

Innbyggerundersøkelse Bodø

2025

Undersøkelsen ble publisert 16. desember 2024, og datainnsamling ble i all hovedsak gjennomført i perioden januar - februar 2025.

Både Visit Bodø og Bodø Kommune kjørte rekrutteringskampanjer i sosiale medier, noe som raskt ga mange svar. Totalt er det 1 003 respondenter.

Undersøkelsen er satt opp og analysert av markedsanalytiker i NordNorsk Reiseliv. Maler fra Innovasjon Norge er benyttet i spørreskjema, på lik linje som for andre destinasjoner i Nord-Norge.



Viktige funn

- **67% er positive til reiselivssatsingen i Bodø.** 14% er negative og 18% er nøytrale mens 0,8% vet ikke. Det vil si at andelen som har en mening om reiselivssatsingen i Bodø er høy. Dette gjenspeiles også gjennom de kvalitative tilbakemeldinger i undersøkelsen. Positiviteten til cruiseturisme er lavere - 55% positive, 24% negative og 20% nøytrale.

- **82,2% mener reiselivet er viktig for Bodø** med tanke på arbeidsplasser og næringsutvikling
- **78,1% mener reiselivet er viktig for utviklingen av Bodø som regionsenter.** Også disse påstandene underbygges i stor grad av de kvalitative tilbakemeldingene.
- **73,4% mener reiselivet er viktig for utviklingen av tettsteder og lokalsamfunn generelt**
- **71,5% av innbyggerne mener reiselivet gjør dem mer stolte av Bodø**
- **68,6% mener reiselivet er viktig for Bodø med tanke på befolkningsutvikling**
- **67,6% mener reiselivet gjør Bodø til ett mer attraktivt sted å bo**
- **59,4% mener reiselivet bidrar til et godt tjeneste- og kulturtilbud for innbyggerne**



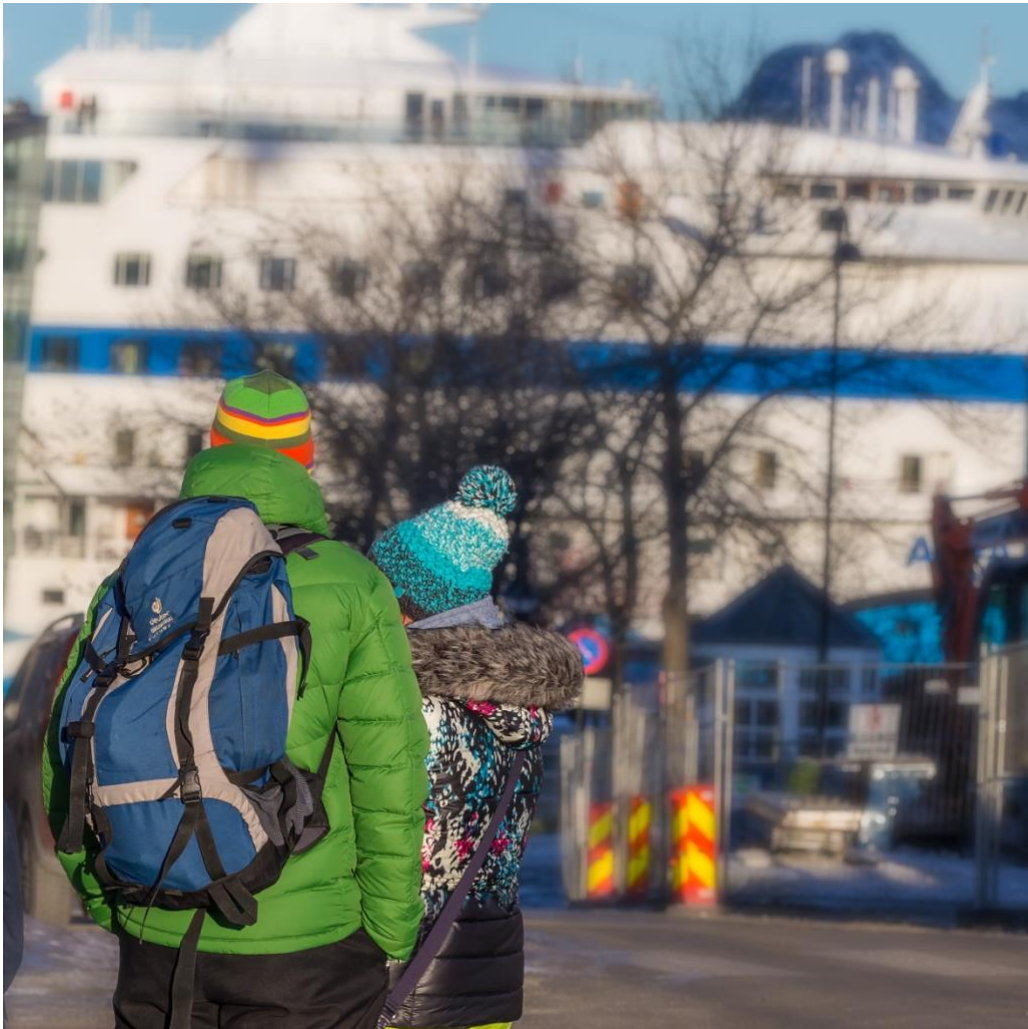
- **85,9% mener det er viktig at det tas grep om forvaltning og bruk av natur og kultur i Bodø**
- **73,9% mener jobbing etter bærekraftsprinsippene er en riktig måte å utvikle reisemålet på**
- **31,85 mener Bodø fremstår som et bærekraftig reisemål** og en bærekraftig region.



- **75,5% er uenig i at Bodø føles overfylt av besøkende.** 9% opplever bostedet sitt som overfylt - Tverlandet/Saltstraumen er overrepresentert.
- **54,3% mener det er for få besøkende her** mens 7,5% mener det er for mange besøkende. Mans spesielt det er for få besøkende med fly og for få individuelle besøkende. Gjennomsnittet synes det er litt for mange cruiseturister og bobilturister.
- **75,4% ønsker at antall besøkende skal bli flere.** Kun 6% ønsker færre besøkende fremover. Og 15% som det er i dag.
- **55,6% mener det er passe antall besøkende/turister gjennom året**



- **68,5% mener det er for mange turister/besøkende om sommeren** mens 19,6% synes det er for mange besøkende på vinteren.
- **72,1% mener det hadde vært bra for Bodø med mer helårsturisme**



- **91,7% ønsker at besøkende skal få en god opplevelse i Bodø**
- **80,3% blir stolt når utenlandske besøkende velger Bodø som feriested**
- **77% mener de besøkende som regel er flinke til å ta hensyn til naturen og landskapet**
- **90,6% mener reiselivet hovedsakelig er en berikelse for Bodø.**



De aller fleste ønsker at de besøkende får en god opplevelse og blir stolte når Bodø-regionen velges som feriested. Mange mener samtidig at vi er for dårlige til å tjene penger på turismen. Saltstraumen om sommeren nevnes av flest som et pressområde. 30% har ukentlig eller månedlig kontakt med besøkende på sitt bosted. 49% har kontakt sjeldnere og 16% aldri.

58% er ikke bekymret for at tilreisende/turister skal ødelegge for deres verdi av å bo der de bor i fremtiden. 19% er bekymret, mens 24% er nøytrale. Bodøs innbyggere anser tilrettelegging, infrastruktur, transport, bærekraftig utvikling og informasjon og markedsføring som de største utfordringene

De mest positive opplevelsene med reiselivet i Bodø

De viktigste positive opplevelsene knyttet til turister/besøkende og/eller reiselivsbedrifter i Bodø (Hyggelige møter med de besøkende)

Natur og området rundt Bodø, herunder naturopplevelsene

Mer liv/røre i byen

Økt omsetning/handel

Positive opplevelser knyttet til spesifikke steder og aktiviteter, som ribturer i Saltstraumen og Kjerringøy Bodø 2024/Kulturhovedstadsåret

Ellers nevnes også positive opplevelser med å hjelpe turister med informasjon om byen og veibeskrivelser, språkutveksling/internasjonalt miljø, turister som kommer for å se Bodø/Glimt, bekjentskaper/nye vennskap, stolthet over byen.

De mest negative opplevelsene med reiselivet i Bodø

Mange skriver at de ikke har hatt negative opplevelser med turister/besøkende og/eller reiselivsbedrifter i Bodø. Det som nevnes oftest er mangel på/dårlig tilbud/infrastruktur for de besøkende. Her inkluderes for få tilbud generelt, for bobilturister, mangel på turistinformasjon, for få campingplasser, og mangel på tilrettelegging på spesifikke steder, f.eks. Turisthytta.

Ellers nevnes av noen få gjerrige bobilturister, for mange og plagsomme turister, søppel, høyere flypriser, samt dårlig samarbeid mellom aktører i reiselivsnæringen.

Betydningen av kulturhovedstadsåret 2024

88 respondenter har i fritekstfeltet svart at de har merket en økt interesse pga. kulturhovedstadsåret.

Dette går først og fremst på:

- Flere turister i gatene, spesielt internasjonale,
- Mer fullt på hotellene og økt antall konferanser
- Mer omtale i internasjonale medier og økt synlighet på TV og nett.
- Flere besøkende på arrangementer og økt aktivitet i sentrum.
- Større nysgjerrighet på Bodø og omegn, og overraskelse over mangfoldet
- Flere spørsmål og henvendelser om Bodø fra inn- og utland.
- Positiv utvikling i Bodøs attraktivitet.
- Økt interesse for spesifikke arrangementer og kulturtilbud
- Flere som stopper lengre i Bodø før de reiser videre

106 respondenter har ikke merket økt interesse fra besøkende under kulturhovedstadsåret 2024.

Kommentarer rundt dette gjelder:

- Ingen merkbar økning i antall turister utenom eventuelle arrangementer
- Kulturhovedstadsåret har ikke vært godt nok markedsført eller har ikke truffet bredt nok
- Fokus har vært for mye på samisk kultur alene, og kystkulturen har blitt glemt.
- Dårlig initiativ og lite involvering av lokale kunstnere.
- Ingen positive påvirkninger eller skuffelse over gjennomføringen.
- De fleste besøkende kommer i forbindelse med konferanser, ikke som individuelle turister.

Noen respondenter er usikre på om økningen skyldes kulturhovedstadsåret eller andre faktorer, som generell økt interesse for Nord-Norge. Andre påpeker at det er vanskelig å skille effekten av kulturhovedstadsåret fra andre pågående trender. Flere nevner også spesifikke arrangementer som har trukket folk, som konserter, idrettsarrangementer (spesielt Bodø/Glimt), og større samlinger som Eurogym og Lego League.

Ellers nevnes også positive opplevelser med å hjelpe turister med informasjon om byen og veibeskrivelser, språkutveksling/internasjonalt miljø, turister som kommer for å se Bodø/Glimt, bekjentskaper/nye vennskap, stolthet over byen.

Ytterligere kommentarer

Det er generelt positive kommentarer som går igjen i fritekst feltene. Mange ønsker mer turisme og ser potensialet for økonomisk vekst og et mer levende bymiljø. Det er et ønske om å utvikle turisme også utenfor sommersesongen, spesielt med fokus på nordlys og vinteraktiviteter.

Noen eksempler på kommentarer:

Temabaserte reiseruter i Salten
Lys opp byen om vinteren
Bussrute til Geitvågen om sommeren
Innføre fiskekort i Saltstraumen for turister
Oppruste torgene
Turistskatt Opplevelseskalender for lokale arrangementer
Det grønne Bodø Gjenåpne Havørnklubben
Helårlig campingplass
Utkikkspost for havørn

Noen bekymringer nevnes også. Disse går på at Bodø må unngå å bli for lik Tromsø med masseturisme og høye priser, og en negativ påvirkning på natur og miljø. Det nevnes at det er lite fokus på bærekraft i dag. Enkelte strekninger har dårlig veistandard og mange tilbud har stengt utenom sesong.

Ytterligere kommentarer sortert etter tema

1. Turisme og markedsføring

Kjernesaker:

- Ønske om økt satsing på turisme hele året, spesielt vinterturisme.
- Bekymring for svake og utydelige markedsføringskampanjer.
- Savn etter sterkere identitet og profilering av Bodø som reisemål, nasjonalt og internasjonalt.

Eksempler:

- "Det jobbes for dårlig med markedsføring av Bodø som merkenavn."
- "Folk spør meg hva skjer i Bodø. Hva bør vi komme for å se og gjøre?"
- "Det burde markedsføres mer enn Saltstraumen og Kjerringøy. Hva med Salten, Rago, Grøtøya, Steigen?"
- "Vi må selge inn Bodø bedre – turistene aner ikke hva de skal se når de kommer hit."

2. Læring fra andre regioner (Lofoten og Tromsø)

Kjernesaker:

- Sammenligninger med Tromsø og Lofoten – både som forbilder og skrekkeeksempler.
- Mange mener Bodø har mye å lære – men uten å gå i fellen med overturisme.

Eksempler:

- *"Man må lære litt av Lofoten når det kommer til aktiviteter som kan få turister til å bli lengre."*
- *"Skrekk og gru å sammenligne Bodø med Tromsø. Turismen har ødelagt byen."*
- *"Tromsø har klart det vi ikke har fått til. Hva har de som vi ikke har?"*
- *"Vi må lære av Tromsø og Island når det gjelder enkel tilgang på opplevelser og booking."*

3. Infrastruktur og fasiliteter

Kjernesaker:

- Etterlyser campingplasser, sanitæranlegg, toaletter, bedre veier, rasteplasser, og skilting.
- Bekymring for dårlige forhold i Saltstraumen og manglende vedlikehold.

Eksempler:

- *"Bygg ut sanitærfasiliteter – gjerne sponset og driftet av næringslivet."*
- *"Saltstraumen er en vits – ingenting er tilrettelagt!"*
- *"Det er en skandale at vi ikke har en campingplass i Bodø."*
- *"Bedre skilting, søppelhåndtering, rasteplasser og fasiliteter må på plass."*

4. Transport og tilgjengelighet

Kjernesaker:

- Dårlige kollektivtilbud, spesielt til turistattraksjoner.
- Mangel på direkteflyvninger til Europa.
- Ønske om bedre intern transport og ruteoversikt for besøkende.

Eksempler:

- *"Få flere direkteflyvninger til og fra Europa!"*
- *"Ingen informasjon på togstasjon – lag QR-koder rundt i byen!"*
- *"Det er umulig å komme seg til Geitvågen uten bil."*
- *"Bussen til Kjerringøy har ikke plass til 25 stykker!"*

5. Lokal stolthet og identitet

Kjernesaker:

- Økende stolthet for Bodø – håp for fremtiden.
- Ønske om å dele byen med stolthet, spesielt gjennom synlige lokale initiativ.

Eksempler:

- *"Det gleder meg at Bodøværingen fremstår som mer stolt av byen sin."*
- *"Heia på dere – Bodø har mange spennende år fremover!"*
- *"Skap møteplasser for både lokalbefolkning og turister!"*

6. Miljø og bærekraft

Kjernesaker:

- Ønske om turisme med hensyn til natur og lokalsamfunn.
- Skepsis til grønnvasking og kommersialisert bærekraft.

Eksempler:

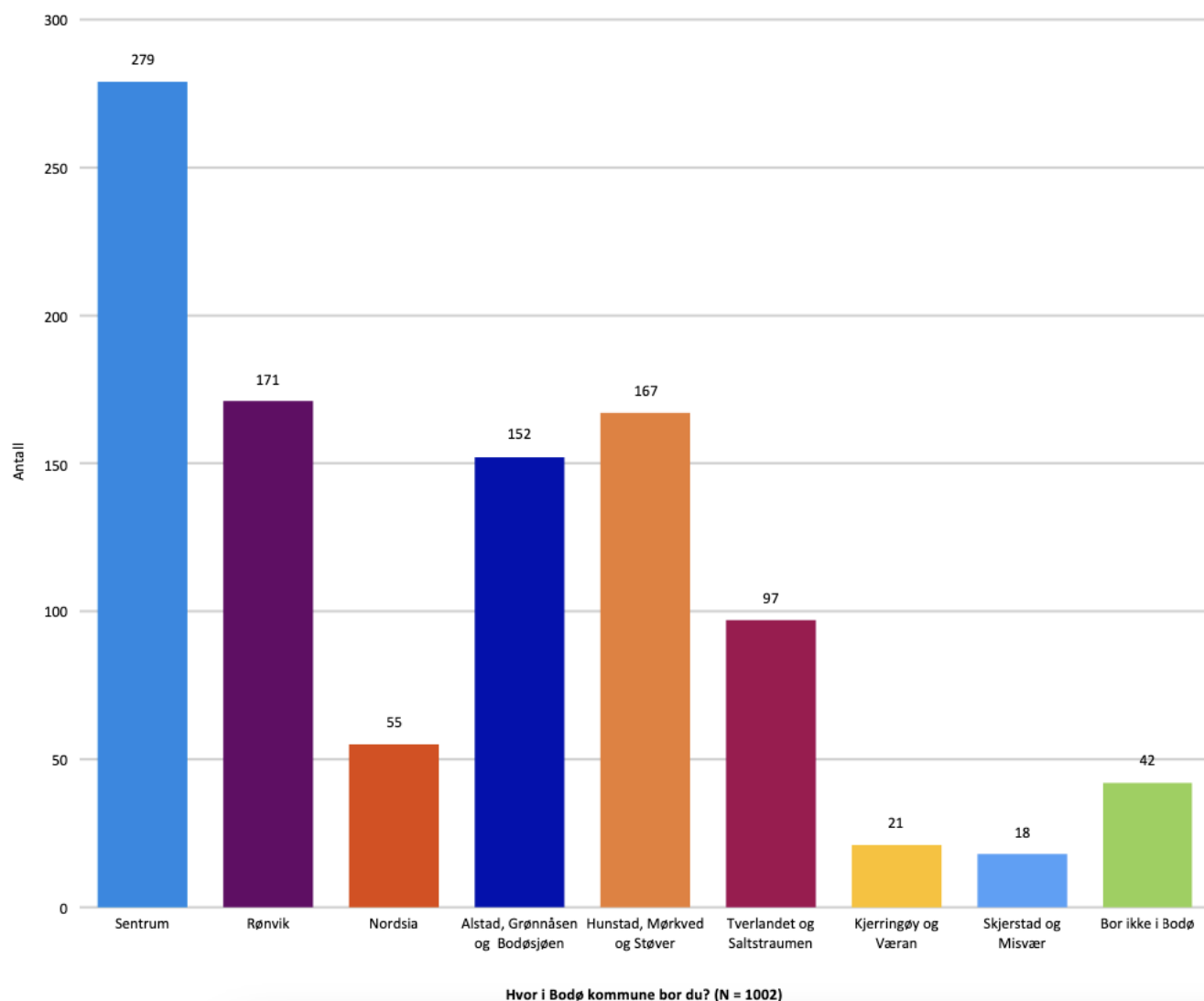
- *"Turismen må være bærekraftig – ikke som i Lofoten!"*
- *"Rib gjennom fugleflokker har ingenting med bærekraft å gjøre."*
- *"Vi må ha eksklusiv og bærekraftig turisme – ikke masseturisme."*



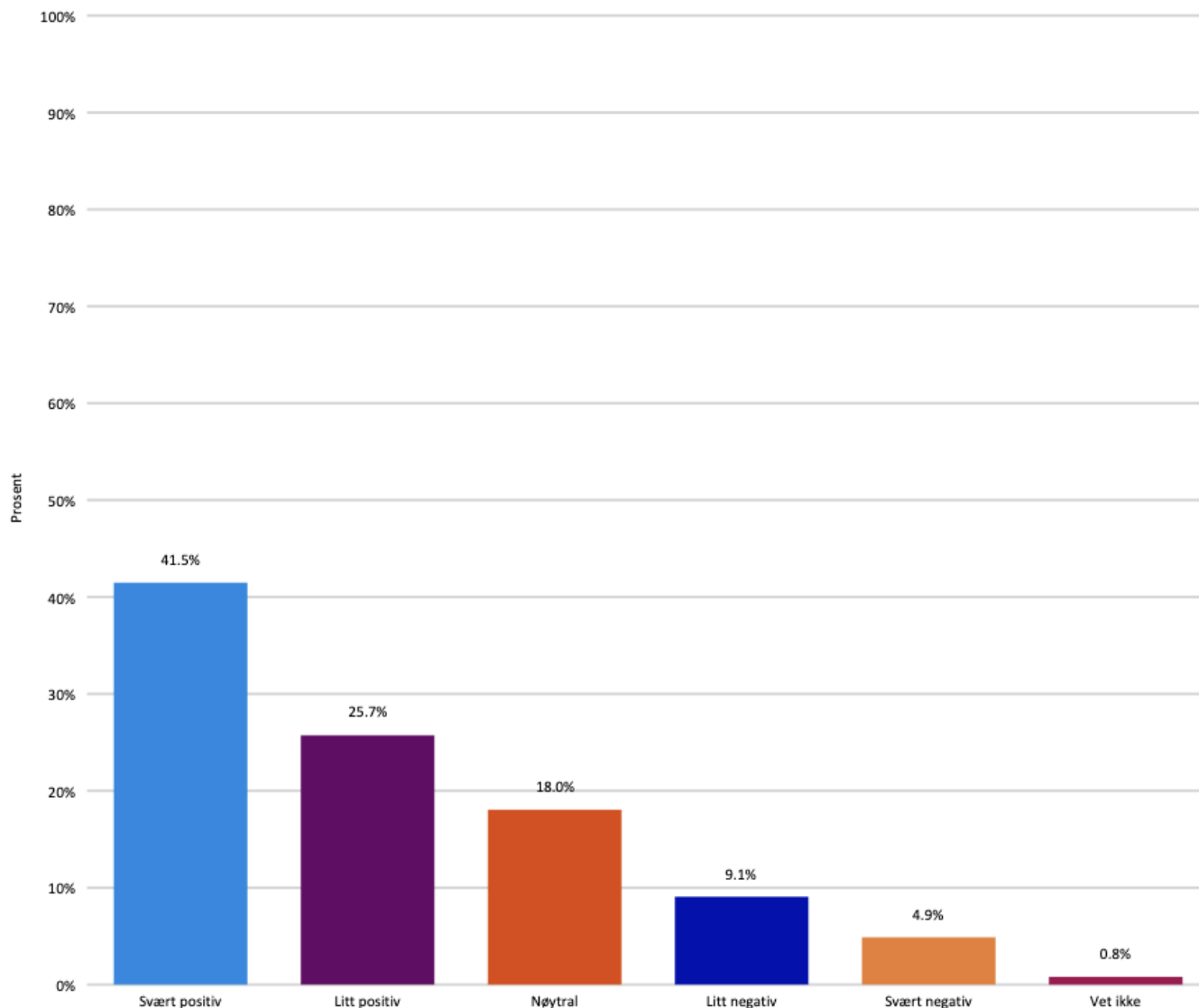
Fordeling besvarelser

De fleste bor i sentrum, Rønvik, Alstad/Grønnåsen/Bodøsjøen, Hunstad/Mørkved/Støver, og Tverlandet/Saltstraumen.

Hvor i Bodø kommune bor du?



Hvor positiv eller negativ er du til reiselivet på stedet der du bor?

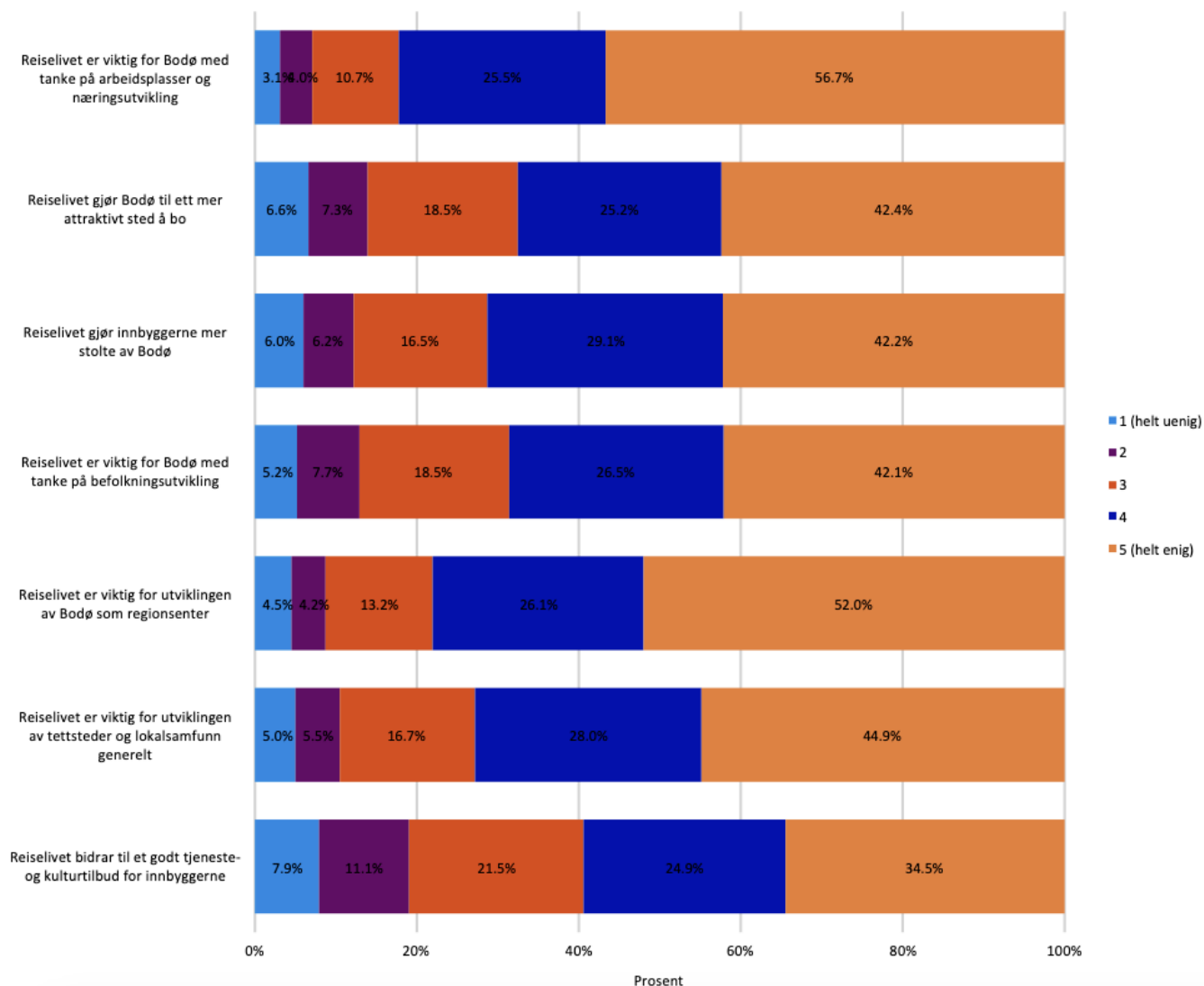


67% er positive til reiselivet på stedet der de bor. 14% er negative og 18% er nøytrale

Kvinner, aldersgruppen 51 - 65 år, de med høyest utdanning og de som bor i sentrum er aller mest positive

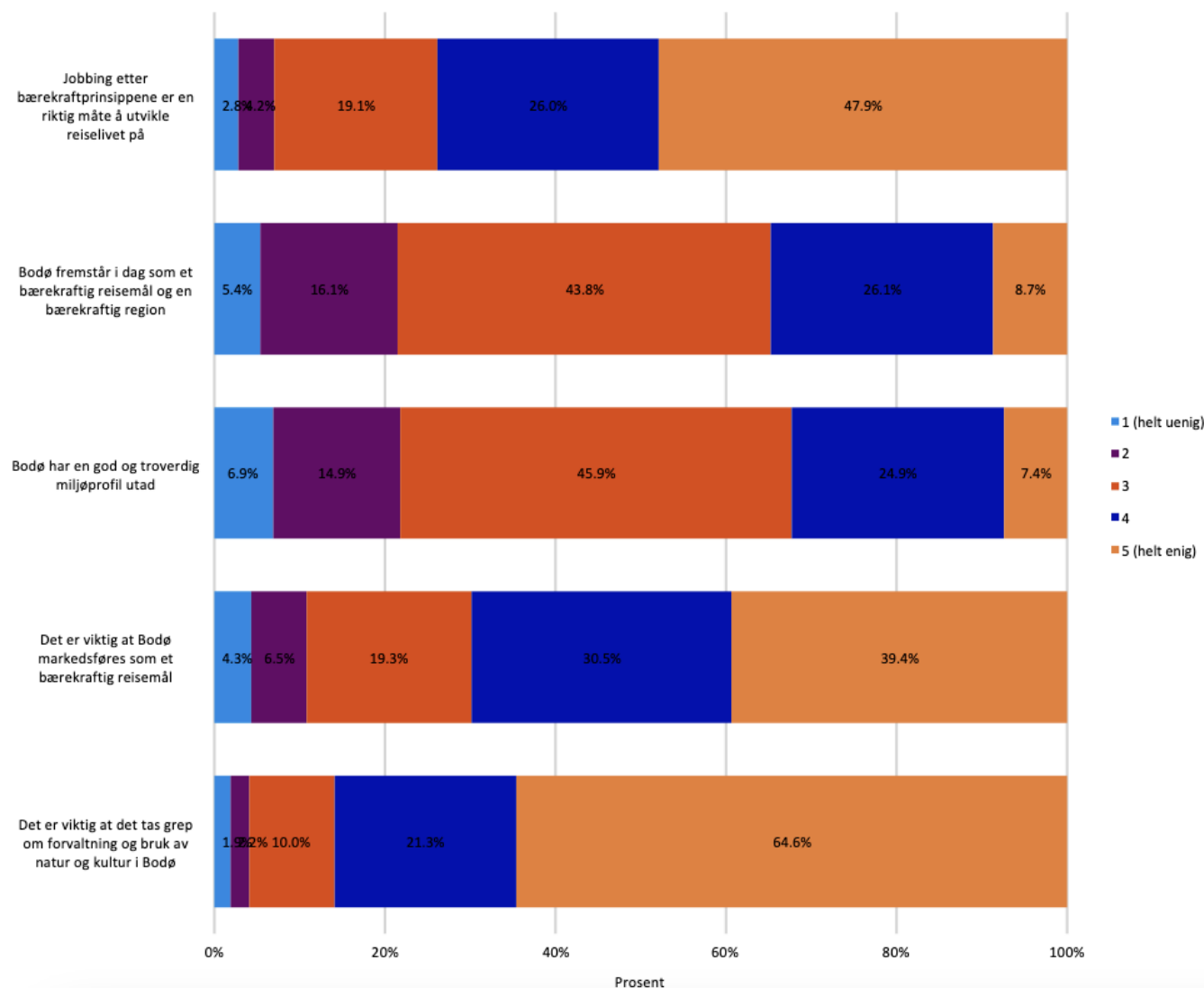
Positiviteten til cruiseturisme er lavere - 55% positive, 24% negative og 20% nøytrale

12. Hvor enig er du i følgende utsagn? (1= helt uenig, 5=helt enig)



De fleste mener at reiselivet er viktig for Bodø og at det bidrar positivt for innbyggere og framtidig utvikling.

15. Hvor enig er du i følgende utsagn? (1= helt uenig, 5=helt enig)

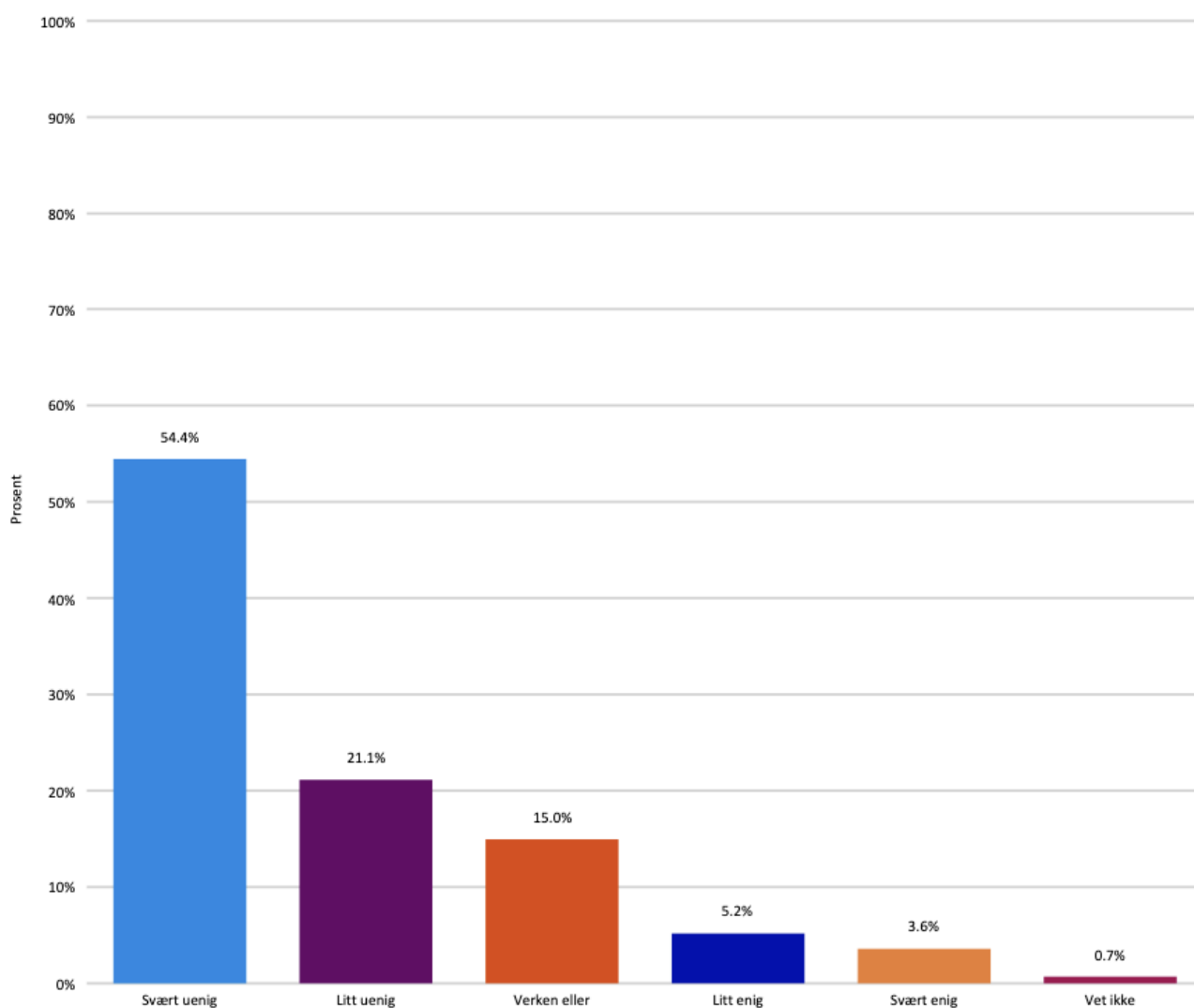


De fleste mener at jobbing etter bærekraftsprinsippene er riktig måten å utvikle reisemålet på og at det er viktig at Bodø markedsføres som et bærekraftig reisemål.

Det er ikke mange som mener at Bodø fremstår som et bærekraftig reisemål og region per i dag.

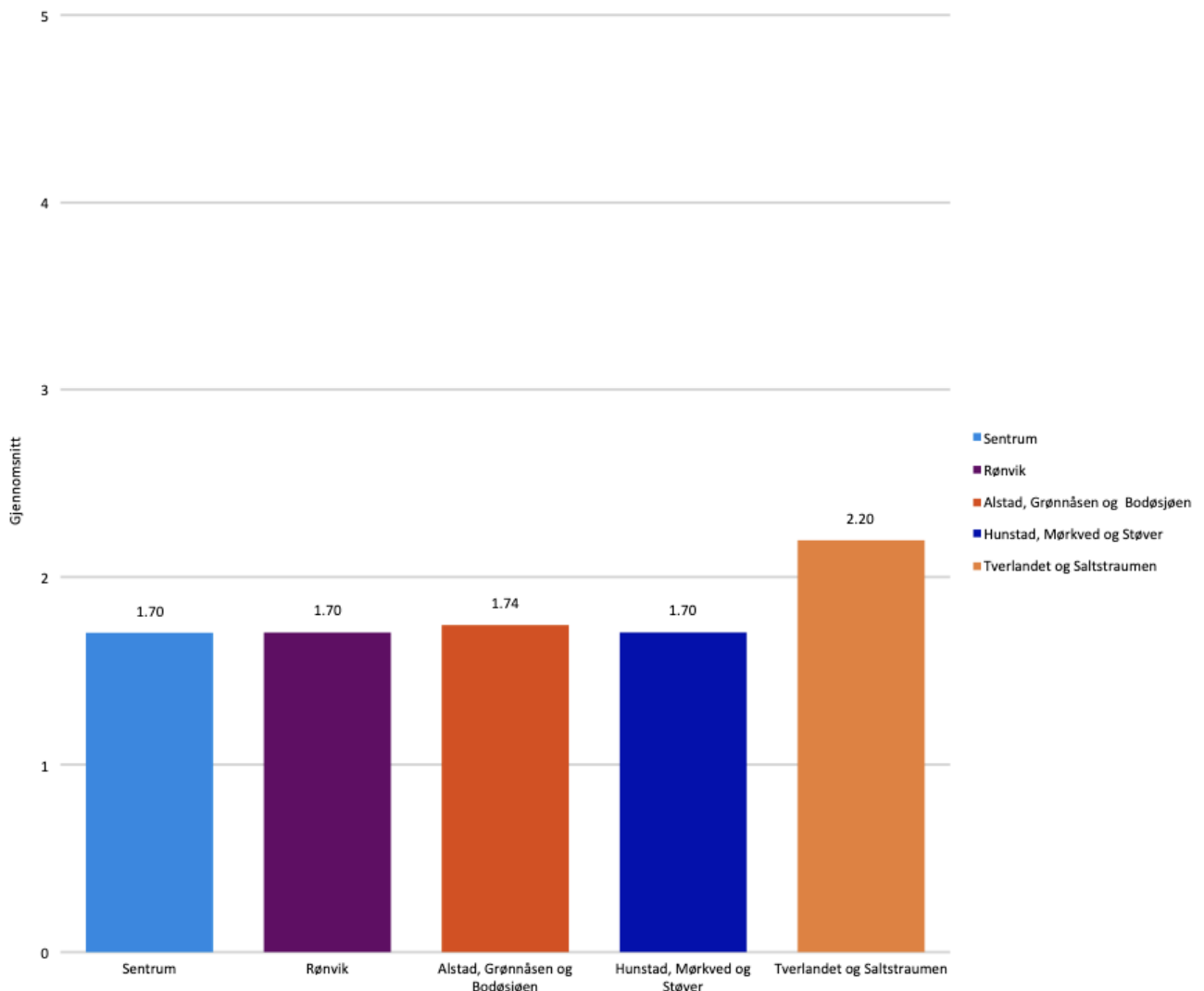


19. I hvilken grad er du enig eller uenig i dette utsagnet: Mitt bosted føles overfylt fordi det er for mange besøkende her



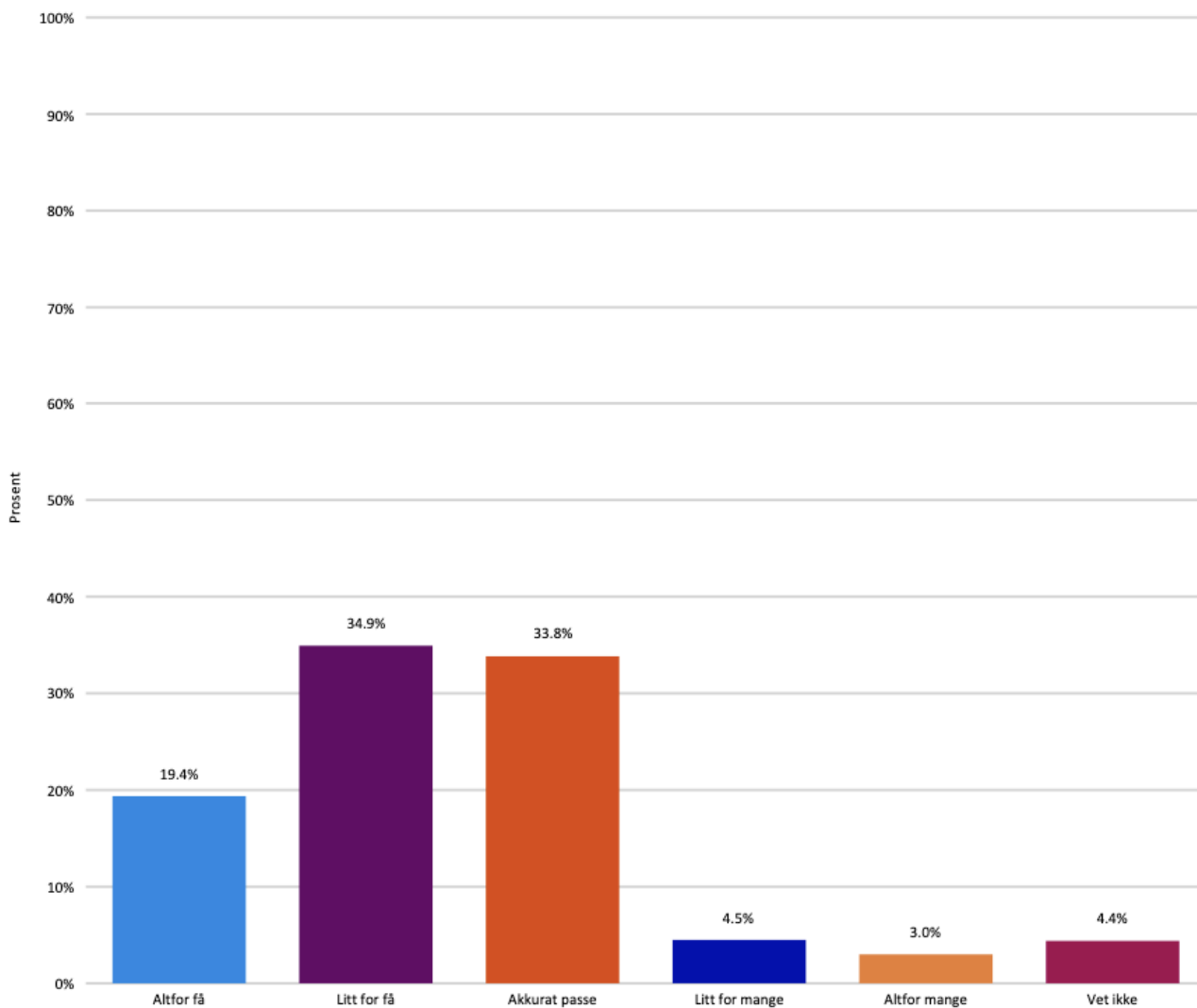
Det er 8,8% som mener det er for overfylt av besøkende pr i dag, mens 75,5% er uenig i det.

21. I hvilken grad er du enig eller uenig i dette utsagnet: Mitt bosted føles overfylt fordi det er for mange besøkende her



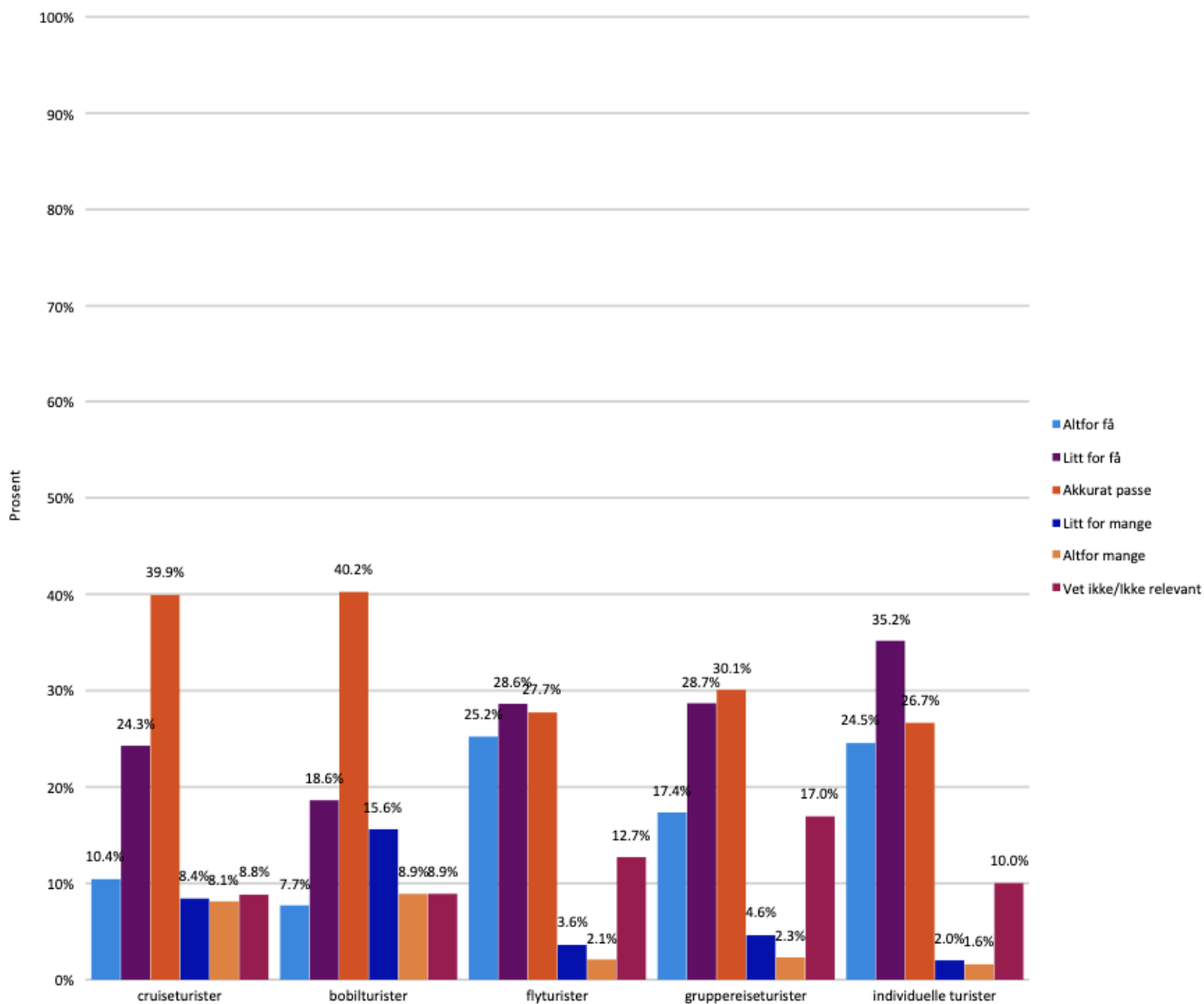
Spesielt beboere på Tverlandet og i Saltstraumen synes det er for mange besøkende der.

22. Hvordan opplever du antallet besøkende i dag der du bor?

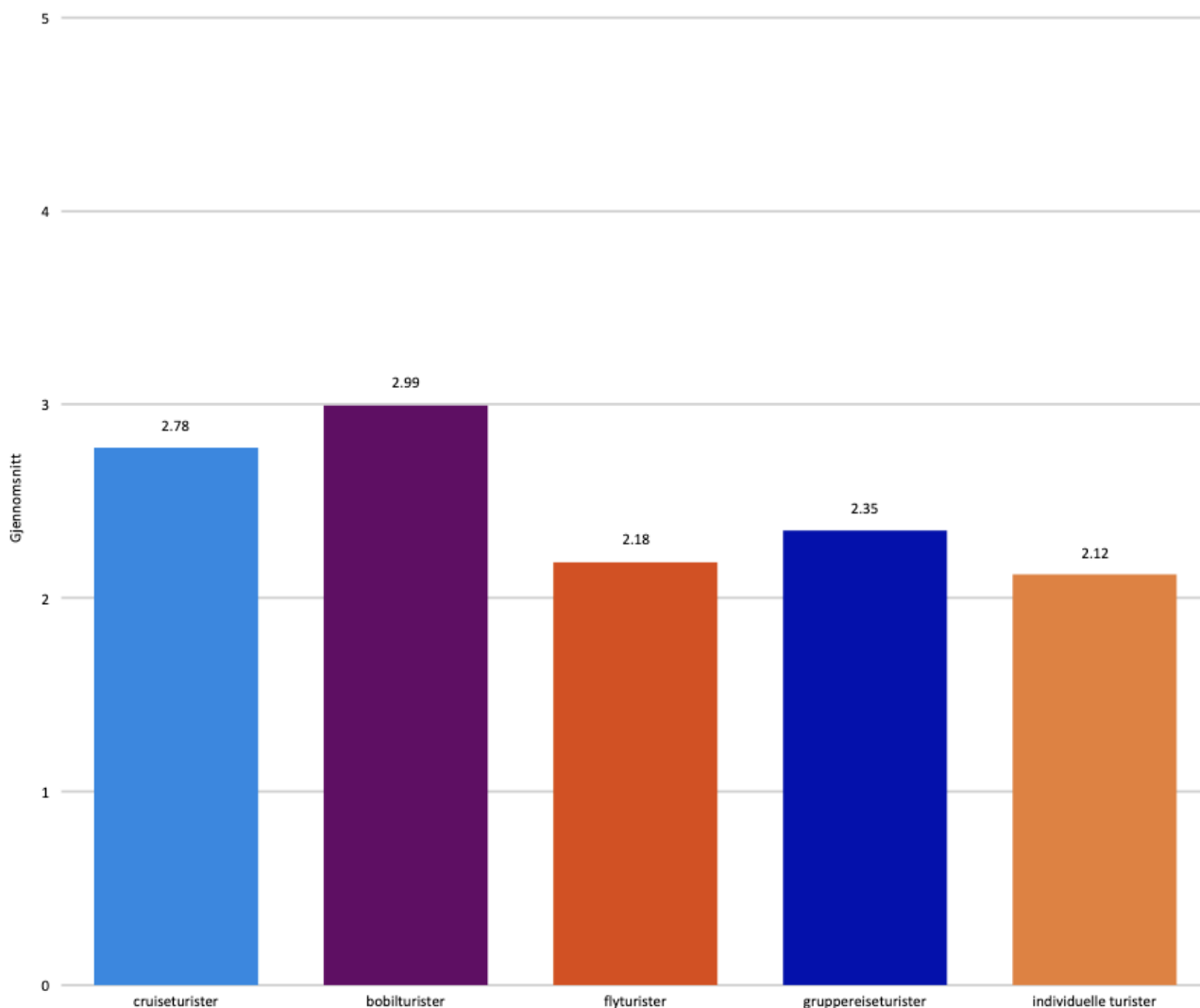


En stor overvekt av de som har besvart undersøkelsen mener det er passe eller for få besøkende per nå. Ku 7,5% mener det er for m ange besøkende.

23. Hvordan vurderer du antall turister/besøkende der du bor, i de følgende kategoriene?



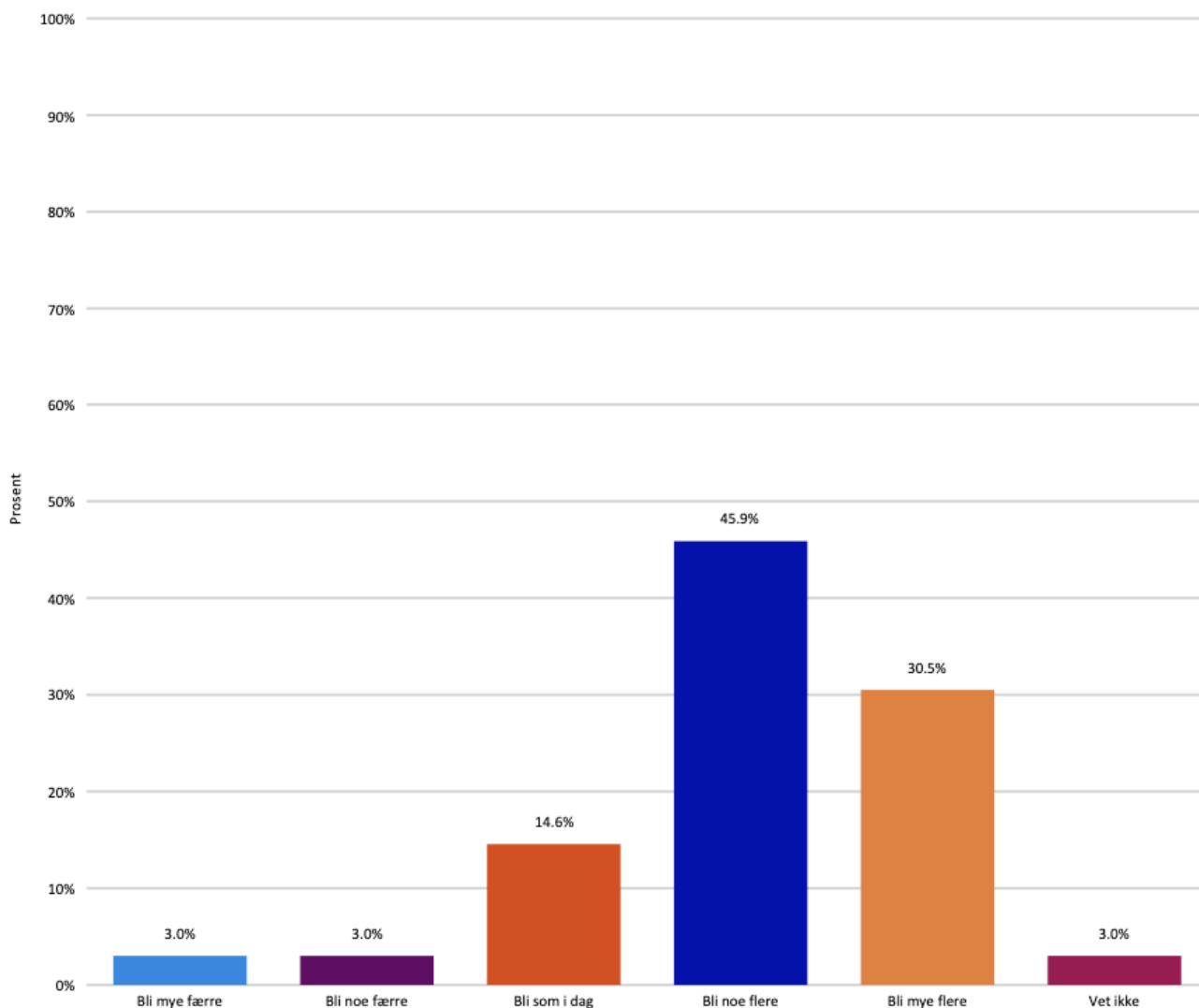
24. Hvordan vurderer du antall turister/besøkende der du bor, i de følgende kategoriene?



1 = altfor få / 5 = altfor mange

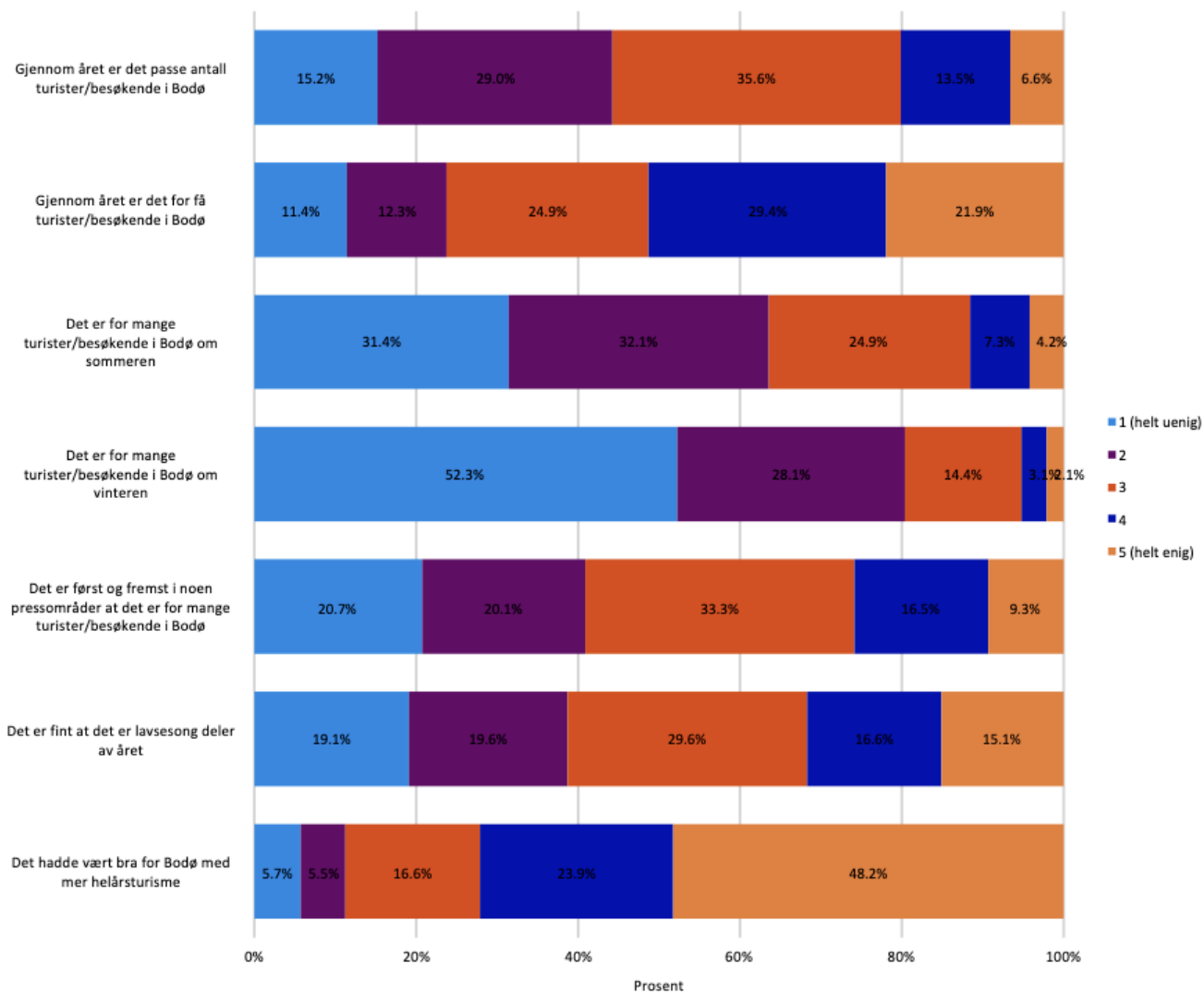
Det oppleves først og fremst for få individuelle og flyturister, og for mange på cruise og i bil.

25. Når du ser fremover i tid, hvordan ønsker du at antall besøkende skal utvikle seg der du bor?

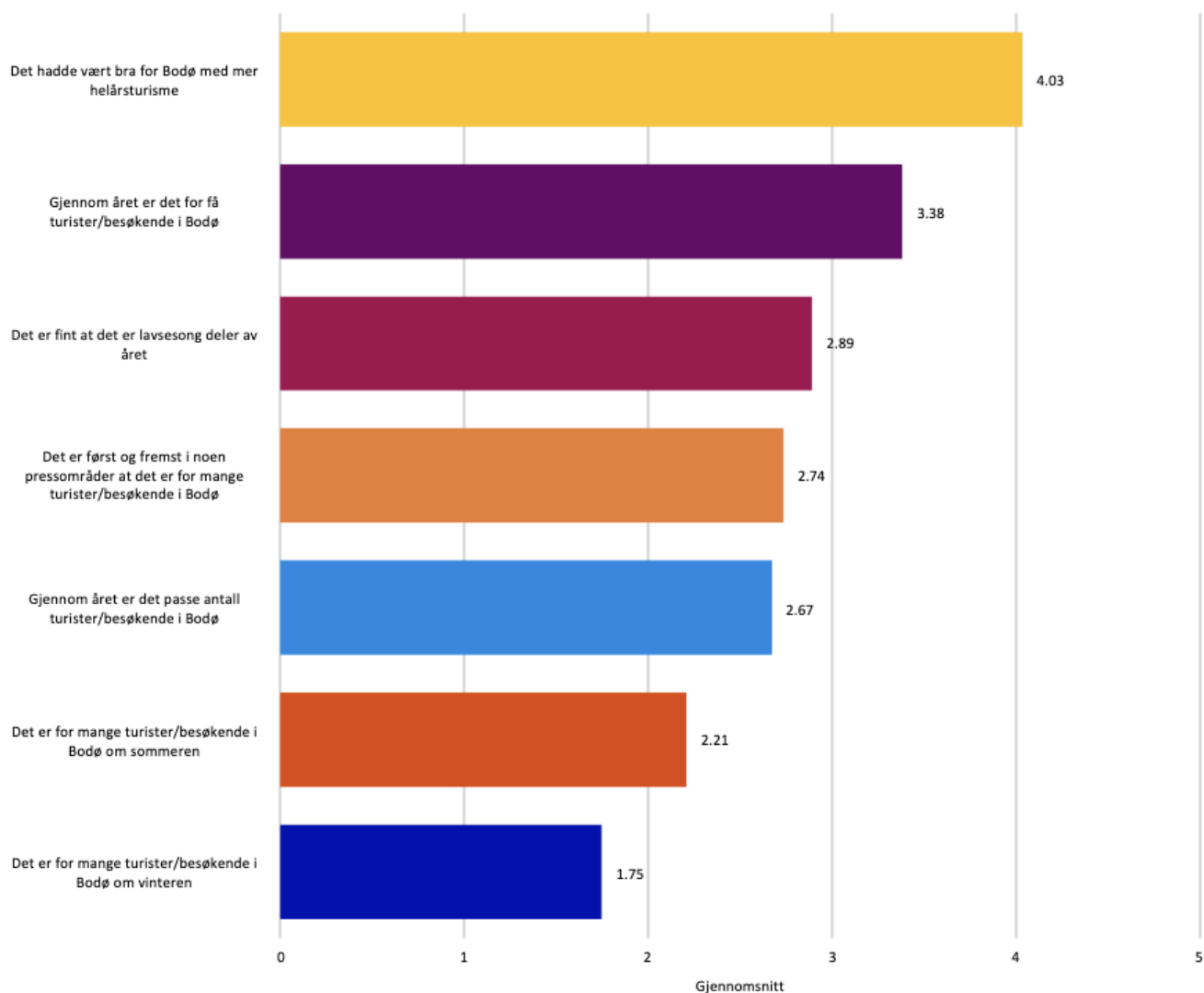


76% ønsker at det skal bli flere besøkende enn det er i dag

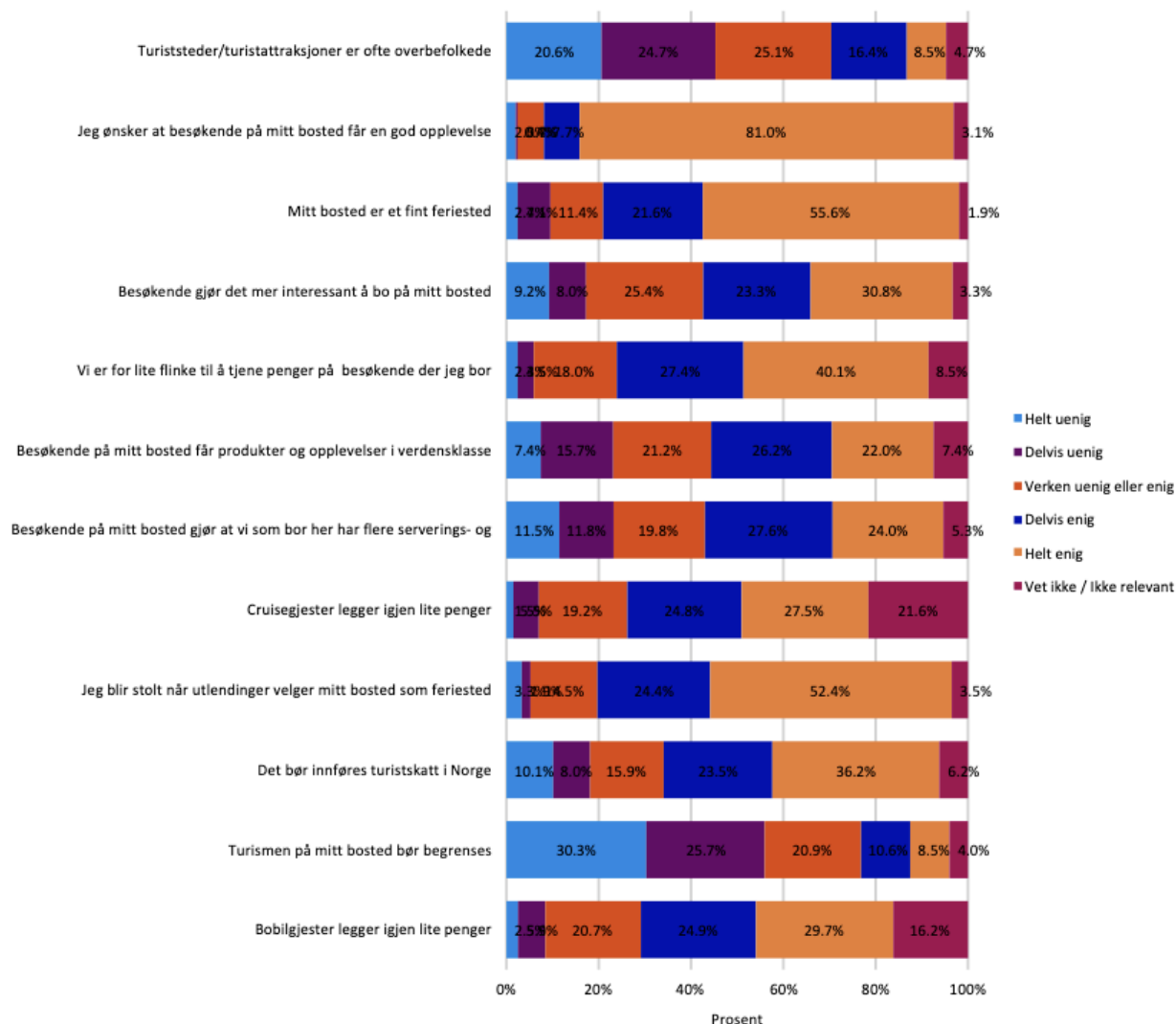
27. Hvor enig er du i følgende utsagn? (1= helt uenig, 5=helt enig)



28. Hvor enig er du i følgende utsagn? (1= helt uenig, 5=helt enig)

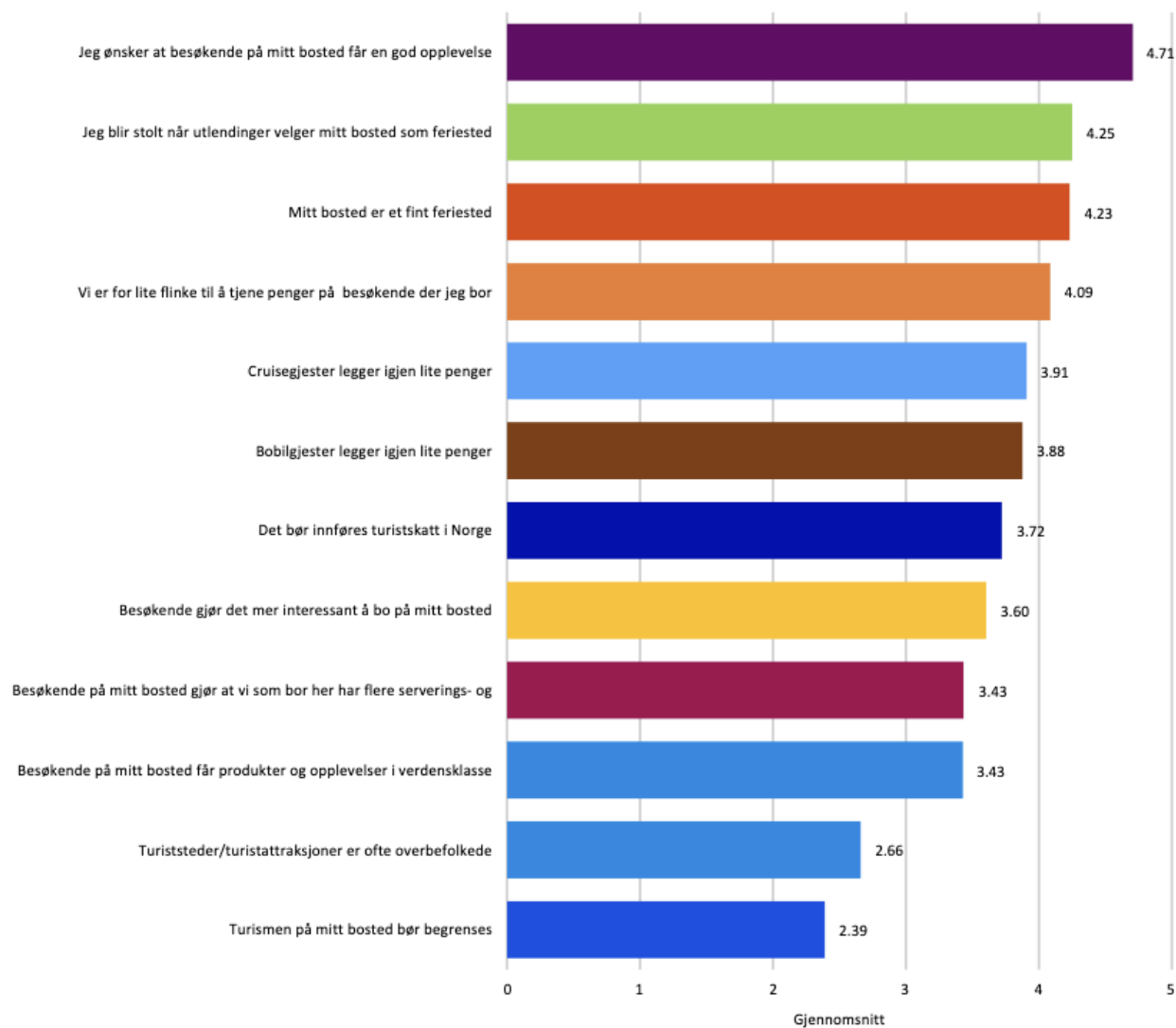


29. Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn, om stedet der du bor?

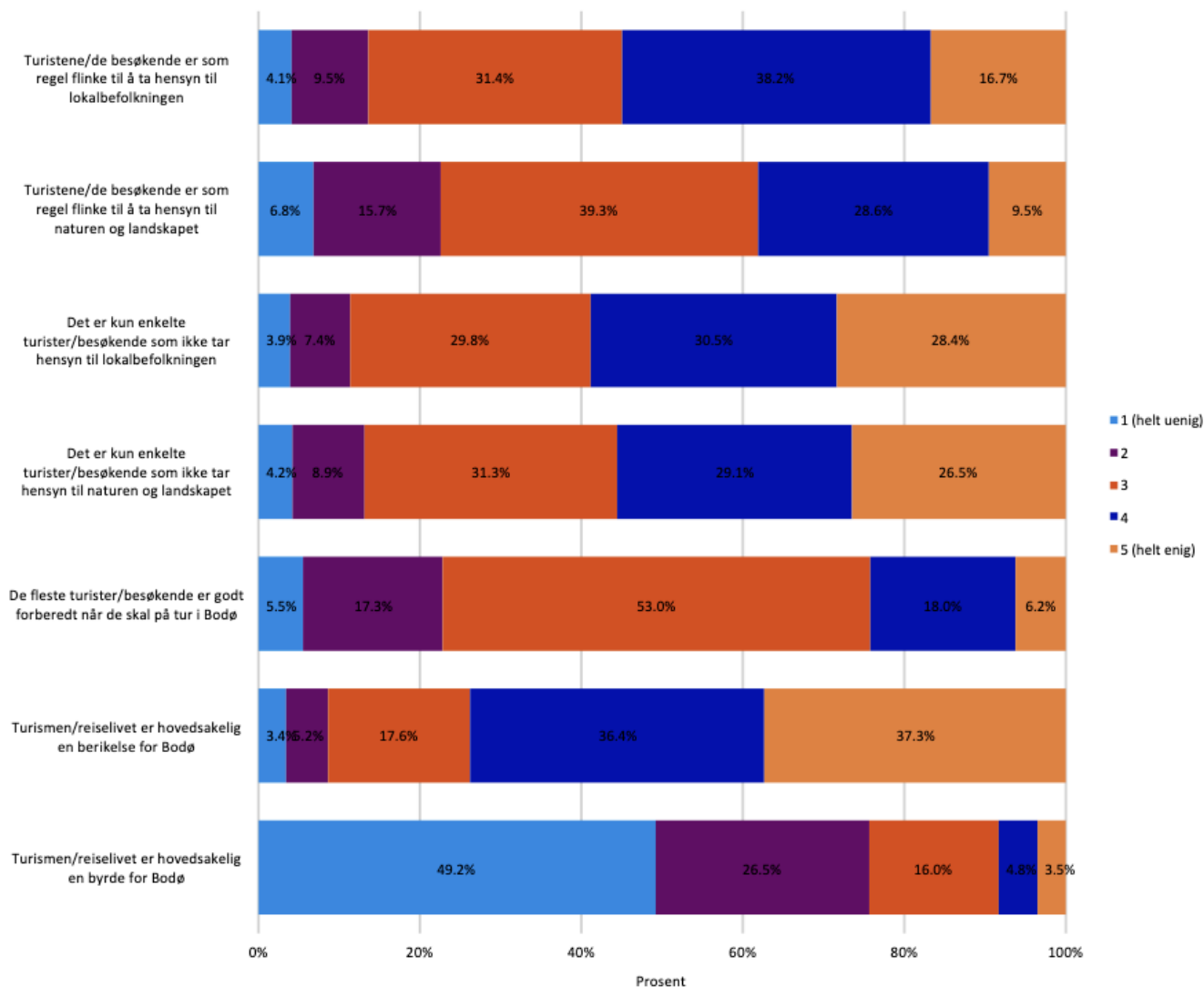


En hovedvekt av innbyggerne ønsker at de besøkende skal få en god opplevelse, og de er også stolte over at utenlandske besøkende velger Bodø som reisemål.

30. Hvor enig eller uenig er du i følgende utsagn, om stedet der du bor?

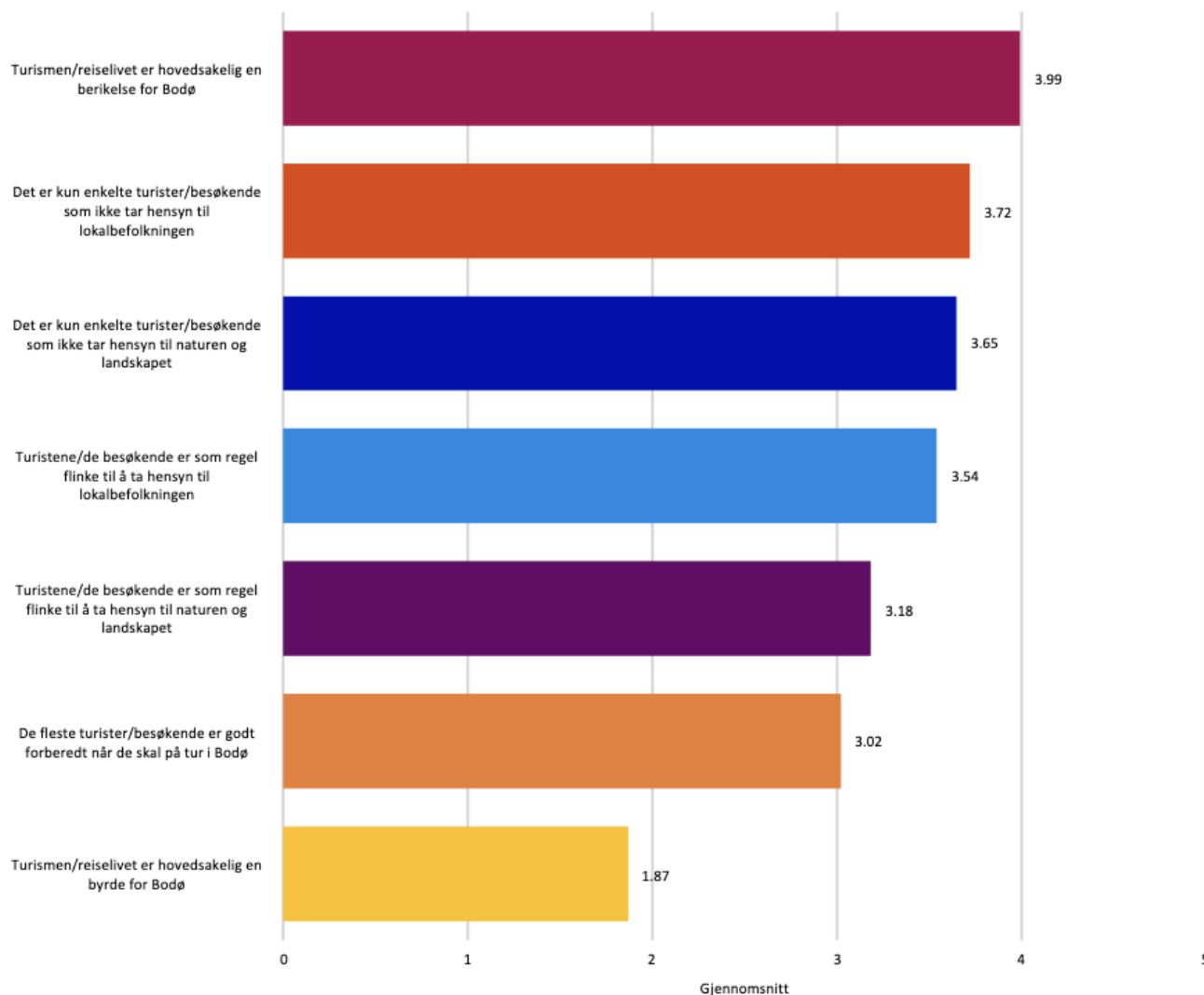


31. Hvor enig er du i følgende utsagn? (1= helt uenig, 5=helt enig)



En hovedvekt at innbyggerne mener reiselivet er en berikelse for Bodø og at det kun er et fåtall som ikke tar hensyn til lokalbefolkningen.

32. Hvor enig er du i følgende utsagn? (1= helt uenig, 5=helt enig)



Saltstraumen er det stedet som desidert flest har nevnt som et pressområde. Det er 86 respondenter som har skrevet det. Deretter følger Kjerringøy med 30, Mjelle 22, Keiservarden 15 og sentrum 15. Det er om sommeren at presset kjennes størst.

