



Visit Vestfold

Gjesteundersøkelse 24

Rapport for alle kommuner

Bakgrunn

Denne rapporten viser resultatene fra spørreundersøkelsen utført blant turister/gjester som besøkte Vestfold-kommunene Sandefjord, Larvik, Tønsberg, Færder, Horten og Holmestrand.

Undersøkelsen lå ute i perioden fra mars til november i 2024.

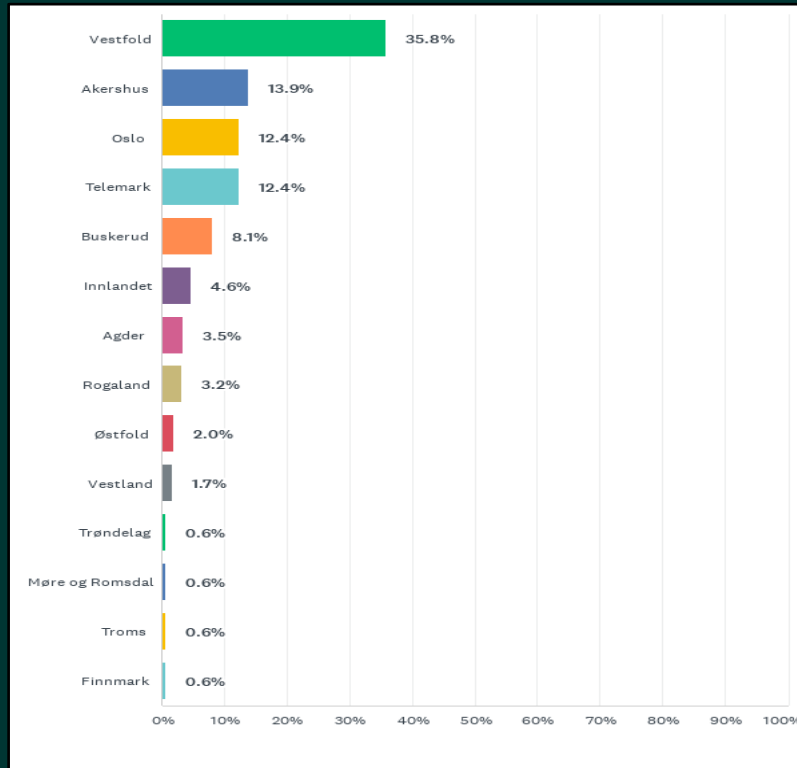
Undersøkelsen initiert gjennom merkeordningen Merket for bærekraftig reisemål – der de seks Vestfold-kommunene skal sertifisere seg Feb. 25. Merkeordningen er utviklet av Innovasjon Norge og er et verktøy for reisemål som ønsker å arbeide systematisk og langsiktig med bærekraft i reiselivet.

Det er blitt gjort en stor jobb med å dele gjesteundersøkelsen blant besøkende og hyttefolk. Det har bl.a. vært konkurranse for deltakelse, helsideannonse i Hytteavisa, deling i sosiale medier - Facebook, Instagram, tik tok, Snapchat - både organisk og med annonsemidler i flere omganger fra mars til september. Den har i hele perioden vært tilgjengelig via Instagram. Det er laget og distribuert over 2000 Postkort med QR-kode til undersøkelsen og levert til medlemmer for videre deling. QR-kode er delt på brosjyremateriellet til Visit Vestfold - som er delt med medlemmer og rundt på aktuelle plasser i hele Vestfold

Totalt har 385 personer startet undersøkelsen. 279 personer fullførte hele.

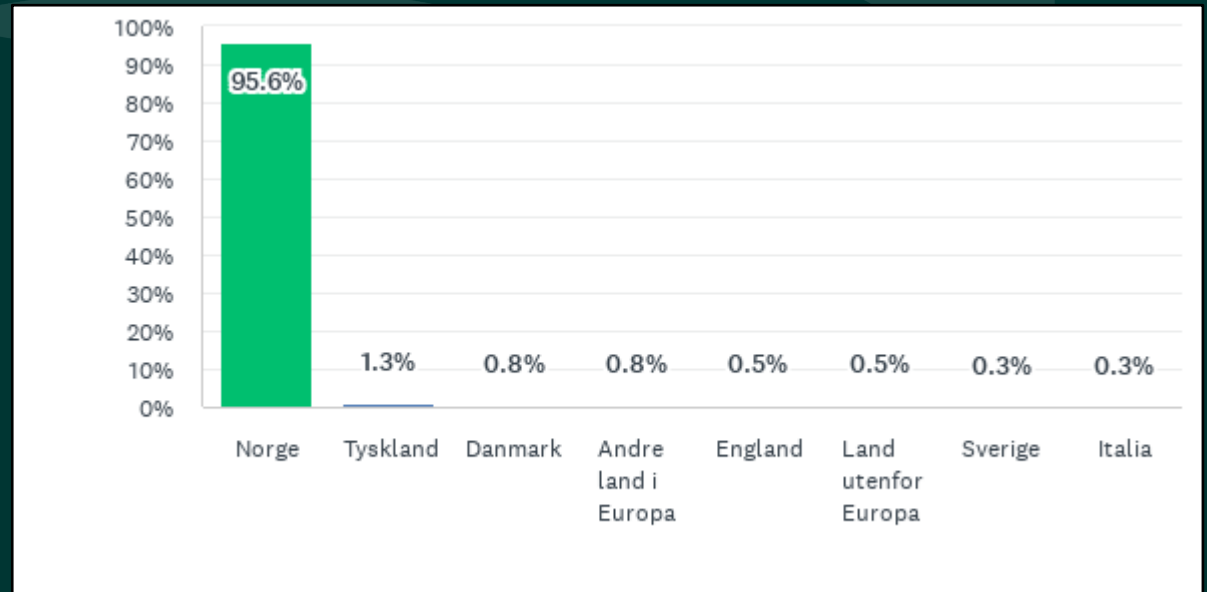
Om respondentene

Respondentene



Spm.: I hvilket fylke bor du?

Hele 96 % av respondentene var fra Norge.
Av de var 36 % fra Vestfold, fulgt av Akershus, Oslo og Telemark.



Spm.: I hvilket land bor du?

Respondentene

Det er over 50% flere kvinner enn menn som har svart på undersøkelsen.

Kjønn:

28 % av respondentane er menn
72 % av respondentane er kvinner

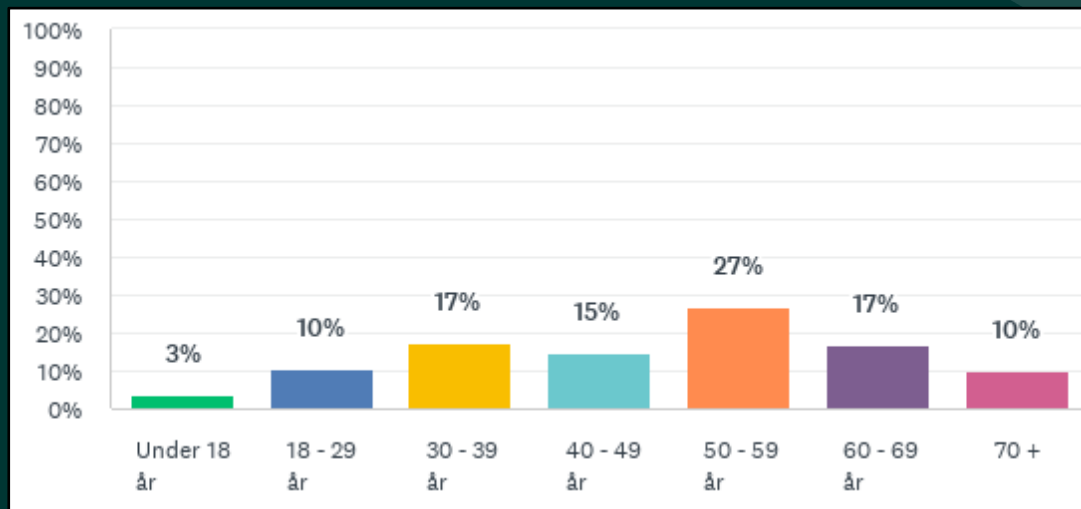
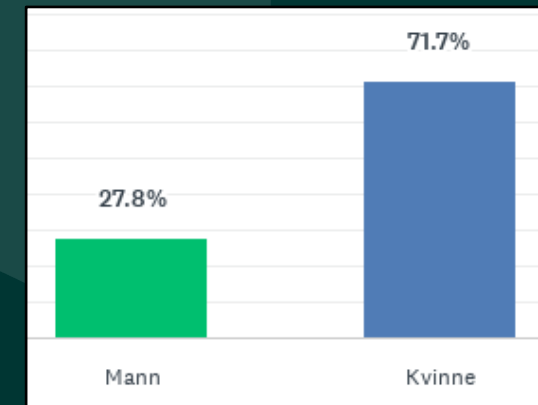
Alder:

De fleste respondentene er i aldersgruppa 50-59 år. De utgjør 27% av svarene.

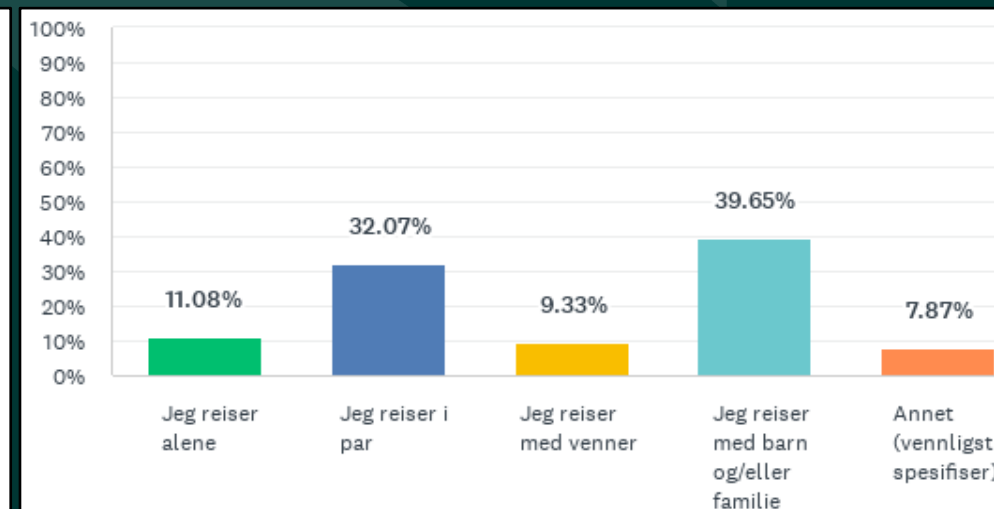
Reisefølge:

De fleste reiste med barn og/eller familie - 40 %, eller som par - 32 %

Sp.m: Kjønn



Spm: Hva er din alder?



Spm: Hvem er i ditt reisefølge?

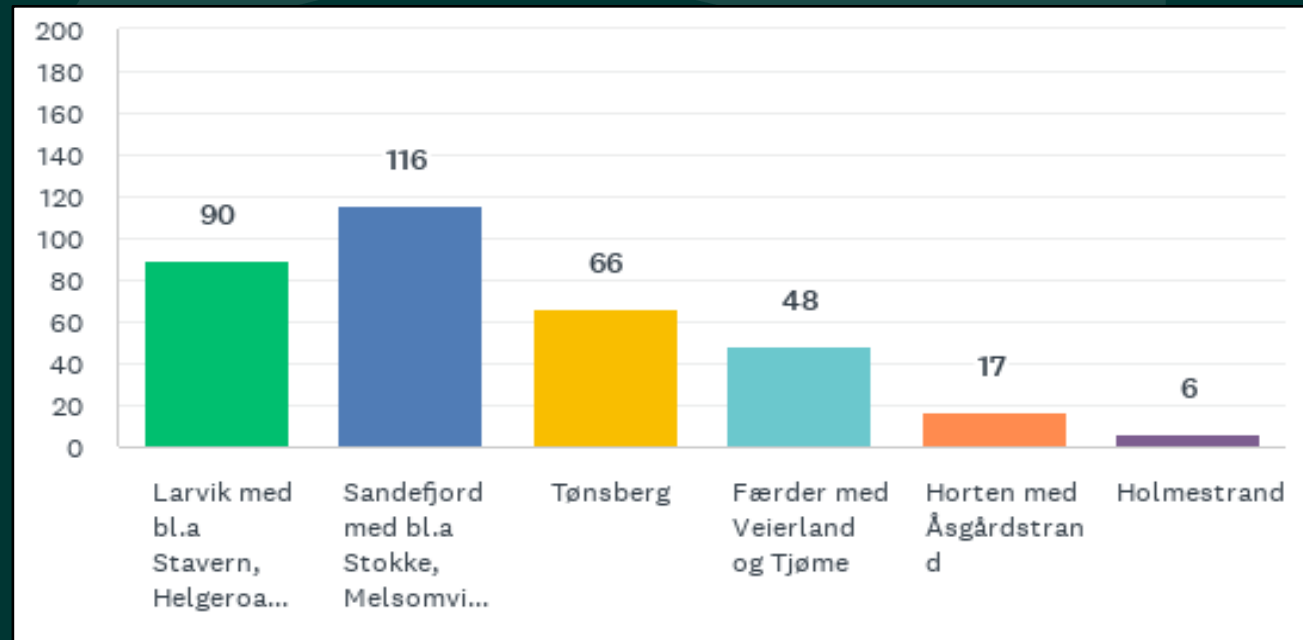


Om reisen

I hvilken kommune i Vestfold tilbrakte du mesteparten av oppholdet ditt?

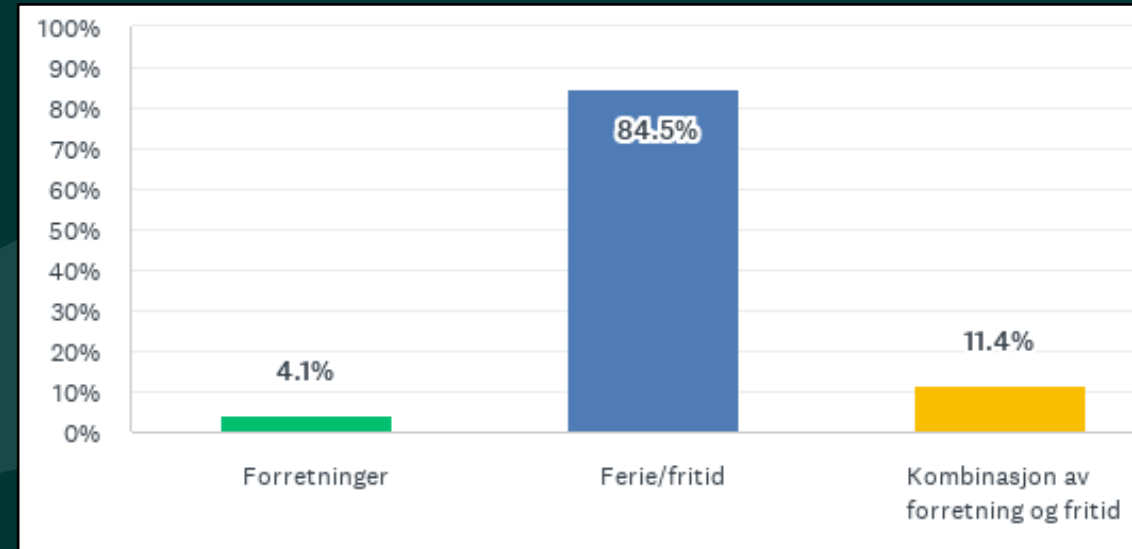
Antall gjester i hver kommune:

- Larvik - 90
- Sandefjord - 116
- Tønsberg – 66
- Færder – 48
- Horten – 17
- Holmestrand 6



Spm: I hvilken kommune i Vestfold tilbrakte du mesteparten av oppholdet ditt?

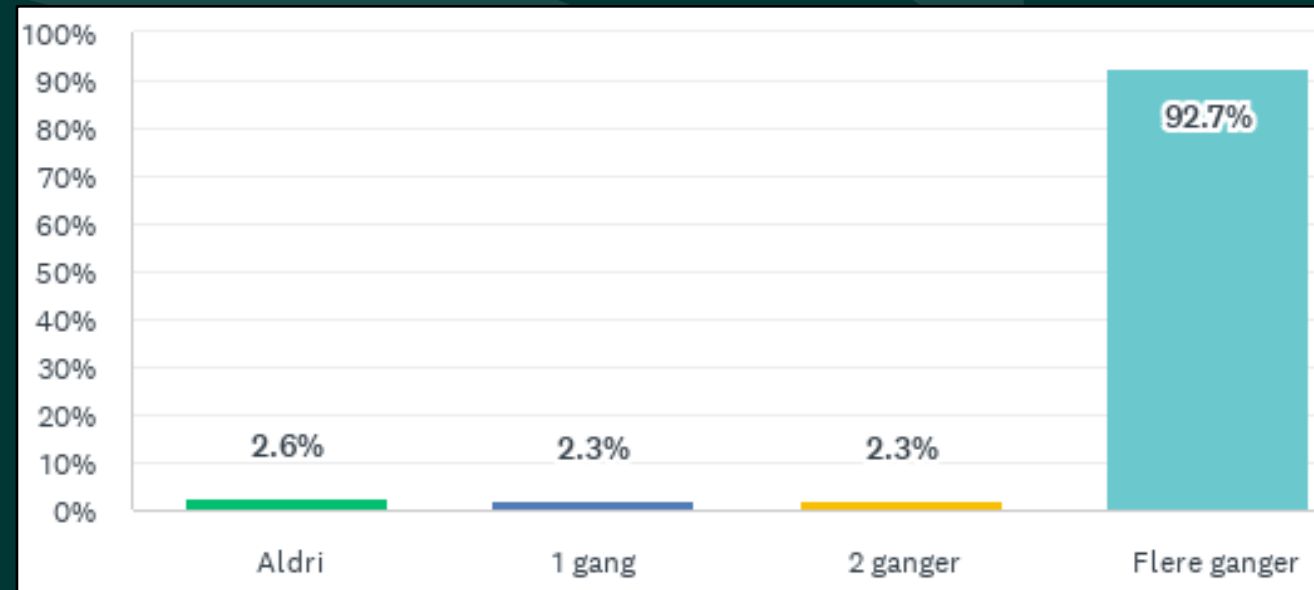
Formålet med reisen



Spm: Hva er hovedformålet med reisen?

Hele 85 % av respondentene hadde ferie/fritid som hovedformålet med reisen.

Og 93 % av gjestene hadde vært på besøk i Vestfold flere en to ganger.



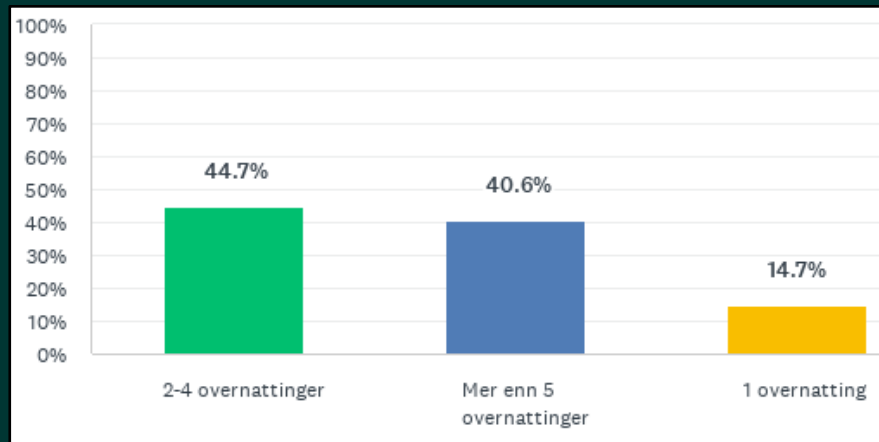
Spm: Har du vært i Vestfold tidligere?

Overnatting

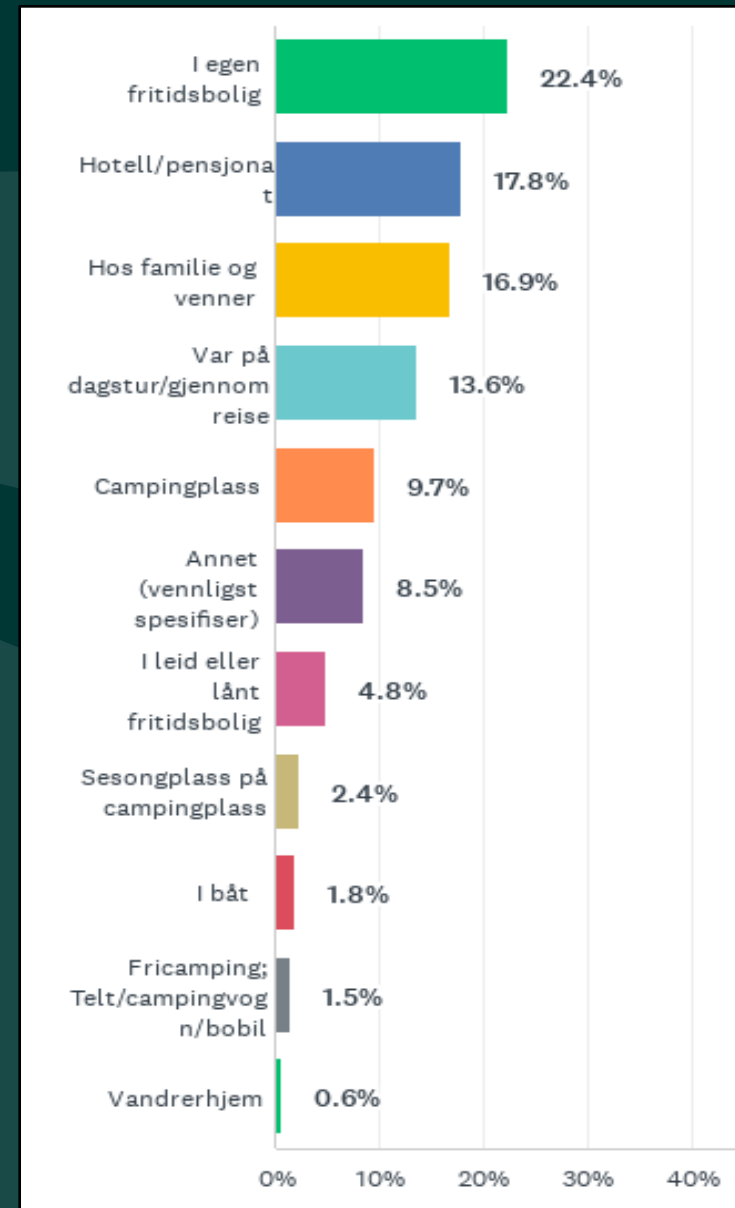
- 22 % overnattet i egen fritidsbolig
- 18 % overnattet på hotell/pensjonat
- 17 % overnattet hos familie og venner
- 14 % svarte de var på gjennomreise/dagstur
- 10 % overnattet på campingplass
- 9 % svarte annet*

45 % tilbrakte 2-4 overnattinger ved denne reisen, mens 41 % tilbrakte mer enn 5 overnattinger.

*De som svart «Annet» svarer at de overnattet hjemme, på hytte, leilighet, skole/folkehøyskole, leid feriehus, Oslofjordens frilufthytter o.l.



Spm: Hvor mange netter totalt har du tilbragt eller vil du tilbringe i Vestfold denne gangen?



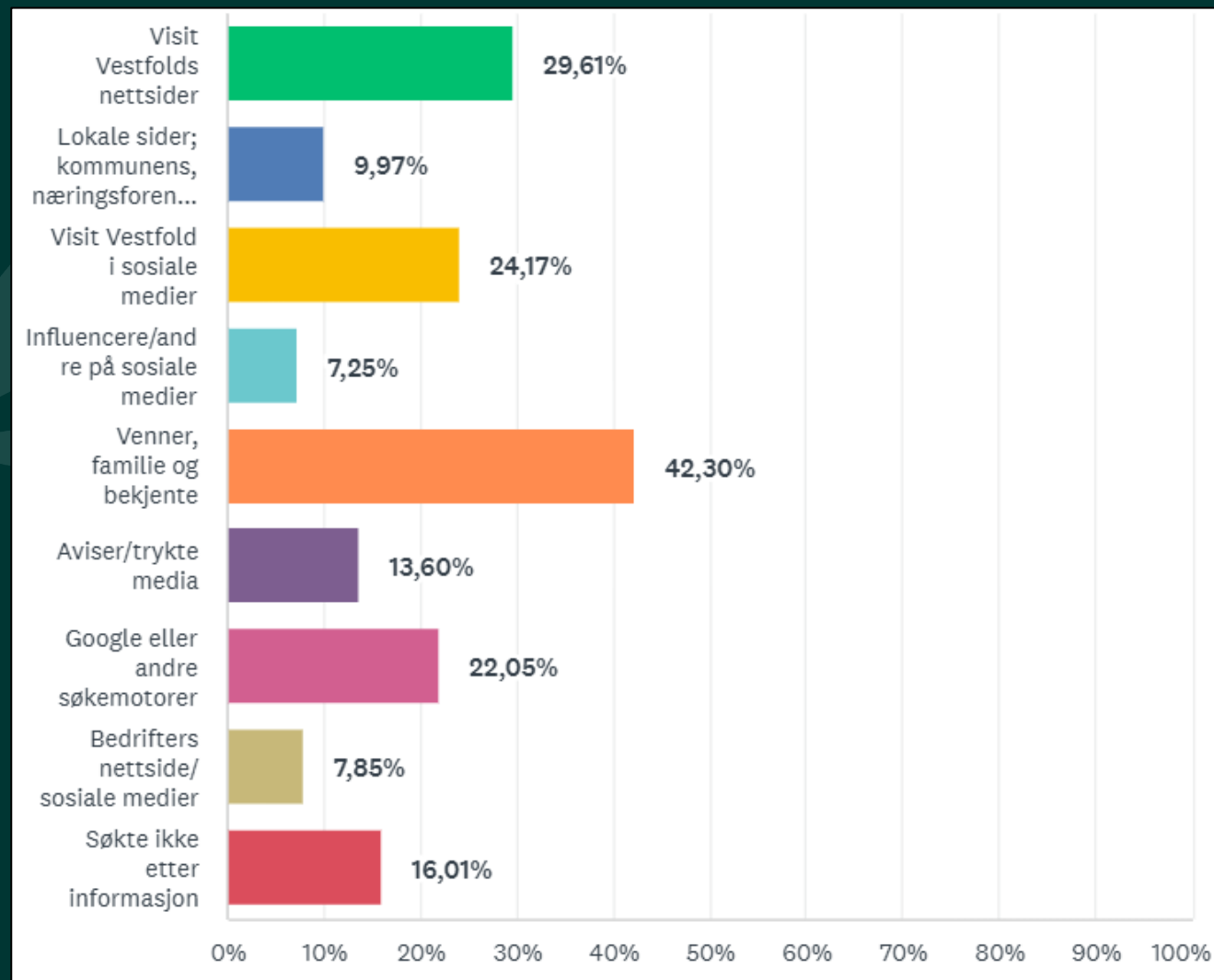
Spm: Hvor overnatter du under ditt opphold?

Informasjon om reisen

På spørsmålet Hvor fant du informasjon om opplevelser og aktiviteter ved reisemålet?

Svarte 54 % fant informasjonen på Visit Vestfolds nettsider eller sosiale medier, 42 % svarte venner, familie og bekjent.

22 % brukte google eller andre søkemotorer for å finne informasjonen de trengte



Spm: Hvor fant du informasjon om opplevelser og aktiviteter ved reisemålet?

Aktiviteter på reisemålet

Aktiviteter

Aktiviteter under besøket

- 71 % gikk turer
- 49 % tok del i aktiviteter ved vann, som bading, kajakk, vannsport og fiske
- 23 % besøkte Færder Nasjonalpark

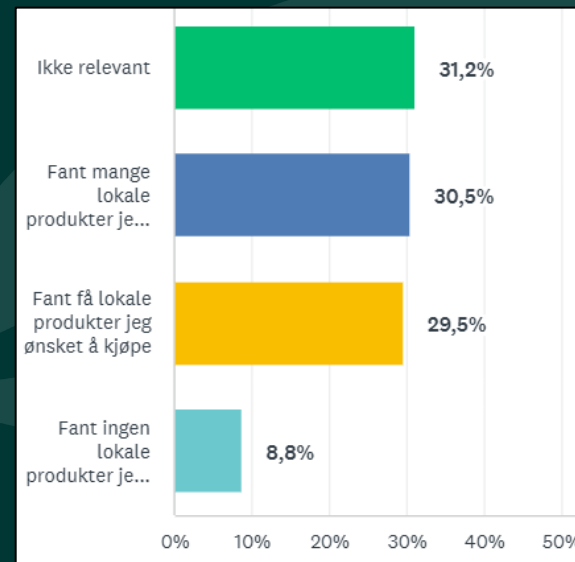
Mat og kultur

- 49 % opplever byen/stedet og livet til lokalbefolkningen
- 42 % deltar på kulinariske eller lokale matopplevelser
- 32 % besøker museum og/eller historiske bygninger og steder

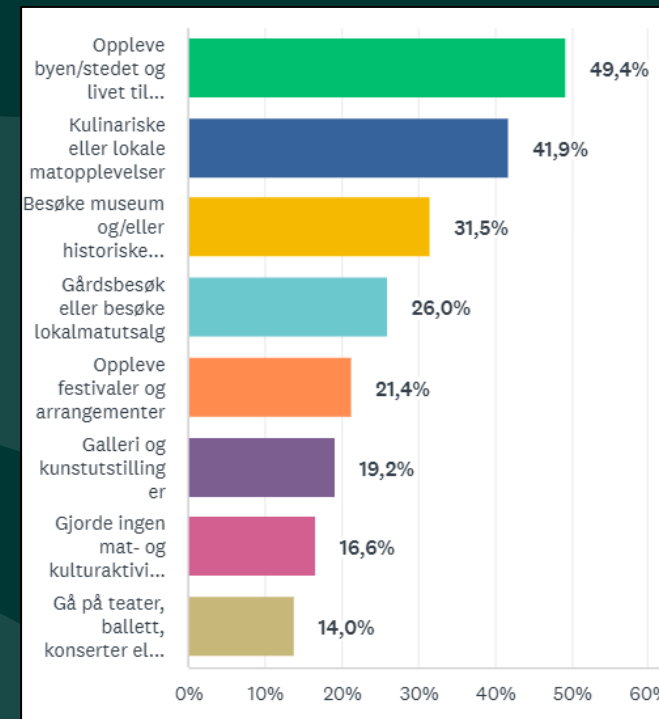
Opplevelsen av utvalget av lokal mat og håndverk var varierende. 31 % så ikke på det som relevant, 31 % fant *mange* lokale produkter de ønsket å kjøpe, mens 30 % fant *få* lokale produkter de ønsket å kjøpe.

Lev for
livet

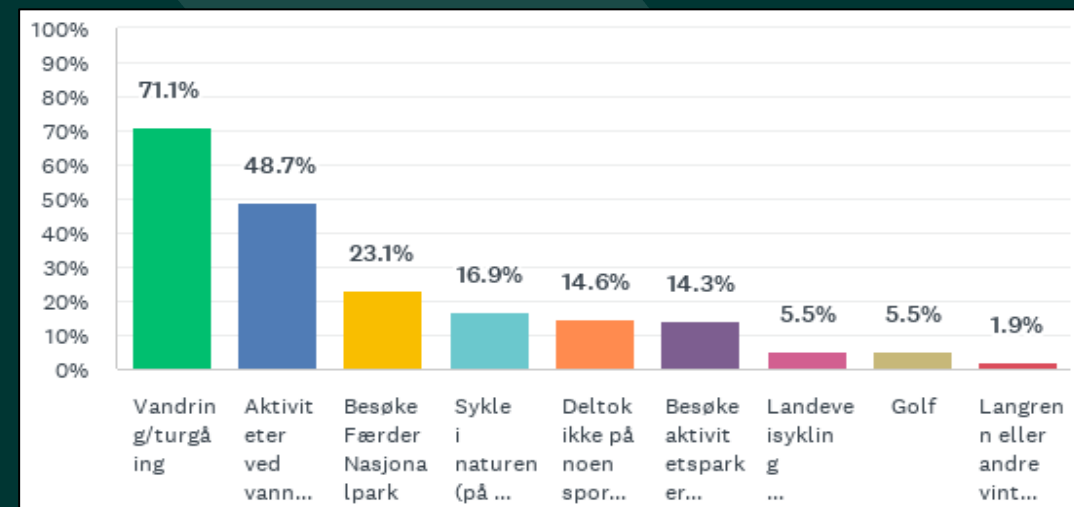
Spm: Hvordan opplever du utvalget av lokal mat og lokalt håndverk?



Spm: Tar du del i noen av mat- og kulturaktivitetene under ditt besøk?



Spm: Hvilke aktiviteter gjør/deltar du på under ditt besøk?



Bærekraft på reisemålet

Bærekraft

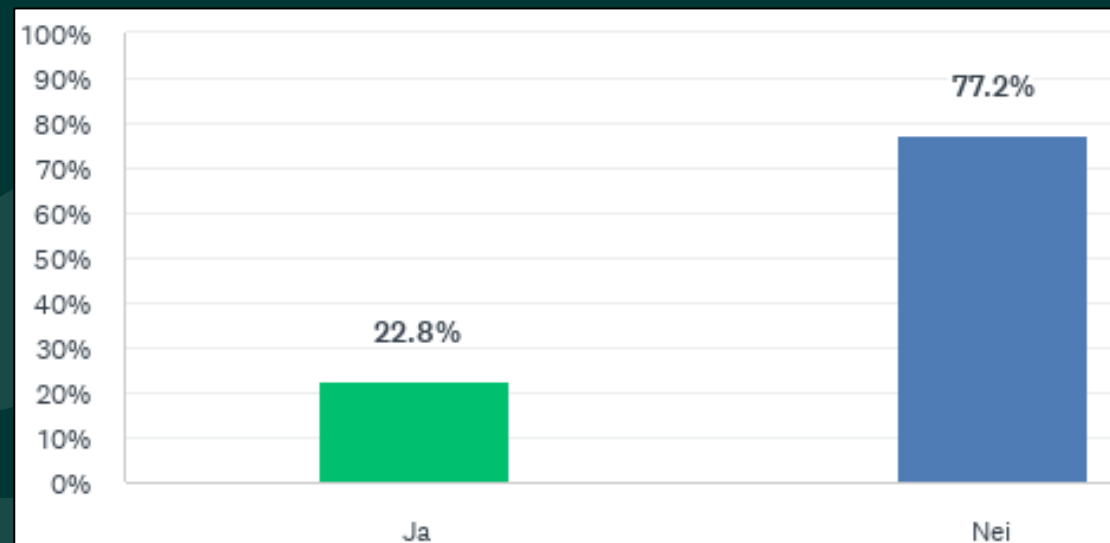
På spørsmål om respondenten har hørt, lest eller mottatt informasjon om bærekraftarbeidet svarer:

77 % nei

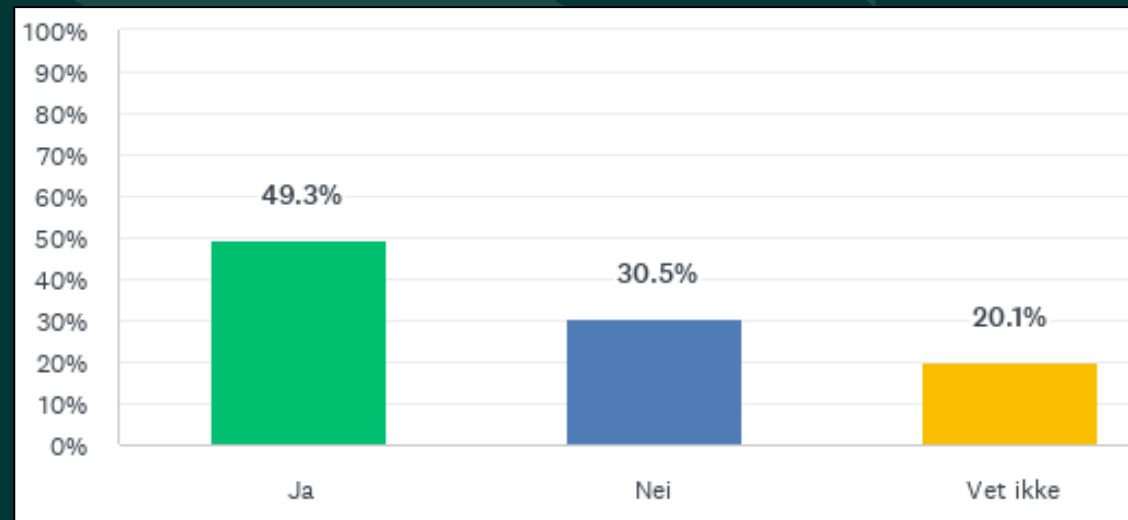
23 % ja

Videre sier 49 % at bærekraft var viktig ved valget av Vestfold som reisemål, mens 30 % sier det ikke hadde betydning.

Spm: Har du hørt, lest eller mottatt informasjon om bærekraftarbeidet i Vestfold?



Spm: Er bærekraft og klima viktig for deg ved valg av Vestfold som reisemål?



Gjestene ble stilt en rekke spørsmål om de var enige eller uenige i følgende påstander:

- Vestfold fremstår som et reisemål som ivaretar natur, miljø, kulturarv og sin lokalbefolkning
 - Her var 71 % litt enige eller svært enige
- Jeg opplevde god lokalkunnskap i Vestfold
 - Her var 64 % litt enige eller svært enige
- Jeg har fått informasjon om hvilke hensyn jeg som gjest må ta
 - Her var 52 % litt enige eller svært enige
- Som besøkende får jeg et godt innblikk i historien og kulturen på stedet
 - Her var 70 % litt enige eller svært enige
- Det er godt skiltet og lett å finne fram i Vestfold
 - Her var 83 % litt enige eller svært enige
- Det er lett å komme seg rundt med buss og tog i Vestfold
 - Her var 38 % litt enige eller svært enige
 - 35 % visste ikke
- Det er viktig for meg at bedriftene jeg besøker er miljøsertifisert
 - Her var 49 % litt enige eller svært enige
 - 30 % svarer *Verken eller*

	SVÆRT UENIG	LITT UENIG	VERKEN ELLER	LITT ENIG	SVÆRT ENIG	VET IKKE	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
Vestfold fremstår som et reisemål som ivaretar natur, miljø, kulturarv og sin lokalbefolkning	2.3% 7	2.7% 8	12.4% 37	26.5% 79	44.3% 132	11.7% 35	298	4.43
Jeg opplevde god lokalkunnskap i Vestfold	1.3% 4	2.0% 6	17.1% 51	23.5% 70	40.3% 120	15.8% 47	298	4.47
Jeg har fått informasjon om hvilke hensyn jeg som gjest må ta	5.7% 17	8.4% 25	19.5% 58	27.5% 82	24.8% 74	14.1% 42	298	4.00
Som besøkende får jeg et godt innblikk i historien og kulturen på stedet	2.4% 7	5.1% 15	14.1% 42	36.7% 109	33.7% 100	8.1% 24	297	4.19
Det er godt skiltet og lett å finne fram i Vestfold	1.3% 4	2.4% 7	9.1% 27	28.6% 85	54.5% 162	4.0% 12	297	4.45
Det er lett å komme seg rundt med buss og tog i Vestfold	7.7% 23	10.8% 32	8.4% 25	20.2% 60	18.2% 54	34.7% 103	297	4.34
Det er viktig for meg at bedriftene jeg besøker er miljøsertifisert	4.4% 13	5.4% 16	27.9% 83	31.0% 92	18.2% 54	13.1% 39	297	3.93

Dette er et obligatorisk spørsmål i merkeordningen Bærekraftig reisemål:

I hvilken grad er du enig i dette utsagnet: *Reisemålet føltes overfylt fordi det er for mange turister der?*

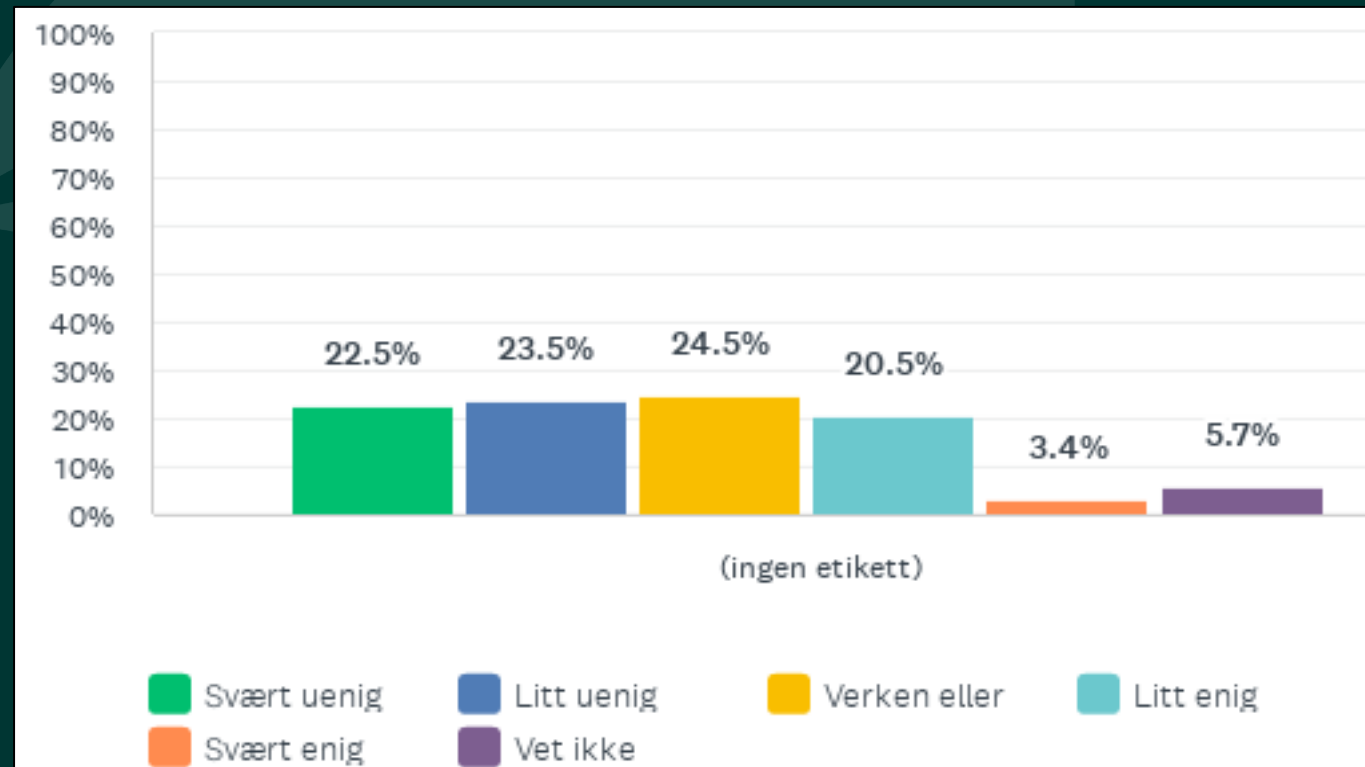
23% er svært uenige i utsagnet.

24% er litt uenige i utsagnet.

21% er litt enige i utsagnet.

3% er svært enige i utsagnet.

Spm: I hvilken grad er du enig i dette utsagnet: Reisemålet føltes overfylt fordi det er for mange turister der?



Tilrettelegging

Spm: Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med tilrettelegging av følgende tilbud på reisemålet?

Gjestene er jevnt over fornøyd med tilbudene på reisemålet.

- 43 % er ganske eller svært fornøyd med tilretteleggingen av offentlig tilgjengelige toaletter
- 62 % er ganske eller svært fornøyd med tilretteleggingen av søppeldunker i sentrumsområder
- 45 % er ganske eller svært fornøyd med tilretteleggingen av søppeldunker i naturområder
- 76 % er ganske eller svært fornøyd med skilting av turstier/turmål
- Tømmestasjon for bobil (84%), lademulighet for el-bil (61%), tømmestasjon for båtseptik (87 %) tilrettelegging for personer med funksjonsnedsettelse (73 %) og skilting av sykkelruter (52 %) fikk så høy svarprosent på svaralternativet *Vet ikke/ikke relevant* at det vil være vanskelig å gi en pekepinn på hva gjestene som bruker tilbudene opplever.

	SVÆRT MISFORNØYD	GANSKE MISFORNØYD	VERKEN ELLER	GANSKE FORNØYD	SVÆRT FORNØYD	VET IKKE/IKKE RELEVANT	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
Offentlig tilgjengelige toaletter	5.6% 16	16.5% 47	16.8% 48	29.5% 84	13.3% 38	18.2% 52	285	5.01
Tømmestasjon for bobil	0.0% 0	1.1% 3	9.1% 25	1.8% 5	4.0% 11	84.0% 231	275	7.45
Lademulighet for el-bil	1.1% 3	4.3% 12	9.6% 27	16.4% 46	7.1% 20	61.4% 172	280	6.70
Søppeldunker i sentrumsområder	0.4% 1	7.4% 21	13.3% 38	44.6% 127	17.5% 50	16.8% 48	285	5.39
Søppeldunker i naturområder	3.2% 9	14.2% 40	18.9% 53	33.5% 94	11.0% 31	19.2% 54	281	5.12
Tømmestasjon for båtseptik	1.1% 3	2.5% 7	5.7% 16	2.8% 8	1.4% 4	86.6% 245	283	7.47
Tilrettelegging for personer med funksjonsnedsettelse	0.0% 0	4.9% 14	9.5% 27	8.1% 23	4.6% 13	72.9% 207	284	7.04
Skilting av turstier/turmål	0.7% 2	1.8% 5	8.1% 23	44.9% 127	30.4% 86	14.1% 40	283	5.59
Skilting av sykkelruter	0.4% 1	5.3% 15	10.2% 29	21.5% 61	10.6% 30	52.1% 148	284	6.45

Den samlede opplevelsen

Den samlede opplevelsen på reisemålet

På en skala fra 0 til 10, der 0 er svært misfornøyd og 10 er svært fornøyd, hvor fornøyd eller misfornøyd er du totalt sett med den samlede opplevelsen på reisemålet?

51 % har gitt en vurdering mellom 9-10,
43 % har gitt en vurdering mellom 7-8, mens
6 % har gitt en vurdering fra 0-6.

På en skala fra 0 til 10, der 0 er i svært liten grad og 10 er i svært stor grad, i hvilken grad vil du anbefale reisemålet for andre?

61 % har gitt en vurdering mellom 9-10,
30 % har gitt en vurdering mellom 7-8, mens
9 % har gitt en vurdering fra 0-6.

Spm: På en skala fra 0 til 10, der 0 er svært misfornøyd og 10 er svært fornøyd, hvor fornøyd eller misfornøyd er du totalt sett med den samlede opplevelsen på reisemålet?

	0 SVÆRT MISFØRNØYD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 SVÆRT FORNØYD	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNITT
(ingen etikett)	0.4%	0.0%	0.0%	0.4%	0.7%	0.7%	3.6%	12.9%	30.1%	17.2%	34.1%	279	8.56
	1	0	0	1	2	2	10	36	84	48	95		

Spm: På en skala fra 0 til 10, der 0 er i svært liten grad og 10 er i svært stor grad, i hvilken grad vil du anbefale reisemålet for andre?

	0 SVÆRT LITEN GRAD	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 SVÆRT STOR GRAD	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNITT
(ingen etikett)	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	2.9%	5.0%	6.8%	22.9%	13.3%	47.7%	279	9.76
	1	0	0	0	3	8	14	19	64	37	133		

Fritidsbolig- og campinggjesten

Lev for
livet

Visit Vestfold 

Fritidsbolig- og campinggjesten

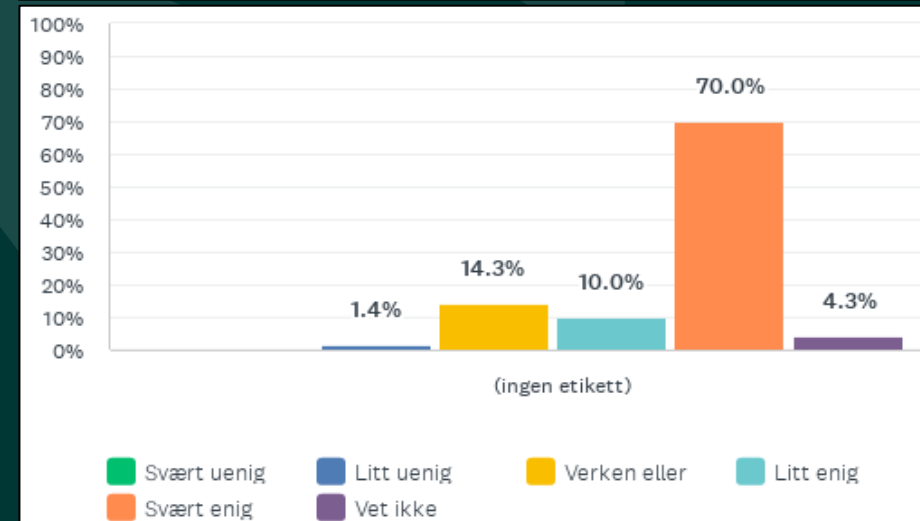
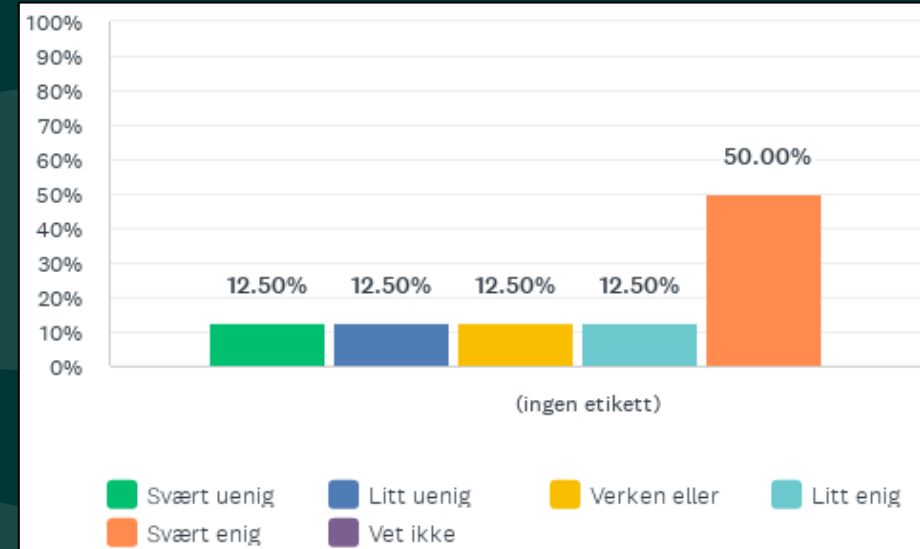
Fritidsboligeiere og campinggjester med sesongplass fikk egne bolker med spørsmål, for å kunne kartlegge de faste gjestene våre.

I hvilken grad er du enig i dette utsagnet: *Jeg opplever at lokalbefolkningen er positive til meg som fritidsboligeier/campinggjest?*

50 % av campinggjestene* og 70 % av fritidsboligeierne var svært enige i at lokalbefolkningen var positive til de på reisemålet.

*Kun 8 personer svarte på spørsmål om campinggjest på sesongplass. Dette kan skyldes at vi også hadde et alternativ under overnatting med kun *Campingplass* – her tror vi flere med sesongplass også har svart, og da ikke fått spørsmålene rettet direkte mot campinggjester med fast plass.

Spm: I hvilken grad er du enig i dette utsagnet:
Jeg opplever at lokalbefolkningen er positive til meg som campinggjest?



Spm: I hvilken grad er du enig i dette utsagnet:
Jeg opplever at lokalbefolkningen er positive til meg som eier av fritidsbolig?

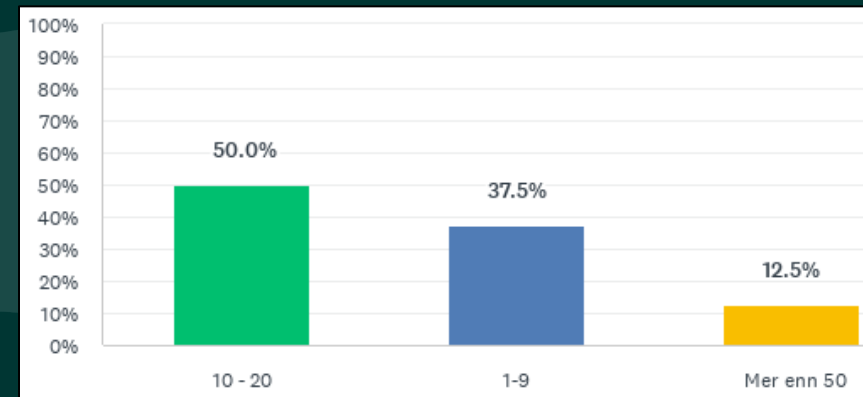
Overnattingsdøgn

På spørsmålet *Hvor mange døgn i året bruker du campingvogn/fritidsboligen?*

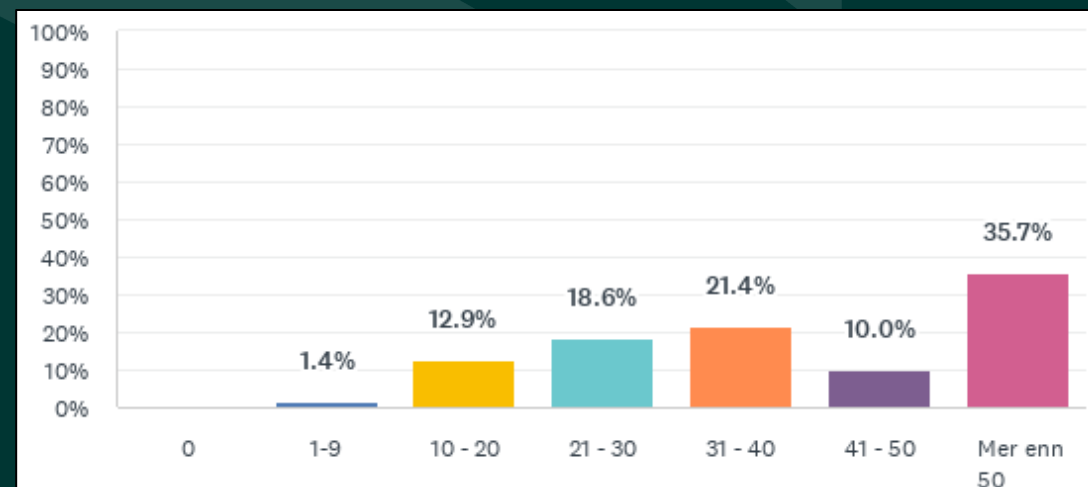
Svarte 50 % av campingvogneierne at de brukte den 10-20 døgn i året

Fritidsboligeierne bruker fritidsboligen ofte, 46 % sier de bruker fritidsboligen med enn 40 døgn i året.

Spm: Hvor mange døgn i året bruker du campingvognen?



Spm: Hvor mange døgn i året bruker du fritidsboligen?



Transport

Vi spurte campinggjestene om *hvilket hovedtransportmiddel de benyttet mest under oppholdet?*

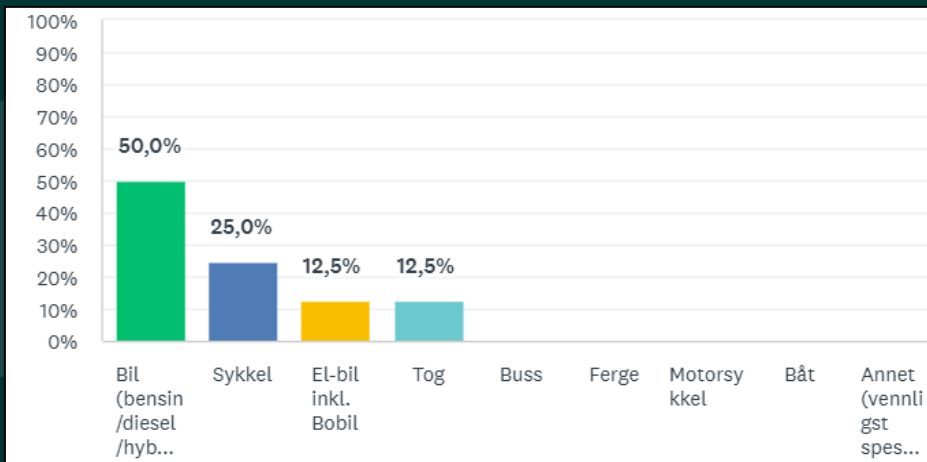
Halvparten svarte bil (bensin, diesel, hybrid), men 25 % svarte sykkel.

Fritidsboligeierne reist vanligvis med bil til fritidsboligen, her kom fossildrevet bil og El-bil ganske likt ut.

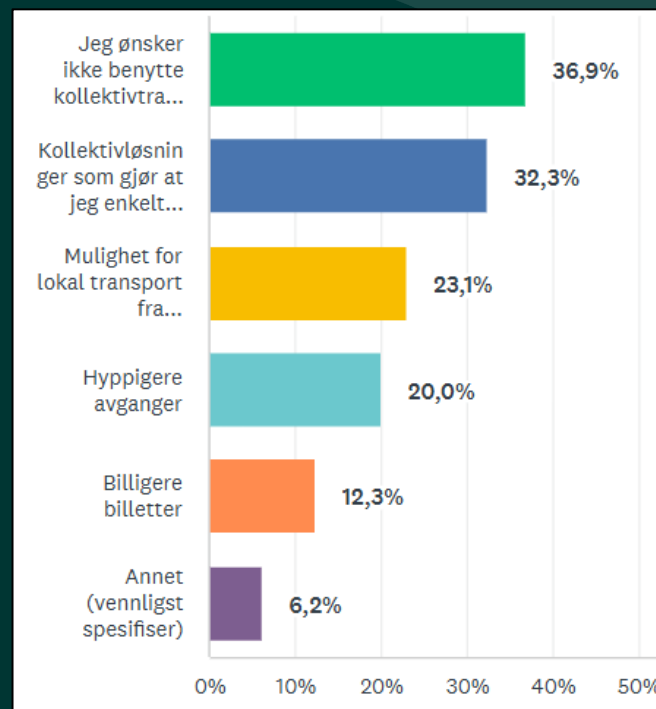
På spørsmål om *hva som skulle til for at fritidsboligeierne ville velge kollektivtransport til og fra fritidsboligen* svarte 37 % at de ikke ønsket å benytte kollektivtransport og 32 % at det måtte være *kollektivløsninger som gjør at jeg enkelt kommer helt frem til fritidsboligen*. 23 % ville benyttet kollektivtransport om det var *mulighet for lokal transport fra fritidsboligen og til butikken eller andre steder jeg ønsker under oppholdet*.

Lev for
livet

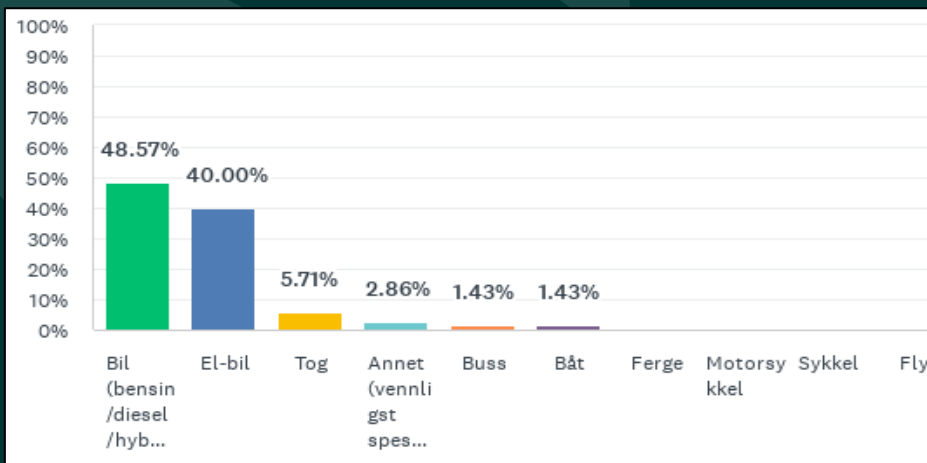
Spm: Hvilket hovedtransportmiddel benytter du mest under oppholdet?



Spm: Hva skal til for at du velger kollektivtransport til og fra fritidsboligen?



Spm: Hvordan reiser du vanligvis til og fra fritidsboligen?

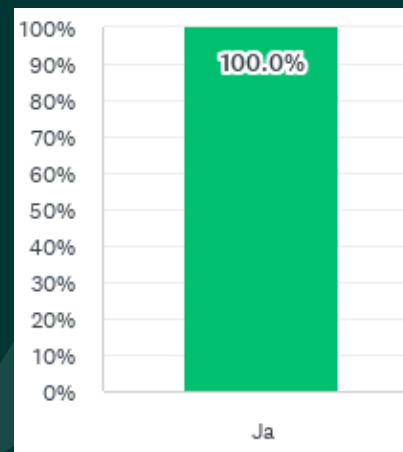


Kildesortering

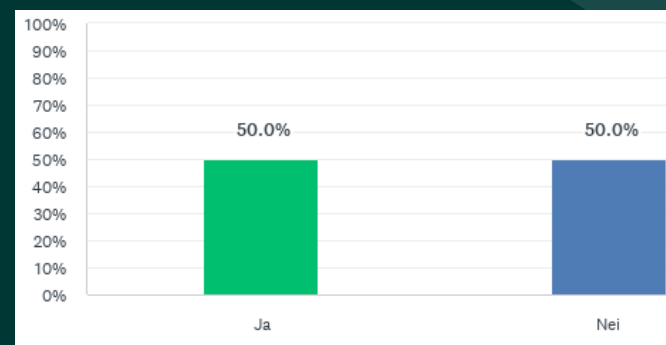
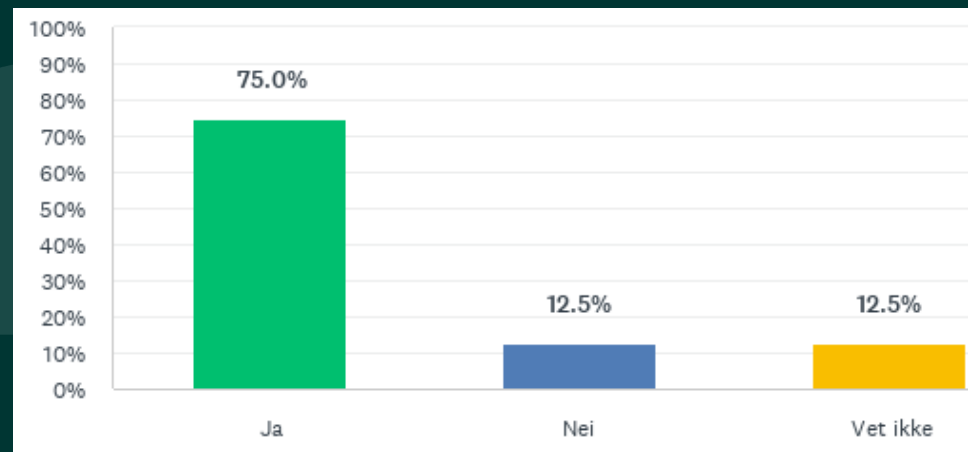
75 % av campinggjestene og 93 % av melder at det er tilrettelagt for kildesortering med min. 3 fraksjoner i eller i nærheten.

De som svarte *nei* eller *vet ikke*, fikk spørsmålet om de ønsket kildesortering. Her svarte alle campinggjestene *ja*, mens det var 50/50 hos fritidsboligeierne. Det må nevnes at dette spørsmålet fikk svært få respondenter.

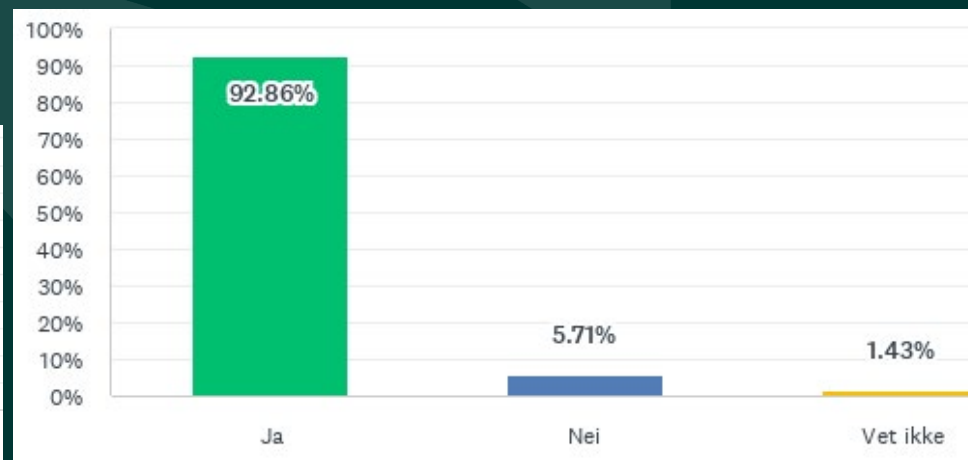
Spm: Ønsker du at det innføres kildesortering ved din campinglass?



Spm: Er det tilrettelagt for kildesortering med min. 3 fraksjoner på eller i nærheten av din campinglass?



Spm: Ønsker du at det innføres kildesortering i nærheten av din fritidsbolig?



Spm: Er det tilrettelagt for kildesortering med min. 3 fraksjoner i eller i nærheten av din fritidsbolig?

Spm: Hvor fornøyd er du med tilretteleggingen for deg som campinggjest i Vestfold?

	SVÆRT MISFORNØYD	GANSKE MISFORNØYD	VERKEN ELLER	GANSKE FORNØYD	SVÆRT FORNØYD	IKKE RELEVANT	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
Bredbånd/fiber/mobildekning	0.0% 0	0.0% 0	12.5% 1	37.5% 3	37.5% 3	12.5% 1	8	4.29
Lademuligheter for el.bil	0.0% 0	0.0% 0	25.0% 2	12.5% 1	25.0% 2	37.5% 3	8	4.00
Åpningstider på miljøstasjon/avfallsmottak	0.0% 0	0.0% 0	12.5% 1	12.5% 1	25.0% 2	50.0% 4	8	4.25
Kollektivtilbud	12.5% 1	0.0% 0	0.0% 0	25.0% 2	0.0% 0	62.5% 5	8	3.00
Tilgang til strandsonen	12.5% 1	0.0% 0	0.0% 0	25.0% 2	62.5% 5	0.0% 0	8	4.25
Aktivitets- og opplevelsestilbud i nærområdet	0.0% 0	0.0% 0	25.0% 2	50.0% 4	25.0% 2	0.0% 0	8	4.00

Tilrettelegging

Campinggjestene og fritidsboligeierne er jevnt over *svært fornøyd* eller *ganske fornøyd* med tilretteleggingen på reisemålet.

Kollektivtilbudet kommer noe dårligere ut for fritidsboligeierne. Campinggjestene ser ikke på kollektivtilbudet som relevant.

Både campinggjestene og fritidsboligeierne er *svært fornøyd* med tilgangen til strandsonen.

	SVÆRT FORNØYD	GANSKE FORNØYD	VERKEN ELLER	GANSKE MISFORNØYD	SVÆRT MISFORNØYD	IKKE RELEVANT	TOTALT	VEKTET GJENNOMSNIITT
Bredbånd/fiber/mobildekning	31.9% 22	29.0% 20	17.4% 12	7.2% 5	8.7% 6	5.8% 4	69	2.28
Lademuligheter for el.bil	21.2% 14	19.7% 13	18.2% 12	3.0% 2	3.0% 2	34.8% 23	66	2.19
Kollektivtilbud	6.0% 4	25.4% 17	19.4% 13	17.9% 12	19.4% 13	11.9% 8	67	3.22
Åpningstider på miljøstasjon/avfallsmottak	37.7% 26	27.5% 19	15.9% 11	4.3% 3	1.4% 1	13.0% 9	69	1.90
Tilgang til strandsonen	72.1% 49	17.6% 12	1.5% 1	1.5% 1	1.5% 1	5.9% 4	68	1.33
Aktivitets- og opplevelsestilbud i nærområdet	40.6% 28	33.3% 23	20.3% 14	0.0% 0	0.0% 0	5.8% 4	69	1.78

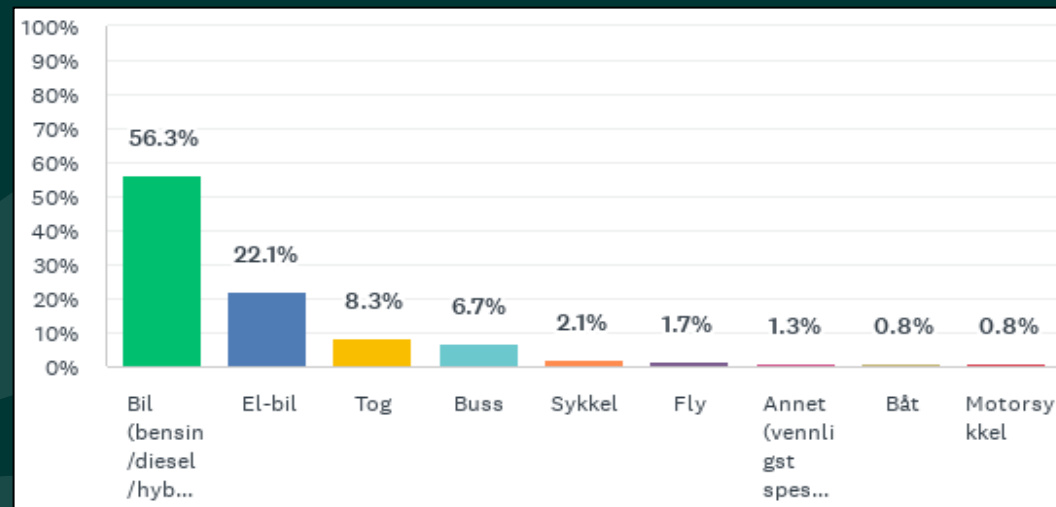
Spm: Hvor fornøyd er du med tilretteleggingen for deg som eier av fritidsbolig i Vestfold?

Transport

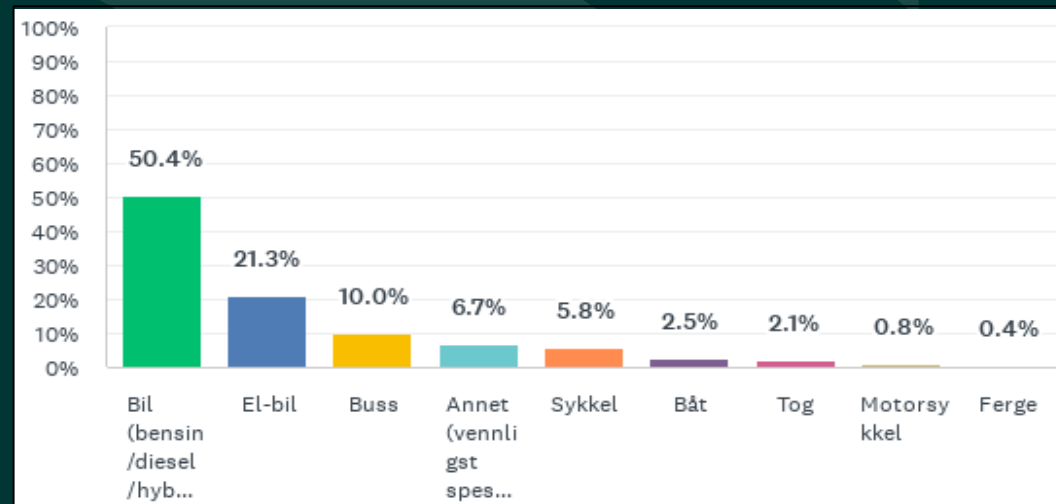
56 % av gjestene benyttet fossildrevet bil for å reise til og fra reisemålet. 22 % benyttet el-bil.

Det er lignende tall for hovedtransportmiddel under oppholdet, 50 % benyttet fossilbil og 21 % el-bil. Her er det noen flere som benyttet buss – 10 % og sykkel – 6 %.

Spm: Hvilket hovedtransportmiddel benytter du for å reise til og fra reisemålet?



Spm: Hvilket hovedtransportmiddel benytter du under oppholdet?



Åpne spørsmål og råd

Hva er du mest fornøyd med under besøket ditt?

Naturopplevelser i Vestfold

Generelt sett var gjestene svært fornøyde med naturopplevelsene og nærheten til sjøen i Vestfold. Mange skriver om byene/tettsteder men enda flere nevner nærhet til sjø og kystnatur. Det er få eller ingen svar om indre strøk i Vestfold. Hovedfunnene viser at respondentene nyter en rekke positive naturopplevelser i området, inkludert:

- Nydelige kystlandskaper, strender og øyer i skjærgården, som gir ro, avslapning og muligheter for friluftsliv som turer, bading, sykkel og båtliv.
- Korte avstander mellom kystbyene og tettsteder, som gjør det lett å utforske ulike naturområder og lokale tilbud.
- Et godt utviklet tilbud av servicetilbud, aktiviteter, attraksjoner og severdigheter i kystbyene og områdene rundt, som gir et variert opplevelsestilbud. –
- Godt klima og da typisk sommerværet, som legger til rette for mange naturopplevelser. - Ikke veldig mange gjester sier noe om de kjente stedene som Farrisvannet og Bøkeskogen



Sterke bånd til naturen og tilbakevendende glede

- Mange har sterke følelsesmessige bånd til hytter og områder de har besøkt i mange år. Nærhet til natur, korte avstander, varierte opplevelser og trivelige mennesker fremheves som hovedgrunner til at respondentene stortrives i Vestfold-området og vender tilbake dit gjentatte ganger. Det kan også virke som at gjestene anerkjenner at det er lagt til rette for gjesters turmuligheter med skilting og komprimerte aktiviteter og opplevelser.

Mat og kultur

Svarene gir, noe overraskende, lite informasjon om de forskjellige festivalers og andre kulturtilbuds innvirkning på gjesters opplevelse av Vestfold. Derimot er det svært mange som trekker fram god lokal mat og matkultur. Dette verdsettes svært høyt av respondentene. Kombinasjon av mat og tur faller i smak, og dette er såpass uttalt at det trumfer det meste av andre opplevelser som ikke går direkte på natur og skjærgård. Hyggelig og serviceinnstilt lokalbefolkning som bidrar til en trivelig atmosfære. Dette er beskrevet av såpass mange gjester at det er verdt å merke seg.

Hva er du mest fornøyd med? Forslag til interne fokusområder

1. Naturopplevelser og betydningen av nærheten til kyst, hav og skjærgård for turister og fritidsbrukere.
2. Betydningen av lokal mat, kafeer og restauranter for besøkendes opplevelse og tilfredshet.
3. Hvordan integreringen av naturområder og urbane elementer i destinasjonen påvirker besøkendes opplevelse.
4. Turister og lokalbefolkningens opplevelse av service, infrastruktur og tilgjengelighet i destinasjonen.
5. Hvilken rolle arrangement, festivaler og kulturelle tilbud spiller for besøkendes totalopplevelse.
6. Hvordan hyttelivet, mulighetene for sjø- og badeliv, samt nærhet til golftilbud påvirker fritidsbruken og opplevelsen i destinasjonen.
7. Matopplevelser og lokal gastronomi: Undersøkelser av matkultur ved sjøkanten, inkludert betydningen av lokal matproduksjon, kulinariske opplevelser og gastronomisk turisme.
8. Kulturelle arrangementer og opplevelsesøkonomi: Studier av hvordan kulturelle arrangementer, konserter, festivaler og lokale attraksjoner bidrar til å øke turistenes opplevelser og økonomisk aktivitet i regionen.

Hva bør bli bedre?



Forbedringspotensial og ønsker

Respondentene peker på noen områder med forbedringspotensial. Noen trekker fram behovet for bedre skilting og informasjon om severdigheter, turmuligheter og offentlige toaletter. Andre påpeker at det er behov for flere aktiviteter, spesielt rettet mot barnefamilier, samt et ønske om mer variasjon i restauranttilbudet. Noen etterlyser også bedre kollektivtilbud, spesielt mellom enkelte lokalsamfunn. Videre kommer det fram at det er et ønske om å bevare lokal arkitektur og kulturuttrykk, samt ta vare på natur og kystlinje. Enkelte peker også på utfordringer knyttet til parkering, generelt over hele fylket. Men noen påpeker også at det er utfordringer spesielt for bobiler og campingvogner.

Søppelhåndtering og renhold

Når det gjelder søppelhåndtering, er det blandede tilbakemeldinger. Noen trekker fram at det er utfordringer med overfylte søppelkasser, særlig i høysesong, mens andre er savner mere tjenester i forhold til tømning av båter. Avslutningsvis kommer det fram at de fleste besøkende er generelt svært fornøyd med opplevelsen av Vestfold, og at det bare er mindre justeringer og forbedringer som etterlyses utover kollektivtilbudet.

Hva bør bli bedre? Forslag til interne fokusområder

1. Undersøke om aktiviteter for barn er tilstrekkelige
2. Undersøke hvordan bedre skilting til turistmål og tilgang til toaletter på turistattraksjoner kan øke turistopplevelsen og tilfredsheten.
3. Utforske muligheter for å utvide sykkelveinettverket i skog og natur, samt tilby aktiviteter for barn, samtidig som tilgjengeligheten til tivoli i sentrum begrenses.
4. Studere effekten av merking av alternative sykkelruter for å øke bruken av sykler og fremme bærekraftig transport i området.
5. Forske på hvordan lokal matopplevelser kan markedsføres bedre for å tiltrekke flere besøkende og øke turismen.
6. Utforske muligheter for å forbedre tilgangen til offentlige toaletter og søppeltømming og å opprettholde rensligheten og miljøet.
7. Studere hvordan utvidelse av aktivitetstilbud og kulturarrangementer kan øke engasjement og tilfredshet.
8. Undersøke hvordan bedre informasjon og skilting om lokale arrangementer kan øke besøkendes deltakelse og opplevelse av områdets kulturtilbud.
9. Undersøke om prisnivået på mat, drikke og hotellovernattinger er riktig for å øke tilgjengeligheten og attraktiviteten for besøkende i regionen.