

Gjesteundersøkelse 2025

Rauma kommune



Mål for gjesteundersøkelsen

Svare på kriterier/indikatorer knyttet til resertifisering av Rauma som bærekraftig reisemål

Forstå utvikling siden sertifisering i 2021

Danne grunnlag for utvikling og vedlikehold av besøksstrategi og handlingsplan for Rauma

Få tilbakemeldinger fra besøkende på hvordan de opplever Rauma

Om gjesteundersøkelsen:

Respondenter: 220

Norske: 130

Utenlandske: 90

Respondenter 2024: 138

Respondenter 2020: 445

Totalt 21 spørsmål, basert på Innovasjon Norges veileder for innbyggerundersøkelser ifbm Bærekraftig reisemål.

Undersøkelsen ble gjennomført i tidsrommet:

1. Juli 2025 – 5. august 2025

1. Juli 2024 – medio august 2024

15.juni 2020 – 31.august 2020

I 2020 var det kun norske respondenter grunnet innreiseforbud, og dette vil kunne påvirke svar.

Markedsføring og distribusjon:

Innbyggerundersøkelsen ble gjennomført som en digital spørreundersøkelse gjennom SurveyMonkey. Distribusjonskanalene som ble brukt var Rauma kommune sine nettsider, plakater og visittkort i sentrum og på overnattingssteder, Nordveggen sine nettsider og Nordveggen sine Instagram- og Facebookside.

Analyse:

Rapporten oppsummerer sentrale funn fra undersøkelsen, samt beskriver relevant utvikling fra gjesteundersøkelsene i 2020 og 2024. Analysen baserer seg på responsen fra 220 respondenter.



Innhold:

Tema 1: Respondenter

Tema 2: Transport og overnatting

Tema 3: Aktiviteter og erfaringer

Tema 4: Informasjon og lokale tilbud

Tema 5: Totalevaluering av Rauma som reisemål

Oppsummering av funn

Respondentene er stort sett fornøyd med Rauma som reisemål

- De opplever stort sett å få god informasjon på reisen
- Lokalbefolkningen virker positive til turismen
- Natur og fjell er det som tiltrekker turistene

Helårsturisme og lokale tilbud

Undersøkelsen viser tegn til potensiale for:

- Flere lokale produkter og opplevelser
- Utvidet tilbud av kafeer, restauranter og servering
- Flere overnattingssteder
- Tilretteleggelse for vinterturisme

Utfordringer

- Offentlige toaletter
- Offentlig transport
- Mangel på gangveier
- Manglende liv og tilbud i sentrum
- Høye priser
- Enkelte steder begynner å føles overfylt for noen



Tema 1:

Respondenter

Hvem er turistene? Hvor kommer turistene fra? Hvorfor reiser turistene til Rauma? Hvem reiser de sammen med?

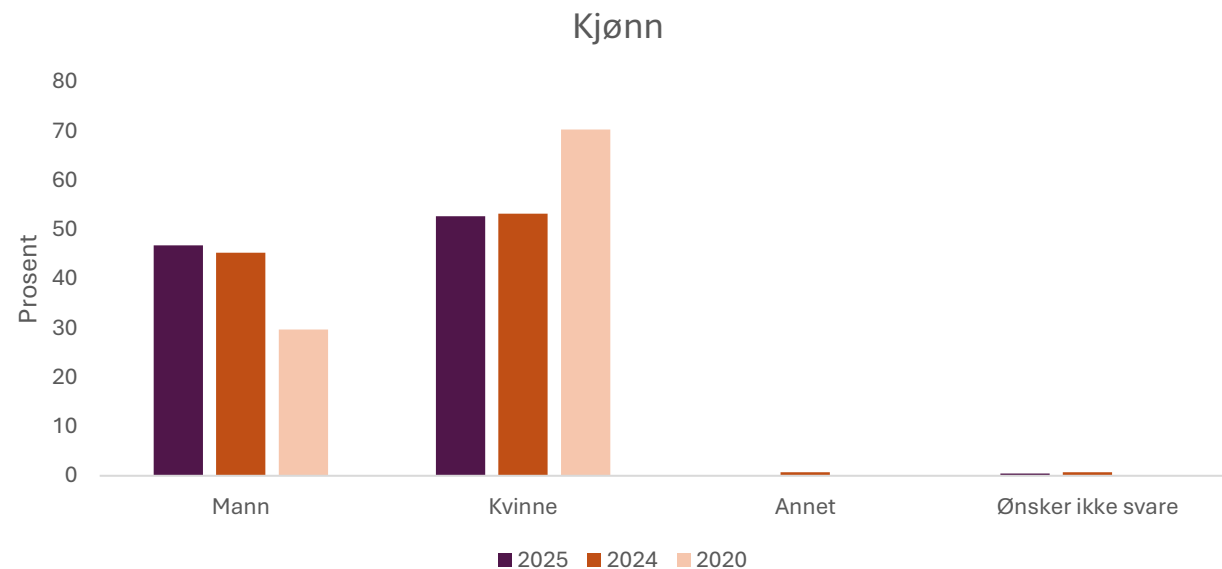
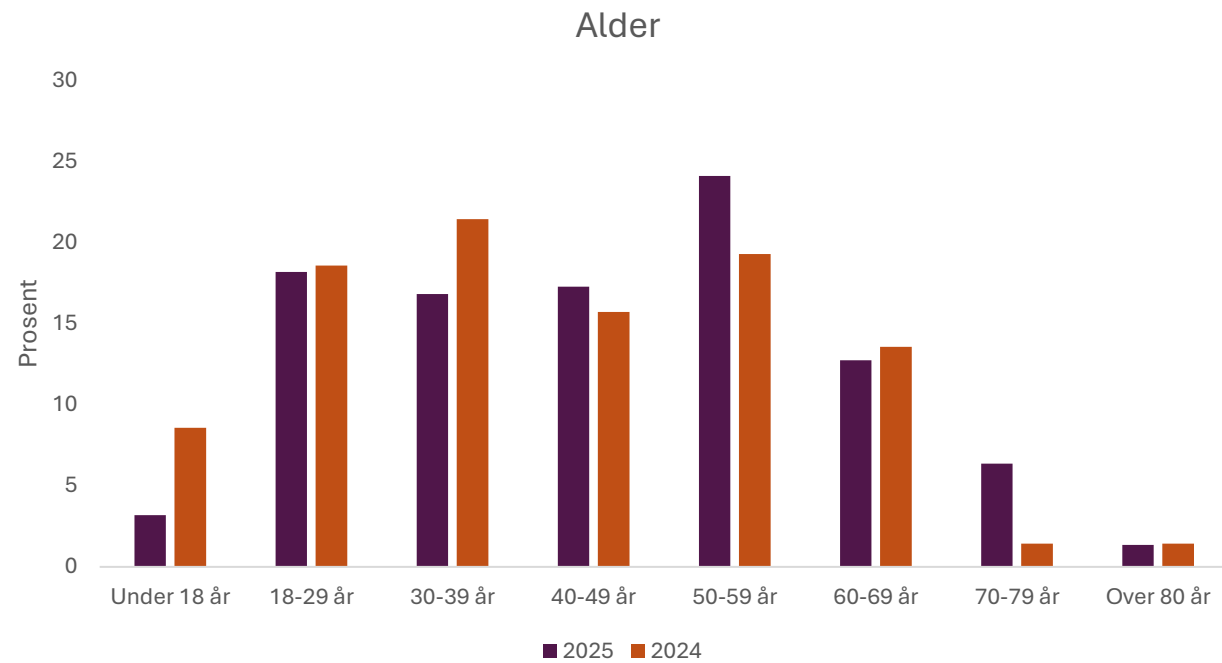
1.1 Demografi

Blant de norske respondentene er det flest i aldersgruppen 50 - 59 år, med 26,9%. Hos de utenlandske er fordelingen jevn mellom aldersgruppene fra 18 - 69 år, med mellom 20% og 22% på hver.

I 2024 var det flest norske respondenter i aldersgruppen 50 – 59 år, med en andel på 20%. Hos de utenlandske var det den yngre gruppen fra 18 – 29 år som dominerte, med en andel på 30%.

I 2020 var alternativene andre, og hele 50% av respondentene var i aldersgruppen 35 – 55 år. Dernest var aldersgruppen 20 – 34 år med 40%.

52,7% av respondentene er kvinner, mens 46,8% er menn. Fordelingen har jevnet seg ut fra 2020 og 2024, hvor 70% og 60% var kvinner.



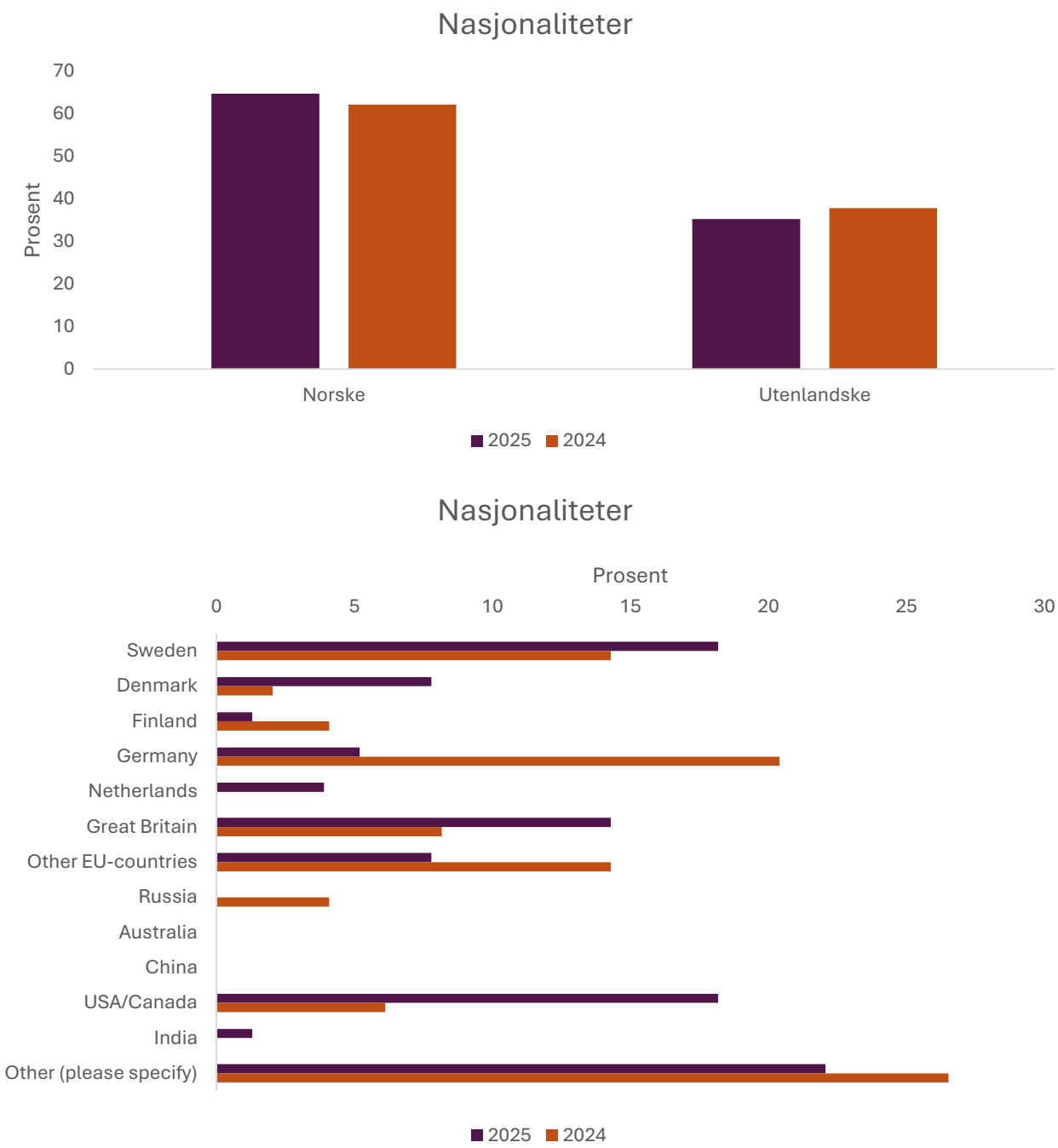
1.1 Demografi

Undersøkelsen har 64,7% norske respondenter og 35,3% utenlandske respondenter. Andelen er omtrent lik som i 2024, mens i 2020 var det kun norske respondenter grunnet innreiseforbud som følge av Korona-pandemien.

Flest respondenter har i 2025 svart at de bor i Sverige, USA/Canada eller Storbritannia.

I 2024 var det flest respondenter fra Tyskland, Sverige og andre EU-land. Blant andre nasjonaliteter var Frankrike, Italia, Polen, Belgia, Dubai, Taiwan, San Marino, Sør-Korea, Østerrike og Slovakia.

Andre nasjonaliteter som har kommet inn i 2025 er Syria, Italia, Polen, Litauen, Singapore, Sveits, Romania, Tsjekkia, Ukraina, Jamaica, Belgia og Korea.



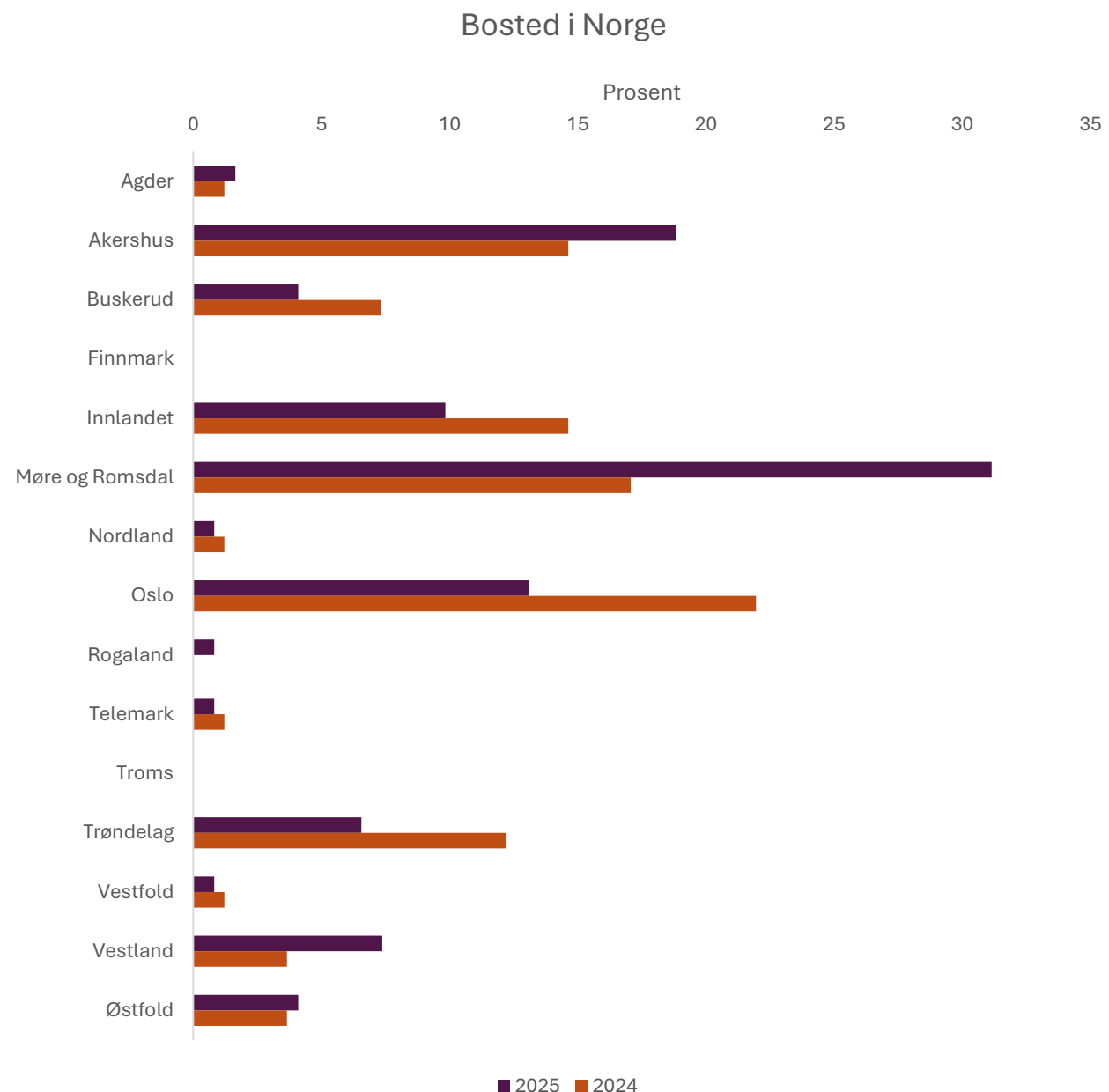
1.1 Demografi

Blant de norske respondentene svarer hele 31,1% at de bor i Møre og Romsdal, mens 18,9% bor i Akershus og 13,1% i Oslo.

I 2024 var 20,3% fra Oslo, 17,7% var fra Møre og Romsdal, mens Innlandet og Akershus hadde delt tredje størst andel på 15,2% hver.

Også i 2020 var flest fra Møre og Romsdal, med en andel på 16%, og deretter kom Sør-Trøndelag med en andel på 13%.

Fylkesinndelingen er endret fra 2020.



1.2 Frekvens, formål og reisende

54,2% i 2025 og 53,1% i 2024 svarte at dette er deres første besøk i Rauma. 36% har svart at de har besøkt Rauma 3 eller flere ganger.

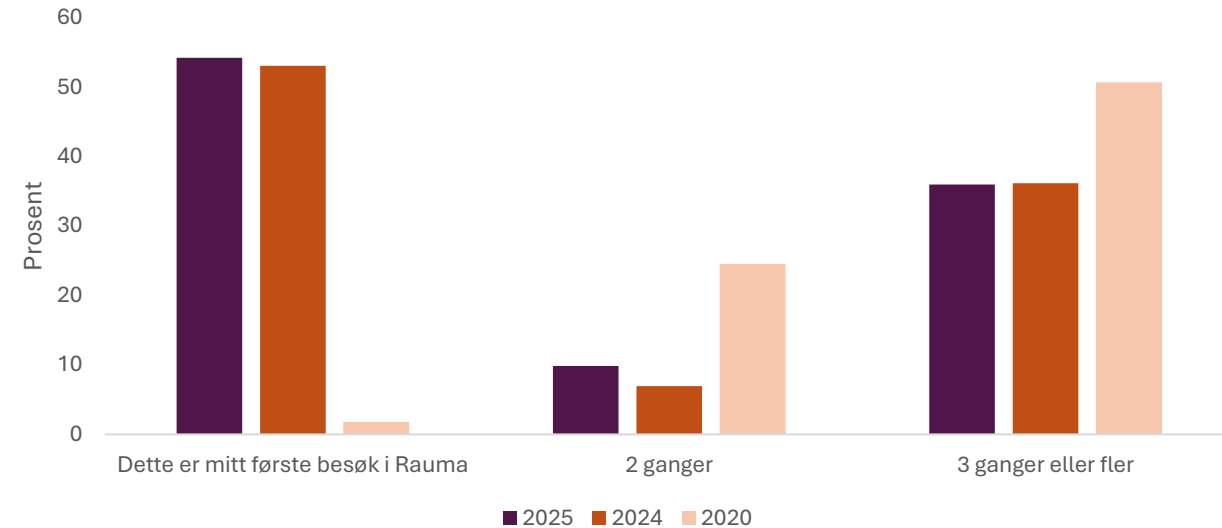
I 2020 var det derimot flest, med en andel på 50,7% som svarte at de har besøkt Rauma 3 eller flere ganger.

Endringen kan tyde på en klar ulikhet mellom norske og utenlandske respondenter i forhold til besøksfrekvens, da undersøkelsen fra 2020 hadde kun norske respondenter.

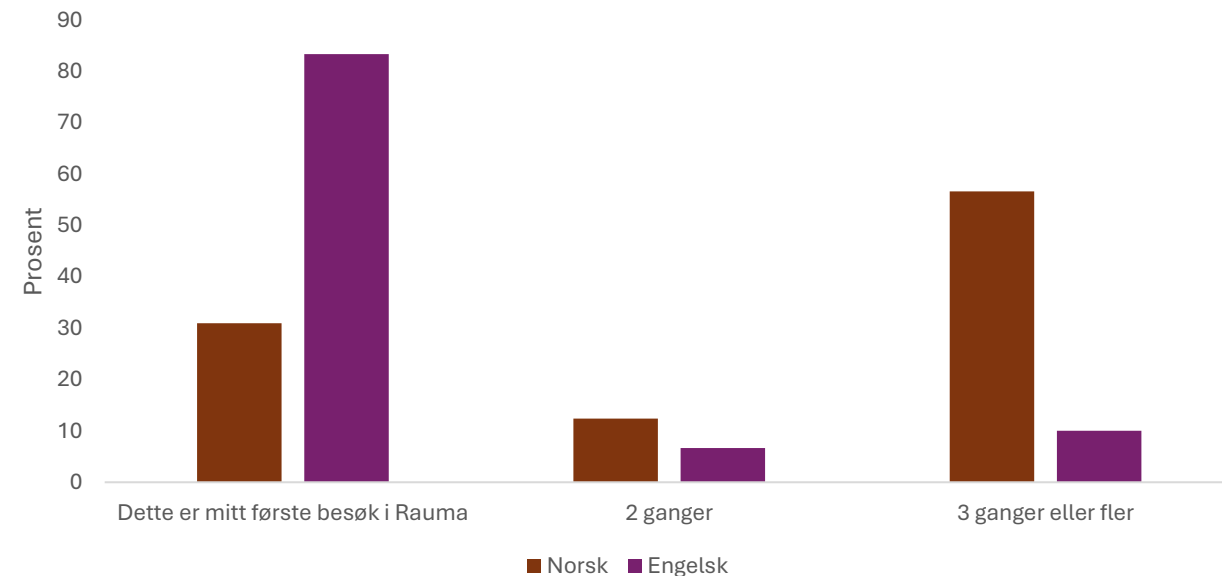
Sammenligningen av den norske og den engelske versjonen av undersøkelsen viser at 56,6% fra den norske har besøkt Rauma 3 eller flere ganger. Hele 83,3% fra den engelske svarte at dette var deres første besøk i Rauma.



Antall besøk til Rauma de siste fem årene
(Inkludert nåværende besøk)



Antall besøk i Rauma

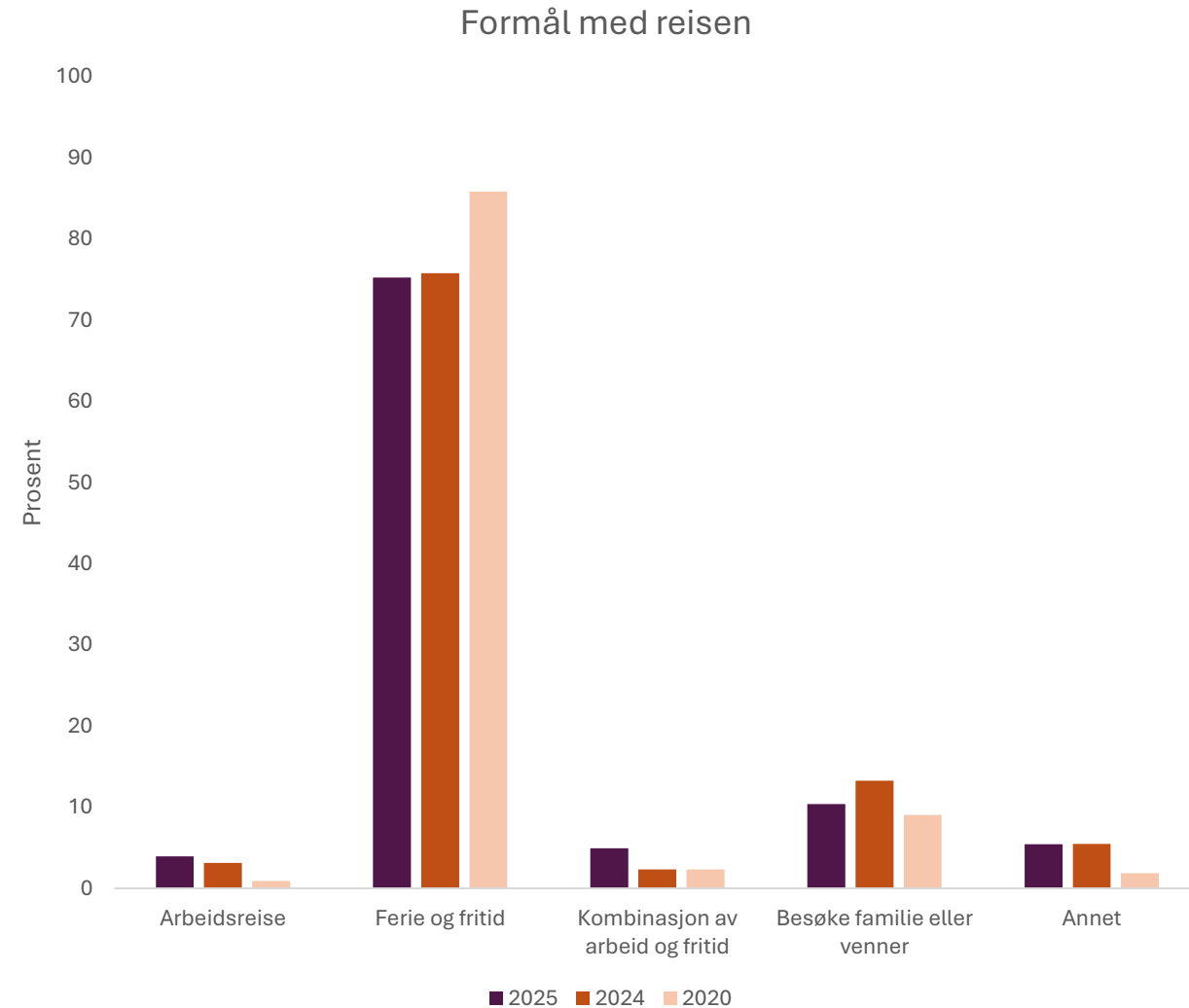


1.2 Frekvens, formål og reisende

Klart overtall, med en andel på 75,2% i 2025, som har ferie og fritid som formål med sin reise til Rauma. Deretter har 10,4% som formål å besøke familie eller venner i 2020.

Fordelingen er relativt lik for den norske og den engelske versjonen av undersøkelsen, og har holdt seg relativt lik alle tre årene.

Det kan likevel se ut som det har vært en liten økning reisende som reiser enten på arbeidsreise eller som kombinerer arbeid og fritid på reisen. Utviklingen kan skyldes økt bruk av hjemmekontor som følge av Korona-pandemien i 2020.

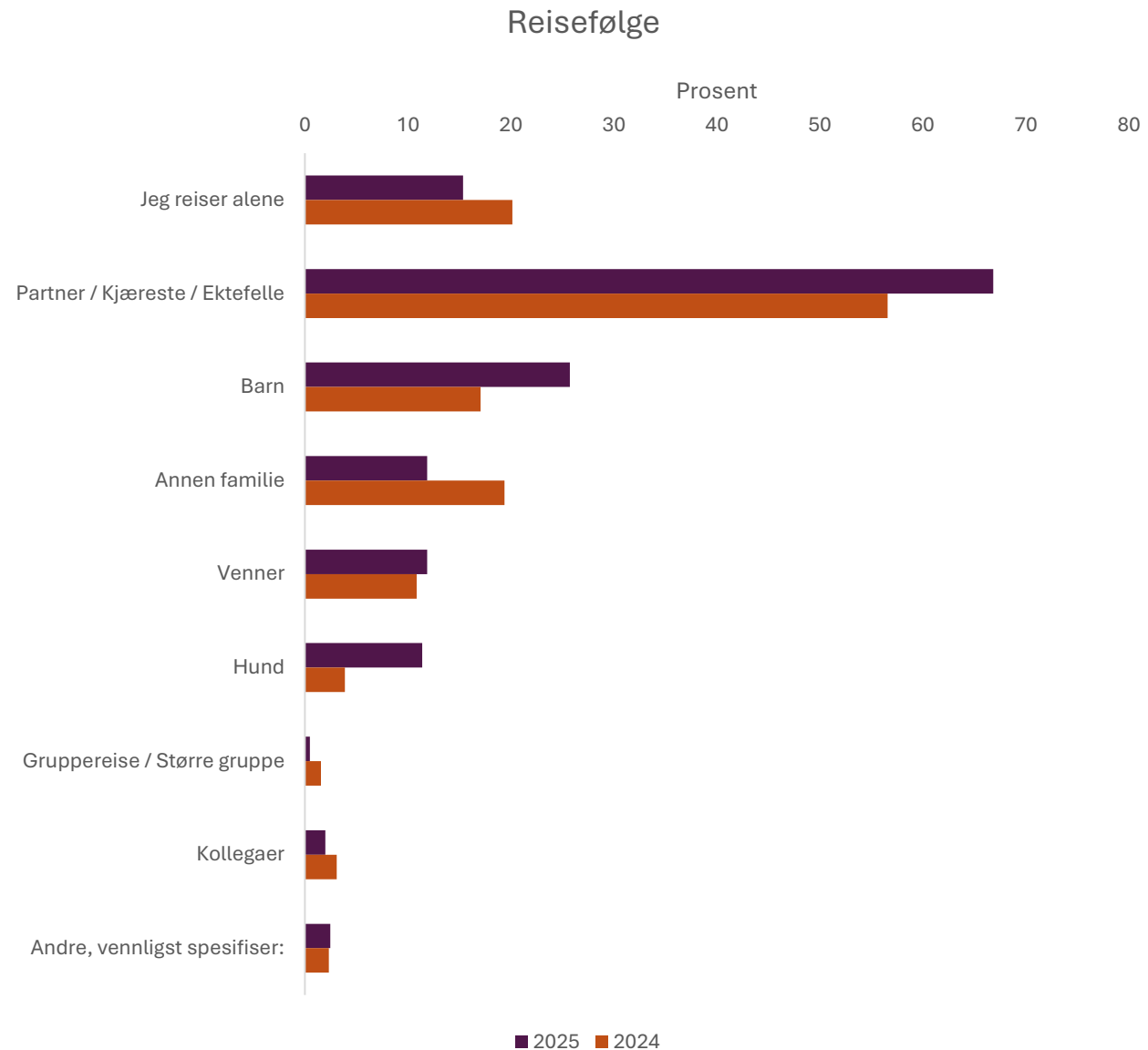


1.2 Frekvens, formål og reisende

Klart flest, med en andel på 66,8%, har svart at de reiser sammen med partner/kjæreste/ektefelle. Dernest kommer de som reiser med barn på 25,7%. Også antallet som reiser med hund har økt fra 3,9% i 2024 til 11,4% i 2025.

I 2024 var det også flest som reiste med partner/kjæreste/ektefelle, men dernest kom de som reiste alene og de som reiste med annen familie med omtrent 20% for hver.

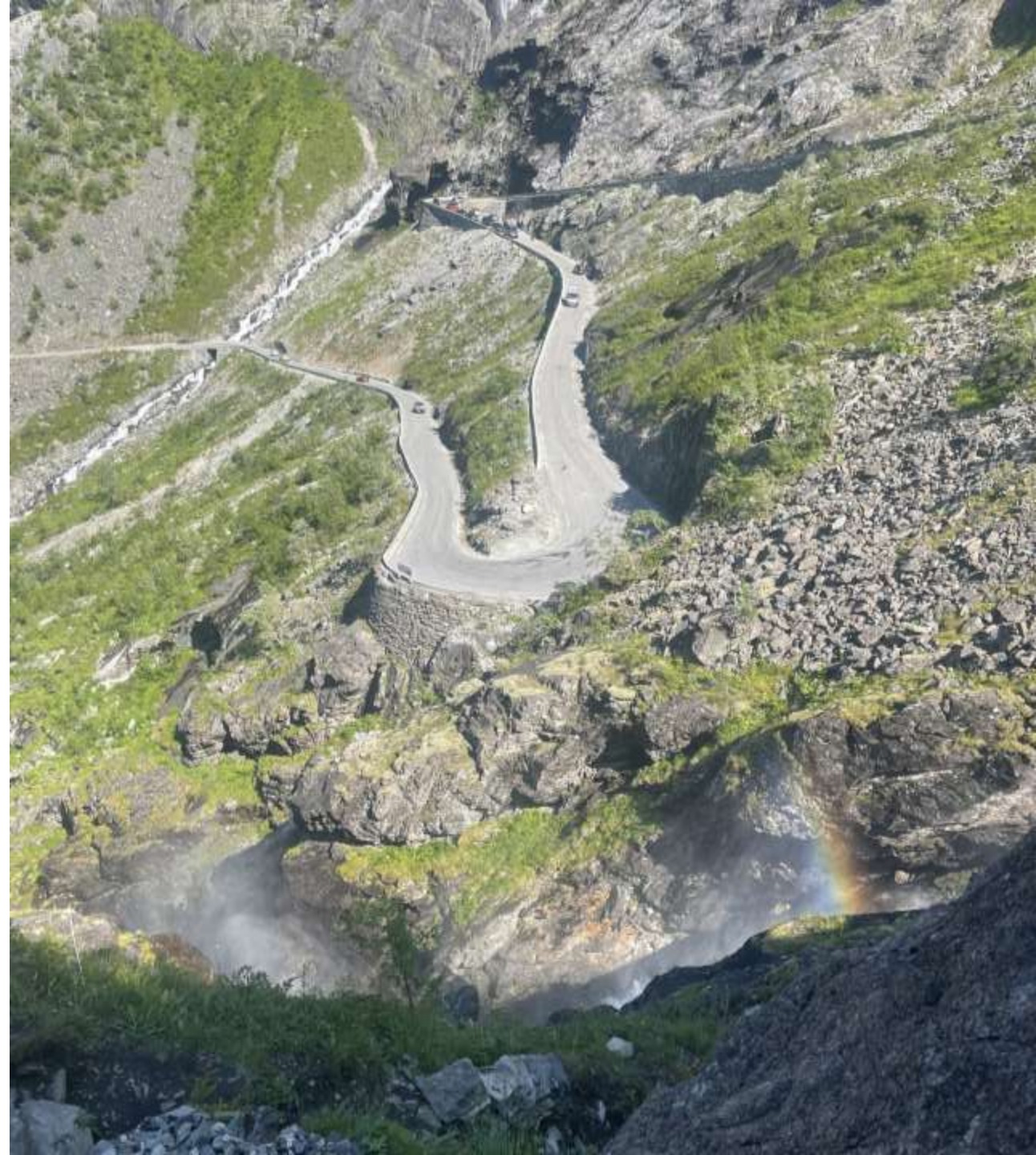
Sammenligningen mellom den norske og den engelske undersøkelsen i 2025 kan tyde på at det er flere norske enn utenlandske respondenter som reiser alene (19,% mot 10%) eller med hund (16,1% mot 5,6%).



Tema 2:

Transport og overnatting

Hvordan kom turistene seg til Rauma? Hvilke transportmidler benytter turistene under oppholdet sitt i Rauma? Hvor lenge blir turistene i Rauma? Hvilken type overnatting benytter turistene?

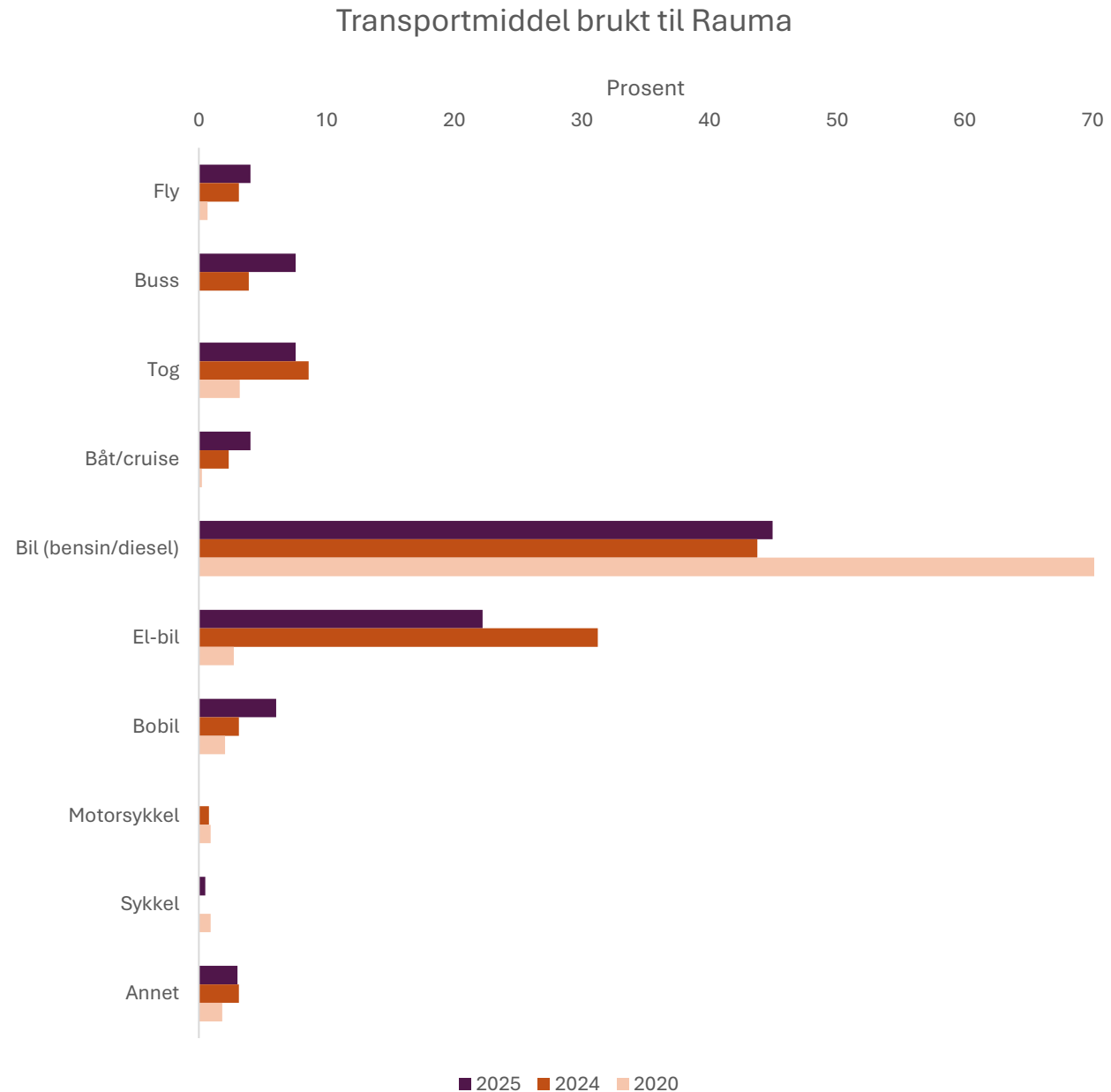


2.1 Transport

I 2025 har 44,9% svart at de benyttet bensin-/dieselbil som hovedtransportmiddel på reisen til Rauma. Andelen er betydelig lavere enn i 2020, hvor 87,4% benyttet bensin-/dieselbil.

Dernest kommer el-bil med en andel på 22,2%. Andelen reisende med el-bil har økt betraktelig fra 2,7% i 2020, men det er fremdeles lavere enn i 2024, da andelen var på 31,3%.

Videre ser vi en økning i antall reisende med buss, bobil, båt/cruise og fly.



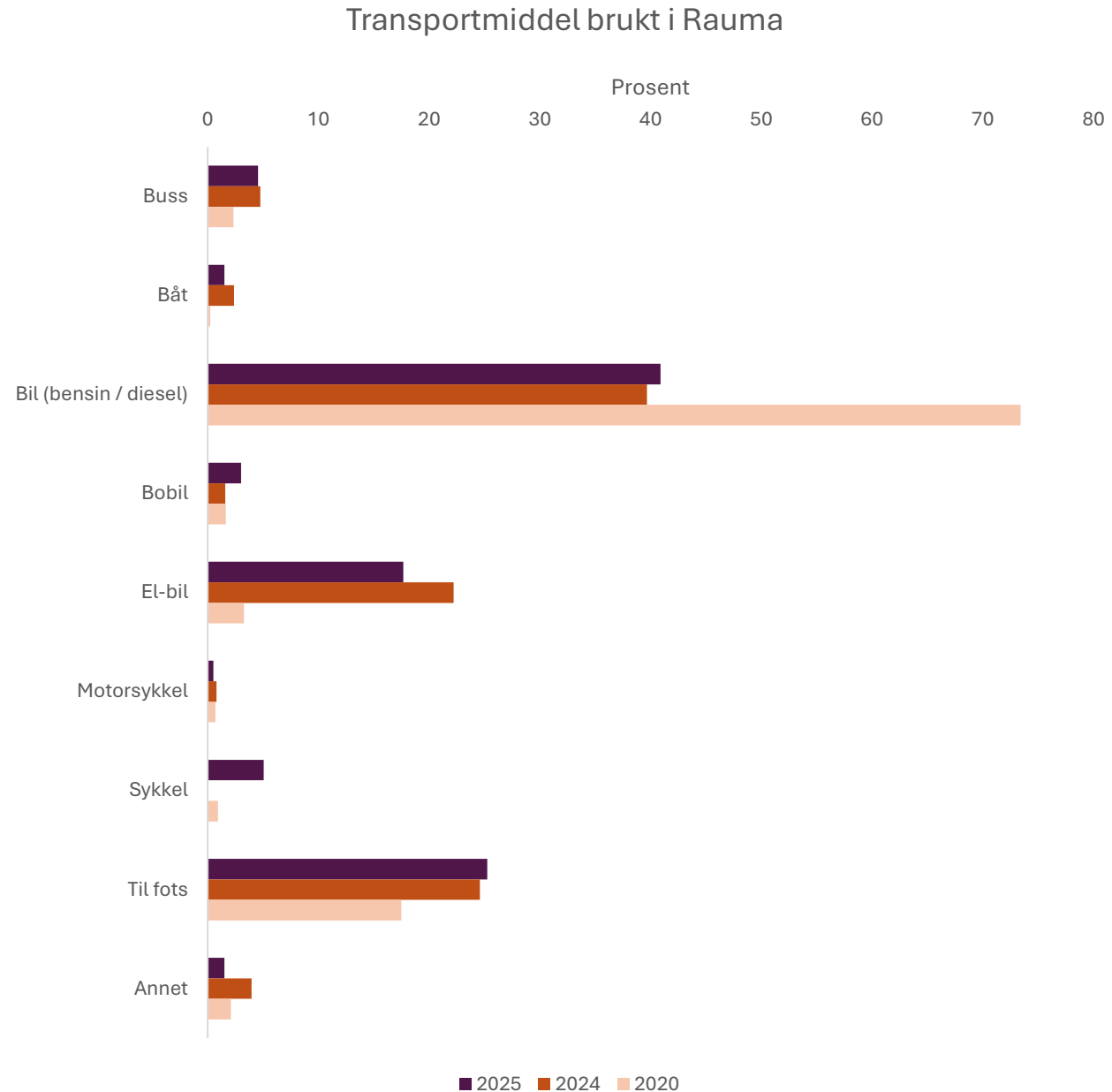
2.1 Transport

I 2025 har 40,9% svart at de benyttet bensin-/dieselbil som hovedtransportmiddel på reisen til Rauma. Andelen er betydelig lavere enn i 2020, hvor 73,4% benyttet bensin-/dieselbil.

Dernest kommer de som beveger seg til fots med en andel på 25,3%, som har økt fra 17,5% i 2020.

Andelen reisende med el-bil har økt betraktelig fra 3,3% i 2020 til 17,7% i 2025.

Blant annet har de fleste svart tog og gondol.

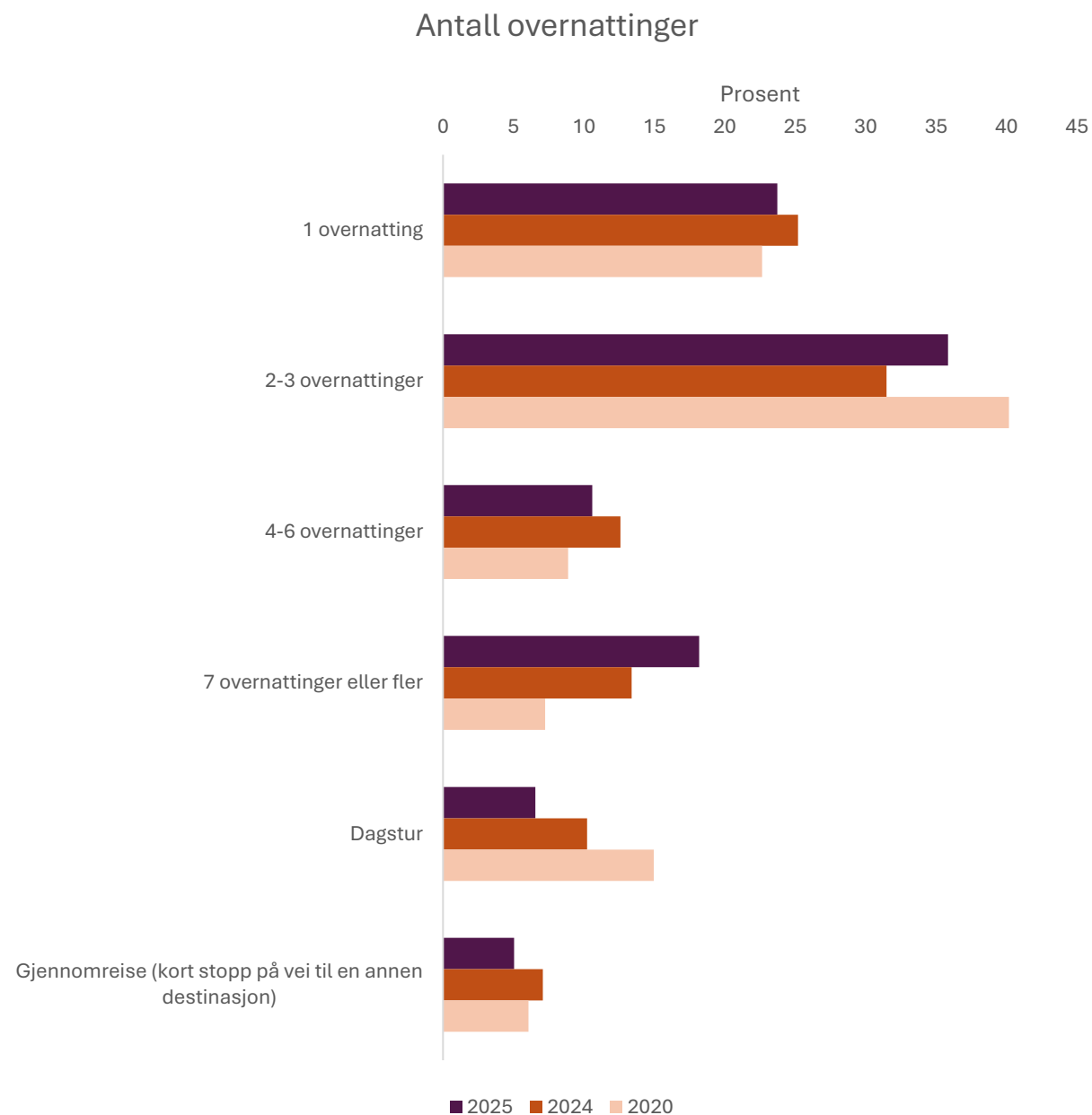


2.2 Overnatting

35,9% av respondentene hadde 2-3 overnattinger i Rauma i 2025. Dernest kom 1 overnatting, med 23,7%.

Andelen respondenter som overnatter 7 eller flere netter i Rauma har økt fra 7,2% i 2020 til 18,2% i 2025. I tillegg har andelen respondenter på dagstur redusert fra 15% i 2020 til 6,6% i 2025.

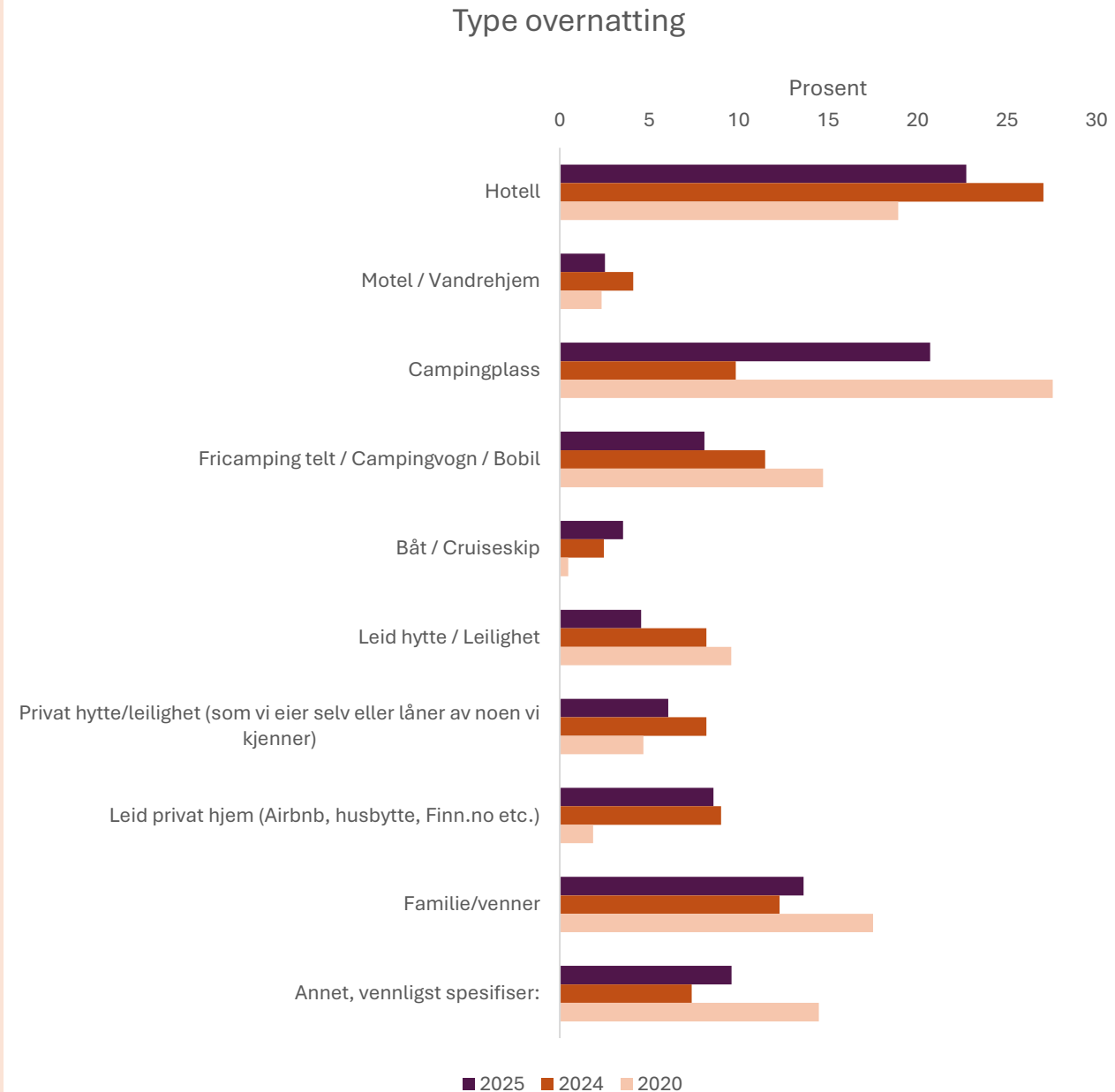
Utviklingen er positiv, da flere overnattinger betyr at turistene legger igjen mer penger i kommunen. I tillegg kan det indikere at vi har gode aktivitetstilbud til turistene, og at turistene trives i Rauma.



2.2 Overnatting

Hotell er det mest valgte alternativet blant respondentene, med en andel på 22,7%. Deretter overnattet 20,7% av respondentene på campingplass.

Andelen som har svart at de overnattet på campingplass, fricamping/campingvogn/bobil, i leid hytte/leilighet eller hos familie/venner er redusert fra 2020 til 2025.





Tema 3:

Aktiviteter og erfaringer

Hvilke aktiviteter deltok turistene på i Rauma? Hvordan opplevde turistene aktivitetene de deltok på? Hvordan opplevde turistene tilretteleggingen for turister i Rauma?

3.1 Aktiviteter

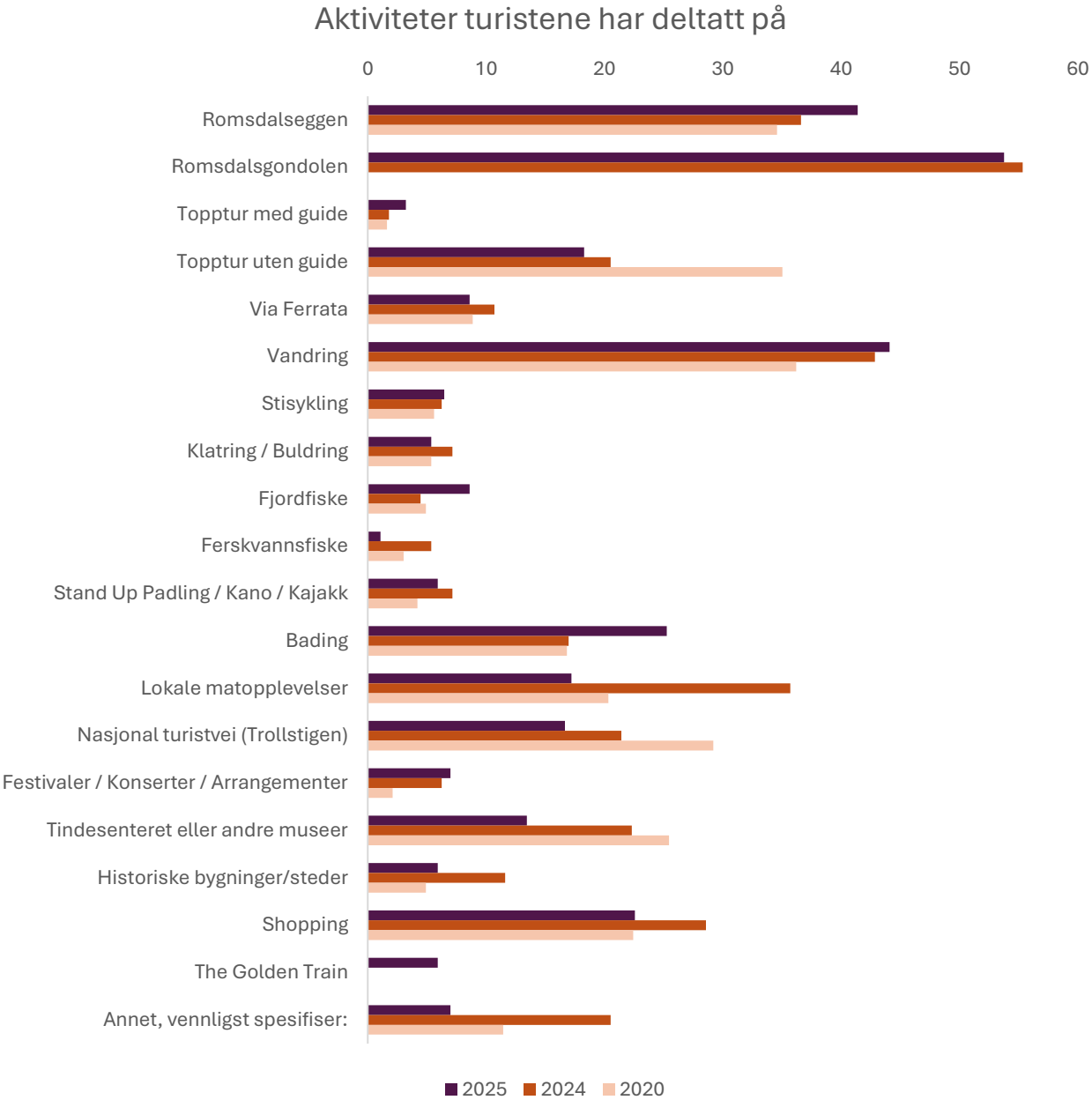
Hele 53,8% av respondentene i 2025 har tatt Romsdalsgondolen. Utover dette er vandring med 42,9% og Romsdalseggen med 41,4% oppslutning populære aktiviteter.

Badeaktiviteten har tatt seg opp, fra 17% i 2020 og 2024 til 25,3% i år. Dette skyldes trolig den varme temperaturen som har vært i perioden for fellesferien.

Andelen som har drevet med fjordfiske har steget fra 4,5% til 8,6% i 2025. Rauma elv er steng for fiske, som sannsynligvis gjør at bare 1,1% svarer at de har gjort dette i år, mot 5,4% i 2024.

5,9% har svart at de har tatt The Golden Train. Alternativet var ikke med i 2020 eller 2024.

Andelen som har svart at de har vært på shopping, fått lokale matopplevelser besøkt historiske bygninger/steder eller tindesenteret og andre museer er redusert. For å ta vare på lokal verdiskapning og kulturarv er det viktig å oppfordre turistene om å kjøpe lokale produkter og opplevelser. Vertskapskurset kan hjelpe innbyggere og ansatte i reiselivet med hvordan man kan promotere kulturattraksjoner og produkter til gjester.



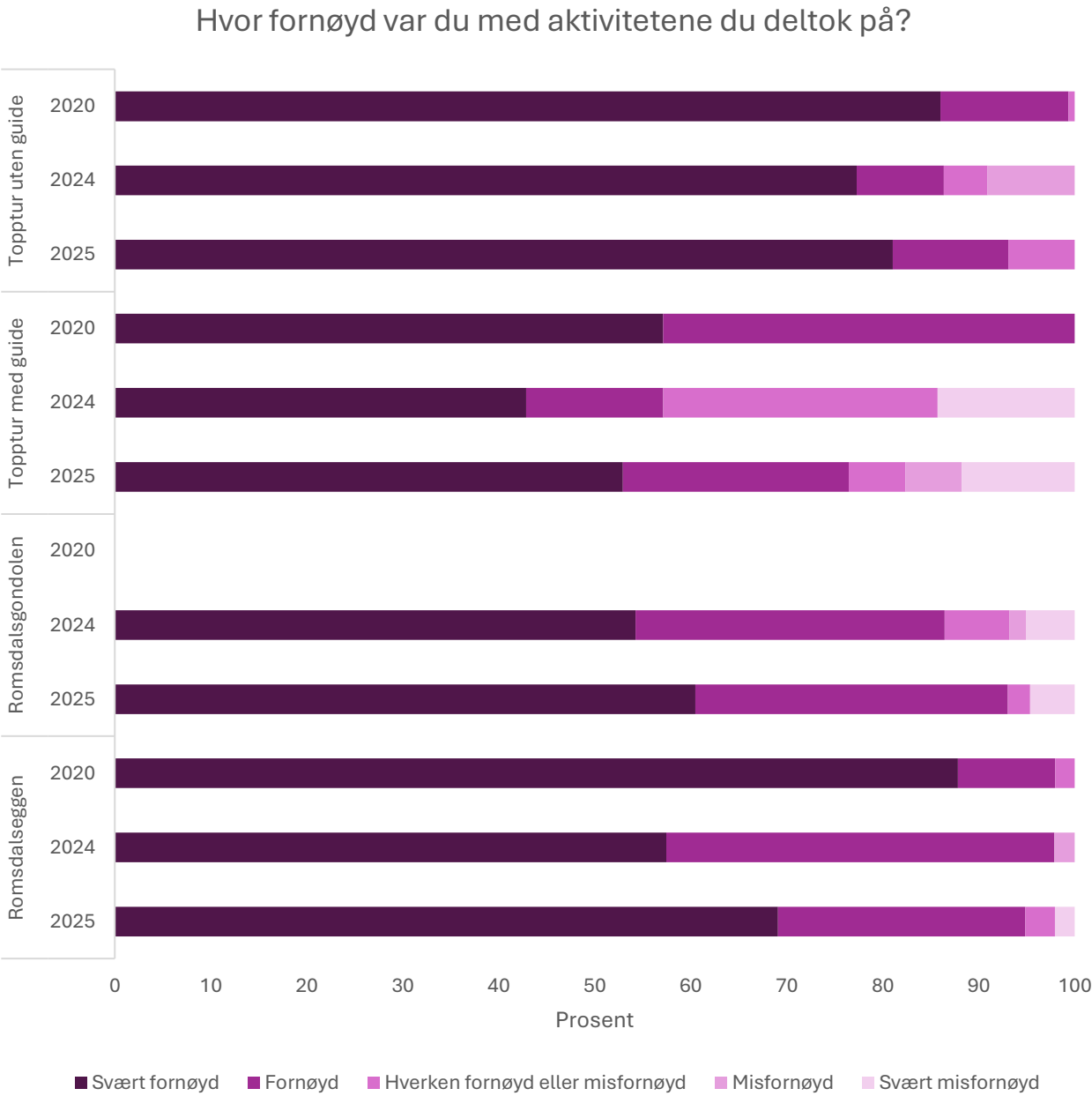
3.2 Aktiviteter

81% av de som har vært på topptur uten guide svarer at de er *svært fornøyd*.

Blant de som har vært på guidet topptur svarer 52,9% at de er *svært fornøyd*, mens 23,5% er *fornøyd*.

93,1% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med sin opplevelse av Romsdalsgondolen. Gondolen kom i 2021, og ble derfor ikke spurt om i 2020.

94,9% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med turen sin over Romsdalseggen.



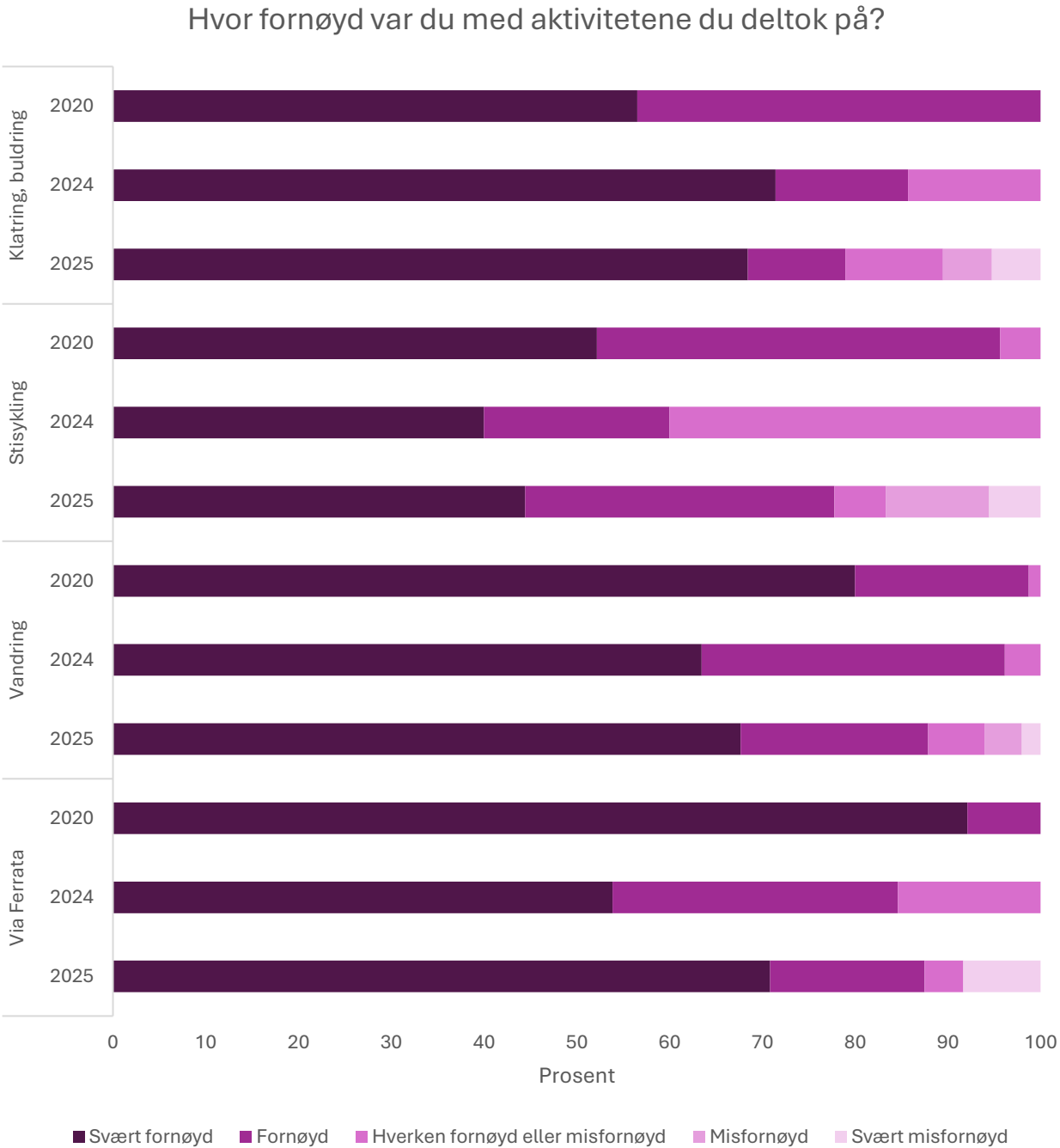
3.2 Aktiviteter

78,9% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med klatring og/eller buldring i Rauma.

77,7% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med stisykling i Rauma.

87,9% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med vandring i Rauma.

87,5% blant de som har klatret Via Ferrata på Åndalsnes er *svært fornøyd* eller *fornøyd*.



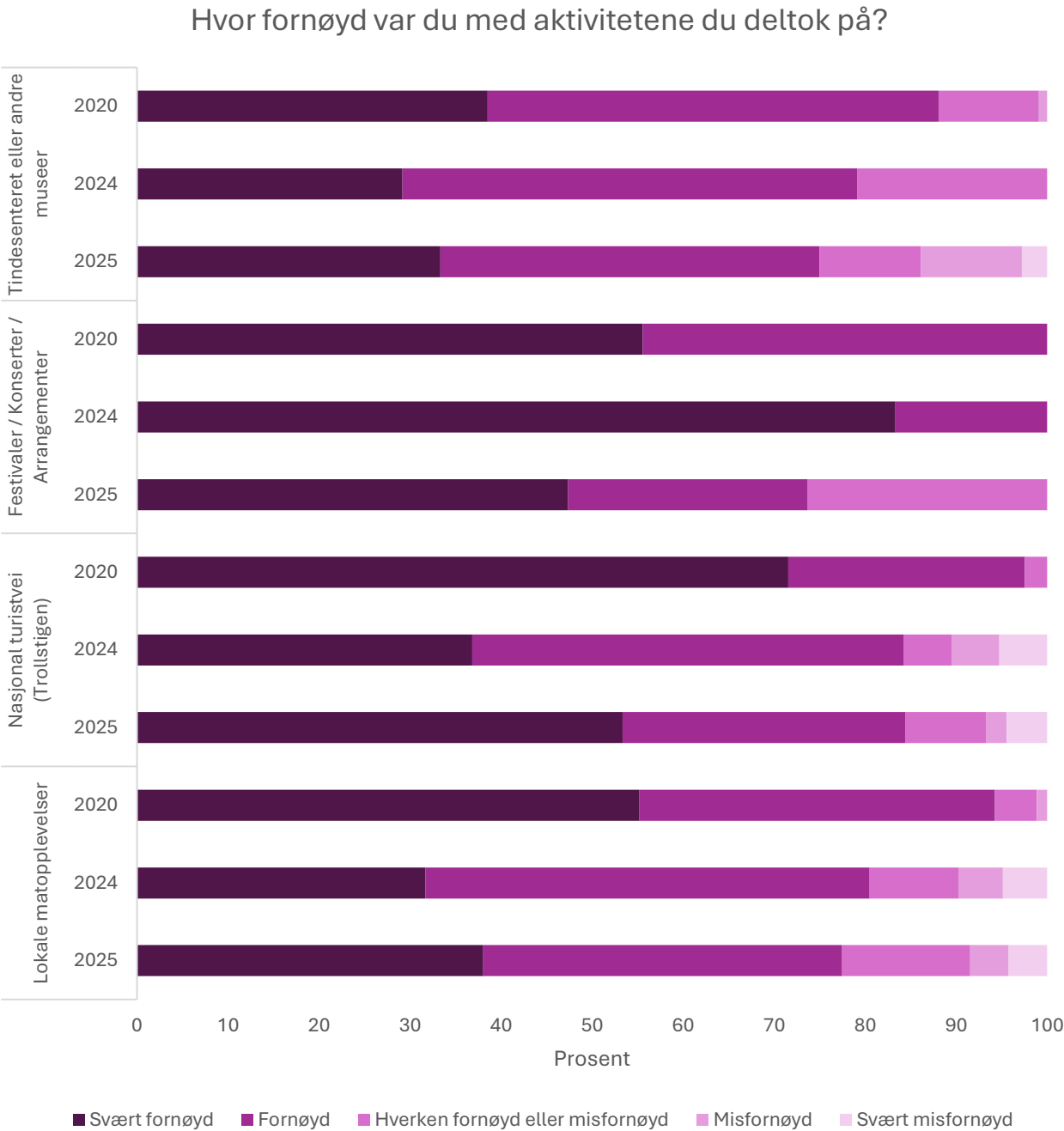
3.2 Aktiviteter

75% av respondentene som har besøkt tindesenteret eller andre museer er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med opplevelsen.

73,7% blant de som har deltatt på festivaler, konserter eller arrangementer i Rauma er *svært fornøyd* eller *fornøyd*.

84,4% av de som har kjørt den nasjonale turistveien over Trollstigen er *svært fornøyd* eller *fornøyd*.

77,4% av respondentene som har opplevd lokale matopplevelser er *svært fornøyd* eller *fornøyd*.



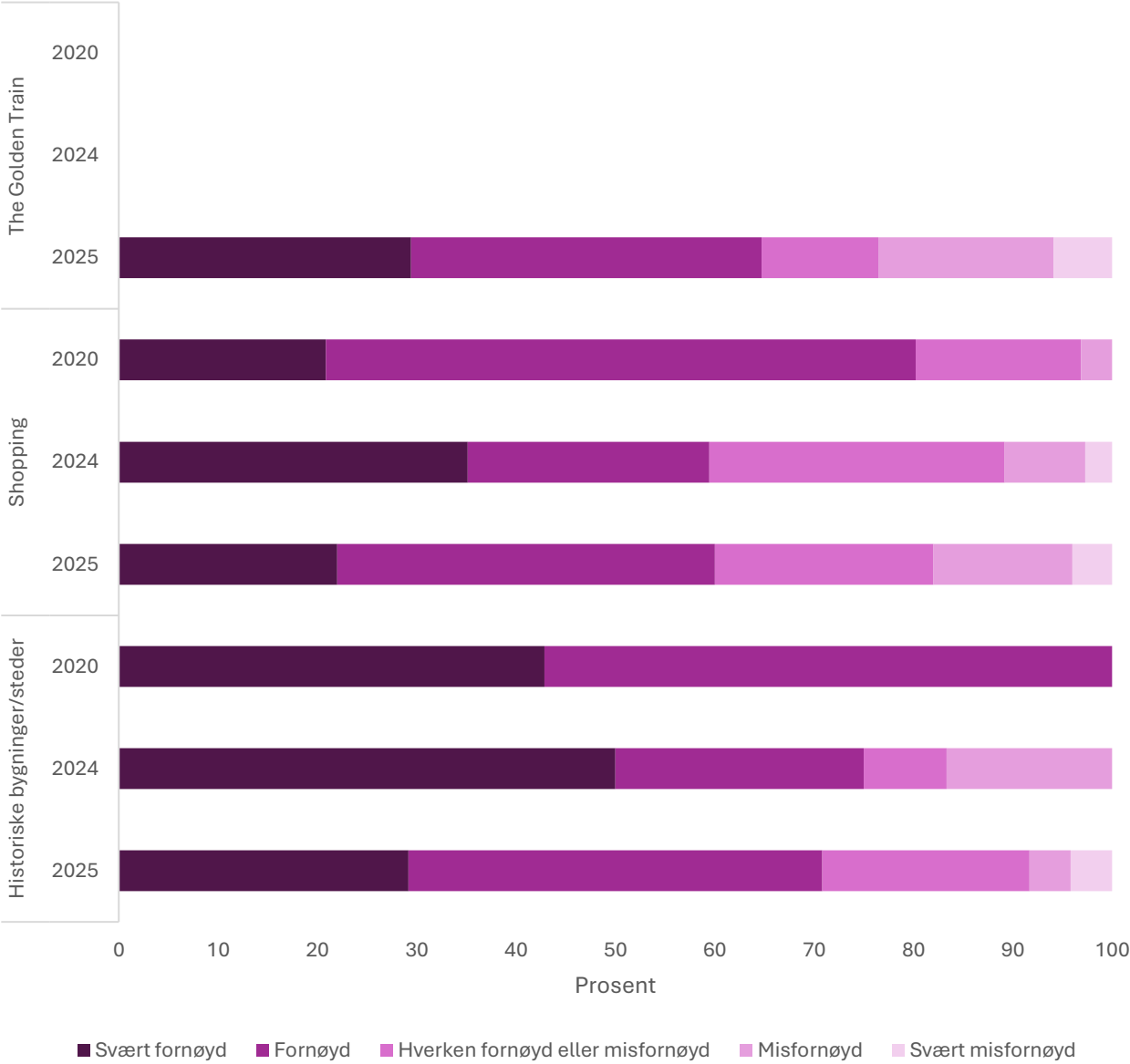
3.2 Aktiviteter

64,7% av respondentene som har tatt The Golden Train er *svært fornøyd* eller *fornøyd*. Aktiviteten ble ikke spurt om i 2020 eller 2024.

60% av de som har vært på shopping i Rauma er *svært fornøyd* eller *fornøyd*.

70,9% blant respondentene som har besøkt historiske bygninger eller steder i Rauma er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med opplevelsen.

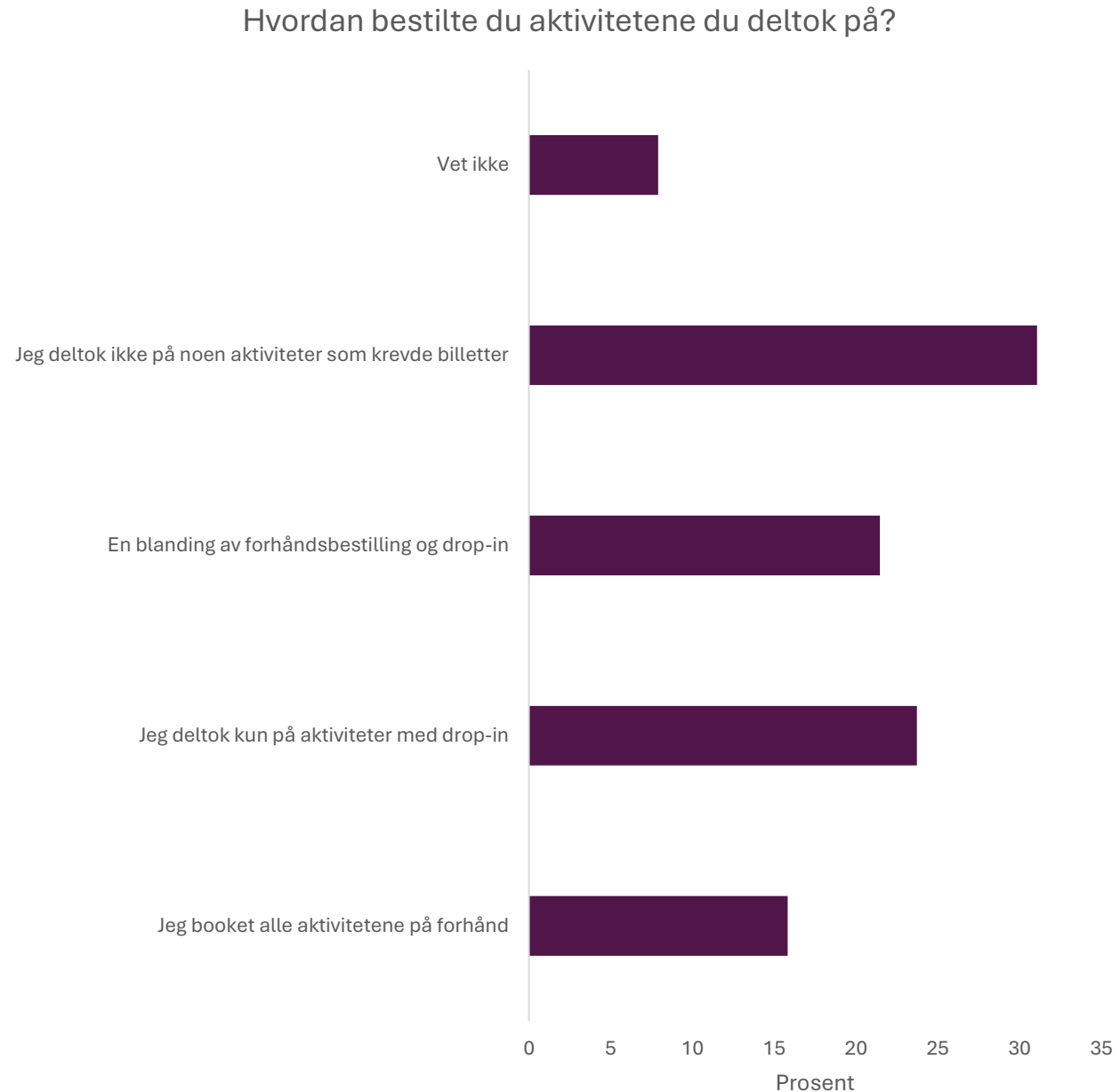
Hvor fornøyd var du med aktivitetene du deltok på?



3.3 Aktiviteter

31,1% av respondentene svarte at de ikke deltok på noen aktiviteter som krevde billetter.

Blant de som deltok på aktiviteter med billetter var det flest som kun deltok på drop-in-aktiviteter eller både forhåndsbestilte og drop-in.



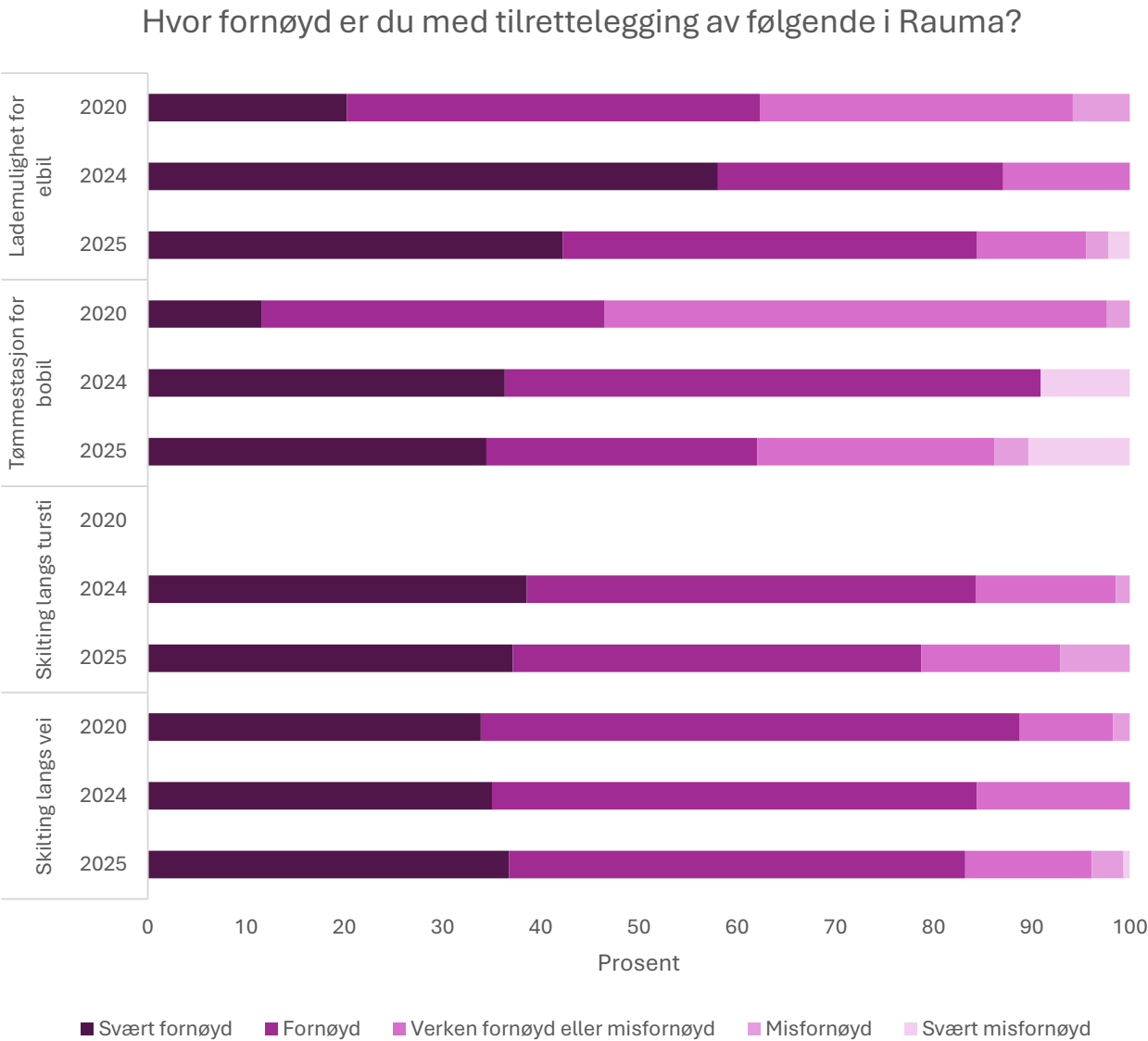
3.4 Tilrettelegging for turismen

84,4% av respondentene er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med lademulighetene for elbil i Rauma.

62,1% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med tilrettelegging av tømestasjoner for bobil i Rauma.

78,8% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med skiltingen langs turstier i Rauma.

83,3% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med skiltingen langs veiene i Rauma.



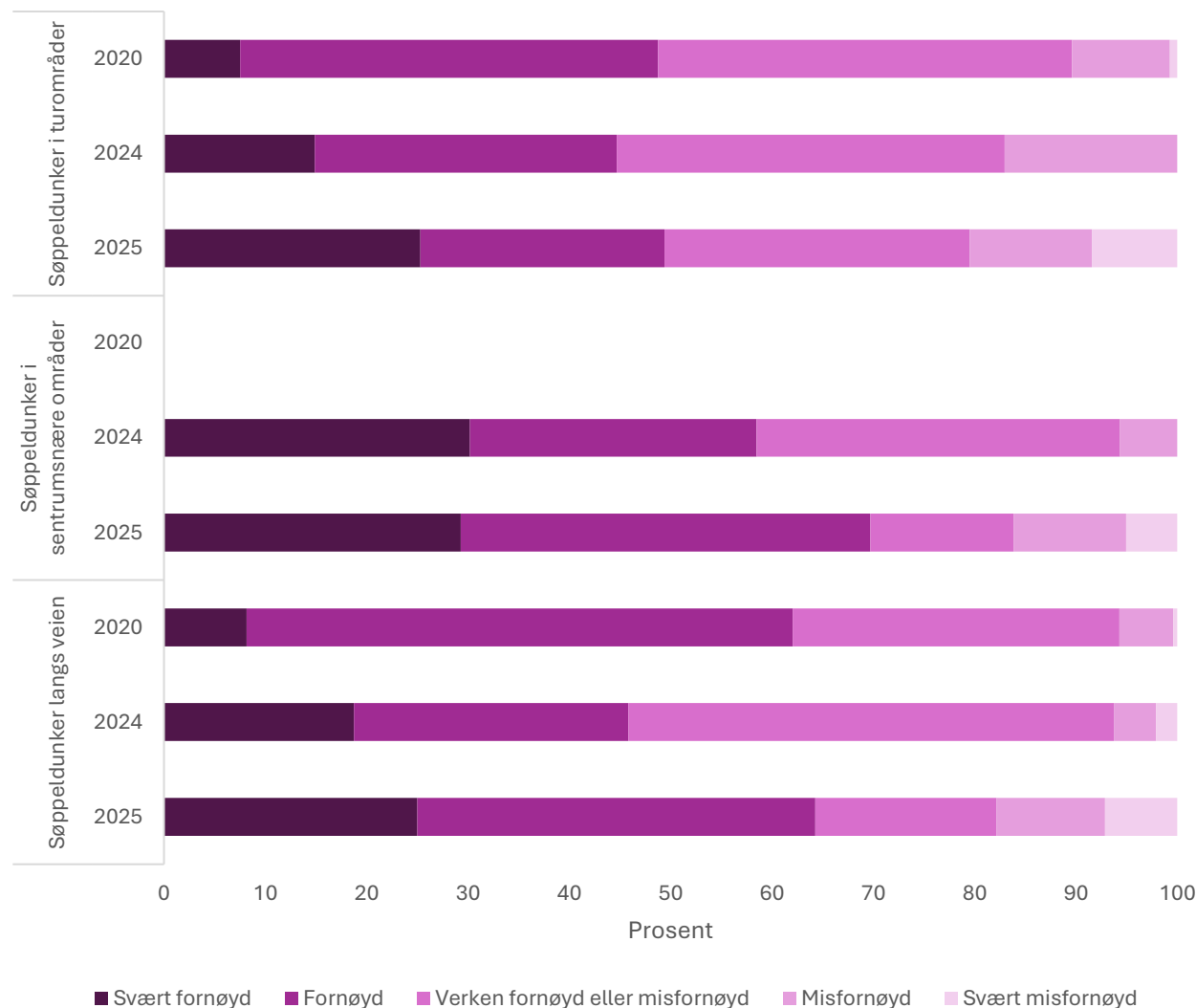
3.4 Tilrettelegging for turismen

Når det gjelder tilrettelegging av søppeldunker på ulike steder i Rauma er:

- 49,4% av respondentene *svært fornøyd* eller *fornøyd* i naturområder
- 69,7% *svært fornøyd* eller *fornøyd* i sentrumsnære områder
- 64,3% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* langs veiene.



Hvor fornøyd er du med tilrettelegging av følgende i Rauma?



3.4 Tilrettelegging for turismen

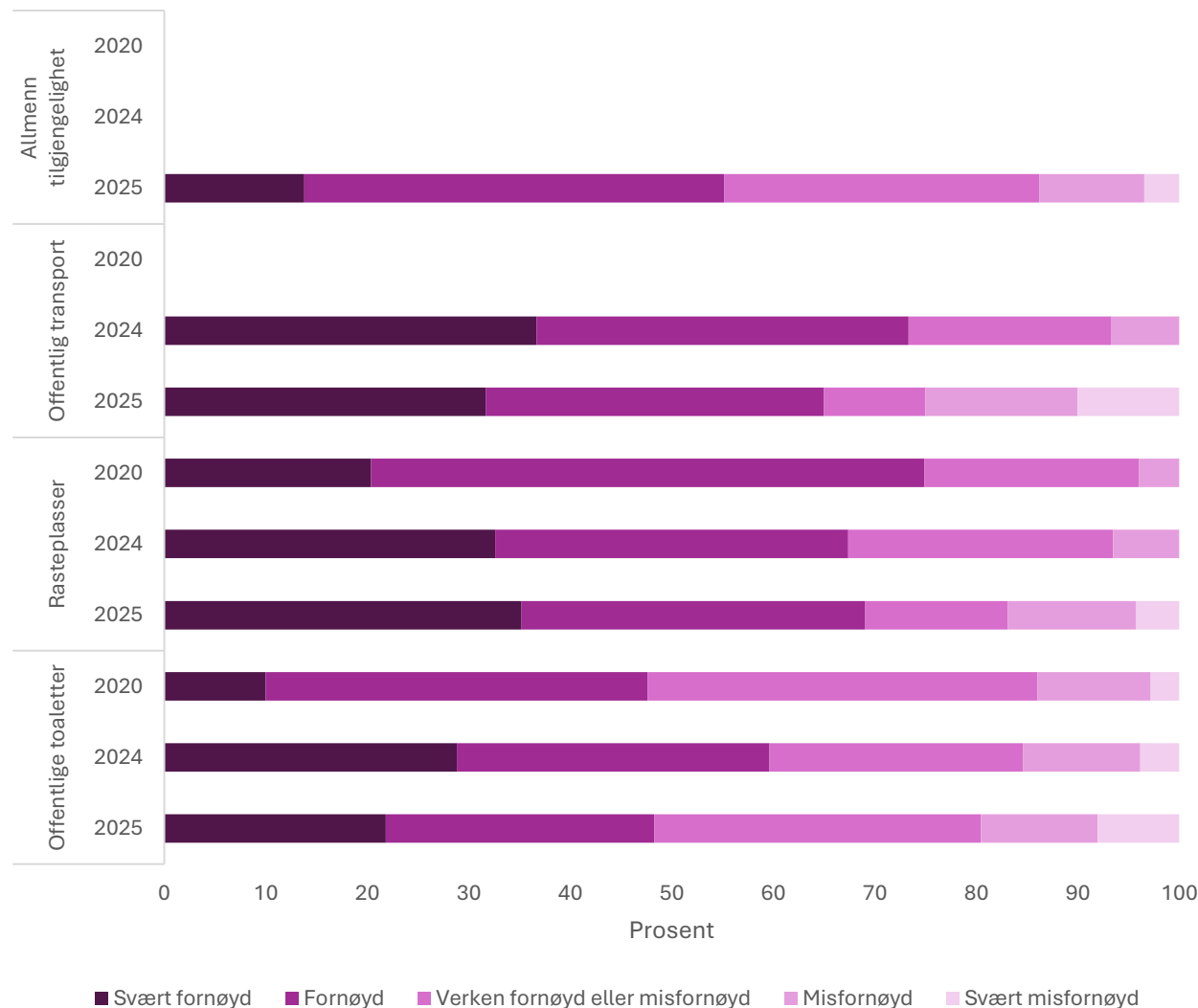
55,2% av respondentene er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med tilretteleggingen i Rauma for allmenn tilgjengelighet og særskilte behov. Dette ble ikke spurt om i 2020 eller 2024.

65% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med offentlig transport i Rauma. Spørsmålet ble ikke stilt i 2020.

69% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med tilrettelegging av rasteplasser i Rauma.

48,2% er *svært fornøyd* eller *fornøyd* med tilretteleggingen av offentlige toaletter i Rauma.

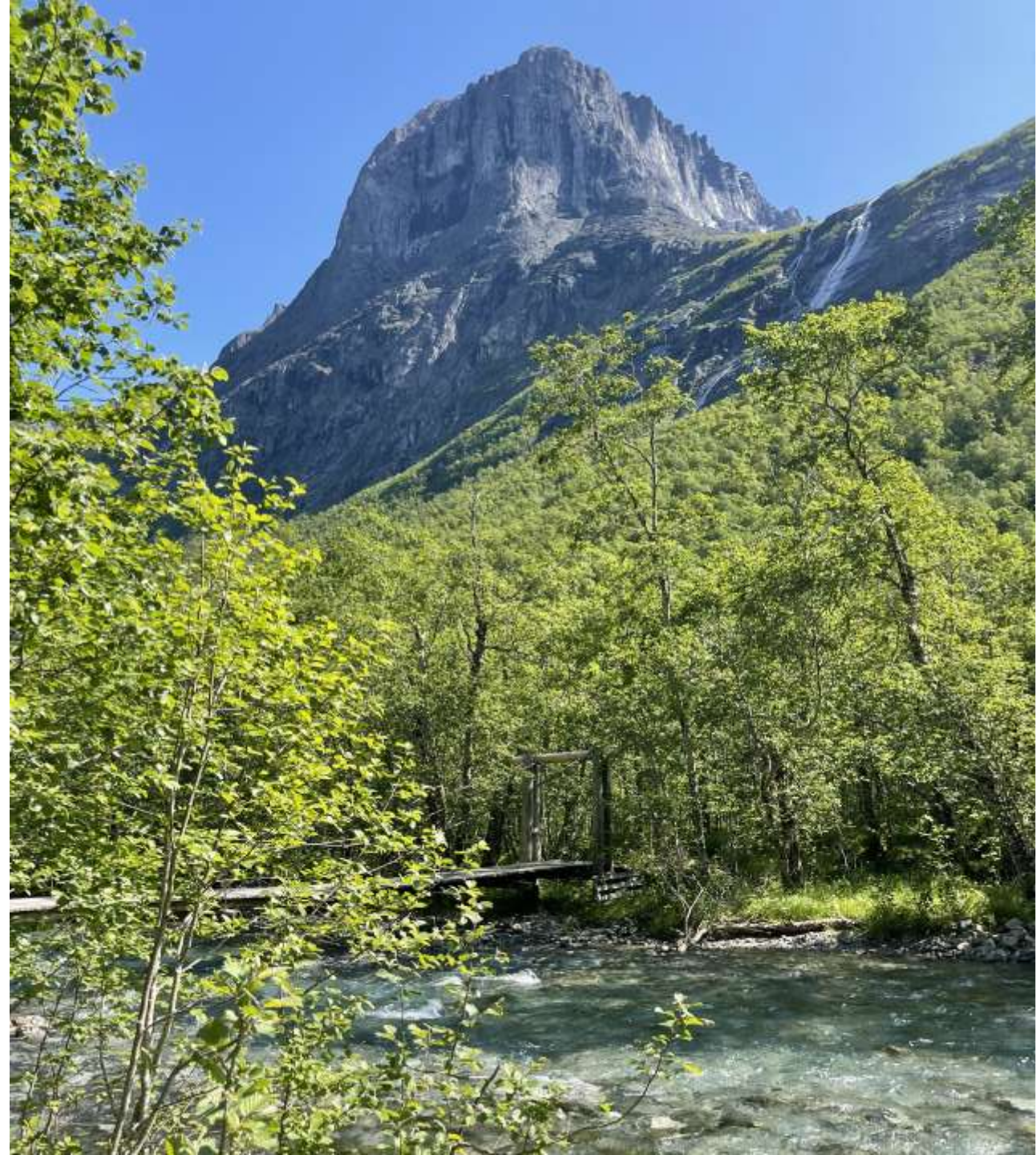
Hvor fornøyd er du med tilrettelegging av følgende i Rauma?



Tema 4:

Informasjon og lokalt tilbud

Hvordan opplevde turistene lokalbefolkningen og Rauma? Har turistene fått god informasjon før og under oppholdet sitt? Hvordan opplevde turistene utvalget av lokale produkter og opplevelser?



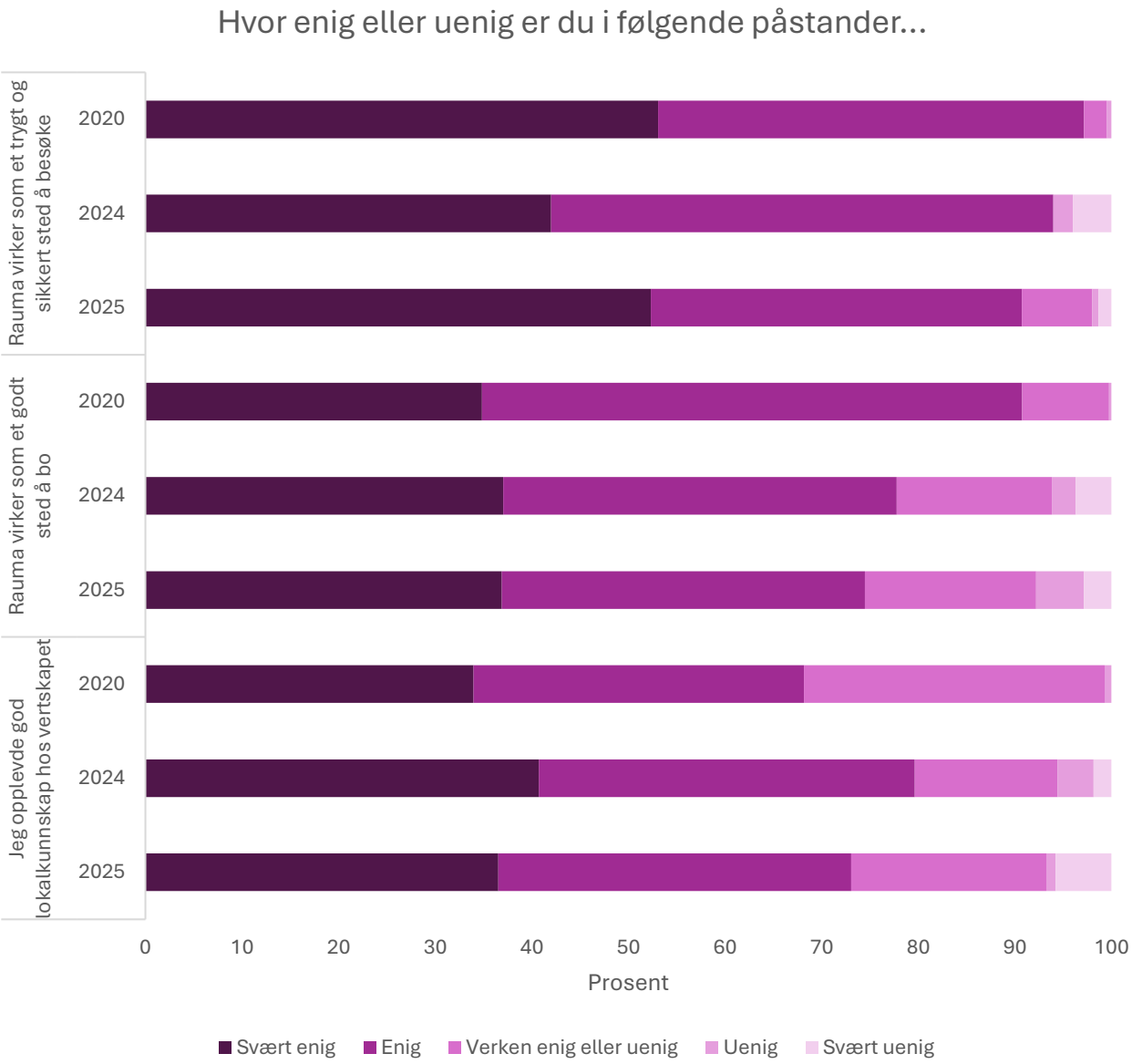
4.1 Erfaringer

90,7% av respondentene er *svært enig* eller *enig* i at Rauma virker trygt og sikkert for besøkende.

74,5% av respondentene er *svært enig* eller *enig* i at Rauma virker som et godt sted å bo.

73% av respondentene er *svært enig* eller *enig* i at de opplevde god lokalkunnskap i Rauma.

Andelene er relativt like alle tre årene, men med en liten reduksjon for antallet som svarer at Rauma virker som et godt sted å bo.



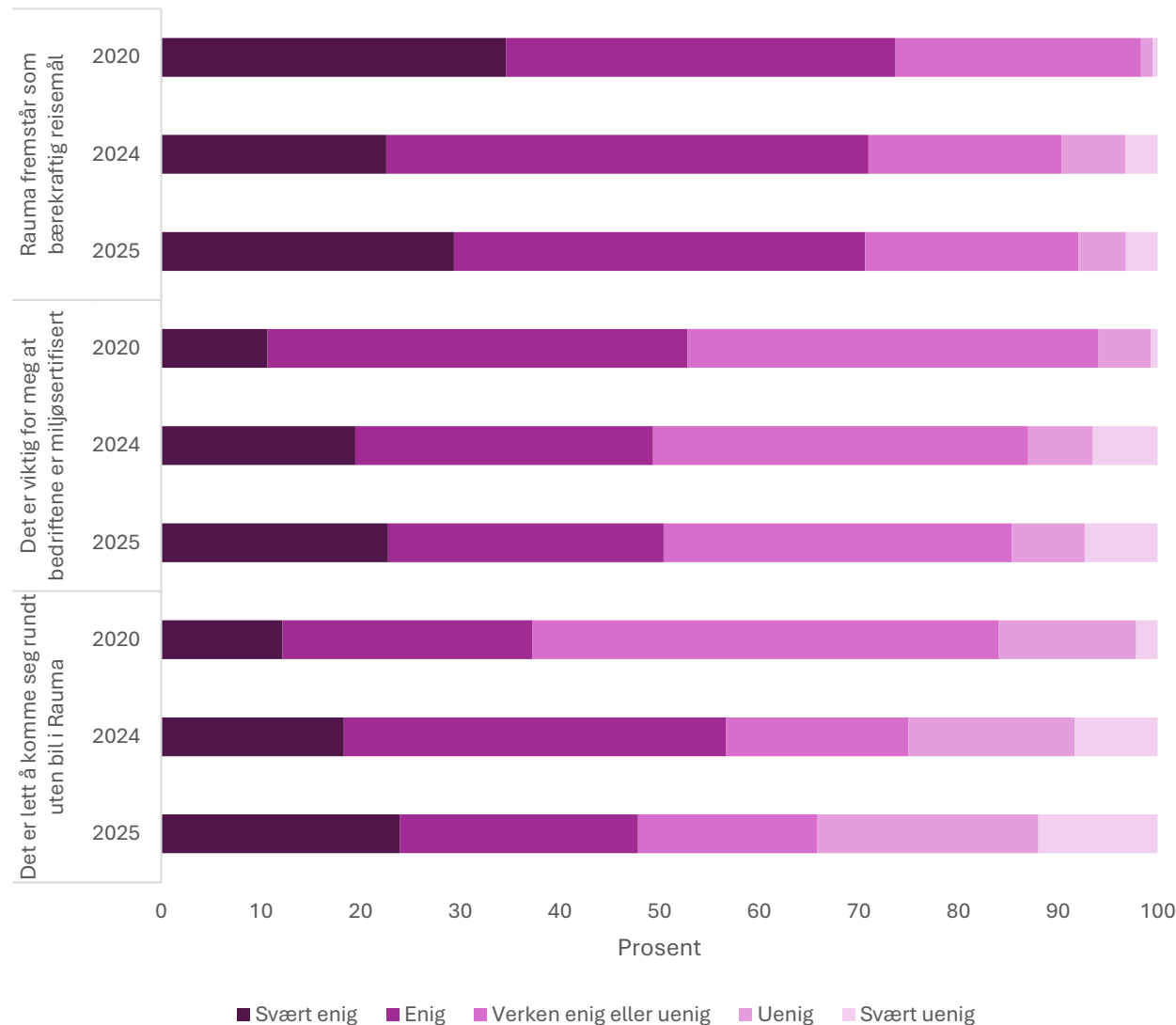
4.1 Erfaringer

70,7% av respondentene er *svært enig* eller *enig* i at Rauma fremstår som et bærekraftig reisemål. Andelen er relativt lik som i både 2020 og 2024.

50,4% av respondentene er *svært enig* eller *enig* i at det er viktig for dem at bedriftene de besøker er miljøsertifiserte. Andelen er relativt lik som i både 2020 og 2024.

47,8% av respondentene har svart at de er *svært enig* eller *enig* i at det er lett å komme seg rundt uten bil i Rauma. Det er likevel 34,2% som er *svært uenig* eller *uenig*, og flere har nevnt i undersøkelsen at de savner bedre forbindelser for offentlig transport og bevegelse til fots.

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander...



4.1 Erfaringer

58,5% er *svært enig* eller *enig* i at lokale aktører i Rauma samarbeidet om å tilby komplette opplevelser.

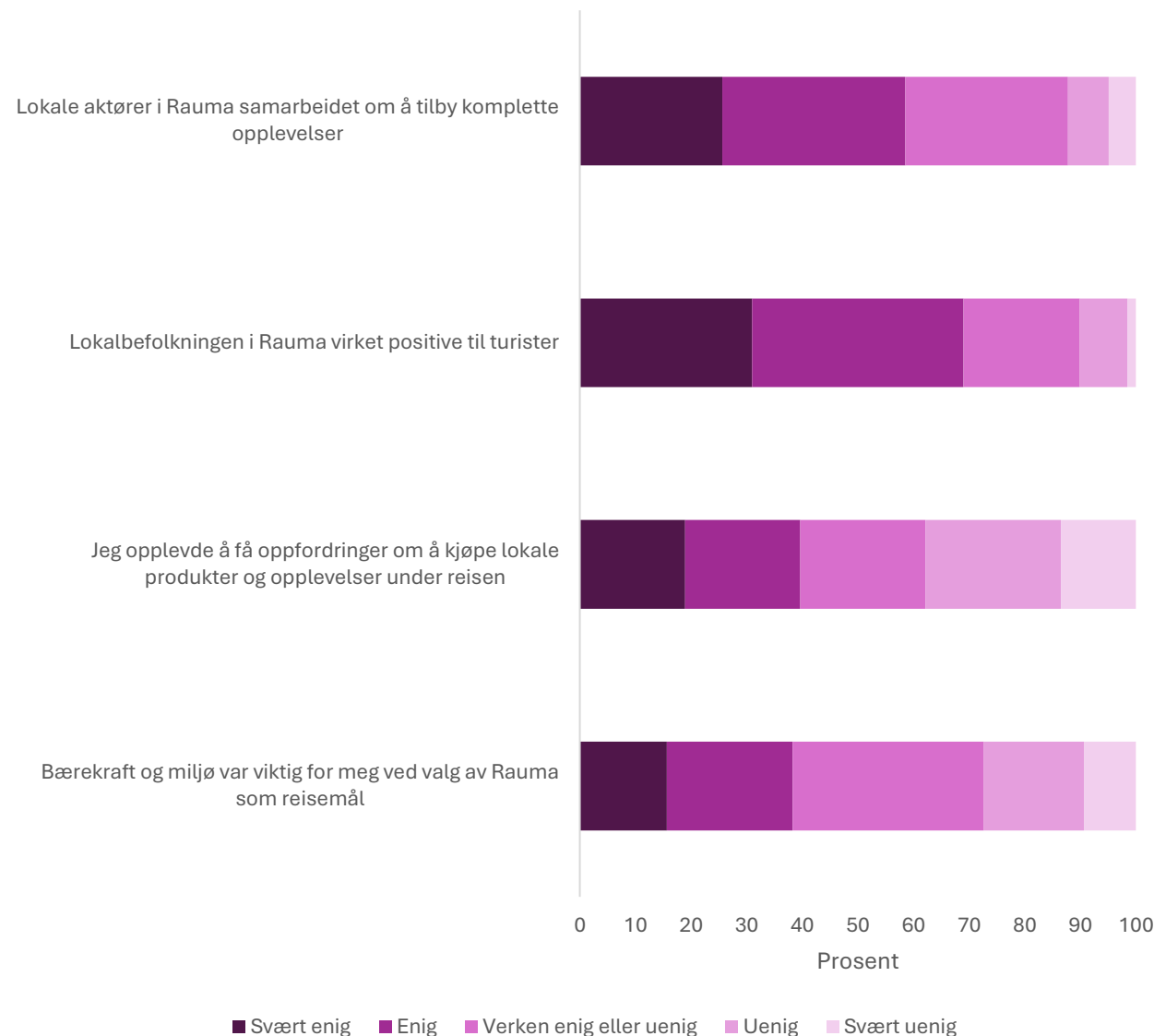
69 % er *svært enig* eller *enig* i at lokalbefolkningen i Rauma virker positive til turister.

37,8 % er *svært uenig* eller *uenig* i at de har fått oppfordringer om å kjøpe lokale produkter og opplevelser i Rauma. Dette viser at vi kan bli bedre på å promotere lokale produkter og opplevelser til turistene.

38,3 % er *svært enig* eller *enig* i at bærekraft var viktig for dem ved valg av Rauma som reisemål, mens 34,4% er *verken enig eller uenig* i dette.



Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander?

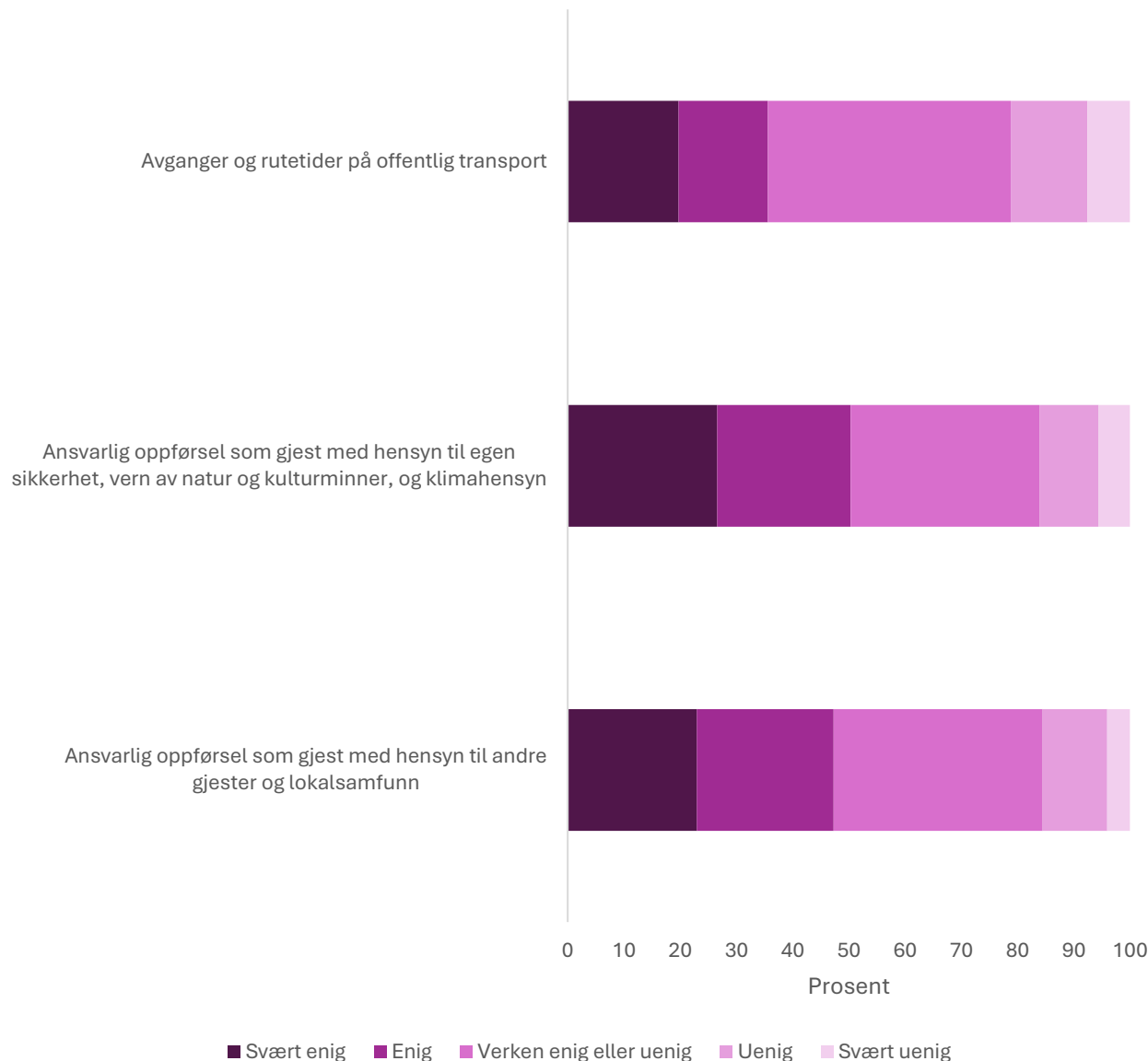


4.2 Informasjon

Hele 43,2% av respondentene er *hverken enig eller uenig* i at de har fått god informasjon om avganger og rutetider på offentlig transport i Rauma. Det kan skyldes at de ikke har brukt offentlig transport, i og med at flest har svart at de benyttet bil som sitt hovedtransportmiddel på reisen.

50,4% av respondentene er *svært enig eller enig* i at de har fått god informasjon om ansvarlig oppførsel som gjest med hensyn til egen sikkerhet, vern av natur og kulturminner og klimahensyn. 47,3% har svart det samme om hensyn til andre gjester og lokalsamfunn.

Som besøkende har jeg fått god informasjon om...



4.2 Informasjon

50,3% er *svært enig* eller *enig* i at de har fått god informasjon om historien og kulturen i Rauma. I spørsmålet om ting turistene savner er det nevnt bedre informasjon om kulturen.

41,6% svarer at de er *svært enig* eller *enig* i at de har fått god informasjon om arbeidet som gjøres med bærekraftig reiselivsutvikling i Rauma.

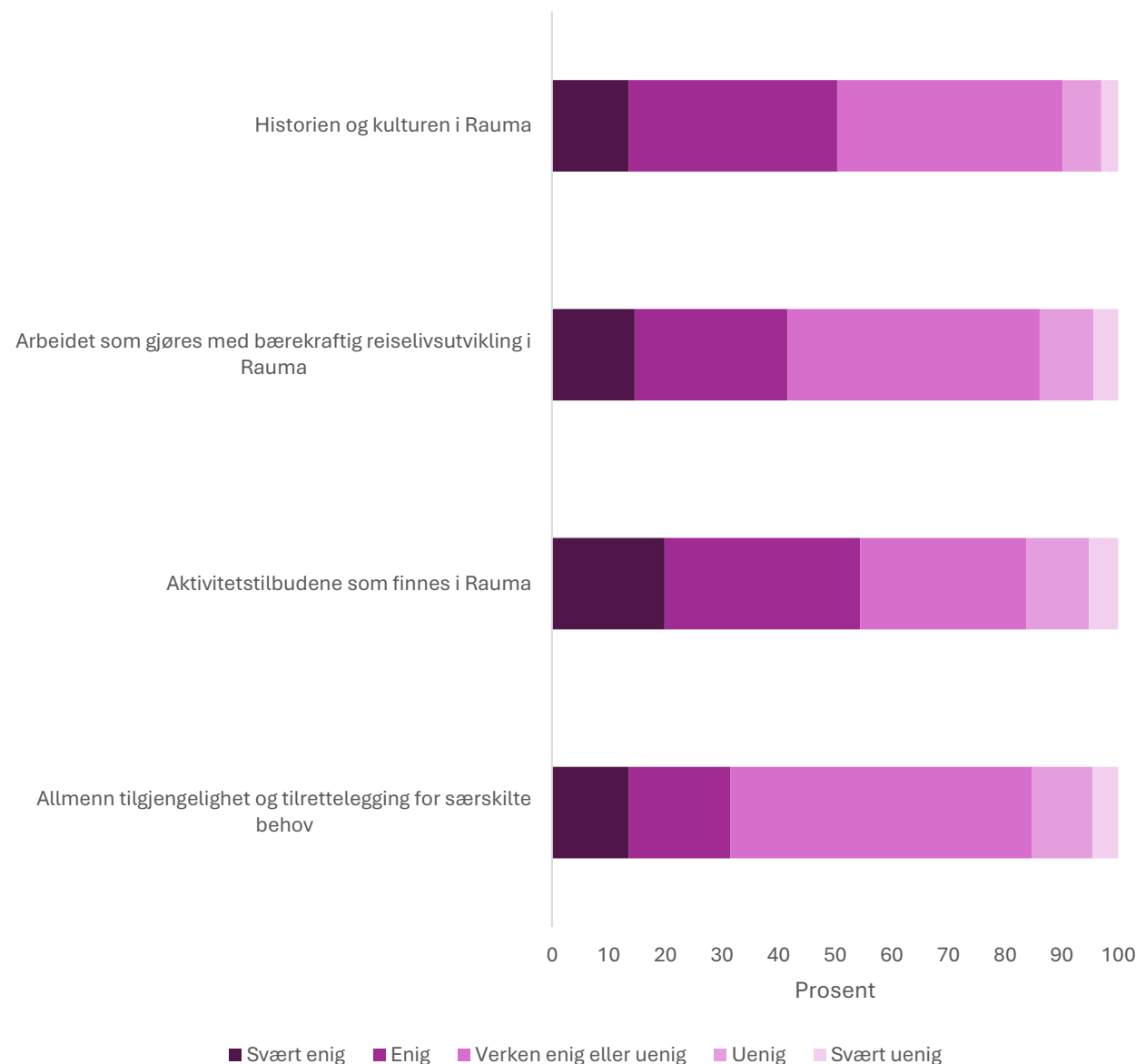
54,5% av respondentene er *svært enig* eller *enig* i at de har fått god informasjon om aktivitetstilbudene som finnes i Rauma.

31,5% av respondentene er *svært enig* eller *enig* i at de har fått god informasjon om allmenn tilgjengelighet og tilrettelegging for særskilte behov i Rauma.

For alle spørsmålene er det en stor andel som har svart verken enig eller uenig. Det kan skyldes at informasjonen ikke har vært relevant for disse respondentene.



Som besøkende har jeg fått god informasjon om...



4.3 Lokale produkter og opplevelser

31,8% svarer at de ikke vet hvordan de opplevde utvalget av lokale produkter og opplevelser.

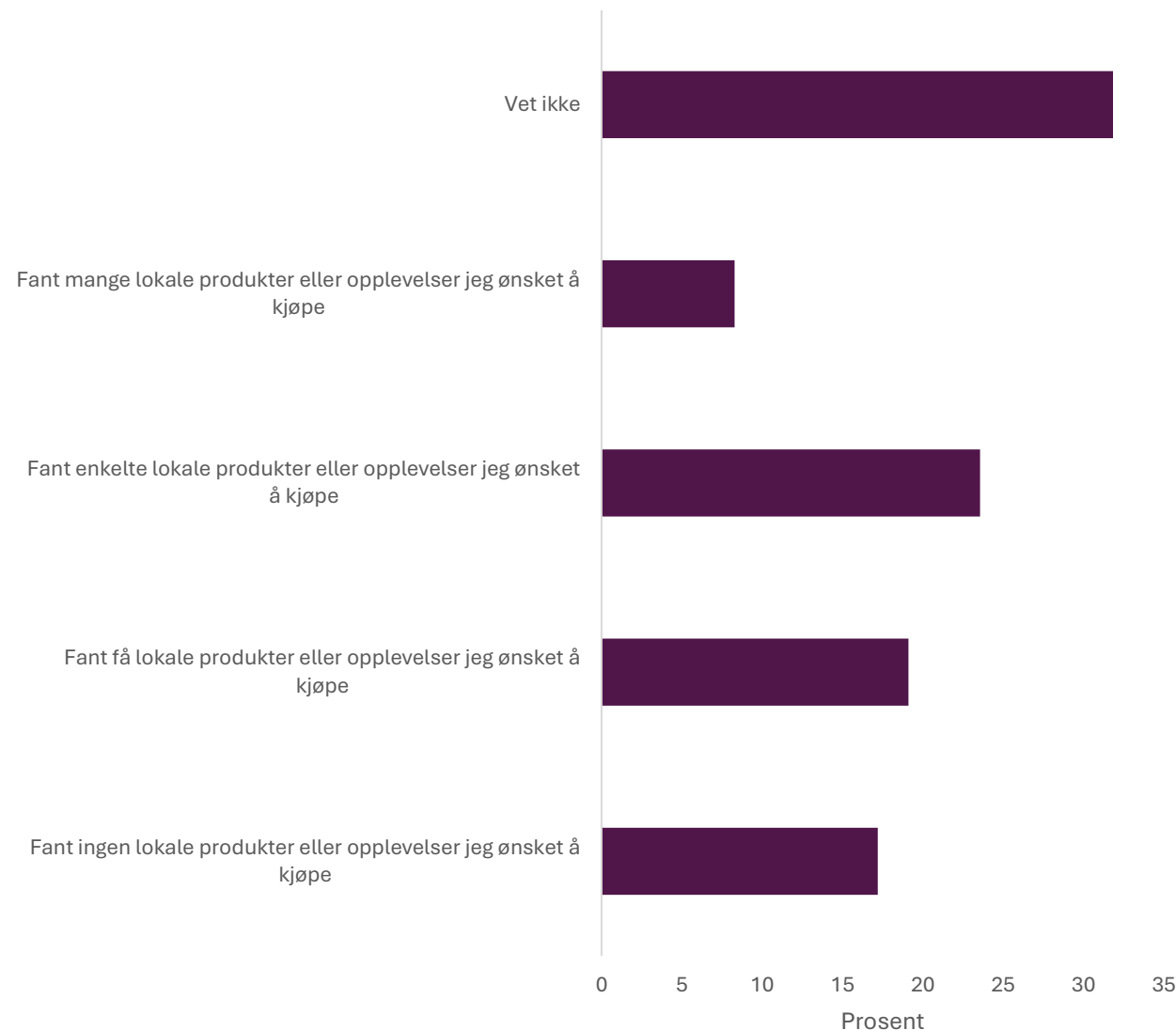
36,3% svarte at de fant ingen eller få lokale produkter eller opplevelser de ønsket å kjøpe, mens 31,9% svarte at de fant enkelte eller mange.

Svarene er relativt spredd og kan skyldes ulik interesse for lokale produkter og opplevelser, eller at det er potensiale å utvide tilbudet, eller forbedre informasjon og markedsføring av tilbudene som finnes.

Spørsmålet ble ikke stilt i 2020 eller 2024.



Hvordan opplevde utvalget av lokale produkter og opplevelser i Rauma?





Tema 5:

Totalevaluering av Rauma som reisemål

Hvor fornøyde var turistene totalt med oppholdet sitt i Rauma? Føltes Rauma overfylt av turister? Hva var det beste med reisen? Hva var det verste med reisen? Kunne turistene tenke seg å reise tilbake til Rauma, også i vintersesong?

5.1 Totalevaluering

29,3% svarte i 2025 at de var svært fornøyd med totalopplevelsen i Rauma. I 2024 svarte 36,5% det samme

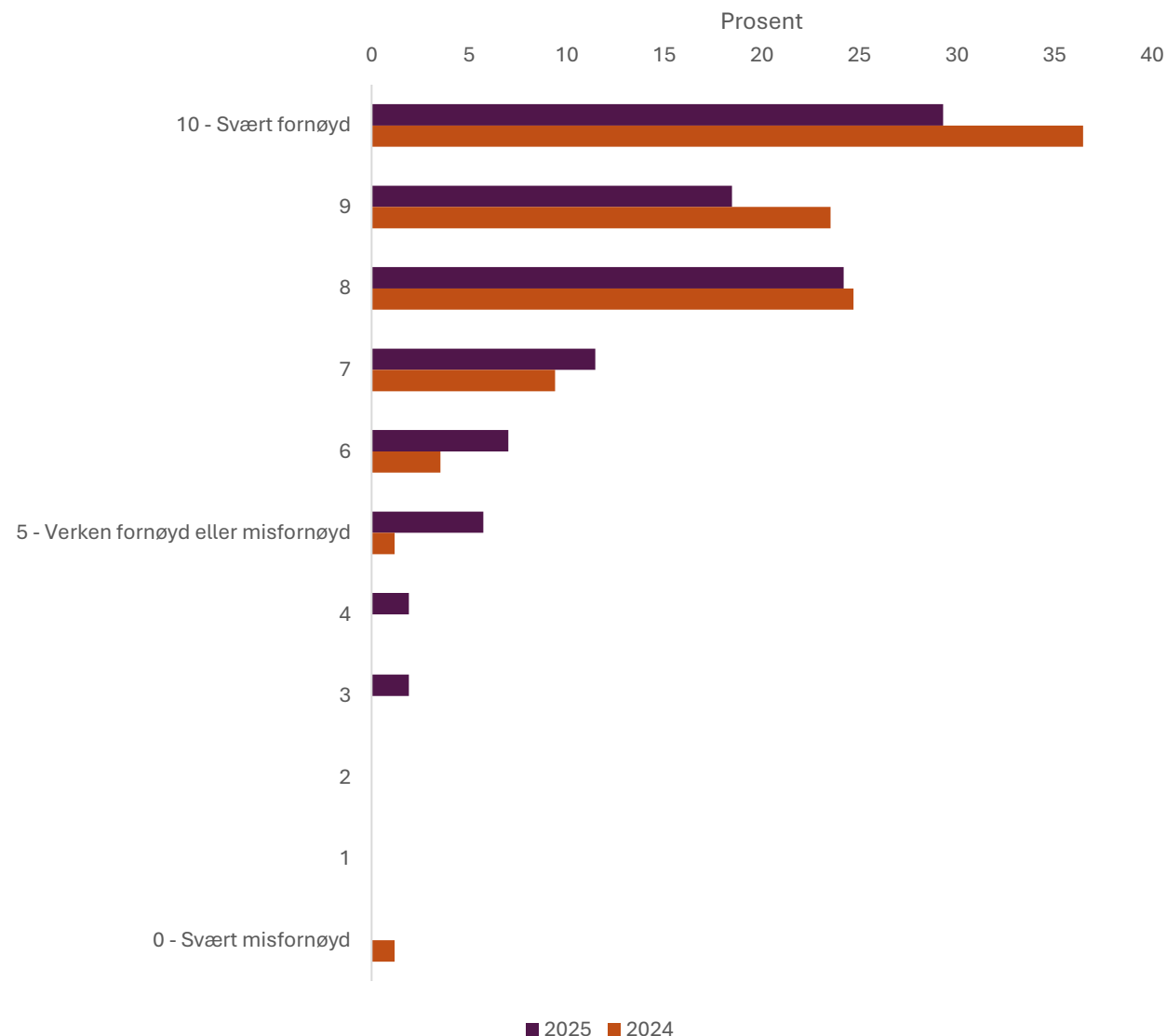
Selv om klart flest har gitt en score på 8 eller høyere, er andelen som har gitt 9 eller 10 lavere enn i 2024. I tillegg er det en økning i andelen respondenter som har gitt score fra 3 til 7.

I 2020 hadde respondentene gitt en gjennomsnittlig score på 9,1 for totalopplevelsen deres i Rauma.

Generelt virker det som de fleste av respondentene er fornøyde med sitt besøk til Rauma.



Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med totalopplevelsen i Rauma?



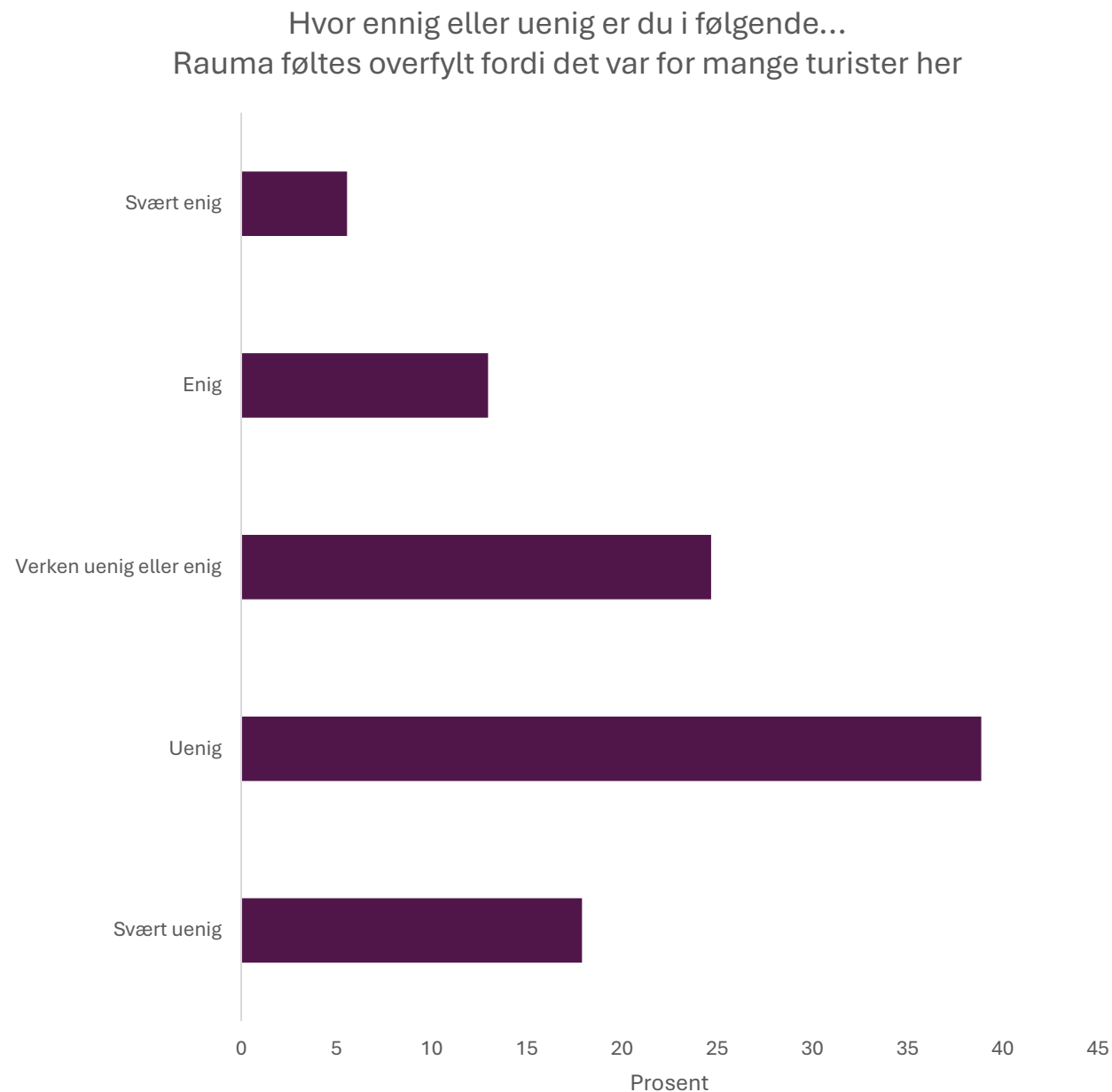
5.2 Antall turister

56,8% av respondentene er *svært uenig* eller *uenig* i at Rauma føltes overfylt som følge av at det var for mange turister her.

24,7% er *verken enig eller uenig* i at Rauma føltes overfylt som følge av at det var for mange turister her.

18,5% er *svært enig* eller *enig* i at Rauma føltes overfylt som følge av at det var for mange turister her.

Spørsmålet ble ikke stilt i 2020 eller 2024.



5.3 Antall turister

50,6% svarer at det ikke er spesielle områder som føles overfylt, mens 21% svarer ja, og spesifiserer områder i kommentaren.

Blant områdene som er nevnt er Romsdalseggen, deretter Rampestreken og toppen av gondolen klart mest nevnt.

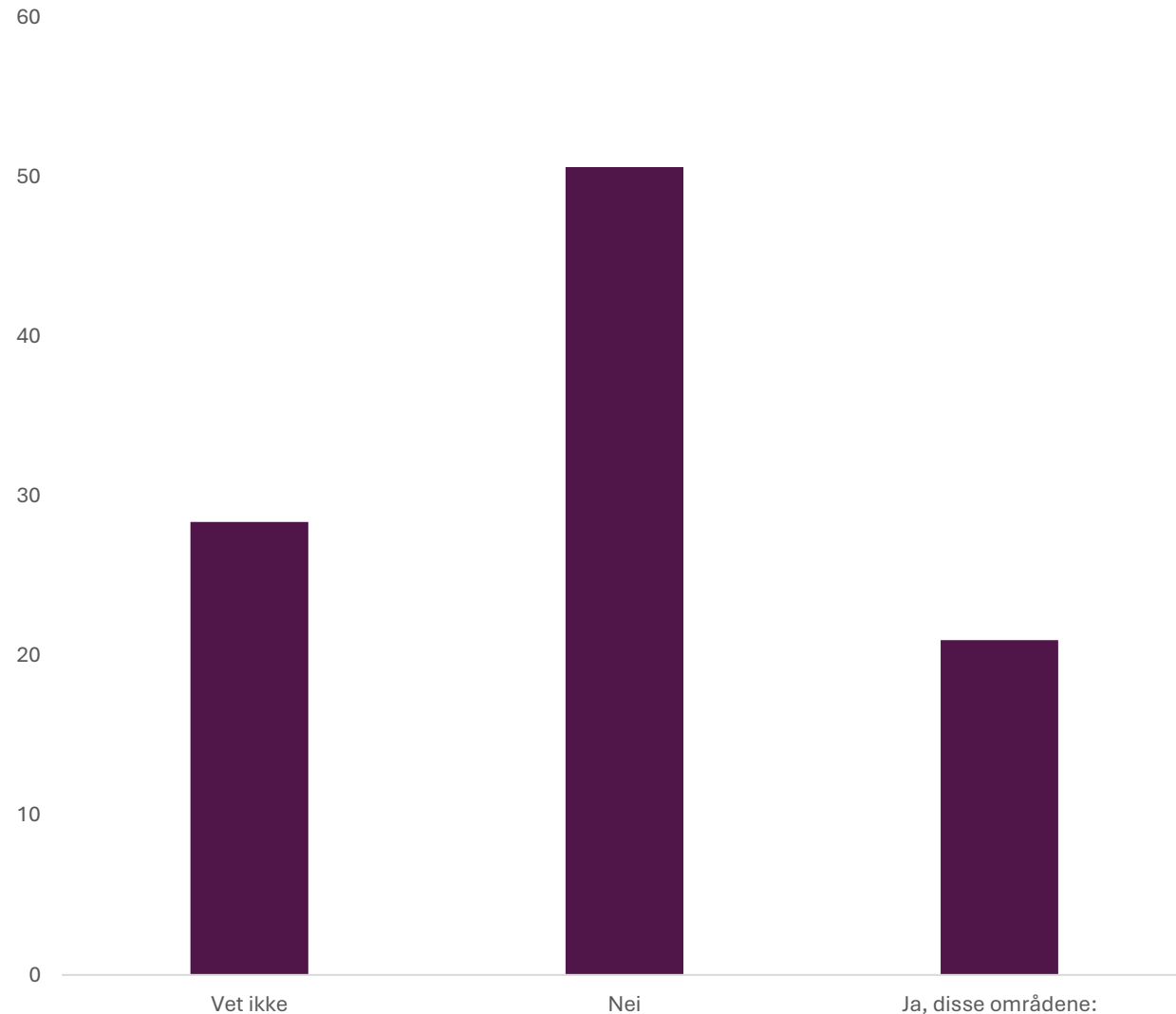
Andre områder som nevnes er:

- Trollstigen
- Bryggekaia (spesielt når det er cruisebåt)
- Sentrum

Parkeringen ved hotellet er også trukket frem.



Var det spesielle områder som føler overfylt?



5.4 Det beste med reisen

Andre ting som er nevnt :

- Trivelig og imøtekommande lokalbefolkning
- Været og temperaturen
- Forbindelse til andre destinasjoner
- Alle aktivitetstilbudene
- Badeplasser (Rauma elv, campingplasser, Istra, badebrygge)
- Klatring (turer og ruter)
- Håndteringen av de enorme folkemengdene ved Trollstigen
- Togreisen
- Kunstutstilling
- Atmosfæren
- Uteservering på Eggen

Overnattingssteder:

- Hotel Aak
- Campingplasser
- Airbnb

Butikker:

- Classic
- Intersport



Blant svarene fra både den engelske og den norske versjonen av undersøkelsen er det *naturen*, *fjellene* og *utsikten* som går mest igjen som turistenes beste opplevelser ved reisen til Rauma.

5.5 Dette savnet turistene

Transport og tilkomst

- Bussforbindelse til/fra Ålesund
- Transport til natur- og fjellområder
- Transport til Trollveggen / Trollstigen
- Bedre informasjon om avganger og holdeplasser

Overnatting og gangforbindelser

- Gangveier og skilting
- Overnattingssteder (Fler, bedre, rimeligere)

Mat og servering

- Kaféer i sentrum
- Restauranter og spisesteder
- Lokal mat
- Vegetar, take-away og rimelige alternativer

«It is very difficult to travel by foot in the area. If the destination wants to be sustainable, I suggest to make it much easier for hikers to come around. Many places are made for cars, and you feel unsafe walking around as a hiker (also in the city center). Also it would be nice to have better local transport. We couldn't visit a lot of places, because busses did not go there more than once a day (ex Trollveggen) We felt that we would have had a nicer time here if we had a car...»

«More accommodation and dining options.»

«Make bus route and time information clearer.»

«Tilbud for frokost/lunsj. Savner også er bedre restaurant-tilbud som har andre retter enn pizza/burger/thai.»

«Bedre tilbud av kafeer i sentrum.»

5.5 Dette savnet turistene

Infrastruktur og fasiliteter

- Toaletter
- Parkering
- Rasteplasser
- Ventilasjon
- Sjøpeldunker med kildesortering
- Mulighet for å fylle vann i Kammen

Sentrumsliv

- Mer liv og aktivitet
- Lokale arrangementer og eventer
- Shopping
- Bedre stell av blomsterkassene
- Oppussing av gamle hus
- Gjestehavn med fasiliteter

Kultur og opplevelser

- Flere merkede turstier og kart over dem
- Mulighet til å lære om lokal kultur
- Informasjon om og mulighet til å bidra i bærekraftsarbeidet



Generelt mer overkommelige priser på spisesteder, overnattingssteder og aktiviteter.

«Invite visitors to learn more about cultural history and about the programs to prioritize sustainability. How can visitors participate and engage with community? I saw materials about Rauma's sustainable destination efforts but found myself uncertain with what exactly Rauma is. I thought perhaps it was a town nearby Åndalsnes at first, and then eventually realized it may represent the region.»

«Litt shabby hus enkelte plasser som lett kunne vært pusset opp.»

«Savner ordentlige fasiliteter på gjestehavn- stod forskjellig på nett i forhold til hva som møtte oss. Det var skuffende. Når vi lå der kom også en bpt fra Tyskland og en fra Bergen, som hadde samme opplevelse som oss. Det at der ikke er muligheter for dusj, kaste buss, toalett, vaskemuligheter for tøy, er dårlig for en turist plass som Åndalsnes.»

«Overkommelige priser.»

«Kunne vært en ide å hatt et type pass med ulike aktiviteter slik at turister kan kjøpe en full pakke med f.eks tur/retur gondolen, Golden Ticket, Via ferrata osv.»

«Enda bedre merking av aktuelle turer, som ikke er Romsdalseggen.»

«Mer reklame for aktiviteter.»

5.6 Vinterturisme

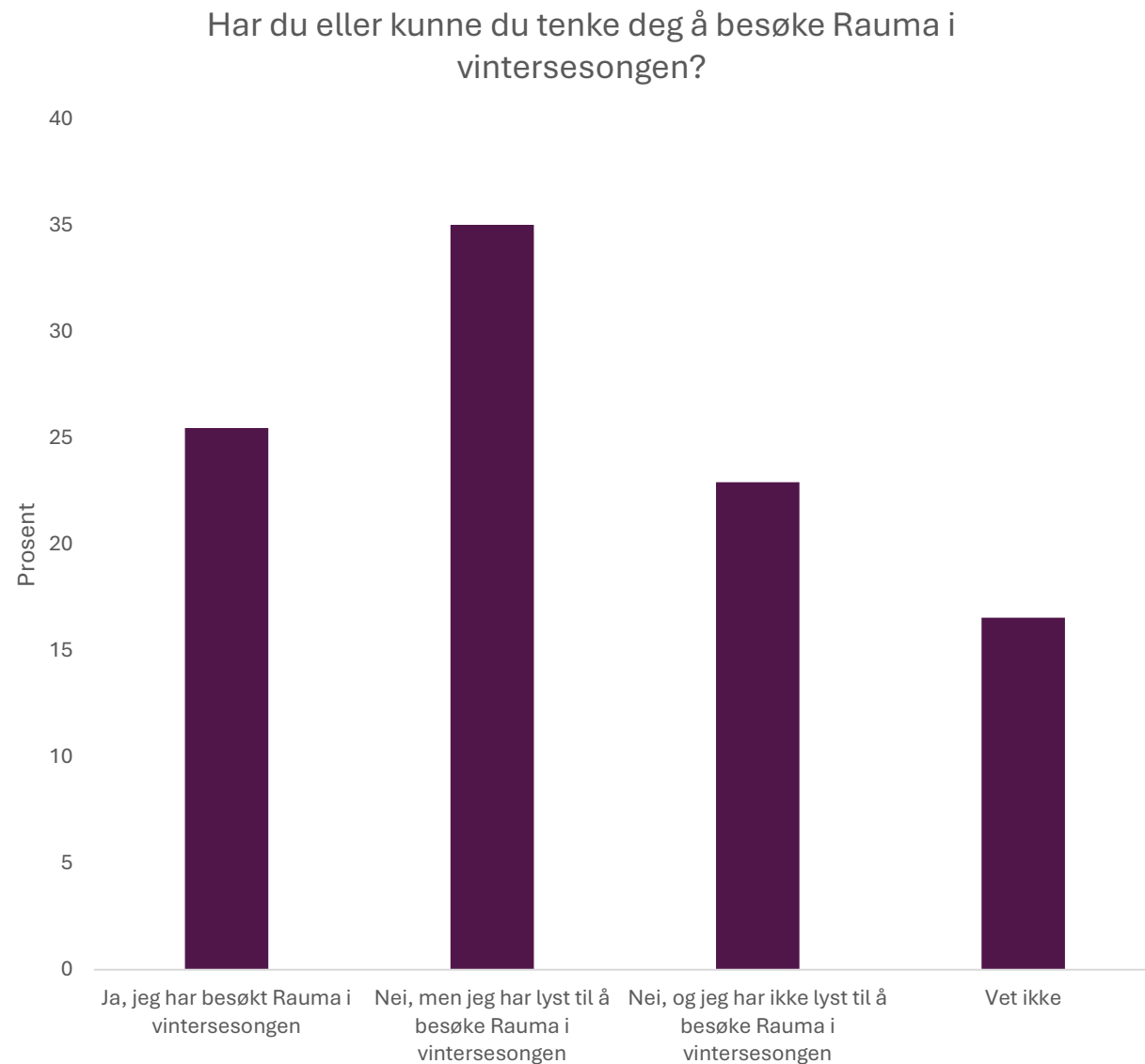
35% av respondentene svarte at de ikke har, men kunne tenke seg å besøke Rauma i vintersesongen.

25,5% av respondentene har besøkt Rauma i vintersesongen.

22,9% svarte at de ikke har lyst til å besøke Rauma i vintersesongen.

Dette kan tyde på at det er gode muligheter for å satse mer på helårsturisme i Rauma.

Spørsmålet ble ikke stilt i 2020 eller 2024.



Appendix:

Datagrunnlag og erfaringer



Datagrunnlag og erfaringer

Gjesteundersøkelsen ble gjennomført i juli 2025, og vi erfarte vanskeligheter med å nå ut til gjester, og å få inn nok svar.

Antallet respondenter er en svakhet for undersøkelsen, da det ikke kan regnes som representativt for gjester i Rauma.

Neste gang undersøkelsen skal gjennomføres kan det lønne seg å korte ned undersøkelsen, da responsen er relativt lik for alle de tre årene.

I tillegg kan det være aktuelt å gjennomføre en gjesteundersøkelse rettet mot turister utenfor høysesong, for å samle inn deres erfaringer og opplevelser.

Nordveggen AS

Tlf: +47 71 22 19 41

E-post: post@nordveggen.no

Strandgata 106,
6300 Åndalsnes



NORDVEGGEN