



**Bærekraftig  
Reisemål**  
Vi er i gang

# Gjesteundersøkelse for Asker

2025



**Bærekraftig  
Reisemål**  
Vi er i gang

# 1. Bakgrunn og Metode

**Bakgrunn:** Gjesteundersøkelsen for Asker kommune ble gjennomført i perioden juni til november 2025. Gjesteundersøkelsen er en del av arbeidet med etableringen av [Merket for Bærekraftig reisemål](#). I den sammenheng gjennomføres det i tillegg en spørreundersøkelse for medlemmene i Visit Greater Oslo, samt en for innbyggere i Asker kommune.

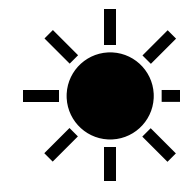
**Distribusjon og metode:** Gjesteundersøkelsen ble gjennomført som en digital spørreundersøkelse. Viktige distribusjonskanaler har vært link til undersøkelsen på sosiale medier (Visit Asker og Bærum sin facebook-side og Instagram), flyers, samt dele undersøkelsen med nyhetsbrevet til Asker Live 2025. Plakater med tekst og QR-koden har også blitt brukt for å distribuere undersøkelsen på utvalgte steder hvor man treffer besøkende.

**Gjennomføring:** Undersøkelsen ble gjennomført på norsk og engelsk.

**Analyse:** Denne rapporten presenterer sentrale funn fra gjesteundersøkelsen, basert på svar fra totalt 167 besøkende. Resultatene gir en indikasjon på hvordan besøkende til Asker opplevde sitt opphold i området sommeren og høsten 2025. Undersøkelsen er ikke representativ for alle besøkende til regionen, men gir likevel et verdifullt bilde av hvordan en del av gjestene vurderer Asker som reisemål.



167 besøkende  
gjennomførte  
undersøkelsen

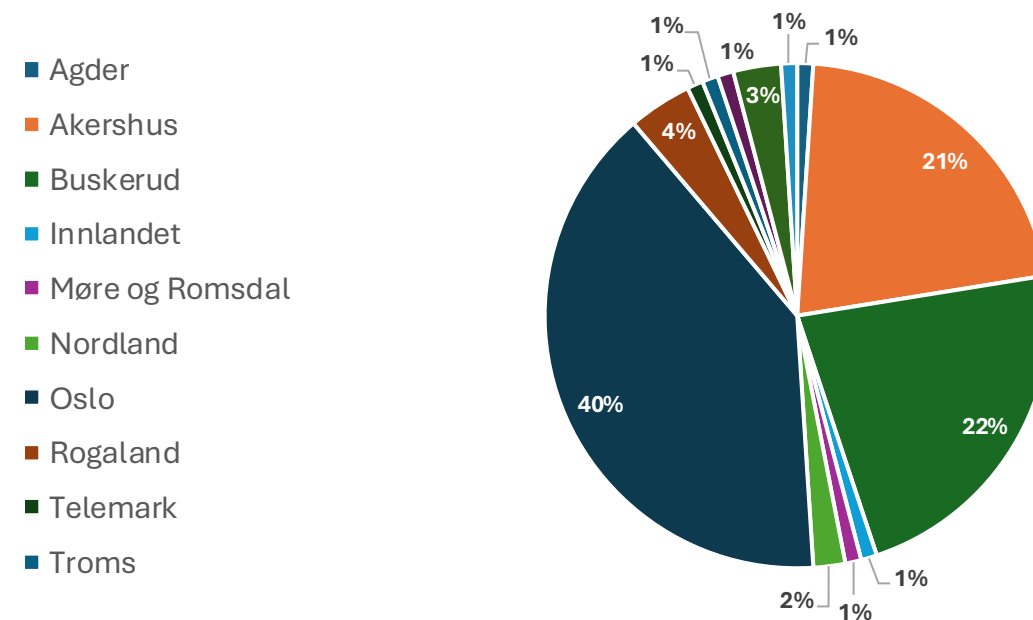


Fra juni til  
november 2025

## 2.1 Respons

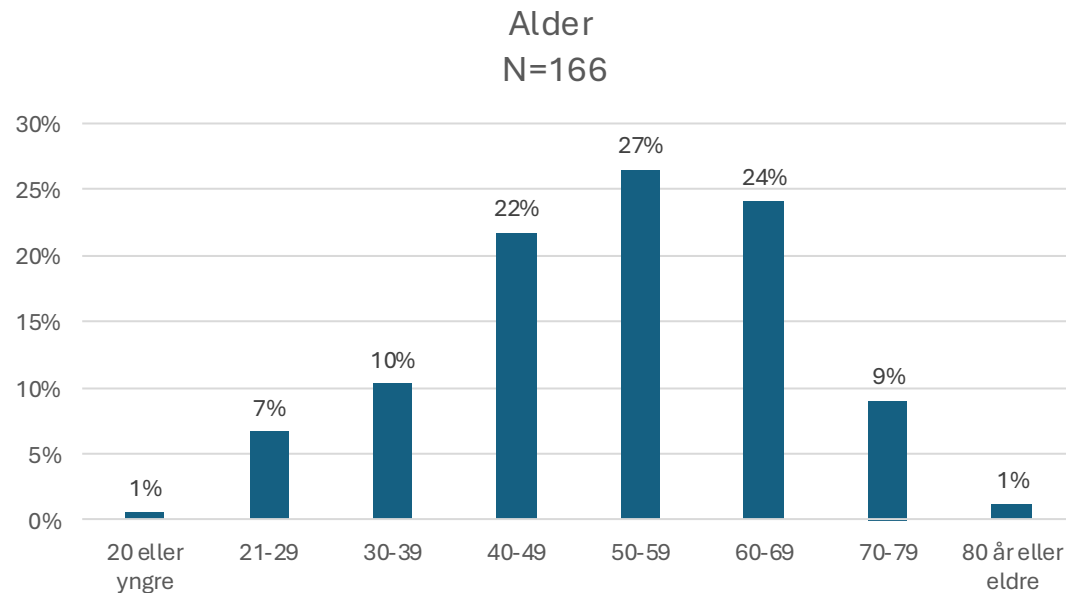
- Totalt 167 gjennomførte gjesteundersøkelsen. Av de var 62% tilreisende og ikke bosatt i Asker. Asker er en stor kommune som satser på nærturisme og ønsker at lokalbefolkningen skal bruke egen kommune. Derfor har undersøkelsen vært åpen for innbyggere i Asker sett fra et gjesteperspektiv.
- 96% av respondentene er norske
- Nesten halvparten av respondentene som bodde i Asker er bosatt i nærheten av Asker sentrum (46%).
- 40% av de besøkende er fra Oslo, mens 21 % er fra Akershus (utenom Asker), og 22% Buskerud.

Hvilket fylke bor du i?  
n=98

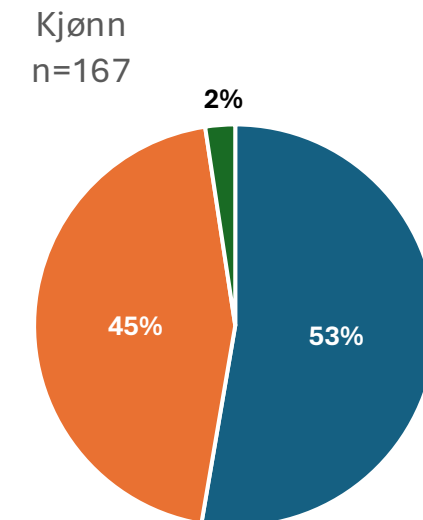


## 2.2 Alder og kjønn

- Det er flest respondenter i alderen 50-59 år og en ganske jevn fordeling mellom kvinner og menn.

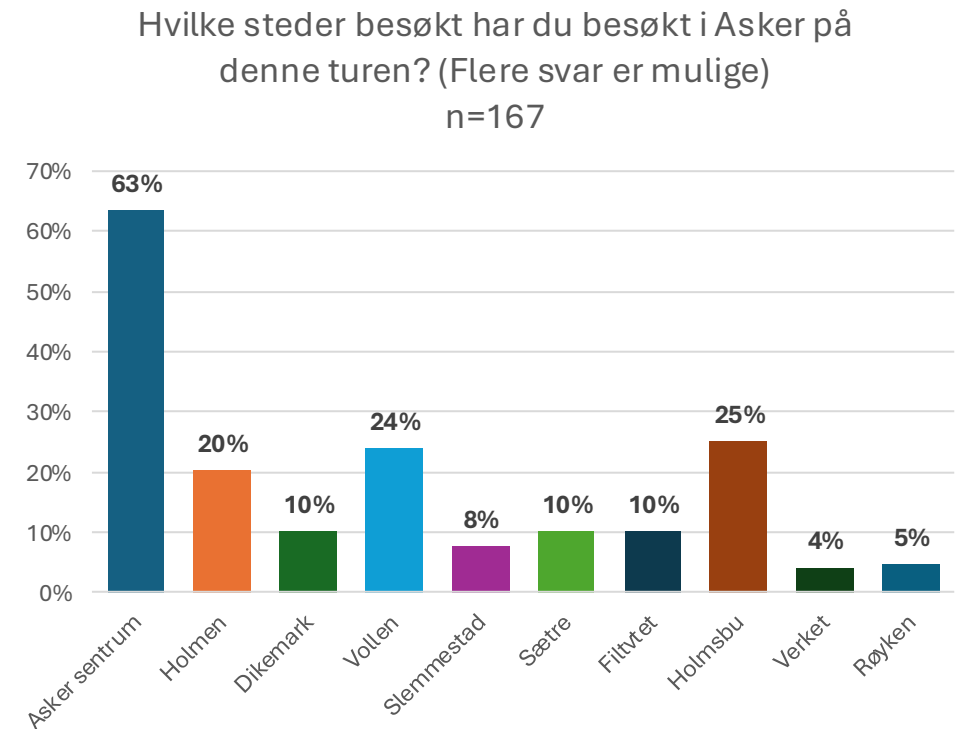


■ Kvinne  
■ Mann  
■ Ønsker ikke å oppgi



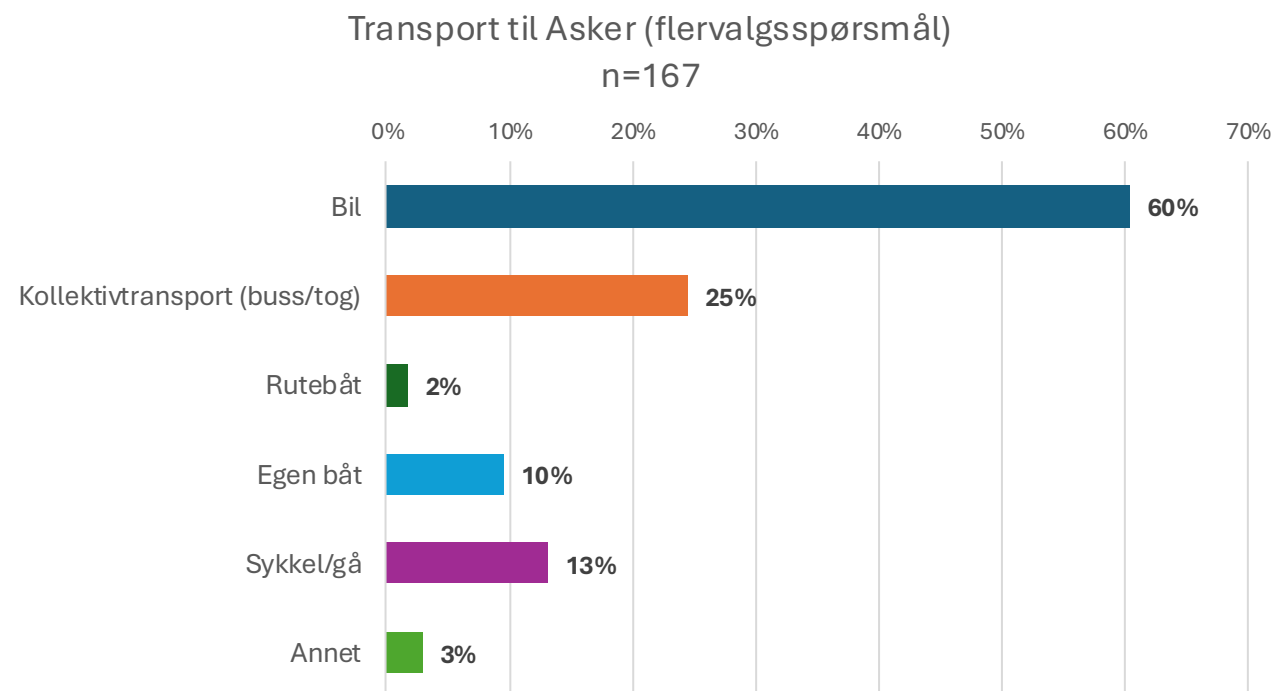
## 2.3 Om reisen til Asker

- Hovedformålet med reisen til Asker er primært ferie og fritid (60%) etterfulgt av å besøke venner eller familie (26%) og kombinasjon av forretninger og fritid (11%).
- 94% har vært i Asker flere enn to ganger tidligere, mens 3% er i Asker for første gang.
- Respondentenes mest besøkte steder er Asker sentrum (63%), Holmsbu (25%) og Vollen (24%).



## 2.4 Transport og overnatting

- 60% reiste til Asker med bil, mens 25% kom med tog eller buss. 13% syklet eller gikk.
- 57% overnattet innad i kommunen under besøket.
- Flertallet (43%) overnattet hos venner og/eller familie, mens 29% overnattet i egen eller lånt fritidsbolig. 12% sov på hotell.

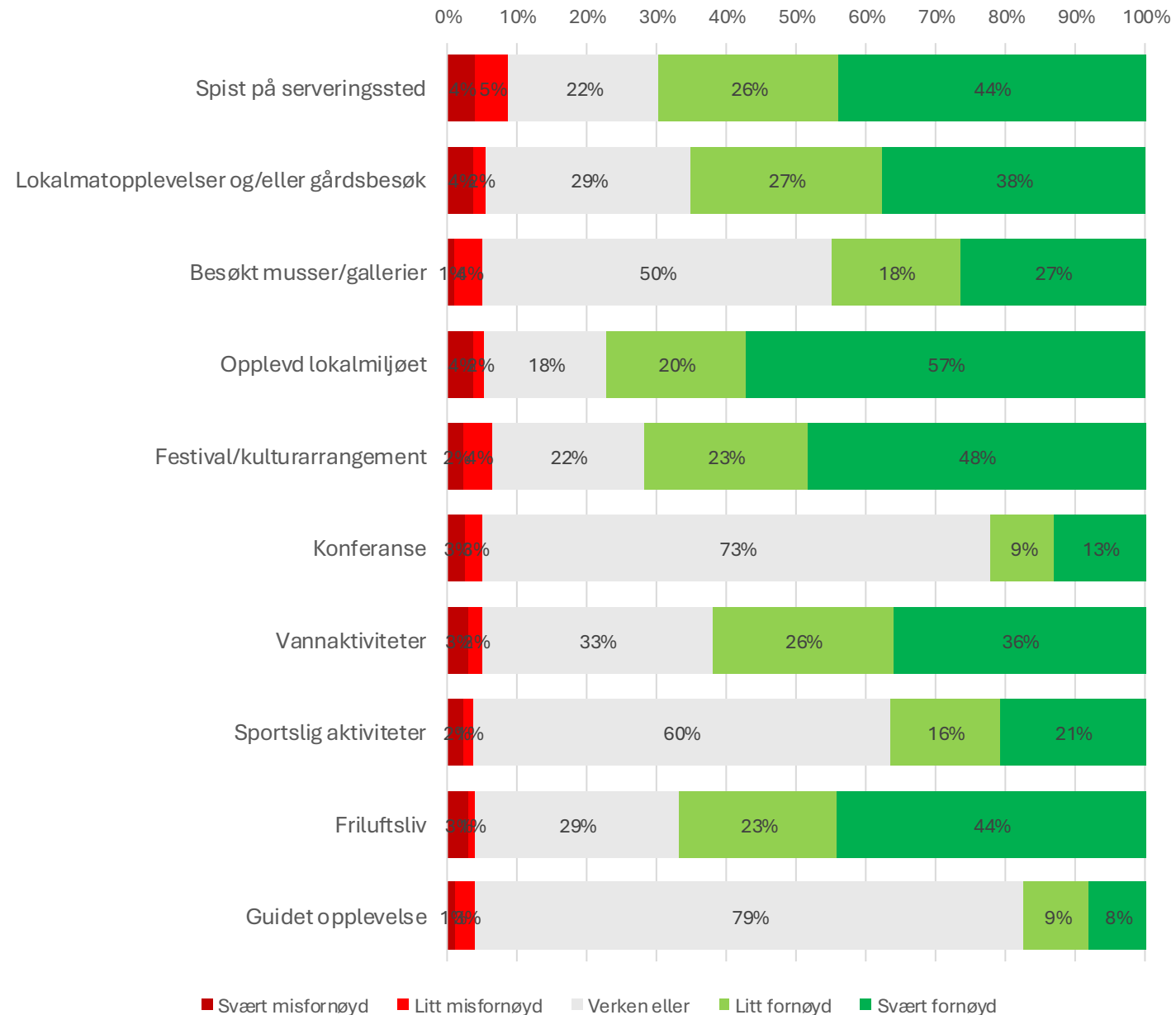


## 2.5 Tilfredshet med aktiviteter

- Gjestene er fornøyde med sin opplevelse av lokalmiljøet i Asker (77%), samt delta på kulturarrangement og friluftslivet (71%).
- Undersøkelsen viser også en høy tilfredshet med matopplevelsene Asker har å tilby, der hvor 70% er fornøyde med spise på serveringssted, og 65% er fornøyde med lokalmatopplevelsene.

Hvor fornøyd er du med aktivitetene du har deltatt på i regionen?

n=75-131





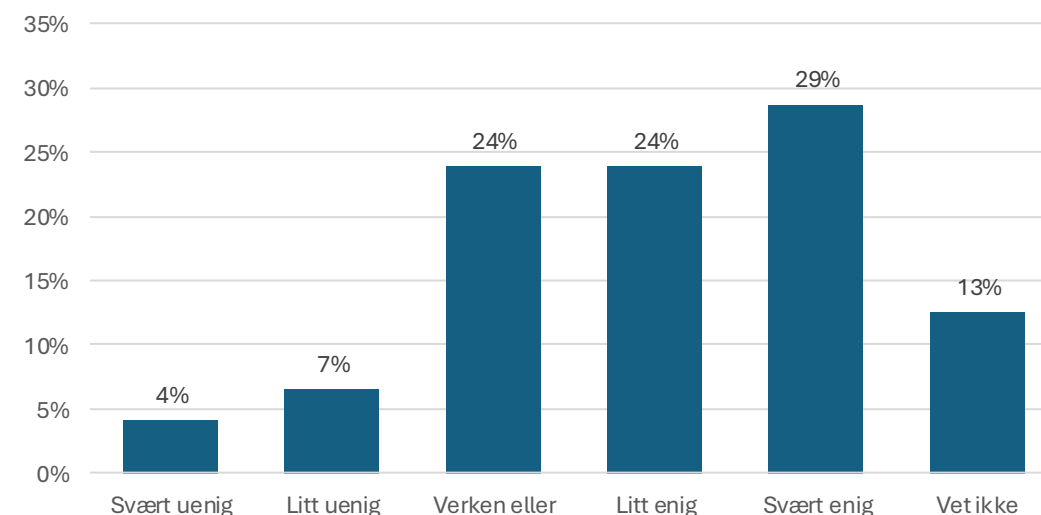
# 3. Bærekraft

## 3.1 Viktigheten av bærekraft

- 53% opplever Asker som et reisemål som ivaretar natur, kultur, miljø og sin lokalbefolkning, mens 11% er uenig i dette.
- Når det gjelder betydningen av bærekraft i valg av Asker som reisemål svarer 42 % at det er ikke er viktig, mens 28% mener det er viktig.
- Samtidig oppgir 51% at det er viktig at reiselivsaktører bruker lokalproduserte varer og er miljøsertifiserte.
- Hele 70% synes at det er viktig at aktører har god lokalkunnskap.
- Kun 16% har hørt om Asker sitt bærekraftsarbeid og satsing på å bli et bærekraftig reisemål.
- Funnene viser at bærekraft ikke nødvendigvis er avgjørende ved valg av reisemål, men at konkrete tiltak som lokalkunnskap og miljøansvar er viktige for de besøkende.

"Asker fremstår som et reisemål som ivaretar natur, miljø, kulturarv og sin lokalbefolkning"

n=167

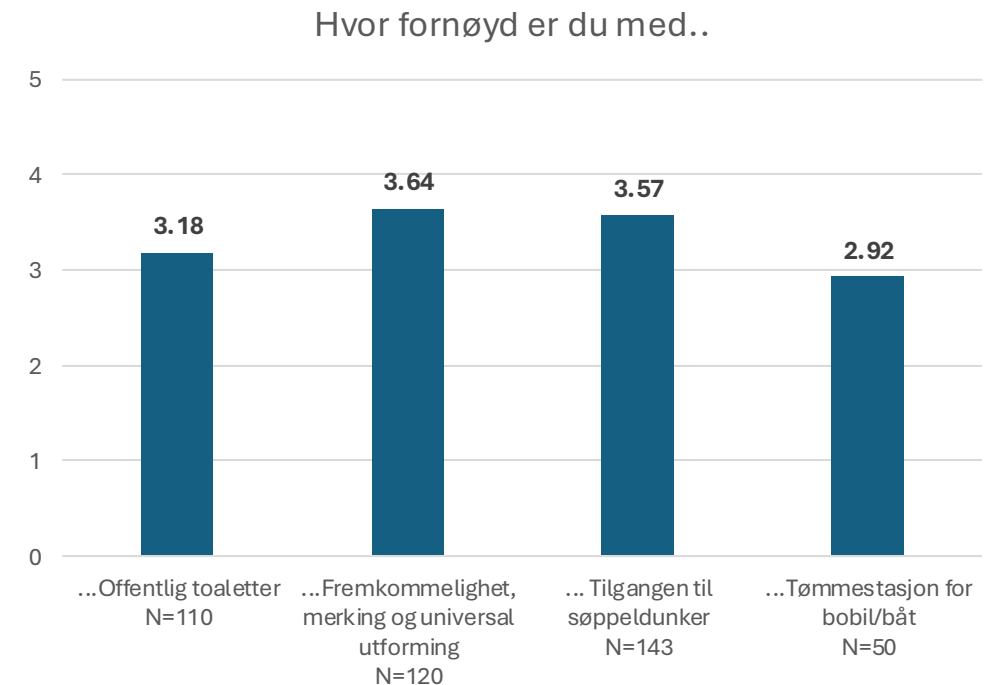


# 4. Tilfredshet



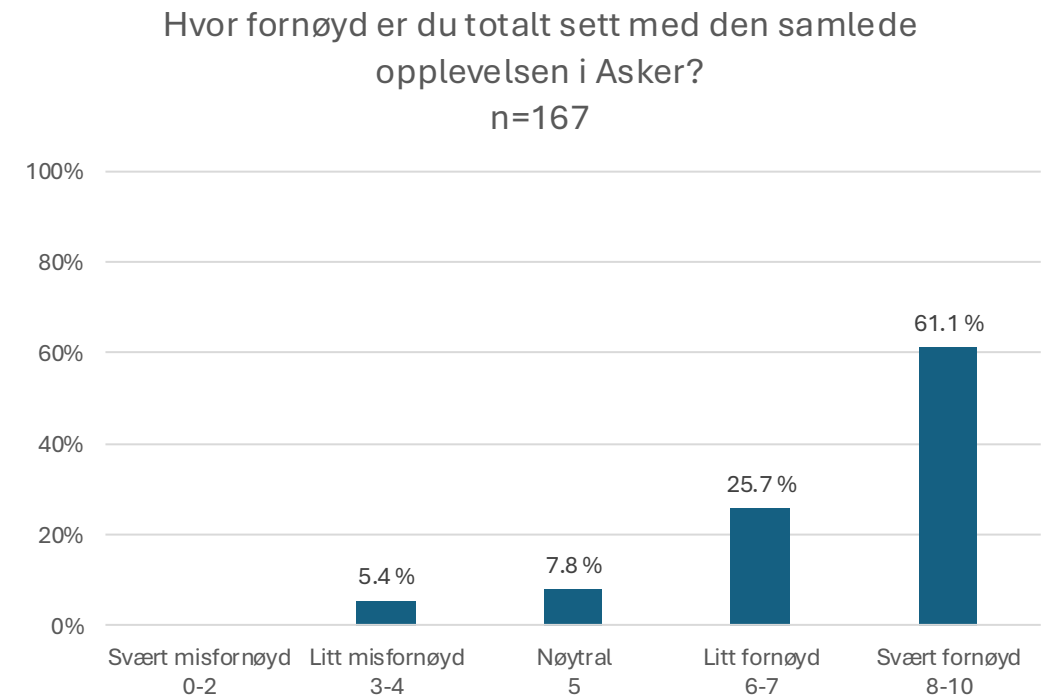
# 4.1 Informasjon, fasiliteter og fremkommelighet

- Hele 77% synes det er lett å orientere seg og at det oppleves som trygt å ferdes i Asker.
- Selv om besøkende synes det er lett å orientere seg, avdekker undersøkelsen at det er et forbedringspotensial i å tydeliggjøre informasjonen om Asker. 56% stiller seg nøytral eller er uenig i at informasjonen i Asker er tydelig, realistisk og viser respekt for lokalbefolkningen.
- På en skala fra 1 til 5 der 1 er svært lite fornøyd og 5 er svært fornøyd, ser man at fremkommelighet, merking og universal utforming har en score på 3,64. Tilgangen til søppeldunker og tilfredshet med offentlige toaletter er på henholdsvis 3,57 og 3,18.



## 4.2 Totalt sett samlede opplevelsen av Asker

- Hele 81% av de besøkende vil anbefale Asker som reisemål til andre.
- 65% sier at de er fornøyde med utvalget av lokale produkter og opplevelser som tilbys i Asker.
- Den totalt sett samlede opplevelsen av Asker er høy med en gjestetilfredshet på hele 86,8%.
- Tallene viser at de fleste besøkende har gode opplevelser i Asker og vil i stor grad anbefale reisemålet til andre.





**Bærekraftig  
Reisemål**  
Vi er i gang

# 5. Tilbakemeldinger



## 5.2 Hva kan Asker bli bedre på

Tilbakemeldinger fra 55 respondenter viser at temaer som parkering, gjestehavn, toalett og dusj går igjen. Når gjestene skriver «bedre», uttrykker de at tilbudene allerede finnes, men at det er et potensial for å heve kvalitet, kapasitet og gjennomføring. Det gjelder innen toalett- og dusjfasiliteter, parkering, kollektivtransport og gjestehavner.

Utvalgte sitater:

«Bedre utvalg og oftere avganger på offentlig kommunikasjon.»

«Bedre dusj og toalettforhold i gjestehavna. Bedre kapasitet i gjestehavna.»

«Bedre oversikt over parkering på badesteder som Hvalstrand. Man selger billetter for parkering selv om det er fullt og en må forlate uten å få parkert.»



## 6. Kunnskapsgrunnlag



# 6.1 Erfaringer og utfordringer med datainnsamlingen

- Datainnsamlingen i gjesteundersøkelsen har vært krevende. Asker er en stor kommune uten ett tydelig definert besøkssted, og besøksaktiviteten er spredt over flere områder og sammenhenger.
- En sentral utfordring har vært avgrensningen mellom besøkende og fastboende. Mange bor i kommunen, men har samtidig fritidsbolig eller bruker området aktivt til rekreasjon, og oppfatter seg derfor ikke som gjester eller turister.
- Hovedutfordringen har vært å nå besøkende der de befinner seg. Mange oppholder seg på strender, i kystområder eller er på korte dagsbesøk, ofte med fokus på avslapning. Dette har begrenset tilgjengelighet og deltakelse i undersøkelsen.
- Det som har vært mest vellykket, har vært distribusjon via nyhetsbrev i tilknytning til arrangementer som Asker Live, kombinert med insentiv i form av trekning av festivalpass. Dette har bidratt til økt respons blant faktiske besøkende.

## Til senere gjennomføring for merking:

- Ved senere gjennomføringer anbefales det å samarbeide tett med arrangementer i kommunen for å nå målgruppen mer effektivt. Datainnsamling blant besøkende krever tid og ressurser, særlig gjennom fysisk tilstedeværelse, direkte dialog og oppfølging for å sikre gjennomføring.
- Bruk av verter kan vurderes ved gjennom fysisk tilstedeværelse, men er ressurskrevende og ikke alltid mulig. Engasjement av elever fra videregående skoler kan være et alternativ.