

INNBYGGERUNDERSØKELSE FOR VEFSNAREGIONEN 2024/2025

Foto: Familie på sykkeltur i skogen.
Kristoffer Møllevik – Visit Helgeland



Innovasjon
Norge

Vefsna
REGIONALPARK



Vefsn
Kommune



Grane
kommune



Aarborten Ijelte
Hattfjelldal Kommune

Innhold

1. Oppsummering

- 1.1. Tre viktige innsikter og funn
- 1.2. -1.3. Viktige tall fra innbyggerundersøkelsen

2. Bakgrunn og metode

- 2.1. Bakgrunn og metode
- 2.2. Respons

3. Reiselivets betydning

- 3.1. Holdninger til reiselivssatsingen
- 3.2. Positive sider ved reiselivet
- 3.3. Utfordringer ved reiselivet

4. Bærekraftig reiseliv

- 4.1. Innovasjon Norges ti prinsipper
- 4.2. Bevaring av natur, kultur og miljø
- 4.3. Styrking av sosiale verdier
- 4.4. Økonomisk levedyktighet
- 4.5. Oppsummert

5. Volum og reisestrømmer

- 5.1. Hvordan oppleves antall besøkende?
- 5.2. Potensial for vekst
- 5.3. Utsatte områder



Foto: Familie på tur til Mostjønna. Kristoffer Mølevik – Visit Helgeland

1. Oppsummering



1.1. Tre viktige innsikter og funn

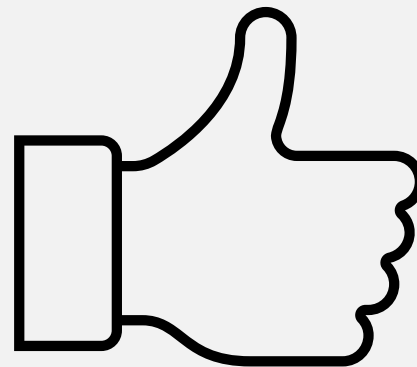
- 1) **Innbyggerne stiller seg positive til reiselivet i regionen**
 - 74 % er positive til reiselivet der de bor
 - 81 % mener reiselivet er en berikelse for Vefsnaregionen.
- 2) **Svært få opplever overturisme**
 - 83 % opplever ikke overturisme. 27 % er enig i at det først og fremst er noen pressområder det kan være for mange besøkende til tider.
- 3) **Reiselivet er viktig for næringsutvikling og sysselsetting**
 - Over 90 % mener reiselivet er viktig for Vefsnaregionen med tanke på arbeidsplasser og næringsutvikling.



Foto: Samiske opplevelser hos Hi North
v/Emilie Solbakken /Visit Helgeland

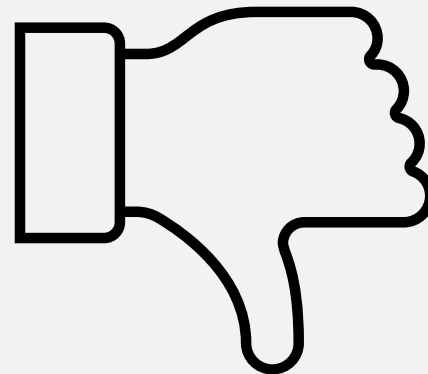
1.2. Viktige tall fra innbyggerundersøkelsen

- 82 % mener reiselivet gjør innbyggerne mer stolte av Vefsnaregionen.
- 81 % mener reiselivet er en berikelse for regionen.
- 77 % mener reiselivet gjør Vefsnaregionen til en mer attraktiv plass å bo.
- 61 % mener de besøkende er flinke til å ta hensyn til natur og landskap.



1.3. Viktige tall fra innbyggerundersøkelsen

- Innbyggerne er usikre på i hvor stor grad de besøkende er godt nok forberedt når de skal på tur i Vefsnaregionen.
- 75 % mener man er for lite flinke til å tjene penger på reiselivet der de bor.
- 27 % opplever at det er noen pressområder med for mange besøkende. Det gjelder særlig Laksforsen, Helgelandstrappa og Mosjøen sentrum på sommeren.



2. Bakgrunn og metode



2.1. Bakgrunn og metode

Bakgrunn: Denne innbyggerundersøkelsen er gjennomført i forbindelse med Vefsnaregionens arbeid for å sertifiseres som «Bærekraftig Reisemål», Norges nasjonale program for utvikling av bærekraftige reisemål. Et viktig aspekt i dette arbeidet er hvordan turismen påvirker lokalsamfunnet. Hvert tredje år gjennomføres nye målinger for å måle hvilken vei utviklingen gjør, og for å kunne justere kompasset og strategier. En gjesteundersøkelse ble gjennomført sommeren 2024. I tillegg skal det gjennomføres en bedriftsundersøkelse og en undersøkelse blant fritidsboligeiere.

Analyse: Mimir as har vært prosessleder, og i tillegg hatt ansvar for oppsett og analyse av undersøkelsene. I alt kom det inn 278 svar. Det er god spredning på kjønn og alder. Det er også god respons fra alle kommunene. Responsen gir en feilmargin på +/- 6 % ved et konfidensintervall på 95 %. Ved et konfidensintervall på 90% kan vi regne med en feilmargin på +/-5 %. Først og fremst representerer svarene respondentene. Men vi får en god indikasjon på innbyggernes holdning til reiselivsutviklingen i regionen.

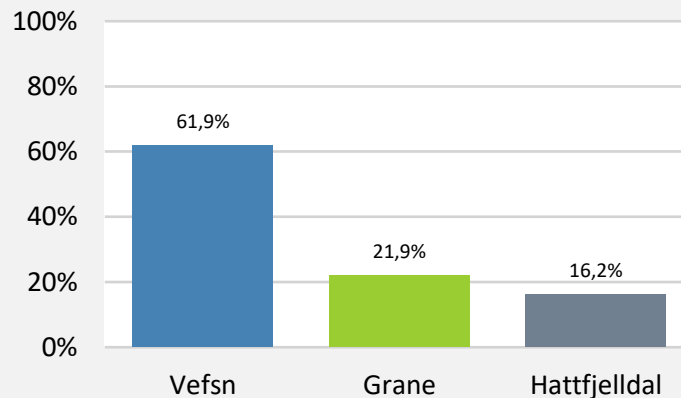


Gjennomført i perioden:
Oktober 2024 – mars 2025



Analysen er basert på svar fra
278 respondenter. (N=278)

I hvilken kommune bor du? (N=278)



Bakgrunn og metode forts.

Distribusjon og metode: Innbyggerundersøkelsen er gjennomført i systemet «Questback». Undersøkelsen kombinerer kvalitative og kvantitative spørsmål. Vefsna regionalpark har hatt prosjektledelsen, og ansvar for kommunikasjon og distribusjon mot innbyggerne.

Det er gjennomført en lang rekke tiltak for å nå ut til og engasjere innbyggerne. Blant tiltakene er: informasjon / roll up på kjøpesenter og lokalmatbutikker, kommunikasjon internt i og ut fra den enkelte kommunene, deling i sosiale medier, premiering for økt respons, insentiver for distribusjon av undersøkelsen i idrettslag og russegruppe, fremlegg og oppfordring på flere næringslunsjer og julelunsjer samt annonsering og synlighet i Helgelendingen.



31.03.2025, 13:57

Faksimile fra Helgelendingen 11. mars 2025



SJØSIDEN: Hvis du har vandret på Sjøsiden sender har du kanskje lagt merke til denne. Foto: Jakob Berntsen



Scan me or
visit vefsna.com

INNBYGGER UNDERSØKELSE I VEFSNAREGIONEN

Din mening er viktig! - For et mer bærekraftig reiseliv

Bor du i Grane, Hattfjelldal eller Vefsna kommune?
Da ønsker vi å høre din mening om
reiselivsutviklingen i regionen.

Spørreundersøkelsen blir utført i sammenheng med at
reiselivet i Vefsnaregionen arbeider for å kvalifisere
seg til merkeordningen "Bærekraftig reisevalg".



www.facebook.com/parknaturkultur

Vefsna
REGIONALPARK

Innviert
Hjelpe

Grane kommune
Hattfjelldal

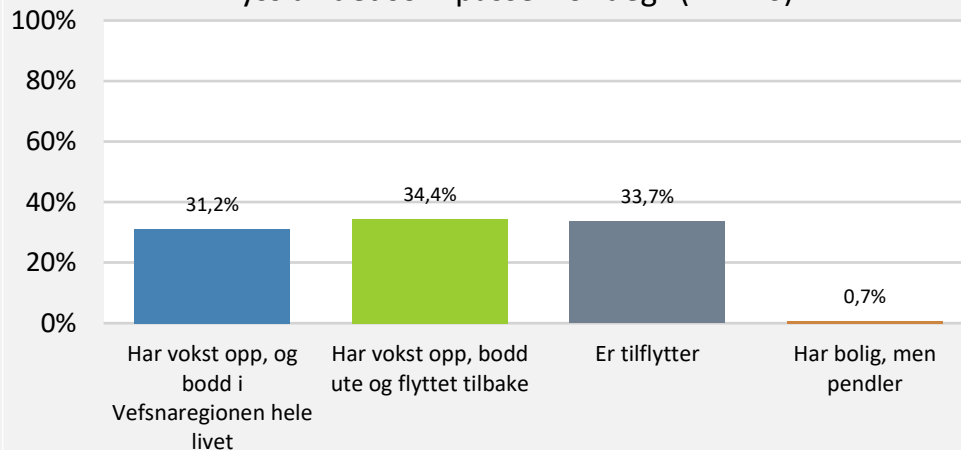
Aasfjordens Utdanningsregion
Hattfjelldal

VEFSNA KOMMUNE
et stykke frem

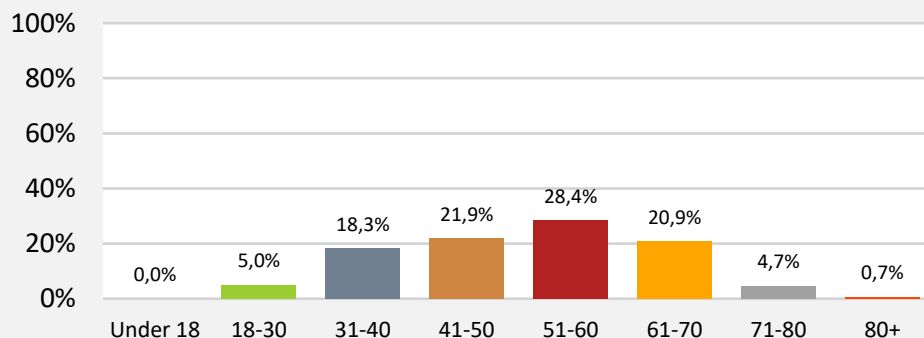
2.2. Respons

- I alt kom det 278 svar
- 50 % kvinner og 46 % menn, (4 % ønsker ikke oppgi kjønn)
- Det er god statistisk spredning på alder. Flest er det i gruppen 51 – 60 år.
- 31 % har vokst opp i regionen og bodd her hele livet, mens 34 % er tilflyttere. 34 % har vokst opp i Vefsnaregionen, bodd borte og så flyttet tilbake igjen.

"Kryss av det som passer for deg" (N=276)



Alder (N=278)



3. Reiselivets betydning



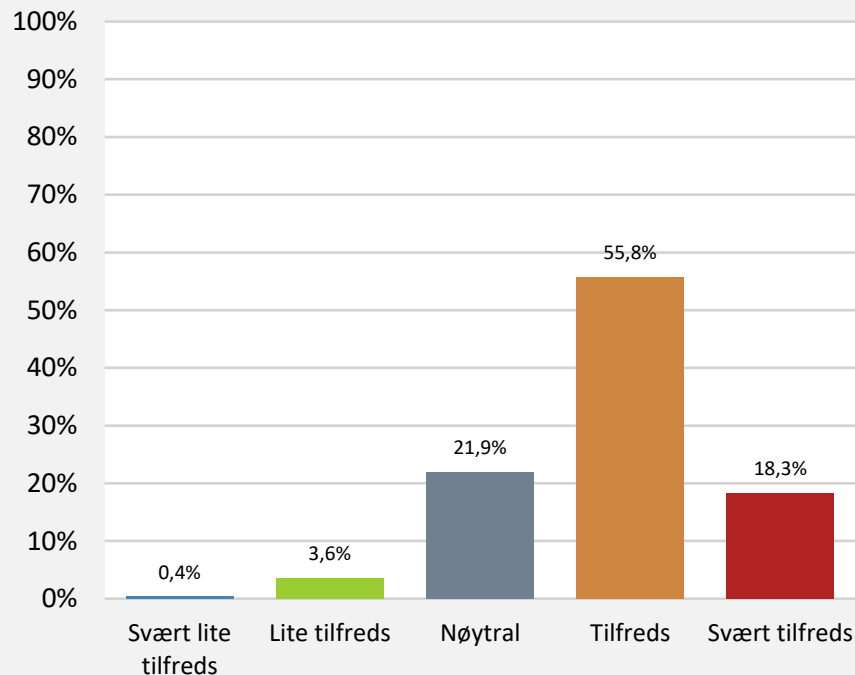
Foto: Laksforsen i Grane – Emilie Solbakken – Visit Helgeland

3.1. Holdninger til reiselivssatsingen

Innbyggerne i Vefsnaregionen er stort sett veldig positive til reiselivet på stedet de bor.

- 74 % er positive til reiselivet på stedet der de bor.
- En overveiende andel – 81,5 % mener reiselivet i hovedsak er en berikelse for Vefsnaregionen, vs. ca. 6 % som opplever det mer som en byrde.
- Først og fremst vurderes reiselivet som viktig for regionen med tanke på arbeidsplasser og næringsutvikling, utvikling av tettsteder og lokalsamfunn og at det bidrar til stolthet blant innbyggerne.
- 77 % mener reiselivet gjør Vefsnaregionen til en mer attraktiv plass å bo.

Hvor positiv er du til reiselivet på stedet der du bor? (N=278)



3.2. Positive sider ved reiselivet

I alt ga 162 respondenter kvalitative tilbakemeldinger på hva de mener er de mest positive sidene ved reiselivsutviklingen i Vefsnaregionen.



Siterer fra svar på spørsmålet
«hva mener du er de mest positive sidene ved
reiselivsutviklingen i Vefsnaregionen?»:

*Det øker innbyggernes bevissthet om de tilbud vi har, og får alle til å
bruke nærmiljøet i større grad.*

*Bidrar til mulighet for nyetableringer, inntekter og fokus på de flotte
områdene vi har rundt oss.*

*Gir flere arbeidsplasser og et bidrag til inntekt for folk i griskrendte
strøk.*

Skaper gode lokalsamfunn og bolyst, noe vi trenger i regionen.

Skaper aktivitet.

Følgende ti punkter oppsummerer de ulike tematikkenes som gikk igjen i svarene:

1. **Økonomiske ringvirkninger:** Økt turisme gir høyere omsetning i lokalt næringsliv, inkludert butikker, restauranter og transportsektoren.
2. **Flere arbeidsplasser:** Reiselivet skaper både direkte og indirekte jobber i regionen.
3. **Styrket lokalsamfunn:** Reiselivet bidrar til bolyst og gir flere aktiviteter for både innbyggere og besøkende.
4. **Synliggjøring av regionen:** Regionen settes på kartet, og flere blir kjent med de flotte natur- og kulturopplevelsene.
5. **Stolthet og bevissthet:** Lokalbefolkningen blir mer stolte av hjemstedet sitt og mer bevisste på de tilbudene som finnes.
6. **Rekruttering av nye innbyggere:** Turisme kan føre til at besøkende ønsker å flytte til regionen.
7. **Bedre aktivitetstilbud:** Utvikling av attraksjoner som Helgelandstrappa, zipline, rafting og kulturelle arrangementer gir flere muligheter for aktivitet.
8. **Bevaring av naturen:** Økt fokus på bærekraftig turisme kan bidra til å beskytte naturen mot andre inngrep som vind- og vannkraftutbygging.
9. **Kulturell berikelse:** Besøkende fra ulike kulturer gir nye impulser og muligheter for kulturutveksling.
10. **Langsiktig utvikling:** Turismen skaper grunnlag for nyetableringer, innovasjon og videreutvikling av tilbud både for lokalbefolkning og turister

Positive sider forts.

Gjennomgående tematikker:

- **Økonomisk vekst:** Arbeidsplasser, inntekter, næringsliv, handel, vekst
- **Stedsutvikling og bolyst:** Bolyst, tilflytting, attraktivitet, lokalsamfunn
- **Natur og opplevelser:** Natur, friluftsliv, opplevelser, historie
- **Synlighet og markedsføring:** Synlighet, reiseliv, turisme
- **Kultur og lokal stolthet:** Kultur, historie, mat, stolthet
- **Tilrettelegging og infrastruktur:** Infrastruktur, tilrettelegging, utvikling



Foto: Elverafting på Auster-Vefsna v/RiverNorth Rafting



3.3. Utfordringer ved reiselivet

De ti punktene på siden oppsummerer tematikken som gikk igjen i tilbakemeldingene på spørsmålet «Hva mener du er de mest negative sidene ved reiselivsutviklingen i Vefsnaregionen». I alt var det 142 kvalitative svar på dette spørsmålet.

Selv om besøkstrykket de fleste steder i regionen er betydelig lavere enn andre steder langs helgelandskysten, og i Nordland forventer innbyggerne at nødvendig infrastruktur er på plass. Toalettfasiliteter, avfallshåndtering, informasjon og god kanalisering er temaer som går igjen. Overnattingskapasitet, og bedre forutsetninger for lokal verdiskaping mht. mer trafikk gjennom større deler av året er også noe respondentene ser som viktig for å styrke reiselivets positive sider. Samtidig uttrykker flere et uutnyttet potensial.

På neste side illustreres tilbakemeldingene med en ordsky og sitater:

Følgende ti punkter oppsummerer de ulike tematikkene som gikk igjen i svarene:

1. **Forsøpling og slitasje på naturen** – Turisme kan føre til økt søppel, ødelagte turstier og slitasje på naturområder.
2. **Manglende infrastruktur** – Dårlig tilrettelegging av søppelhåndtering, toaletter, parkering og skilting skaper utfordringer.
3. **Begrenset kapasitet på overnatting og servering** – Det er for få hoteller, campingplasser og spisesteder, spesielt i høysesongen.
4. **Økt press på populære naturområder** – Enkelte steder kan bli overbelastet, noe som kan fortrenge lokalbefolkningen.
5. **Dårlig koordinering og samarbeid** – Manglende helhetlig planlegging mellom reiselivsaktører, kommunen og næringslivet.
6. **Sesongbasert turisme** – Reiselivet er i stor grad begrenset til sommermånedene, noe som gir lite helårsdrift og stabile arbeidsplasser.
7. **Høye kostnader for lokalbefolkningen** – Økte priser på aktiviteter og fiskekort kan gjøre det dyrere for fastboende.
8. **Uønsket ferdsel og privat eiendom** – Turister tar seg noen ganger til rette på privat grunn eller følges ikke lokale regler.
9. **Vindkraft og industriutbygging** – Store inngrep i naturen kan ødelegge for reiselivet og turistenes opplevelse av urørt natur.
10. **Mangel på markedsføring og informasjon** – For dårlig synlighet av tilbud og muligheter i regionen.

”
“

Sitater fra svar på spørsmålet
«hva mener du er de mest negative sidene
ved reiselivsutviklingen i Vefsna-regionen?»:

*Infrastruktur må være på plass som
søppelhåndtering og offentlige toalett. Vi bør ikke
tenke mest mulig kvantitet av turister, men kvalitet
(turister som faktisk legger igjen penger)*

*Vi har altfor lite overnattingsplasser og heller er
det ikke tilrettelagt infrastruktur rundt Vefsna med
tanke på fisketurisme.*

*Fremdeles litt lite kreativitet og kunnskap om
bærekraftig turisme/reiseliv. Tilbudene
hentes/kopieres fra andre steder og er kanskje ikke
alltid like tilpasset vår region.*

*For lite skilting etter E6 om severdigheter i byen, og
lite overnattingsmuligheter.*

Lite frempå, uutnyttet potensial.



Foto: Snøscooter i vinterfjellet. v/ Kristin Folsland Olsen / Visit Helgeland



4. Bærekraftig reiseliv



4.1. Innovasjon Norges ti prinsipper

Innbyggerundersøkelsen kartlegger innbyggernes opplevelse av hvorvidt reiselivsutviklingen skjer innenfor bærekraftige rammer.

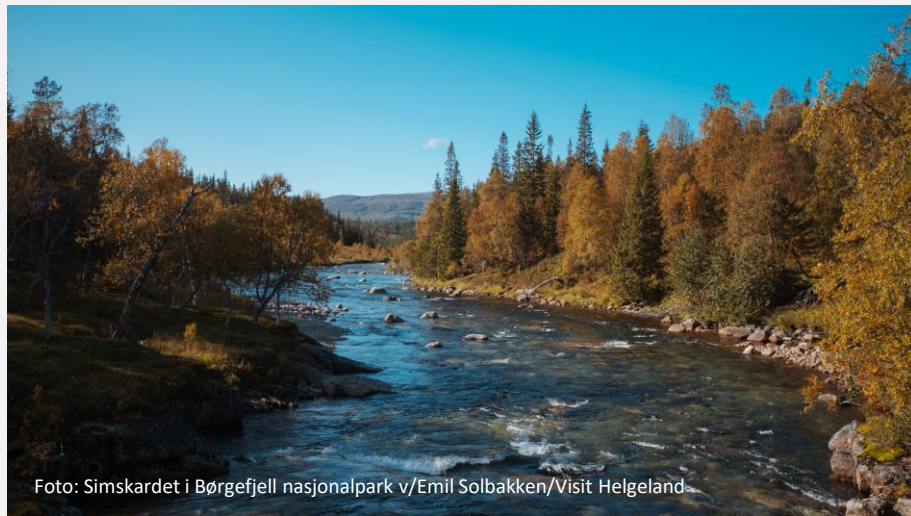
Merket for bærekraftig reiseliv bygger på Innovasjon Norges ti prinsipper for et bærekraftig reiseliv (se figur). Disse punktene er igjen basert på FNs turismeorganisasjon (UNTWO) sin definisjon av bærekraftig reiseliv.

Kriteriene legger særlig vekt på forhold knyttet til naturmangfold, klimautslipp og tilpasning, lokal besøksstyring, lokal livskvalitet og engasjement. Spørreundersøkelsen kartlegger flere av disse forholdene med utgangspunkt i innbyggernes perspektiv.

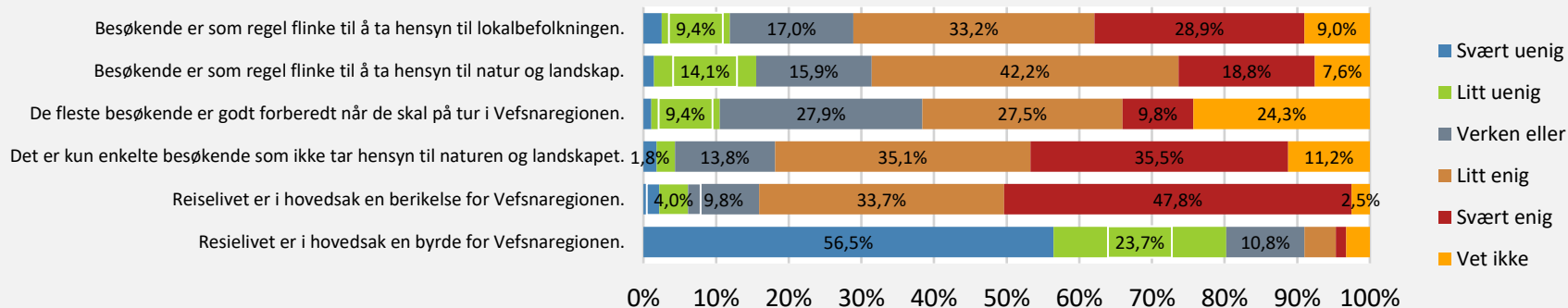


4.2. Bevaring av natur, kultur og miljø

- 61 % opplever at de besøkende er flinke til å ta hensyn til natur og landskap, og at det kun er enkelte besøkende som ikke er det.
- Respondentene er derimot mer i tvil om hvor godt forberedt de besøkende er når de kommer.



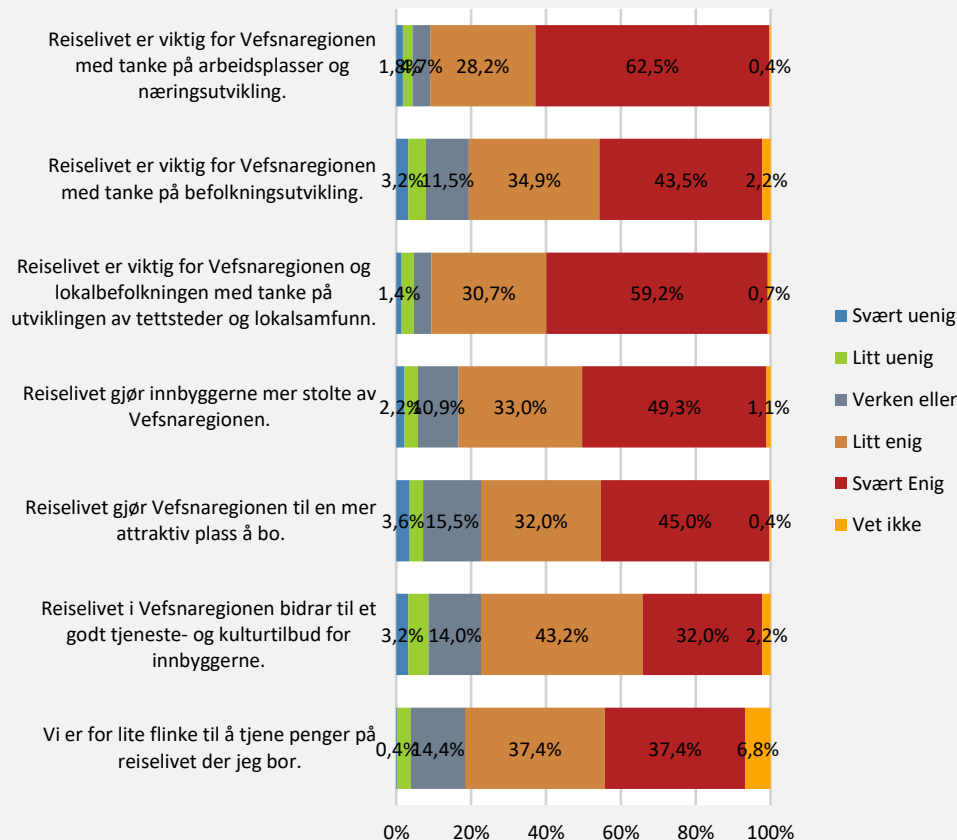
Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn? (N=278)



4.3. Styrking av sosiale verdier

- 62 % er enige i at de besøkende som regel er flinke til å ta hensyn til lokalbefolkningen.
- 90 % mener reiselivet er viktig for Vefsnaregionen og lokalbefolkningen med tanke på utvikling av tettsteder og lokalsamfunn.
- 82 % mener reiselivet gjør innbyggerne mer stolte av Vefsnaregionen.
- 75 % mener reiselivet i Vefsnaregionen bidrar til et godt tjeneste- og kulturtilbud for innbyggerne.
- 77 % mener reiselivet gjør Vefsnaregionen til en mer attraktiv plass å bo.

Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn? (N=278)



4.4. Økonomisk levedyktighet

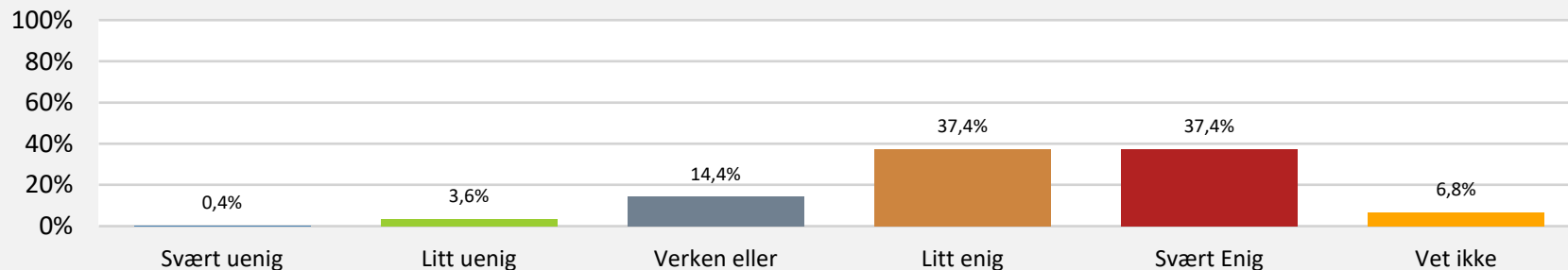
Over 90 % mener reiselivet er viktig for Vefsnaregionen med tanke på arbeidsplasser og næringsutvikling.

Samtidig mener 75 % at man er for lite flinke til å tjene penger på reiselivet der de bor. Dette gjenspeiles også i de kvalitative kommentarene, der en del påpeker et uutnyttet potensial mht. verdiskaping, opplevelsesutvikling og tilrettelegging.



Foto: Hi North Via Ferrata Mosjøen v/Broadstone/Visit Helgeland

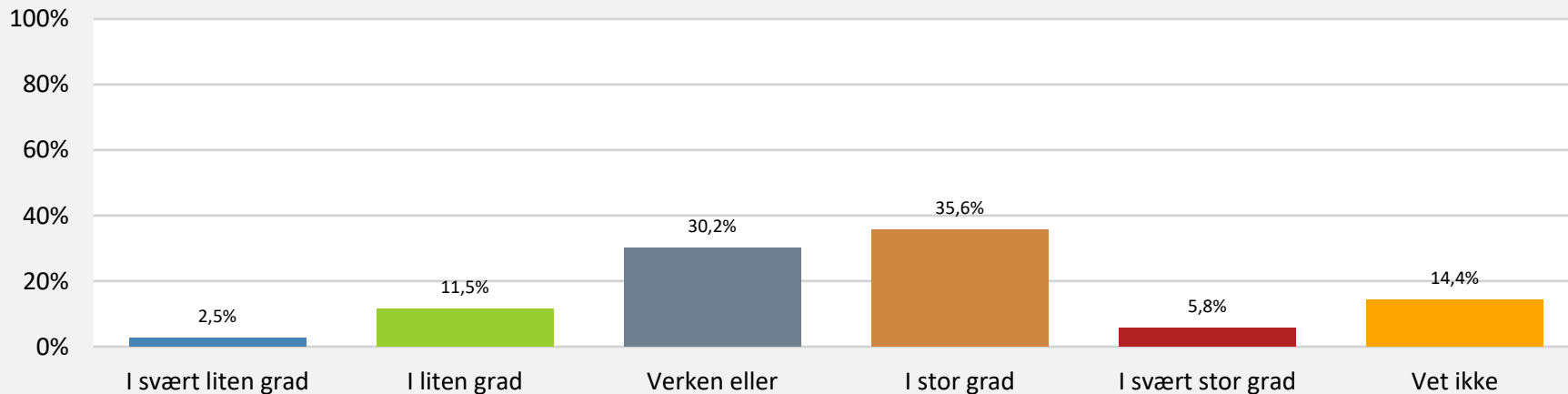
Vi er for lite flinke til å tjene penger på reiselivet der jeg bor. (N=278)



4.5. Oppsummert

- Når det gjelder den samlede opplevelsen av hvor bærekraftig reiselivet oppfattes ved hjemlassen til respondentene er det en relativt høy andel som svarer nøytralt eller «vet ikke».
- 41 % opplever i stor/svært stor grad at reiselivet er bærekraftig der de bor. Kun 14 % opplever i liten grad at reiselivet er bærekraftig der de bor.

Alt i alt, hvor bærekraftig opplever du at reiselivet er der du bo? (N=278)



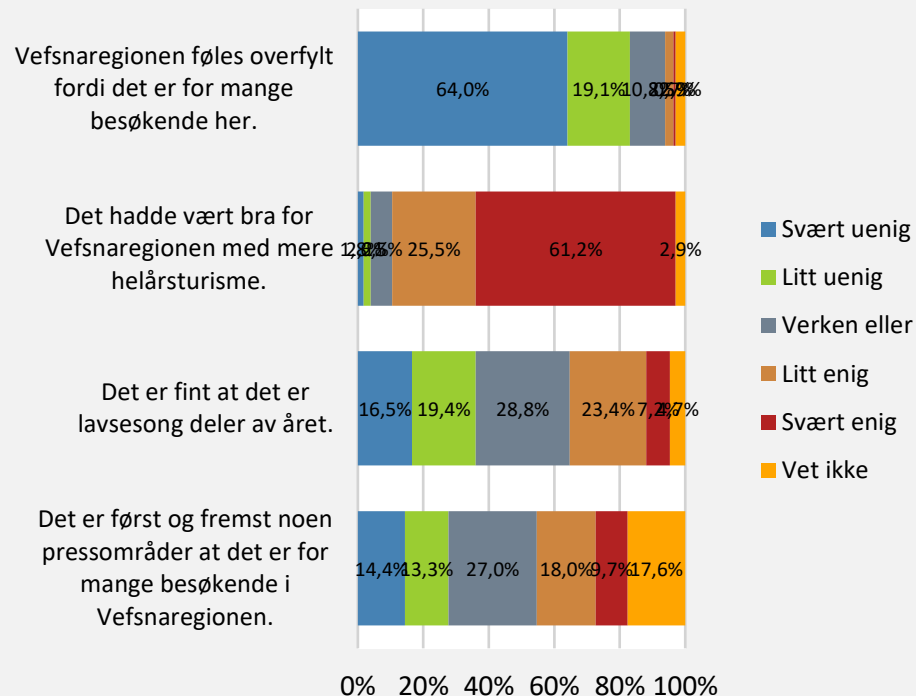
5. Volum og reisestrømmer



5.1. Hvordan oppleves antall besøkende?

- 83 % er uenig påstanden om at Vefsnaregionen føles overfylt fordi det er for mange besøkende her, vs. 3 % som godt kunne tenkt seg færre turister.
- Mens 30 % opplever det som fint at det er lavsesong deler av året, er 87 % enig i påstanden «det hadde vært bra for Vefsnaregionen med mere helårsturisme».
- En lik andel, 27 % er enig og uenig i at det noen pressområder det er for mange besøkende.

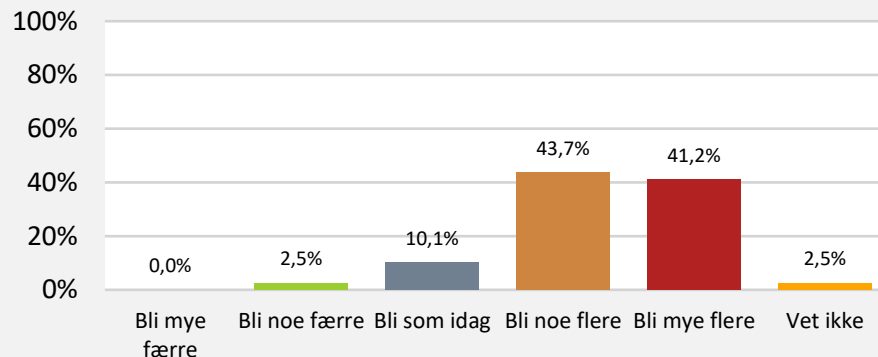
I hvilken grad er du enig i følgende utsagn? (N=278)



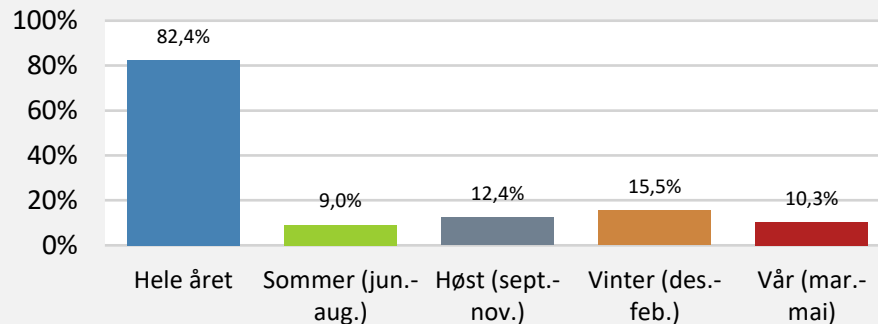
5.2. Potensial for vekst

- Som vist på forrige side er det en høy andel (87 %) som mener det hadde vært bra for regionen med flere besøkende gjennom året.
- 44 % mener det er rom for noe mer besøk, mens 41 % mener det er rom for mye flere, vs. 2,5 % som mener det godt kan bli noe færre. 10 % mener det er et passe nivå, og godt kan forbli slik det er ida.
- Blant de som oppga at det godt kan bli flere besøkende gjelder dette gjennom hele året.

Når du ser fremover i tid, hvordan ønsker du at antall besøkende skal utvikle seg der du bor? (N=277)



Du ønsker at det skal bli flere besøkende gjennom året. Mener du da hele året eller fra tid til annen? (flere kryss mulig) (N=233)



5.3. Utsatte områder

Blant de 27 % av respondentene som opplever at det er noen pressområder det er for mange besøkende i Vefsnaregionen, er det i alt 44 innspill på hvor dette gjelder. Ordskyen oppsummerer stedene som nevnes mest regelmessig.

Sitatene nedenfor viser noe mer utfyllende hva som oppleves som problematisk

”
“

Helgelandstrappa i fellesferien.

Mosjøen om sommaren.

Børgeffjell, rasteplasser langs Ømmervatnet. Der det ikke er toalett forhold, så vi som bor her må styr unna med barn og hunder. Vi ser også at turister tyv fisker hver dag, uten kort og gyro behandlet utstyr.

Laksforsen er en av de største turistattraksjoner i nord Norge. Det er ikke tilrettelagt for besøkende på stedet. Det mangler toaletter, og tiltak som gjør området rundt og ved foss tilgjengelig og sikkert.

Mye camping skjer på rasteplasser som ikke er beregnet på overnatting, som fører til mye forsøpling og urinering i kantsoner.

Spm: Nevn noen pressområder i Vefsnaregionen du opplever at det er for mange besøkende, og når på året det gjelder? (N44)





Oppsummeringen og analysen av innbyggerundersøkelsen er gjennomført mars 2025 v/Mimir as. www.mimir.no

MIMIR