



# **Kjennskapen til Telemark blant dansker**

**En kartlegging gjennomført sommeren 2012**

**Kaizen AS**

## Forord

---

På oppdrag fra Telemark fylkeskommune har Kaizen AS utarbeidet denne rapporten som inneholder en kartlegging av kjennskapen til Telemark blant dansker. Formålet med kartleggingen har vært å gi aktører som skal jobbe med å promotere Telemark en beskrivelse av dagens situasjon – hvor godt kjenner danskene fylket mht. attraksjoner og steder samt hvilke mentale bilder har man av fylket.

Kaizen AS har samarbeidet med TNS Gallup DK om utarbeidelsen av spørreskjema og gjennomføringen av selve intervjuene.

Vi takker for oppdraget og ønsker oppdragsgiver lykke til med videre arbeid med markedsføringen av Telemark.

Bergen, 4. september 2012

Rolf E. Akselsen, prosjektleder  
Linda Løvfall

---

# Innhold

---

<b>Forord</b> .....	s.	2
<b>Innhold</b> .....	s.	3
<b>Sammendrag og konklusjoner</b> .....	s.	4
<b>1. Innledning – problemstilling og metode</b> .....	s.	6
1.1    Bakgrunn og problemstilling.....	s.	5
1.2    Metode og utvalg.....	s.	6
<b>2. Generell kjennskap til Telemark</b> .....	s.	7
2.1    Hva er det første du tenker på når du hører Telemark?.....	s.	7
2.2    Hvilke steder kjenner du i Telemark?.....	s.	8
2.3    I hvor stor grad forbindes disse utsagnene med bildet av Telemark?..	s.	9
2.4    Oppsummering og konklusjoner.....	s.	10
<b>3. Kjennskap til turistattraksjoner i Telemark</b> .....	s.	12
3.1    Hvilke av følgende turistattraksjoner kjenner du til og hvilke har du besøkt?.....	s.	12
<b>Tabellvedlegg</b> .....	s.	14

## Sammendrag og konklusjoner

Formålet med denne kartleggingen har vært å få fram hvilken kjennskap dansker i dag har til ulike sider ved Telemark samt hvilke turistattraksjoner de har besøkt. Resultatene skal kunne bidra til å danne et grunnlag for de ulike reiselivsaktørene i fylket i planlegging av aktiviteter for å bygge merkevaren eller varemerke Telemark i Danmark.

Blant respondentene var det omlag 60% som uhjelpet kunne knytte begrep og innhold til navnet Telemark. ”Ski- og vintersport” er det begrepet som danskene i størst grad forbinder med navnet Telemark. Deretter følger ”Natur/fjell/øde” - sannsynligvis i positiv forstand. Vandrings og 2.verdenskrig/tungtvann er også en del av imagen til Telemark i Danmark.

Dette er denne profilen reiselivsaktørene i Telemark over tid bevisst har jobbet for å etablere i Danmark både i egen regi og i samarbeid med Innovasjon Norge/Norges Turistråd. Konklusjonen blir at man da i stor grad har lyktes med dette når 60% av danskene definerer dette som imagen til Telemark.

Konkret kunnskap om steder i Telemark var mer mangelfull da hele 91% av respondentene uhjelpet **ikke** kunne nevne et eller flere konkrete steder i Telemark. Kun 6% kunne nevne konkrete steder i fylket. Det er **Rjukan inkl. Gaustatoppen** som danskene i størst grad forbinder med Telemark. Dette har sammenheng med ski og vinter samt Vemork og 2. verdenskrig. Vintersportsstedene Rauland og Vrådal nevnes også som steder i Telemark.

Samtidig er det interessant å se at noen knytter vintersportssteder som Geilo, Hovden, Kongsberg og Lillehammer til Telemark. Dette kan ha sammenheng med at andre fylker ikke på samme måte som Telemark er kjent blant danskene.

Det er også på dette spørsmålet variasjon blant respondentene. Kjennskapen øker som forventet med alderen og utdanning og ikke minst at faktisk besøk øker kjennskapen.

De mentale bildene respondentene hadde av Telemark er preges av variert natur med høye fjell med muligheter for å søke fred og ro samt drive med ski- og vintersport og vanding. Kyst og lokale mattradisjoner og mulighetene for sykling er i dag ikke en del av Telemarksbildet blant danskene.

Respondentene ble presentert for 9 konkrete turistattraksjoner i Telemark og spurt om hvilke de har hørt om/kjenner til og hvilke de har besøkt. Hele 62% svarte at de ikke kjente til noen av attraksjonene. Dette betyr at 38% kjente til en eller flere av attraksjonene. Det var 2 av de 9 attraksjonene som ingen hadde hørt om – Dyrskuen og Dalen Hotell. De tre mest kjente attraksjonene blant danskene var Gaustatoppen, Tungtvannshistorien/Vemork og Heddal stavkirke med henholdsvis 20%, 19% og 15%.

Danskene hadde i liten grad besøkt attraksjonene som alle hadde en besøksandel på under 10%. Noe overraskende når vi ser bort fra Bø Sommarland, er andelen som sier de har besøkt disse konkrete attraksjonene høyere blant dansker enn blant nordmenn (jfr. undersøkelse fra juni 2011)<sup>1</sup>.

Det kan virke som om kjennskap i stor grad er knyttet til faktisk besøk. Hele 60% av de som hadde hørt om Telemarkskanalen hadde besøkt attraksjonen. For Heddal stavkirke var andelen 47% og for Gaustatoppen 40%.

Dette kan også sees som en positiv utfordring for de 5 mest kjente attraksjonene, da:

- Hele 60% av de som har hørt om Gaustatoppen ikke har besøkt
- Hele 68% av de som har hørt om Tungtvannshistorien/Vemork ikke har besøkt
- Hele 89% av de som har hørt om Norske Skieventyr ikke har besøkt
- Hele 53% av de som har hørt om Heddal stavkirke ikke har besøkt
- Hele 40% av de som har hørt om telemarkskanalen ikke har besøkt

<sup>1</sup> Rolf E. Akselsen: Kjennskap til Telemark blant nordmenn, Kaizen AS, 2011

På den andre siden var det hele 60% av danskene som hadde kjennskap til Telemarksnavnet knyttet til enten ski- og vintersport, natur, fjell, vandring og 2.verdenskrig/tungtvann. Dette bekreftes i stor grad av de mentale bildene. Samtidig er det kun 6% som kjente til konkrete steder i Telemark. *Betyr dette at merkenavnet Telemark faktisk er sterkere blant danskene enn stedene som f.eks. Rjukan, Rauland, Vrådal, Bø, Skien?*

Resultatene fra denne analysen viser at Telemark sin image i det danske markedet og norske markedet har flere fellestrekk. Unntaket er tema knyttet til bygdekultur som bunad, dialekt og folkemusikk, som kun var tilstede i det norske markedet.

# 1. Innledning – problemstilling og metode

## 1.1. Bakgrunn og problemstilling

Gjennom litteratur knyttet til reisemålsutvikling og markedsføring (bl.a. J.R. Brent Ritchie & G. Crouch: The Competitive Destination-A sustainable tourism perspective,2003) anbefales man å gjøre en statusmåling av reisemålet kjennskap og image i markedet. Nå er ikke Telemark et eget reisemål, men består av mange ulike reisemål – f.eks. Kragerø, Skien, Bø, Rjukan, Notodden og Haukeli. Felles for noen av disse reisemålene i fylket er at de har dansker som en viktig kundegruppe når man segmenterer på geografi (jfr. overnattingsstatistikken til SSB).

Forslaget til ny reiselivsstrategi for Telemark fylkeskommune anbefaler bl.a. at de ulike reiselivsaktørene i fylket går sammen for å bygge merkevaren ”Telemark”. Sammen med Telemarkreiser AL bør disse aktørene planlegge sine markedsføringsaktiviteter slik at de bygger opp om en felles merkevare eller varemerke.

Et tidlig steg i en slik prosess er denne kartleggingen av hvilke kjennskap de viktigste markedene i dag har til Telemark. Problemstillingen blir med dette: ”Danskenes kjennskap til Telemark”. Denne kartleggingen skal ha svar på følgende spørsmål:

- Hva er det første du tenker på når du hører Telemark?
- Hvilke steder kjenner du i Telemark?
- Hvilke mentale bilder har du av Telemark?
- Hvilke turistattraksjoner kjenner du til i Telemark?
- Hvilke turistattraksjoner har du besøkt i Telemark?

Svarene på disse spørsmålene blir presentert og kommentert i kapittel 2 og 3. Våren 2011 ble det gjennomført en tilsvarende undersøkelse for å kartlegge nordmenns kjennskap til Telemark.

## 1.2. Metode og utvalg

TNS Gallup DK ble engasjert for gjennomføring av selve datainnsamlingen gjennom deres Internett utvalg. Intervjuene ble foretatt fra 26.6 til 3.7.2012. Spørreskjemaet som ble benyttet ble utarbeidet i samarbeid med TNS Gallup DK. Totalt ble 758 respondenter (18 år og eldre) intervjuet med følgende fordeling:

- Kjønn: 50,8% menn og 49,2% kvinner
- Aldergrupper: ”8-29 år”: 14,9%, ”30-39 år”: 17,3%, ”40-49 år”: 19,5% , ”50-59 år”: 17,9% og ”60 år +”: 30,2%
- Bosted:
  - Hovedstadregionen: 32,5%
  - Øvrige Sjælland: 15,2%
  - Syddanmark: 20,6%
  - Midtjylland: 21,4%
  - Nordjylland: 10,4%
- Forhold til Telemark:
  - Har aldri besøkt Telemark: 55,3%
  - Har besøkt Telemark: 13,4%
  - Vet ikke/ikke besvart: 31,3%

Statistisk usikkerhet kan angis 95% sikkerhetsgrense. Dette betyr at det sanne prosenttall med 95% sikkerhet ligger innenfor et gitt intervall. Dette intervallet er basert på basestørrelsen. Oversikt over størrelsen på statistisk usikkerhet og basestørrelse er vist i metodevedlegget.

## 2. Generell kjennskap til Telemark

Første delen av problemstillingen er å få innblikk i hvor godt danskene kjenner til Telemark. Respondentene i utvalget ble spurt om ”Hva er det første du tenker på når du hører Telemark?” og ”Hvilke steder kjenner du i Telemark?”. Respondentene ble også spurt om i hvor stor grad 8 konkrete utsagn ble forbundet med deres bilde av Telemark.

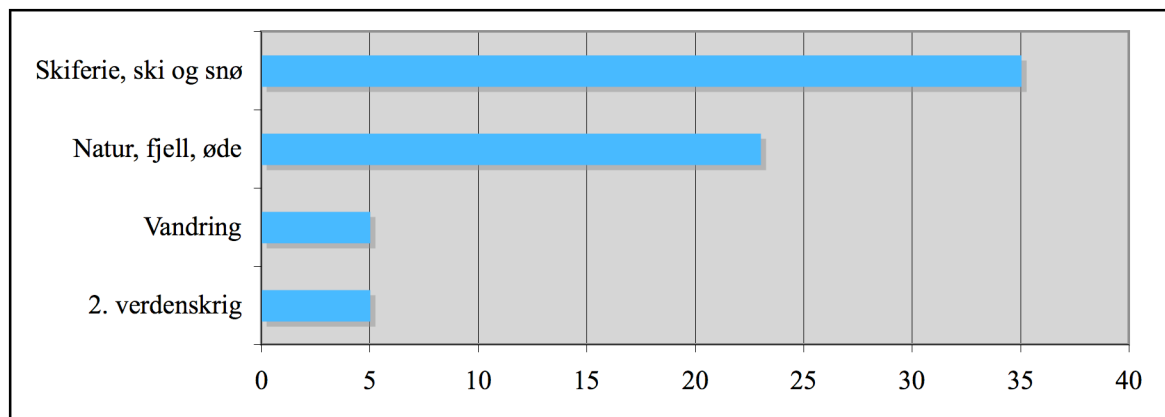
I presentasjon av resultatene har vi vist resultatet for nordmenn i parentes.

### 2.1. Hva er det første du tenker på når du hører Telemark?

Spørsmålet var åpent og de hadde kun et svar (top of mind). Blant respondentene var det 31% (5%) som ikke svarte på spørsmålet og 9% (7%) som hadde svar som ikke var relatert til Telemark. Totalt kom det fram 15 (31) ulike svar – fra naturbegrep som et område i Norge 6%, snø 5%, fjell 3%, kulde 3%, flott natur 13%, øde fjellområde 6%, dyreliv (rennsdyr, mygg) 1%, via mer kulturbegrep som 2. verdenskrig 2%, tungtvann 1% og en film 2% til mer feriepregede begrep som vandring 5%, ferie 4%, vinterferie 1%, skiferie 21% og langrenn 8%. Ingen nevnte konkrete stedsnavn. Noen koblet Telemark til Nord-Norge 1% og til telefoni 4%.

På dette spørsmålet var det flest som knyttet Telemark til tema ”ski og vinter” med hele 35% (21%). Med dette kan vi si at mer enn hver tredje danske knyttet Telemark til skiferie, snø og vinter. Vandring som tema og aktivitet ble nevnt av 5% av danskene (0%).

De ulike svarene knyttet til naturen utgjorde til sammen 23% (12%), mens tilsvarende for kulturhistoriske utgjorde 5%. Her er det Vemork og 2. verdenskrig som står i fokus 5% (1%). Ingen av turist-attraksjonene som ”Telemarkskanalen” og ”Bø Sommarland”, ble nevnt i denne sammenheng.



Figur 1. Hva er det første du tenker på når du hører Telemark? Andelen av respondentene i hele utvalget. (N=758). Kilde: TNS Gallup DK

**Konklusjonen** på dette er at ”Ski og vinterferie” er det begrepet som størst grad dansker (og nordmenn) forbinder med navnet Telemark. Deretter følger naturen som en god nummer to. Naturbegrep som øde 6% og mygg 1%, kan for noen være negativt ladet.

Blant respondentene er det dog noe variasjon. I forhold til utdannelsesnivået øker kjennskapen til Telemark med økende utdanning. Dette er som forventet.

Blant kvinnene var det f.eks. ingen som knyttet Telemark til 2. verdenskrig/tungtvann. Det var også noe forskjeller mellom aldersgruppene. Det var de mellom 50-59 år som hadde størst kjennskap til 2. verdenkrig/tungtvann. I gruppene under 50 år var det en større andel som knyttet Telemark til ski- og

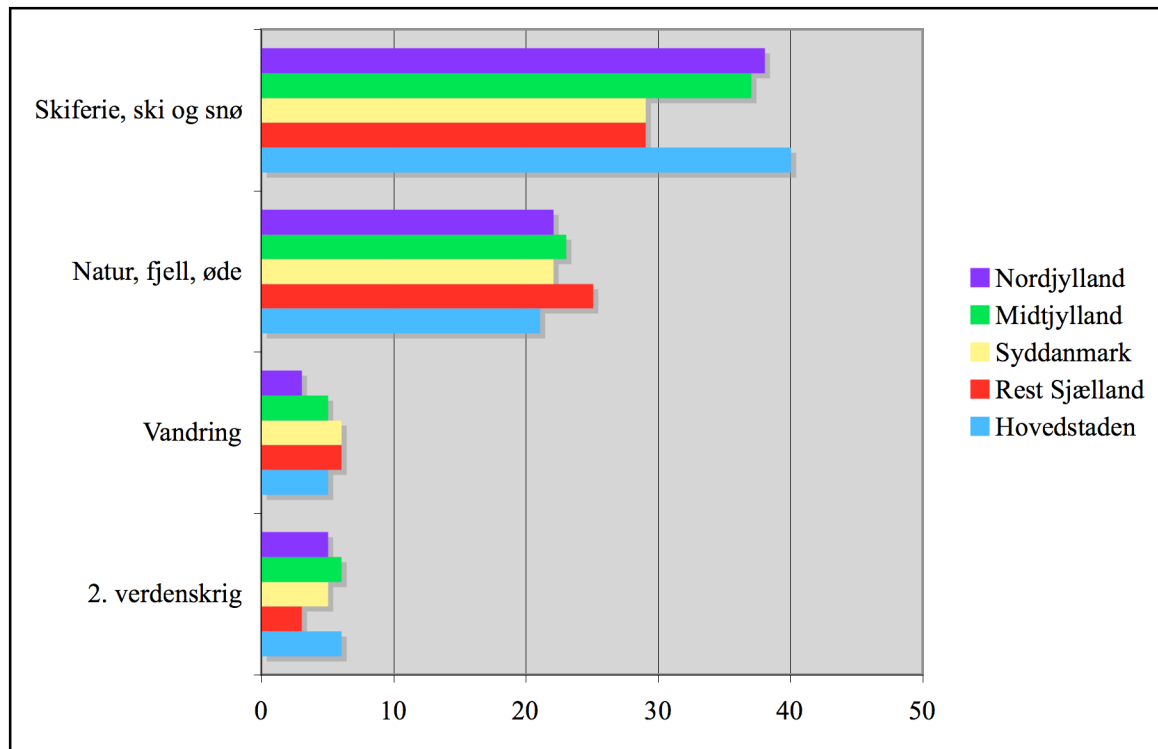


vinterferie enn de over 50 år. I gruppen under 30 år var kjennskap til Telemark betydelig lavere enn i de andre gruppene.

Blant de som **ikke** hadde besøkt Telemark var det hele 55% som knyttet navnet til ski og vinterferie, mens blant de som hadde besøkt Telemark var andelen 38%.

Respondentene bosatt i Hovedstaden og Jylland knytter i noe større grad ski og vinterferie til Telemark enn de som er bosatt andre steder i Danmark. De som bor i Hovedstaden er den gruppen som har størst andel som ikke har besøkt Telemark.

I figuren nedenfor har vi vist hva respondentene i de ulike geografiske områdene i Norge hadde ”first in mind” når de hørte ordet Telemark.



**Figur 2.** Hva er det første du tenker på når du hører Telemark? Andelen av respondentene i Nordjylland, Midtjylland, Syddanmark, Hovedstaden og rest Sjælland (N=758) Kilde: TNS Gallup DK

## 2.2. Hvilke steder kjenner du i Telemark?

Dette spørsmålet var også åpent og de hadde flere svarmuligheter. Blant respondentene var det hele 91% (18%) som ikke kunne svare på spørsmålet og 3% (6%) som hadde svar som ikke var relatert til Telemark. I denne siste gruppen var det 1% som trodde Geilo lå i Telemark. Ellers var det noen færre (mindre enn 1%) som trodde at også Hovden, Lillehammer og Kongsberg lå i Telemark. Dette at man kobler andre vintersportssteder til Telemark, kan ha sammenheng med at de andre fylkene i langt mindre er profilert i Danmark.

Totalt kom det fram kun 6 (28) ulike svar fra de øvrige respondentene. Mest kjent var Rjukan med 3% pluss 1% som kjente til Gaustatoppen. De andre stedene var Vrådal og Rauland - hver med 1% og Porsgrunn og Hardangervidda med mindre enn 1%. Dette er de typiske vintersportsstedene i Telemark som er mest kjent. Dette kan nok forklares av lang tids markedsføring i Danmark. I tillegg antar vi at kjennskapen til Rjukan også henger sammen med kunnskap om 2. verdenskrig og tungtvann.

Også på dette punktet er det variasjon blant respondentene. Det er økende kjennskap til Telemark med økende alder og utdanningsnivå. Når det gjelder kjønn er det en viss forskjell da det er stort sett menn



som kobler vintersportssteder utenfor fylket til Telemark. Blant kvinnene er det færre som kjenner til konkrete steder i Telemark, men kunnskap er mer ”riktig”.

Det er ingen generelle signifikante forskjeller når det gjelder kjennskap til steder og hvor i Danmark de bor. Unntaket er kjennskapen til Rjukan som er markert større blant de som bor i Syddanmark og Midtjylland.

Når det gjelder kjennskap til konkrete steder i Telemark er det signifikante forskjeller mellom de som har besøkt Telemark og de som ikke har besøkt Telemark. Blant de som har besøkt fylket er det hele 17% som kjenner til Rjukan og 7% kjenner til Gaustatoppen. Alle de som har plassert Geilo, Hovden, Lillehammer og Kongsberg i Telemark, oppgir litt overraskende at de også har besøkt Telemark.

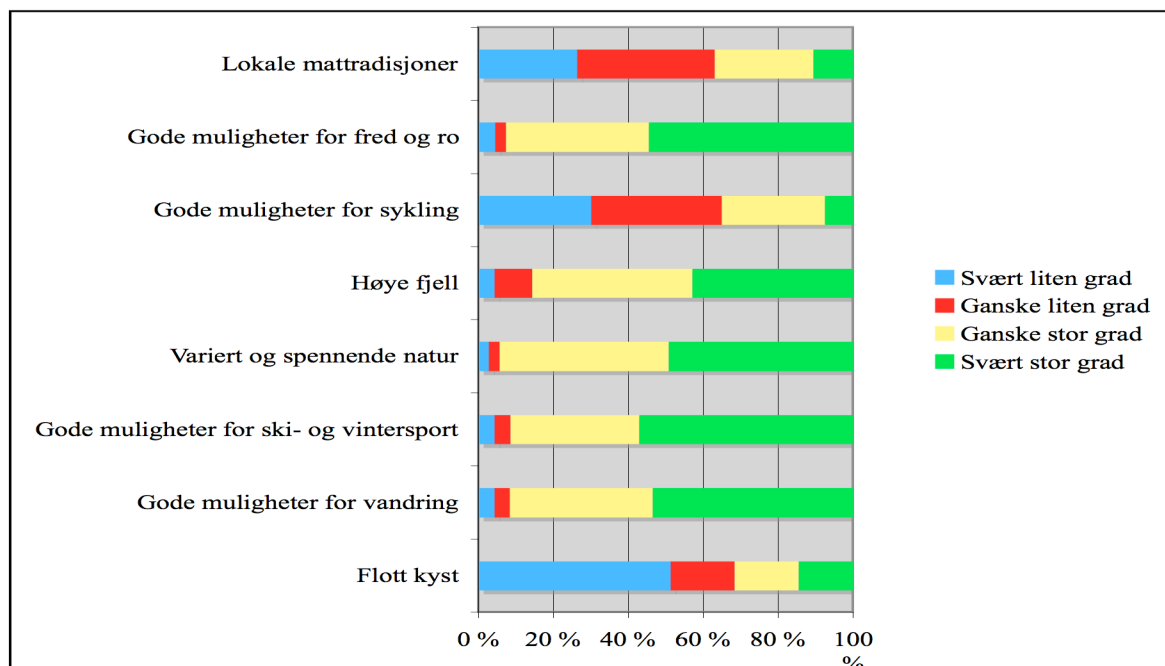
**Konklusjonen** på dette er at det er kun 6% (24%) som kjenner konkrete steder i Telemark hvorav halvparten er Rjukan inkl. Gaustatoppen. De som har slik kunnskap, har sannsynligvis denne kunnskapen knyttet til temaene ski- og vinterferie og 2. verdenskrig/tungtvann. De aller fleste oppgir også at de har besøkt Telemark. Blant de som ikke har besøkt Telemark, er det kun 1% som kjenner til et sted og det er Rjukan.

### 2.3. I hvor stor grad forbindes disse utsagnene med bildet av Telemark?

For å teste ut hvilke bilder respondentene hadde av Telemark, ble de spurt om ”I hvor stor grad forbinder du følgende med Telemark?”. Spørsmålet ble koblet til 8 forskjellige utsagn og de hadde fem svaralternativ – ”svært liten grad”, ”ganske liten grad”, ”ganske stor grad”, ”svært stor grad” og ”vet ikke”. Andelen som svarte ”vet ikke” varierer mellom de ulike utsagnene:

- fra ca. 30% for henholdsvis gode muligheter for vandring, ski- og vintersport og fred og ro samt høye fjell og vakker og spennende natur
- til ca 60% for gode muligheter for sykling, lokal mat og flott kyst.

I figuren under har vi vist resultatene, men holdt andelen som svarte ”vet ikke” utenfor.



Figur 3. I hvor stor grad forbindes disse utsagnene med ditt bilde av Telemark? (N=758) Kilde: TNS Gallup DK

Figuren viser at respondentene i hovedsak har et bilde av Telemark som ser slik ut:

- Variert og spennende natur med høye fjell med god mulighet for fred og ro samt vandring og ski- og vintersport

Når det gjelder flott kyst, lokal mattradisjon og muligheter for sykling, er det flest som ikke knytter dette til Telemark

**Konklusjonen** på disse punktene er at de mentale bildene respondentene har av Telemark preges av variert og spennende natur med høye fjell med gode muligheter for vintersport og vanding og ikke minst fred og ro.

Det er også på disse spørsmålene noe variasjon blant respondentenes svar. Blant de i aldersgruppen "18-29 år" er bildet av Telemark noe utydelig og en større andel som har svart "vet ikke". Bildet blir klarere med økende alder og utdanning. Respondentene som bor i Hovedstaden har også i større grad svart "vet ikke" enn de som bor i de andre regionene. Naturlig nok har de som har besøkt Telemark, i mindre grad svart "vet ikke".

## 2.4. Oppsummering og konklusjoner

Blant respondentene var det omlag 60% som uhjelpet kunne knytte begrep og innhold til navnet Telemark. "**Ski- og vintersport**" er det begrepet som danskene i størst grad forbinder med navnet Telemark. Deretter følger "**Natur/fjell/øde**" - sannsynligvis i positiv forstand. Vandring og 2.verdenskrig/tungtvann er også en del av imagen til Telemark i Danmark.

Dette er denne profilen reiselivsaktørene i Telemark over tid bevisst har jobbet for å etablere i Danmark både i egen regi og i samarbeid med Innovasjon Norge/Norges Turistråd. Konklusjonen blir at man da i stor grad har lykket med dette når 60% av danskene definerer dette som imagen til Telemark.

Konkret kunnskap om steder i Telemark var mer mangelfull da hele 91% av respondentene uhjelpet **ikke** kunne nevne et eller flere konkrete steder i Telemark. Kun 6% kunne nevne konkrete steder i fylket. Det er **Rjukan inkl. Gaustatoppen** som danskene i størst grad forbinder med Telemark. Dette har sammenheng med ski og vinter samt Vemork og 2. verdenskrig. Vintersportsstedene Rauland og Vrådal nevnes også som steder i Telemark.

Samtidig er det interessant å se at noen knytter vintersportssteder som Geilo, Hovden, Kongsberg og Lillehammer til Telemark. Dette kan ha sammenheng med at andre fylker ikke på samme måte som Telemark er kjent blant danskene.

Det er også på dette spørsmålet variasjon blant respondentene. Kjennskapen øker som forventet med alderen og utdanning og ikke minst at faktisk besøk øker kjennskapen.

De mentale bildene respondentene hadde av Telemark er preges av variert natur med høye fjell med muligheter for å søke fred og ro samt drive med ski- og vintersport og vanding. Kyst og lokale mattradisjoner og mulighetene for sykling er i dag ikke en del av Telemarksbildet blant danskene.

Tilsvarende analyse av nordmenns kjennskap som ble gjennomført i 2011, viste at 88% hadde kjennskap til begrep og tema knyttet til Telemarknavnet. Ski /Telemarkski var begrepet flest knyttet til navnet. Deretter fulgte temaet natur/fjell/kyst. I tillegg var det flere som også knyttet tema som kultur/bunad/dialekt/folkemusikk til Telemark samt Telemarkskanalen. Den mer bygdekultur pregede imagen mangler blant danskene. Ellers er det ikke vesentlig forskjell på imagen blant nordmenn og dansker.

Kunnskapen om konkrete steder i Telemark var naturlig nok bedre hos nordmenn enn blant danskene da hele 75% kunne nevne konkrete steder i fylket. Her var det Bø foran byene Skien og Porsgrunn som de fleste nevnte. Vintersportsstedene ble også nevnt, men hadde et noe lavere kjennskapsnivå.

Selv om det er noen flere nordmenn som kunne knytte begrep og tema til navnet Telemark (88%) enn konkrete steder (75%), er det ikke tilstrekkelig til å kunne slå fast at kjennskapen til Telemark er generelt høyere enn kjennskapen til konkrete steder.

På den andre siden var det hele 60% av danskene hadde kjennskap til Telemarksnavnet knyttet til enten ski- og vintersport, natur, fjell, vandring og 2.verdenskrig/tungtvann. Dette bekreftes i stor grad av de mentale bildene. Samtidig er det kun 6% som kjente til konkrete steder i Telemark. *Betyr dette at merkenavnet Telemark faktisk er sterkere blant danskene enn stedene som f.eks. Rjukan, Rauland, Vrådal, Bø, Skien?*

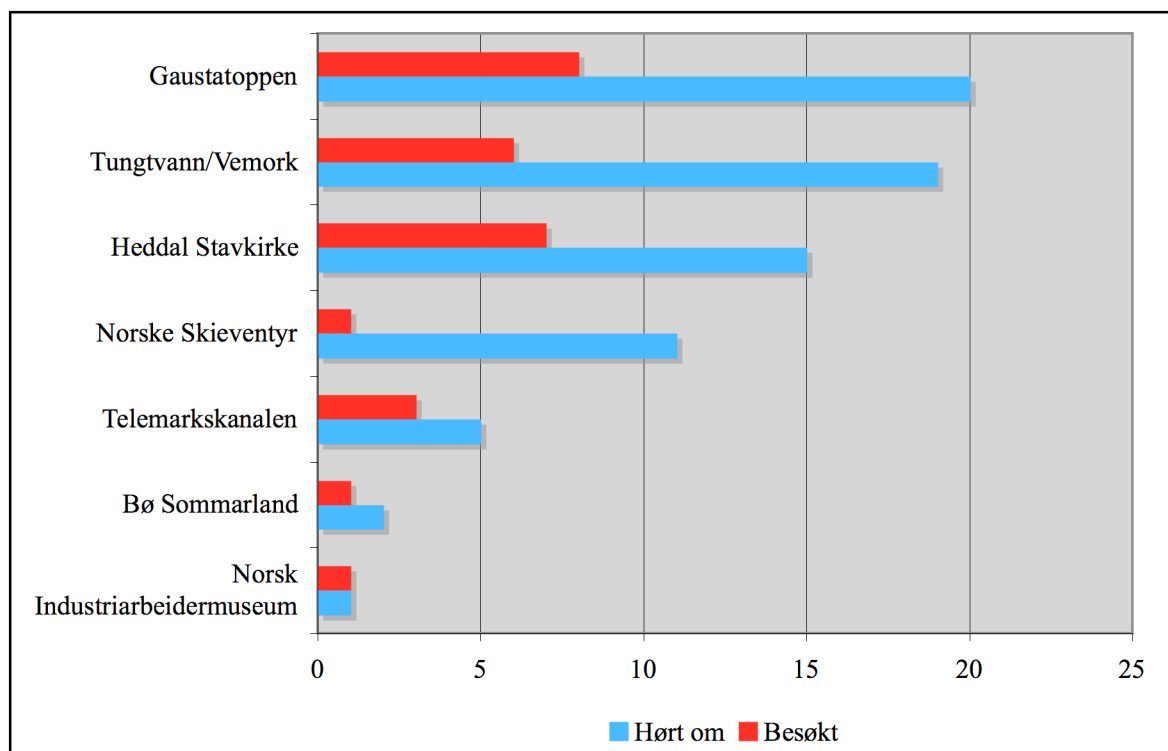
### 3. Kjennskap til turistattraksjoner i Telemark

Andre delen av problemstillingen er å få innblikk i hvor godt danskene kjenner til attraksjonene i Telemark. Respondentene i utvalget ble spurt om ”Hvilke av følgende attraksjoner har du henholdsvis hørt om/kjenner til og besøkt?”. Etter anbefaling og pre-testen til TNS Gallup spurte vi her ikke uhjulpet om attraksjoner.

#### 3.1. Hvilke av følgende turistattraksjoner kjenner du til og hvilke har du besøkt?

I dette spørsmålet blir respondentene presentert for 9 konkrete turistattraksjoner i Telemark og spurt om hvilke de har hørt om/kjenner til og hvilke de har besøkt. Hele 62% svarte at de ikke kjente til noen av attraksjonene. Dette betyr at 38% kjente til en eller flere av attraksjonene. Det var 2 av de 9 attraksjonene som ingen hadde hørt om – Dyrskuen og Dalen Hotell.

De tre mest kjente attraksjonene blant danskene var Gaustatoppen, Tungtvannshistorien/Vemork og Heddal stavkirke med henholdsvis 20% (80%), 19% (65%) og 15% (62%). Tallene for nordmenn i parentes.



**Figur 4. Hvilke av følgende turistattraksjoner i Telemark kjenner du til/har hørt om og hvilke har du besøkt? Andelen av respondentene i hele utvalget (N=857) Kilde: TNS Gallup DK.**

Danskene hadde i liten grad besøkt attraksjonene og alle hadde en besøksandel på under 10%. Noe overraskende når vi ser bort fra Bø Sommarland, er andelen som sier de har besøkt disse konkrete attraksjonene høyere blant dansker enn blant nordmenn. I gjennomsnitt var det 13% av alle danske respondentene som hadde besøkt en eller flere attraksjoner i Telemark. Blant nordmenn var det 22% som hadde besøkt en eller flere attraksjoner i Telemark. Da sjekket man ut 25 konkrete attraksjoner.

Av de som kjente til attraksjonene, var det hver tredje som hadde besøkt en eller flere av attraksjonene. De danskene som kjente til attraksjoner i Telemark, kjente i gjennomsnitt til 1,9 attraksjoner. De som hadde besøkt, hadde i gjennomsnitt besøkt 2,1 attraksjoner.

Det er også her variasjon blant respondentene både med hensyn til kjennskap til og faktisk besøk. Det er i blant respondentene bosatt i Midtjylland og Nordjylland at både kjennskap til og besøk har størst andel. Unntaket er Gaustatoppen der besøksandelen er omlag like stor i hele Danmark.

**Konklusjonen** på dette er at hjulpet kjennskap i stor grad er knyttet til faktisk besøk. Hele 60% av de som hadde hørt om Telemarkskanalen hadde besøkt attraksjonen. For Heddal stavkirke var andelen 47% og for Gaustatoppen 40%.

Dette kan også sees som en positiv utfordring for de 5 mest kjente attraksjonene:

- Hele 60% av de som har hørt om Gaustatoppen har ikke besøkt
- Hele 68% av de som har hørt om Tungtvannshistorien/Vemork har ikke besøkt
- Hele 89% av de som har hørt om Norske Skieventyr har ikke besøkt
- Hele 53% av de som har hørt om Heddal stavkirke har ikke besøkt
- Hele 40% av de som har hørt om telemarkskanalen har ikke besøkt

## Tabellvedlegg

### Hva er det første du tenker på når du hører Telemark?

Svar	Totalt	18-29	30-39	40-49	50-59	60 +	Hovedstaden	Øvrig Sjølland	Syd-danmark	Midtjylland	Nordjylland
2.verdenskrig	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1
Sne	5	2	4	6	5	8	3	5	6	7	7
Bjerger	3	1	2	2	4	3	2	3	3	2	1
Vandring	5	3	8	6	6	4	5	6	6	5	3
Kulde	3	2	2	2	5	3	2	6	3	1	1
Flott natur	13	4	10	10	19	17	12	12	11	15	14
Ferie	4	2	1	2	3	8	2	5	4	4	4
Norge	6	8	6	6	4	5	6	6	6	4	5
Øde område	6	2	7	9	7	6	6	9	7	5	6
Rensdyr, mygg	1	-	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Skiferie	21	24	28	29	20	12	28	18	16	21	21
Langrenn	8	8	5	5	8	10	8	6	6	9	10
Vinterferie	1	-	-	1	-	2	1	-	1	<1	-
En film	2	-	3	2	5	1	2	1	2	2	3
Tungt vann	1	-	1	-	2	2	1	-	1	2	1
Telefoni	4	12	3	5	1	<1	3	4	5	5	4
Nord-Norge	1	-	-	1	<1	2	1	2	2	<1	-
Annet	4	2	3	2	6	5	3	3	5	4	2
Vet ikke	31	42	32	29	26	29	27	30	35	35	32

### Hvilke steder kjenner du i Telemark?

Svar	Totalt	18-29	30-39	40-49	50-59	60 +	Hovedstaden	Øvrig Sjølland	Syd-danmark	Midtjylland	Nordjylland
Dalen	<1	-	-	-	1	-	-	-	-	<1	1
Gausta	1	-	1	<1	1	2	1	1	1	1	2
Geilo	1	-	1	-	1	1	<1	-	1	2	-
Hovden	<1	-	-	-	<1	1	-	-	-	2	1
Lillehammer	<1	-	-	1	-	<1	-	<1	-	1	-
Rjukan	3	-	1	2	4	5	2	2	3	4	1
Vrådal	1	-	1	1	1	1	<1	<1	1	1	1
Skien	<1	-	1	-	<1	<1	1	1	<1	-	-
Bergen	<1	-	-	1	-	-	-	-	-	<1	-
Kongsberg	<1	-	-	-	1	1	<1	1	1	<1	-
Rauland	1	-	1	1	-	1	<1	-	<1	1	1
Hardangervidda	<1	-	-	-	-	1	-	<1	<1	<1	1
Porsgrunn	<1	-	1	-	-	-	<1	1	<1	<1	-
Andre	1	-	2	-	1	3	<1	4	1	1	2
Vet ikke	93	100	96	95	90	88	96	92	93	90	95

### Hvilke av følgende turistattraksjoner i Telemark har du hørt om eller kjenner til (hjulpet)?

Svar	Totalt	18-29	30-39	40-49	50-59	60 +	Hovedstaden	Øvrig Sjølland	Syd-danmark	Midtjylland	Nordjylland
Tungtvannshistorien	19	3	6	13	23	37	18	16	20	22	21
Bø Sommarland	2	-	1	-	3	4	1	3	<1	2	3
Heddal stavkirke	15	5	5	10	15	28	12	12	14	20	17
Industriarbeiderm	1	-	-	-	3	3	1	2	<1	2	2
Telemarkskanalen	5	-	1	4	5	12	4	2	5	8	7
Norsk Skieventyr	11	11	6	9	13	13	10	9	10	13	13
Gaustatoppen	20	1	11	15	25	35	14	24	17	27	23
Dyrskuen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dalen Hotel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingen av disse	56	77	78	63	52	30	61	60	55	50	47
Vet ikke	6	6	5	6	3	8	3	6	9	4	10

## Hvilke av følgende turistattraksjoner i Telemark har du besøkt?

Svar	Totalt	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	Hovedstaden	Øvrig Sjøælland	Syddanmark	Midtjylland	Nordjylland
Tungtvannshistorien	6	-	5	4	6	9	9	4	6	7	4
Bø Sommarland	1	-	2	-	2	1	2	1	<1	1	<1
Heddal stavkirke	7	-	-	5	6	15	8	6	7	10	5
Industriarbeiderm	1	-	-	-	<1	2	2	<1	<1	2	<1
Telemarkskanalen	3	-	-	-	2	7	7	<1	2	4	2
Norsk Skieventyr	1	-	5	-	2	1	-	2	<1	2	<1
Gaustatoppen	8	-	7	5	6	14	12	7	7	9	5
Dyrskuen	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dalen Hotel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingen av disse	5	-	5	8	7	5	10	4	6	6	<1
Vet ikke/ubesvart	64	100	65	61	59	58	60	66	61	63	64