



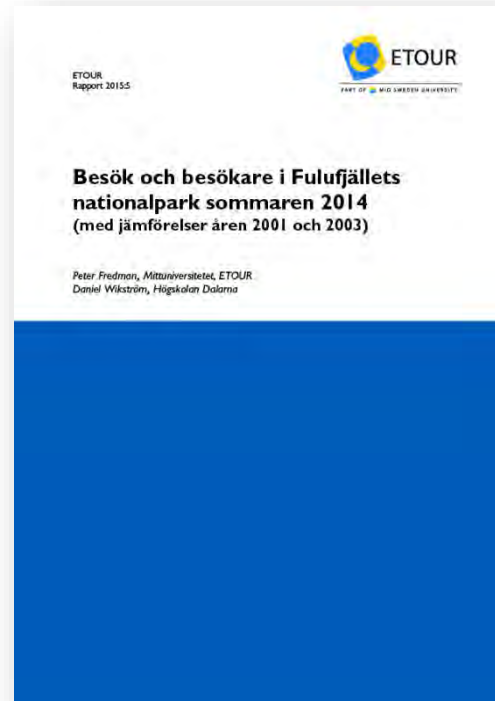
Besök och besökare i Fulufjällets nationalpark 2001-2014

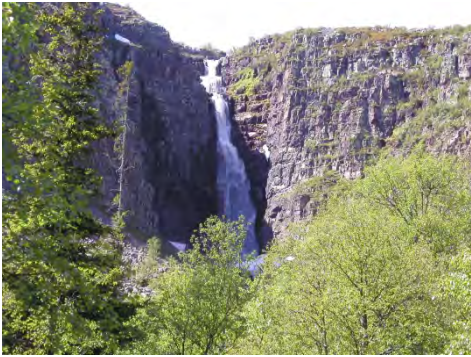


Peter Fredman
Mittuniversitetet
Norges miljø- og biovitenskapelige universitet



Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY



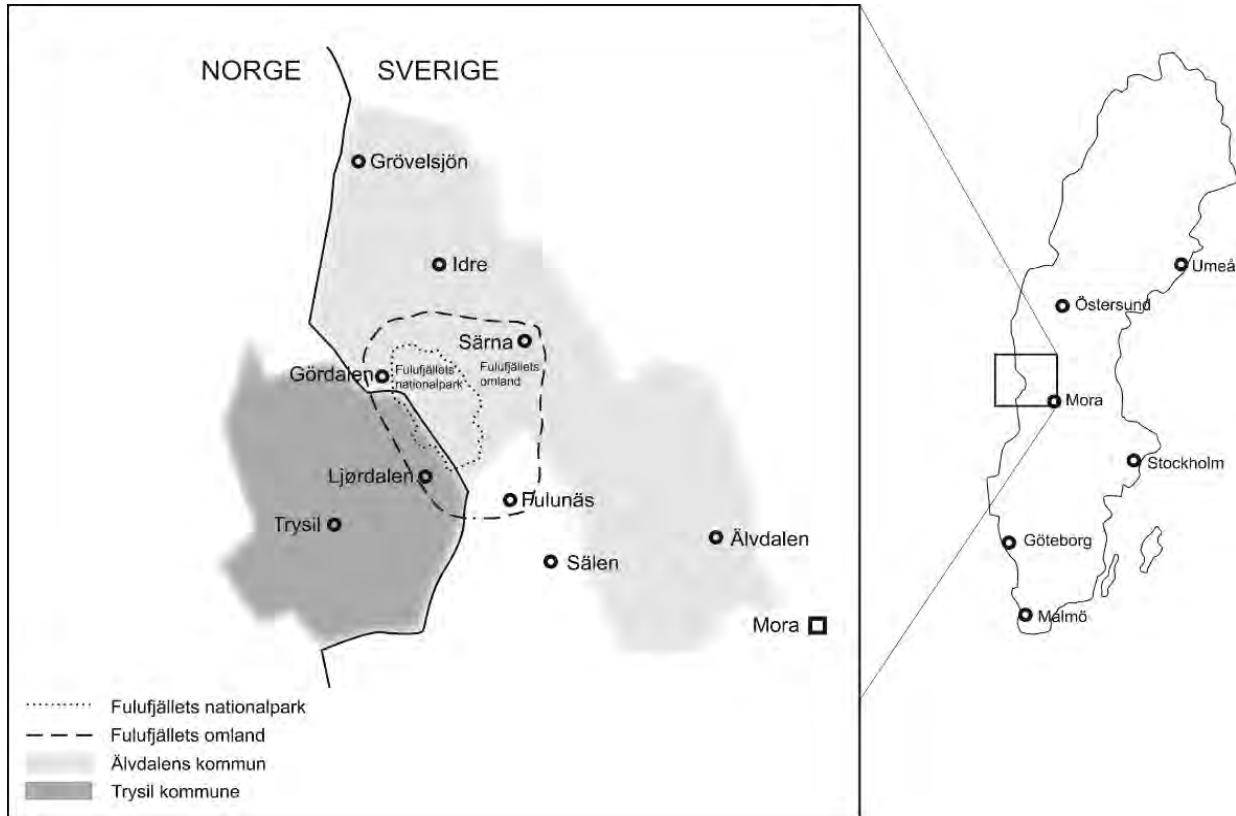




Bakgrund

- *Besökarstudie 2001*
- Fulufjällets nationalpark 2002
- *Besökarstudie 2003*
- Fulufjellets nasjonalpark 2012
- *Besökarstudie 2014*







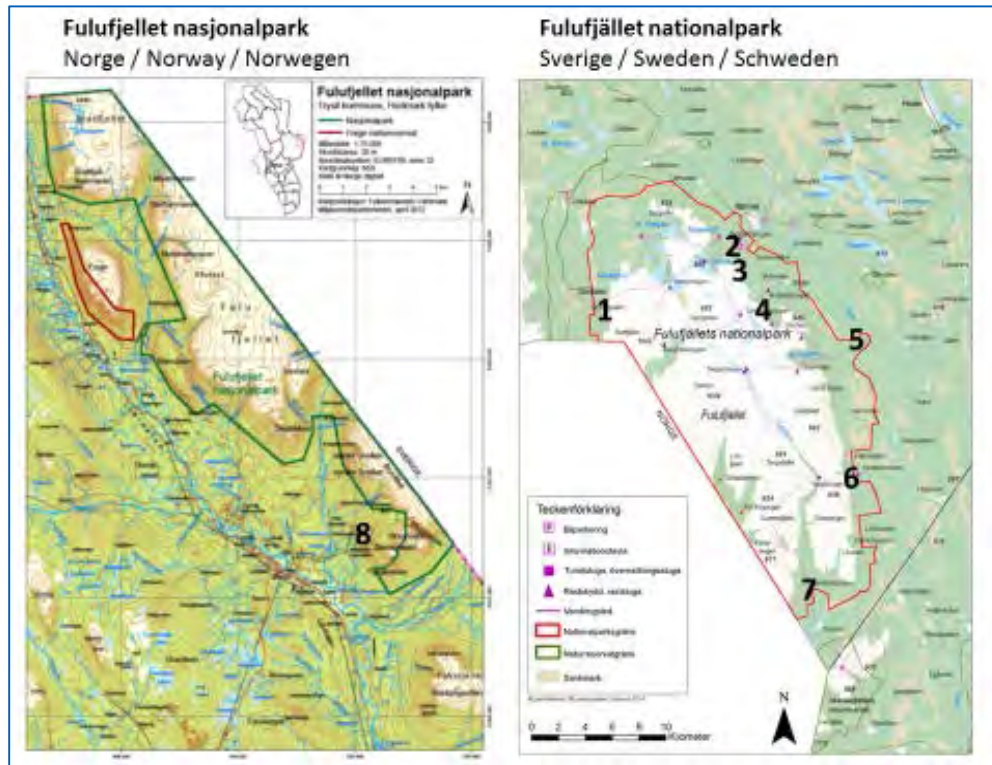
Metod

- Folkräknare
- Boxar med kontaktkort
- E-post enkät





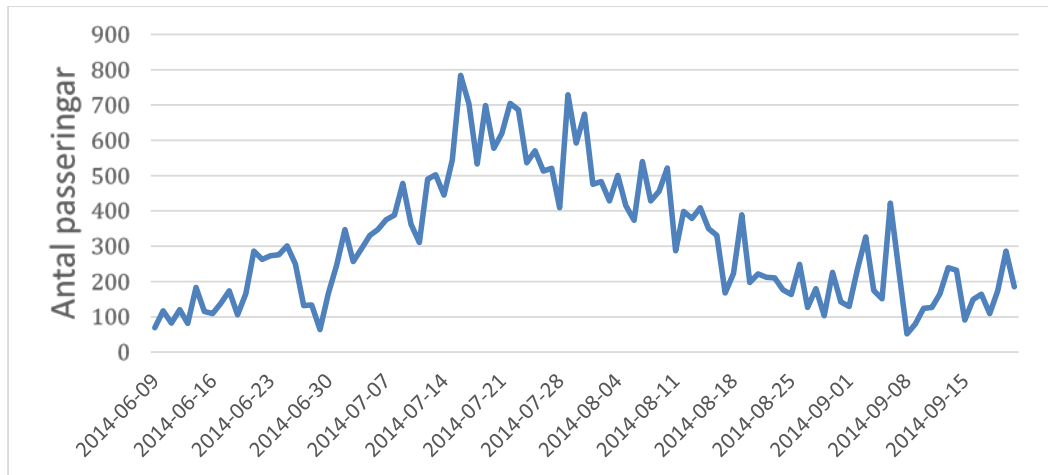
Metod



- 2605 användbara e-postadresser
- Frågeformulär på svenska, engelska eller tyska
- 1425 enkätsvar
- Svarsfrekvens 54,7%



Antal besök



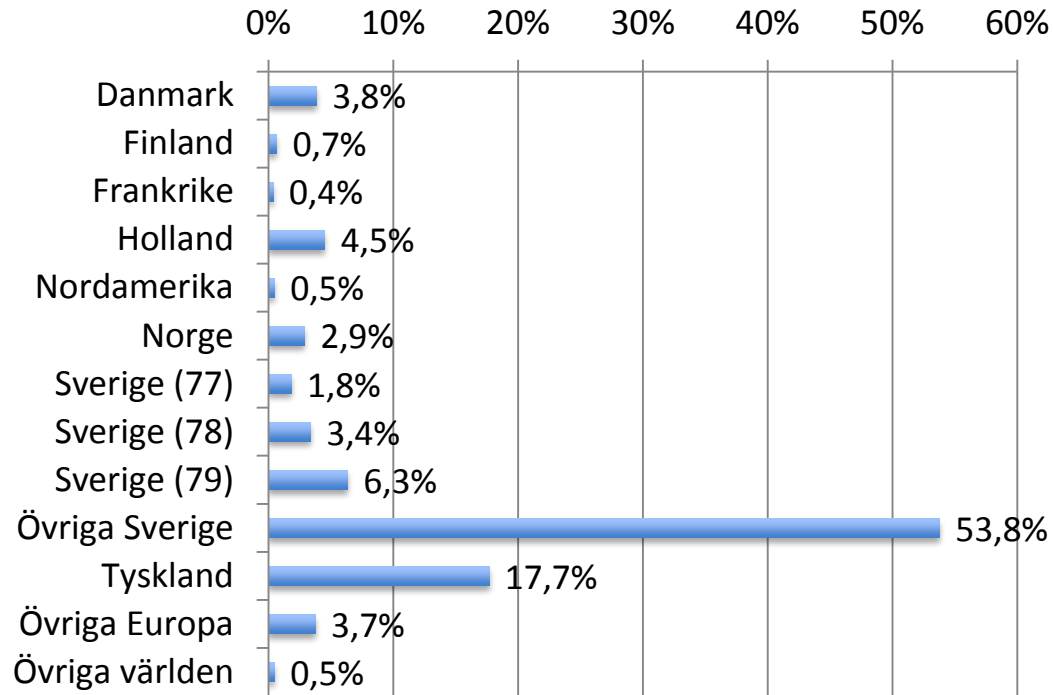
37 000 – 40 000

Figur 4. Antal passeringar vid ringleden till Njupesjärn perioden 9 juni-22 september (dygnsvärden).

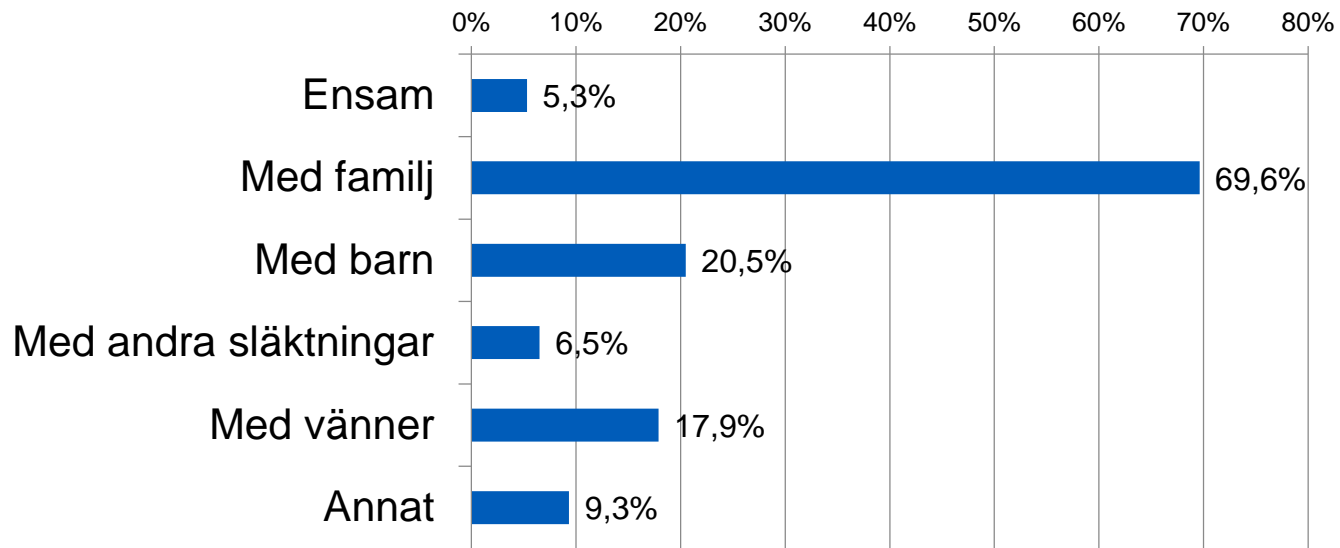
Folkräknare	Antal passeringar	Tidsperiod
Leden från Gördalen	511	9 juni-22 sept.
Ringleden till Njupesjärn	32 815	9 juni-22 sept.
Leden mot Rösjöstugorna/ringleden från Njupesjärn	10 633	9 juni-19 juli
Leden vid Brottbäckstugan*	2 916	9 juni-22 sept.



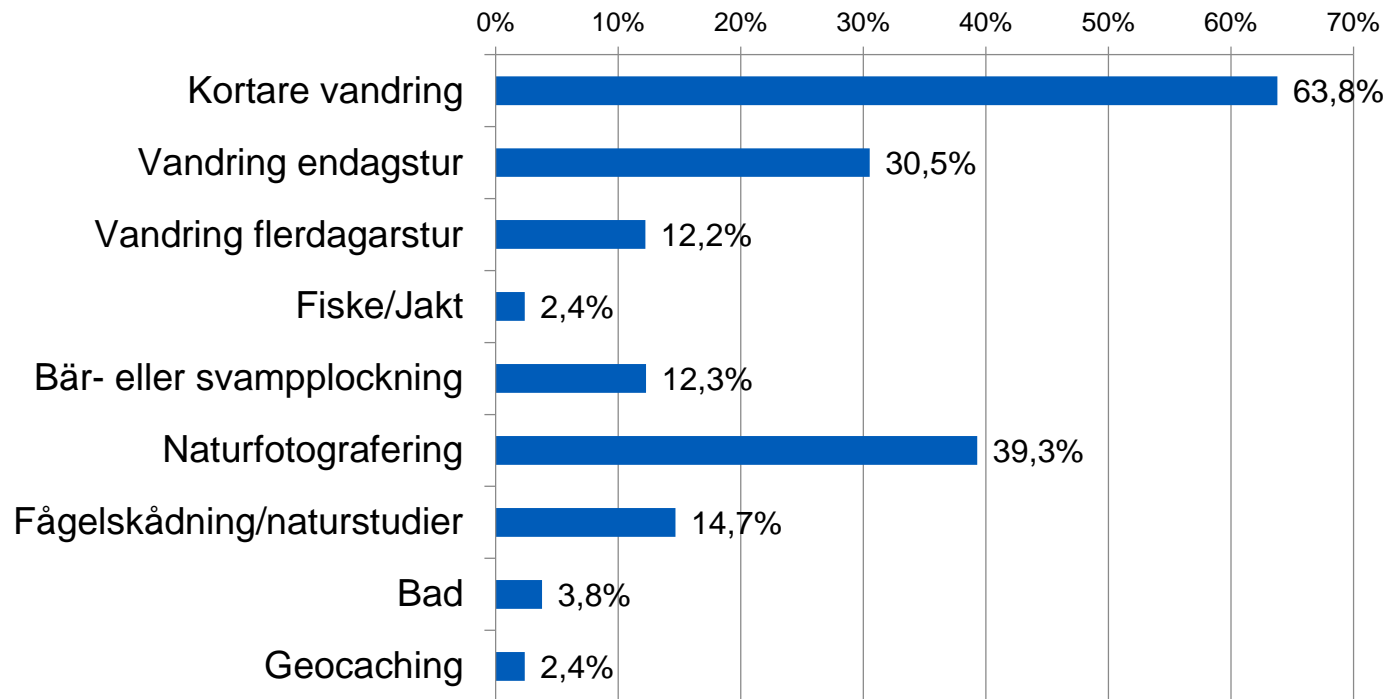
Nationalitet



Sällskap

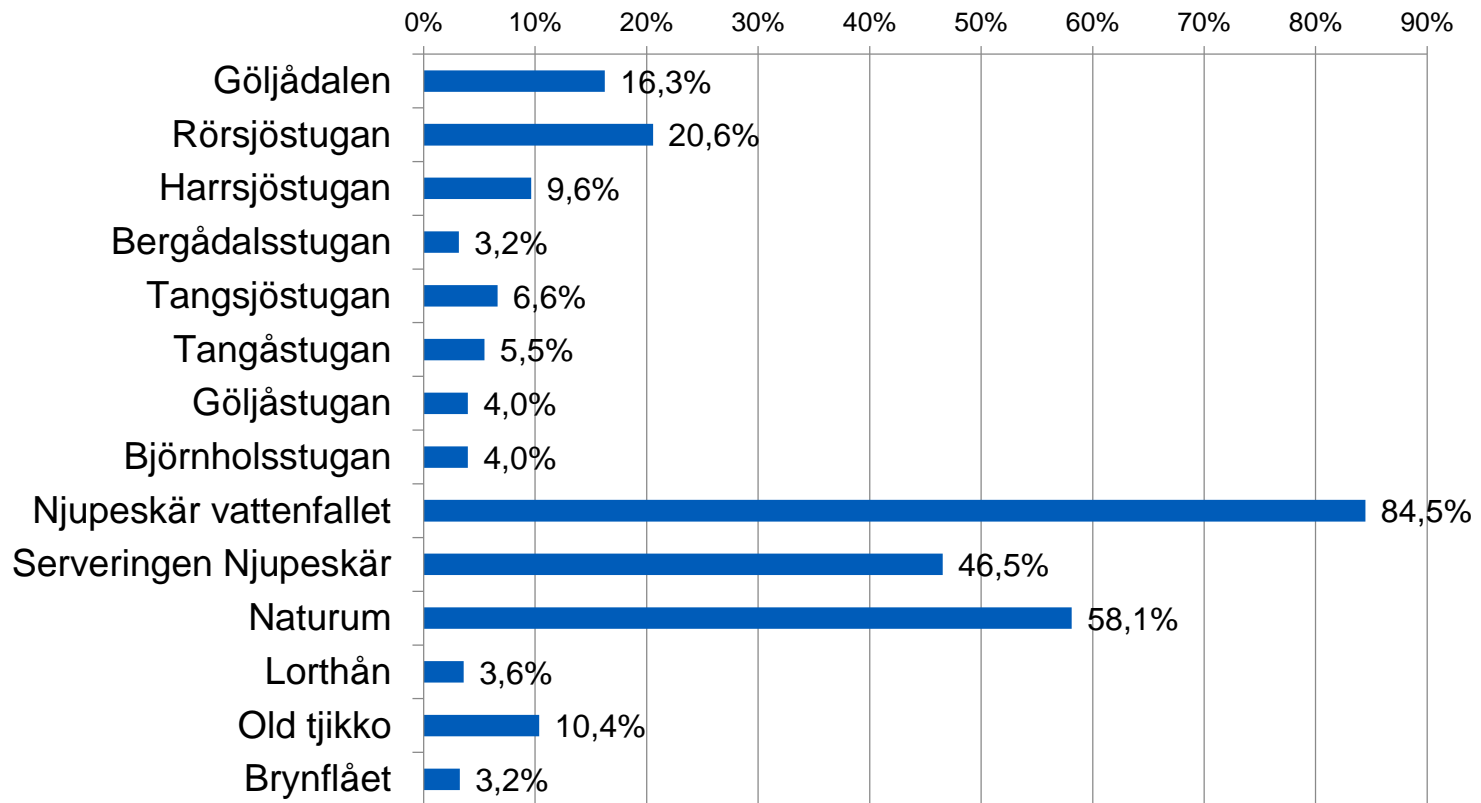


Aktivitet



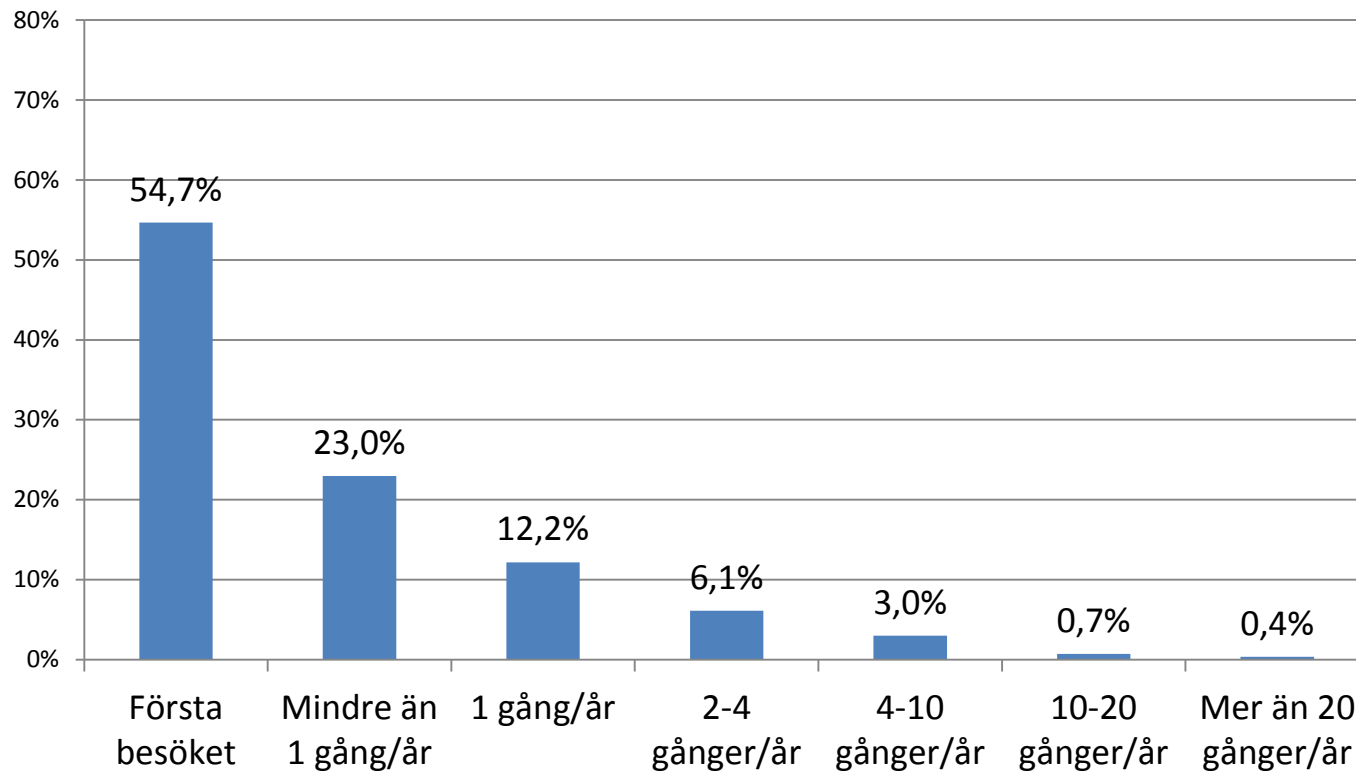


Besökta platser





Tidigare besök?



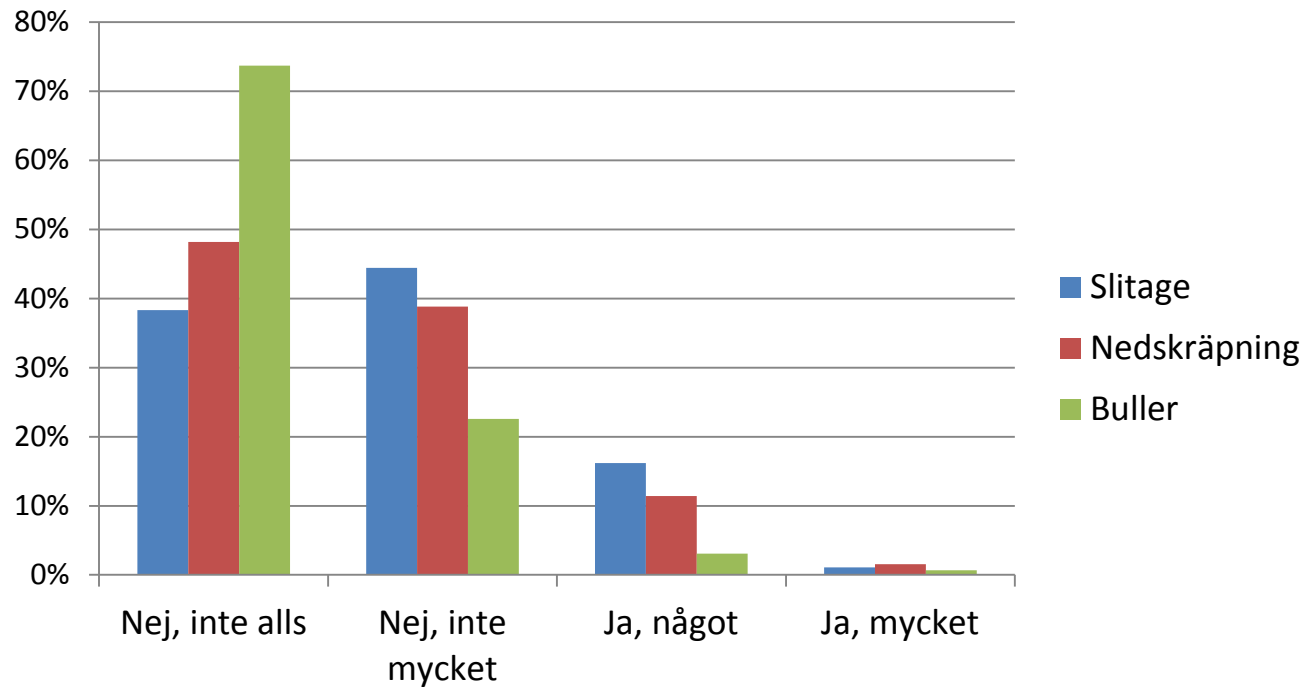


Upplevelser (motiv)

- Att ”**Uppleva naturens storslagenhet**” är det alternativ som de flesta känner igen sig i – hela 71 procent svarar att detta i hög grad påverkade deras beslut att besöka Fulufjällets nationalpark.
- Generellt sett är det i hög grad olika aspekter på **naturmiljön** som motiverar människor att besöka Fulufjället.
- Förutom naturens storslagenhet handlar det om att **uppleva vackra vyer, uppleva en ren och oförorenad miljö, att utforska naturmiljön eller att se dramatiska landskap.**
- Även att uppleva **lugn och ro** samt att **komma bort från dagliga rutiner** är i hög grad en faktor för mer än 30 procent av besökarna.



Slitage, nedskräpning, buller



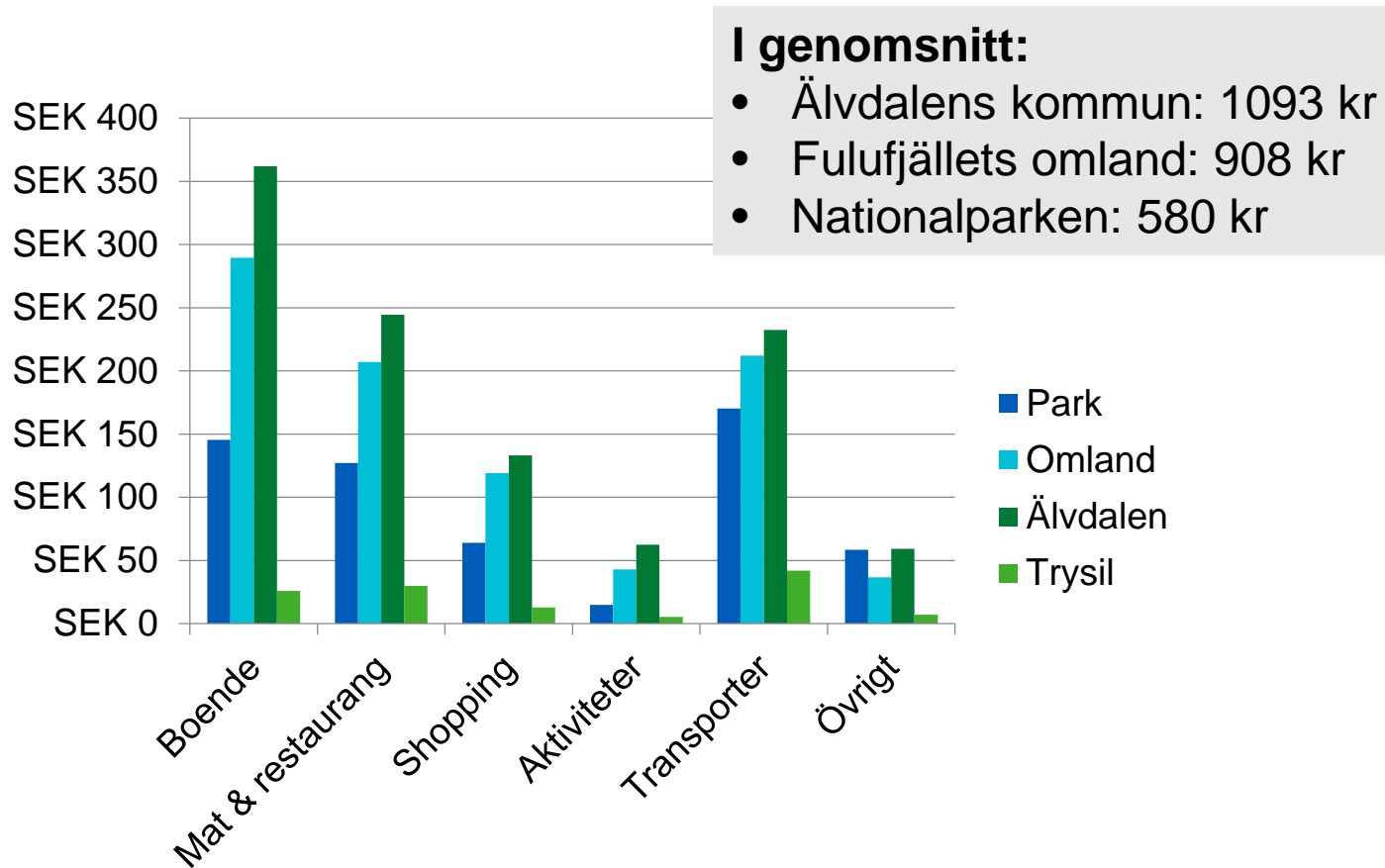


Kännedom om Fulufjället

Källa	1 Inte alls	2	3 Delvis	4	5 I hög grad
Naturum	43%	5%	26%	12%	14%
Internet	41%	6%	21%	13%	19%
Turistbyrån	77%	5%	10%	5%	3%
Bekant	49%	3%	15%	8%	25%
Broschyr/ guidebok	39%	7%	24%	15%	15%
Tidning/TV/radio	89%	5%	3%	1%	1%
Vägs skylt	60%	13%	18%	6%	3%
Sociala medier	91%	3%	3%	2%	1%
Känner platsen sedan tidigare	43%	3%	11%	10%	33%



Ekonomiska utgifter (medelvärden)





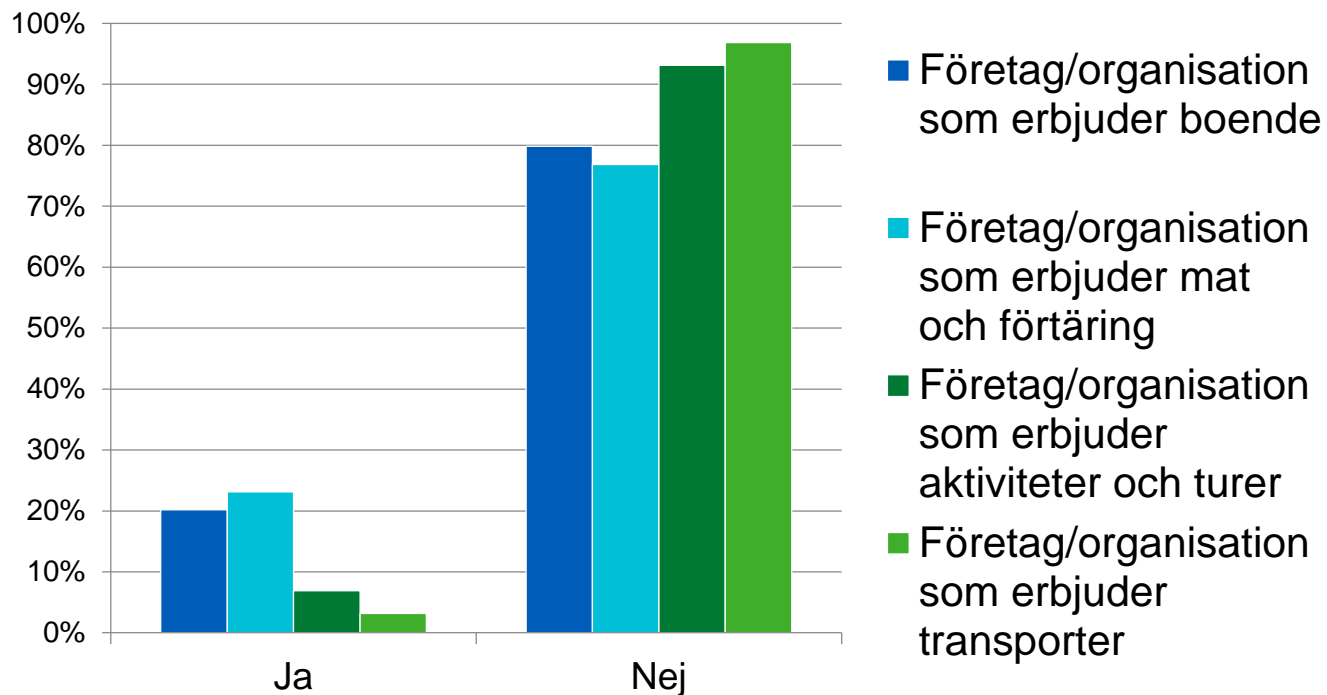
Turismutveckling

- Vi har även frågat respondenterna om vad de anser bör göras för att utveckla turismen både inom, och i området runt, Fulufjällets nationalpark.
- **Bättre information** om Fulufjället är mest efterfrågat följt av **bättre kommunikationer**, större utbud av **guidade turer** och **aktiviteter**.
- Högre standard på boende är det erbjudande som är minst efterfrågat.
- Respondenterna kunde även ange andra alternativ för turismutveckling än de som fanns angivna i frågeformuläret: **Bättre ledunderhåll, skyltar, bättre vägar, uppställning för husbilar**.
- Vissa personer ger också uttryck för en oro att turismutveckling kan hota de värden Fulufjället har idag.



Har du varit i kontakt med...

(i nationalparken eller omlandet)

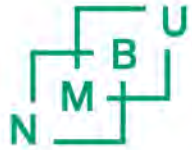




Jämförelser 2014, 2003 och 2001

(svenska och tyska besökare)



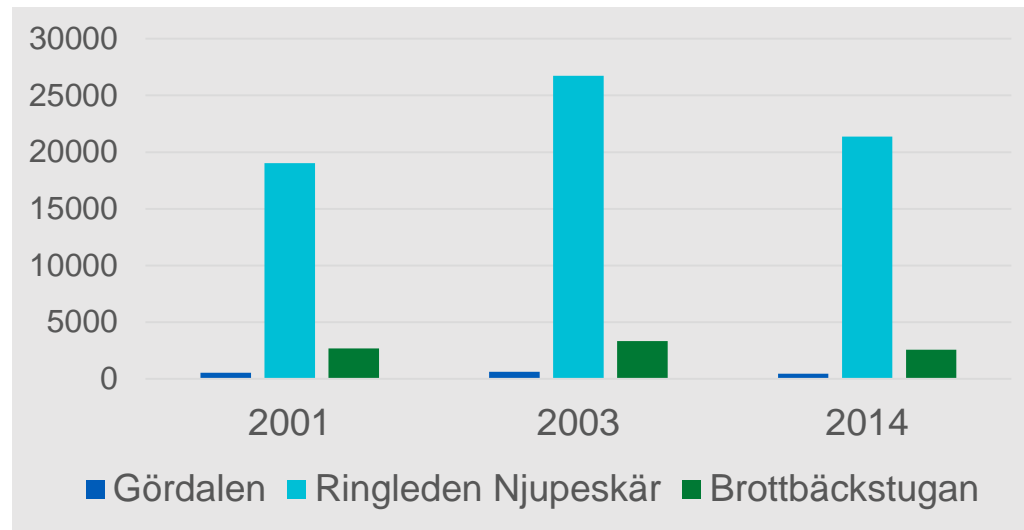


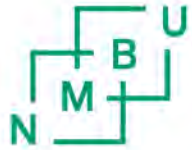
Norwegian University
of Life Sciences



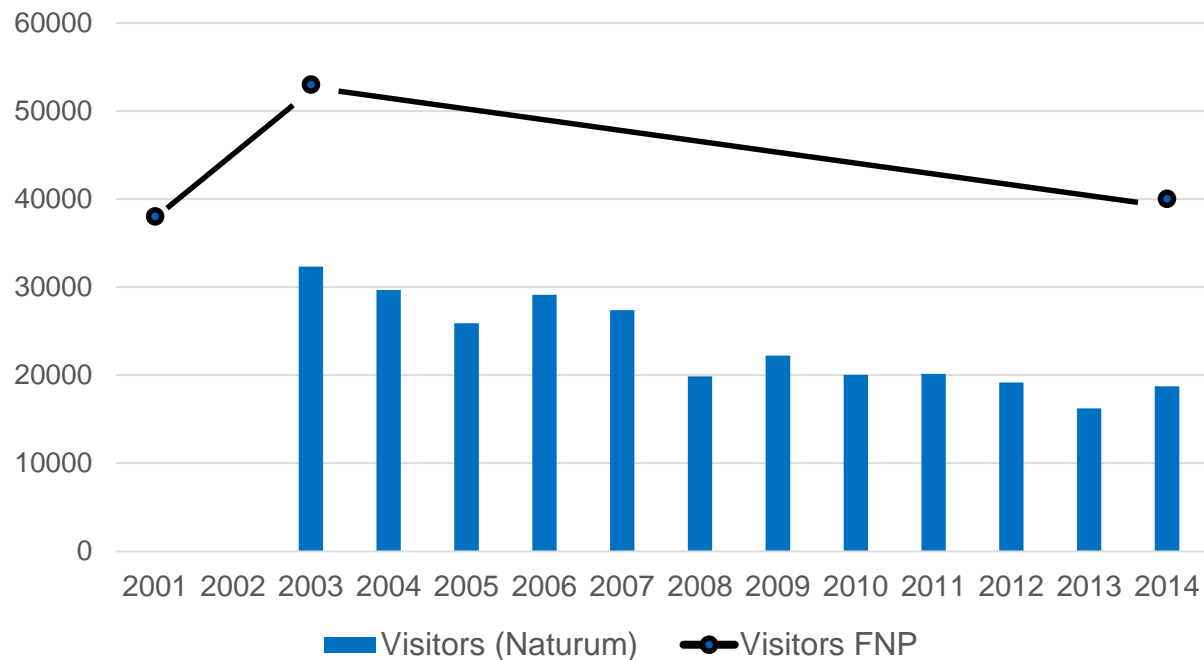
Mittuniversitetet
MID SWEDEN UNIVERSITY

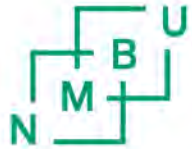
Visitors 2001-2014





Visitors 2001-2014





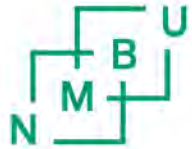
Recreation activities

Activity	2001	2003	2014
Short hike	75.1%	75.9%	64.2%*°
One-day hike	24.3%	22.9%	30.2%*°
Multiple day hike	4.9%	4.5%	12.3%*°
Fishing	5.0%	1.6%*	2.0%*
Berry- or mushroom picking	12.7%	4.5%*	13.5%°
Nature photography	35.1%	32.7%	41.7%*°
Bird watching / nature studies	12.2%	17.4%*	15.3%



*Significant difference compared with 2001 ($p < 0.05$)

°Significant difference compared with 2003 and 2014 ($p < 0.05$)



Visitation patterns

Zone visited	2001	2003	2014
Only zone 4	77.5%	80.3%	64.6%*°
Zone 1 (Wilderness zone)	7.1%	5.1%*	11.2%*°
Zones 2 and/or 3	15.7%	16.7%	28.6%*°



*Significant difference compared with 2001 ($p < 0.05$)

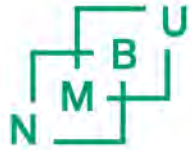
°Significant difference compared with 2003 and 2014 ($p < 0.05$)

	2001	2003	2014
Avg. distance hiked (km)	12.3	10.1*	14.1°



*Significant difference compared with 2001 ($p < 0.05$)

°Significant difference compared with 2003 and 2014 ($p < 0.05$)



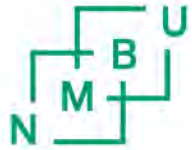
Wear, littering, noise

Proportion "Yes somewhat" or "Yes, very much"			
	2001	2003	2014
Wear	19.0%	15.2%*	17.3%
Littering	11.8%	7.8%*	13.0%°
Noise	5.7%	2.7%*	3.8%*



*Significant difference compared with 2001 ($p < 0.05$)

°Significant difference compared with 2003 and 2014 ($p < 0.05$)



Time spent in the national park and gateway area

	2003	2014
Days in the national park (avg.)	0.8	1.5°
Days in gateway area (avg.)	1.3	1.5



*Significant difference compared with 2001 ($p < 0.05$)

°Significant difference compared with 2003 and 2014 ($p < 0.05$)



peter.fredman@miun.se
peter.fredman@nmbu.no

