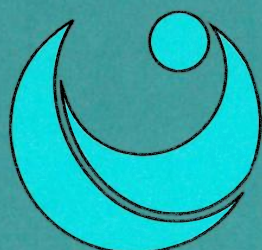


045

Det internasjonale markedet for organiserte naturopplevelsesreiser

oppdragsmelding

André Sundero



NINA

NORSK INSTITUTE FOR NATURFORSKNING

Det internasjonale markedet for organiserte naturopplevelsesreiser

André Sundero

Referat

Sundero, A. 1990. Det internasjonale markedet for organiserte naturopplevelsesreiser - en pilotstudie.

NINA oppdragsmelding 045.

Rapporten gir en oversikt over volum, struktur og utvikling av det internasjonale markedet for organiserte naturopplevelsesreiser. ("Adventure travel"). Undersøkelsen har hatt begrensede ressursrammer, og vi har derfor måttet benytte en indirekte metode for å belyse etterspørselen i markedet ved i stedet å belyse tilbudet, samt konsentrere studien til et fåtall av operatører og markeder. (Vest-Tyskland, Frankrike og USA).

Undersøkelsen viser at tilbudet av, og dermed sannsynligvis også etterspørselen etter organiserte opplevelsesreiser har økt kraftig de siste 4-5 årene. Målt i antall tilbudte avganger/turtilbud, er interessen størst for reiser til Afrika og Asia, til u-land framfor i-land, til fjellområder generelt og for reiser med vandring som hovedinnhold. Prisutviklingen synes ikke å ha hatt nevneverdig innvirkning på reiseomfanget.

Reiser til Europa representerte i 1989/90 18% av totalt antall tilbudte avganger, mens reiser til Norge utgjorde 1,7% av de ulike typer av reiser som var tilbudt. Volumet av reiser til Norge er forøvrig mindre enn til konkurrerende land i Mellomeuropa. Årsakene til at reiseomfanget til Norge ikke er større kan ha flere årsaker, bl.a. klima, manglende kulturattraksjoner, fjellområdenes beskaffenhet, priser, markedsføring og produktorganisering og forbrukernes muligheter til å organisere sin egen reise.

Emneord: Organiserte naturopplevelsesreiser- struktur - volum
- utvikling.

Andrè Sundero, NINA, Fåberggt. 106, 2600 Lillehammer

Abstract

Sundero, A. 1990. The International Market for Adventure Travel - a pilot study.

NINA oppdragsmelding 045.

An overall picture is given of the volume, structure and development of the international market for adventure travel. Since research funds were limited, we had to adopt an indirect method for estimating market demand by calculating the availability instead and restrict our studies to a limited number of operators and markets (West Germany, France and the USA).

Research shows the availability of, and therefore, presumably the demand for adventure travel increasing rapidly over the past 4-5 years. Estimates based on the number of departures offered/tours available show strongest interest in journeys to Africa and Asia, to developing countries rather than to industrialised countries, to mountain areas in general, and for tours where hiking is the main attraction. Price developments appear to have had little noticeable effect on the range of tours offered.

Tours to Europe represented 18% of the total number of **departures** in 1989/90, while tours to Norway represented just 1,7% of the various **types of tour** available. The volume of tours to Norway was, moreover, lower than to competing countries in Central Europe, the probable reasons being: Climate, lack of cultural attractions, the character of mountain areas, prices, marketing and product organization, and possibly users organizing their own tours.

Keywords: Adventure Travel - structure - volume - trends.

Andrè Sundero, NINA, Fåberggt. 106, 2600 Lillehammer

Forord

Denne undersøkelsen er en del-undersøkelse i prosjektet "Naturturisme og naturforvaltning" som startet i 1989 og går over 4 år. Prosjektet som foretas på oppdrag av Næringsdepartementet, reiselivsseksjonen og Direktoratet for Naturforvaltning, skal belyse følgende to tema:

- 1) Vurdere effektene av offentlige tiltak for friluftsliv- og reiselivsinteressene.
- 2) Vurdere interessen for ulike typer av naturopplevelser, både i kommersiell og ikke-kommersiell sammenheng.

I forbindelse med punkt 2 kommer denne undersøkelsen inn som én av flere undersøkelser for å belyse interessen for naturbaserte opplevelser i reiselivssammenheng.

Undersøkelsen har hatt begrensede ressurser til rådighet. Innenfor disse rammene har det bare vært mulig å gjennomføre en eksplorerende pilotstudie. Rapporten må derfor leses og brukes med dette som utgangspunkt. Forutsetninger og begrensninger ved studien er forøvrig nærmere drøftet i kapittel 2 om "Utvalg og metode".

Andrè Sundero var engasjert for å arbeide med undersøkelsen fra november 1989 til april 1990. Han har foretatt det meste av dataanalysen og utskrivningen av resultatene. Sluttredigering av rapporten er foretatt av undertegnede.

Forøvrig takk til Ulf Prytz som har fungert som faglig konsulent for denne studien.

Lillehammer, august 1990

Marit Vorkinn
prosjektleder

Innhold

Side

REFERAT

ABSTRACT

FORORD

1. INNLEDNING.....	1
1.1 Sentrale begreper.....	2
1.1.1 Naturbaserte opplevelsesreiser.....	2
1.1.2 Turtilbud, avganger og reisemål.....	2
1.2 Organiserte, naturbaserte opplevelsesreiser i forhold til andre ferie- og fritidsreiser.....	3
2. UTVALG OG METODE.....	5
2.1 Kriterier for valg av markeder og operatører.....	5
2.2 Omfanget av studien.....	8
2.3 Hvor pålitelige er resultatene?.....	9
3. GENERELL STRUKTUR OG UTVIKLINGSTREKK.....	10
3.1 Hvordan har etterspørselen etter naturbaserte opplevelsesreiser utviklet seg de siste årene?.....	10
3.2 Til hvilke land og naturtyper tilbys det flest reiser?.....	11
3.2.1 Fordeling på verdensdeler.....	11
3.2.2 Fordeling på land.....	14
3.2.3 Fordeling på naturtyper.....	16
3.3 Hvilke opplevelser tilbys?.....	18
3.3.1 Fordeling på hovedinnhold.....	21
3.3.2 Endringer i tilbudet fra 1985/86 til 1989/90.....	22
3.3.3 Vandring.....	23
3.3.4 Varierte naturopplevelser.....	24
3.3.5 Fremmedkultur.....	25
3.3.6 Tindebestigning.....	26
3.3.7 Dyreopplevelser.....	27
3.3.8 Historisk kultur.....	30
3.3.9 Skiturer.....	30
3.4 Hvilke aktiviteter tilbys? - Resultater fra andre undersøkelser.....	32
3.5 Transportmåter.....	33
3.6 Reisesenes prisnivå.....	34
3.6.1 Prisnivå og prisutvikling hos de amerikanske operatørene.....	35
3.6.2 Prisnivå og prisutvikling hos de tyske operatørene.....	37
3.6.3 Prisnivå og prisutvikling hos de franske operatørene.....	38
3.6.4 Hovedtendenser i prisutviklingen.....	40

3.7	Sesongmønster i de ulike markedene.....	41
3.7.1	Sesongmønsteret på det amerikanske markedet...	41
3.7.2	Sesongmønsteret på det tyske markedet.....	43
3.7.3	Sesongmønsteret på det franske markedet.....	44
3.7.4	Hovedtendenser i sesongmønsteret.....	45
4.	REISER TIL EUROPA.....	46
4.1	Omfang og utvikling.....	46
4.2	Hvilke områder er mest besøkt?.....	47
4.3	Kjennetegn ved reisene i Europa.....	48
4.3.1	Hovedinnhold.....	48
4.3.2	Pris.....	50
4.4	Konkurransesituasjonen for reiser i Europa.....	52
5.	REISER TIL NORGE.....	53
5.1	Omfang og kjennetegn på naturbaserte opplevelsereiser til Norge.....	53
5.2	Interessen for lignende tilbud.....	57
5.3	Mulige årsaker til at omfanget av reiser til Norge ikke er større.....	58
6.	REISER TIL POLARE STRØK.....	62
6.1	Omfang.....	62
6.2	Kjenntegn ved de polare reisene.....	63
6.2.1	Hovedinnhold.....	63
6.2.2	Pris.....	64
6.2.3	Reisens varighet.....	65
6.3	Opplysninger fra andre kilder.....	66
6.4	Mulige årsaker til at omfanget av reiser til polare strøk ikke er større.....	68
7.	SAMMENDRAG.....	70
8.	LITTERATUR.....	76
9.	PERSONLIGE MEDDELELSER.....	77

1. Innledning

Det er en utbredt oppfatning blant norske reiselivsmyndigheter og næringens egne organisasjoner at naturbasert reiseliv er det produktspekter som har størst utviklingspotensiale i norsk reiseliv i framtida. Skal en satsing på naturbasert reiseliv lykkes, er det imidlertid av avgjørende betydning å ha kunnskaper om det markedet en ønsker å operere i. Ved valg av geografiske- og produktmessige satsingsområder, og i neste omgang for selve produktutforming, er det i særlig grad behov for kunnskaper om forbrukernes etterspørsel og betalingsvilje for ulike naturbaserte opplevelser.

Markedet for naturbaserte opplevelser kan grovt sett deles i to: Forbrukerne kan velge mellom å organisere sin egen reise og kjøpe delopplevelser underveis, eller å kjøpe et ferdig organisert opplegg. ("Pakketur"). Denne undersøkelsen tar for seg den sistnevnte delen av markedet, nemlig tilbudet av organiserte naturopplevelsesreiser til reisemål over hele verden. Den delen av markedet som omfatter utenlandske turister som organiserer sin reise på egenhånd og som kjøper det naturbaserte opplevelses-tilbudet i løpet av sin rundreise i Norge (som f.eks. guidede fotturer og moskussafarier), vil bli belyst i seinere undersøkelser i samme prosjekt.

Hovedformålet med denne undersøkelsen har vært å belyse volum og endring i etterspørselen etter organiserte, naturbaserte opplevelsesreiser, samt hvilke attraksjoner som etterspørres og hva forbrukerne er villige til å betale for disse.

For å belyse markedssituasjonen for norske reisemål, har vi sett nærmere på reiser til Europa og Norge spesielt. Også med tanke på norske forhold har vi avslutningsvis sett nærmere på interessen for å reise til polare strøk.

1.1 SENTRALE BEGREPER

1.1.1. Naturbaserte opplevelsesreiser

Denne studien tar for seg den delen av markedet som i engelskspråklige land benevnes "adventure travel". Disse reisene er kjennetegnet ved at de blir lagt til reisemål utenom de typiske turistkonsentrasjonene og ved at deltakerne vanligvis blir fysisk aktivisert. Basisen for disse reisene er naturomgivelsene i de områdene som blir besøkt. Innholdet i reisene spenner ellers over et bredt spekter fra rene "naturopplevelsesreiser" til reiser med et vesentlig innslag av kulturelle opplevelser.

På grunn av det innholdsmessige mangfoldet i "adventure travel", er det vanskelig å finne et dekkende norsk begrep. Vi har i denne studien valgt å bruke begrepet naturbaserte opplevelsesreiser.

1.1.2. Turtilbud, avganger og reisemål

Arrangørene av organiserte, naturbaserte opplevelsesreiser tilbyr i sine kataloger en rekke reiser til ulike områder og med ulikt innhold. Hver av disse reise kan bli arrangert flere ganger i løpet av sesongen, dvs. at det er flere avganger for hver type av reise. For å unngå en begrepsmessig forvirring mellom reiser og avganger, har vi videre i rapporten delvis valgt å benevne hver type av reise som tilbys som et **turtilbud**, og antall ganger reisene blir arrangert pr. sesong for antall **avganger**.

Vi vil i rapporten også bruke betegnelsen **reisemål**. Med reisemål menes det geografiske området reisen er lagt til.

Antall avganger er det målet som best belyser reisevolumet. Enkelte operatører har imidlertid særdeles mange avganger til ett bestemt land, uten at dette er representativt for de andre operatørene. F.eks. hadde den franske operatøren "Explorator" opptil 28 avganger pr. turtilbud til Algerie, mens de andre operatørene i gjennomsnitt hadde 5 avganger til dette landet. Vi har flere steder derfor valgt å bruke antall turtilbud framfor antall avganger for å belyse tilbudet av reiser. Vi har der dette er hensiktsmessig sammenlignet bruken av antall avganger og tutilbud som mål for tilbudet, og funnet disse to målene samsvarer tilfredsstillende.

1.2 ORGANISERTE, NATURBASERTE OPPLEVELSESREISER I FORHOLD TIL ANDRE FERIE- OG FRITIDSREISER

Hvorvidt forbrukerne velger å kjøpe en ferdigpakket reise eller velger å organisere reisen selv avhenger av en rekke forhold. Et forhold av betydning er at en organisert reise vanligvis vil falle dyrere. Prisen må derfor vurderes opp mot mulighetene forbrukerne har for å organisere reisen selv. Dette er avhengig av forbrukernes muligheter til å bruke tid til planleggingen, tilgangen på informasjon om reisemålet, de opplevelser de ønsker å ta del i og ikke minst av tilretteleggingen for individuelt reisende på reisemålet. Andre viktige faktorer kan være kulturelle forskjeller og språk, samt tilgjengeligheten til de attraksjoner som forbrukeren søker.

Trolig er tilretteleggingen for individuelle turister på reisemålet og kulturforskjell/språk av de mest avgjørende faktorer i forbrukernes valgsituasjon. Slik sett er det enklere å organisere sin egen reise til f.eks. Norge enn til et land som Tibet. Det er viktig å ha dette i bakhodet når en tolker resultatene i undersøkelsen.

Etterspørselen etter organiserte, naturbaserte opplevelsesreiser utgjør en beskjeden andel av den totale etterspørselen etter ferie- og fritidsreiser. I denne nisjen finnes en rekke spesialprodusenter som har naturbaserte opplevelsesreiser som sitt eneste satsingsområde. Et felles trekk ved disse produsentene eller operatørene er at deres tilbud ikke kjennetegnes ved stort volum, men ved særegne opplevelser. Sammenlignet med operatører utenom denne nisjen, er tilbyderne av naturbaserte opplevelsesreiser små. Dette illustreres ved at Mountain Travel som har vært lengst i markedet (ca. 20 år) og som er den største operatøren i USA, forventet en omsetning på et sted mellom 70 og 80 millioner norske kroner i 1989. (Pers. meddelelse fra Ulf Prytz)

Det finnes også en annen type tilbydere av internasjonale naturopplevelsesreiser, som ikke er med i denne undersøkelsen. Dette er de store operatørene som har naturbaserte opplevelsesreiser som et biprodukt til annen virksomhet, eller det er flyselskap som på denne måten fyller opp ledig kapasitet. Forskjellen er først og fremst at disse tilbyderne satser på volum og ofte velger sine reisemål ut i fra hvilke reisemål som etterspørres mest hos spesialtilbyderne. Disse tilbyderne ligger derfor noe i etterkant av etterspørselsesutviklingen, og er derfor ikke tatt med i denne undersøkelsen.

2. Utvalg og metode

Når man vil danne seg et bilde av etterspørselen i et marked er den mest vanlige metoden å henvende seg direkte til forbrukerne. Dette gjøres vanligvis enten ved å henvende seg til et utvalg av personer som allerede har foretatt en handling eller ved å spørre et tilfeldig utvalg om de kunne tenke seg å foreta en handling.

Internasjonale forbrukerundersøkelser er imidlertid svært ressurskrevende, og ligger utenfor rammene til dette prosjektet. For å belyse etterspørselen har vi istedet benyttet en indirekte metode ved å spørre tilbyderne istedet for forbrukerne. Vi har da tatt utgangspunkt i markedsteorier om at tilbudet varierer med etterspørselen. Vi antar med andre ord at tilbudet fra kommersielle operatører vil endre seg i takt med etterspørselen etter ulike typer av reiser, og at tilbudet dermed vil være en indikator også på etterspørselen etter ulike naturbaserte opplevelser.

2.1 KRITERIER FOR VALG AV MARKEDER OG OPERATØRER

De begrensede ressurser som har vært til rådighet, har gjort at vi har måttet konsentrere studien om et fåtall av markeder (land) og operatører. Ved valg av land ble det først og fremst tatt hensyn til størrelsen på reiselivsmarkedet generelt. Dernest mente vi at det var viktig å velge ut markeder der det har eksistert tilbud om naturbaserte opplevelsesreiser i endel år. Vest-Tyskland ble således valgt fordi dette er det land i verden som sender ut flest turister. USA ble valgt fordi dette er det nest største turistmarkedet. Frankrike er også et stort marked, og er det største "latinspråklige" markedslandet.

Fra hvert av de tre landene valgte vi ut to referanse-tilbydere. Med så få operatører fra hvert land er det av avgjørende betydning

for resultatene at disse operatørene er mest mulig representative for markedet. Det ble derfor lagt stor vekt på å finne fram til representative operatører. Til hjelp med denne oppgaven ble bransjefolk som kjenner markedet godt konsultert.

Det ble ved utvelgelsen lagt vekt på at operatørene hadde lang erfaring og hadde vært i markedet noen år. Dette ut fra antakelser om at en erfaren operatørs program er mer i overensstemmelse med markedets etterspørsel enn nye operatører. Ved å ha to operatører fra hvert land var det til en viss grad mulig å kontrollere om de hovedtrekk en fant hos én operatør kun var spesielle forhold som gjaldt den ene operatøren. Sammenligningen kunne imidlertid være noe vanskelig på enkelte punkter fordi de fleste operatører spesialisierer seg mht. aktiviteter og naturtyper.

Følgende operatører ble valgt:

USA: Mountain Travel: Den største operatøren i USA og muligens den eldste i verden, med ca. 20 års erfaring med naturbaserte opplevelsesreiser. Har et tradisjonelt program og stor spennvidde i reisemål og opplevelser.

Wilderness Travel: Tilbud og forventet omsetning er omlag det halve av det Mountain Travel representerer. Startet med å tilby reisemål i Sør-Amerika og er som den eneste av operatørene i undersøkelsen som fremdeles har flest reisemål og avganger til Sør-Amerika.

VEST- Hauser: Den eldste og største operatøren i
TYSKLAND: Vest-Tyskland Strukturen i tilbudet er mye likt det som Mountain Travel har, med stor variasjon av reisemål og opplevelser.

Deutsche Alpenverein (DAV): Fjellforening som bygger på medlemskap, men medlemskap er ikke noe krav for å delta på reisene. Har ca. 15 års erfaring. DAV konsentrerer seg om reisemål i fjellområder og har et stort tilbud av reiser med vandring som hovedinnhold. DAV er den eneste operatøren som ikke tilbyr dyreopplevelser. DAV har et omfattende kurstilbud i fjellsport for sine medlemmer.

FRANKRIKE: Terres d' Aventure: Den største franske operatøren med et meget omfangsrikt program. Etter tilbudet å dømme, er TDA den operatøren som har størst omsetningspotensiale av alle operatører, målt i norske kroner. Har et allsidig program på linje med Hauser og Mountain Travel.

Explorator: Har et stort tilbud av reiser til ørkenområder og må ut i fra tilbudet nærmest betegnes som en spesialist på slike reiser. Operatøren har hatt store svingninger i sitt tilbud i perioden og utmerker seg med stor økning i antall avganger til europeiske reisemål.

2.2 OMFANGET AV STUDIEN

For å kunne si noe om utviklingen i de seinere årene, sammenlignet vi operatørens kataloger fra årene 1985 eller 1986 og 1989 eller 1990. Tanken var opprinnelig å se på årgangene 1985 og 1989. Etterhvert viste det seg at det var vanskelig å skaffe enkelte kataloger av disse årgangene. Vi ble derfor ved ett tilfelle nødt til å benytte 1986-katalog og ved to tilfeller 1990-katalog.

Vi ønsket å trekke ut så mange data som mulig fra hver katalog. Det ble derfor laget et skjema med 25 kategorier av opplysninger som skulle fylles ut for hvert beskrevet turtilbud (type av reise) i katalogen. Dette ble et omfattende arbeid, da hvert turtilbud måtte studeres nøye for å svare på spørsmålene. Antall turtilbud pr. katalog varierte fra 37 til 146. Bakgrunns materialet består således av 1172 analyserte turtilbud (511 i 1985/86 og 661 i 1989/90) med 3995 avganger. (1473 i 1985/86 og 2522 i 1989/90).

Ikke alle turtilbud var like enkle å klassifisere. Dette skyldes at beskrivelsen av reisene var svært forskjellige fra operatør til operatør. Noen operatører hadde detaljerte beskrivelser dag for dag, og det var derfor lett å trekke ut de opplysninger vi ønsket. Andre beskrivelser var derimot mer mangelfulle. Dette gjaldt særlig opplysninger om innkvartering, transport og forpleining. Dette representerer en viss usikkerhet, men gjelder bare en liten del av materialet.

Enkelte opplysninger var gjenstand for skjønnsmessige vurderinger. Dette gjaldt særlig reisens hovedinnhold og naturtype. Med unntak av de franske katalogene der vi av språkmessige grunner måtte ha assistanse utenfra, er katalogene gjennomgått av én person. Det er således de samme kriterier som er benyttet ved vurderingene, og dette reduserer mulighetene for ulik tolkning av beskrivelsene. I den grad det har latt seg gjøre har det også blitt foretatt stikkontroller av det franske materialet.

2.3. HVOR PÅLITELIGE ER RESULTATENE?

Rammene for studien har som vist foran gjort at vi har måttet avvike de ideelle metodiske krav på en rekke punkter. Vi har benyttet en indirekte metode for å belyse etterspørselen, og utvalgene både med hensyn til antall operatører og markeder er små. Dette har medført at usikkerheten ved resultatene er blitt langt større enn vi ideelt sett hadde ønsket.

Vi har derfor lagt vekt på å presentere hovedtrekkene i de resultatene vi har funnet. At hovedtrendene i markedene i stor grad viser seg å være sammenfallende på tvers av ulike operatører og land, styrker antakelsen om at de operatører vi har valgt er representative for markedet generelt.

Resultatene er også sjekket mot andre tilgjengelige kilder. (Ingram & Durst. 1987, Speciality Travel Index. 1989). Det har ved denne sammenligningen ikke framkommet noe som skulle tilsi at undersøkelsen ikke gir et pålitelig bilde av hovedtrendene i dette markedet.

3. Generell struktur og utviklingstrekk for tilbudet av naturbaserte opplevelsesreiser

Tilbudet i de katalogene som er gjennomgått er stort og mangfoldig. Reisemål og opplevelser i alle verdenshjørner er representert og gir et bilde av et svært internasjonalt og variert tilbud av naturbaserte opplevelser. I denne rapporten har vi valgt å konsentrere oss om hovedtrekkene i dagens struktur og om hovedtrekkene i utviklingen fra 1985/86 og til 1989/90. I enkelte tilfeller har det likevel vært riktig å kommentere særtrekk hos enkelte operatører, for å gi et så korrekt bilde som mulig. Undersøkelsen har prioritert å se på struktur og utviklingstrekk innen følgende hovedtema:

1. Til hvilke land og naturtyper tilbys det reiser?
2. Hvilke opplevelser tilbys?
3. Reisesenes prisnivå.
4. Sesongmønsteret i de ulike markedene.

3.1. HVORDAN HAR ETTERSPORSSELEN ETTER NATURBASERTE OPPLEVELSESREISER UTVIKLET SEG DE SISTE ÅRENE?

Hovedtendensen i denne undersøkelsen er at tilbudet av, og dermed sannsynligvis også etterspørselen, etter naturbaserte opplevelsesreiser har økt kraftig de siste 4-5 årene. Dette gjelder for alle operatører som er med i undersøkelsen. Økningen i antall avganger, som gir den beste indikasjonen på veksten i etterspørselen, har vært på hele 70 %, fra totalt 1470 avganger i 1985/86 til 2512 avganger i 1989/90, alle operatører sett under ett. Veksten i reisevolumet har vært størst blant de franske operatørene med hele 94 %. Dernest har økningen vært på 59 % hos de amerikanske og 50 % hos de tyske operatørene.

Det er lite man vet om utviklingstakten før 1985, bortsett fra en lignende undersøkelse foretatt av en student ved Oppland Distriktshøgskole i 1985 (Store, M.E. 1985.) For to av operatørene i vår undersøkelse (Mountain Travel og DAV) finnes det i ovennevnte undersøkelse tall som antyder volumet i 1977. Det viser seg at den prosentvise økningen i antall avganger var langt høyere hos begge operatørene i perioden 1977-85 enn perioden 1985/89. For Mountain Travel var økningen i perioden 1977-85 på hele 212 %, mot 52 % i perioden 1985-89.

DAV hadde en økning på h.h.v. 121 % og 35 % i de samme perioder. Selv om tidsintervallet i den første perioden er 4 år lengre, er det likevel en såvidt markert forskjell at man bør reflektere over hvorvidt dette er et tegn som tyder på at etterspørselsøkningen har flatet noe ut de senere årene. Det neste spørsmålet en kan stille seg er hvorvidt denne tendensen bare gjelder de to operatørene eller om dette er en generell tendens. Materialet vårt gir dessverre ingen holdepunkter for å si noe nærmere om dette.

3.2. TIL HVILKE LAND OG NATURTYPER TILBYS DET FLEST REISER?

3.2.1 Fordeling på verdensdeler

Reisevolumet i 1989/90, målt i antall avganger, er størst til reisemål i Afrika, med 777 avganger. Dette tilsvarer vel 30% av alle operatørenes avganger dette året. Reisemål i Asia ligger imidlertid ikke så mye lavere, med 712 avganger. Dernest kommer europeiske reisemål med 459 avganger og Sør-amerikanske med 391. Færrest avganger er det til Antarktis. (Se tabell 1).

Det er flere avganger pr. turtilbud til Afrika enn til Europa og Asia. Det var i gjennomsnitt 6 avganger pr. turtilbud til Afrika, mot 3 pr. turtilbud til Europa og Asia. Asia var den verdensdelen der tilbudet av reiser var bredest, med 212 ulike typer av reiser

i 1989/90. Derneft kommer Europa med 139 turtilbud og Afrika med 132.

Utviklingen fra 1985/86 til 1989/90 viser at det har vært en langt større økning i antall avganger enn i antall turtilbud og dette er et felles trekk for alle operatører. Dette vil si at operatørene har møtt en økende etterspørsel ved å arrangere flere avganger til allerede eksisterende tilbud, framfor å tilby nye typer av reiser.

Generelt er bildet slik at vi finner flest turtilbud til de asiatiske land, og særlig i Himalayaregionen. Fra 1985/86 til 1989/90 har det vært en større økning av turtilbud til Asia enn til andre verdensdeler. Totalt har Asia 30% av alle turtilbudene, og i 1989/90 er dette 10 % mer enn verdensdel nr. 2 som er Europa.

Nord-Amerika har hatt en kraftig tilbakegang i antall turtilbud. Målt i antall avganger, har denne nedgangen vært enda mer drastisk; Fra 1985/86 til 1989/90 var nedgangen på hele 37%. (Se tabell 1). Nord-Amerika er forøvrig den eneste verdensdelen som har hatt nedgang i antall avganger.

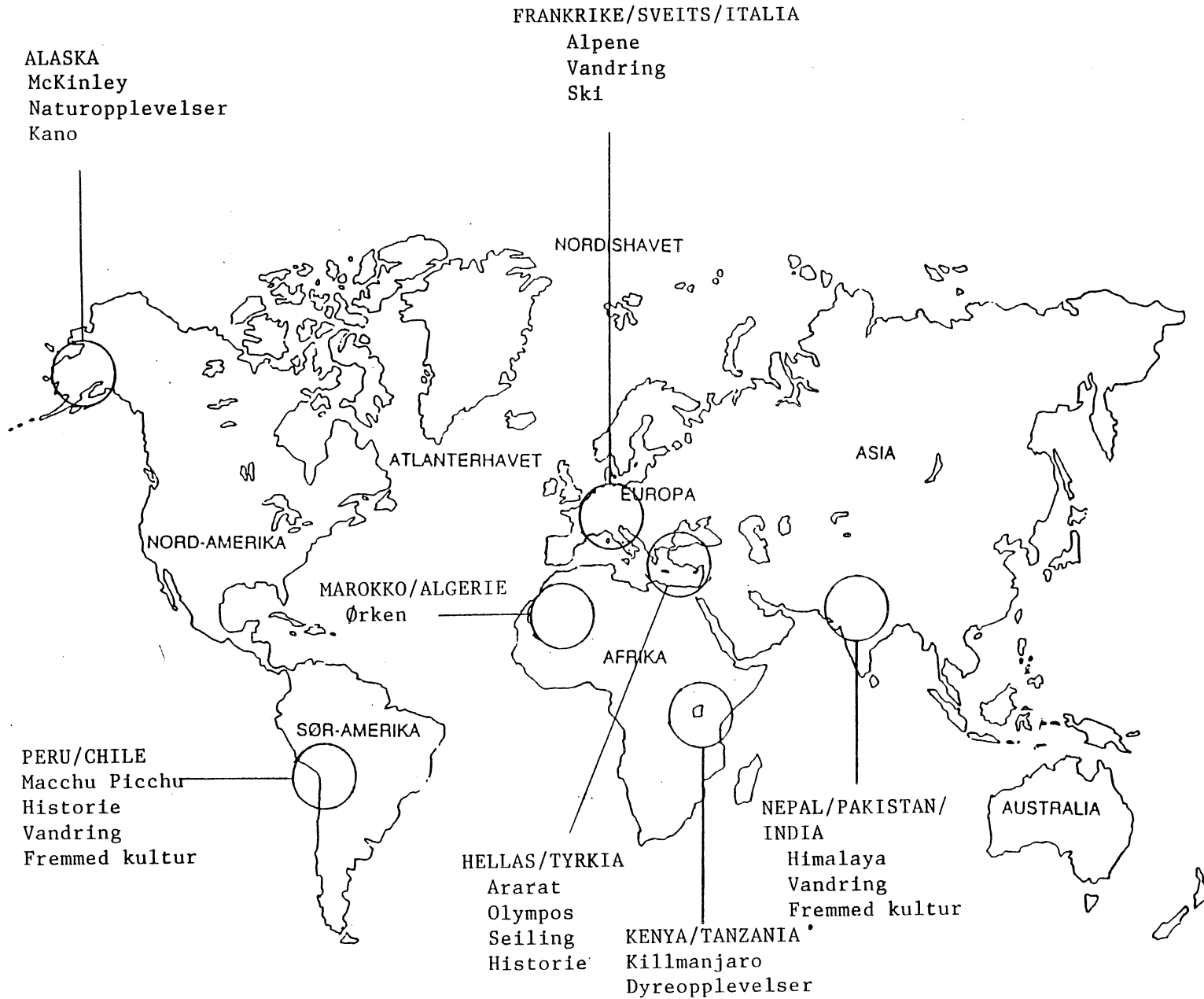
Tabell 1 Avganger fordelt på verdensdeler i 1989/90.

Prosentvis økning fra 1985/86. Gjelder alle operatører.

	Totalt	Europa	Asia	Afrika	Nord-Amerika	Sør-Amerika	Antarktisk	Pacific
Avg.1989/90	2512	459	712	777	45	391	9	119
Prosentvis økning fra 1985/86	71%	27%	90%	86%	(-37%)	101%	*)	133%

*) Ingen avganger i 1985/86

Figur 1 De mest populære reisemål i ulike verdensdeler, med stikkord for opplevelser

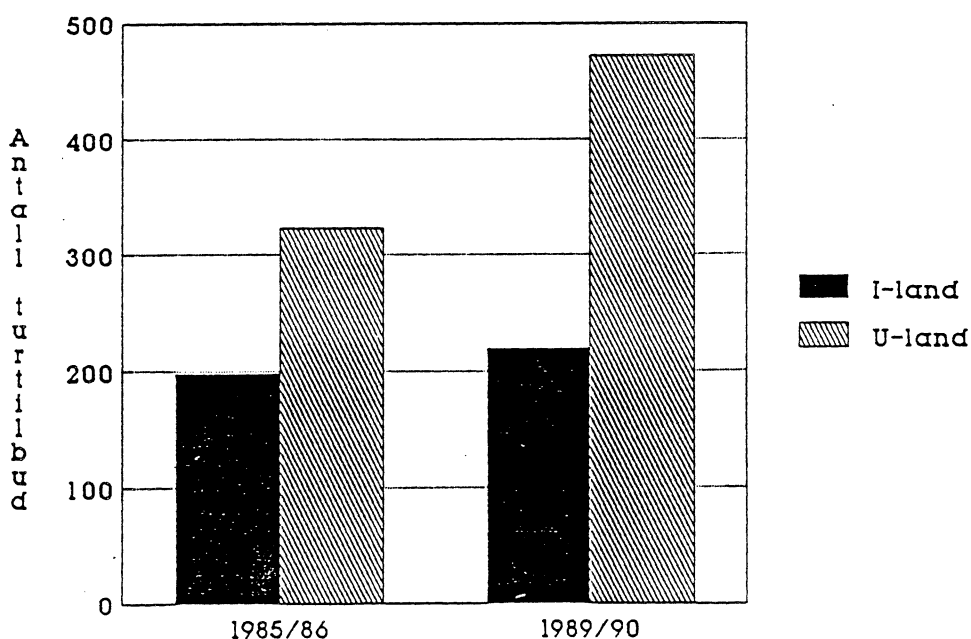


3.2.2 Fordeling på land

Operatørene som er med i undersøkelsen tilbyr reiser til hele 92 land. Antall land som ble besøkt av disse operatørene var omtrent det samme i 1989/90 som det var i 1985/86 (h.h.v. 81 og 77). Antallet var stabilt også for hver enkelt operatør, bortsett fra Hauser (D) som utvidet tilbudet med 11 land fra 1985/86 til 1989/90.

Det er flere turtilbud til utviklingsland enn til industrialiserte land. Figur 2 viser at det også har vært en større vekst av turtilbud til utviklingsland enn til de industrialiserte landene. I 1989/90 var det over dobbelt så mange turtilbud til utviklingsland, som til industrialiserte land. (Henholdsvis 69 % og 31% av turtilbudene).

Figur 2 Antall turtilbud i u-land og i-land 1985/86 og 1989/90.



En rangering av de 10 mest besøkte land i verden er vanskelig og beheftet med usikkerhet. Dette fordi analysen har et lite utvalg av operatører, og fordi enkelte operatører nærmest har spesialisert seg innen bestemte typer reiser. Særlig gjelder dette Explorator (F) som har ørkenreiser som sitt spesialfelt og derfor vil bl.a. land som Algerie og Marokko bli ofte besøkt. DAV (D) konsentrerer seg om fjellopplevelser og utelukker derfor land som andre operatører besøker ofte. Det eksisterer derfor tildels store forskjeller blant operatørenes liste over mest besøkte land. Tabell 2 må derfor tolkes med forsiktighet.

Blant de operatørene som er med i denne analysen, ble det tilbudt flest typer av reiser til utviklingsland, både i 1985/86 og 1989/90. Ut fra antall turtilbud, synes Nepal å være det mest populære reisemålet. Både i 1985/86 og 1989/90 stod Nepal alene for omlag 10 % av alle turtilbud. (Tabell 2).

Tabell 2 Land med flest turtilbud i 1985/86 og 1989/90.

LAND	1985/86 ANT. TURTILBUD	LAND	1989/90 ANT. TURTILBUD
1 Nepal	53	1 Nepal	74
2 Peru	33	2 India	43
3 India	28	3 Peru	38
4 Algerie	26	4 Algerie	23
5 Alaska	23	5 Pakistan	22
6 Hellas	19	5 Tibet	22
7 Frankrike	17	5 Tyrkia	22
8 Italia	16	8 Kenya	21
9 Ecuador	14	9 Marokko	19
10 Kenya	13	10 Kina	18
10 Pakistan	13		
Totalt tilbud disse årene	511		661

3.2.3 Fordeling på naturtyper

Vi har i denne rapporten delt inn turtilbudene blant annet etter hvilken naturtype reisen er lagt til. Med naturtype mener vi her det totale fysiske miljøet, både de geøkologiske og de sosioøkonomiske komponentene. De ulike naturtypene er definert ut fra klima, høyde over havet, vegetasjon og/eller menneskelig påvirkning. Naturtypen på reisemålet vil i stor grad bestemme innholdet i de ulike tilbudene, inkludert type av aktivitet.

Ut i fra tilbudene i katalogen, var det naturlig å dele turtilbudene inn i 8 ulike naturtyper. Klassifiseringen er foretatt ut i fra de opplysninger som arrangøren har gitt i omtalen av reisene i salgskatalogene. På en del reiser oppsøkes flere naturtyper, og i disse tilfellene er det den naturtype det tilbringes flest dager i som er registrert.

I en del tilfeller har det vært vanskelig å definere hva som er hovednaturtyper ut i fra opplysningen i salgskatalogen. Ved tolkingen har vi holdt oss strengt til arrangørens presentasjon, fordi det i stor grad vil være denne informasjonen som også etterspørrener legger til grunn ved valg av turtilbud.

Turtilbudene er klassifisert etter følgende naturtyper:

1. Polare områder: Innbefatter Antarktis og Arktis (Svalbard, Nord-Canada og Grønland).
2. Fjellområder: Områder over tregrensen uten vesentlig påvirkning av menneskelig aktivitet, samt alle turtilbud som ligger høyere enn 3.500 meter over havet.
3. Ørken: Ørkenområder generelt.
4. Jungel: Tropisk regnskog.
5. Tropiske strøk: Områder i tropene med varierte natur og som ikke falle inn under de øvrige definisjonene.
6. Byområder: Storbymiljø.
7. Kulturlandskap: Områder bebodd eller vesentlig påvirket av mennesker.
8. Kyst-/havområder: Sjøreiser og kystlandskap.

Som nevnt går enkelte reiser gjennom flere naturtyper. Vanligst er kombinasjonen mellom kulturlandskap og fjellområder. På noen reisemål finnes kulturlandskap i områder som har fått betegnelsen fjellområder. Områdets høyde over havet er tatt i betraktning i slike tilfeller og vanligvis vil alle turlbud som ligger høyere enn 3.500 meter uansett bli klassifisert som fjellområder.

Fjellområder verden over er den viktigste attraksjonen i tilbudet av naturbaserte opplevelsesreiser. Vel 50 % av alle turlbud er lagt til fjellområder. De fleste av denne typen av turlbud er til asiatiske land. Reiser til fjellområder utgjør forøvrig 70% av alle turlbudene til disse landene. Også i Nord- og Sør-Amerika er de fleste turlbud til fjellstrøk, med ca 60 % av turlbudene til slike naturområder.

Reiser til områder som defineres som kulturlandskap er den nest største gruppen med 20 % av alle turlbud. Den verdensdel som har størst andel av sine turlbud til kulturlandskap er Europa, med 39%. Dette var i 1989/90 en like stor andel som turlbud til fjellområder, og er et særtrekk for Europa. Blant verdensdelene har Afrika færrest andel av sine turlbud til kulturlandskap med bare 10 %.

Reiser til tropiske strøk tilbys til Stillehavsoyene og Afrika, og representerte i 1989/90 14 % av alle turlbud.

Utviklingen fra 1985/86 til 1989/90 viser at antall avganger til fjellområder, sammen med ørkenområder og kulturlandskap, har hatt den største reelle veksten. (Økning på 270-280 avganger). Prosentvis er imidlertid økningen lavere til fjellområdene enn til de fleste andre naturområdene. Den relative økningen i antall avganger har vært størst til ørkenområder med 141 %, mens den til fjellområder bare har vært på 38%. (Tabell 3).

Generelt er inntrykket at turlbud i områder med varmere klima enn der forbrukerne er bosatt, har hatt en større stigning i etterspørselen i perioden enn turlbud i kaldere strøk.

Tabell 3 Avganger til ulike naturmiljø og økning i perioden 1985/86 - 1989/90.

Naturmiljø	1985/86	1989/90	Absolutt økning	Prosentvis økning
Ørken	200	482	282	141 %
Kulturlandskap	272	545	273	100 %
Fjellområder	725	997	272	38 %
Varme strøk	177	362	185	105 %
Polare strøk	17	37	20	118 %
Hav/kystmiljø	60	68	8	13 %
Jungel	19	27	8	42 %
Storbymiljø	-	1	1	100 %
I alt	1470	2522	1049	72 %

3.3 HVILKE OPPLEVELSER TILBYS?

Mens vi foran har sett på fordelingen av turtilbud i forhold til land og naturtyper, vil vi i dette avsnittet forsøke å kartlegge hva slags hovedinnhold eller opplevelser som tilbys på de ulike reisene. Hvorvidt en reises innhold ene og alene er avgjørende for valg av reise kan sikkert diskuteres. Men at hovedinnholdet er svært avgjørende er ganske naturlig da det er dette som først og fremst er med på å virkeliggjøre en drøm - og å tilfredsstille et behov. Således er informasjon om turenes hovedinnhold et særdeles viktig moment for å forstå forbrukernes ønsker og behov.

Uavhengig av verdensdel, aktiviteter og varighet har reisene en del fellestrekk. For det første er enhver reise på sett og vis temaorientert, dvs. turen er basert på ett bestemt hovedinnhold; f.eks. ørkensafari, skitur, vandring, dyre- opplevelser osv. For det andre vil dette hovedinnholdet ofte bli supplert med tilleggsopplevelser som f.eks. fremmedartet kultur,

spesiell natur, folkeliv etc. Reisene blir dermed en kombinasjon av natur- og kulturopplevelser. For det tredje tilbyr reisene aktiv opplevelse, som i motsetning til passiv opplevelse forutsetter at deltakeren er fysisk aktiv og forflytter seg "inn i attraksjonene" i stedet for å betrakte dem på avstand.

Reisenes hovedinnhold er klassifisert etter hvilke opplevelser som tilbys. En opplevelse definerer vi her til å være samspillet mellom den aktiviteten som utøves og de fysiske og til en viss grad sosiale omgivelser aktiviteten utøves i.¹ Vi har derfor i mindre grad vært opptatt av enkeltaktiviteter, fordi enkelte opplevelsesformer kan inneholde mange ulike aktiviteter, og/eller fordi aktiviteten bare er en mindre del av opplevelsen. Unntak er gjort for de reiser der aktiviteten utøves på en overveiende del av reisen og dermed er av avgjørende betydning for opplevelsen. Dette gjelder fotturer, skiturer og tindebestigning. De ulike aktivitetsformer er forøvrig nærmere belyst i forbindelse med omtalen av transportmåter.

Analysen av reisenes hovedinnhold har som mål å få frem opplysninger på tre ulike felt:

- a) Gi et bilde av hvor stor andel de ulike hovedtemaene utgjør av det totale tilbudet.
- b) Endringer i volum (antall avganger) fra 85/86 til 89/90 innenfor hvert tema.
- c) Gi eksempler på de mest populære turtilbudene innen hvert tema.

¹ Basert på definisjonen av opplevelse brukt i det amerikanske planleggingssystemet "Recreation Opportunity Spectrum". (Se f.eks. Clark & Stankey. 1979).

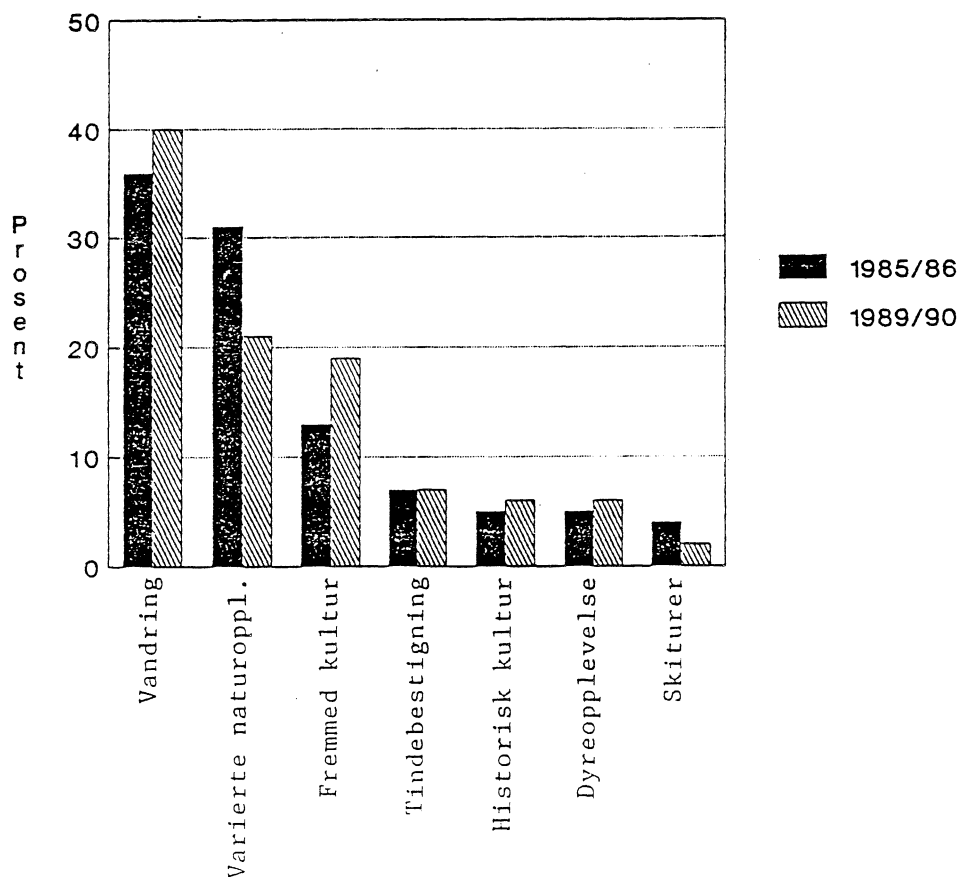
I denne undersøkelsen har vi foretatt følgende inndeling av hovedinnhold:

- 1) **Vandring:** Heldags fotturer, som regel som del av en flerdagers rundtur. Foregår svært sjelden etter veier.
- 2) **Varierte naturopplevelser:** Dette er reiser som ikke er orientert mot ett bestemt tema, men som har ulike opplevelser å tilby. Områder med spesielle naturattraksjoner/særpregede naturmiljøer oppsøkes.
- 3) **Fremmed kultur:** Reisene oppsøker levende kulturmiljøer. Folkelivet og den daglige rytmen på turtilbudet er en viktig attraksjon i kombinasjon med naturattraksjoner. Fremmedartet kultur og eksotisk folkeliv.
- 4) **Tindebestigning:** De fleste bestigninger krever lang klatreerfaring og reisene er i ren ekspedisjonsstil. Det finnes noen få tilbud der bestigningene mer har form av å være fotturer, men det settes krav til at deltakerne er i god fysisk form. De fleste bestigninger foregår til fjell som er høyere enn 4000 moh.
- 5) **Dyreopplevelser:** Hovedformålet med disse reisene er å studere fremmedartet dyreliv.
- 6) **Historisk kultur:** Deltakerne oppsøker historiske minnesmerker, rester etter gamle byggverk, museer o.l.
- 7) **Skiturer:** Begrenset til tur- og ekspedisjonsskiløping utenom løyper og anlegg.

3.3.1 Fordeling på hovedinnhold

Reiser med vandring som hovedinnhold utgjorde den største andel av antall turtilbud både i 1985/86 og 89/90. Fordelingen av turtilbud med ulikt hovedinnhold har vært forholdsvis stabil i denne perioden. Den mest markerte endringen er at andelen av turtilbud med varierte naturopplevelser er redusert fra 31 til 21 prosent. Videre er andelen av turtilbud med fremmed kultur økt fra 13 til 19 prosent og andelen av turtilbud med vandring som hovedinnhold har økt fra 36 til 40 prosent. Innenfor de andre hovedtemaene har det bare vært små endringer. (Figur 3).

Figur 3 Prosentvis fordeling av hovedinnhold på alle turtilbud 1985/86 og 1989/90.



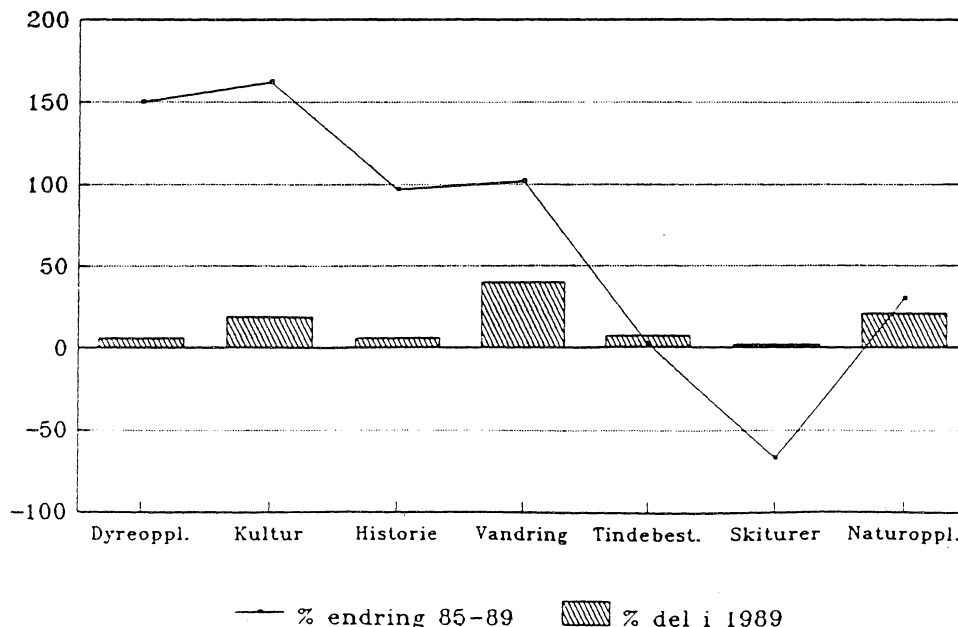
Omfanget av reiser med ulikt hovedinnhold er også sjekket i forhold til antall avganger. Både for 1985 og 1989 kan vi slå fast at fordelingen er forbløffende lik fordelingen av turtilbud, omtrent på prosenten.

Til slutt har vi gjort en beregning av hvor stort volum i antall personer som operatøren tror vil kjøpe de ulike turene. (Maksimalt antall deltakere). Igjen viser det seg at fordelingen av antall personer som kan delta på de ulike turene, er tilnærmet den samme prosentfordeling som i figur 3.

3.3.2 Endringer i tilbudet fra 1985/86 til 1989/90

Turtilbud med vandring som hovedinnhold har hatt den klart største absolutte volumøkningen, med 549 avganger mer i 1989/90 enn i 1985/86. De typer reiser som har hatt størst prosentvis økning i antall avganger er reiser med fremmed kultur med 162 % og dyreopplevelser med 150 %. Reiser med vandring, som er de mest etterspurte reisene, har den tredje største økningen målt i prosent. Det er kun skireiser som har hatt en prosentvis nedgang i antall avganger, med 67 % reduksjon. (Figur 4).

Figur 4 Prosentvis endring i antall avganger for de ulike typer av hovedinnhold sett i forhold til prosentvis andel av det totale tilbudet.



La oss så se nærmere på de ulike opplevelsestypene, hva som kjennetegner dem og hvor man finner de mest populære attraksjonene. Som tidligere nevnt er det et felles trekk ved reisene at de er fundamentert på én hovedopplevelse. Inntrykket er at man har klart å finne frem til særegne attraksjoner verden over og at det er disse det fokuseres på. Dette gjelder uavhengig av om attraksjonen er naturhistorisk eller kulturelt basert.

3.3.3 Vandring

Vandring er den opplevelsen som etterspørres mest og som dominerer tilbudet hos de fleste av operatørene. Av det totale tilbudet i 1989/90 utgjorde turtilbud med vandring som hovedinnhold 40 %. Dette var dobbelt så mange turtilbud som reisene med nest mest populære hovedinnhold. Økningen i antall avganger har vært på 102 %, og den reelle økningen har vært på 549 avganger, til 1989 i 1989/90. Ingen andre reiser har hatt en så stor reell vekst i antall avganger.

I 1989/90 hadde 5 av 6 operatører flest reiser i denne kategorien, mot 3 av 6 i 1985/86. De operatørene som hadde flere reiser med annet hovedinnhold i 1985 hadde naturopplevelser på topp og vandring som nummer to. Situasjonen i 1985/86 var slik at én operatør fra hvert marked hadde naturopplevelser på topp.

De fleste turtilbud som har vandring som hovedinnhold er lagt til Asia. (Tabell 4). Dernest kommer Europa og Sør-Amerika. Turtilbudene finner vi hovedsakelig i Nepal, India og Pakistan for Asias del og det er også disse landene som totalt sett har flest av turtilbudene med vandring. I Europa er turtilbudene først og fremst å finne i Frankrike, Sveits og Italia, altså alpelandene. Peru er mest besøkte turtilbud i Sør-Amerika. De nevnte turtilbudene mottar også flest avganger.

Tabell 4 Andel av turtilbud med vandring som hovedinnhold til de ulike verdensdelene i 1989/90. Antall turtilbud i parentes.

Asia	Europa	Sør-Amerika	Afrika	Nord-Amerika	Pacific
43%(113)	22%(58)	17% (45)	15%(39)	1% (3)	1% (3)

Dersom tilbudet av vandreturer avspeiler etterspørselen etter slike turer, betyr dette at det store flertallet av de som ønsker å dra på organiserte fotturer av denne typen drar til Himalaya, Alpene og Andesfjellene. Disse fjellområdene har det til felles at fjellene er svært alpine og dramatiske. I tillegg finner man i disse fjellene h.h.v. verdens høyeste fjell, sentral-Europas høyeste fjell og Amerikas høyeste fjell. Når det i 1989/90 tilbys 4 ulike reiser til Norge og samtidig 59 til Nepal, er det sannsynlig at denne forskjellen bl.a. skyldes fjellområdenes attraksjonsverdi. Med det menes fjellenes høyde og beskaffenhet, men også gjenkjennelses-verdi, samt muligheter for opplevelse av en egenartet fremmedkultur.

Reisene der vandring er hovedinnholdet er ganske ulike fra verdensdel til verdensdel. Særlig stor forskjell er det mellom reisene i Europa/Nord-Amerika og reisene i Asia/Sør-Amerika. Dette har både med topografi å gjøre, men også forskjellen mellom industrialiserte land og utviklingsland gjør at reisene er ulike.

For det første er reisene i utviklingslandene lengre. En fottur i Nepal varer i gjennomsnitt 22 dager og dette er 10 dager lengre enn i Europa, mens det er 4 dager lengre enn i Sør-Amerika. Dette har både med tilgjengelighet og geografiske forhold å gjøre.

For det andre foregår nesten all overnatting i utviklingslandene i telt, mens industrilandene tilbyr innendørs innkvartering. Dette har først og fremst med tilretteleggingsgraden å gjøre. Tilretteleggingen for turisme i utviklingsland er på et helt annet nivå enn i de industrialiserte landene. Dette gjelder på alle områder, men ikke minst for tilbudet av innendørs innkvartering.

For det tredje slipper deltakeren å bære sin pakning selv, om han deltar på fottur i Asia eller Sør-Amerika. I de fleste tilfeller bæres kun en lett sekk, mens tobente eller firbente bærere tar seg av den tyngste delen av pakningen. Dette har både med mangelfullt utbygde veier og overnattingssteder å gjøre, samt at prisen på arbeidskraft er svært lav, sett med vestlige øyne.

For det fjerde foregår de mest krevende fotturene i Asia og Sør-Amerika. Operatørene har sin egen klassifisering for hvilke turer som er krevende og i de fleste tilfeller er dette angitt i tilknytning til reisebeskrivelsen. Det er særlig lange turer i store høyder som betegnes som krevende. I fireårs-perioden har det vært en økning i reiser som betegnes som krevende, men det forutsettes kun god fysisk form av deltakerne for å delta. I 1985/86 ble 9 % av turtilbudene med vandring som hovedinnhold betegnet som krevende, mens den tilsvarende prosent i 1989/90 var kommet opp i 14. Dette tilsvarer en absolutt økning på bare 11 flere krevende reiser i 89/90, og er således ingen drastisk økning.

3.3.4 Varierte naturopplevelser

Varierte naturopplevelsesreiser har en andel på 21 % av det totale turtilbudet i 1989/90. Denne andelen har gått ned med 10 % siden 1985/86.

Naturopplevelser er et kjennetegn for alle de reiser vi finner i denne undersøkelsen. Mange av reisene er svært temaorienterte, som vi har sett foran. Typisk for en del reiser er imidlertid at

de inneholder et vidt spekter av opplevelser og aktiviteter, uten at man kan si at de er orientert mot ett bestemt tema. Det er denne type reiser som kommer inn under definisjonen "varierte naturopplevelser".

Et kjennetegn for disse reisene er at turen foregår i ett bestemt naturmiljø, f.eks. ørken eller polare strøk og at deltakeren får oppleve både dyreliv, kulturhistorie, folkeliv og særpregede naturattraksjoner.

Reiser med varierte naturopplevelser som hovedinnhold er den typen av reiser som tilbys nest mest, både mht. antall turtilbud, avganger og forventet antall deltakere. Reiser der varierte naturopplevelser er hovedinnhold er lagt til reisemål overalt i verden. Nær 70 % av alle turtilbud er å finne i Europa, Afrika og Sør-Amerika, likelig fordelt mellom disse tre. Asia har bare 4 % av denne typen reiser. Kun ett land skiller seg ut mht. antall turtilbud i denne kategorien og det er Alaska med i alt 16 turtilbud.

På de fleste av disse reisene foregår transporten ved en kombinasjon av bil/buss og at deltakernes tar seg fram til fots. Vandring var hovedtransportmåten på 41 % av reisene, mens det tilsvarende tall for bil og buss var 29 %. 10 % av reisene benytter motoriserte båter og 5 % seilbåt. Det var i alt 295 turtilbud som hadde naturopplevelser som hovedinnhold.

3.3.5 Fremmed kultur

Turtilbud med fremmed kultur som hovedinnhold har en andel på 19 % av det totale turtilbudet i 1989/90. Denne typen av reiser har også hatt den størst prosentvise økningen i antall avganger i perioden med 162 %, fra 154 til 403 avganger.

De fleste reiser som tilbys av operatørene i denne undersøkelsen gir deltakeren innblikk i og opplevelse av en fremmed kultur. Nettopp dette elementet synes å være svært viktig ved presentasjonen av de ulike turene og man forsøker ofte å fremheve turtilbudets kulturelle særtrekk like ofte, som dets naturmessige.

De turtilbud som kommer inn under denne kategorien er kjennetegnet ved at folkelivet og dagliglivet på reisemålet er svært sentralt. Man kombinerer gjerne ulike opplevelser, gjerne vandring og dyreopplevelser, med muligheten for å bli kjent med reisemålets innvånere og kultur, både den nåværende og den historiske.

De seks operatørene i undersøkelsen hadde i 89/90 tilsammen 125 turtilbud, der hovedinnholdet var fremmed kultur. 40 % av disse turtilbudene var å finne i Asia, mens Europa og Sør-Amerika begge hadde ca 20 % av disse turtilbudene. India, Tibet, Tyrkia og Chile er de land med flest turtilbud, der fremmed kultur er hovedinnhold. Det finnes relativt få turtilbud til industrialiserte land, som har fremmed kultur som hovedinnhold.

På reisene med fremmed kultur er det deltakernes egne bein som oftest er transportmiddelet. Dette var tilfelle for 46 % av reisene, mens på 33 % av reisene ble bil brukt som hovedtransportmiddel.

Fordi operatørene i denne undersøkelsen er spesialister på naturopplevelsesreiser, er det overraskende at hele 19 % av turtilbudene har fremmed kultur som hovedinnhold. Det er imidlertid viktig å poengtere at de fleste av kulturopplevelsene som tilbys, er å finne i særegne/attraktive naturmiljøer, der de naturmessige omgivelsene er av stor interesse. Som eksempel kan nevnes Inka-kulturen i Sør-Amerika og Sherpa-kulturen i Himalaya. Dette er attraktive turtilbud der kulturopplevelser i storslagne naturområder er trekkplasteret.

Hvorvidt kulturattraksjonene isolert sett ville ha tiltrukket seg den samme oppmerksomheten kan nok diskuteres. Poenget er

imidlertid at reiser der fremmed kultur er hovedinnholdet foregår i særegne naturmiljø, og at en kan snakke om primær- og sekundæropplevelser.

3.3.6 Tindebestigning

Tindebestigningsreiser utgjorde 7% av turtilbudene i 1989/90. Veksten i antall avganger fra 1985/86 til 1989/90 var på bare 2%.

Tindebestigning representerer den ekstreme delen av opplevelses-tilbudet hos disse operatørene. Vi kan skille mellom tindebestigning som krever forkunnskaper og den som ikke gjør det. Den sistnevnte gruppen er minst, med 6 av de 46 typene av reiser som tilbys i 1989/90. Dette er reiser med bestigning av kjente fjell som Kilimanjaro og Mount Kenya i Afrika og Ararat i Tyrkia.

Fordelingen av turtilbud med tindebestigning som hovedopplevelse er ganske likt mønsteret for turtilbudene med vandring, som vist i tabell 4 s. 23. Reisene er lagt til de høyestliggende fjellområdene i hver verdensdel. Fra det varierte tindebestigningstilbudet i 1989, kan vi nevne Mount Everest, Mount McKinley i Alaska, Mt. Vinson i Antarktis, Aconcagua i Sør-Amerika og Elbrus i Sovjet. Reiser med bestigning av de mest kjente fjell har færre avganger og er dyrere enn reiser til lavere og mindre kjente fjell. Et unntak er reiser til Kilimanjaro som har flest avganger av alle tindebestigningsreiser.

Generelt har det vært en svak økning av antall turtilbud av denne typen reiser, men antall avganger har vært stabilt. Det tyder altså ikke på at interessen for å delta på disse turene har endret seg i løpet av perioden. Interessen synes heller ikke å være like stor i alle land, da de franske operatørene tilbyr 3 ulike reiser mens de amerikanske tilbyr 15 og de tyske hele 25 typer av reiser. Tindebestigning er imidlertid en svært

spesialisert type av reise, fordi det i de fleste tilfeller kreves en god del forkunnskaper og ferdigheter. Det er mulig at operatørene av naturopplevelsereiser vurderer dette markedet noe ulikt, avhengig av hvilke tilbud som finnes innen klatremiljøene i de enkelte land. (Tilbud fra medlemsorganisasjoner o.a.). Vi skal derfor være forsiktige med å trekke den konklusjon at interessen for tindebestigningsreiser er større i det tyske enn i det franske markedet.

Reisene med tindebestigning som hovedinnhold har lengre varighet enn de øvrige reisene. Mens varigheten ikke har endret seg for andre typer reiser, har den gjennomsnittlige varigheten for tindebestigningsreiser økt, fra 22 dager i 1985/86 til 31 dager i 1989/90. Dette skyldes delvis at turtilbudene er vanskeligere tilgjengelig, men først og fremst at bestigningene synes å ha blitt mer både tidkrevende og mer teknisk krevende.

Det er tindebestigningsreisene til Asia som har lengst gjennomsnittlig varighet, og denne har økt fra 34 til 42 dager. Reisene til Afrika varer kortest, med et snitt på 13 dager i både 1985/86 og 1989/90. De mest krevende reisene går med andre ord til Asia og de letteste til Afrika.

3.3.7 Dyreopplevelser

Dyreopplevelser representerer 6 % av det totale tilbudet av naturopplevelsereiser i 1989/90. Denne typen reiser har hatt en økning i antall avganger i undersøkelsesperioden på 150%, fra 54 til 135 avganger.

Afrika har 76 % av de i alt 39 turtilbudene med dyreopplevelser som hovedinnhold i 89/90. De resterende er fordelt mellom Asia og Sør-Amerika med h.h.v. 16 og 8 prosent. Samtlige reiser som tilbyr dyreopplevelser som hovedinnhold går til varme strøk nær ekvator. Det finnes altså ikke noe tilbud der man studerer dyr i kaldere strøk og der dette er hovedinnholdet. Dette kan ha sin

årsak i det mangfoldige dyrelivet man finner nær ekvator og som gjør det mulig å få variasjon i opplevelsene.

Blant turtilbudene kommer safariopplegg i Kenya og Tanzanias naturreservater Serengeti og Ngorongoro på topp. I Asia er det Nord-Indias elefanter, kameler og tigre som trekker, mens Galapagosøyene utenfor Sør-Amerika kan vise til et mangeartet og eksotisk dyreliv.

3.3.8 Historisk kultur

Turtilbud med historisk kultur som hovedinnhold utgjør i 1989/90 kun 6 % av det totale tilbudet. Veksten i antall avganger har vært på 97 % fra 1985/86 til 1989/90.

60 % av de 40 turtilbudene med historisk kultur som hovedinnhold er lagt til Asia og Afrika, med like stor andel av turtilbudene på hver av de to verdensdelene. I Afrika har Egypt, med sine pyramider, mausoleer og templer det største tilbudet av historiske opplevelser. Reisemålene i Asia er mindre konsentrert. Her finner vi reiser til både Pakistan, India, Tibet og Kina. De største attraksjonene er gamle templer og klostre. De 8 typene av reiser til Europa tilbyr sine historiske opplevelser i Hellas og Italia. Det har ikke skjedd endringer i tilbudet av historiske reiser hos noen av operatørene i 4-års perioden.

3.3.9 Skiturer

Reiser med ski som hovedinnhold representerer en svært liten del av det totale turtilbudet hos operatørene. For alle operatører under ett var dette kun 4 og 2 prosent av tilbudet i h.h.v. 1985/86 og 1989/90. Det må imidlertid nevnes at en av operatørene i denne undersøkelsen henviser til en egen brosjyre for skireiser.

Som tindebestigning vil også ekspedisjonsturer for skiløping kreve visse ferdigheter. Også for ekspedisjonsskiturer kan det dermed variere i hvilken grad operatørene velger å gå inn på disse markedene. Interessen for skiturer gjenspeiles dermed ikke i det materialet vi har gjennomgått. I forhold til andre opplevelser har vi grunn til å anta at skiopplevelser har et langt større marked enn det denne undersøkelsen viser. Når tilbudet er såvidt lite skyldes det dels spesialiseringen samt at tradisjonelle skiopplevelser kanskje faller litt utenom disse reisenes profil. Med tradisjonelle skiopplevelser siktes det i denne sammenheng til alpinskiiløping og turskiløping i preparerte spor.

Det skitilbud vi finner i katalogene som er benyttet i undersøkelsen, er turskiløping utenom løyper og ekspedisjonsturer. Antall turtilbud er redusert fra 20 i 1985/86 til 13 i 1989/90.

De reisene som tilbys går til Europa og Nord-Amerika. Av i alt 27 avganger i 1989/90 gikk 22 avganger (81%) til reisemål i Europa. I tillegg til at antall turtilbud er redusert, har det også blitt langt færre avganger, som er redusert med 67 % fra 81 avganger i 1985/86 til 27 i 1989/90. Den store nedgangen i antall avganger fra '85 kommer av at Terres d'Aventure (F) har redusert sine avganger til Sveits fra 50 til 4 avganger. Operatøren har i 1989 en egen katalog for skireiser og dette er årsaken til nedgangen i hovedbrosjyren. For denne operatørens del har tilbudet av skireiser økt så mye at egen katalog er blitt nødvendig. Dette som et apropos til det som allerede er sagt om spesialreiser. Forøvrig merker vi oss at Norge er det land som mottar flest avganger i 1989/90, med 7 avganger. Av andre turtilbud kan nevnes Grønland, Canada, Sveits, Sovjet og Finland. Skiturene er lagt til variert skogs- og fjellterreng, med unntak av et tilbud som innebærer skibestigning av Mount McKinley i Alaska.

Varigheten på reiser der skiturer er hovedinnholdet, er kortere enn for andre reiser. I 1989/90 var gjennomsnittlig varighet 12 dager. Dette er 4-5 dager kortere enn for andre typer reiser.

3.4 HVILKE AKTIVITETER TILBYS?

- RESULTATER FRA ANDRE UNDERSØKELSER

I denne undersøkelsen har vi valgt å skille de ulike reisene fra hverandre ved å kategorisere dem i ulike grupper etter hvilket hovedinnhold de har. Dette er gjort ved å definere sju ulike hovedtema som hver beskriver en egenartet opplevelsesform. En annen måte å gjøre det på er å se på de ulike aktivitetstilbud en reise inneholder. Man snakker da om en mer detaljert inndeling og ikke om hovedopplevelsen i en reise. Ofte kan det imidlertid være slik at aktivitetsform og hovedopplevelse er det samme, men for de reiser vi her behandler er det oftere snakk om en kombinasjon av ulike aktivitetsformer og at disse aktivitetene er med på å forsterke hovedopplevelsen.

En undersøkelse som kartlegger naturbaserte opplevelsesreiser til utviklingsland ble laget av amerikanske forskere i 1987 (Ingram & Durst 1987). Også denne undersøkelsen tok utgangspunkt i det eksisterende tilbudet - denne gang amerikanske operatører. I samråd med operatørene satte forskerne opp en liste over de ulike aktivitetsformene som operatørene tilbød. Listen inneholder en kombinasjon mellom rene aktiviteter og det vi definerer som opplevelser. Tabellen nedenfor gir et bilde av omfanget av tilbudet av ulike aktivitetsformer og er et interessant supplement til vår egen undersøkelse.

Tabell 5 Mest populære aktivitetstilbud og reisemål for amerikanske turoperatører som besøker utviklingsland. Basert på intervju med 32 operatører i 1987. (Kilde: Ingram & Durst, 1987)

Aktivitet	Antall operatører i prosent	Mest populære reisemål
Vandring	72	Nepal, Kenya, Tanzania, Kina
Fuglestudier	66	Kenya, Mexico, Costa Rica, Tanzania
Naturfotografering	66	Kenya, Tanzania
Dyreopplevelser	63	Kenya, Tanzania, Nepal
Camping	60	Kenya, Tanzania
Fjellklatring	41	Nepal, Kenya, Tanzania
Fiske	38	Costa Rica
Rafting/kajakk/kano	34	Nepal, Ruerto Rico
Botanikk	31	Mexico, Puerto Rica

Andre aktiviteter som er nevnt: ridning, kultur og arkeologiske studier, dykking, grotteturer, båtturer, orkidéstudier, sommerfuglstudier og ekspedisjoner med 4-hjulsdrevne biler.

3.5 TRANSPORTMÅTER

Vi har som nevnt i denne undersøkelsen ikke vært spesielt opptatt av å gi et bilde av de ulike aktivitetstilbud, bortsett fra det som er nevnt foran i dette kapitlet. Vi har imidlertid forsøkt å kartlegge ulike transportmåter og disse vil i noen grad også representere en aktivitetsform.

På de fleste reiser blir det benyttet flere transportmåter. Mest benyttet er vandring. (Benyttet på ca 80 % av alle reiser). Dernest kommer bil/buss. (70 % av reisene). En del av disse reisene

utgjøres av rundturer med firehjulsdrevne biler, og som hovedsaklig foregår i Nord-Afrikas ørkenområder. Den tredje mest benyttede transportmåte er motoriserte båter. Dette inkluderer alt fra ferger til såkalte dug-out kanoer som benyttes på elver i Sør-Amerika. Denne transportgruppen er representert på ca 10 % av turtilbudene.

Rafting er ifølge en amerikansk undersøkelse den mest populære aktiviteten blant amerikanske reisearrangører. Man snakker da ikke spesielt om utviklingsland, men tar også med innenlandske turtilbud. I vår undersøkelse tilbys rafting på bare 4 % av turtilbudene. Rafting som hovedinnhold tilbys på noen svært få reiser.

Kano-/kajakpadling finnes i 3 % av reisene og disse turtilbudene finnes vesentlig i Canada og Alaska. Ridning, sykling, skiturer og seiling er alle representert med ca 2 %, eller 13 turtilbud.

3.6 REISENES PRISNIVÅ

Hvilke reiser må forbrukerne betale mest for og hva er innholdet i disse reisene? Har prisen på enkelte typer reiser hatt en annen prisutvikling og i tilfelle hvorfor? Er reiser til utviklingsland rimeligere enn reiser til industriland? Dette er noen av de spørsmål vi har sett nærmere på og prøver å gi svar på her.

I og med at operatørene som er med i denne undersøkelsen kommer fra tre ulike land, har det av praktiske hensyn vært naturlig å se på prisnivået for hvert enkelt land for seg. Vi har til slutt foretatt en liten oppsummering og prøvd å trekke ut hovedtendensene. Det er i undersøkelsen ikke tatt hensyn til inflasjonsutviklingen i de ulike markedene. Dette har imidlertid mindre interesse i denne sammenheng, da vi først og fremst er ute etter å sammenligne priser mellom ulike turtilbud og forbrukernes betalingsvilje på bestemte tidspunkt. Ved sammenligning av priser har vi valgt å holde oss til gjennomsnittspriser pr. døgn, fordi lengden på turene er svært varierende.

3.6.1 Prisnivå og prisutvikling hos de amerikanske operatørene

De amerikanske operatørene har i perioden hatt en gjennomsnittlig økning i døgnprisen på 40 %.

Ser vi begge operatørene under ett har økningen vært størst for reiser til Europa. Det er imidlertid individuelle forskjeller og Mountain Travel hadde størst økning for reisene til Afrika, med en prisvekst på 70 %. Økningen til Europa var for begge operatører på ca 55 %. Reiser til Asia hadde lavest prisøkning hos begge operatørene med 13 og 27 prosent.

De billigste reisene er til turtilbud i eget land eller naboland. Den billigste reisen i 1985 var en ukes fottur i New Hampshire til \$ 635. I 1989 finner vi den billigste reisen til Hawaii til \$ 745. De mest ekstreme reisene er også de dyreste. I 1985 var prisen på en førstebestigning av et fjell i Kina \$ 8500 mens man i 1989 måtte betale hele \$ 16150 om man ville bestige det høyeste fjell i Antarktis, Mt. Vinson.

Gjennomsnittsprisen pr. dag er høyest på reisene der tindebestigning er hovedinnhold. Nest høyeste prisen i 1989 er på reiser med historisk kultur og dernest kommer dyreopplevelser. I 1985 var bildet litt annerledes for da var reiser med fremmed kultur som hovedinnhold de nest dyreste, mens dyreopplevelser også da kom som nummer tre. De rimeligste reisene er skireiser.

Ser vi så på hvordan prisutviklingen har vært i perioden viser denne at de dyreste reisene er blitt enda dyrere og reiser med tindebestigning som hovedinnhold har hatt den største prosentvise prisøkningen, med 72 %. Det har i denne kategorien reiser vært en utvikling i retning av mer krevende og eksklusive bestigninger, og dette sammen med et relativt lite deltakervolum må være hovedårsaken til den svært høye prisutviklingen. Reiser med naturopplevelser og fremmedkultur har begge hatt en økning på 38 %, mens historisk-kulturbaserte reiser har hatt lavest prisøkning med 24 %.

Å sammenligne priser på ulike turtilbud med ulikt innhold er vanskelig, fordi prisene varierer både med reiseavstand, service underveis som innkvartering og transportmåte, valutasvingninger og volum av reisende. Vi har likevel dristet oss til å foreta en sammenligning mellom turtilbud i 6 ulike land, der tre av dem er utviklingsland. Vi har gjort dette for om mulig å si noe om prisnivået på reiser til utviklingsland er annerledes enn på reiser i industriland, og om hvordan prisnivået har endret seg i perioden. Flyreisen til turtilbudet er ikke tatt med i prisen, slik at vi snakker kun om landarrangementet og får således sett et riktigere bilde av prisnivået på turtilbudet.

Vi har sett nærmere på prisnivå og prisutvikling i følgende land; Nepal, Peru, Kenya, Alaska, Sveits og Norge. Tendensen er at prisnivået er høyere i de industrialiserte landene, men Kenya har likevel høyeste gjennomsnittlige døgnpris. Prisøkningen har vært størst til Kenya og Sveits med h.h.v. 48 og 47 prosent. Lavest har prisøkningen vært til Nepal og Alaska med ca 20 prosent. Prisøkningen på turtilbud i Norge har vært på 38 %. I dette utvalget er det altså ingen klare tendenser i retning av en bestemt prisutvikling mellom reiser til i-land og u-land. Årsakene til forskjellene mellom Kenya/Sveits og Nepal/Alaska er sannsynligvis å finne i lokale forhold, som vi i denne undersøkelsen ikke kommer nærmere inn på.

Vi har tidligere slått fast at prisøkningen i gjennomsnitt har vært på 40 % for alle turtilbud hos de amerikanske operatørene. Dette kan ha sammenheng med at innholdet i reisene har endret seg noe, men det er ikke registrert store endringer i gjennomføringen av reisene. En annen årsak kan være at det er priser på lokale tjenester som har økt. Men først og fremst tyder prisøkningen på at det er svekkelsen av amerikanske dollar som er hovedårsaken til denne økningen. Kursen på US dollar var på topp i 1984, på et tidspunkt da operatørene fastsatte sine priser. Fram til 1988 da 89-prisene ble fastsatt hadde dollarverdien gått vesentlig ned og kjøpekraften hos amerikanske turister i utlandet ble svekket. I forhold til norske kroner var verdinedgangen på 31 %, mens dollaren i forhold til tyske mark hadde en nedgang på 50 %.

3.6.2 Prisnivå og prisutvikling hos de tyske operatørene

Reisene til de tyske operatørene bemerker seg spesielt ved at døgnprisen på flere av reisene har gått ned. For alle reiser under ett har døgnprisen hatt en reduksjon på 6 %.

For en del reiser skyldes dette at antall dager er økt, men det finnes også en rekke reiser der totalprisen har gått ned. Dette gjelder turtilbud i alle verdensdeler.

I motsetning til amerikanske dollar, har tyske mark hatt verdistigning i perioden. Verdistigningen i forhold til norsk valuta har vært 30 % og i forhold til amerikanske dollar 51 %. En generell styrking av den tyske marks verdi kan ha resultert i at operatørene har kunnet tilby rimeligere reiser i 1989/90 enn tidligere år. Enkelte turtilbud og da særlig i Asia og Sør-Amerika har hatt en nedgang i reises totalpris selv om reisen var identisk i både 1985/86 og 1989/90. En økning i antall avganger kan også ha gitt operatøren muligheter for lavere priser, ved at faste kostnader til disse turtilbudene kan deles på flere avganger.

Også de tyske operatørene tilbyr de rimeligste reisene i nørrområdet, særlig til Sveits og Frankrike. Den rimeligste reisen i 1985 kostet 990 DM, mens den i 1989/90 kostet 695 DM. Den dyreste reisen i 1985 var en 30 dagers "Snowman-Treck" i Bhutan til 12830 DM. I 1989 ble det tyske marked for første gang tilbudt å være med på bestigning av Mount Everest. Dette var også den dyreste reisen dette året og kostet 21.120 DM eller kr 77.500,.

Den klart dyreste typen av reiser som tilbys på det tyske markedet er likevel reiser til Afrika med dyreopplevelser som hovedinnhold. Prisen på disse reisene ligger på ca 300 DM pr. døgn, og dette er 15-20 DM mer enn til de nest dyreste reisene. Reiser med dyreopplevelser er likevel blant de typer reiser som har hatt størst prisreduksjon i perioden, med 24 % på døgnprisen. Som allerede nevnt har prisreduksjonen i gjennomsnitt vært på 6 %. Reduksjonen har vært størst til nord-amerikanske turtilbud, med opptil 52 %. Dette må ha direkte sammenheng med hvordan tysk valuta

har bedret seg i forhold til den amerikanske. Dette ser imidlertid ikke ut til å ha virket inn på reiselysten til nord-amerikanske turtilbud, da antall avganger enten er det samme eller har gått ned.

Reiser i Europa er gjennomsnittlig sett de eneste reiser som ikke har hatt prisreduksjon, men snarere en svak økning. (2 %). Antall avganger til reisemål i Europa har stagnert hos den ene operatøren mens den andre har hatt en vekst på 32 %.

Ser vi så på hvordan prisutviklingen har vært i forhold til reisenes innhold, så viser denne at reiser med ski som hovedinnhold har hatt størst nedgang i døgnprisen, med 30 % til 201 DM, noe som også gjør disse reisene til de rimeligste. Reiser med tindebestigning har hatt en økning i prisen på 17 % men er likevel bare de fjerde dyreste reisene. De nest dyreste reisene er de med naturoplevelser og dernest de med historie som hovedinnhold.

Vi har også for det tyske markedet sett nærmere på prisnivå og prisutvikling i i-land og u-land. Vi har benyttet de samme 6 landene som indikatorer som for det amerikanske markedet. De dyreste reisene finner vi i Kenya, Peru og Alaska, mens Sveits har de rimeligste turtilbudene. Prisutviklingen viser at kun 2 av de 6 landene har hatt prisøkning. Særdeles stor har økningen vært på reiser til Norge, med hele 67 % (!) og til Kenya har økningen vært på 20 %. Heller ikke på bakgrunn av disse resultatene kan vi si noe bestemt om prisnivå og prisutvikling mellom i-land og u-land.

3.6.3 Prisnivå og prisutvikling hos de franske operatørene

Mens vi har sett en kraftig vekst i prisnivået på det amerikanske markedet og prisreduksjon på det tyske, preges prisutviklingen hos de franske operatørene av store variasjoner avhengig av innhold i reisene.

Generelt har prisene økt med 14 % og økningen har vært størst for reiser i Europa og Nord-Amerika, med h.h.v. 16 og 18 prosent. Reiser til Asia har hatt en prisreduksjon på 3 %.

Tilbudet hos de franske operatørene har vært veldig ustabilt i perioden, og særlig gjelder dette Explorator. Bare tre av verdensdelene har vært representert med turtilbud begge årgangene. Nye land har kommet til i 1989 mens andre er blitt borte. Mange av resultatene herfra er derfor basert på tilbudet hos den andre operatøren.

Den rimeligste reisen hos de franske operatørene i 1985/86 var en skireise i egne fjellområder til 1.500 FF. Den dyreste reisen var en reise til Tibet til 35.000 FF. Den rimeligste reisen i 1989/90 kostet 4.500 FF og er en økning på 200 % fra 1985. Det er denne gang snakk om en helt annen reise, nemlig en 13 dagers reise i Algeries ørkenområder. At det i katalogene ikke finnes rimeligere reiser skyldes såvidt vi vet at de innenlandske tilbudene i større grad har fått sin egen katalog. Den dyreste reisen 1989/90 foregår i luften over Afrika. Dette er en reise til en rekke land i Afrika, hvor deltakerne fraktes rundt i småfly til den nette sum av 56.000 FF eller vel 60.000 norske kroner. Dagsprisen på denne reisen er forøvrig på 3.750 norske kroner.

Det er reiser der skiturer er hovedinnhold, som er den dyreste typen av reiser hos de franske operatørene. Døgnprisen på disse reisene har hatt en prisvekst på 134 %. Dette skyldes vesentlig at skireisene i 1989/90 går til Nord-Amerika mot tidligere i Europa. Reiser med tindebestigning er de nest dyreste reisene, mens dyreopplevelser ligger på tredjeplass. Reiser med dyreopplevelser har hatt den gunstigste prisutviklingen med en prisreduksjon på 6 %. Reiser der vandring er hovedinnhold er de rimeligste reisene.

Vi har heller ikke hos de franske operatørene klart å finne klare forskjeller i prisutviklingen mellom i-land og u-land. En mer tidkrevende analyse kunne kanskje ha gitt oss signaler om evt. forskjeller, men vi har ikke gått grundigere inn på dette i denne undersøkelsen. Vi kan imidlertid fastslå at turtilbud i Nepal også hos de franske operatørene har hatt en gunstig prisutvikling, her med en reduksjon i dagsprisen på 4 %.

3.6.4 Hovedtendenser i prisutviklingen

Prisene har vist svært ulik utvikling i USA, Vest-Tyskland og Frankrike, og synes for en stor del å være influert av svingninger i hjemlandets valutakurser. Det ser imidlertid ikke ut som om prisutviklingen har hatt nevneverdig innvirkning på reiseomfanget. Dette illustreres ved at mens prisene hos de amerikanske operatørene har økt med 40 % i gjennomsnitt har økning i antall tilbudte avganger vært på 58 %. De tyske operatørene har redusert sine priser med gjennomsnittlig 6 % men har likevel ikke hatt en økning i antall avganger på mer enn 50 %.

Det har vært en generell tendens at reiser til Europa har hatt størst prisøkning i perioden, mens asiatiske turtilbud jevnt over har hatt den gunstigste prisutviklingen. Prisutviklingen varierer imidlertid fra land til land, og det er ingen generell trend i undersøkelsen at reiser til utviklingsland har hatt en gunstigere prisutvikling enn reiser til industriland. Våre sammenligninger har vist at prisnivå og prisutvikling ikke peker i entydige retninger i så måte.

Undersøkelsen viser at reiser i eget land som forventet faller rimeligere ut på alle markeder. Den viser også at reiser med dyreopplevelser og tindebestigning som hovedinnhold er dyrest, og dermed antakelig også de opplevelsene kundene er villige til å betale mest for.

3.7 SESONGMØNSTER I DE ULIKE MARKEDENE

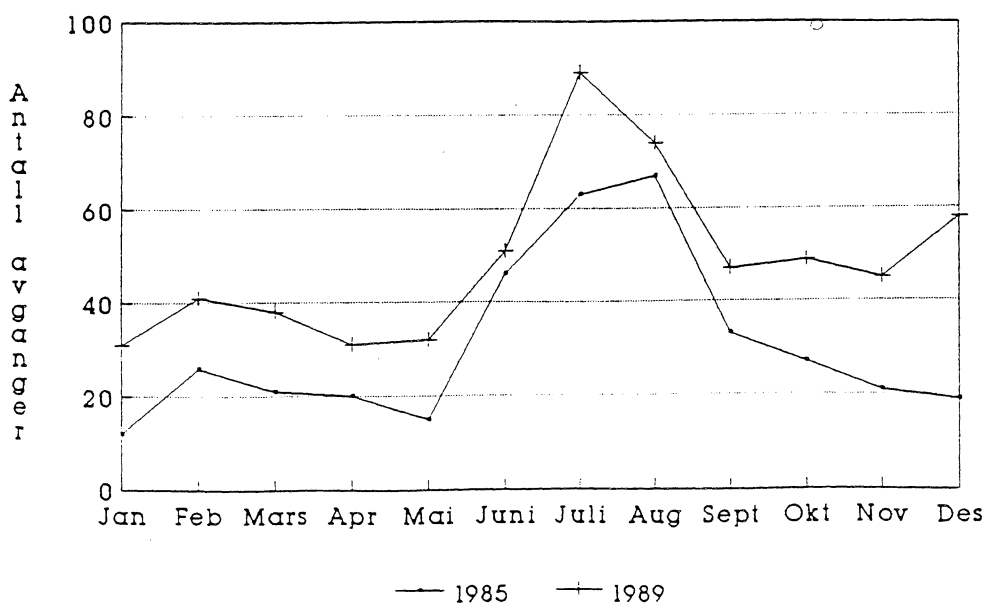
Som avslutning på dette kapitlet har vi laget en oversikt over sesongmønsteret for reisene. Hvert land er behandlet for seg og vi foretar en oppsummering mot slutten.

3.7.1 Sesongmønsteret på det amerikanske markedet

Figur 5 viser antall tilbudte avganger pr. måned i 1985 og 1989. Som det går frem av figuren er fordelingen pr. måned forholdsvis lik for de to årene, bortsett fra en ganske markant økning av tilbudte reiser i desember i 1989. Det blir tilbudt flest avganger på det amerikanske markedet i juli og august, hvilket tyder på at de fleste amerikanere foretar sine reiser i disse månedene.

Avganger til europeiske, afrikanske og sør-amerikanske turtilbud dominerer. Nord-amerikanske reisemål tilbys nesten utelukkende bare i perioden juni - august og dominerer totalt i denne perioden.

Figur 5 Antall tilbudte avganger fordelt etter måned hos amerikanske operatører i 1985 og 1989.



Som figuren viser tilbys det flest avganger i februar i vintermånedene. Dette skyldes ikke reiser i forbindelse med vinterrekreasjon, men snarere det motsatte. I februar er det en klar dominans av reiser til Afrika og Sør-Amerika. Etter tilbudet å dømme er mai den måneden som har minst reiseaktivitet. Reisene har også her hovedsaklig gått til Sør-Amerika. Vi ser at tilbudet av reiser i mai har tatt seg opp noe i 1989 og dette skyldes at avgangene til Sør-Amerika har blitt fordoblet og at asiatiske turtilbud har kommet til.

Hva kan årsakene til veksten av tilbudte reiser i desember være?

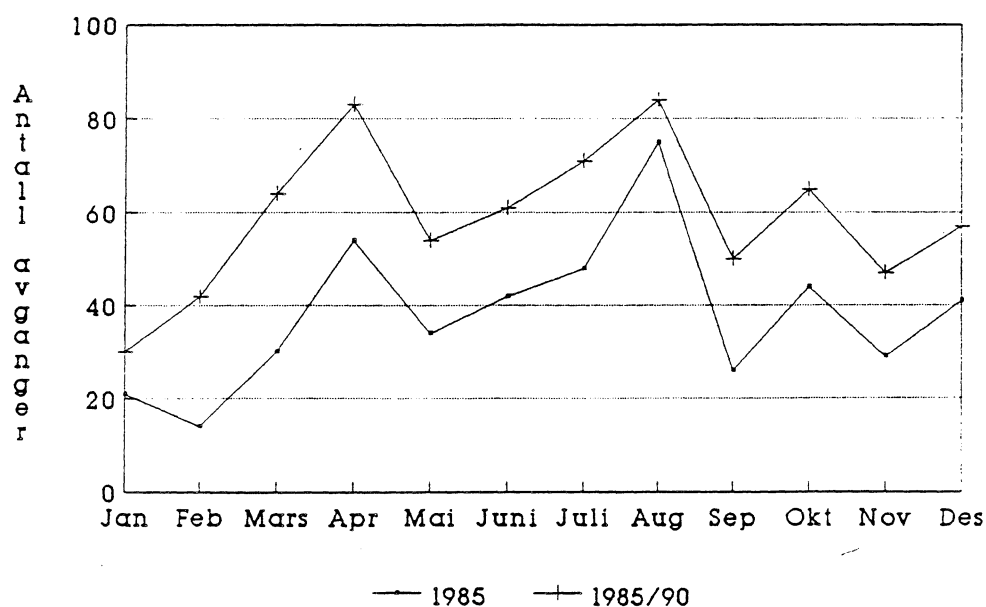
Det synes ikke som om det er spesielle forhold på reisemålet som er årsaken, da det har vært en økning til reisemål i alle verdensdeler, bortsett fra Europa og Nord-Amerika som ikke besøkes i desember. Årsaken må være å finne i amerikanernes egen vilje og mulighet til i større grad å foreta en reise i desember, i forbindelse med jule- og nyttårsferie. Vi skal også være oppmerksomme på at prismekanismer kan være bakenforliggende årsaker og stimulere til økt reising på en tid av året da trafikken har vært lav. En tredje årsak kan ligge i kombinasjonen mellom lavere priser og kortere reiser. Vi har imidlertid ikke fått dette inntrykket. Det ser heller ikke ut som at prisdifferensering er særlig utbredt for de naturbaserte opplevelsesreiser.

3.7.2 Sesongmønsteret på det tyske markedet

Figur 6 viser at sesongmønsteret i Vest-Tyskland har en annen fordeling enn sesongmønsteret i USA, men også her er fordelingen av tilbudte reiser pr. mnd. forholdsvis lik de to årene.

De mest markerte tilbudstoppene finner en i juli/august og april, og noe mindre topper i oktober og desember. I april dominerer asiatiske reisemål (halvparten av de tilbudte avgangene går til Asia både i 1985 og 1989/90), mens reiser til Europa står for den største andelen av avganger i juli/august. (Ca. 40%).

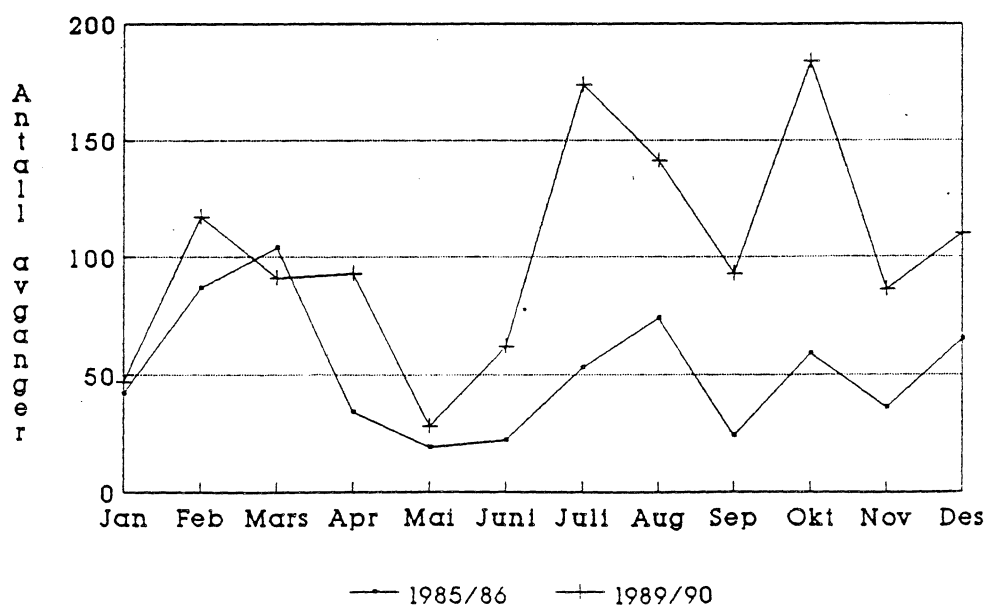
Figur 6 Antall tilbudte avganger fordelt etter måned hos tyske operatører i 1985 og 1989/90.



3.7.3 Sesongmønsteret på det franske markedet

Som i Vest-Tyskland er det også i Frankrike fire markerte tilbudstopper. Fordelingen av tilbudet har imidlertid endret seg med på det franske markedet enn på det tyske og amerikanske. Mens tilbudet av reiser i 1985/86 var størst i februar, så er det i 1989/90 størst i juli og oktober. Denne utviklingen er helt motsatt av den som har skjedd på det tyske markedet. Årsaken til disse store endringene er å finne i tilbudet av turtilbud. Vi har tidligere kommentert den store økningen av turtilbud i Europa og dette er en del av forklaringen på det økte tilbudet i juli. Som tidligere nevnt har tilbudet hos de franske operatørene endret seg mye i perioden. Dette er hovedårsaken til at sesongmønsteret har endret seg slik vi har sett.

Figur 7 Antall tilbudte avganger fordelt etter måned hos franske operatører i 1985/86 og 1989/90.



3.7.4 Hovedtendenser i sesongmønsteret

Som vi har sett varierer sesongmønsteret en god del mellom operatørene i de ulike land. Variasjonene synes for en stor del å skyldes sammensetningen av reisemål, fordi reisetidspunktet i stor grad bestemmes av de klimatiske forhold på reisemålet. Det synes som om denne faktoren virker like mye inn på mønsteret, som landenes normale feriemønster.

Tross en del ulikheter finnes det også likhetstrekk ved sesongmønsteret. Mønsteret kjennetegnes bl.a. ved at man kan snakke om fire topper i løpet av året. Det er mars/april, juli/august, oktober og desember.

Europeiske turtilbud tilbys i perioden juni-august, asiatiske turtilbud oftest i oktober, men det har i 1989/90 vært større spredning over flere måneder enn før. Tilbudet av reiser til Afrika har økt mest i desember, men asiatiske turtilbud dominerer fremdeles også denne måneden.

4. Reiser til Europa

For reisene til Europa har vi kartlagt hvilke reisemål som besøkes mest og hva disse reisene tilbyr, samt sett litt på konkurranse-situasjonen for en del europeiske reisemål.

4.1 OMFANG OG UTVIKLING

Reiser til Europa representerte i 1989/90 18 % av det totale tilbudet på 2512 avganger, alle operatører medregnet. To verdensdeler mottok flere avganger enn Europa 1989/90; Afrika med 31 % og Asia med 28 %. Til tross for en økning i antall avganger fra 1985/86 til 1989/90 med 27%, gikk Europas andel av totalt antall avganger ned med 6% i samme periode.

Undersøkelsen viser at det har vært en økning i antall avganger til alle verdensdeler unntatt Nord-Amerika, som har hatt en tilbakegang på 62 %. Økningen har imidlertid vært lavest til europeiske turtilbud med 27 %. Dette er bare en tredjedel av økningen som har vært til afrikanske og asiatiske turtilbud. Alle operatører har hatt en økning av antall avganger til europeiske reisemål, unntatt én fransk operatør som har tatt reiser til Sveits og eget land ut av hovedkatalogen. Den andre franske operatøren har økt sine avganger til europeiske turtilbud fra 1 til 67 avganger i perioden. Dette kan indikere at europeiske turtilbud har økende interesse i det franske marked.

Da 4 av de 6 operatørene er europeiske har vi spesielt vært oppmerksomme på om tilbudet hos disse har hatt andre utviklingstrekk enn hos de amerikanske operatørene. Sammenligningen viser at de europeiske operatørene generelt har hatt flere avganger til europeiske turtilbud enn de amerikanske. Økningen i antall avganger er imidlertid ganske lik, med 25 % hos de amerikanske og 27 % hos de europeiske operatørene.

4.2 HVILKE OMRÅDER ER MEST BESØKT?

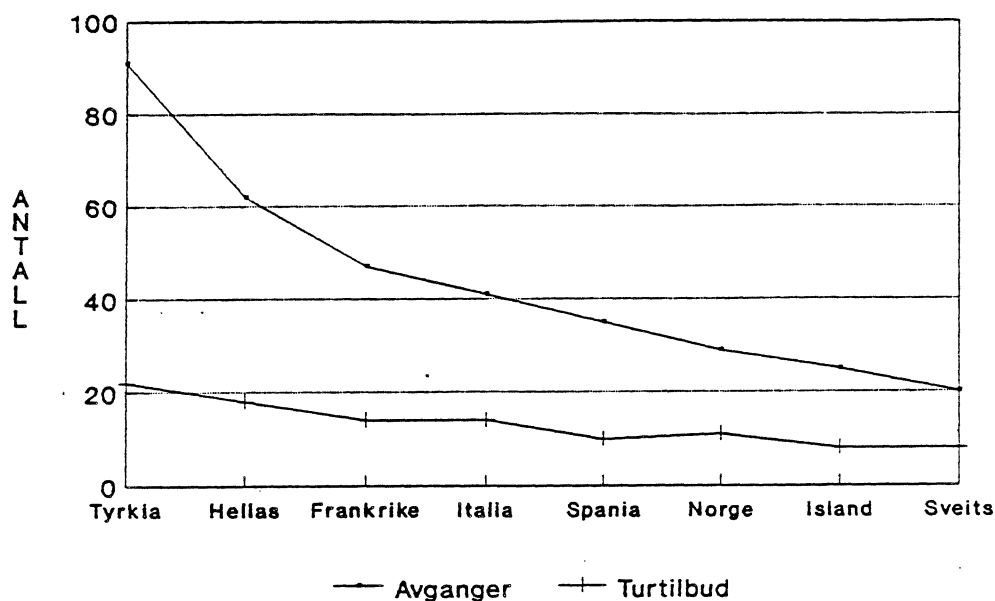
Operatørene i denne undersøkelsen hadde tilbud om reiser til 20 europeiske land i 1985/86 og i 19 land i 1989/90. Europa er forøvrig den verdensdel som har turtilbudene fordelt på flest land. De land som ikke har vært besøkt i perioden er Danmark (hvis vi ser bort fra Grønland) og Benelux-landene i Vest-Europa, og DDR, Ungarn, Bulgaria og Albania i øst. Turtilbud i Sverige og Vest-Tyskland er forsvunnet i 1989/90 katalogene, mens Polen er nykommer.

Figur 8 på neste side viser de land som det tilbys flest avganger til i Europa. Figuren forteller oss at, målt i antall tilbudte avganger, er de mest populære turtilbudene er konsentrert til 3 hovedområder, i sør til Tyrkia og Hellas, til alpelandene Frankrike, Sveits og Italia og til nordiske turtilbud i Norge, på Island og Grønland.

De land som er med i figur 8 utgjorde i 1985/86 83 % av alle tilbudte avganger til Europa, mens andelen var redusert til 72 % i 1989/90. Dette skyldes både at den ene franske operatøren har valgt å presentere en del av de nære reisemålene i en egen katalog, men også en økning i avganger til land som ikke er tatt med i tabellen. Særlig har det vært en økning i avganger til Sovjet, Spania og Østerrike. Den franske operatøren som hadde økt sine avganger til europeiske turtilbud fra 1 til 67, hadde derimot flest avganger til Tyrkia (26 avganger). Forøvrig ble det tilbudt reiser til Hellas (11), Italia (16), Spania (8), Island (7) og Grønland (5 avganger).

Vi registrerer at det ble tilbudt flest avganger i 1989/90 til Tyrkia. Det er særlig de franske operatørene som har økt sitt tilbud til dette landet, men også til en viss grad de amerikanske. Som figur 8 viser ligger Hellas på andreplass, men antall avganger har gått ned fra 1986/86. Det er mulig at dette skyldes en forskyvning av tilbudet fra Hellas til Tyrkia.

Figur 8 Mest besøkte land i Europa i 1989/90, etter antall avganger og antall turtilbud.



4.3 KJENNETEGN VED REISENE I EUROPA

4.3.1 Hovedinnhold

Vi har foran konstatert at tilbudet av reiser til Europa er konsentrert til tre hovedområder. Disse områdene er svært forskjellige både natur- og kulturmessig. Reiser til Tyrkia og Hellas tilbyr først og fremst kulturhistoriske opplevelser kombinert med behagelig klima. Arkeologi, fremmedartet folkeliv og andre kulturopplevelser er viktige element på reiser i dette området. Naturopplevelsene er oftest knyttet til bestigning av fjellet Ararat i Tyrkia og seiling mellom øyer i Egeerhavet.

Reiser til alpelandene er for det meste knyttet til fjellområdene. Dette gjelder særlig for reiser til Sveits som utelukkende foregår i høyfjellet og der vandring (75 %) eller skiturer (25 %) er

hovedinnhold i 1989/90. Reiser til Italia er derimot mer varierte, og turer der vandring er hovedinnhold representerer bare 44 % av tilbudet. De øvrige reisene tilbyr historisk kultur, naturopplevelser og fremmed kultur. Reiser til Frankrike foregår i likhet med reiser til Sveits hovedsaklig i fjellområder, og vandring er hovedinnhold på 64 % av reisene. Forøvrig tilbys skiturer, tindebestigning og sykkelturner i kjente vindistrikter.

Til de nordiske land tilbys det kun reiser med naturopplevelser eller vandring som hovedinnhold. Hovedattraksjonene er den spesielle naturen, representert ved arktiske landskap på Grønland og Svalbard og vulkaner, varme kilder og breer på Island. Reiser til Norge er forøvrig nærmere omtalt i kapittel 5.

Tabell 6 gir et bilde av hovedinnholdet i reiser til Europa, og vi registrerer at innholdet i reisene er svært likt fordelingen i figur 2 som gjelder reiser verden over. Antall turtilbud med vandring som hovedinnhold har hatt størst økning i perioden, og vel 40 % av turtilbudene har vandring som hovedinnhold i 1989/90.

Tabell 6 Prosentvis fordeling av hovedinnhold på europeiske turtilbud i 1985/86 og 1989/90.

Hovedinnhold	1985/86	1989/90
Vandring	31	41
Naturopplevelse/ safari	29	22
Fremmedkultur	12	10
Skiturer	15	7
Historisk kultur	7	6
Tindebestigning	5	6
Dyreopplevelser	1	-
Basert på	129 turtilbud	139 turtilbud

4.3.2 Pris

Gjennomsnittlig døgnpris for reiser i ulike verdensdeler varierer fra operatør til operatør og avhenger av reisesnes innhold. Generelt er inntrykket at reiser til Europa har en konkurransedyktig pris, men vi skal være klar over at 4 av operatørene er europeiske og at dette har betydning for reisekostnadene, da særlig med tanke på flypriser.

De tyske operatørene har begge lavest døgnpris på reiser i Europa, med gjennomsnittlig 185 DM pr. døgn i 1989/90. Når det gjelder prisnivået på turtilbud i andre verdensdeler er det forskjeller mellom operatørene. Sett under ett kommer imidlertid reiser til Asia nest best ut med et gjennomsnitt på 238 DM pr døgn. Reiser til Afrika har i gjennomsnitt høyeste døgnpris med 279 DM.

Amerikanske operatører tilbyr de billigste reisene til Asia med en gjennomsnittlig døgnpris på \$ 124. Europeiske reiser ligger her midt på treet prismessig med en døgnpris på \$ 162. De dyreste reisene går til Afrika, der døgnprisen ligger på \$ 223.

Explorator (F) som hadde økt antall avganger til europeiske turtilbud fra 1 til 67, tilbyr også laveste døgnpris til disse turtilbudene med et gjennomsnitt på 859 FF. Den andre franske operatøren derimot har de rimeligste reisene til Afrika der gjennomsnittsprisen pr døgn er 735 FF. De dyreste reisene hos franske operatører er å finne i Nord-Amerika til 1140 FF pr døgn.

Prisutviklingen taler ikke til fordel for europeiske turtilbud. **Reiser til Europa har på samtlige markeder hatt størst prisøkning fra 1985/86 til 1989/90.** Størst har den vært på det amerikanske markedet med hele 55 %. Dette er 15 % mer enn gjennomsnittet for alle reiser som tilbys på dette markedet. Vi har registrert en lavere vekst i antall avganger til europeiske enn til andre turtilbud fra det amerikanske marked og dette kan ha sammenheng med prisutviklingen. En svikt i dollarkursen i forhold til europeisk valuta kan være årsak til denne utviklingen.

De tyske operatørene har for alle turtilbud i gjennomsnitt hatt en prisreduksjon på 6 %. Europeiske turtilbud er de eneste som har hatt økning i sine priser, med 2 %. Franske operatører hadde en gjennomsnittlig prisøkning på sine turtilbud med 14 %, størst til Europa med 16 %.

Like entydig som at prisøkningen har vært størst til Europa, er det at prisøkningen har vært minst til Asia. Vi har derfor sett nærmere på et par eksempler som kan belyse prisutviklingen mellom asiatiske og europeiske turtilbud og har valgt ut reiser med vandring og fremmed kultur som hovedinnhold. Som referanseeksempel har vi dessuten tatt med turtilbud i Sør-Amerika. Resultatene er gjengitt i tabell 7 nedenfor.

Tabell 7 Prisendringer fra 1985/85 til 1989/90 for reiser med vandring og fremmed kultur som hovedinnhold.

Marked	Innhold	Reiser til Europa	Reiser til Asia	Reiser til Sør-Amerika
USA	Vandring	55%	23%	38%
	Fremmed-kultur	53%	2%	65%
Vest-Tyskland	Vandring	9%	-15%	-6%
	Fremmed-kultur	32%	-8%	-13%
Frankrike	Vandring	10%	7%	7%
	Fremmed-kultur	-	-9%	-

4.4 KONKURRANSESITUASJONEN FOR REISER I EUROPA

Antall avganger pr. turtilbud kan benyttes som målestokk på hvor attraktivt et turtilbud er. Jo flere avganger, desto mer attraktivt.

Ser vi på forholdet mellom antall turtilbud og antall avganger i vår undersøkelse, er situasjonen den at afrikanske turtilbud i gjennomsnitt har flest avganger. Deretter kommer Asias og Europas turtilbud. Ikke noen verdensdel har turtilbudene spredt på så mange land som Europa. Dette gir oss en indikasjon om at europeiske turtilbud ikke har oppnådd samme popularitet som asiatiske og afrikanske innen denne typen reiser. Det ser også ut til at turtilbud i Asia og Afrika i større grad kan sies å ha større internasjonale attraksjoner å tilby turistene enn de øvrige verdensdeler. Tendensen er tydelig i oversikten som gjengis under pkt. 3.2.2 og bekrefter den økende interessen for reiser til utviklingsland. Dette ser ikke utelukkende ut til å ha med naturattraksjoner å gjøre, men i like stor grad kulturelle forskjeller.

5. Reiser til Norge

I dette kapitlet behandles tilbudet av naturbaserte opplevelsesreiser til Norge spesielt. Vi har laget en oversikt over operatørenes turtilbud til Norge, og sett på utviklingen i perioden. I tillegg presenteres de viktigste kjennetegn ved reisene m.h.t. turtilbud, innhold, varighet og pris. Utviklingen for turtilbudene til Norge er videre sammenlignet med utviklingen for lignende turtilbud i undersøkelsesperioden.

Avslutningsvis har vi sett nærmere på mulige årsaker til at tilbudet av reiser til Norge er slik som denne undersøkelsen antyder.

5.1 OMFANG OG KJENNETEGN PÅ NATURBASERTE OPPLEVELSESREISER TIL NORGE

I de tre markedene vi har sett nærmere på, representerer turtilbud til Norge bare en liten del av tilbudet av naturbaserte opplevelsesreiser. I 1989/90 fant vi tilsammen 11 turtilbud til Norge, noe som tilsvarer ca 1,7 % av alle operatørers turtilbud dette året. Antall turtilbud er økt med 4 fra 1985/86. Antall avganger har økt fra 7 til 29.

De amerikanske operatørene har redusert sitt turtilbud til Norge i perioden og det ble i 1989 tilbudt kun 3 ulike typer av reiser fra disse operatørene.

DAV var i 1985 alene om å tilby reiser til Norge på det tyske markedet, og hadde bare én avgang. DAV har sin ene reise (Svalbard), med også i 1989, mens Hauser i 1989 hadde 4 turtilbud med 7 avganger. Tilbudet av reiser fra Tyskland må dermed sies å ha vært svært beskjedent i undersøkelsesperioden.

Ingen av de franske operatørene hadde reiser til Norge i sitt program i 1985/86. I sitt program for 1990 har Terres d'Aventure tre norske turtilbud med, hver med 5 avganger. Økningen i antall avganger fra 1985/86 - 1989/90 skyldes altså i hovedsak denne operatøren.

Reisene til Norge er konsentrert til tre områder; Svalbard, Finse/Jotunheimen og Lofoten.

Finse/Jotunheimen er det norske turtilbudet det arrangeres flest avganger til, med 12 avganger i 1989/90. Svalbard og Lofoten har 7 avganger hver, mens skitur i Nordmarka har 3 avganger.

Reisene til Svalbard er en kombinasjon av rundtur med båt og fottur. Den franske operatøren tilbyr dessuten to avganger med snøscooterturer. Reisene går langs den vanlige ruten på vestkysten av øygruppen. Reisene til Svalbard blir forøvrig nærmere omtalt i kapittel 6 om reiser til polare strøk.

Norge er det landet i verden som mottar flest avganger for reiser med skiturer som hovedinnhold. I 1989/90 dreier det seg om 7 avganger. Turtilbudene for disse turene er Finse/Jotunheimen og Nordmarka. Reisene der vandring er hovedinnhold går bare i området Finse/ Jotunheimen. Besseggen nevnes som én av hovedattraksjonene.

Lofoten besøkes av franske og tyske turister, og disse tilbys en kombinasjon mellom båt- og fotturer og det er fiskermiljø og rorbuer som er attraksjoner.

Tabell 8 viser fordeling av avganger etter hovedinnhold.

Tabell 8 Hovedinnhold på reiser til Norge 1985/86 og 1989/90. Antall avganger.

Hovedinnhold	1985	1989
Vandring	3	13
Varierte naturopplevelser	2	9
Skiturer	2	7

De dyreste reisene til Norge er ikke uventet reisene til Svalbard som i gjennomsnitt, alle operatører sett under ett og omregnet til norske kroner, har en døgnpris i 1989 på kr 1.483,-. Dette er dobbelt så høyt som rimeligste alternativ, som er fottur i Jotunheimen til en gjennomsnittlig døgnpris på kr 740,-.

Tabell 9 viser gjennomsnittlig døgnpris på reiser til Norge sammenlignet med turtilbud ellers i Europa og verden forøvrig. Som vi ser kommer norske turtilbud godt ut på det amerikanske markedet, men faller dyre på det franske. Dette har i denne undersøkelsen direkte sammenheng med at reisene er svært forskjellige. F.eks. har den franske operatøren reiser til Svalbard, mens de amerikanske ikke har det.

Tabell 9 Gjennomsnittlig døgnpris på reiser til Norge, Europa og verden i sin helhet, 1989/90.

Valuta	Operatør	Norge	Europa	Verden generelt
USD	Mountain Travel (USA)	110	160	173
USD	Wilderness Travel (USA)	152	164	139
DM	Hauser (D)	224	181	245
DM	DAV (D)	381	191	245
FF	Terres d' Aventure (F)	1214	803	831

Som ytterligere illustrasjon på det norske prisnivået, kan det være av interesse å sammenligne prisene med noen kjente turtilbud ellers i verden. Priseksempelene under er gjennomsnittspriser pr. døgn for alle operatører, omregnet til norske kroner etter 1989 kurser.

Reiser til Nepal er blant de rimeligste reiser som tilbys og døgnprisen var på kr. 716, og dermed litt i underkant av døgnprisen i Jotunheimen (kr. 740). Blant de dyreste, men likevel mest populære turtilbud er Kenya med en døgnpris på kr 1.285 og

Tibet med kr 1.200. Sammenlignet med de fleste turtilbud er døgnprisen til Svalbard vesentlig høyere, i disse tilfellene vel 200 kroner mer. På bakgrunn av det svært begrensede tilbudet skal vi være forsiktige med å trekke konklusjoner m.h.t. prisnivået i Norge, men påpeke at den norske døgnprisen er svært variabel avhengig av turtilbud, og at reiser til Svalbard ligger svært høyt i pris pr. døgn i forhold til andre turtilbud.

Når det gjelder prisutviklingen på reiser til Norge sammenlignet med andre reisemål, skal vi være klar over at tilbudet i 1985/86 var lite og at det 1989/90 er kommet til en del nye turtilbud. Prisendringer kan derfor i større grad være resultat av nye turopplegg, enn av generell prisendring. Dette gjelder i høyeste grad reiser fra det tyske marked, der prisøkningen på reiser til Norge har vært på 67 %, mens døgnprisen for alle reiser under ett har hatt en reduksjon på 6%. Økningen i prisen på reiser til Norge skyldes først og fremst at Svalbardreisene drar prisene i været. På det amerikanske markedet var tilbudet ganske likt begge årene. Prisøkningen på reiser til Norge var på 38 %, mens den for alle turtilbud i gjennomsnitt var på 40 %.

Den gjennomsnittlige varigheten av reisene i Norge er som for Europa forøvrig på 15 dager. Et annet kjennetegn er at all innkvartering, bortsett fra enkelte avganger til Svalbard, foregår innendørs. Deltakerne må for det meste lage maten selv.

De fleste avganger til norske turtilbud er i juli/august med 16 av de 29 avgangene i 1989/90. 9 avganger (turtilbud med ski og snøscootertur som hovedinnhold) blir arrangert i mars-april, mens de resterende er fordelt på februar, mai og juni.

5.2 INTERESSEN FOR LIGNENDE TILBUD

Reiser til Norge tilbys i et mindre volum enn til konkurrerende land i Mellomeuropa. De amerikanske operatørene har i undersøkelsesperioden økt sitt tilbud til både Frankrike og Sveits, mens tilbudet til Norge er omtrent det samme. De tyske operatørene økte også tilbudet til Norge sterkere enn til andre europeiske land, med totalvolumet er fortsatt lite. (8 avganger).

Det er i det hele tatt få reiser som tilbys til de nordiske land og Norge er faktisk det land som har både flest turtilbud og avganger i 1989/90. (11 turtilbud, 29 avganger). Dernest kommer Island med 9 turtilbud og 24 avganger og Grønland med 8 turtilbud og 18 avganger. Videre var det ett turtilbud med to avganger til Finland, mens det ikke var noen reise til Sverige.

Ser en bort fra Svalbard, var reisevolumet til Island og Norge omtrent det samme i 1989/90. Reisevolumet til Island var det samme i 1985/86 som i 1989/90, mens Norge som nevnt har hatt en økning i samme periode. Sammenlignet med andre nordiske land har tilbudet av reiser til Norge økt, mens det har holdt seg på samme nivå i våre naboland.

De mest besøkte land i Europa og som best kan sammenlignes med norske turtilbud er reiser til Italia, Frankrike og Sveits. Reisene til disse landene foregår for det meste i fjellområder og mange har vandring som hovedinnhold. Det er imidlertid vanskelig å foreta en sammenligning der de franske operatørene er med. Dette fordi at turtilbud i egne land i stor grad presenteres i egne kataloger. Vi har derfor kun sett på hvordan endringene har vært hos de tyske og amerikanske operatørene.

Det kan konstateres at de amerikanske operatørene har et langt større tilbud av reiser til de nevnte alpelandene, enn til Norge. Mens det ble tilbudt kun 6 avganger til Norge 1989, ble det tilbudt 21 avganger til Frankrike, 12 til Sveits og 9 til Italia. Fra 1985/86 til 1989/90 har det vært en økning i antall avganger til

Frankrike og Sveits på h.h.v. 40 og 50 prosent. Italia derimot har hatt en nedgang på 47 %. Antall avganger til norske turtilbud er det samme i de to årene.

De tyske operatørene økte sitt tilbud av reiser til Norge fra 1 avgang i 1985 til 8 avganger i 1989/90. Økning har det også vært til Frankrike, men bare fra 23 til 26 avganger. Antall avganger til Sveits og Italia er ubetydelig redusert og var i 1989/90 h.h.v. 8 og 24.

En mulig årsak til ulik utvikling av tilbudet til Norge blant amerikanske og tyske operatører, er utviklingen i valutakursene. Den amerikanske dollaren er blitt svekket og den tyske mark har styrket seg i forhold til den norske krone i denne perioden. Årsaken kan imidlertid også være utslag av små endringer i folks etterspørsel. Med det volum det her er snakk om, skal vi imidlertid nøye oss med disse refleksjonene.

5.3 MULIGE ÅRSAKER TIL AT OMFANGET AV REISER TIL NORGE IKKE ER STØRRE

Klima

Undersøkelsen har vist at tilbud av reiser til områder med høyere temperaturer enn de vi har i Norge, nesten uten unntak, har økt. Dette gjelder alle reisemål i Afrika, Sør-Amerika, Asia, Pacific og Sør-Europa. Reiser til Nord-Amerika og Nord-Europa har generelt hatt tilbakegang eller i beste fall stagnert. Norge er i så måte unntak, selv om volumet fremdeles er lite.

Det synes derfor som om attraksjoner i varmere strøk oftere blir foretrukket enn de i kalde strøk. Dette trenger nødvendigvis ikke å bety at det er temperaturen i seg selv som er vesentlig, men like gjerne de forutsetninger for varierte naturopplevelser som et varmere klima skaper.

Folkeliv/kulturattraksjoner

Et kjennetegn ved reiser av den type som her behandles er kombinasjonen natur-/kulturopplevelser. Det fokuseres på særegne attraksjoner og dette kan like gjerne være eksotisk folkeliv som kunstverk/arkitektur kombinert med egenartet natur. Bortsatt fra reisene i Lofoten, der rorbu- og fiskermiljø er fokusert; er det ingen av reisene til Norge som tilbyr opplevelse av folkeliv eller kulturattraksjoner. Siden Frankrike, Vest-Tyskland, USA og Norge tilhører samme kulturkrets, oppfattes norsk dagligliv neppe som særlig eksotisk av forbrukerne i de landene undersøkelsen omfatter. De særegne kulturopplevelser som tilbys utenlandske turister i Norge er da også i all hovedsak museumsaktige/ikke-levende og vil av den grunn kunne være mindre attraktive i sammenheng med naturbaserte opplevelser.

Fjellområdenes beskaffenhet

Siden tilbudet av reiser med vandring har økt i alle tre land, er det nærliggende å tro at dette skyldes en økt interesse og etterspørsel etter vandring. Vandreturene går i all vesentlighet i fjellområder, og 50 % av alle turtilbud og 40% av alle avganger i 1989/90 gikk til nettopp slike områder. Vi har konstatert at det er de høyestliggende fjellpartiene som er mest attraktive. Således er det store tilstrømning til Himalaya, Andesfjellene, Rocky Mountains og Alpene. I verdenssammenheng er de norske fjell knapt nok registrert.

Attraksjonsverdien av fjellområder synes å være knyttet til fjellenes høyde. Norske fjell er fine, men i verdenssammenheng blir de små og dermed mindre attraktive.

Priser

Høye priser har vært brukt som forklaring på at turisttilstrømmingen ikke har hatt den forventede økning til norske reisemål. I denne sammenheng kan ikke dette sies å være riktig. Bortsett fra reisene til Svalbard, ligger den norske døgnprisen under og jevnt med gjennomsnittet for alle andre turtilbud.

Det er imidlertid viktig å ha i mente at den absolutte prisen neppe er eneste kriterium ved valg av reiser. Viktigere er antakelig vurderingen av hva kunden får igjen for denne prisen. Prisene på reisene burde derfor ha vært vurdert i forhold til opplevelser og kvalitet, men dette har vi ikke hatt grunnlag for å gjøre.

Markedsføring og produktorganisering

I likhet med pris, er markedsføring og produktorganisering faktorer som i stor grad påvirker etterspørselen. Norge har naturgitte forutsetninger for et naturbasert opplevelsestilbud som mange mener har et større utviklingspotensiale enn det som er vist til nå. I første rekke er nevnt kysten og fjordene, midnattssolen og Svalbard.

Årsaken til den tilsynelatende lave interessen for disse attraksjonene i vårt materiale kan være å finne i manglende informasjon utad. Men den kan også være å finne i organiseringen og salget av de ulike opplevelsestilbud. De fleste tilbydere av internasjonale naturopplevelser av den typen som behandles her, benytter seg av lokale tilbydere som står for tilrettelegging og ofte også gjennomføring. I Norge er dette lokale organiseringsleddet lite utviklet og har i bestemte tilfeller vært årsak til at norske turtilbud er tatt ut av operatørenes program. (Pers. meddelser fra Ulf Prytz og Äventyrsresor i Sverige.)

Forbrukernes muligheter til å organisere sin egen reise

Som nevnt i avsnitt 1.2 vil tilretteleggingen for individuelle turister på reisemålet og kulturforskjeller/språk trolig spille en vesentlig rolle for hvorvidt forbrukeren velger å kjøpe en ferdigpakket reise eller vegler å organisere reisen selv. For de fleste forbrukere i de markeder vi har undersøkt, vil det antakelig være enklere å organisere sin egen reise til Norge enn til et land som Tibet.

6. Reiser til polare strøk

6.1 OMFANG

Klima og tilgjengelighet har satt og setter fremdeles grenser for menneskelig aktivitet i de polare strøk. I ferie- og fritidssammenheng har det derfor til nå vært et begrenset omfang av tilreisende. De områder som oftest er blitt besøkt av turister er sannsynligvis de områder som også er mest påvirket av menneskelig aktivitet, og da dreier det seg om deler av Svalbard og deler av Grønland.

Man vet foreløpig svært lite om tilstrømmingen av turister til disse områdene, men undersøkelser er i gang bl.a. for å kartlegge omfanget av friluftslivet på Svalbard. Ut fra de opplysninger vi sitter inne med (sysselmannens registreringer og pers. meddelser fra Kaltenborn og Prytz) er det grunn til å tro at mye av den turisttrafikk som foregår til Svalbard og polare strøk generelt, foregår på individuell basis og ikke via reisearrangører. Dette er også en viktig årsak til at man vet lite om omfanget.

Tilbudet av reiser til polare strøk i 1989/90 hos de turoperatørene vi undersøkte var ytterst begrenset. (Omfattet kun 16 turtilbud). Dette utgjorde bare 2,5 % av det totale antall turtilbud som ble registrert i undersøkelsen dette året. Reisene fordeler seg på 4 hovedområder. Flest reiser går til vestkysten av Grønland og i mindre omfang til Svalbard, Antarktishalvøya og arktisk Canada (Baffinøya). De fleste av turene var lagt til sommersesongen. I 1989/90 var kun 9 avganger lagt til perioden februar-april.

Med et så spinkelt materiale er resultatene beheftet med stor usikkerhet. Materialet antyder imidlertid at interessen for Grønland ser ut til å ha vært stabil i perioden 1985/86 til 1989/90, mens det har vært en liten økning i interessen for reiser til Svalbard. Videre kan vi konstatere at Antarktishalvøya og arktisk Canada har kommet til som nye turtilbud. (Tabell 10).

Tabell 10 Antall turtilbud og avganger til polare strøk 1985/86 og 1989/90.

Hovedområde	1985/86		1989/90	
	Turtilbud	Avganger	Turtilbud	Avganger
Grønland	8	16	8	18
Svalbard	1	1	3	7
Antarktis	-	-	2	7
Arktisk Canada	-	-	2	5
Sum	9	17	15	37

6.2. KJENNTTEGN VED DE POLARE REISENE

6.2.1. Hovedinnhold

På reiser til polare strøk er selvfølgelig naturopplevelsesaspektet viktig. For folk flest er det snakk om å oppleve et helt nytt naturmiljø, fjernt fra det man vanligvis lever i eller oppsøker. Derfor er hovedattraksjonen ved disse reisene selve opplevelsen av å ferdes gjennom dette landskapet. Slik sett kan alle turtilbuds hovedinnhold grupperes inn under varierte naturopplevelser. Et felles trekk ved de fleste reiser sommerstid er kombinasjonen av forflytning/utforskning med båt og til fots.

Ingen av turtilbudene fokuserer spesielt på dyreopplevelser, selv om dette er tatt med i reisebeskrivelsen i katalogen.

6.2.2. Pris

Generelt er det slik at reisene til polare strøk ligger høyt over gjennomsnittsprisen på turtilbud til både Europa og verden forøvrig. De franske operatørens gjennomsnittlige døgnspris for alle turtilbud er på kr 1.020², mens døgnsprisen på reiser til polare strøk er 50 % høyere. De tyske operatørene har en døgnspris på kr 880 i gjennomsnitt for alle turtilbud og 23% høyere døgnspris til polare strøk. Størst er likevel prisforskjellen hos de amerikanske operatørene: Mens gjennomsnittsprisen for alle reismål er kr 1.110 er prisen på turtilbud i polare strøk hele kr 3.312,- pr døgn. Dette gir en forskjell på 200 %.

Den store prisforskjellen mellom turtilbud i polare strøk og andre turtilbud hos de franske og amerikanske operatørene skyldes turtilbudene i Antarktis, som er klart dyrest. Først og fremst skyldes dette reiseavstand og reisemåte. I tillegg til fly benyttes skip til rundturen i området. Mountain Travel (USA) tilbyr to ulike reiser, der den ene er en ekspedisjon til Mount Vinson, kontinentets høyeste fjell, og den krever småfly innover kontinentet. Dette er den dyreste reisen og har en døgnspris kr. 3.312.

Når det gjelder prisene forøvrig har reisene til Grønland med fransk operatør generelt den høyeste døgnspris med opptil kr 2.100 pr. døgn. Et unntak er snøscootersafari på Svalbard til kr 2.200 pr. døgn. Forøvrig er Svalbardreisene fra 400-700 kroner billigere pr. døgn.

Et annet trekk i utviklingen fra 85/86 til 89/90 er at økningen i pris pr. dag har vært langt høyere for reiser til polare strøk, enn for reiser til andre naturtyper. Utviklingen på det franske markedet gir oss de sikreste holdepunkter i så måte, da tilbudet på dette markedet var omtrent det samme i 85/86 som i 89/90. Her

² Alle priser er omregnet til norske kroner etter 1989-kurser.

har dagsprisen til turtilbud i polare strøk økt med 20 %, mens økningen for andre turtilbud har ligget mellom 5-11 %.

Når det gjelder det tyske markedet skal vi være litt forsiktigere med å trekke for bastante konklusjoner, da tilbudet av reiser til polare strøk var langt mindre. Bemerkelsesverdig er det likevel at mens dagsprisen til polare strøk har økt med 42 %, så har det for reiser til fjellområder og til varme strøk vært en svak nedgang. I forbindelse med denne sammenligningen skylder vi å gjøre oppmerksom på at det ikke er vesensforskjeller i turtilbud og innhold fra 85/86 til 89/90. Det har således ikke kommet til reiser med spesielt høy dagspris i 89/90.

6.2.3. Reisesenes varighet

For alle reiser under ett ligger gjennomsnittet på 17 dager. Det er 3 dager lengre enn gjennomsnittet for reiser i Europa og 1 dag lengre enn for alle turtilbud i 1989/90. Varigheten varierer fra 9 dagers snøscootertur på Svalbard til 36 dagers rundtur i Antarktis.

6.3 OPPLYSNINGER FRA ANDRE KILDER

Vi har innhentet flere opplysninger som kan kaste lys over omfanget av reiser til polare strøk også fra andre kilder, og de viktigste opplysningene er gjengitt nedenfor.

Svalbard/Grønland

Som allerede nevnt er det undersøkelser i gang for å kartlegge friluftslivet på Svalbard. Inntil nå har man ikke hatt noen fullstendig oversikt over hvor stor tilstrømmingen av turister har vært og hva disse turistene ønsker å foreta seg på øygruppen. Sysselmannen gjennomfører en frivillig registreringsordning for alle som kommer til Svalbard, men hvor stor prosent denne registreringen fanger opp vet man ikke.

Registreringen antyder imidlertid at antall turister på øygruppa er begrenset, men at det har vært en svak økning i perioden 1983-1988 (Robberstad, 1988). Fra 525 personer i 1983 har antall registrerte turister økt til 998 i 1988. Av disse oppgir 40 %, eller vel 400 personer, at de deltar i organiserte turopplegg. Det totale antall turister anslås i 1989 til et sted mellom 1500 og 2000 personer (B.P. Kaltenborn, pers. meddelelse).

På Grønland finnes det ingen tilsvarende registreringsordning. DVL-reiser i Danmark som vel er de som best kjenner turisttrafikken Grønland, opplyser at antall turister på organiserte reiser til Grønland er omlag 3000 personer.

Antarktis

Det amerikanske registeret for spesialreiser, Specialty Travel Index (Specialty Travel Index, Issue 19) inneholder i sin utgave høsten '89 en oversikt over 490 operatører som tilbyr naturbaserte opplevelsesreiser. De fleste er fra USA, men operatører fra alle kanter av verden er representert. Oversikten gir et godt inntrykk av hver enkelt operatørs tilbud. Denne listen er ikke på noen måte en fullstendig oversikt over det som tilbys, men det representerer et mangfold og et betydelig antall operatører. Omfanget av reiser til polare strøk i Speciality Travel Index, stemmer godt med det inntrykk vi forøvrig har fått.

Det er imidlertid et avvik m.h.t. hvilke polare områder som omfattes med størst interesse. I vår undersøkelse fant vi at etterspørselen etter reiser til Grønland og Svalbard var større enn for Antarktis og arktisk Canada. I oversikten til Speciality Travel Index er tendensen motsatt. (Tabell nr. 11).

Tabell 11 Antall operatører med turtilbud i polare strøk hentet fra Speciality Travel Index 1989.

Grønland	1
Svalbard	2
Antarktis	7
Arktisk Canada	7

Alle operatører i Speciality Travel Index som tilbød reiser til Antarktis var fra USA eller Canada. Dette er interessant og antyder at amerikanernes interesse for polare strøk er større enn vår undersøkelse viser. Denne interessen synes imidlertid først og fremst å rette seg mot Antarktis, og ikke Svalbard.

Vi har ikke klart å fremskaffe opplysninger som sier noe om volumet av reiser til Antarktis, men det synes som om man kan skille mellom to hovedgrupper av reiser. Den ene varianten er en "ekspedisjons-/forskningsreise" der deltakerne betaler for å være ekspedisjonsmedlemmer. Den andre er en kombinasjon mellom en relativt luksuriøs tilværelse ombord i skip og ilandstigninger for å utforske natur og dyreliv. Førstnevnte kategori av reiser er dyrest.

6.4. MULIGE ÅRSAKER TIL AT OMFANGET AV REISER TIL POLARE STRØK IKKE ER STØRRE

Som nevnt har vi i undersøkelsen registrert at det samlet har vært en klar tendens til at flere reiser går til det vi kan kalle varmere strøk. Dette kan gi signaler om at klima, eller kanskje helst mangfoldet av naturopplevelser som påvirkes av klimaet, har stor betydning for valg av reisemål. Et annet moment kan ligge i folks ønsker om å kombinere naturopplevelser med fremmed kultur.

Det gis i mindre grad muligheter for denne kombinasjonen på turtilbud i polare strøk. En tredje negativ faktor er den høye prisen på reiser til disse områdene.

Vi har tidligere pekt på at mangel på lokale organiseringsledd har vært årsak til at norske turtilbud er tatt ut av turoperatørers program. Ut i fra opplysninger vi har fått (Ulf Prytz, pers. meddelelse) er dette også en mulig forklaring på at reisevolumet til Svalbard ikke er større og kan også gjelde for polare strøk i sin alminnelighet.

Avslutningsvis kan vi ta med et eksempel for å illustrere forhold mellom pris, innhold og varighet i en reise. Det er en kjennsgjerning at turtilbud i polare strøk har en langt høyere døgnpris enn andre turtilbud og at dette kan være av avgjørende

betydning for forbrukerne. En tysk operatør tilbyr i 1990 en 15 dagers rundreise på Svalbard til DM 6480 (Nkr. 23.700). Til samme pris kan man få en 30 dagers fottur rundt K2 i Pakistan. Det er sannsynlig at betalingsviljen påvirkes av hva man får igjen, uavhengig av hvor attraktivt et turtilbud i utgangspunktet er. Dersom dette er en utbredt måte å tenke på, vil turtilbud i polare strøk også i framtiden være et snevert nisjeprodukt.

7. Sammendrag

Naturbaserte opplevelsesreiser

Markedet for naturbaserte opplevelser kan grovt sett deles i to: Forbrukerne kan velge mellom å organisere sin egen reise og kjøpe delopplevelser underveis, eller å kjøpe et ferdig organisert opplegg. ("Pakketur"). Denne undersøkelsen tar for seg den sistnevnte delen av markedet, som i engelskspråklige land benevnes "adventure travel". (Vi har i denne analysen har valgt å bruke begrepet **naturbaserte opplevelsesreiser**). Disse reisene er kjennetegnet ved at de blir lagt til reisemål utenom de typiske turistkonsentrasjonene og ved at deltakerne vanligvis blir fysisk aktivisert. Basisen for disse reisene er naturomgivelsene i de områdene som blir besøkt. Innholdet i reisene spenner ellers over et bredt spekter fra rene "naturopplevelsesreiser" til reiser med et vesentlig innslag av kulturelle opplevelser.

Målebegreper

Arrangørene av organiserte, naturbaserte opplevelsesreiser tilbyr i sine kataloger en rekke reiser til ulike destinasjoner og med ulikt innhold. Hver av disse reise kan bli arrangert flere ganger i løpet av sesongen, dvs. at det er flere avganger for hver type av reise. For å unngå en begrepsmessig forvirring mellom reiser og avganger, har vi videre i rapporten delvis valgt å benevne hver type av reise som tilbys som et turtilbud, og antall ganger reisene blir arrangert pr. sesong for antall avganger.

Vi vil i rapporten også bruke betegnelsen **reisemål**. Med reisemål menes da det geografiske området reisen er lagt til.

Metode

Undersøkelsen er en pilotstudie som har hatt begrensede ressursrammer. Dette har ført til at vi har måttet avvike de ideelle metodiske krav på en rekke punkter:

1) For å belyse etterspørselen har vi benyttet en indirekte metode, ved å analysere tilbudet, og ikke etterspørselen, i dagens marked.

2) Studien er konsentrert om et fåtall av operatører og markeder (land); to operatører fra Vest-Tyskland, Frankrike og USA. (Kriterier for valg av land og operatører er beskrevet i avsnitt 2.1.)

Disse begrensningene har medført at usikkerheten ved resultatene er blitt langt større enn vi ideelt sett hadde ønsket. Vi har derfor lagt vekt på å presentere hovedtrekkene i de resultatene vi har funnet. At hovedtrendene i markedene i stor grad viser seg å være sammenfallende på tvers av ulike operatører og land, styrker antakelsen om at de operatører vi har valgt er representative for markedet generelt. Resultatene er også sjekket mot andre tilgjengelige kilder. Det har ved denne sammenligningen ikke framkommet noe som skulle tilsi at undersøkelsen ikke gir et pålitelig bilde av hovedtrendene i dette markedet.

Omfang

For å kunne si noe om utviklingen i de seinere årene, sammenlignet vi operatørenes kataloger fra årene 1985 eller 1986 og 1989 eller 1990. Bakgrunns materialet består således av 1172 analyserte turtilbud med tilsammen 3995 avganger.

Endringer i markedet fra 1985/86 til 1989/90

Hovedtendensen i undersøkelsen er at tilbudet av, og dermed sannsynligvis også etterspørselen etter naturbaserte opplevelsesreiser har økt kraftig de siste 4-5 årene. Økningen har vært på 70 %, målt i antall avganger. Størst har veksten vært hos de franske operatørene, med 94 %, dernest hos de amerikanske med 59 % og hos de vest-tyske operatørene med 50 %.

Hvilke land, naturområder og opplevelser tilbys mest i 1989/90?

Målt i antall tilbudte avganger er interessen størst for reisemål i Afrika og Asia, med henholdsvis 31 og 28 prosent av totalt antall avganger. Bortsett fra Nord-Amerika, har det vært en økning til alle verdensdeler. Det er dobbelt så mange typer av naturbaserte opplevelsesreiser til u-land som i i-land. De land det blir tilbudt flest typer av reiser til både i 1985/86 og 1989/90 er Nepal, India og Peru.

Fjellområder verden over er den naturtypen det blir tilbudt flest reiser til, målt både i turtilbud og avganger. (50 % av alle turtilbud, 40% av alle avganger). De mest besøkte fjellområdene er Himalaya, Andesfjellene og Alpene.

Den mest populære opplevelsesformen på reisene er vandring. Reiser med vandring som hovedinnhold utgjør 40 % av alle turtilbud i 1989/90.

Prisutvikling og sesongmønster

Prisene har vist svært ulik utvikling i USA, Vest-Tyskland og Frankrike, og synes for en stor del å være influert av svingninger i hjemlandets valutakurser. Det ser imidlertid ikke ut som om prisutviklingen har hatt nevneverdig innvirkning på reiseomfanget.

Sesongmønsteret varierer en god del mellom operatørene i de ulike land. Variasjonene synes for en stor del å skyldes sammensetningen av reisemål, fordi reisetidspunktet i stor grad bestemmes av de klimatiske forhold på reisemålet. Det synes som om denne faktoren virker like mye inn på mønsteret, som landenes normale feriemønster.

Reiser til Europa

Reiser til Europa representerte i 1989/90 18 % av det totale tilbudet på 2512 avganger, alle operatører medregnet. To verdensdeler mottok flere avganger enn Europa i 1989/90; Afrika med 31 % og Asia med 28 %. Til tross for en økning i antall avganger fra 1985/86 til 1989/90 med 27%, gikk Europas andel av totalt antall avganger ned med 6% i samme periode.

Reiser til Europa går i hovedsak til tre områder: Tyrkia/Hellas, Alpelandene og Norden. Sammenlignet med andre verdensdeler, tilbys det færre avganger pr. type av reise til Europa. Dette kan tyde på at europeiske reisemål ikke har oppnådd den samme popularitet som reisemål i Asia og Afrika. Prismessig ligger reiser til Europa i gjennomsnitt på et middelsnivå, men prisveksten har vært større til europeiske reisemål enn til reisemål ellers i verden.

Reiser til Norge

I de tre markedene vi har sett nærmere på, representerer turtilbud til Norge bare en liten del av tilbudet av naturbaserte opplevelsesreiser. I 1989/90 fant vi tilsammen 11 turtilbud til Norge, noe som tilsvarer ca 1,7 % av alle operatørers turtilbud dette året. Antall turtilbud er økt med 4 fra 1985/86. Antall avganger har økt fra 7 til 29.

Det tilbys reiser til hovedsaklig tre områder i Norge; Svalbard, Finse/Jotunheimen og Lofoten. Innholdet på naturbaserte opplevelsesreiser i Norge er vandring, varierte naturopplevelser og skiturer. De fleste reiser til Norge tilbys i juli og august og reisens varighet er i gjennomsnitt 15 dager.

Reiser til Norge tilbys i et mindre volum enn til konkurrerende land i Mellomeuropa. Årsakene til at reiseomfanget til Norge ikke er større kan være flere:

1) Klima: Undersøkelsen har vist at tilbud av reiser til områder med høyere temperaturer enn de vi har i Norge nesten uten unntak har økt. Dette er ikke nødvendigvis temperaturen i seg selv som er vesentlig, men like gjerne de forutsetninger for varierte naturopplevelser som et varmere klima skaper.

2) Folkeliv/kulturattraksjoner: Et kjennetegn ved reiser av den type som her behandles er kombinasjonen av natur/kulturopplevelser. De særegne kulturopplevelser som tilbys utenlandske turister i Norge er i all hovedsak museumsaktige/ikke-levende og vil av den grunn kunne være mindre attraktive i sammenheng med naturbaserte opplevelser.

3) Fjellområdenes beskaffenhet: Attraksjonsverdien for fjellreiser synes å være knyttet til fjellenes høyde. Norske fjell er fine, men i verdenssammenheng blir de små og dermed mindre attraktive.

4) Priser: Høye priser har vært brukt som forklaring på at turisttilstrømmingen ikke har hatt den forventede økning til norske turtilbud. I denne sammenheng kan ikke dette sies å være riktig. Bortsett fra reisene til Svalbard, ligger den norske døgnprisen under og jevnt med gjennomsnittet for alle andre turtilbud.

5) Markedsføring og produktorganisering: De fleste tilbydere av internasjonale naturopplevelser av den typen som behandles her, benytter seg av lokale tilbydere som står for tilrettelegging og ofte også gjennomføring. I Norge er dette lokale organiseringsleddet lite utviklet og har i bestemte tilfeller vært årsak til at norske turtilbud er tatt ut av operatørens program.

6) Forbrukernes muligheter til å organisere sin egen reise:
Tilretteleggingen for individuelle turister på reisemålet og kulturforskjeller/språk spiller trolig en vesentlig rolle for hvorvidt forbrukeren velger å kjøpe en ferdigpakket reise eller velger å organisere reisen selv. For de fleste forbrukere i de markeder vi har undersøkt vil det antakelig være enklere å organisere sin egen reise til Norge enn til et land som Tibet.

Reiser til polare strøk

Reiser til polare strøk har også et svært beskjedent omfang, med 16 reisemål, eller 2,5 % av tilbudet i 1989/90. Reisene er konsentrert til 4 områder; Svalbard, Grønland, Antarktis og arktisk Canada. Hovedinnholdet på de fleste reiser i polare strøk er naturopplevelser.

Reiser i polare strøk ligger høyere i pris enn de fleste andre reisemål. (Ligger fra 23-200% høyere, avhengig av marked). Undersøkelsen viser også at reisemål i polare strøk har hatt en større prisøkning enn reisemål i andre naturmiljøer.

Når omfanget av reiser til polare strøk ikke er større, kan mulige årsaker være å finne i faktorer som klima, forbrukernes ønsker om varierte opplevelser og kombinasjonen natur-/kulturopplevelser, høye priser, tilgjengelighet og mangel på organisering av produktet.

8. Litteratur

Adventure Network International, Inc.
Vancouver Canada. Utdrag av katalog 1989.

Cappelens verdensatlas. J.W. Cappelens Forlag a.s. 1989.

Clark, R.N. & Stankey, G.H. 1979. The Recreation Opportunity Spectrum: A Framework for Planning, Management and Research. U.S.D.A. Pacific Northwest Forest and Range Experiment Station. General Technical Report PNW-98.

Deutsche Alpenverein. Hovedkatalog 1985 og 1990.

Explorator. Hovedkatalog 1985 og 1989.

Hauser Exkursionen International. 1985 og 1989.

Ingram, D.C. & Durst, P.B. 1987.
Nature-Oriented Travel to Developing Countries.
FPEI Working Papers No. 28.

Laarman, J.G. & Durst, P.B. 1987. Nature Travel in the Tropics. I "Journal of Forestry", Vol. 85, 1987.

Mountain Travel. Hovedkatalog 1985 og 1989.

Robberstad, K. 1989. Turoperatørene på Svalbard. Hovedoppgave, Institutt for naturforvaltning, Norge landbrukshøgskole.

Speciality Travel Index. 1989. 19. utgave.

Statistisk Årbok 1988. Statistisk Sentralbyrå.

Store, M.E. 1985. Interessen for adventure travel i utlandet.

Terres d'Aventure. Hovedkatalog 1986 og 1990.

Wilderness Travel. Hovedkatalog 1985 og 1989.

9. Personlige meddelelser:

Kaltenborn, Bjørn P. Forsker, Norsk institutt for naturforskning.

Prytz, Ulf. Ulf Prytz Consulting.

nina
oppdrags-
melding