flerdagers fottur, 15% på fisketur, 9% på kanotur, mens 9% oppgir andre formål.

«Andre formål» var svært sammensatt, med sykkelstur, båttur (Femundsmarka), vaffelpising (Gutulia) bærplukking, mm.

Sammenligner en med bruken av Jotunheimen, Rondane, Reinheimen og Langsua (figur 16), ser en at andelen på dagstur til fots er svært høy i Gutulia, sammenlignet med alle andre parker. Femundsmarka utmerker seg med høy andel på flerdagers fottur, fisketur og kanotur, mens langt færre er på dagstur til fots.

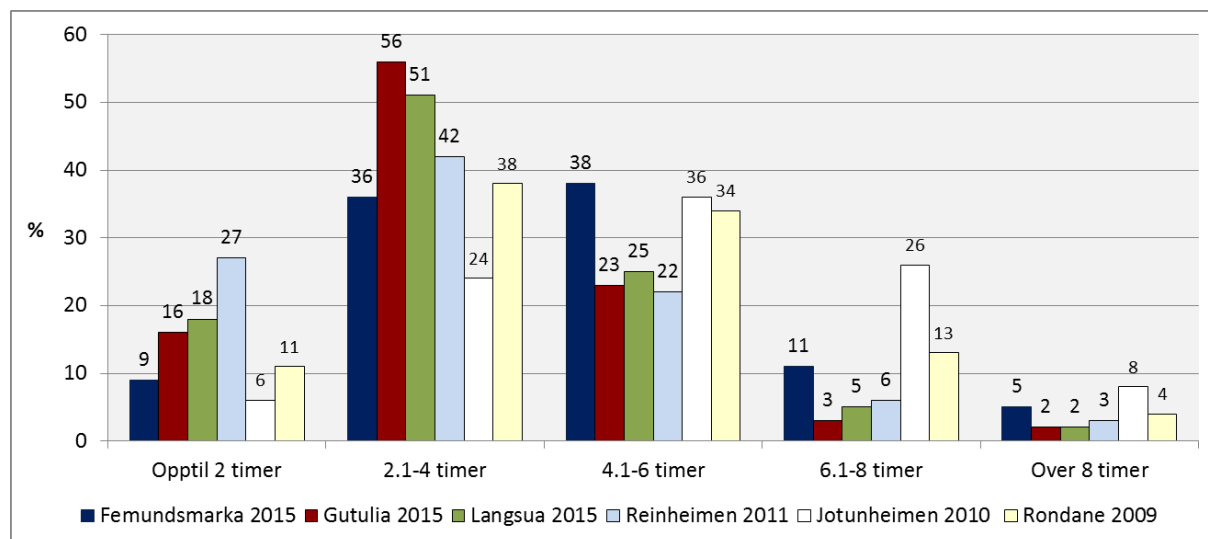
¹ Det var mulig å oppgi flere formål, slik at summen overstiger 100%.



Figur 18. Formålet med den turen der selvregistreringskort ble fylt ut (det var mulig å oppgi flere formål, slik at summen overstiger 100%). NB! Se også figur 21, som viser deltakelse i ulike aktiviteter over hele året.

I gjennomsnitt varte flerdagersturen i Femundsmarka 4.7 dager. Dette er litt lengre varighet enn i Rondane og Jotunheimen (gjennomsnittlig lengde på flerdagersturen mellom 4.3 og 4.5 dager), men adskillig lengre enn turene i Langsua og Reinheimen (3.6 dager). I Langsua og Reinheimen gikk en stor andel (62-65%) en relativt kort tur (av 2-3 dagers varighet). I Rondane og Jotunheimen tok om lag halvparten av de som var på flerdagerstur en såpass kort tur, mens «bare» 40% av de som gikk en flerdagerstur i Femundsmarka tok en tur av så kort varighet.

I gjennomsnitt varte dagsturene i både Gutulia, Langsua og Reinheimen 4.0 timer. Dette er noe kortere enn dagsturene i Jotunheimen (5.7 timer), Femundsmarka (5.0 timer) og Rondane (4.8 timer). Både i Jotunheimen (70%), Femundsmarka (54%) og Rondane (51%) er det en stor andel som tar lange dagsturer, dvs. turer på 4 timer eller mer. I Gutulia, Reinheimen og Langsua tar de fleste (om lag 70%) turer under 4 timer.



Figur 19. Varighet på dagsturene

At folk er på dagstur når de fyller ut et selvregistreringskort er imidlertid ikke ensbetydende med at de er på dagsbesøk til Femundsmarka. Etterundersøkelsen viser at av de som var på et flerdagers *besøk* i Femundsmarka i 2015, gikk 46% en sammenhengende tur med ulike overnattingssteder, 41 % overnattet på ett sted og gikk dagsturer fra dette stedet, mens 13% gikk dagsturer fra ulike utgangspunkt til ulike turmål¹.

4.7 OVERNATTINGER I FEMUNDSMARKA ELLER I UTKANTEN AV FEMUNDSMARKA

Når det gjelder overnattinger i Femundsmarka-området er bosatte i kommuner med areal i verneområdene i Femundsmarka (Røros og Engerdal) ikke tatt med i analysene.

En metodekommentar:

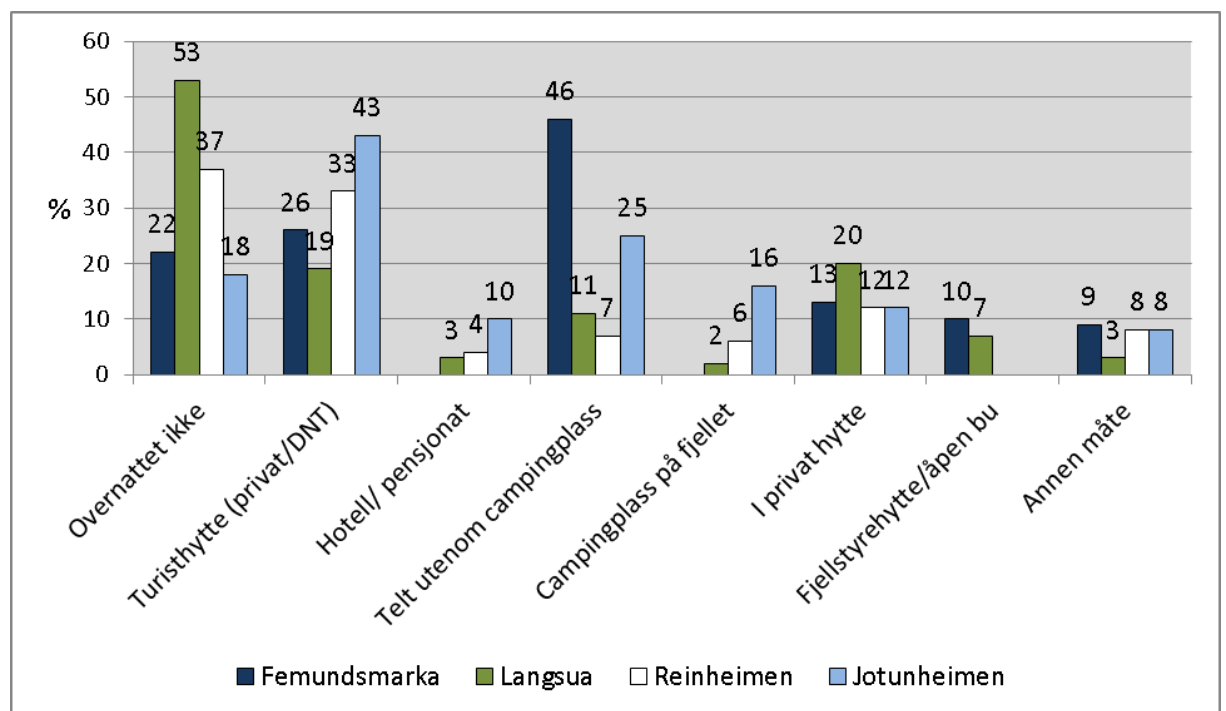
I tillegg til overnattingsmåte ble respondentene også spurt om *hvor* de overnattet. Spørsmålet om overnattingssted ble tatt med først og fremst for å kontrollere at respondentene avgrenset Femundsmarka på riktig måte. Svarene er gjennomgått manuelt, og åpenbare feil er luket vekk. I tillegg er feilkategoriseringer, for eksempel at campingplasser er nevnt under hoteller, rettet opp.

¹ Vektet for erfaring fra flerdagers fotturer.

Hele 78% av de bosatte utenom Røros/Engerdal oppga at de hadde overnattet i selve Femundsmarka eller i utkanten av Femundsmarka i forbindelse med noen av turene i 2015 (figur 20). Dette er på nivå med Jotunheimen, der ca. 80% av de besøkende hadde overnattet i Jotunheimen eller utkanten av Jotunheimen. Det er imidlertid adskillig høyere enn i både Reinheimen (63%) og Langsua (53%). Svensker overnatter i minst grad i Femundsmarka (54%). Til sammenligning var det ca. 85% både blant norske besøkende og utlendinger bosatt utenom Sverige som overnattet.

I andre nasjonalparker er det skilt mellom overnatting i turisthytte (privat/DNT) og hotell/pensjonat, fordi det har vært et klarere skille. I Femundsmarka er dette skillet mindre skarpt, ved at flere private hytter har avtaler med turistforeningen om overnatting, se oversikten på ut.no (<http://www.ut.no/finn/?q=Femundsmarka&types=cabin>). Ut fra svarene ser det ut som noen har vurdert overnattingsstedet til å være en turisthytte, mens andre har vurdert det til hotell/pensjonat. I Femundsmarka er disse kategoriene derfor slått sammen til én kategori (jfr. figur 20)

I forhold til de andre nasjonalparkene utmerker Femundsmarka seg ved at en stor andel overnatter i telt/lavvo (46%). Dette har sammenheng både med at mange overnatter, og at de som padler/fisker overnatter nær vann.

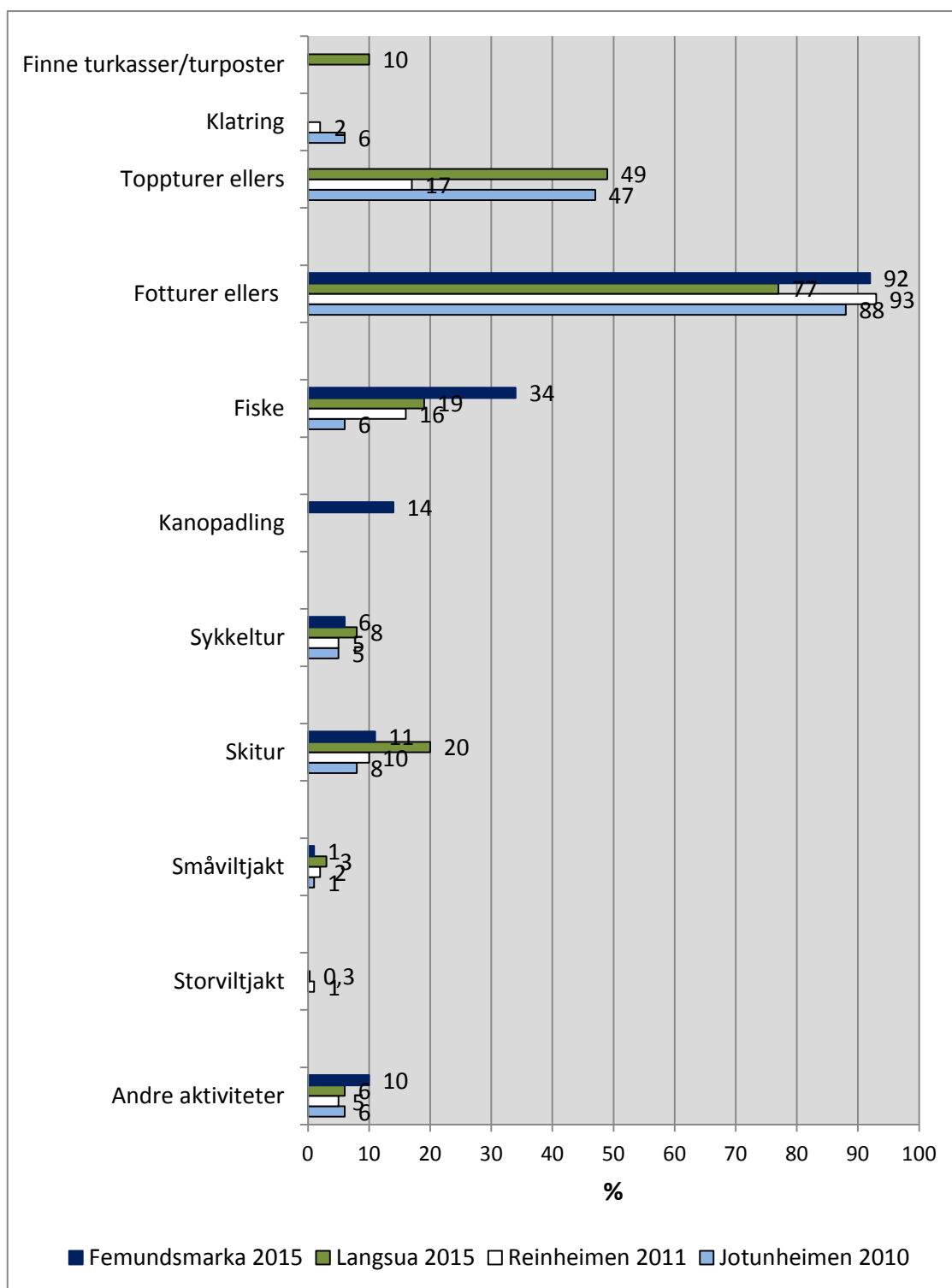


Figur 20. Andel som overnattet på ulike måter i forbindelse med noen av turene i 2015 – Bosatte utenom lokalkommuner (Flere svaralternativer var mulig, slik at summen overskrider 100%). For Femundsmarka er kategoriene turisthytte og hotell/pensjonat slått sammen (se tekst foran), telt utenom campingplass omfatter både telt/lavvo. «Campingplass på fjellet» er kategorisert under «annen måte».

4.8 DELTAKELSE I AKTIVITETER OVER HELE SESONGEN

På det kortet de besøkende fyller ut i en selvregistreringskasse blir det bare spurt om hvilken aktivitet de utøver på den turen de er på den dagen de fyller ut et kort. I etterundersøkelsen ble det derfor spurt om hvilke aktiviteter folk hadde utøvd i Femundsmarka i hele 2015, fram til undersøkelsestidspunktet på seinhøsten.

Turer til fots er den klart mest utbredte aktiviteten i både Femundsmarka og de andre parkene vi har sett på. Turene har imidlertid noe ulik form. I Femundsmarka ble det kun spurt om fotturer, mens i andre parker har vi skilt ut klatring, toppturer ellers og det å finne turkasser/turposter. Hele 91% oppga å ha vært på en tur til fots i Femundsmarka i løpet av 2015 fram til undersøkelsestidspunktet på seinhøsten. Det er også svært mange i Femundsmarka som har fisket (34%), sammenlignet med de andre nasjonalparkene. Hele 49% av de norske besøkende oppga å ha fisket, sammenlignet med bare 11% blant svenskene og 23% blant utlendinger ellers. Det er også svært få svensker som har padlet kano (1%), sammenlignet med 21-23% blant nordmenn og utlendinger bosatt utenfor Sverige. «Andre aktiviteter» i Femundsmarka omfattet bading, bærplukking, fotografering, kajakkpadling, yoga mm.



Figur 21. Andel som utøvde ulike aktiviteter i Femundsmarka (2015), Langsua (2015), Reinheimen (2011) og i Jotunheimen (2010)¹. «Småviltjakt» i Femundsmarka omfatter all slags jakt.

¹ Resultatene for Jotunheimen er vekta i forhold til variabelen "erfaring fra flerdagersturer", med samme fordeling som data fra selvregistreringskortene. Resultatene fra Reinheimen er vekta i forhold til førstegangsbesøkende.

4.9 BRUK AV ULIKE INN FALLSPORTER

Selvregistreringskasser var utplassert på 14 innfallsporter i Femundsmarka. En del av de som bruker Femundsmarka passerer sannsynligvis flere av disse kassene i løpet av sommeren. I etterundersøkelsen ble respondentene derfor spurt om hvilke av de 14 innfallsporter de hadde gått inn eller ut fra Femundsmarka i 2015. zs

65% oppgir at de bare har brukt én innfallsport, mens de resterende 35% oppgir å ha brukt mellom 2 og 7 innfallsporter. Dette er om lag som i Langsua samme år. Grøvelsjøen og Elgå er de klart mest brukte innfallsportene – om lag en tredjedel hadde brukt disse innfallsportene i løpet av 2015.

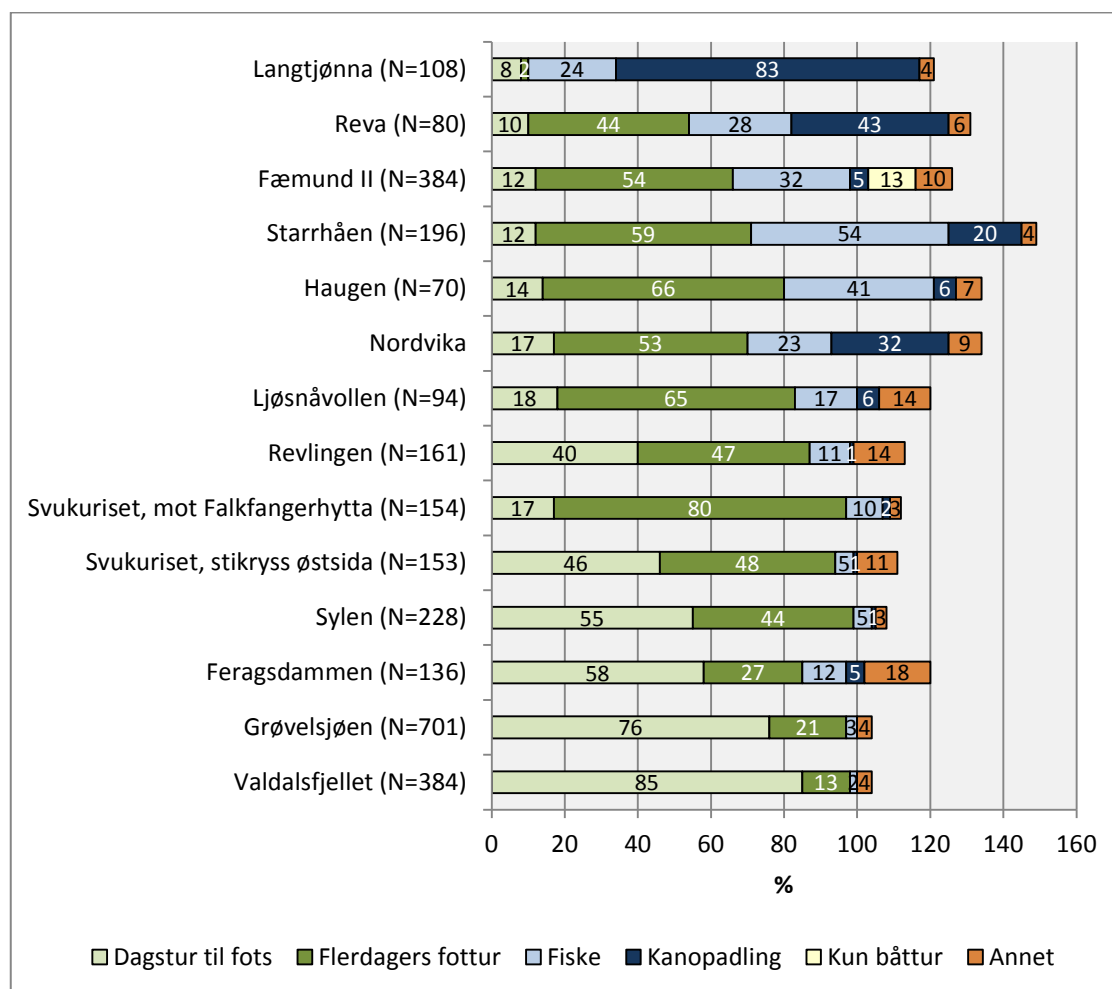
Tabell 4. *Bruk av ulike innfallsporter over sesongen som helhet*

Andel av de besøkende som oppgir å ha brukt ulike innfallsporter i 2015	
Elgå	33%
Grøvelsjøen	29%
Sverige/Kjerringsjøen/Rogen	12%
Langen	11%
Røsanden	10%
Haugen	9%
Valdalsfjellet	8%
Revlingen	8%
Ljøsnavollen/Feragen	7%
Sylen	6%
Vauldalen	4%
Feragsdammen	4%
Andre innfallsporter	13%
N=	737

4.10 FORSKJELLER MELLOM INN FALLSPORTENE

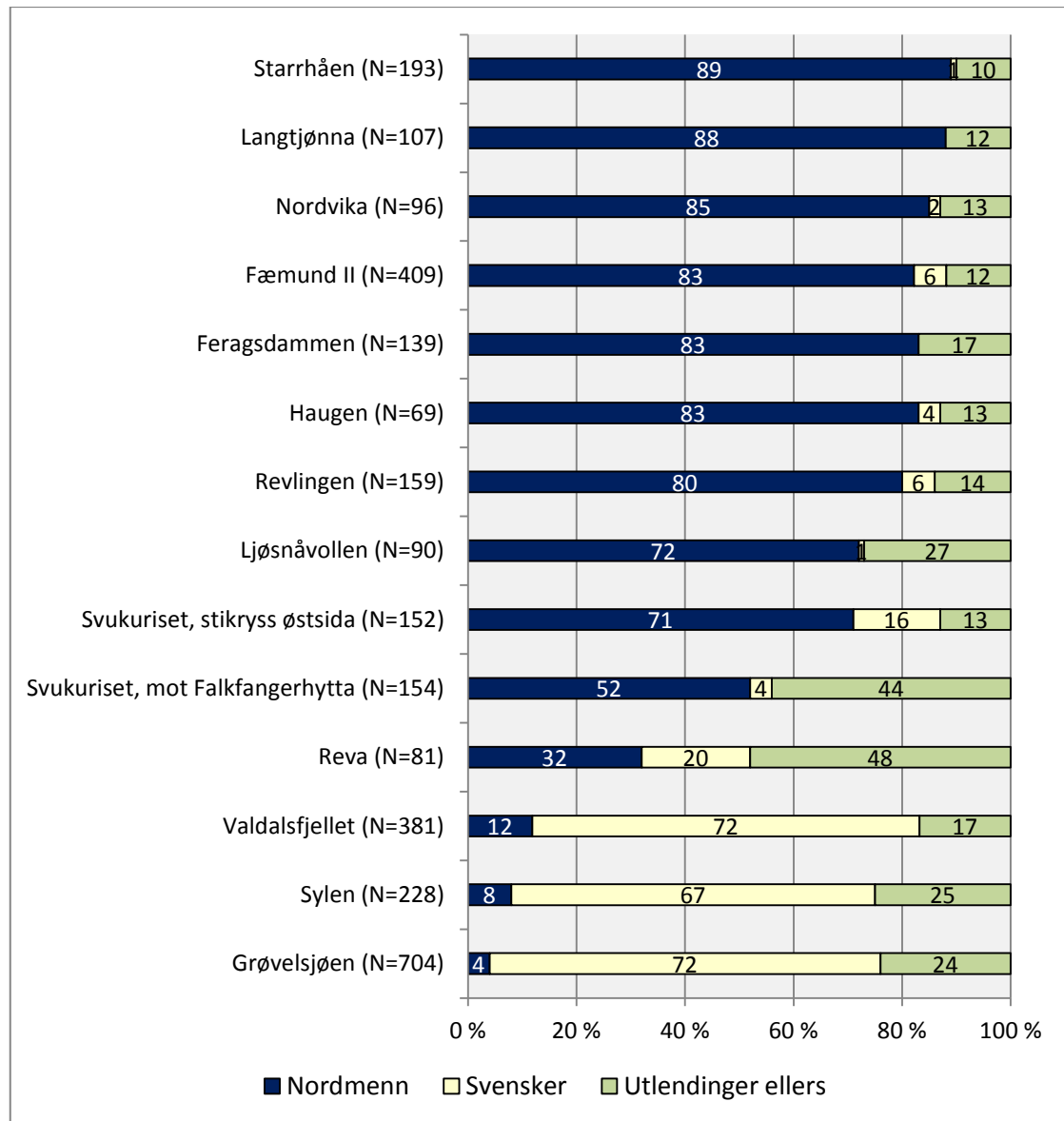
Det er store forskjeller mellom innfallsportene i forhold til hvilken aktivitet folk utøvde på den turen hvor de fylte ut et selvregistreringskort. Langtjønna er den innfallsporten som har en størst andel av kanopadlere (ca. 80%), sammen med Reva (ca. 40%) og Nordvika (ca. 30%).

Størst andel dagsturvandrere finner en på Valdalsfjellet (85%) og ved Grøvelsjøen (76%).



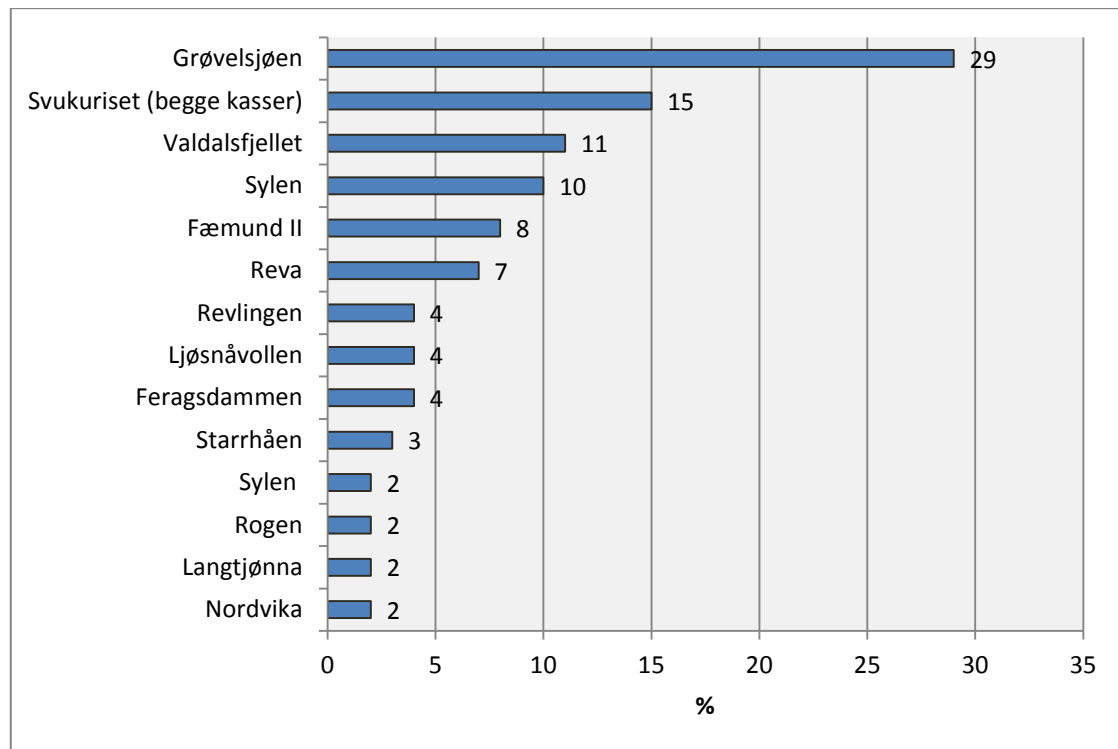
Figur 22. Formål med turen blant de som fylte ut selvregistreringskort på den enkelte innfallsport. (Det var mulig å oppgi flere formål, slik at summen kan overstige 100%). Bare 17 kort ble registrert ved Rogen, og resultatene herfra er derfor ikke registrert pga. stor usikkerhet ved så få observasjoner.

Fordelingen av norske og utenlandske besøkende varierer mye mellom innfallsportene. Tre innfallsporter i sør og vest har en stor andel svensker. Ved Grøvelsjøen, Sylen og Valdalsfjellet er om lag 70% av de registrerte svensker. Ser en på alle svensker som registrerte seg i 2015, ble over 90% registrert ved disse tre innfallsportene, som alle ligger i sør.



Figur 23. Andel nordmenn og utlendinger ved den enkelte innfallsport. Bare 17 kort ble registrert ved Rogen, og resultatene herfra er derfor ikke registrert pga. stor usikkerhet ved så få observasjoner.

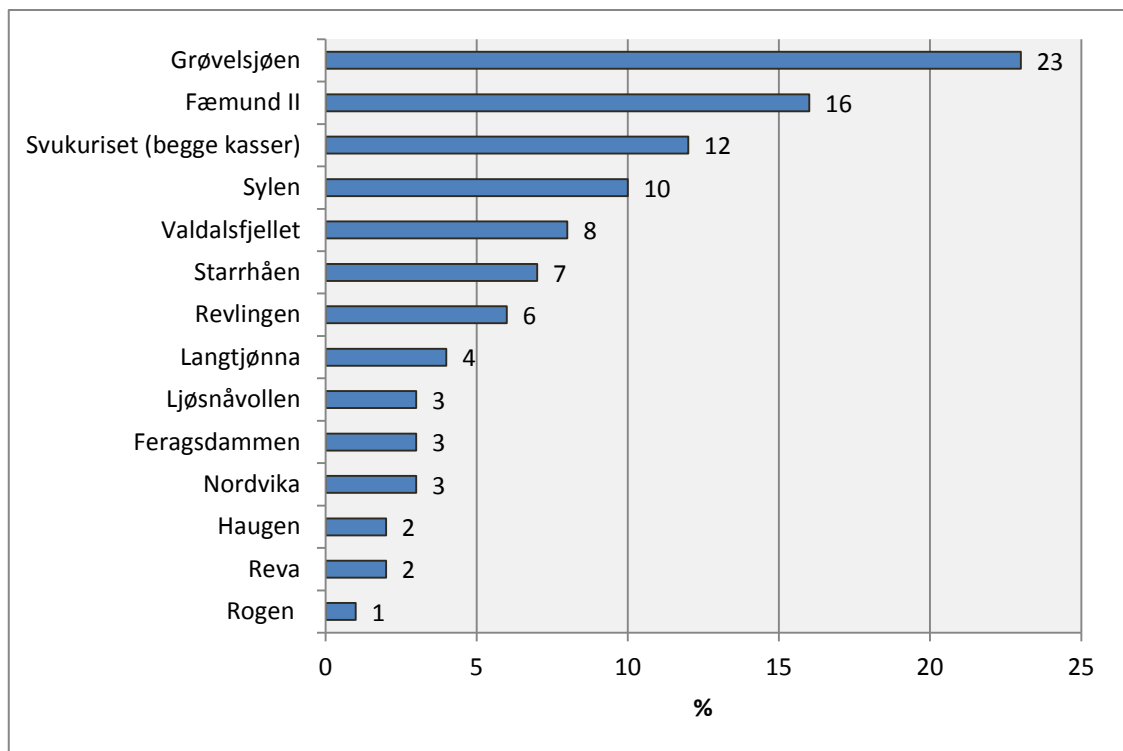
Resultatene i figur 23 gjelder den relative fordelingen av nordmenn og utlendinger ved den enkelte innfallsport, uavhengig av *hvor mange* besøkende det er på en innfallsport. Figur 22 viser derimot hvor de utenlandske bosatt utenom Sverige registrerte seg, totalt sett. En ser da at fire av innfallsportene (Grøvelsjøen, Svukuriset, Valdalsfjellet og Sylen) står for nesten to tredjedeler av registreringene av utenlandske besøkende bosatt utenfor Sverige.



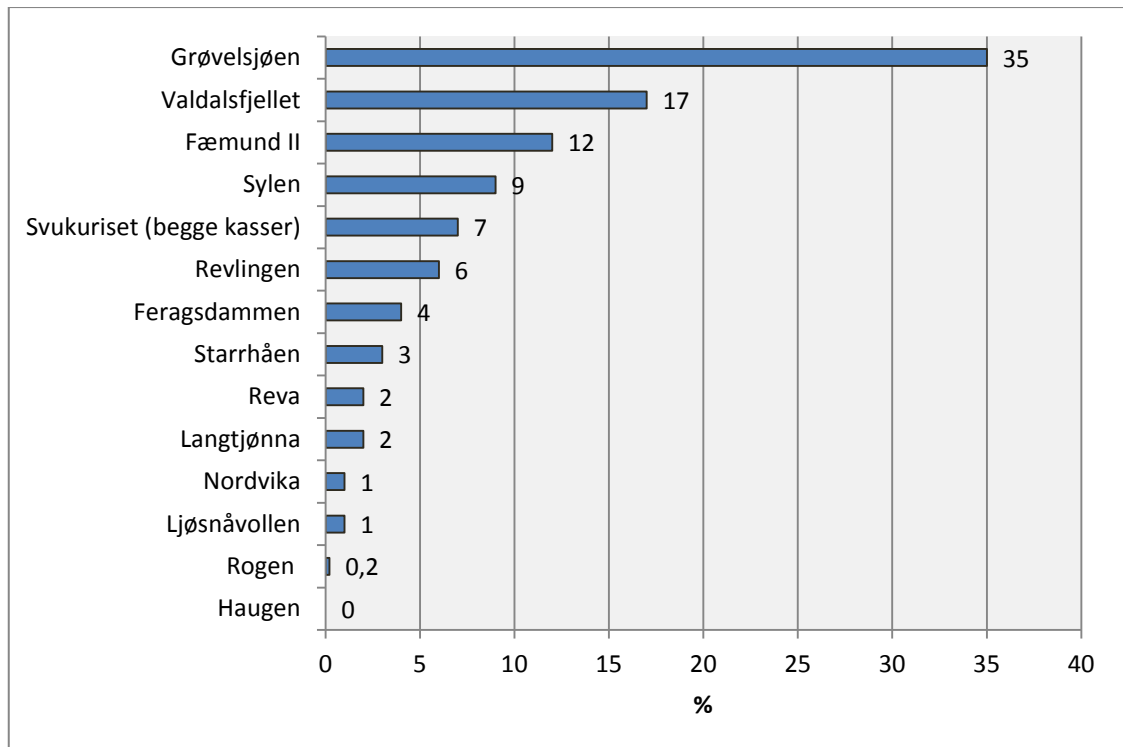
Figur 24. I hvilken kasse registrerte utenlandske besøkende (bosatt utenfor Sverige) seg? (N=601). Pga. avrunding blir summen >100%

Førstegangsbesøkende til området og uerfarne friluftslivutøvere er også av de grupper som kan ha et betydelig behov for informasjon. En ser som forventet at fordelingen av førstegangsbesøkende samvarierer med fordelingen av utenlandske besøkende (figur 25). For førstegangsbesøkende til Femundsmarka er imidlertid Fæmund II en mer brukt innfallsport enn blant utlendinger utenom Sverige. For de uten erfaring fra flerdagers fotturer finner en også flest ved Grøvelsjøen, men også mange ved Valdalsfjellet.

Behovet for informasjon ser med andre ord ut til å være klart størst ved innfallsportene sør i området, sammen med Fæmund II.



Figur 25. I hvilken kasse registrerte de førstegangsbesøkende seg? (N=1422)



Figur 26. I hvilken kasse registrerte de minst erfarne friluftslivutøverne seg (de uten erfaring fra flerdagers fotturer/skiturer)? (N=545)

5 INFORMASJON

5.1 HVOR MANGE SKAFFER SEG INFORMASJON OM TUREN, OG HVA SLAGS INFORMASJONSKILDER BENYTTER DE?

60% hadde skaffa seg informasjon om Femundsmarka før de kom til området i 2015¹. Av de som ikke hadde skaffa seg informasjon på forhånd var det om lag en tredjedel som hadde lang er erfaring fra området (hadde besøkt Femundsmarka mer enn 5 ganger tidligere).

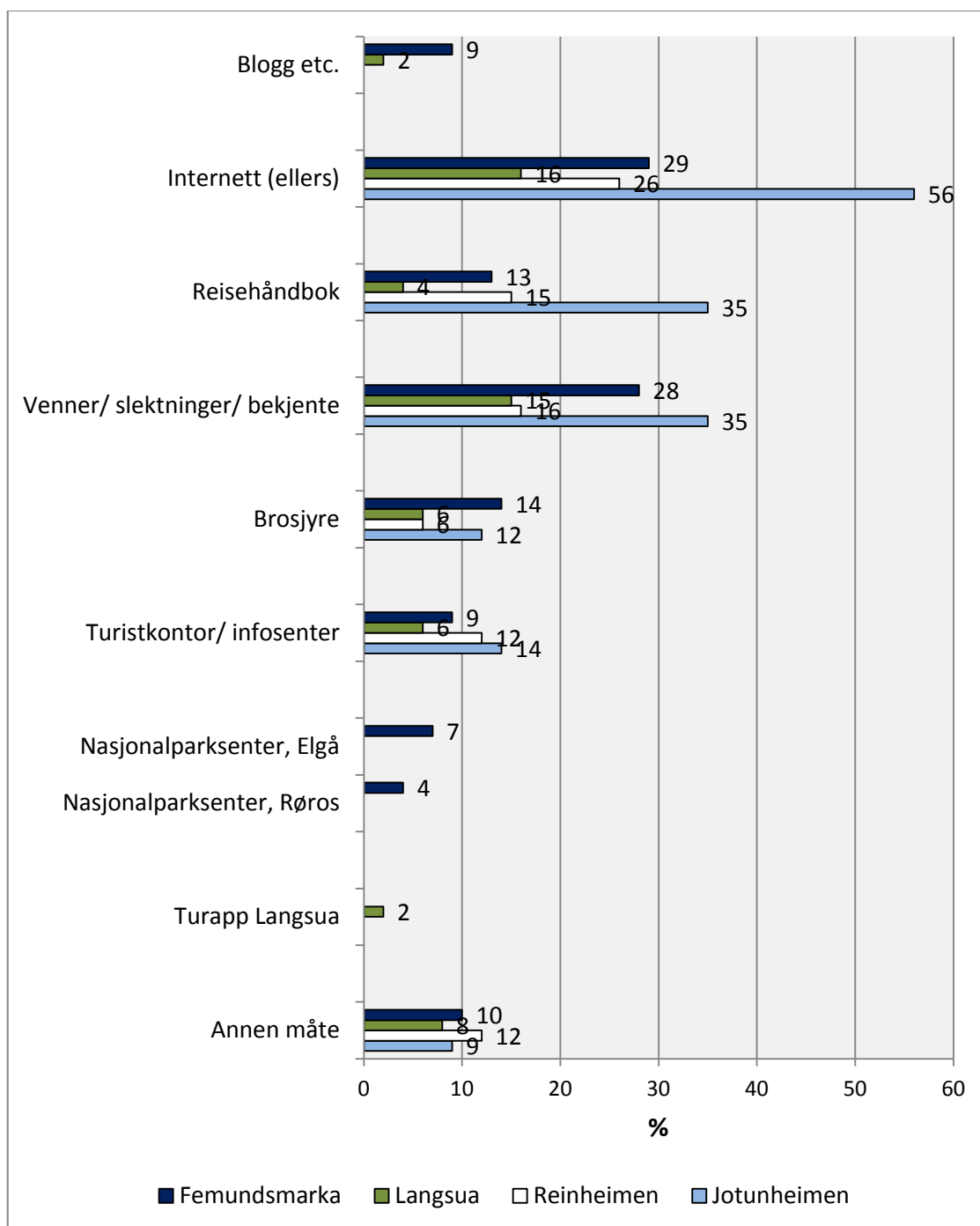
Andelen som skaffer seg forhåndsinformasjon i Femundsmarka er lavere enn i Jotunheimen og Rondane der henholdsvis 77 og 70% hadde skaffet seg informasjon før de kom til området. Men det er høyere enn i Reinheimen (47%) og Langsua (37%). Blant de førstegangsbesøkende hadde 77% skaffet seg informasjon på forhånd, men også 57% av de som hadde vært i området tidligere hadde skaffet seg informasjon om området før de kom til området.

Internett (inkl. blogger) er den mest brukte informasjonskilden for de besøkende til Femundsmarka (figur 27). Til sammen 38 % av de besøkende hadde skaffet seg informasjon fra internett før de kom til området. Informasjon fra slekt, venner og bekjente også en viktig informasjonskilde som 28% hadde benyttet. I de andre undersøkelsesområdene er det spurt om informasjonssentra og turistkontorer samlet. I Femundsmarka ble nasjonalparksenteret på Røros og Elgå skilt ut som egne kategorier. 7% av de besøkende hadde benyttet informasjonssenteret på Elgå, og 4% på Røros. Informasjonssentrene har også andre oppgaver enn å betjene besøkende, f.eks. opplegg for skoleklasser, men i Femundsmarka er de et informasjonstilbud relativt få av de besøkende benytter, særlig sett opp mott ressursene som kreves for å drifte slike sentra.

Sammenlignet med andre nasjonalparker er andelen som har vært inne på en blogg før turen, høy i Femundsmarka, sammenlignet med Langsua (i de andre områdene inngikk blogg i spørsmålet om internett). Dette skyldes muligens aldersforskjeller, muligens større andel regionale brukere i Langsua som kjenner området fra før, og at færre i Langsua skaffa seg informasjon før turen.

Svenske besøkende skiller seg ut ved at under halvparten hadde skaffet seg forhåndsinformasjon, sammenlignet med ca. 70% både blant nordmenn og utlendinger bosatt utenom Sverige. Bruken av ulike informasjonskilder blir da generelt lavere blant de svenske besøkende, men de skiller seg ut på ett punkt; brosjyrer. 23% av svenskene hadde skaffet seg informasjon fra en brosjyre før turen, mens andelen blant nordmenn og utlendinger ellers var 13-14%. Informasjon fra venner/slektninger/bekjente er naturlig nok viktigst for norske besøkende (39% mot ca. 20%), mens reisehåndbøker er desidert viktigst for utlendinger bosatt utenom Sverige (36% mot under 10% blant nordmenn og svensker). I forhold til mellemeuropeere vil det derfor kunne være effektivt å jobbe mot utgivere av reisehåndbøker i disse landene, i tillegg til internett, for å nå denne målgruppen.

¹ Vekta for friluftsliverfaring.



Figur 27. Andel som hadde skaffet seg informasjon fra ulike kilder før de kom til Langsua, Reinheimen og Jotunheimen. Flere svaralternativer var mulig, slik at summen overstiger 100%.

På spørsmålet om hvilke nettsider som er benyttet, var det mange som ikke spesifiserte hvilke sider de hadde benyttet («glemt»/ «ulike sider»/ «google» etc.). Av de 189 som oppga en konkret side, var det 85 som nevnte DNTs sider (ut.no, turistforeningen.no, mm.). I Langsua gjaldt dette 54 av 94 og i Reinheimen 30 av 48 . Også i Jotunheimen var turistforeningens sider de klart mest benyttede. I Femundsmarka var det ellers 19 som nevnte nasjonalparkstyrets eller informasjonssenterets sider, mens 10 nevnte Grenselandets sider.

Blant de som oppgir at de har skaffet seg informasjon på «annen måte» (10 % av de spurte) nevner en fjerdedel kart, og en del nevner turistforeningen og ulike bøker. Alt i alt ser det ut til at DNT er den viktigste *enkel*informasjonskilden i dag for de som besøker Femundsmarka. Dette er i samsvar med resultatene fra Langsua, Reinheimen og Jotunheimen. Det ser altså ut til at de som oppsøker nasjonalparkene og skaffer seg informasjon på forhånd søker informasjon hos friluftslivorganisasjonene/ikke-kommersielle aktører framfor reiselivsaktører. Videre viser resultatene at mange kilder benyttes, og at det i en informasjonsstrategi er viktig å tenke helhet for ulike medier; internett, skilt, brosjyrer og andre publikasjoner.

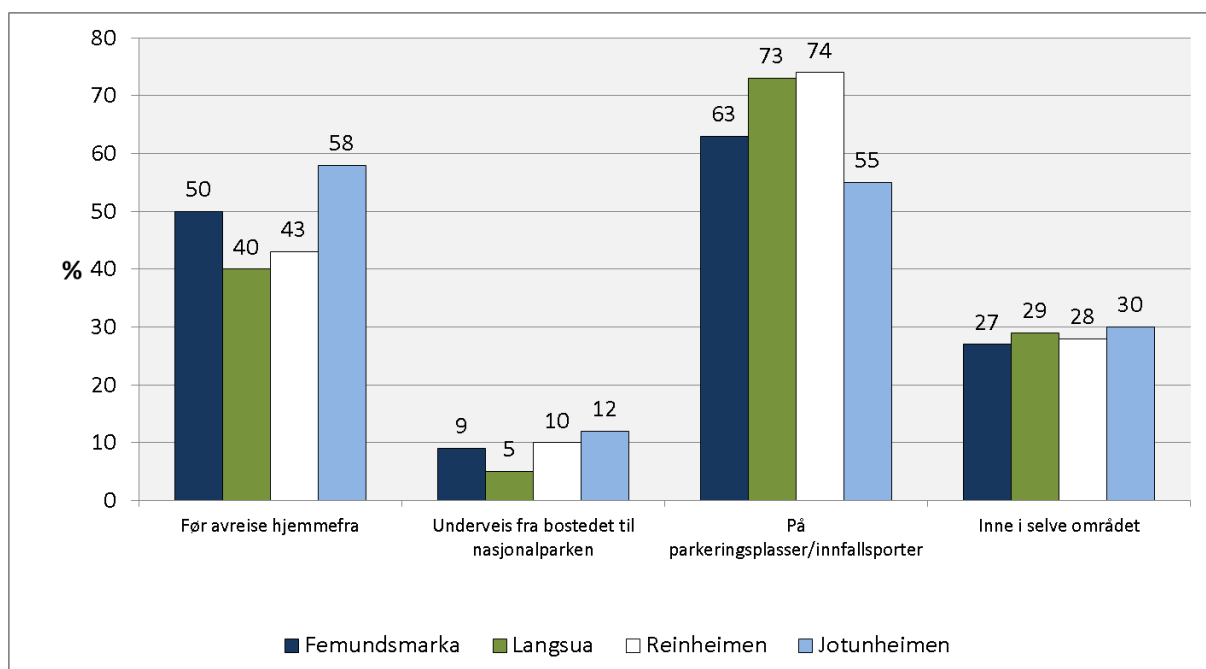
5.2 SAVNER DE BESØKENDE INFORMASJON NÅR DE ER I FEMUNDSMARKA?

Det ser i liten grad ut til at de besøkende til nasjonalparker savner informasjon når de først er i området. Bare 11% i Femundsmarka, Langsua og Reinheimen, 10% i Jotunheimen og 7% i Rondane sa at de savnet informasjon under besøket i disse parkene. I Femundsmarka var det ikke forskjeller i forhold til nasjonalitet. Som i de andre parkene som er med i sammenligningen savnes det i hovedsak *informasjon av praktisk karakter*, som bedre skilting og distanseangivelser.

5.3 PREFERANSER FOR TIDSPUNKT FOR INFORMASJON

Deltakerne i undersøkelsen ble spurt om når/hvor de helst ville hatt informasjon, dersom forvaltningsmyndigheten skulle gitt mer informasjon om området (figur 28). Det var her mulig å gi flere svar. Av figur 28 ser en at det er et mønster på tvers av parkene. Det foretrukne tidspunktet for informasjon er enten i hjemmesituasjonen eller på parkeringsplasser/innfallsporter. Den lave andelen som ønsker informasjon underveis fra bostedet til nasjonalparken, kan være noe av forklaringen på hvorfor såpass få har besøkt informasjonssentrene ved Elgå eller Røros.

Det var liten forskjell i forhold til nasjonalitet for når folk ønsket å motta informasjon.



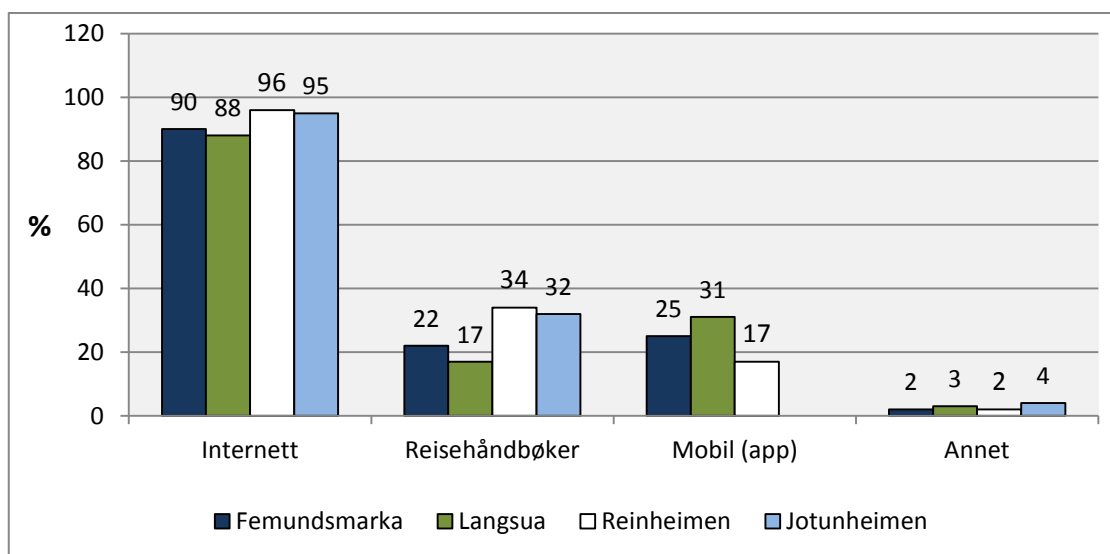
Figur 28. Når ønsker de besøkende i Femundsmarka, Langsua, Reinheimen og Jotunheimen å motta informasjon, dersom forvaltningsmyndigheten ønsker å gi mer informasjon om området? (Det var her mulig å krysse av for flere svaralternativer, slik at summen overstiger 100%).

5.4 PREFERANSER FOR INFORMASJONSKANAL

Alle spørsmålene om preferanser for informasjonskanal ble stilt slik at det var mulig å krysse av for flere informasjonskanaler. En vet fra tidligere undersøkelser at folk bruker mange ulike informasjonskanaler, og å be folk velge bare en av disse kanalene, vil gi et mer begrenset bilde av preferansene.

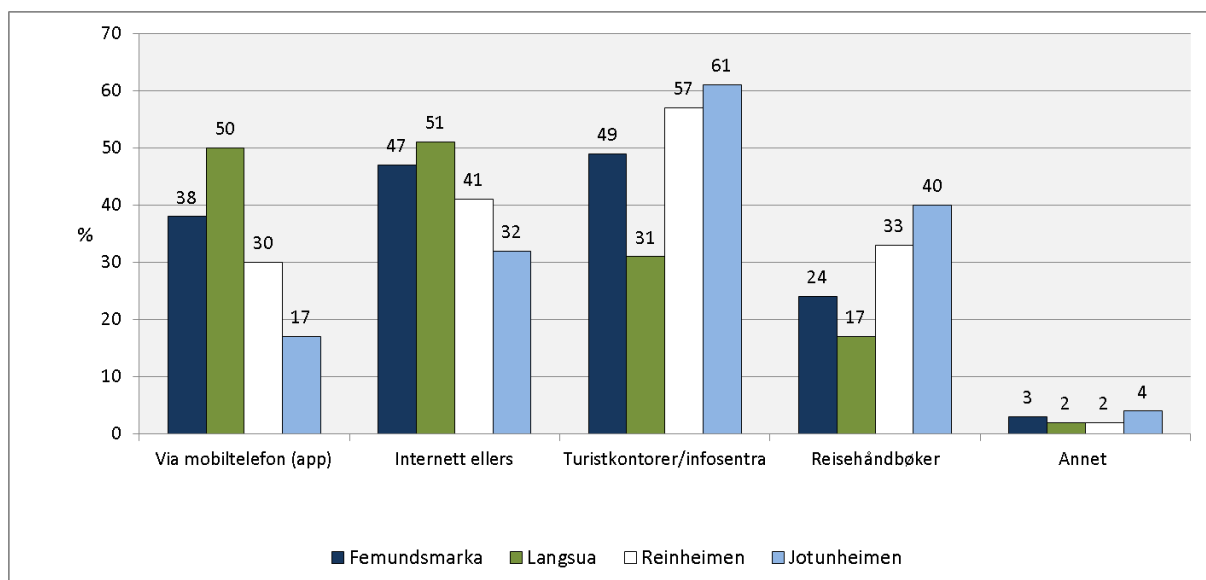
Spørsmålet om foretrukket informasjonskanal/-kilde ble kartlagt i forhold til de fire tidspunktene for å motta informasjon nevnt foran (hjemme, underveis, ved innfallsport, inne i området). I hjemmesituasjonen er internett den klart foretrukne informasjonskilden. Dette gjelder både nordmenn og utlendinger. Om lag 90% sier at de ønsker informasjon via internett når de er hjemme. 22% ønsker informasjon via reisehåndbøker, 25% via mobil (app) og 2% ønsker informasjon på andre måter når de er i hjemmesituasjonen (først og fremst brosjyrer) (figur 29).

Utenlandske besøkende bosatt utenom Sverige ønsker i større grad enn norske besøkende informasjon via reisehåndbøker (37%, sammenlignet med ca. 20% blant nordmenn og svensker). Om lag 30% av nordmennene ønsker informasjon via mobil (app), sammenlignet med 17-18% blant svenskene og andre utlendinger.



Figur 29. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende når de er hjemme?
(Femundsmarka: N=695, Langsua: N= 551, Reinheimen: N=246, Jotunheimen: N=1369)

Når folk er underveis fra hjemme og til Femundsmarka, er internett og turistkontorer de foretrukne informasjonskanalene (figur 30)¹. Utlendinger bosatt utenom Sverige foretrekker i større grad enn svensker og nordmenn å bruke turistkontorer og informasjonssentra underveis på turen (henholdsvis 61, 47 og 38%). Det samme gjelder for reisehåndbøker (henholdsvis 32, 25 og 18%). Nordmenn foretrekker i noe større grad enn utlendingene generelt å få informasjon via mobil på dette stadiet av reisen (45 mot 35-36%).

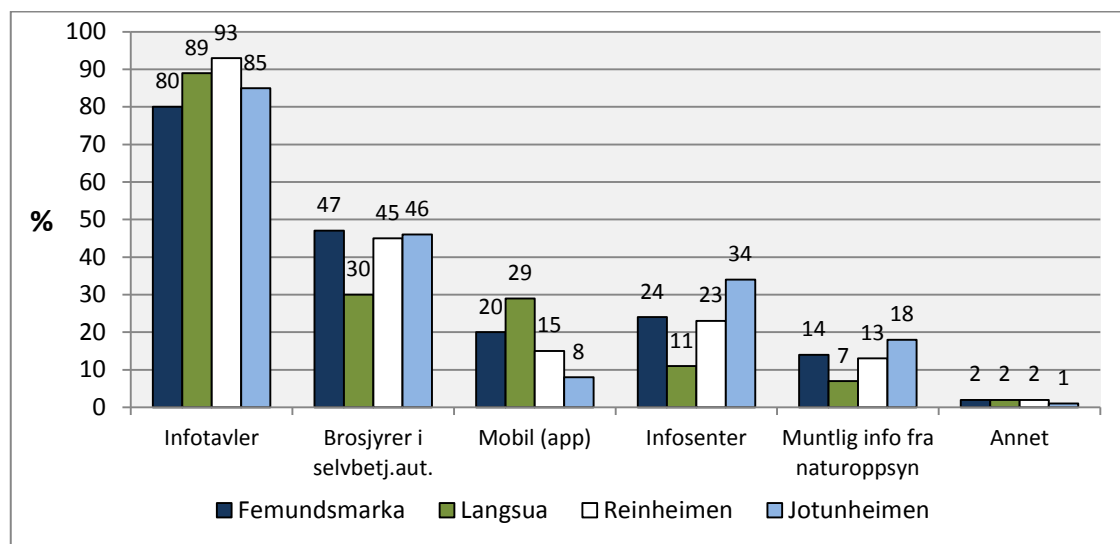


Figur 30. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende når de er underveis fra bostedet til området? Femundsmarka (N=632), Langsua (N=478), Reinheimen (N=223) og Jotunheimen (N=1195)?

¹ Resultatene er vektet for erfaring fra flerdagers fotturer.

Ved innfallsportene til Femundsmarka er informasjonstavler den informasjonsmåten flest foretrekker (80%) sammen med brosjyrer i selvbetjeningsautomater (47%)¹ (figur 31). Resultatene samsvarer med det en har funnet tidligere i Reinheimen og Jotunheimen. Langsua skiller seg noe ut, noe som antakelig skyldes ulikheter i brukersammensetning, med stor andel regionale brukere.

Informasjonstavler er like høyt prioritert av nordmenn og utlendinger. Utlendinger bosatt utenom Sverige er mest positive til brosjyrer i selvbetjeningsautomater. 61% ønsker slik informasjon ved innfallsportene, sammenlignet med 49% blant svensker og 33% blant nordmenn. Samme tendens ser en for informasjonssentra, der henholdsvis 32, 23 og 18% ønsker slik informasjon ved innfallsporten. Nordmenn er derimot de mest ivrige på informasjon via mobil. 32% blant de norske besøkende, 23% blant de svenske og 18% blant utlendinger bosatt utenom Norden ønsket informasjon via mobil.



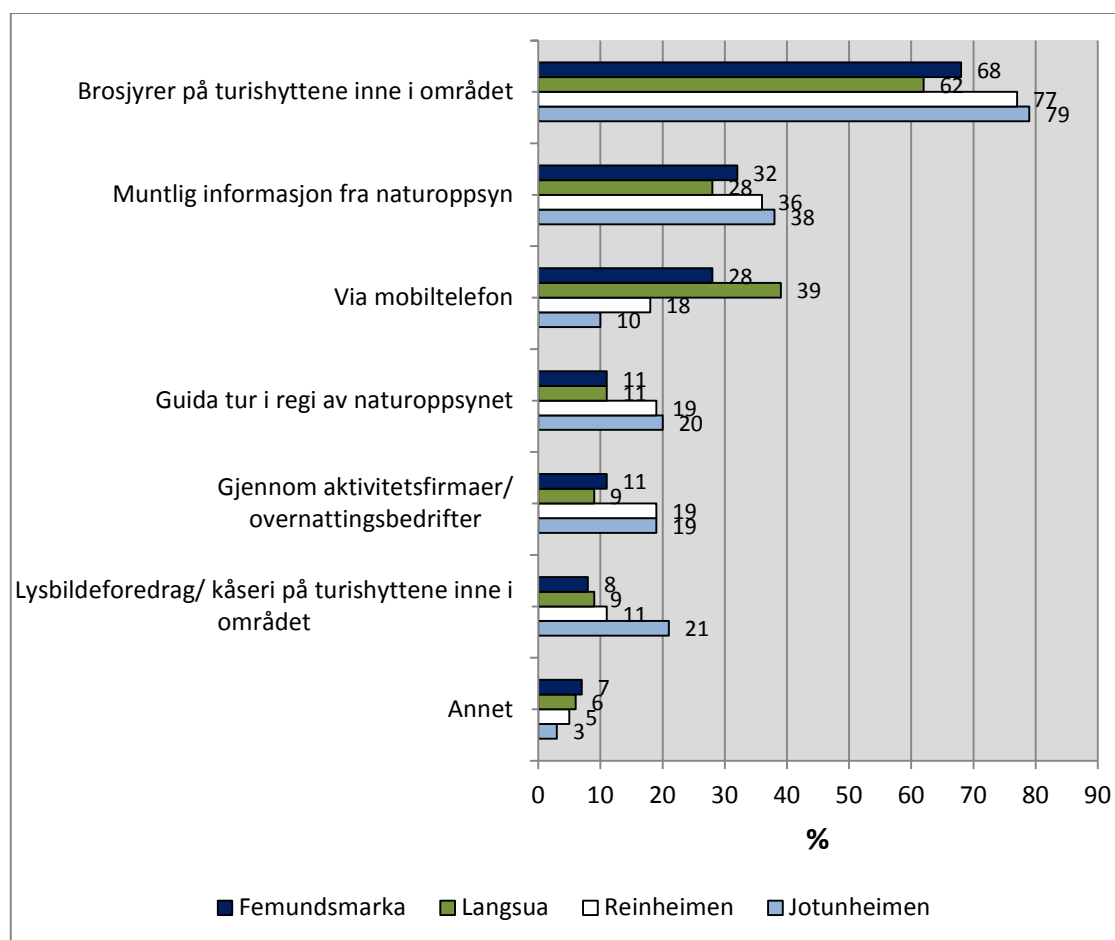
Figur 31. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende ved innfallsporter/parkeringsplasser til Femundsmarka (N=677), Langsua (N=536), Reinheimen (N=239) og Jotunheimen (N=1311)?

Inne i Femundsmarka er det brosjyrer på turisthyttene som foretrekkes av flest (68%)¹. Om lag like mange ønsker muntlig informasjon fra naturoppsyn de treffer på ute i fjellet (32%) og mobil (28%). Få (om lag 10%) ønsker informasjon enten via aktivitetsfirmaer/overnattingsbedrifter, guida turer i regi av naturoppsynet eller lysbildeforedrag/kåseri på turisthyttene i området.

Brosjyrer på turisthyttene og muntlig informasjon fra naturoppsyn de treffer på ute i fjellet er de foretrukne informasjonskildene i alle de fire områdene vi har sammenlignet.

¹ Vektet for friluftsliverfaring

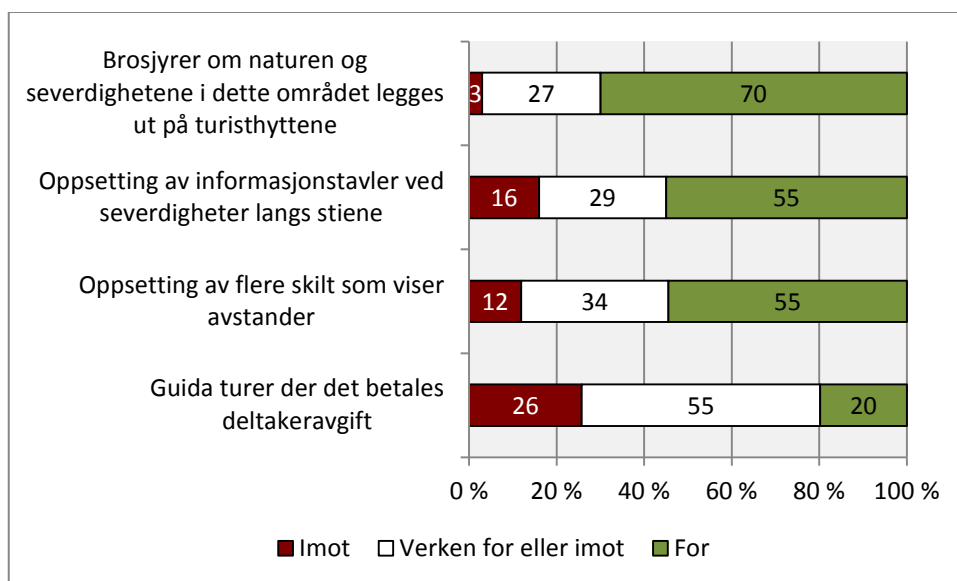
Det er relativt små forskjeller mellom nasjonalitetsgrupper når det gjelder ønsker om informasjon inne i området. Nordmenn er noe mer positive til muntlig informasjon fra naturoppsyn (41%), sammenlignet med svensker (26%) og andre utlendinger (32%).



Figur 32. Hva slags informasjonskanal foretrekker de besøkende inne i Femundsmarka (N=616), Langsua (N=475), Reinheimen (N=222) og Jotunheimen (N=1248)?

Det ble også stilt et direkte spørsmål om hvordan de besøkende ville stille seg til fire konkrete informasjonstiltak inne i området (figur 33). Brosjyrer på turisthyttene er også da det mest populære informasjonstiltaket inne i området, men også infotavler og avstandsskilt vurderes som positivt. Interessen for en guida tur der det betales deltakeravgift er mer begrensa. Resultatene er i samsvar med undersøkelsene i Langsua, Reinheimen og Jotunheimen.

Når det gjelder guida turer mot betaling kan det nevnes at det i Jotunheimen i 1992 ble det brukt en annen spørsmålsformulering; "Organisering av informasjonsturer med nasjonalparktjenesten". Hele 61% var positive til en slik tur i 1992, mens i 2010 var bare 27% positive til «Guida turer der det betales deltakeravgift». Det ser derfor ut til at betalingen er utslagsgivende i forhold til dette tiltaket.



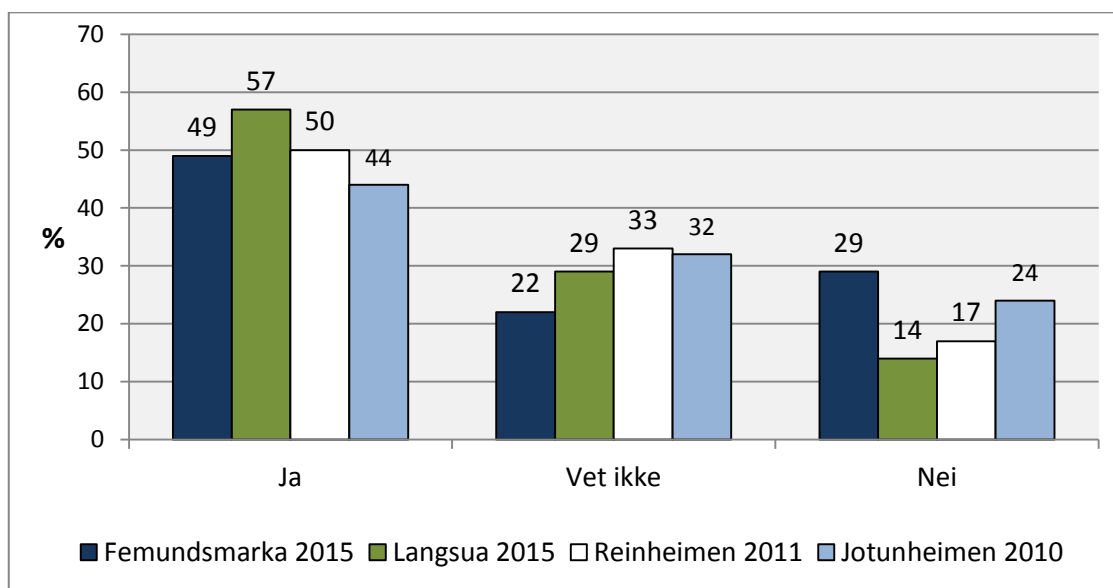
Figur 33. Hvordan ville du som friluftslivutøver stille deg til følgende informasjonstiltak i verneområdet? (Svarene for avstandsskilt og guida turer er vekta for friluftsliverfaring).

5.5 KUNNSKAP OM REGELVERKET

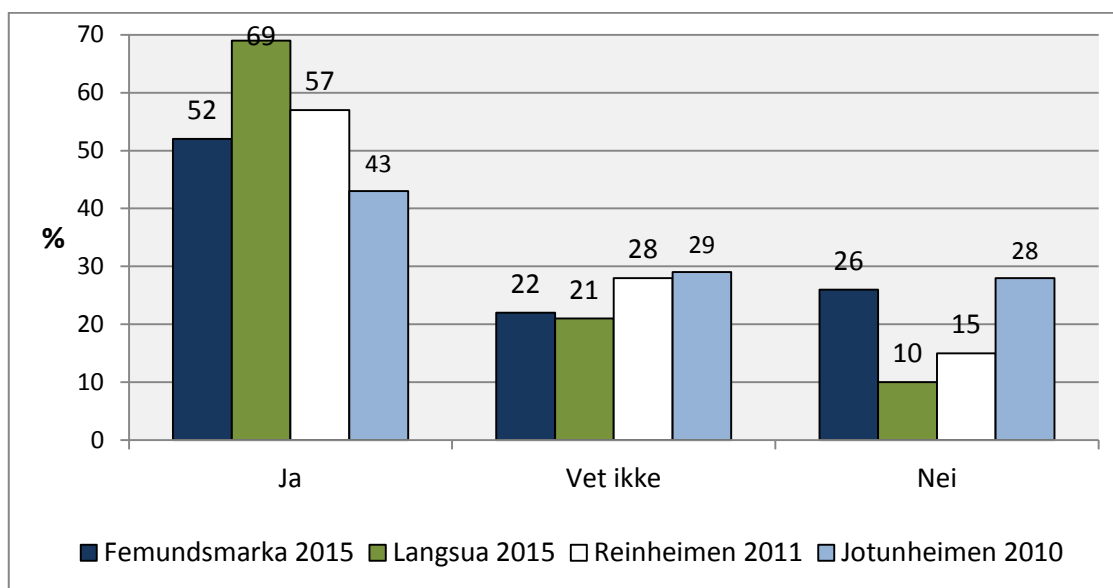
Det ble stilt to spørsmål om kunnskap til regelverket. I Langsua, Reinheimen og Jotunheimen har det vært stilt fire spørsmål, men pga. plasshensyn ble det stilt kun to spørsmål i Femundsmarka. I Jotunheimen har spørsmålene vært stilt både i 1992, 2002 og 2010. Den tydeligste trenden i Jotunheimen har vært at det blir flere og flere som sier at de ikke kjenner regelverket.

For alle fire spørsmål er riktig svar ja. I Femundsmarka er det om lag halvparten som vet at jakt og fiske er tillatt, og også at det er lov å ta tørre kvister til brensel på stedet. Sammenligner en de ulike nasjonalparkene, ser en at andelen som kjenner regelverket på disse punktene er noe høyere i Langsua enn de andre parkene. Dette skyldes mest sannsynlig at andelen norske besøkende her var adskillig høyere enn i de andre parkene.

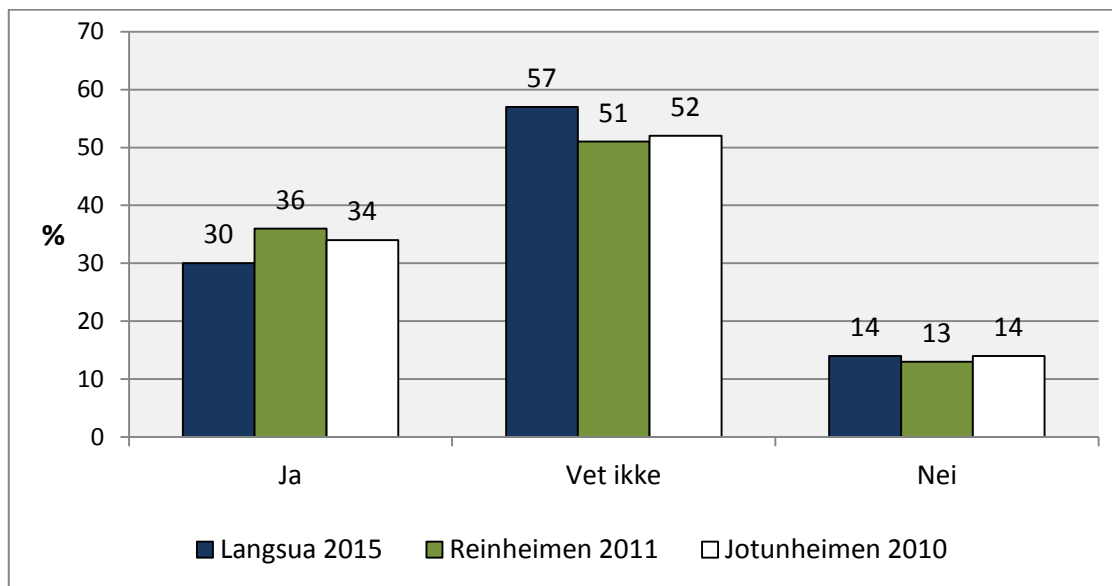
Svarene fra de andre parkene på om det kan gis tillatelse til utvidelser/ombygging av turisthytter og motorferdsel i forbindelse med merking av løyper, er tatt med for å illustrer at kjennskapet til regelverket er begrenset blant de besøkende. Nå kan det hevdes at det ikke spiller noen rolle om de besøkende kjenner til alle sider ved regelverket, som at det kan gis tillatelse til utvidelser av turisthyttene. Men det er grunn til å tro at svargivningen på disse spørsmålene reflekterer generell kunnskap til regelverket for nasjonalparkene. Resultatene er derfor et signal om at det er et betydelig og økende behov for informasjon om regelverket for nasjonalparken, særlig i forhold til utenlandske besøkende.



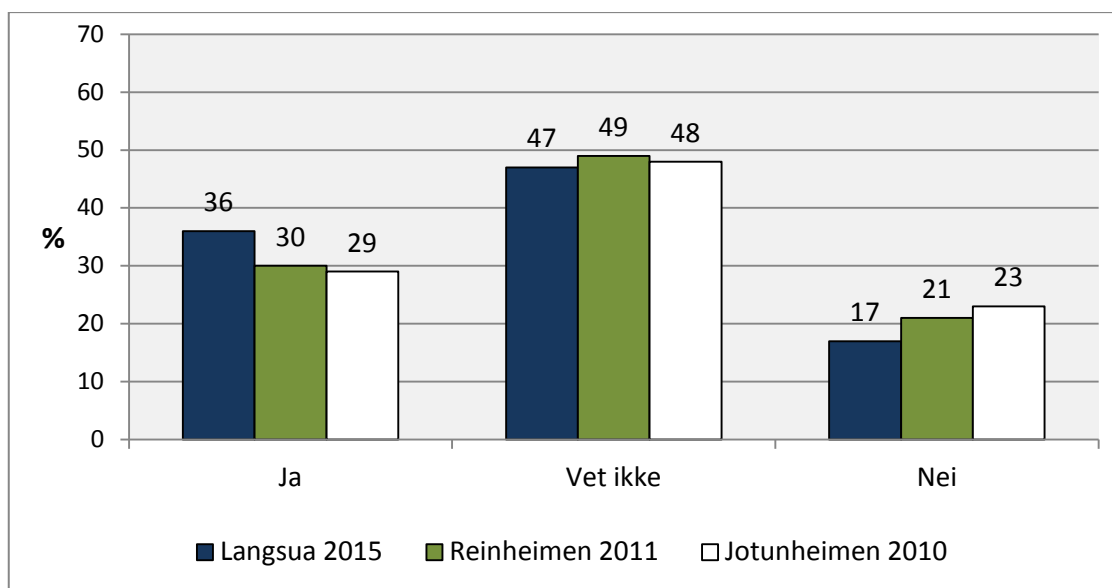
Figur 34a. Er det lov å ta tørre kvister og nedfallent virke til brensel på stedet? (Femundsmarka: Vekta for friluftsliverfaring)



Figur 34b. Er jakt, fangst og fiske tillatt? (Femundsmarka: Vekta for friluftsliverfaring)



Figur 34c. Kan det gis tillatelse til utvidelse/ombygging av turisthytter?



Figur 34d. Kan det gis tillatelse til motorisert ferdsel i forbindelse med merking av løyper?

Figur 34. Kunnskap om regelverket for parken (Langsua: Alle fire spørsmål er vektet for førstegangsbesøkende, Reinheimen: Alle fire spørsmål er vektet for erfaring fra flerdagers fotturer)

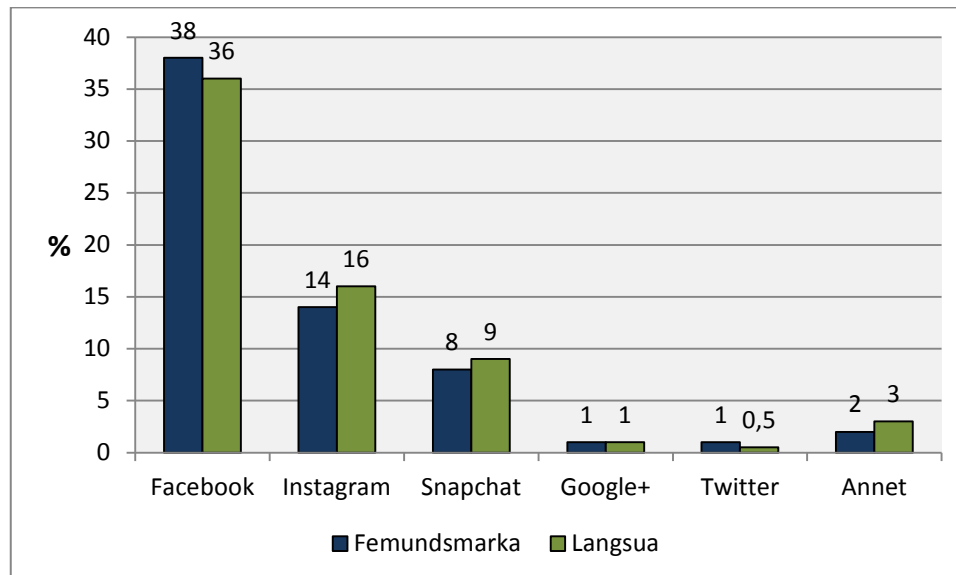
5.6 DELING AV OPPLEVELSENE I FEMUNDSMARKA VIA SOSIALE MEDIER

Bruken av sosiale medier har eksplodert de siste årene. «Munn-til-munn»-markedsføring har alltid vært viktig, men har fått økt betydning gjennom utviklingen av sosiale medier. I undersøkelsene i Femundsmarka og Langsua i 2015 ble det derfor tatt med et spørsmål som ikke har vært inkludert i tilsvarende undersøkelser tidligere, om de besøkende delte opplevelsene i nasjonalparken via sosiale medier.

Bruken av sosiale medier viser seg å være svært lik i de to områdene. 44% av de spurte hadde brukt sosiale medier for å dele opplevelsene i Femundsmarka, sammenlignet med 43% i Langsua.

I aldersgruppene mellom 15 og 54 var andelen ca. 50% i begge parkene, i aldersgruppen 55-64 var den ca. 35%. Blant de på 65 eller eldre var det 27% i Langsua og 19% i Femundsmarka som hadde delt opplevelsene på sosiale medier. Nordmenn er langt mer ivrige etter å dele opplevelsene via sosiale medier enn utenlandske besøkende (hhv. 46 og 17% i Langsua sammenlignet med 52% blant norske besøkende, 44% blant svenske besøkende og 21% blant utlendinger ellers i Femundsmarka). Ellers var det flere blant de som hadde hentet informasjon fra blogg/facebook/sosiale medier ellers som også delte opplevelsene via sosiale medier (66%).

Facebook er den kanalen som flest bruker, i tillegg til Instagram og Snapchat (figur 35).



Figur 35. Andel som har delt opplevelsene i Femundsmarka og Langsua via ulike former for sosiale medier. I alt hadde 43-44% av de besøkende benyttet en eller flere sosiale medier for informasjonsspredning i begge områder.

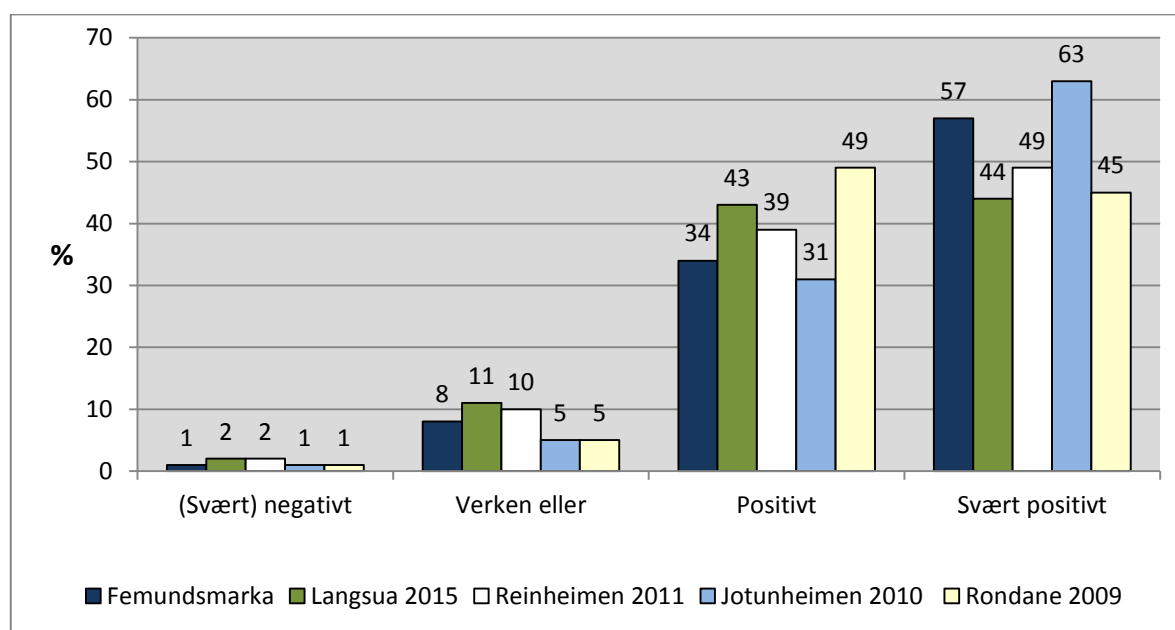
6 HVORDAN OPPLEVER DE BESØKENDE DAGENS TILSTAND I FEMUNDSMARKA?

6.1 FEMUNDSMARKA SOM NASJONALPARK OG VILLMARKSOMRÅDE

De fleste besøkende (89%) var klar over at Femundsmarka var vernet før de kom til området. I Jotunheimen var andelen 96%, mens den var på «bare» 72% i Reinheimen og 70% i Langsua, begge ganske nye nasjonalparker.

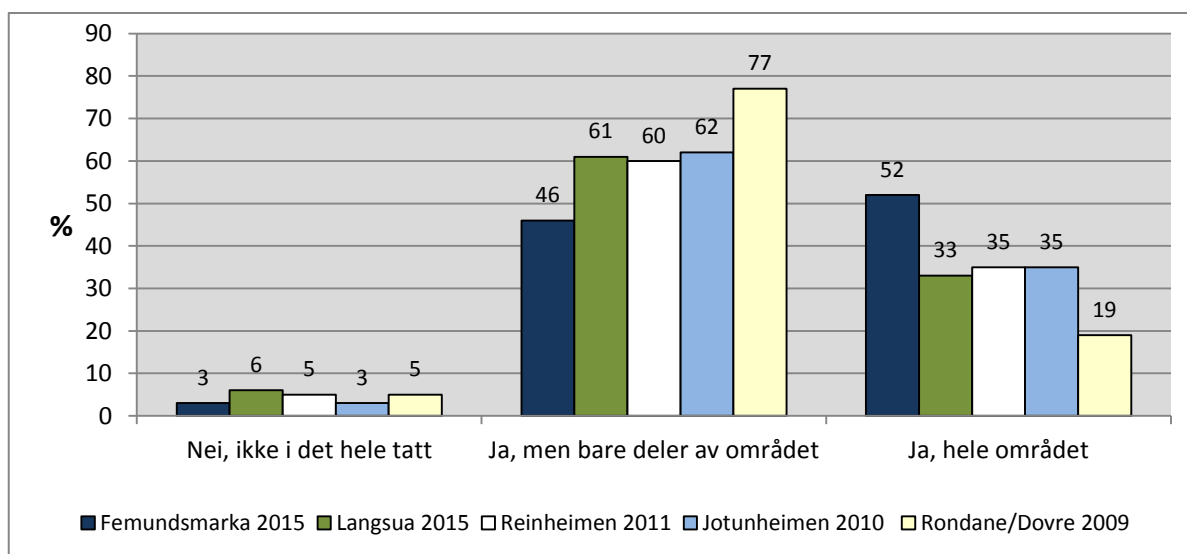
Nesten alle nordmenn visste at Femundsmarka var vernet (97%). Det var kanskje noe overraskende at nasjonalparkstatusen var bedre kjent blant utlendinger bosatt utenfor Sverige (87%) enn blant svenskene (73%).

De fleste synes det er positivt at Femundsmarka er vernet, og bare en prosent synes det er direkte negativt (figur 37).



Figur 37. Holdninger til vern blant de besøkende i Femundsmarka, Reinheimen, Jotunheimen og Rondane

De besøkende ble også spurt om de oppfatter Femundsmarka som et villmarksområde. Bare 2% er uenige i dette. Sammenlignet med Langsua, Reinheimen, Jotunheimen og Rondane er det imidlertid mange som opplever hele området som et villmarksområde. Over halvparten i Femundsmarka var enige i dette, mot ca. 35% i Langsua, Reinheimen og Jotunheimen, og bare 19% i Rondane/Dovre. Resultatene er en indikasjon på at Femundsmarka har en «villmarkskarakter» det vil være viktig å bevare for de besøkende.



Figur 38. Oppfatter du Femundsmarka, Langsua, Reinheimen, Jotunheimen og Rondane som et villmarksområde? (Resultatene i Femundsmarka er vektet for friluftsliverfaring).

6.2 HVORDAN OPPLEVES FORVALTNINGEN AV FEMUNDSMARKA OG GUTULIA?

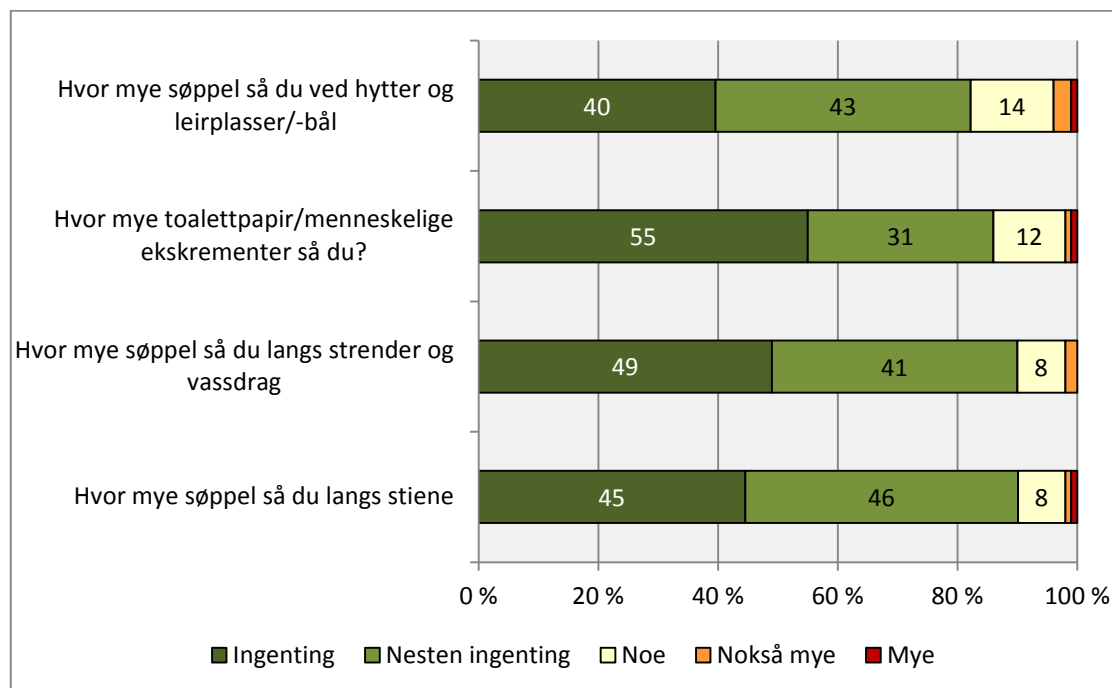
De fleste besøkende er fornøyd både med forvaltningen generelt både i Femundsmarka og Gutulia. 79% av de som fylte ut selvregistreringskort i Femundsmarka og 84% i Gutulia oppga at de var godt fornøyd med forvaltningen. Bare 1% var direkte misfornøyd. Dette er om lag på samme nivå som i de andre nasjonalparker det er sammenlignet med.

Alt i alt er også 86% fornøyd eller svært fornøyd med tilretteleggingen for friluftsliv i Femundsmarka sommerstid. 7% er direkte misfornøyd, og 7% er verken fornøyd eller misfornøyd. Resultatene samsvarer med det en har funnet i Langsua, Reinheimen, Jotunheimen og Rondane. Tilfredshet og forventninger henger sammen, og resultatene er kanskje først og fremst et uttrykk for at forholdene var som forventet.

Selv om de fleste i hovedsak er fornøyd mener likevel 28% at det er ting som burde forbedres når det gjelder tilretteleggingen for friluftsliv. De fleste innspillene gjelder bedre stimerking, skilting og klipping av bløte partier/bruer over bekker og elver. Det er også flere som nevner behov for uttransport av søppel og faste bålplasser. Utfordringer med søppel og bålplasser er lite nevnt i andre nasjonalparker det er sammenlignet med, mens stimerking/skilting/klipping er gjengangere også i andre områder.

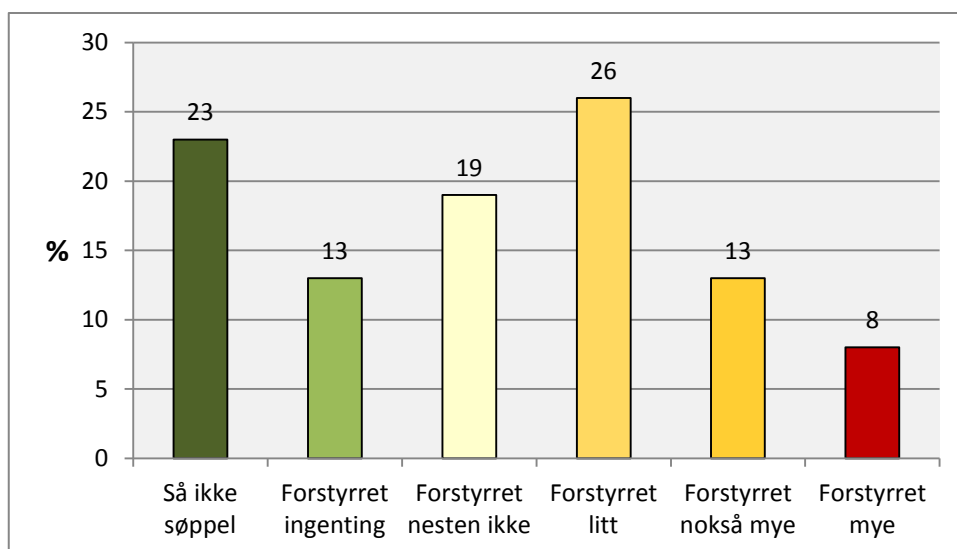
6.3 REGISTRERTE DE BESØKENDE MYE SØPPEL I OMRÅDET?

Om lag tre fjerdedeler av de besøkende registrerte søppel under besøket/besøkende i Femundsmarka. Det ble registrert mest søppel ved hytter og leirplasser/bål (figur 39).



Figur 39. Hvor mye søppel så de besøkende på ulike lokaliteter (spørsmålet om søppel ved hytter er vektet i forhold til friluftsliverfaring)

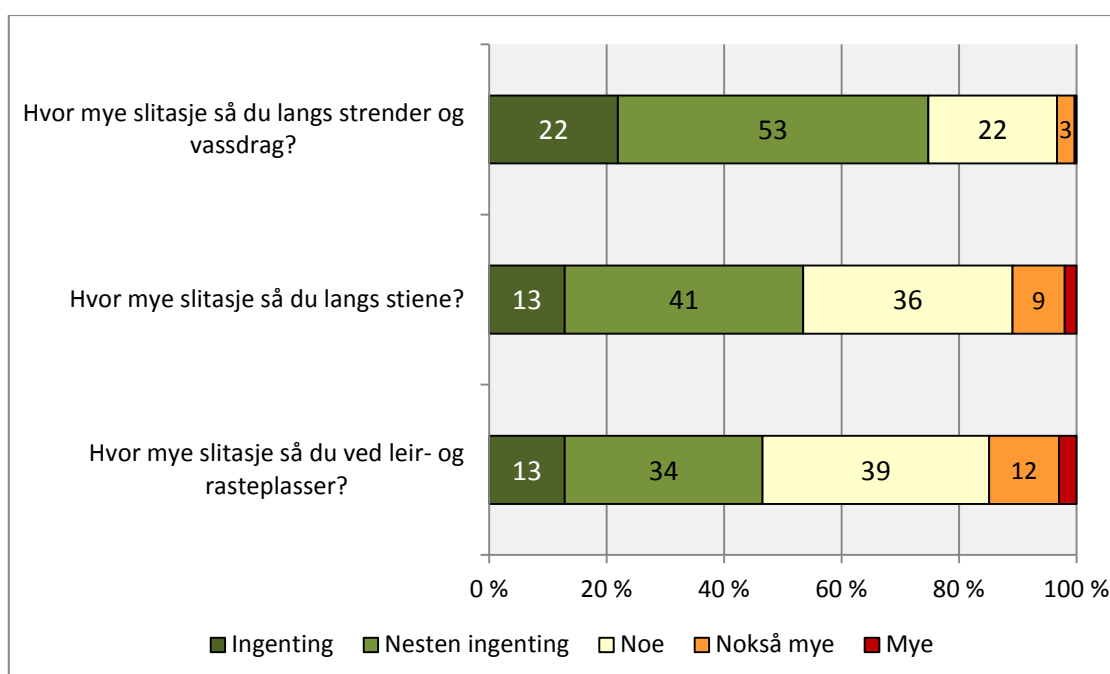
Om det ikke registreres så mye søppel på hver enkeltlokalitet det er spurt om, reagerer flere på totaliteten av søppel de opplever under turen(e). En betydelig andel av de besøkende til Femundsmarka (21%) syntes søppelet de så på turen forstyrre mye/nokså mye. De som hadde vært i Femundsmarka tidligere, reagerte mer negativt på søppelet enn de som ikke hadde vært der tidligere. Andelen som syntes søppel forstyrre litt/nokså mye/mye var henholdsvis 54 og 36%. 27% av de som hadde vært i Femundsmarka tidligere syntes søppel forstyrret nokså mye/mye. Og jo større erfaring de besøkende hadde fra flerdagers fotturer, jo flere syntes søppelet forstyrre. Blant de som ikke hadde vært på noen flerdagers fottur eller bare en slik tur var det om lag en tredjedel som syntes søppel forstyrre litt/nokså mye/mye, mot halvparten blant de som hadde vært på 20 eller flere slike turer. Det var små nasjonsforskjeller.



Figur 40. Ble turen forstyrret av søppelet du så? (Spørsmålet om forstyrrelse er vektet for friluftsliverfaring)

6.4 REGISTRERTE DE BESØKENDE MYE SLITASJE I OMRÅDET?

De aller fleste registrerte slitasje på turen (92%). 22% så mindre slitasje enn forventa, 68% så omtrent som de hadde forventa, mens 9% så mer slitasje enn forventa. Mest slitasje ble registrert ved leir- og rasteplasser.

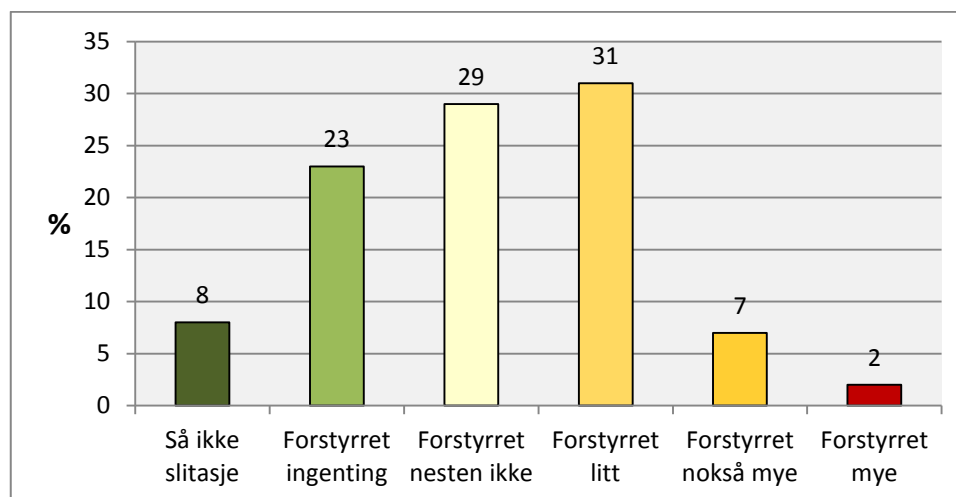


Figur 41. Hvor mye slitasje så de besøkende på ulike lokaliteter?

De besøkende registrerer mer slitasje enn søppel, men reagerer mindre på slitasjen enn søppelet. Under 10% av de besøkende mente at slitasjen de opplevde i løpet av turen forstyrret nokså mye eller mye.

Utlendinger bosatt utenom Sverige var mest forstyrret av slitasje. 58% av disse rapporterte at de var litt, nokså mye eller mye forstyrret av slitasjen (de aller fleste i kategorien «litt forstyrret»).

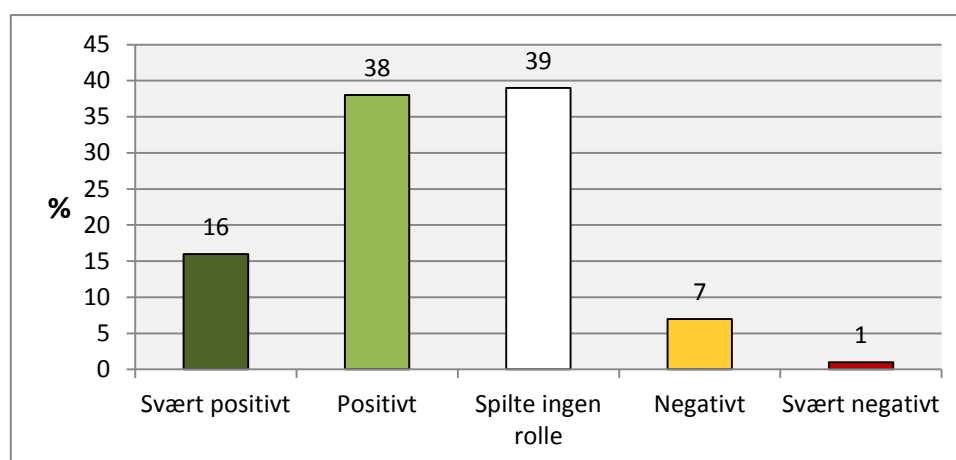
Tilsvarende andel for svenske og norske besøkende var 44 og 31%.



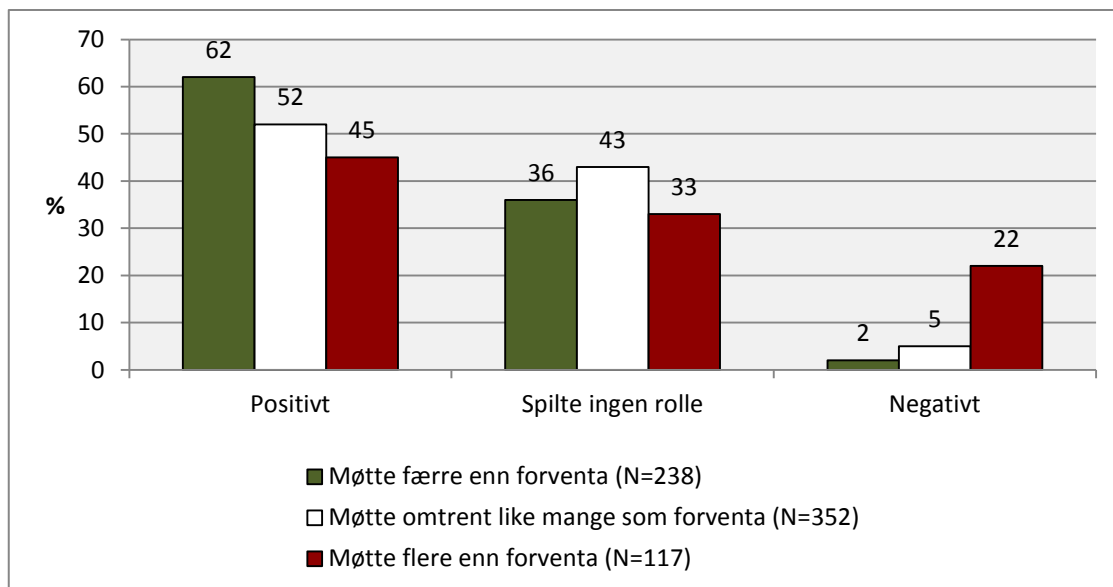
Figur 42. Ble turen forstyrret av slitasjen du så?

6.5 ANDRE BRUKERE

Få (8%) opplevde det som negativt å møte andre folk i løpet av turen. Opplevelsen av andre brukere påvirkes imidlertid sterkt av hvilke forventninger folk har til å møte andre. Blant de som møtte flere enn de hadde forventa (26%), var det 22% som opplevde møtet med andre som negativt (figur 43). I andre enden av skalaen ser en at de som møtte færre enn forventa (34%), opplevde 62% møtet med andre som positivt.



Figur 43. Hvordan opplevde du å møte andre folk i løpet av turen?

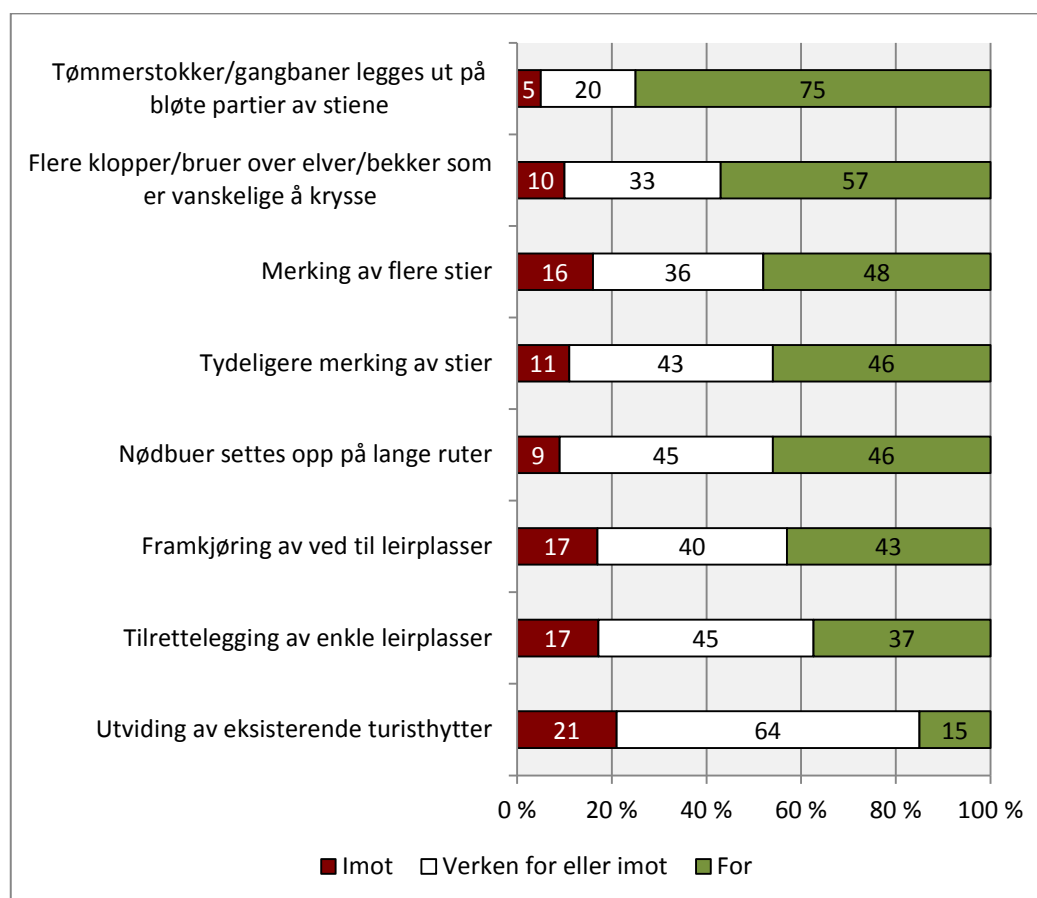


Figur 44. Hvordan opplevde du å møte andre folk i løpet av turen – sett i forhold til hvor mange de besøkende forventa å møte

7 SYNSPUNKTER PÅ MULIGE FRAMTIDIGE TILRETTELEGGINGSTILTAK

De besøkende ble stilt en rekke spørsmål om hvordan de ville stille seg til ulike konkrete forvaltningstiltak. På direkte spørsmål om ulike tiltak er det tiltak som gjør det enklere å ferdes over bløte partier og å krysse elver/bekker som får størst oppslutning (figur 45). Dette må ses i sammenheng med at sommeren 2015 var nedbørsrik.

Mellom 45 og 50% er også positive til bedre merka/utvida merking av stier. Det er derimot liten oppslutning om å utvide eksisterende hytter (15% for). Her er også relativt mange imot (21%).



Figur 45. Hvordan ville du som friluftslivutøver stille deg til følgende tiltak i verneområdet? (Resultatene er vekta i forhold til friluftsliverfaring.)

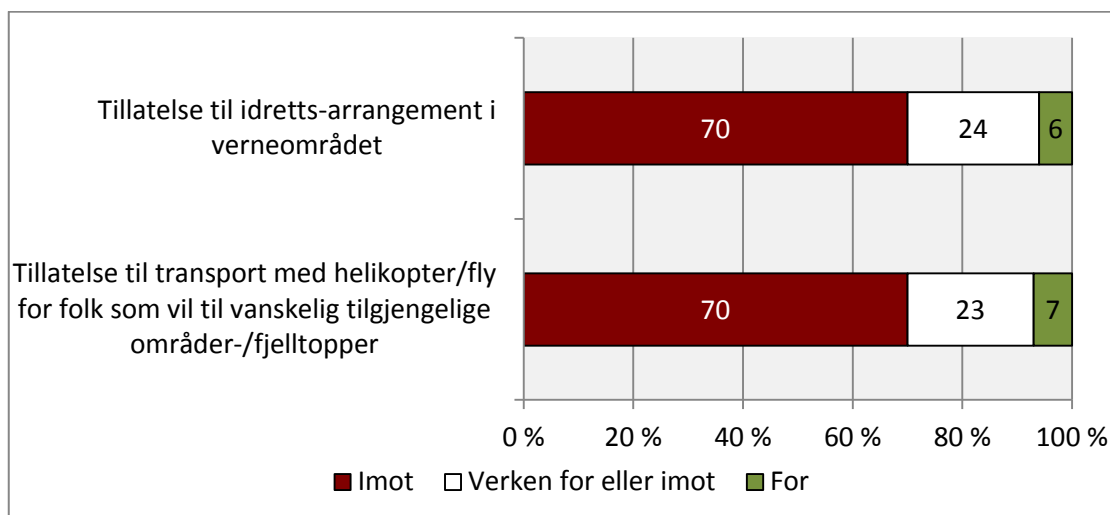
Utenlandske besøkende bosatt utenom Sverige er gjennomgående noe mindre positive til tilrettelegging enn norske og svenske besøkende. Dette gjelder ikke alle tiltak, men er markert for noen tiltak. Mens 11% av svenske besøkende og 16% av norske besøkende er negative til merking av flere stier, gjelder dette hele 39% av utlendingene bosatt utenom Sverige. Tilsvarende er 17% av svenskene, 20% av nordmennene og 42% av utlendinger utenom svenskene negative til utvidelse av eksisterende turisthytter. Motstanden mot å legge ut flere klopper/bruer over elver og bekker det er vanskelig å krysse er liten blant nordmenn (9%) og svensker (6%). Blant bosatte

utenfor Norge/Sverige er det 21% som er imot et slikt tiltak. Når det gjelder framkjøring av ved til leirplasser er svenskene minst negative (11% imot), sammenlignet med 22% blant norske besøkende og 29% for andre utlendinger.

Kvinnelige besøkende er gjennomgående mer positive til de tilretteleggingstiltakene som her er nevnt.

Når det gjelder tillatelse til bruk av helikopter/fly for å komme til vanskelig tilgjengelige områder/fjelltopper er 70% negative til dette (figur 46). Til sammenligning var 80% i Jotunheimen, 75% i Langsua og 65% i Reinheimen negative til slik transport. Like mange er negative til å tillate idrettsarrangementer i verneområdene (Langsua 57%, Reinheimen 62%, Jotunheimen 67%).

Det er få (under 10%) som er positive til disse tiltakene, uansett nasjon. Utlendinger bosatt utenom svensker er imidlertid mer negative til idrettsarrangement enn nordmenn og svensker (henholdsvis 80, 69 og 63%). Når det gjelder fly-/helikoptertrafikk til fjelltopper er nordmenn like skeptiske som utlendinger bosatt utenom Sverige (77-78% negative), sammenlignet med 61% av svenskene.

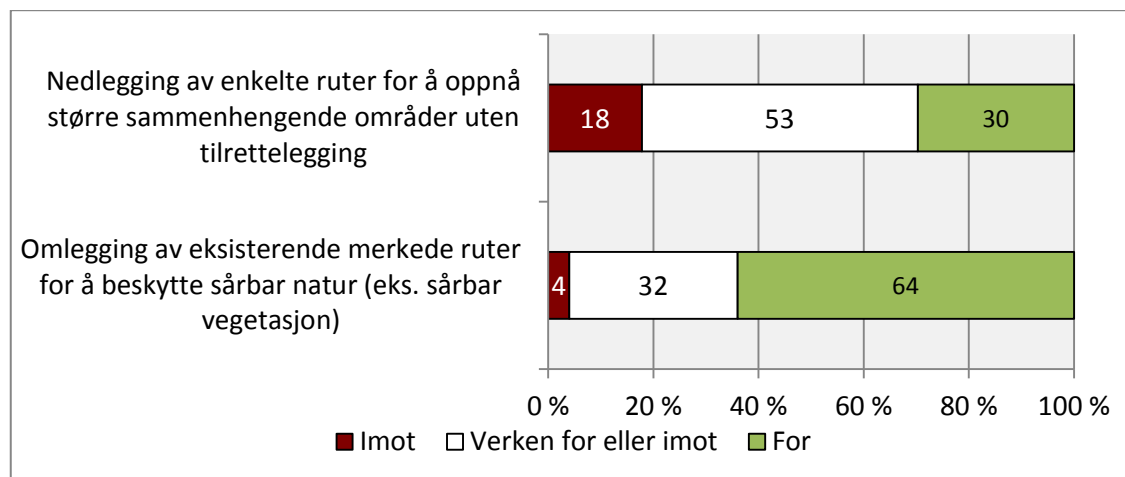


Figur 46. Hvordan ville du som friluftslivutøver stille deg til følgende tiltak i verneområdet? (Spørsmålet om helikopter/flytrafikk er vektet for friluftsliverfaring).

Oppslutningen om å legge om merke ruter for å beskytte sårbar natur, er langt større enn oppslutningen om nedlegging av ruter for å oppnå større sammenhengende områder uten tilrettelegging (figur 47). Det siste tiltaket er mer begrunnet i ønsker hos noen friluftslivutøvere (store områder uten tilrettelegging) enn hensynet til naturen. I forhold til å begrunne forvaltningstiltak er det grunn til å merke seg at 64% av de besøkende aksepterer tiltak som begrunnes i hensyn til naturen, og at svært få (4%) er negative til slike endringer. Dette er i samsvar med en undersøkelse som ble gjennomført blant de som gikk over Besseggen sommeren 2008 (Restad 2009). På spørsmålet om hva som var viktige grunner for steinsettinga på deler av Besseggen, ble årsaker knytta til å ta hensyn til naturen og redusere erosjon og slitasje i området, rangert som viktigere enn å bedre tilretteleggingen for friluftslivutøvere.

Svargivningen på disse spørsmålene er ganske lik i Langsua, Femundsmarka, Reinheimen og Jotunheimen, men besøkende til Jotunheimen var litt mer positive til omlegging av merka ruter av hensyn til naturen (73% positive).

Det er små forskjeller mellom nasjonalitetene i Femundsmarka forhold til å legge om stier for å beskytte sårbar natur. Flere av utlendingene bosatt utenom Sverige var imidlertid positive til nedlegging av ruter for å oppnå større sammenhengende områder uten tilrettelegging (43% positive, mot 25-29% blant svenske besøkende).



Figur 47. Hvordan ville du som friluftslivutøver stille deg til følgende tiltak i verneområdet?
- tiltak for å ta vare på naturen.

8 ENDRINGER FRA 1986

I 1986 ble det gjennomført tilsvarende undersøkelser i Femundsmarka (Vistad 1995).

Nasjonalparken var på det tidspunktet mindre (parken ble utvidet i 2003), og det ble derfor benyttet færre selvregistreringskasser (7 kasser på norsk side). For å sammenligne situasjonen i 1986 med 2015 er kun sammenlignbare lokaliteter tatt med for 2015-dataene. Resultatene i dette avsnittet er dermed ikke representative for det utvidede undersøkelsesområdet som ble valgt i 2015.

De som kun var på båttur med Fæmund II fikk ikke tilsendt spørreskjema for etterundersøkelse i 1986. Også i 2015 var det en del som kun var på båttur blant de som fylte ut selvregistreringskort på Fæmund II (jfr. avsnitt 4.10). Disse er utelatt fra sammenligningene for 1986 med 2015.

Datamaterialet fra 1986 er gått tapt. Sammenligningen mellom 1986 og 2015 er derfor basert på og avgrenset til de resultater som er rapportert i Vistad 1995.

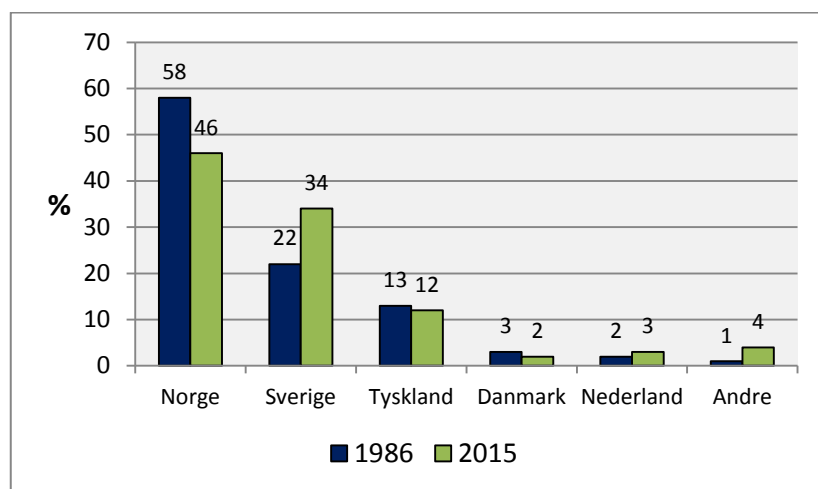
8.1 ANTALL UTFYLTE KORT

I 1986 ble det fylt ut. 2.237 selvregistreringskort, båtturister unntatt. I 2015 ble det registrert 2.156 kort på sammenlignbare kasselokaliteter. Det er få besøkende som fyller ut flere kort i løpet av sommeren, og det er rimelig å anta at de fleste fyller ut i den første kassa de kommer til. Det kan derfor være besøkende som hadde fylt ut i andre kasser i 2015 enn på de lokalitetene som ble brukt i 1986. I perioden som har gått siden 1986 har bruken av ulike former for spørreundersøkelser økt kraftig, ikke minst ulike markedsundersøkelser. Samtidig ser en at svarandelen på de som deltar i etterundersøkelser har gått ned. Dette tyder på at motstanden mot å delta i slike undersøkelser har økt. Uansett tyder ikke utfyllingen av selvregistreringskort på at volumet av besøkende er vesentlig endret siden 1986.

8.2 KJENNETEGN VED DE BESØKENDE

8.2.1 BOSTED/NASJONALITET

Andelen svenske besøkende som ble registrert er høyere i 2015 enn 1986, mens andelen norske besøkende er lavere. En ser at de fleste svenskene kommer inn sør i området, jfr. avsnitt 4.10. I 1986 gikk det båt fra Grøvelsjøen til Sylen, og det var derfor kun plassert kasse ved Sylen. Uten en slik båtforbindelse, og med utvida parkareal, ble det i 2015 også plassert ei kasse ved Grøvelsjøen. Kort fra denne er med i sammenligningsgrunnlaget for 2015. Kassa ved Grøvelsjøen kan imidlertid ha fanget opp en del svensk dagsturtrafikk som ikke ble registrert ved Sylen i 1986. Andelen svensker har sannsynligvis økt fra 1986 til 2015, men noe mindre enn figur 48 indikerer.



Figur 48. Nasjonsfordeling i 1986 og 2015

Ser en på sammensetningen av norske besøkende, har andelen fra «hjemfylkene» (Trøndelag og Hedmark) økt noe, fra 32% i 1986 til 37% i 2015. Andelen fra Oslo/Akershus er derimot redusert, fra 31 til 40%.

8.2.2 KJØNN, ALDER, UTDANNINGSNIVÅ

Andelen kvinnelige besøkende er høyere i 2015 enn 1986 (henholdsvis 54 og 32%). Dette kan ha sammenheng med ulikheter i metodikk. I 1986 ble de besøkende oppfordret til å fylle ut ett kort hver. I 2015 var det ingen slik oppfordring, og en ser at en betydelig andel registrerer flere personer på samme kort. Dersom det er en tendens til at bare en i turfølget registrerer seg i kassa (minst stopptid på turen), og det er en overvekt av menn som registrerer seg først, vil dette kunne ha ført til at færre kvinner ble registrert i 1986. Forskjellen kan også skyldes at andelen som fisker ser ut til å ha blitt noe redusert (jfr. avsnitt 8.2.4).

Det har vært en forskyvning i retning av eldre besøkende. Mens 72% av utvalget var yngre enn 44 år i 1986, gjaldt dette bare 48% i 2015. Andelen over 55 år økte fra 11% i 1986 til 29% i 2015.

Dette er samme utvikling som en har sett i Jotunheimen. Også her ble andelen i aldersgruppen 55+ mer enn fordoblet fra 1992 til 2010, fra 8 til 20% (Vorkinn 2011).

Utdanningsnivået har økt. Mens 58% av de besøkende i 1986 hadde høyere utdanning (utover videregående skole) gjaldt dette 70% i 2015. Dette er som forventet, og i tråd med økende utdanningsnivå i befolkningen generelt.

8.2.3 ERFARING FRA FLERDAGERS FOTTURER OG FEMUNDSMARKA

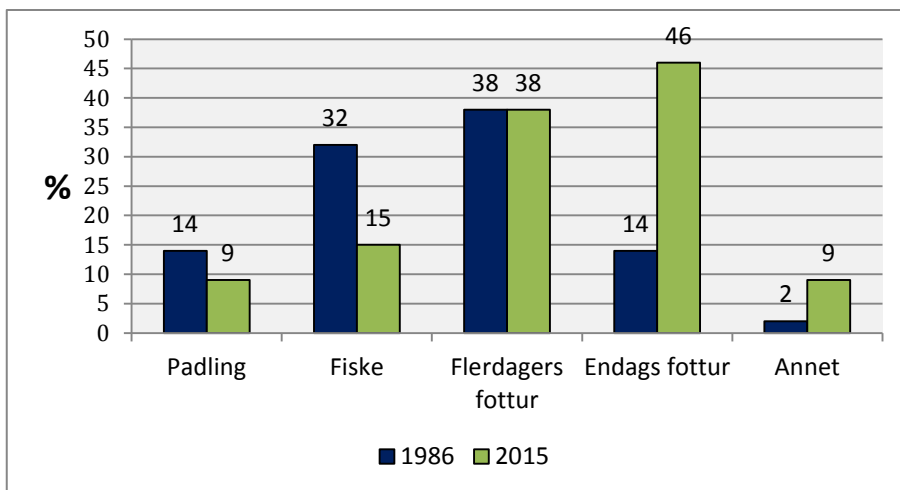
Om lag like mange hadde vært på flerdagers fottur i 2015 som i 1986 (ca. 85%). Også dette er i samsvar med resultatene fra Jotunheimen. Når en måler friluftsliverfaring i hvor mange flerdagers fotturer/skiturer folk har vært på tidligere, hadde det ikke blitt færre erfarne friluftslivutøvere i Jotunheimen fra 1992 til 2010. Det er hevdet i flere sammenhenger at kompetansen innen friluftsliv er synkende. Resultatene fra Femundsmarka og Jotunheimen «beviser» ikke det motsatte, men resultatene tyder ikke på at de som oppsøker disse nasjonalparkene er mindre erfarne enn tidligere, sett i forhold til andelen som har erfaring fra flerdagers turer.

Det er heller ikke flere førstegangsbesøkende i Femundsmarka i 2015 enn i 1986. I 1986 var 55% førstegangsbesøkende, i 2015 var den 52%. Også i Jotunheimen holdt andelen seg relativt stabil fra 1992 til 2010.

8.2.4 AKTIVITETER REGISTRERT PÅ SELVREGISTRERINGSKORTENE

Som vist i avsnitt 4.6 og 4.8 er det betydelige forskjeller i hvor mange som utøver ulike aktiviteter målt ut fra data fra selvregistreringskort og etterundersøkelsen. Mens en på selvregistreringskort får registrert aktiviteter på den turen hvor det fylles ut kort, får en i etterundersøkelsen registrert hvor mange som deltar i ulike aktiviteter over hele sommeren. Når en vet at de fleste bare fyller ut ett kort i løpet av sommeren, blir det mange *turer* som ikke blir registrert via selvregistreringskortene.

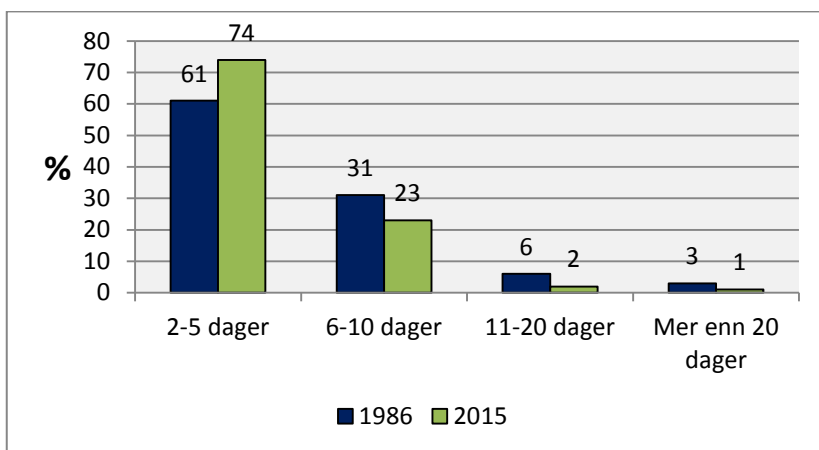
I 1986 ble aktiviteter kun registrert på selvregistreringskortene. Kun én aktivitet ble registrert pr. besøkende. Den aktiviteten som ble registrert var den aktiviteten som sto øverst i skjemaet. De som både padlet og fisket ble registrert som kanopadlere, mens de som både fiska og gikk fottur ble registrert som fiskere. Dette har medført at andelen fiskere og fotturister er noe underrepresentert. I 2015 ble alle aktiviteter registrert.



Figur 49. Type aktivitet registrert på selvregistreringskortene i 1986 og 2014. NB! Noe ulikheter i registreringsmetodikk

Pga. ulikheter i registreringsmetodikk må resultatene tolkes med forsiktighet. Det er imidlertid klart at andelen som driver med vannrelatert aktiviteter (fiske/padling) er redusert fra 1986 til 2015. En synkende andel kan for det første skyldes at det totalt sett har blitt færre som padler/fisker i området, men også at det totale antallet som utøver *andre* aktiviteter har økt.

Det er registrert en svært stor økning i andelen som er på endags fottur. I og med at de som både fisket og gikk til fots i 1986 kun ble registrert som fiskere, vil noe av endringen skyldes dette. Det er imidlertid grunn til å tro at det også har vært en reell økning i andelen på dagstur til fots fra 1986 til 2010. Dette fant en også i Jotunheimen, der andelen på dagstur til fots økte fra 45 til 58% fra 1992 til 2010. Ikke bare blir det flere som tar en dagstur til fots, men lengden på flerdagersturene går også ned. Blant de som var på en flerdagerstur i 1986 var 61% på en tur av 2-5 dagers varighet. I 2015 er denne økt til 74%. Dette er samme utvikling som i Jotunheimen. Blant de som var på en flerdagers fottur i 1992 gikk 35% turer som varte 2-3 dager. I 2010 var tilsvarende andel 45%.



Figur 50. Andel som tar flerdagerstur av ulik varighet i 1986 og 2015

8.2.5 SLITASJE OG FORSØPLING

I 1986 ble det stilt en rekke spørsmål om hvordan de besøkende opplevde mengden av søppel, slitasje og andre brukere. Noen av disse spørsmålene ble gjentatt i 2015. Sammenligningsmulighetene er noe begrenset. Resultatene fra 1986 er rapportert som gjennomsnitt for tre grupper. Ut fra oppgitt antall for disse er det beregnet et gjennomsnitt for alle besøkende, som så er sammenlignet med tilsvarende gjennomsnitt for tilsvarende utvalg i 2015 (tabell 5).

Når det gjelder slitasje og andre brukere er det små endringer mellom 1986 og 2015, både i mengden de besøkende har opplevd og reaksjonene på det de har sett. Når det gjelder forsøpling ser det ut til at situasjonene har bedret seg siden 1986. De besøkende oppgir å ha sett mindre søppel, og reaksjonen er også mindre negativ.

Vistad (1995) viser i sin avhandling til at «Mengda av observert slitasje på mark og vegetasjon låg klart høgare for alle lokalitetane og for alle preferansegruppene, enn mengda observert søppel...Men...reaksjonen på opplevd slitasje var mykje mildare enn på opplevd søppel». Reaksjonsmønsteret i 2015 er det samme (jfr. avsnitt 6.4). Fra et brukersynspunkt oppleves altså forsøpling som verre enn slitasje (i forhold til vern av naturgrunnlaget kan situasjonen være motsatt).

Tabell 5. Rapporterte mengder av søppel, slitasje og besøkende og reaksjoner på dette

	1986	2015
SØPPEL		
Hvor mye søppel så du langs stiene? ¹	2.1	1.7
Hvor mye søppel så du ved hytter og leirplasser/-bål? ¹	2.4	2.0
Hvor mye søppel så du langs strender og vassdrag? ¹	2.0	1.7
Om du så søppel på turen, hva syntes du om dette? ²	3.3	2.9
SLITASJE		
Hvor mye slitasje så du langs stiene? ¹	2.4	2.4
Hvor mye slitasje så du ved leir- og rasteplasser? ¹	2.7	2.6
Hvor mye slitasje så du langs strender og vassdrag? ¹	2.3	2.1
Var det mer eller mindre slitasje enn du hadde forventa? ³	2.9	2.8
Om du opplevde slitasje på turen, hva syntes du om dette? ²	2.4	2.3
ANDRE BRUKERE		
Møtte du flere eller færre enn forventet? ⁴	2.7	2.8
Dersom du møtte andre folk i løpet av turen, hva syntes du om dette?	2.3	2.4

Alle spørsmål hadde femdelte skalaer:

¹ Ingenting (1) – Mye (5)

² Forstyrret ingenting (1) – Forstyrret mye (5). Kun de som opplevde slitasje/søppel.

³ Mye mindre (1) – Mye mer (5)

⁴ Langt færre (1) – Mange flere (5)

⁵ Svært positivt (1) – Svært negativt (5)

9. REFERANSER

- Andersen, O. & Gundersen, V. 2010. *Ferdsl og bruk av Rondane. Etterundersøkelse blant besøkende sommeren 2009*. NINA Rapport 599.
- Båtstad, K.R. 2001. *Dagens ferdsel i Dovrefjellområdet sammenlignet med bruksområdet til villrein 1999-2000*. Hovedoppgave, Natur-, helse- og miljøvernstudiet. Høgskolen i Telemark.
- Engesæter, P. 2003. Turistinformasjon langs rv. 55 over Sognefjellet – en vurdering av informasjonsmaterialet langs Nasjonal turistveg over Sognefjellet. ØF-rapport nr. 20/2003.
- Flognfeldt jr., T. 1997. *Reiselivsundersøkelsen i Ottadalen sommeren 1995*. Rapport nr. 2. Tilreisendes bruk av aktiviteter og opplevelser i Ottadalen juni-september 1995. Arbeidsnotat nr. 38/1997. Høgskolen i Lillehammer.
- Flognfeldt jr., T. 1993. *Virkemidler for stedsutviklingen i reiselivet*. NORAS-prosjektet "Stedsutvikling for reiselivet", Arbeidsnotat nr. 2:1993.
- Flognfeldt jr., T. & Grjøtheim, S. 2009. *Gondolbane opp Lomseggen – en intervjuundersøkelse*. Foreløpig rapport 30.04.09. *Intervjuundersøkning 1992 i felt*. Resultatnotat fra undersøkelsene i 1992. Upublisert.
- Fredman, P. & Wikström, D. 2015. *Besök och besökare i Fulufjällets nationalpark sommaren 2014 (med jämförelser åren 2001 och 2003)*. ETOUR Rapport 2015:5.
- Gundersen, V. 2015. Ferdsl og villrein i Forollhogna. Foredrag på Forollhogna-konferansen 2015. <http://www.nasjonalparkstyre.no/Forollhogna/Nyheter/Forollhogna-konferansen-2015/>
- Gundersen, V., Andersen, O., Wold, L. C., Nerhoel, I., Fangel, K., Vistad, O. I. & K. R. Båtstad. 2013. Outdoor recreation within Snøhetta reindeer range – Reports from 12 surveys. – NINA Rapport 933.
- Holovan, N. 2009. Datautkjøringer fra spørreundersøkelse i Lom kommune sommeren 2009.
- Horwath Consulting AS. 2002. *Attraksjoner i Norge*. Statens nærings- og distriktsutviklingsfond, rapport 1-2002.
- Kajala, L., Almik, A., Dahl, R., Dikšaitė, L., Erkkonen, J., Fredman, P., Jensen, F. S., Karoles, K., Sievänen, T., Skov-Petersen, H., Vistad, O. I. and Wallsten, P. 2007. *Visitor monitoring in nature areas – a manual based on experiences from the Nordic and Baltic countries*. København: Nordisk Ministerråd. http://www.norden.org/sv/publikationer/publikationer/2007-534/at_download/publicationfile
- 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.
- Nilsen, T. 1992. *Brukerundersøkelse på friluftsliv i Hjerkinnskytefelt. Bruk av ferdselsdata for å vurdere konflikter mellom friluftsliv og Forsvarets virksomhet*. Rapport nr 2/92. Rapporter og meddelelser fra Senter for miljø og utvikling (SMU). Universitetet i Trondheim.
- Restad, C. *På steinstien – reaksjoner på slitasjereduserende tiltak ved Besseggen*. Masteroppgave, institutt for naturforvaltning, Universitetet for miljø- og biovitenskap.

- Steen Jacobsen, J.K. 2006. *Reiser i unike landskaper. Opplevelser og vurderinger av nasjonale turistveger*. TØI rapport 827/2006.
- Sæter, J.A. & Vonlanthen, P. (1994): *Turisters forhold til vertssteder. En analyse av turisters besøksmotiver, aktivitets- og reiseadferd, basert på casestudier av Risør, Hovden og Lofoten*. ØF-rapport 10/94. Østlandsforskning, Lillehammer.
- Vistad, O.I. 2009. *Ferdsl ut frå fjellnære reiselivsbedrifter*. NINA Rapport 441.
- Vistad, O.I. 1995. *I skogen og i skolten. Ein analyse av friluftsliv, miljøoppleving, påverknad og forvaltning i Femundsmarka, med jamføringar til Rogen og Långfjället*. Dr. Polit.avhandling, Geografisk institutt, Universitetet i Trondheim
- Vistad, O.I. & Vorkinn. 2012. *The Wilderness Purism Construct – Experiences from Norway with a simplified version of the purism scale*. "Forest Policy and Economics", 19 (2012) 39–47.
- Vistad, O.I., Gundersen, V. & Wold, L.C. 2014. Brukerundersøkelser i Hallingskarvet og Varangerhalvøya nasjonalparker, sommeren 2014. NINA Rapport 1109.
- Vorkinn, M. 1992. *Selvregistreringskasser i Jotunheimen 1992. Resultater*. Notat 23.11.92. NINA.
- Vorkinn, M. 2003a. *Ferdsl ut fra hytter i Rondane midt og sør. Oppland og Hedmark fylkeskommuner*. Fylkesmannen i Oppland. Fylkesmannen i Hedmark.
- Vorkinn, M. 2003b. *Bruk og brukere i Jotunheimen: Endringer fra 1992 til 2002*. Upublisert notat. Østlandsforskning.
- Vorkinn, M. 2011. *Bruk og brukere i Jotunheimen 1992, 2002 og 2010 – Dokumentasjonsrapport*. Fylkesmannen i Oppland, miljøvernavdelingen, Rapport nr. 07/11.
- Vorkinn, M. 2012. *Bruk og brukere i Reinheimen sommeren 2011 – Dokumentasjonsrapport*. Fylkesmannen i Oppland, miljøvernavdelingen, Rapport nr. 01/12.
- Vorkinn, M. 2016. *Bruk og brukere i Langsua sommeren 2015*.
- Vorkinn, M. & Flygind, S. 2003. *Tilbakeføring av Hjerkinnskytefelt til sivile formål – utredning friluftsliv*. Østlandsforskning rapport 2003/02.
- Vorkinn, M. & Andersen, O. 2010. *Besøkende til Rondane og Dovre nasjonalparker – sommeren 2009. Resultater fra selvregistreringskasser og automatiske ferdselstellere*. Underveisnotat januar 2010.
- Vorkinn, M. & Vistad, O.I. 1997. *Naturinformasjonssentra: Reiselivsattraksjon og verktøy for miljøforvaltning*. ØF-rapport 1997/22.