

# Vil markedsføre Lofoten bedre

Flere aktører har gått sammen og gjort den første gjes-  
taundersøkelsen blant turis-  
ter i Lofoten på ti år.

KURT E. HOLM

- Det ble gjort en tilsvarende undersøkelse i 1994, men dataene fra den gangen begynner å bli vel gamle, og en del har nok forandret seg siden den gang. I hvert fall tror vi det, og håper denne nye undersøkelsen skal si oss om så er tilfelle, sier daglig leder i Destination Lofoten, Trygve Steen.

Sammen med Statens vegvesens avdeling for «Nasjonal turistvei», Telenors forsknings- og utviklingsavdeling, og Høgskolen i Finnmark, har de delt ut i alt 1.800 spørreskjema til turister på de tre ferjene til Lofoten, samt på hurtigbåtene.

- Av de 1.800 skjemaene vi delte ut har vi fått over 700 svar, noe vi regner for å være særdeles bra. Målet var 600, sier Steen.

## Tilpasset markedsføring

- I undersøkelsen er turistene blitt spurt om slike ting som hva de har vært fornøyd med, hva de ikke har vært fornøyd med, hvordan de ble kjent med Lofoten, hvor lenge de har vært og så videre. På den måten har vi et grunnlag for blant annet å finne ut hvorvidt Lofoten har vært målet for ferieturen, eller om det bare har vært et av mange reise mål, forteller han.

- Det er blitt stilt spørsmål om spisesteder, overnatting, butikker, bensinstasjoner og arrangerte turer.

Dataene som kommer inn vil de forskjellige aktørene bruke i sin markedsføring av Lofoten.

- Vi vil bruke undersøkelsen for å markedsføre Lofoten enda bedre. Den vil gi oss svar på hvem turistene er. Og på



Daglig leder ved Destination Lofoten, Trygve Steen, sier at den nye undersøkelsen vil være til hjelp for en bedre markedsføring av Lofoten.

ARKIVFOTO: KJUT JOHANSEN

den måten blir det lettere å tilpasse markedsføringen av Lofoten, mener han.

## Blir analysert

Den nye undersøkelsen er på mange måter lik den som ble gjort i 1994, noe daglig leder ved Lofotakvariet, og Mastergradstudent i reiseliv, Audun Aanes, som har vært med og laget undersøkelsen, mener er naturlig.

- Når man lager en slik undersøkelse skal vi selvsagt se framover, men vi må også skue bakover for å finne noe å sammenligne med. Bare på den måten vet vi hva som har forandret seg, sier han.

Han er litt usikker på om det vil komme en felles konklusjon.

## Analysert

- Det som imidlertid er sikkert er at de forskjellige aktørene

vil ha nytte av de opplysningene som etter hvert kommer fram. Telenor ser på hvor mye turistene benytter seg av elektroniske hjelpemidler når de er her på ferie. Har billedmeldinger hjem til familie og venner økt? Det er naturlig å tro det, men vi vet jo ikke, så det er ett av spørsmålene man vil få svar på når tallene er skikkelig analysert. Statens vegvesen har interesse av undersøkelsen fordi den vil fortelle noe om infrastrukturen, og Høgskolen i Finnmark vil være tjent med den gjennom min mastergradoppgave. Så det er mange som vil ha nytte av den, sier Aanes.

Han understreker at de endelige resultatene ikke vil være klar før i slutten av september.

kurt.holm@lofotposten.no

19. 76 06 44 05