

Osloborgernes bruk av Marka i 2021

Kartlegging av bruk av Marka, barrierer og muligheter for bruk, spørreundersøkelse gjennomført i 2021



Rapport: 15.04.2021

Innhold

1. Forord	1
2. Oppsummering av hovedfunn	2
3. Dokumentasjon av metode og gjennomføring	6
3.1 Bakgrunn og formålet	6
3.2 Metode og gjennomføring	6
3.3 Utvalg – representativitet	6
3.4 Byområder	10
3.5 Videreutvikle og kvalitetssikre spørreskjema	10
3.6 Rapportering og analyse	10
3.7 Om utvalgsskjevhet, feilmarginer og tolkning av data	11
3.8 Sammenligning med 2004 og 2011	13
4. Bruk av Marka	14
4.1 Hvor ofte og når Marka benyttes	14
4.2 Hvilke deler av Marka benyttes	17
4.3 Sammenligninger med 2004 og 2011	18
4.4 Sammenhenger / relasjoner som Marka benyttes i	20
4.5 Hvordan kommer man seg til Marka?	20
5. Kjennskap til Marka	23
5.1 Kjennskap til Marka helhetlig sett	23
5.2 Kjennskap til «gjøremål», serverings- og overnattingssteder	24
5.3 Ønske om å bruke Marka mer	26
5.4 Sammenligninger med 2004 og 2011	27
6. Hvordan Marka brukes	29
6.1 Aktiviteter siste 12 måneder	29
7. Tilfredshet med ulike forhold ved Marka	31
7.1 Mest fornøyd med	31
7.2 Minst fornøyd med	32
7.3 Sammenligninger med 2011	33
8. Hva skal til for å bruke Marka mer variert	34
9. Påstander om bruk av Marka	36

9.1 Sammenligninger med 2011	42	
10. Hva ikke-brukere har lyst til å gjøre		43
11. Viktigste grunner til ikke å bruke Marka		44
11.1 Sammenligninger med 2011	44	
12. Hva kommunen kan gjøre for at Marka skal benyttes mer		45
13. Informasjon om Marka		46
13.1 Aktivt søkt informasjon	46	
13.2 Hvor man har søkt informasjon	47	
13.3 Språk som informasjon ønskes på	48	
13.4 Sammenligninger med 2011 og 2004	49	
Vedlegg: Spørreskjema		50

Figurer

Figur 1 Hvor ofte bruker du Oslomarka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	14
Figur 2 Når bruker du Marka? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	16
Figur 3 Hvilke deler av Oslomarka har du brukt de siste 12 måneder? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	17
Figur 4 Hvilke deler av Marka benytter du oftest? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021. ...	18
Figur 5 I hvilken sammenheng bruker du Oslomarka? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021 ...	20
Figur 6 Hvordan kommer du deg til Oslomarka? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	21
Figur 7 Hvor godt vil du si at du kjenner Oslomarka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	23
Figur 8 Kjenner du til følgende i Marka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	25
Figur 9 Ønsker du å bruke Oslomarka mer? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	26
Figur 10 Hvor godt vil du si at du kjenner Oslomarka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.....	28
Figur 11 Hvordan bruker du Marka? Kryss av for alle aktiviteter du har gjort i løpet av det siste året (siste 12 måneder). Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	29
Figur 12 Aktiviteter som benyttes mest etter bakgrunn i løpet av det siste året (siste 12 måneder). Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	30
Figur 13 Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende forhold ved Marka? (Mest fornøyd med) Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021	31
Figur 14 Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende forhold ved Marka? (Minst fornøyd med). Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021	32
Figur 15 Hva skal til for at du skal bruke Marka oftere eller mer variert? (Mest viktig). Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	34
Figur 16 Hva skal til for at du skal bruke Marka oftere eller mer variert? (Minst viktig). Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	35
Figur 17 Jeg føler meg utrygg. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	36
Figur 18 Syklistene tar for lite hensyn. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	37
Figur 19 Det er for mange folk som går på beina i skiløypene. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	37
Figur 20 Det er for mange turveier/skiløyper i Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	38
Figur 21 Jeg er positiv til idrettsanlegg i randsonen av Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	38
Figur 22 Jeg er avhengig av å kjøre bil til Marka for å bruke Marka på den måten jeg ønsker. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	39
Figur 23 Det er behov for å gjøre utlån av sports-/friluftsutstyr lettere tilgjengelig. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	39
Figur 24 Det er behov for å tilrettelegge bedre for stisykling i Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	40
Figur 25 Marka betyr/har betydd mye for meg under koronapandemien. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	40
Figur 26 jeg har god kjennskap til allemannsretten. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	41
Figur 27 Jeg skulle ønske det var bedre informasjon om turmuligheter i Marka (ved grensen til Marka). Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	41
Figur 28 Hvilke aktiviteter har du lyst til å gjøre i Marka? Ikke-brukere, men som samtidig har lyst til det. 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.....	43

Figur 29 Hva er de viktigste grunnene til at du ikke benytter Marka? Ikke-brukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	44
Figur 30 Er det noe kommunen kan gjøre for at du skal bruke Marka? Ikke-brukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	45
Figur 31 Har du aktivt søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av det siste året? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	46
Figur 32 Hvor har du søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka? Spørsmål stilt til de som har søkt informasjon om Marka. 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	47
Figur 33 Hvor har du søkt informasjon. De som har søkt informasjon om Marka. Brutt ned på bakgrunn. 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	48
Figur 34 Har du aktivt søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av siste året? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	49
Figur 35 Hvor har du søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka? De som har søkt informasjon, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	49

Tabeller

Tabell 1 Stratifisert utvalg etter hovedområder.....	7
Tabell 2 Landbakgrunn med 40 svar eller mer	8
Tabell 3 Utvalget etter alder	9
Tabell 4 Utvalget etter innvandrestatus	9
Tabell 5 Utvalget etter kjønn	9
Tabell 6 Utvalget etter bydeler	10
Tabell 7 Feilmarginer i uendelighetsunivers	12
Tabell 8 Hvor ofte pleier du å bruke du Oslomarka i følgende årstider? Spørsmål stilt til markabrukerne	15
Tabell 9 Bruk av Marka sammenlignet med tidligere år. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.....	18
Tabell 10 Bruk av Marka etter årstider. Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.	19
Tabell 11 Bruk av Marka etter områder og over tid. Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.....	21
Tabell 12 Sammenhenger Marka brukes i. Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.	22
Tabell 13 Kjennskap til Oslomarka etter bruksmønster. Oslos innbyggere, 18 år og eldre, Prosentandel. 2021.	24
Tabell 14 Kjennskap til hva man kan gjøre i Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel etter inntekt.	26
Tabell 15 Ønske om å bruke Marka mer etter hvor ofte du bruker Marka i dag. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.	27

1. Forord

Oslomarka består av 1400 kilometer med skogsveier, 2100 kilometer med skogsstier og 2800 kilometer med preparerte skiløyper om vinteren, og er et viktig sted for rekreasjon for Oslos innbyggere¹.

Oslomarka er et viktig rekreasjonsområde for Oslos befolkning. I det året som har vært, har Marka vært et lyspunkt i en mørk tid for mange.

I og med at Marka er så viktig for mange, er det også viktig at Oslo kommune passer på at Marka holdes i stand og oppleves som er godt sted å være for innbyggerne.

Markaundersøkelsen 2021 måler Osloborgernes bruk av Oslomarka det siste året, hva innbyggerne er mer eller mindre fornøyd med og hva som kan bidra til økt og mer variert bruk av Marka. De som ikke bruker Marka, er spurt om årsaker til dette og hva kommunen kan gjøre for å øke deres bruk av Marka.

I alt ble nær 64 000 av byens innbyggere i alderen 18 år og eldre invitert til å svare på spørreundersøkelsen. Disse ble trukket tilfeldig fra Folkeregisteret, men stratifisert slik at vi skulle oppnå et så representativt utvalg som mulig blant de med norsk bakgrunn og personer med innvandrerbakgrunn. Personer med kortere botid enn 5 år i Norge ble ikke inkludert i undersøkelsen.

Invitasjon til undersøkelsen og en påminnelse ble sendt ut med e-post. Det ble også trukket like mange innbyggere fra hver av bydelene, for at vi skulle se forskjeller og likheter mellom bydelene når det gjelder bruk av Marka. I alt svarte 7462 av kommunens befolkning innen tidsfristen.

Hva har vi funnet?

Vi har for det første funnet at Oslomarka er populær. Mellom åtte og ni av ti (85 prosent) bruker Marka én gang i året eller oftere. Mellom syv og åtte av ti (73 prosent) bruker Marka seks ganger i året eller mer. Fire av ti bruker Marka én gang i uka eller oftere. Kun 6 prosent bruker Marka sjeldnere enn én gang i året, mens 8 prosent av Oslos innbyggere svarer at de aldri bruker Marka.

Så mange som to av tre (66 prosent) mener at Marka har betydd mye for dem under koronapandemien. Andelen som mener dette er høyt i alle grupper, også blant de som bor i Indre by og som har lengst vei til Marka (58 prosent).

Alt i alt, finner vi at åtte av ti (79 prosent) ønsker å bruke Marka mer. Det er et fantastisk utgangspunkt for de som jobber med å tilrettelegge for god bruk av Marka, både i Oslo kommune og i de frivillige organisasjonene.

Velkommen til lesing av Markaundersøkelsen 2021.

¹ <https://www.oslo.kommune.no/miljo-og-klima-1/slik-jobber-vi-med-miljo-og-klima/beskyttelse-av-oslomarka/>

2. Oppsummering av hovedfunn

Om de som har svart

Denne undersøkelsen kartlegger innbyggernes bruk av Osloområdet i aldersgruppen 18 år og eldre. Resultatene kan brytes ned på byområdenivå og bydelsnivå. Undersøkelsen viser resultater blant personer med norsk bakgrunn og personer med innvandrerbakgrunn etter hovedgrupper. Hovedgruppene er basert på sammenslåtte grupper fra Oslo kommunes statistikkbank. Undersøkelsen er ikke nødvendigvis representativ når vi bryter data ned på innvandrergrupper etter enkeltland, spesielt ikke når det er få svar fra landgruppene eller når responsen (svarprosenten) er spesiell lav. I rapporten kommenteres da heller ikke resultater etter innvandrergrupper fra enkeltland.

Resultater kommenteres ellers i all hovedsak etter kjønn, alder, byområder og landbakgrunn etter aggregerte verdensdeler. Noen få steder kommenteres også funn fra gruppen «norskfødte med to foreldre født i utlandet», da det også er interessant å analysere denne gruppen separat. Vi har også kartlagt bruk av Marka etter andre forhold som inntekt og utdanning. Fra før vet vi at bruk av Marka henger sammen med høy utdanning og høy inntekt, og det ser vi også i denne undersøkelsen. Vi gjør leseren oppmerksom på at det *ikke* er gjort såkalte kryssanalyser, hvor bruk av Marka blant innbyggere i byområder eller etter landbakgrunn kontrolleres eksempelvis for utdanningsbakgrunn eller inntekt.

Bruk av marka

Fem prosent av Oslos befolkning bruker Marka omtrent daglig. Fire av ti bruker Marka én gang i uken eller oftere. Vel syv av ti (73 prosent) bruker Marka seks ganger i året eller mer. Mellom åtte og ni av ti (85 prosent) bruker Marka én gang i året eller mer. 6 prosent svarer at de bruker Marka sjeldnere enn én gang i året og 8 prosent bruker aldri Marka.

Markabrukerne benytter Marka om lag like mye uavhengig av årstidene. Vi ser likevel at noen flere benytter Marka om sommeren, én gang i uken eller mer, sammenlignet med de øvrige årstidene. Vi finner også at en større andel, 20 prosent, oppgir at de sjelden eller aldri bruker Marka om vinteren, mot 9 prosent til 12 prosent i de øvrige årstidene. Personer med innvandrerbakgrunn benytter i mindre grad Marka om vinteren enn de med norsk bakgrunn. Dette gjelder også personer som er født i Norge med to foreldre født i utlandet. Ser vi på innvandrere fra den sammenslåtte gruppen Asia/Afrika/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU, svarer 32 prosent at de bruker Marka om vinteren minst én gang i uken eller mer, mens andelen med norsk bakgrunn er 49 prosent.

Åtte av ti markabrukere bruker Marka i helgene, og det viser at Marka som forventet benyttes klart mest i helgene. Like mange kvinner som menn oppgir dette. Et interessant trekk er at de i aldergruppen 60 år og eldre i mindre grad enn de yngre bruker Marka i helgene (65 prosent), mens de i klart større grad enn de yngre bruker Marka i hverdagen (54 prosent).

61 prosent av markabrukerne har benyttet Nordmarka i løpet av siste 12 måneder. Deretter kommer Østmarka med 49 prosent. 34 prosent har brukt Lillomarka med Gjelleråsmarka siste 12 måneder. 19 prosent har bruk andre områder i Marka som Bærumsmarka og Sørmarka.

Av de som er brukere av Marka, finner vi at flest bruker Nordmarka oftest med 40 prosent. 32 prosent oppgir å bruke Østmarka oftest, mens 15 prosent oppgir at de benytter Lillomarka oftest. Kun 4 prosent benytter oftest andre områder i Marka som Bærumsmarka og Sørmarka.

De som benytter Marka gjør det ofte sammen med noen, gjerne da sammen med familiemedlemmer (68 prosent) og venner (60 prosent). Det er mange som også bruker Marka alene, hele 48 prosent. Her finner vi forskjeller mellom menn og kvinner. 44 prosent av de kvinnelige markabrukerne bruker marka alene, mot 52 prosent blant menn. Langt færre (6 prosent) bruker Marka sammen med grupper (trimgrupper, idrettslag, friluftsansettelse eller lignende).

Av de som bruker Marka, er det hele 55 prosent som bruker bil for å komme til Marka. Nær fire av ti (39 prosent) reiser kollektivt. En av fire (25 prosent) sykler. 50 prosent oppgir at de går for å komme seg til Marka.

Kjennskap (Oslos innbyggere)

Av hele Oslos befolkning, er det om lag fire av ti som mener de kjenner Oslomarka ganske godt eller svært godt. Tre av ti (28 prosent) kjenner ganske dårlig eller svært dårlig til Oslomarka. Vel tre av ti (32 prosent) mener at de kjenner Marka verken godt eller dårlig. Menn i Oslo oppgir i klart større grad enn kvinner å kjenne Marka godt, 44 prosent mot 32 prosent.

En svært stor andel av Oslos innbyggere kjenner til serveringssteder de kan benytte i Marka, hele 81 prosent. Det er også mange som kjenner spennende turistmål som utsiktspunkter, badevann og kulturminner, 73 prosent. Klart færre, 46 prosent, kjenner til overnattingssteder de kan benytte. Det er også relativt sett få, 39 prosent, som kjenner til apper eller nettsider som gir informasjon om turmål, fiske, annet som man kan gjøre. Minst kjent er organiserte aktivitetstilbud, kjent av 11 prosent. Fire av ti kjenner til apper eller nettsider som gir informasjon om Marka.

Ønske om å bruke Marka mer (Oslos innbyggere)

Alt i alt, finner vi at åtte av ti (79 prosent) av Oslos befolkning ønsker å bruke Marka mer. Vel én av ti (13 prosent) er usikre på dette og har svart at de ikke vet. Kun knappe én av ti (9 prosent) svarer at de ikke kan tenke seg å benytte Marka mer enn det de gjør i dag.

Bruk av Marka siste 12 måneder (Markabrukere)

Blant de som bruker Marka, kommer som forventet fotturer på topp. 85 prosent har krysset av for dette forholdet. Mellom fem og seks av ti (54 prosent) har gått turer på ski og halvparten av innbyggerne har drevet med fysisk aktiviteter generelt i Marka. 47 prosent har besøkt serveringssteder. Mellom 42 prosent til 44 prosent har besøkt utsiktspunkter, vært med på grilling/bålkos, badet/svømt i Marka eller tatt løpeturer.

Mellom tre og fire har plukket sopp/bær og like mange bruker Marka som møteplass. Nær tre av ti har overnattet i telt, hengekøye eller under åpen himmel. Det er også relativt mange som har syklet på stier eller i terrenget i Marka (13 prosent).

Om lag én av ti av markabrukerne har oppsøkt kulturminner, fisket, stått alpint, gått på skøyter eller drevet med orientering. Mindre enn én av ti har trent til konkurranse generelt i Marka, studert pattedyr/fugler og/eller overnattet i hytter (7-8 prosent). Aktiviteter i Marka slik som padling, klatring/buldring, randonee, rulleski og hesteridning, har marginal oppslutning (1-5 prosent).

Så mange som 35 prosent av markabrukerne oppgir å sykle på *turveier/skogsbilveier* i Marka. Én av fire (25 prosent) av markabrukerne sykler på *stier og/eller i terrenget*. Av alle som sykler, bruker 90 prosent vanlig tråsykkel, mens 17 prosent bruker elsykkel. Noen bruker da både vanlig tråsykkel og elsykkel.

Tilfredshet med ulike forhold ved Marka (Markabrukere)

Markabrukerne er mest fornøyd med hvordan stier er vedlikeholdt/tilrettelagt for bruk. 73 prosent er fornøyd med dette. Kun 3 prosent svarer at dette forholdet ikke er relevant for dem. Omtrent syv av ti (71 prosent) er fornøyd med skilting inne i Marka og med merkingen av blåmerka stier og turveier – sommer (70 prosent). Nær syv av ti (68 prosent) er fornøyd med antall turmuligheter de har til rådighet. På den annen side, ser vi at det kun er 4 prosent som er misfornøyd med antallet turmuligheter.

Vi finner også at andelen ganske eller svært fornøyd med tilrettelegging for sykling på turvei i Marka er relativt lav (42 prosent). Samtidig er det også her kun 4 prosent som er svært eller ganske misfornøyd. 32 prosent har svart «Verken eller» eller «Vet ikke». 21 prosent har svart at de ikke benytter sykkel på turveier i Marka.

Selv om det finnes tilrettelagte muligheter for å padle og ro flere steder i Marka, er det så mange som 28 prosent av markabrukerne som sier at de ikke kjenner til dette, og dermed ikke skårer/vurderer tilbudet. I tillegg er det 35 prosent som mener at dette er irrelevant for dem. Tilrettelegging for padling/roing kommer dermed svakest ut av alle forhold som er vurdert, kun 12 prosent er fornøyd med tilbudet - når vi isolert sett ser på andelen som er fornøyd. Samtidig må vi ta i betraktning andelen som er misfornøyd med tilbudet, og vi ser da at dette kun utgjør 4 prosent av markabrukerne.

Ser vi på de forholdene som har flest misfornøyd, kommer toalettfasiliteter i Marka generelt på topp med 25 prosent som er misfornøyd. Dernest kommer toalettfasiliteter ved innfartsområder og serveringssteder og søppelhåndtering/antall søppelkasser med 22 prosent misfornøyd på begge forhold og tilrettelegging for gående om Marka om vinteren (ikke i skispor), hvor en av fem (20 prosent) er misfornøyd med forholdet.

Påstander om bruk av Marka (Oslos innbyggere)

Så mange som 66 prosent (to av tre) av Oslos innbyggere mener **Marka har betydd mye** for dem under koronapandemien. Andelen som mener dette er høy i alle grupper, også blant de som bor i Indre by (58 prosent), selv om flere her svarer verken eller.

De aller fleste (71 prosent) er *uenig* i at de **føler seg utrygge** i Marka. Likevel er det 11 prosent som er ganske eller delvis enig i påstanden.

Mens 20 prosent er uenig i at **syklistene tar for lite hensyn**, er 36 prosent enig. 43 prosent svarer verken eller, eller at de ikke vet.

Om lag like mange er enig i påstanden om at det er for mange folk som **går på beina i skiløypene** (24 prosent) som uenig (22 prosent). De fleste har imidlertid ikke gjort seg opp en mening eller svarer verken eller.

Det er klart flere som er uenig i påstanden om at det er for mange **turveier/skiløyper i Marka** enn de som er enig (39 prosent mot 16 prosent). Samtidig ser vi at hele 45 prosent ikke tar stilling eller svarer verken eller.

Nær en av to (49 prosent) er positiv til at det tilrettelegges for **idrett med anlegg i randsonen** av Marka. 13 prosent er uenig i at dette bør gjøres. 37 prosent er verken enig eller uenig i påstanden eller svarer vet ikke.

36 prosent er avhengig av å **kjøre bil til Marka for å bruke Marka på den måten de ønsker**, 40 prosent er det ikke. Om lag én av fire svarer at de verken eller er avhengig av å kjøre bil, eller har svart vet ikke.

Det er også en større andel, vel fire av ti, som mener det bør være lettere **tilgjengelig å låne sports- og friluftslivsutstyr**. Svært få er uenig i dette, men halvparten av innbyggerne svarer at de ikke vet eller svarer verken eller. Ser vi på de som *aldri* bruker Marka, finner vi at færre enn gjennomsnittet er enig i påstanden (33 prosent). Om lag like mange, 34 prosent, er enig blant de som bruker Marka *sjelden*. De som bruker Marka sjelden eller aldri, er med andre ord *ikke* mer enig enn andre i at det bør være lettere tilgjengelig å låne sports- og friluftslivsutstyr, snarere tvert imot. Samtidig finner vi også at det er flest som svarer «vet ikke» blant disse to gruppene, 40-42 prosent. I tillegg kommer de som svarer «verken eller», med 15 prosent for de som aldri bruker Marka og 19 prosent for de som sjelden bruker Marka.

To av ti er enig i at det er behov for å **tilrettelegge bedre for stisykling** i Marka. Like mange, to av ti er uenig. Vel tre av ti, svarer at de ikke vet om det finnes et slikt behov, som nok indikerer at mange selv ikke har dette som et behov. Nær tre av ti svare «verken eller».

Mens 63 prosent har **kjennskap til allemannsretten**, mener 10 prosent at de ikke har dette. Klart flest har kjennskap blant de eldre, mens innvandrergupper, spesielt fra Afrika/Asia/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU og EU land i Øst-Europa har minst kjennskap (47 prosent).

Mellom fire og fem av ti (45 prosent) av befolkningen skulle ønske det var bedre **informasjon om turmuligheter i Marka**, presentert ved grensen til Marka. Spesielt mange med innvandrerbakgrunn mener dette, mellom fem og seks av ti. De som bor i Ytre by vest signaliserer minst behov for dette.

Hva skal til for å skape økt bruk av Marka (Blant brukere og ikke-brukere)

Det forhold flest av *brukerne* påpeker når de vurderer hva som skal til for å bruke Marka mer, er bedre tid og en mindre travel hverdag. Halvparten av Oslo-innbyggerne viser til dette forholdet som en barriere for mer bruk av Marka. Samtidig vet vi at så mange som åtte av ti (79 prosent) ønsker å bruke Marka mer, og hele 66 prosent (to av tre) mener Marka har betydd mye for dem under koronapandemien.

Andre forhold som Bymiljøetaten i større grad kan hjelpe innbyggerne med, er bedre kjennskap til turmuligheter og til hvor man starter turen. Mellom tre og fire av ti mener mer kjennskap til dette vil gjøre det lettere å bruke Marka. Én av fire viser også til at bedre parkeringsmuligheter og bedre kollektivtilbud til Marka kan hjelpe.

Ser vi på hva *ikke-brukerne* har lyst til, finner vi at klart flest ønsker å gå fotturer (86 prosent). Der nest kommer grilling/bålkos (54 prosent), besøke utsiktspunkter og bade/svømme (48-47 prosent). Om lag mellom tre til fire av ti kan også tenke seg å løpe/jogge, plukke sopp/bær, besøke serveringssteder, overnatte i telt, bruke Marka som sosial møteplass, overnatte på hytter og gå turer på ski. Til det siste, gå turer på ski, merker vi oss at dette kommer så langt ned som på 11 plass blant aktivitetene *ikke-brukerne* kan tenke seg.

Ikke-brukerne er også spurt om hva som er viktigste grunner til *ikke* å bruke Marka. Av alle 12 grunner de ble forelagt, finner vi at viktigste grunn er for lite kunnskap om hvor de kan dra (45 prosent). Andre forhold som nevnes er at man ikke har noen å dra sammen med (23 prosent), for liten tid (22 prosent), mangler utstyr (18 prosent), trenger bil og/ eller krever for mye planlegging (15 prosent). Kun én av tre (33 prosent) svarer at de rett og slett ikke er interessert.

Ikke-brukerne ble også spurt om det var noe kommunen kunne gjøre for at de skulle bruke Marka. Det klart viktigste kommunen kan gjøre, er å gjøre det lettere å finne informasjon om turmuligheter på kommunens nettsider. Nær halvparten (48 prosent) av *ikke-brukerne* mener dette kunne hjulpet.

Der nest nevnes flere toaletter og synliggjøre organiserte aktiviteter (tre av ti). Én av fire *ikke-brukere* mener at kommunen kan tilby/låne ut utstyr og tilby flere organiserte aktiviteter. To av ti mener også at de kunne bruke Marka mer om informasjon om Marka ble gitt på flere språk.

Informasjon om Marka

Både brukere og ikke-brukere av Marka har svart på spørsmål om de har søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Marka. Fire av ti har gjentatte ganger (mer enn 3 ganger), aktivt søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av det siste året. I tillegg har to av ti aktivt søkt informasjon om lag 1-2 ganger. Tre av ti har ikke søkt informasjon om Marka siste året. I underkant av én av ti er usikre/husker ikke.

Av de som har søkt informasjon om Marka siste året, velger de fleste å søke på markaorganisasjonenes nettsider eller apper (64 prosent), der nest annen nettbasert informasjon (51 prosent). Venner og kjente er også mye bruk (44 prosent). 25 prosent har bruk Bymiljøetatens nettsider, mens kun 8 prosent har søkt informasjon via Bymiljøetatens Instagram/Facebook.

Ser vi på hvilket **språk som foretrekkes** etter hovedgrupper landbakgrunn, ser vi at norsk foretrekkes i all hovedsak sammen med engelsk, uavhengig av landhovedgrupper. Respondentene hadde her mulighet til å krysse av for flere språk. Spørsmålet ble stilt til både brukere og ikke brukere av Marka.

3. Dokumentasjon av metode og gjennomføring

3.1 Bakgrunn og formålet

Bakgrunnen for denne undersøkelsen er Bymiljøetatens behov for en oppdatert kartlegging av bruk av Osломarka, samt å kunne avdekke gjeldende og eventuelle endringer i innbyggernes holdninger til bruk av skogområdene rundt byen. Denne informasjonen er viktig kunnskap i forvaltning og drift av Osломarka, og kunnskap som er nyttig som beslutningsgrunnlag både for intern prioritering og strategi, i tillegg til kunnskapsgrunnlag for administrative og politiske prosesser i kommunen.

Inkludering av minoriteter ved trekk på Folkeregisteret

Et viktig element ved årets undersøkelse, har vært å inkludere innvandrergupper for å styrke Markaundersøkelsens kvalitet. For å sikre en representativ deltakelse fra innvandrerguppene i Oslo, ble utvalget ved årets undersøkelse trukket på Folkeregisteret. Dermed har det vært mulig å «oversample» Oslo-borgere med innvandrerbakgrunn. Samtidig er det viktig å påpeke at å intervju innvandrergupper som har forholdsvis lav deltakelse i spørreundersøkelser, det vil si, innvandrergupper fra ikke-vestlige land, er krevende. Vi vet blant annet at responsraten varierer betydelig etter landbakgrunn og antall år bosatt i Norge, og at den er svært lav for enkelte landgrupper.

Representativitet blant de som ikke snakker eller skriver godt norsk

Ved uttrekk av innvanderutvalget til denne undersøkelsen, ble det satt et krav om 5 års botid i Norge. Undersøkelsen er derfor ikke representativ for de med kortest botid i Norge. Det er ikke uvanlig å ekskludere personer med kort botid i utvalg (spørreundersøkelser) blant innvandrere. Det er to grunner til dette, for det første er det svært krevende å stille med spørreskjema på «alle» språk. Der nest er det ofte ønskelig å intervju personer med erfaring fra det å bo i Norge. I denne undersøkelsen har det i tillegg til norsk også vært mulig å svare på engelsk. De som verken mestrer norsk eller engelsk skriftlig, har i praksis vært ekskludert fra å svare.

3.2 Metode og gjennomføring

Årets undersøkelse er gjennomført ved bruk av et webskjema. Undersøkelsen er sendt ut via e-post som er koblet på utvalget fra statens Kontakt- og reservasjonsregister (KRR). Fordelen med å sende ut med e-post framfor å bruke SMS er at vi kan informere grundig om undersøkelsen i e-postteksten før respondenten går inn og svarer. Invitasjon til undersøkelsen ble sendt 4. februar 2021. Det ble gjennomført en påminnelse 9. februar 2021. Undersøkelsen ble avsluttet 22. februar 2021.

3.3 Utvalg – representativitet

For å trekke utvalget har vi brukt statistikk fra Oslo kommunes statistikkbank. Ved inngangen til 2018 bodde det 222 843 personer med en annen landbakgrunn enn norsk i Oslo. Denne gruppen består per definisjon av innvandrere og norskfødte med to innvanderforeldre og omtales som innvandrerbefolkningen.

Innvandrerbefolkningen utgjorde på dette tidspunktet 33,1 prosent av byens folkemengde. Ved inngangen til 2018 utgjorde personer med bakgrunn fra Asia 40,1 prosent av byens innvandrerbefolkning, mens 17,8 prosent hadde afrikansk bakgrunn. Personer med europeisk landbakgrunn (utenom norsk) utgjorde 37,4 prosent av innvandrerbefolkningen. Enkeltlandene som er sterkest representert i innvandrerbefolkningen ved inngangen til 2018 er: Pakistan: 22 891 personer, Polen: 16 405 personer, Somalia: 15 608 personer, Sverige: 12 523 personer

Litt over 54 000, eller vel en fjerdedel av innvandrerbefolkningen, er født i Norge av to innvandrerforeldre. Resten, nesten 169 000, har selv innvandret. Av disse har nesten 68 000 innvandret til Norge etter 2009. Denne gruppen, med botid i Norge på 7 år eller mindre, utgjør 30,5 prosent av byens innvandrerbefolkning.

Innvandrerbefolkningen er ujevnt fordelt i byen. I bydelene Stovner, Alna og Søndre Nordstrand har noe over halvparten av befolkningen innvandrerbakgrunn. Bydelene med lavest andel med innvandrerbakgrunn er Vestre Aker, Nordre Aker og Nordstrand, alle med andel på vel 17 prosent.

To viktige hensyn ved trekk av utvalget

Når vi skulle trekke utvalget var det to viktige hensyn vi måtte ta. For det første måtte vi trekke et tilstrekkelig stort utvalg blant innvandrere til at vi satt igjen med et representativt utvalg etter at respondentene hadde svart. For det andre, så skulle vi ivareta kravet til å kunne analysere resultatene på hver av kommunens bydeler, så vel som de fire byområdene. Dette innebar at bruttoutvalget måtte være forholdsvis stort. Selv om bydelene har ulik andel innvandrere, ønsket vi at fordelingen på innvandrergruppen og de med norsk bakgrunn skulle være om lag lik mellom bydelene. Tabellen under viser hvordan utvalget ble stratifisert med kraftig oversampling av personer fra Asia/Afrika/Latin-Amerika og Øst-Europaland utenfor EU. De aller fleste av disse er personer innvandret fra Afrika og Asia, eller deres barn født i Norge.

Tabellen viser i kolonnen «Bruttoutvalget», at vi trakk og inkluderte til undersøkelsen 52,8 prosent blant personer med bakgrunn fra Afrika, Asia, Latin-Amerika og Øst-Europa utenfor EU. Under kolonnen «Statistikk» vises andelen med innvandrerbakgrunn fra disse landene (23,4 prosent). Oversamplingen var her på hele 29,4 prosent. Bruttoutvalget trukket besto av 38,7 prosent med norsk bakgrunn, som er klart lavere enn andelen i befolkningen (66,3 prosent).

Nettoutvalget viser fordelingen av svar etter disse hovedgruppene. Andelen med norsk bakgrunn traff perfekt med andelen i befolkningen (66,3 prosent). Innvandrergruppene fra Afrika, Asia, Latin-Amerika og Øst-Europa utenfor EU er på sin side overrepresentert med 2 prosentpoeng, med 25,4 prosent mot 23,4 i befolkningen. Dette har gått noe ut over de to andre innvandrergruppene, henholdsvis fra land i Øst-Europa med i EU og Vest-Europa for øvrig. I sum kan vi konkludere med at nettoutvalget (de som har svart) er tilnærmet perfekt sammensatt på disse hovedgruppene når det vurderes opp mot befolkningsstatistikken.

Tabell 1 Stratifisert utvalg etter hovedområder

Verdensdeler gruppert	Bruttoutvalget		Nettoutvalget		Avvik brutto i %-poeng	Svar-prosent	Statistikk	Netto avvik statistikk
	Antall	Prosent	Antall	Prosent				
AFRIKA - ASIA - LATIN AMERIKA - ØST EUROPA ikke EU	33713	52,8	1899	25,4	-27,4	5,6	23,4	2,0
EU ØST-EUROPA	3299	5,2	228	3,1	-2,1	6,9	4,4	-1,3
NORGE	24671	38,7	4947	66,3	27,6	20,1	66,3	0,0
VEST EUROPA - USA - NEW ZELAND - CANADA - AUSTRALIA	2145	3,4	388	5,2	1,8	18,1	5,9	-0,7
Total	63828	100,0	7462	100,0	0,0	11,7	100,0	0,0

Et svært godt nettoutvalg etter landbakgrunn på de store grupperte verdensdelene skjuler store forskjeller i svar etter landbakgrunn. Tabell 2 vises svar etter land, hvor vi har satt en strek for 40 svar.

Tabellen viser fordelingen e-post sendt ut etter land (bruttoutvalget) og antall svar i nettoutvalget. Vi har beregnet avvik i prosentpoeng. Tabellen viser at to av ti med norsk landbakgrunn som mottok undersøkelsen svarte (20 prosent). Det er en svært god respons, da vi vanligvis må ringe ti personer på telefon for å få ett intervju (10 prosent).

Vi ser også at det finnes landgrupper med bedre svarprosent enn de med norsk bakgrunn, Blant de som mottok undersøkelsen med tysk bakgrunn svarte nær tre av ti. Blant de som svarte mottok undersøkelsen med Canadisk bakgrunn, svarte 35 prosent. Flere landgrupper har klart høyere respons enn de med norsk bakgrunn, blant annet fra Danmark, USA, Japan, (Tsjekkoslovakia), Finland, Nederland, Belgia, Kypros, Uruguay, Slovenia

Store landgrupper har på den annen side svært lav deltakelse, som vist under fra Somalia hvor kun 40 av 3100 svarte (1,3 prosent). Store landgrupper med færre svar enn 40, og som derfor ikke vises her, har også lav respons. Det gjelder blant annet Etiopia (3,8 prosent), Thailand (4,8 prosent) Eritrea (3,4 prosent) og Afghanistan (2,5 prosent).

Tabell 2 Landbakgrunn med 40 svar eller mer

Landbakgrunn	Bruttoutvalget		Nettoutvalget		Avvik %-poeng	Svarprosent
	Antall	Prosent	Antall	Prosent		
Total	63828	100,0	7462	100,0	0,0	11,7
NORGE	24671	38,7	4947	66,3	27,6	20,1
PAKISTAN	3844	6,0	146	2,0	-4,1	3,8
IRAN	1869	2,9	146	2,0	-1,0	7,8
RUSSLAND	1222	1,9	121	1,6	-0,3	9,9
SVERIGE	578	0,9	112	1,5	0,6	19,4
POLEN	1875	2,9	105	1,4	-1,5	5,6
FILIPPINENE	1503	2,4	97	1,3	-1,1	6,5
KINA	1101	1,7	84	1,1	-0,6	7,6
VIETNAM	1466	2,3	79	1,1	-1,2	5,4
KOREA, SØR- (REPUBLIKKEN KOREA)	516	0,8	73	1,0	0,2	14,1
BOSNIA-HERCEGOVINA	754	1,2	71	1,0	-0,2	9,4
INDIA	1152	1,8	69	0,9	-0,9	6,0
JUGOSLAVIA	1068	1,7	67	0,9	-0,8	6,3
SRI LANKA	1335	2,1	56	0,8	-1,3	4,2
MAROKKO	1342	2,1	50	0,7	-1,4	3,7
IRAK	1564	2,5	49	0,7	-1,8	3,1
COLOMBIA	442	0,7	46	0,6	-0,1	10,4
CHILE	634	1,0	44	0,6	-0,4	6,9
USA	168	0,3	42	0,6	0,3	25,0
SOMALIA	3100	4,9	40	0,5	-4,3	1,3
TYSKLAND	139	0,2	40	0,5	0,3	28,8

Når respons skal vurderes etter landgrupper, bør man også se på alderssammensetningen i de ulike landgruppene. Som vi vet, er svært mange av de med bakgrunn fra Afghanistan svært unge. På neste side vises responsrater etter alder. For orden skyld informerer vi om at vi ikke har gruppert alder etter land.

Alder

Alder betyr selvsagt mye for om man vil (eller har tid) svare eller ikke på spørreundersøkelser. Som vanlig har vi et betydelig frafall blant de i aldersgruppen 18-29 år. 12 prosent er i dette tilfellet helt vanlig.

Tabell 3 Utvalget etter alder

Alder	Bruttoutvalget		Nettoutvalget		Avvik %	Svar-prosent
	Antall	Prosent	Antall	Prosent		
18-29	15900	24,9	906	12,1	-12,8	5,7
30-44	24567	38,5	2642	35,4	-3,1	10,8
45-59	16184	25,4	2433	32,6	7,2	15,0
60+	7177	11,2	1481	19,8	8,6	20,6
Total	63828	100,0	7462	100,0	0,0	11,7

Innvandrere og personer født i Norge med to innvandrerforeldre

Responsraten blant personer født i Norge med begge foreldre født i utlandet er noe lavere enn for de som har innvandret, 4,4 prosent mot 6,8 prosent. Når vi sammenligner gruppen norskfødte med innvandrerforeldre, kan det være mest relevant å sammenligne med aldersgruppen 18-29 år.

Tabell 4 Utvalget etter innvandrestatus

	Bruttoutvalget		Nettoutvalget		Avvik %-poeng	Svar-prosent
	Antall	Prosent	Antall	Prosent		
Innvandret	32578	51,0	2225	29,8	-21,2	6,8
Født i Norge med to innvandrerforeldre	6579	10,3	290	3,9	-6,4	4,4
Norsk landbakgrunn	24671	38,7	4947	66,3	27,6	20,1
Total	63828	100,0	7462	100,0	0,0	11,7

Kjønn

Kvinner har hatt en noe høyere respons i denne undersøkelsen enn menn, 12,3 prosent mot 10,9 prosent.

Tabell 5 Utvalget etter kjønn

Kjønn	Bruttoutvalget		Nettoutvalget		Avvik %-poeng	Svar-prosent
	Antall	Prosent	Antall	Prosent		
Kvinne	32039	50,2	3942	52,8	2,6	12,3
Mann	31789	49,8	3463	46,4	-3,4	10,9
			57	0,8	0,8	
Total	63828	100,0	7462	100,0	0,0	11,7

Samlet responsrate er 11,7 prosent. På neste side ser vi hvordan svar har fordelt seg etter de ulike bydelene.

Bydeler

Tabellen under viser i bruttoutvalget at fordelingen av utvalget har vært lik etter bydeler. Andel innslag av innvandrergруппene har også vært om lag lik. Bydeler med lavest svarprosent er Stovner, Grünerløkka og Gamle Oslo. Bydelene med høyest svarprosent er Vestre Aker og Østensjø.

Tabell 6 Utvalget etter bydeler

Bydel	Bruttoutvalget		Nettoutvalget		Avvik %-poeng	Svarprosent	Statistikk	Netto avvik statistikk
	Antall	Prosent	Antall	Prosent				
ALNA	4228	6,6	492	6,6	0,0	11,6	7,0	-0,4
BJERKE	4221	6,6	494	6,6	0,0	11,7	4,6	2,0
FROGNER	4321	6,8	394	5,3	-1,5	9,1	9,3	-4,0
GAMLE OSLO	4284	6,7	442	5,9	-0,8	10,3	8,7	-2,8
GRORUD	4213	6,6	501	6,7	0,1	11,9	4,0	2,7
GRÜNERLØKKA	4296	6,7	383	5,1	-1,6	8,9	9,5	-4,4
NORDRE AKER	4337	6,8	687	9,2	2,4	15,8	7,5	1,7
NORDSTRAND	4274	6,7	499	6,7	0,0	11,7	7,3	-0,6
SAGENE	4224	6,6	480	6,4	-0,2	11,4	6,9	-0,5
ST.HANSHAUGEN	4307	6,7	421	5,6	-1,1	9,8	6,3	-0,7
STOVNER	4218	6,6	361	4,8	-1,8	8,6	4,6	0,2
SØNDRE NORDSTRAND	4254	6,7	456	6,1	-0,6	10,7	5,3	0,8
ULLERN	4063	6,4	536	7,2	0,8	13,2	4,9	2,3
VESTRE AKER	4313	6,8	688	9,2	2,5	16,0	7,0	2,2
ØSTENSJØ	4275	6,7	628	8,4	1,7	14,7	7,1	1,3
Total	63828	100,0	7462	100,0	0,0	11,7	100,0	0,0

3.4 Byområder

En sentral nedbrytning i årets undersøkelse er kommunens inndeling av byområder. Byområdene er som følgende:

Indre by: Gamle Oslo, Grünerløkka, Sagene, St. Hanshaugen og Frogner

Ytre by vest: Ullern, Vestre Aker og Nordre Aker

Ytre by øst: Bjerke, Grorud, Stovner og Alna

Ytre by sør: Østensjø, Nordstrand og Søndre Nordstrand

3.5 Videreutvikle og kvalitetssikre spørreskjema

I forkant av undersøkelsen ble det gjennomført et større arbeide med å videreutvikle spørreskjemaet fra forrige gang undersøkelsen ble gjennomført. Blant annet ble et gitt innspill fra friluftsansjonerene. Det ble også hentet inn forskningsrelaterte data om friluftsliv og fysisk aktivitet. Årets undersøkelse er vesentlig endret fra tidligere. Der det er mulig med benchmarks fra de forrige undersøkelsene kommenteres dette.

3.6 Rapportering og analyse

Denne undersøkelsen er rapportert gjennom en Webportal. Portalen bryter resultatene ned på en rekke forhold, som hovedlandgrupper, verdensdeler, landgrupper, bydeler og fire byområder, innvandrere og norskfødte med innvandrereforeldre, kjønn, alder, utdanning, personlig inntekt, husstandsinntekt, antall personer i husstanden. Det er også laget egne bydelsrapporter for hver av bydelene.

I tillegg er det utarbeidet et komplett tabellgrunnlag med nedbrytninger på de aktuelle forholdene.

Denne rapporten som er utformet i Word-format, oppsummerer hovedresultatene i undersøkelsen.

3.7 Om utvalgsskjevhet, feilmarginer og tolkning av data

Utvalgsskjevhet - seleksjonsfeil

Utvalgsskjevhet oppstår ved at personer med bestemte kjennemerker og bestemt adferd ikke blir representert i utvalget i samme grad som de forekommer i befolkningen. Dette kan skje enten ved trekking av selve utvalget, eller ved at uttrukne personer i bestemte grupper har særlig høyt frafall.

Det er vanskelig å teste slike skjevheter ut over objektive, kjente statistiske forhold som kjønn, alder, geografi, utdanning, landbakgrunn, etc. Ofte benyttes partipreferanse som kan gi en god pekepinn på folks holdninger til ulike verdispørsmål, samt tillit til det offentlige langs en høyre-/venstreakse. Personer som plasserer seg på venstresiden politisk, har gjerne høyere tillit til det offentlige, spesielt på spørsmål om generell/helhetlig tillit. Denne undersøkelsen er ikke validert basert på denne type kjennetegn, samtidig viser vi til at spørsmålene i denne undersøkelsen i svært liten grad handler om kontroversielle, politiske eller sensitive forhold.

Selv om tema er lite kontroversielt, kan det være en utfordring at interessen for et tema påvirker hvem som går inn for å svare og hvem som svarer komplett på spørreskjemaet. For å hindre seleksjon bør tema være så generelt som mulig, og/eller undersøkelsen bør bestå av ulike tema. Det er vanskelig å få dette til, da det å signalisere en bestemt tematikk, et formål og avsender gjerne er nødvendig for at folk er villig til å bruke tid på å svare. Andre undersøkelser kan brukes som en benchmark (statistikk), men også disse kan være påvirket av de samme seleksjonsutfordringene.

Innsamlings- og bearbeidingsfeil

Målingsfeil oppstår ved at intervjupersonen på grunn av misforståelser av spørsmålet, minnefeil e.l. gir feil svar. Minnefeil må en anta forekommer i forbindelse med spørsmål om hendelser over en lengre tidsperiode. Målingsfeil kan også oppstå ved at intervjusituasjonen påvirker respondentens svar, eller ved at respondenten krysser av i feil rubrikk på spørreskjemaet. Bearbeidingsfeil er i dette tilfellet feil som oppstår ved overføring av opplysningene til maskinlesbar form. Gjennom maskinelle kontroller prøver vi å avsløre og rette opp slike feil. Det er imidlertid på det rene at vi ikke kan oppdage alle feil av denne typen.

Over- og underrapportering basert på ulik spørremetodikk

Basert på undersøkelser vi har gjort hvor det parallelt er benyttet ulike metoder, eksempelvis telefonintervju og selvrapportering ved bruk av postalt skjema eller webskjema, vet vi at overrapportering og underrapportering er faktorer som kan påvirke resultatet. Dette er undersøkelser og eksperimenter hvor utvalget trekkes tilfeldig fra den samme utvalgsbasen og hvor sannsynligheten for å bli inkludert er lik uavhengig av metode. I enkelte kartlegginger av *hvilke klimatiltak* innbyggerne ønsker å gjøre det neste året, er det nylig målt opp til 30 prosentpoeng høyere oppslutning om enkelte tiltak når disse er kartlagt på telefon framfor selvutfylling ved bruk av webskjema. Intervjuereffekter er velkjente utfordringer i spørreundersøkelser. Vi regner derfor med at telefonintervju og personlige intervju kan påvirke svarene i større grad i en bestemt retning enn når informanten sitter for seg selv og svarer. Dette gjelder spesielt for spørsmål som kan ha et «politisk korrekt svar», eller når spørsmålene er spesielt sensitive.

I denne undersøkelsen om Oslomarka hvor intervjuene er basert på selvutfylling, og hvor det i mindre grad er politisk korrekte svar eller sensitive spørsmål, har vi grunnlag for å mene at svarene er mer pålitelige enn tilsvarende nasjonale kartlegginger basert på telefonintervju.

Subjektiv kvalitet og egenvurderinger vs. objektive data

Ved bruk av spørreundersøkelser står vi alltid i fare for å over- eller undermåle *den faktiske situasjonen*. Tilfredshet, eller opplevd kvalitet, påvirkes av hvilke forventninger vi har til tjenester. Tjenestenes opplevde (subjektive) kvalitet kan forbedres ved å redusere forventningene til disse, eller de kan svekkes om man overselger det som skal leveres. Serviceerklæringer kan være et virkemiddel for å samkjøre brukernes forventninger med hva som er mulig å yte av service og kvalitet. Objektive mål for fysisk aktivitet kan

benyttes ved å la større utvalg av befolkningen gå med aktivitetsmålere på seg. Det er også mulig å følge større utvalg fysisk i landskapet ved å be respondentene laste ned apper med geolokasjonsdata. Kantar har rekruttert utvalg til slike studier på oppdrag fra TØI/UiO. Folkehelseinstituttet har også omtalt fysisk aktivitetsmåling i rapporten: Nasjonale, landsrepresentative kartlegginger av fysisk aktivitet, fysisk form og tid i ro, mars 2017².

Utvalsundersøkelser gir (statistisk) usikkerhet

Det vil alltid knytte seg en viss usikkerhet til resultatene når vi spør et utvalg av befolkningen. Denne usikkerheten, eller feilmarginen, kan beregnes statistisk. Et sentralt mål i denne sammenhengen er standardavviket. Standardavviket beregnes ut fra hvor mye hver enkelt enhet avviker fra gjennomsnittet for alle enhetene i undersøkelsen når det gjelder den egenskapen vi ønsker å måle. Med utgangspunkt i standardavviket, kan vi beregne feilmarginen for det aktuelle resultatet. Fastsettelsen av feilmarginen vil også avhenge av hvor stor usikkerhet vi er villige til å akseptere. Det vanlige er å angi feilmarginer basert på 95 prosent sannsynlighet. Dette betyr at hvis vi hadde 100 forskjellige uavhengige utvalg, ville resultatet ligge innenfor de feilmarginene vi oppgir i minst 95 av de 100 undersøkelsene. Det vil igjen si at det bare er 5 prosent sannsynlighet for at den faktiske fordelingen i befolkningen ikke ligger innenfor de oppgitte feilmarginene. Feilmarginene i prosenttabeller uttrykkes i prosentpoeng.

Hvis vi for eksempel har funnet at 80 prosent i et utvalg på 500 personer *går til Marka* (bydelsresultat), gir dette en feilmargin på +/- 3,5 prosentpoeng. I befolkningen (bydelen) er det da med 95 prosent sikkerhet mellom 76,5 og 83,5 prosent *går til Marka*, men det mest sannsynlige resultatet er 80 prosent.

Tabell 7 kan brukes som et hjelpemiddel ved tolkningen av tallene. Det mest interessante vil da være å se på 400, 500 og 600 intervju (bydelsresultater), 3500 for kjønn og 7 500 intervju for Oslo samlet.

Tabell 7 Feilmarginer i uendelighetsunivers

STØRRELSEN PÅ FEILMARGINEN I PROSENTPOENG						
Antall enheter	5 (95)%	10 (90)%	20 (80)%	30 (70)%	40 (60)%	50 (50)%
50	+/- 6	+/- 8,3	+/- 11,0	+/- 12,7	+/- 13,6	+/- 13,9
100	+/- 4,3	+/- 5,9	+/- 7,9	+/- 9,0	+/- 9,6	+/- 9,8
200	+/- 3,0	+/- 4,2	+/- 5,5	+/- 6,4	+/- 6,8	+/- 6,9
300	+/- 2,5	+/- 3,5	+/- 4,6	+/- 5,3	+/- 5,7	+/- 5,8
400	+/- 2,2	+/- 3,0	+/- 3,9	+/- 4,5	+/- 4,8	+/- 4,9
500	+/- 1,9	+/- 2,6	+/- 3,5	+/- 4,0	+/- 4,3	+/- 4,4
600	+/- 1,7	+/- 2,4	+/- 3,2	+/- 3,7	+/- 3,9	+/- 4,0
700	+/- 1,6	+/- 2,3	+/- 3,0	+/- 3,5	+/- 3,7	+/- 3,8
2500	+/- 0,9	+/- 1,2	+/- 1,6	+/- 1,8	+/- 1,9	+/- 2,0
3000	+/- 0,8	+/- 1,1	+/- 1,5	+/- 1,7	+/- 1,8	+/- 1,8
3500	+/- 0,7	+/- 1,0	+/- 1,4	+/- 1,5	+/- 1,7	+/- 1,7
7500	+/- 0,5	+/- 0,7	+/- 0,9	+/- 1,1	+/- 1,1	+/- 1,2

Matrisen viser at feilmarginene øker jo mindre utvalget er (antall obs.), og jo nærmere prosentresultatet er 50 prosent. Alle utvalsundersøkelser er beheftet med feilmarginer. Dette skyldes at det ikke er mulig å intervju hele befolkningen (populasjonen). Derfor må man være svært forsiktig med å tolke tallene bokstavelig, særlig når de baseres på få intervju.

² <https://www.fhi.no/globalassets/dokumenterfiler/rapporter/2017/nasjonale-landsrepresentative-kartlegginger-av-fysisk-aktivitetfysisk-form-og-tid-i-ro-rapport-2017.pdf>

Landbakgrunn

Vi tenker at denne undersøkelsen er *tilstrekkelig* representativ på kjønn, alder, hovedlandgruppene utvalget er trukket på, verdensdel, byområder samt bydeler, men at det bør utvises svært stor forsiktighet når svar leses på landnivå, spesielt for land med mindre enn 100 intervju. Vi viser til at det i rapporteringsportalen er rapportert etter landgrupper ned til 40 intervju, som vist i tabellen på side 5. Vi må her ta høyde for at representativiteten kan variere mellom landgruppene, blant annet etter språkkunnskaper og botid i Norge. Dersom et stort flertall av de som har svart har lang botid, høy utdanning og er godt integrert, kan en landgruppe framstå mer «integrert» med norsk friluftsliv og markaliv enn flertallet i gruppen. Vi har ikke hatt mulighet til å kontrollere for disse forholdene i denne undersøkelsen. For landgrupper med 100 – 150 intervju (fem land), som kan være relevante å analysere og vurdere, gjelder feilmarginene uansett som vist til på foregående side, +/- 4,3 til +/- 13,9 prosentpoeng ved 100 intervju.

Norsk bakgrunn vs. innvandrerbakgrunn

I denne rapporten benyttes begrepet «norsk bakgrunn» synonymt med begrepet norsk «landbakgrunn». Med dette menes personer født i Norge med minimum en forelder født i Norge. Begrepet er brukt blant annet for å kunne skille personer med norsk bakgrunn/landbakgrunn fra gruppen «personer født i Norge med to innvandrerforeldre». Vi viser ellers til at det er relativt sett få intervju med gruppen norskfødt med to innvandrerforeldre, kun 290 stykker. Norskfødt med to innvandrerforeldre utgjør 3,9 prosent av alle som har svart på undersøkelsen. Av de som ble tilsendt undersøkelsen blant norskfødte med to innvandrerforeldre var det 4,4 prosent som svarte. Vi har ikke hatt anledning til å vurdere om disse er mer eller mindre representative enn øvrige grupper som har svart.

3.8 Sammenligning med 2004 og 2011

I 2004 og 2011 ble det gjennomført en tilsvarende undersøkelse om bruk av Osloområdet. Undersøkelsen i 2011 ble gjennomført 10.-17. september, og ble gjennomført på telefon. I alt ble det tatt 1000 intervju. Disse ble trukket på en telefonbase, og kan dels betraktes likeverdig med utvalget fra Folkeregisteret i år hvor vi også har påkoblet telefonnummer. Årets undersøkelse sammenlignes med undersøkelsen fra 2004 og 2011 på de spørsmål som er felles. Vi minner samtidig om at metoden som er valgt er forskjellig fra den gang og nå, og at utvalget denne gangen er stratifisert med en stor andel innvandrergrupper.

Ved de to tidligere undersøkelsene ble det ikke gjort spesielle tiltak for å inkludere innvandrergrupper. En vesentlig andel intervju blant innvandrere i årets undersøkelse, kan gjøre det ytterligere utfordrende direkte å sammenligne årets undersøkelse med 2011 og 2004.

Ved tidligere undersøkelser har det heller ikke vært mulig å svare «vet ikke» på spørsmål om man har bruk Marka siste 12 måneder, hvilket har vært mulig ved årets undersøkelse. En direkte sammenligning med tidligere undersøkelser tror vi derfor ikke er riktig, men vi må anta at større forskjeller kan indikere endringer i befolkningens atferd og holdninger.

4. Bruk av Marka

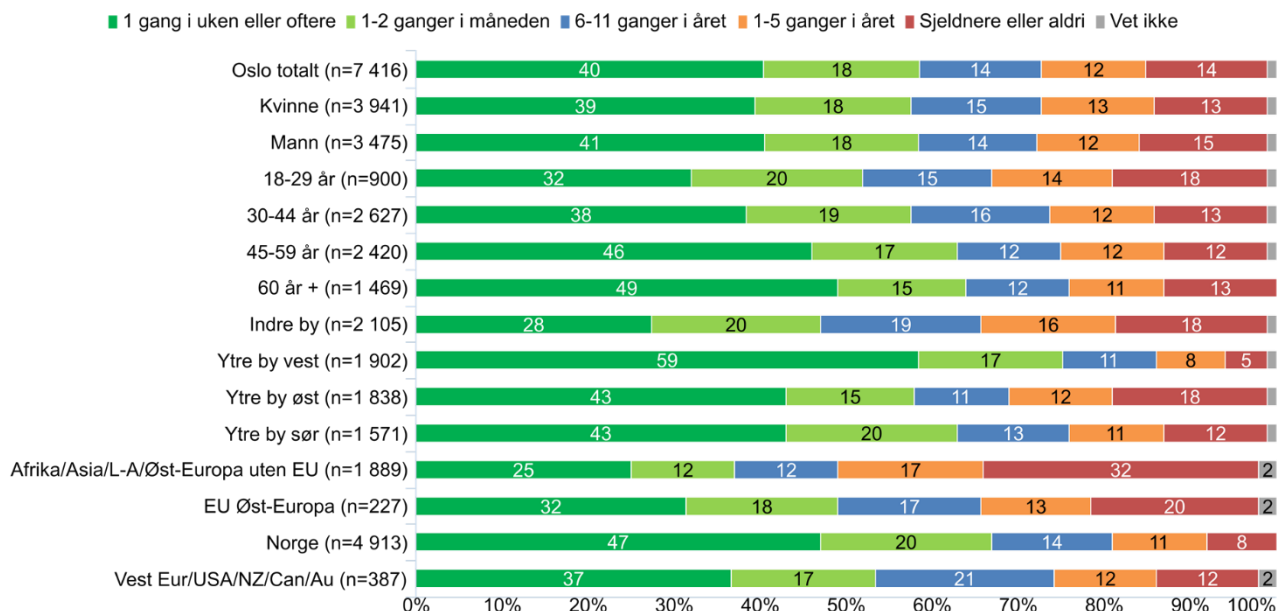
I dette kapitlet beskriver vi hvor ofte Marka brukes alt i alt og gjennom de ulike årstidene. Vi har kartlagt hvilke dager i uka Marka brukes, og hvilke deler av Marka innbyggerne har bruk de siste 12 månedene. Vi har også spurt innbyggerne om hvilke deler av Marka de benytter oftest. Deler av Marka som er kartlagt er; Nordmarka, Lillomarka (med Gjelleråsmarka), Østmarka og andre områder i Marka (eksempelvis Bærumsmarka og Sørmarka). Dette kapitlet dokumenterer også i hvilke sammenhenger eller relasjoner innbyggerne bruker Marka, om de går alene, sammen med familiemedlemmer, venner, går i grupper med mer. Vi har også da kartlagt hvordan innbyggerne kommer seg til Marka, hvor mange som går, sykler, bruker bil eller reiser kollektivt.

4.1 Hvor ofte og når Marka benyttes

Innbyggerne ble først spurt om hvor ofte de bruker Oslomarka? Med Oslomarka menes da Nordmarka, Lillomarka (med Gjelleråsmarka) og Østmarka.

Fem prosent av Oslos befolkning bruker Marka omtrent daglig. Fire av ti bruker Marka en gang i uken eller mer. Vel syv av ti (73 prosent) bruker Marka seks ganger i året eller mer. Mellom åtte og ni av ti (85 prosent) bruker Marka en gang i året eller mer. 6 prosent svarer at de bruker Marka sjeldnere enn en gang i året og 8 prosent bruker aldri Marka.

Figur 1 Hvor ofte bruker du Oslomarka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Marka brukes mest av de som bor i Ytre by vest og Ytre by øst, mens de som bor i Indre by bruker Marka klart minst. De som er i alderen 45 år og eldre bruker Marka oftere enn de yngre. For orden skyld viser vi til at oversikt over byområder etter bydeler finnes i punkt 3.4, kapittel 3.

Personer med norsk bakgrunn benytter Marka langt oftere enn innvandrergруппene. Mens kun 7 prosent av de med norsk bakgrunn oppgir at de sjeldnere enn én gang i året eller aldri bruker Marka, utgjør dette mellom tre og fire av ti (35 prosent) av de med afrikansk eller asiatisk bakgrunn.

Det er også store forskjeller i bruk av Marka etter grad av utdanning og inntekt. Av de med høyeste utdanning (universitet/høgskole over 4 år), er det 45 prosent som bruker Marka én gang i uken eller mer, mens andelen er 33 prosent blant de med grunnskole og videregående skole som høyeste utdanning.

Blant de som tjener 800 000 kroner eller mer i personlig inntekt, oppgir 52 prosent å bruke Marka én gang i uka eller mer. Andelen går gradvis ned etter fallende inntekt. Den er 44 prosent blant de med inntekt mellom 600 000 og 799 999, 38 prosent i inntektsgruppen 400 000 – 599 999, 34 prosent i inntektsgruppen 200 000 til 399 999 og 29 prosent blant de som har under 200 000 i inntekt. Vi finner en tilsvarende tendens når vi ser på husholdningsinntekt.

Sosioøkonomiske forhold som høy inntekt og høy utdanning er ulikt fordelt mellom bydeler og mellom personer med norsk bakgrunn og innvandrergруппer, og vil samspille med andre forhold som fysiske forhold (nærhet til Marka) og kulturelle normer når det gjelder bruk av Marka.

Av de som aldri bruker Marka, i alt 8 prosent, finner vi at dette gjelder i større grad blant de yngste, hvor 13 prosent oppgir at de aldri bruker Marka. Vi finner også at en større andel av de med innvandrerbakgrunn fra Afrika/Asia/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU aldri bruker Marka, 19 prosent. Blant de som har innvandret fra EU-land i Øst-Europa, er det 13 prosent som aldri bruker Marka. Blant barn av innvandrere født i Norge, er det 25 prosent som svarer at de aldri bruker Marka. Vi finner også flere som aldri bruker Marka i bydelene Frogner, Gamle Oslo, Søndre Nordstrand og Stovner med 12 - 18 prosent. Det er også flere som aldri bruker Marka blant de som bor med foreldre eller deler bolig med andre voksne, bor i husstand med 5 personer eller mer (13 prosent), er arbeidsledig eller har annen type trygd (16-17 prosent), er hjemmeværende (23 prosent). Andelen som aldri bruker Marka er også signifikant høyere enn gjennomsnittet blant personer med personlig inntekt under 400 000 (13-15 prosent), har grunnskole eller videregående skole som høyeste utdannelse (12-13 prosent) og bor i Indre by (11 prosent).

Bruk av Marka i løpet av de ulike årstidene

De som hadde benyttet Marka, 92 prosent av innbyggerne, fikk spørsmål om når de benyttet denne. Vi finner at noen flere benytter Marka om sommeren, én gang i uken eller mer, sammenlignet med de øvrige årstidene. Vi finner også at en større andel, 20 prosent, oppgir at de sjelden eller aldri bruker Marka om vinteren, mot 9 prosent til 12 prosent i de øvrige årstidene.

Tabell 8 Hvor ofte pleier du å bruke du Oslomarka i følgende årstider? Spørsmål stilt til markabrukerne.

Hvor ofte bruker du marka om:	Våren	Sommeren	Høsten	Vinteren
Aldri	2 %	1 %	2 %	8 %
Sjeldnere	10 %	8 %	10 %	13 %
1-5 ganger i året	22 %	21 %	21 %	15 %
6-11 ganger i året	5 %	7 %	5 %	5 %
1-2 ganger i måneden	15 %	12 %	15 %	14 %
1 gang i uken	15 %	14 %	15 %	15 %
2 ganger i uken	13 %	14 %	14 %	14 %
3-4 ganger i uken	12 %	15 %	12 %	11 %
Omtrent daglig	5 %	7 %	5 %	5 %
Vet ikke	2 %	1 %	1 %	1 %
Andel 1 gang i uken eller mer	45 %	50 %	46 %	44 %
Andel sjelden eller aldri	12 %	9 %	12 %	20 %

Personer med innvandrerbakgrunn benytter i mindre grad Marka om vinteren enn de med norsk bakgrunn. Dette gjelder også personer som er født i Norge med to foreldre født i utlandet. Ser vi på innvandrere fra gruppen Asia/Afrika/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU, svarer 32 prosent at de bruker Marka om vinteren minst én gang i uken eller mer, mens andelen med norsk bakgrunn er 49 prosent.

Når Marka brukes

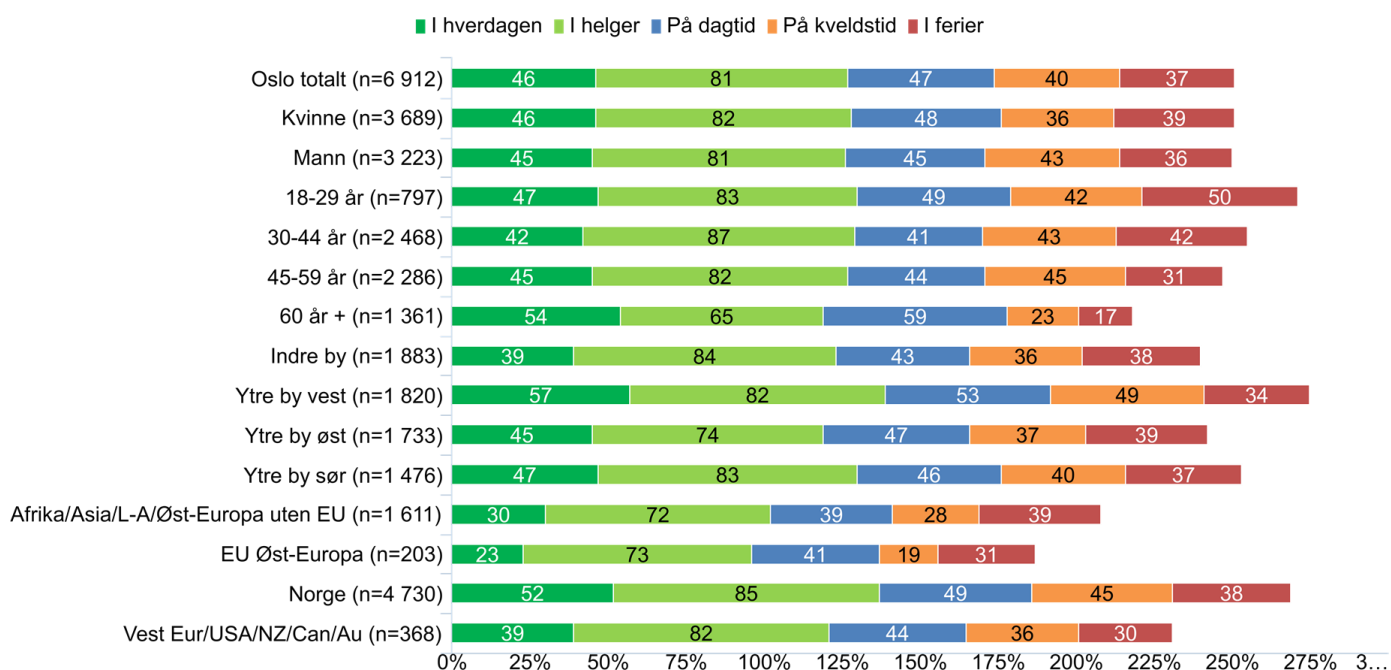
Åtte av ti markabrukere bruker Marka i helgene, og det viser at Marka som forventet også benyttes klart mest i helgene. Like mange kvinner som menn oppgir å bruke Marka i helgene. Et interessant trekk er at de i aldergruppen 60 år og eldre i mindre grad enn de yngre bruker Marka i helgene (65 prosent), mens de i klart større grad enn de yngre bruker Marka i hverdagen (54 prosent). De som bor i Ytre by vest, bruker Marka i større grad i løpet av hverdagen sammenlignet med innbyggere i de tre andre større byområdene. Innbyggerne i Ytre by vest er også de som bruker Marka mer på dagtid og kveldstid. De som bor i Ytre by øst, oppgir i mindre grad enn de i de andre byområdene å bruke Marka i helgene. Vi finner også på dette spørsmålet at det er forskjell i bruk av Marka etter landbakgrunn og verdensdel man kommer fra. De som er født i Norge med utenlandske foreldre bruker Marka på de ulike tidene noe mer enn sine foreldre, men samtidig mindre enn de med norsk bakgrunn, også når vi sammenligner med aldersgruppen 18-29 år. Samtidig oppgir personer født i Norge med innvandrerforeldre at de i større grad bruker Marka i ferier (54 prosent) enn de med norsk bakgrunn.

De med høyest personlig inntekt, over 800 000 kroner, er de som i klart minst grad bruker Marka i feriene (30 prosent). Andelen som bruker Marka i ferien, ligger stabilt på mellom 37-38 prosent i inntektsgruppene mellom 200 000 og 799 999 kroner. Blant de som tjener mindre enn 200 000, oppgir vel halvparten (51 prosent) at de bruker Marka i feriene.

Gruppene med høyest personlig inntekt, 600 000 kroner eller mer, benytter på den annen side Marka i klart større grad i helgene med nær ni av ti.

Bruk av Marka i ferier skårer også generelt høyere blant de i alderen 18-29 år (50 prosent) enn de eldre aldersgruppene.

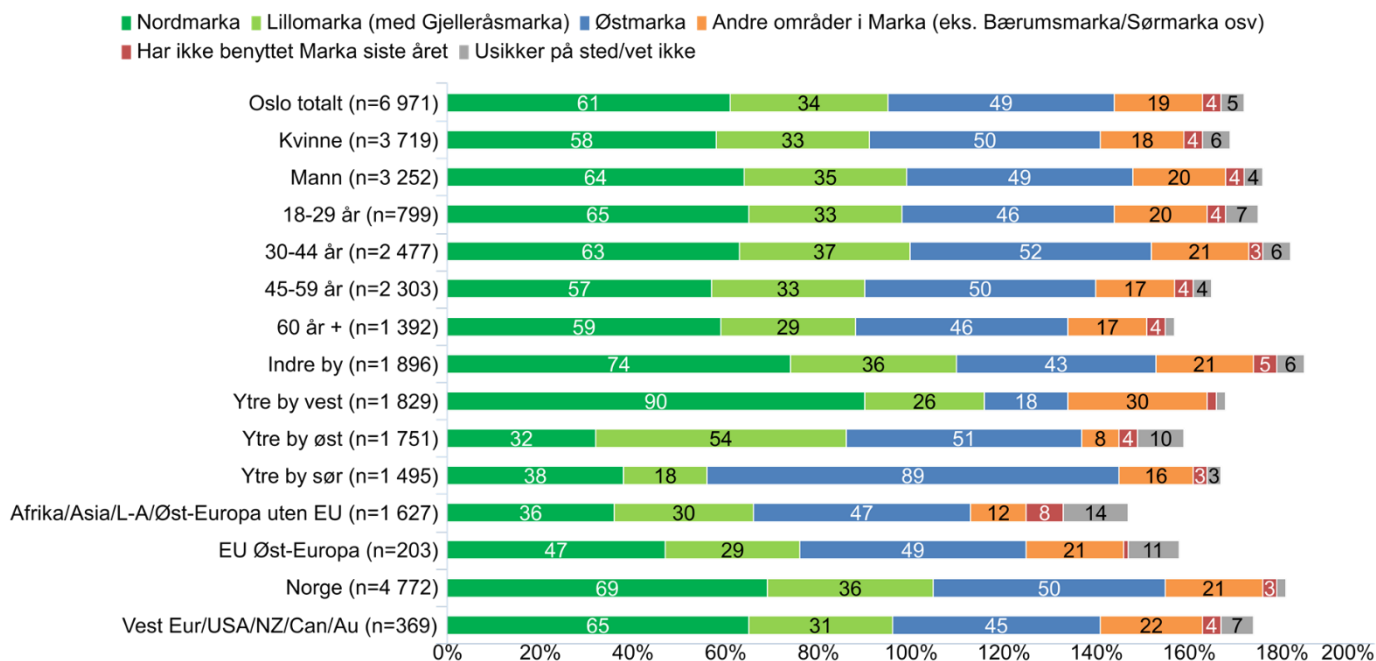
Figur 2 Når bruker du Marka? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



4.2 Hvilke deler av Marka benyttes

Nordmarka «vinner kampen» om Marka. 61 prosent av markabrukerne oppgir å ha brukt denne delen av Marka i løpet av siste 12 måneder. Der nest kommer Østmarka med 49 prosent. 34 prosent har brukt Lillomarka med Gjelleråsmarka siste 12 måneder. 19 prosent har brukt andre områder i Marka slik som for eksempel Bærumsmarka og Sørmarka.

Figur 3 Hvilke deler av Oslomarka har du brukt de siste 12 måneder? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Det er naturlig nok store forskjeller mellom bydeler og byområder når det gjelder hvilke deler av Marka som er benyttet. De som bor i *Indre by* og spesielt *Ytre by vest*, bruker i klart størst grad Nordmarka med hhv 74 prosent og 90 prosent. Tilsvarende har de som bor i *Ytre by sør* i klart størst grad benyttet Østmarka, med hele 89 prosent av befolkningen siste 12 måneder. Befolkningen i *Ytre by øst* grenser til to markaoråder, og de er også i klart større grad delt på flere markaoråder enn befolkningen i de øvrige byområdene.

Mens 54 prosent av de i *Ytre by øst* har brukt Lillomarka, er det nesten like mange, 51 prosent som har benyttet Østmarka. Samtidig er det få i *Ytre by øst* som bruker andre områder i Marka, kun 8 prosent, mot så mange som 30 prosent blant de som bor i *Ytre by vest*. Mange i *Indre by* bruker også Østmarka (43 prosent) og Lillomarka (36 prosent) så vel som Nordmarka.

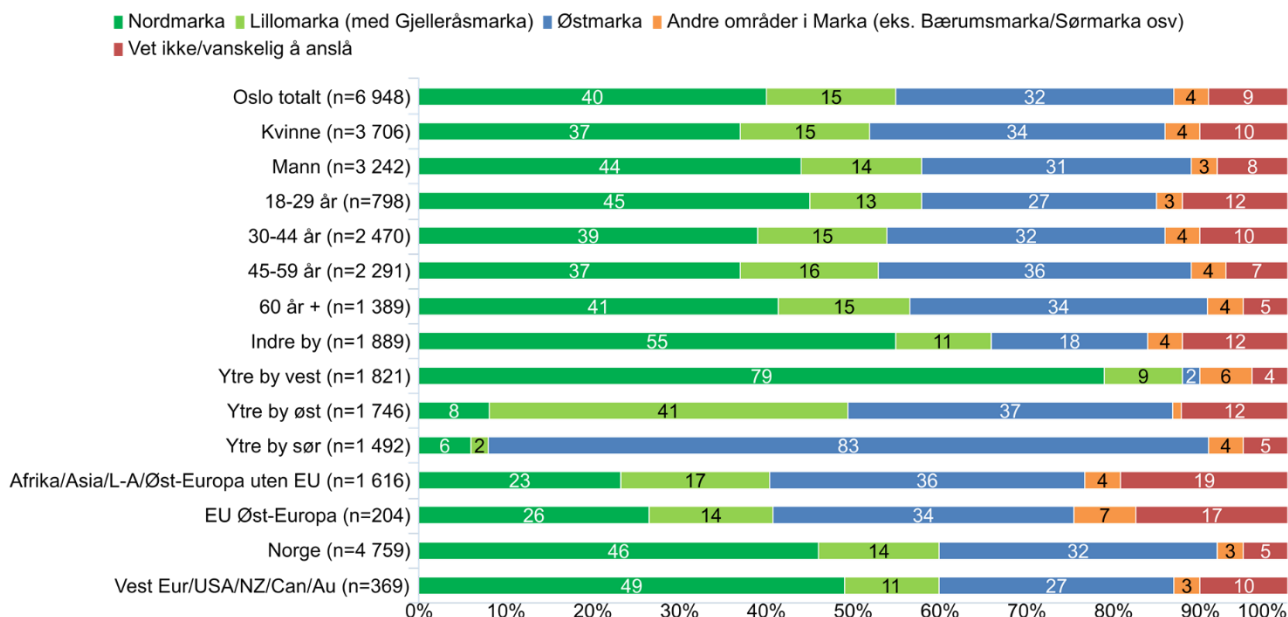
Kun 18 prosent av de som bor i *Ytre by vest* har benyttet Østmarka, og det er kun 26 prosent som har benyttet Lillomarka siste 12 måneder.

Vi ser likevel alt i alt at *mange* av byens innbyggere ikke kun holder seg til én del av Marka, men benytter flere deler uavhengig av det stedet man bor.

På spørsmål om hvilken del av Marka man bruker oftest, finner vi at flest bruker Nordmarka (40 prosent). 32 prosent oppgir å bruke Østmarka oftest mens 15 prosent oppgir at de benytter Lillomarka oftest. Kun 4 prosent benytter oftest andre områder i Marka som Bærumsmarka og Sørmarka.

Figuren under viser også hvor profilerte Nordmarka og Lillomarka er for de som henholdsvis bor i Ytre by vest og Ytre by sør.

Figur 4 Hvilke deler av Marka benytter du oftest? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



4.3 Sammenligninger med 2004 og 2011

I årets undersøkelse oppgir 85 prosent av Oslos innbyggere at de har brukt Marka siste året, én gang eller oftere. 6 prosent bruker Marka sjeldnere og 8 prosent aldri. 1 prosent svarte vet ikke. I 2011 var det 86 prosent som svarte at de hadde brukt skogsområdene rundt byen siste 12 måneder, mens 14 prosent svarte nei. Det var i 2011 ikke mulig å svare vet ikke.

Tabell 9 Bruk av Marka sammenlignet med tidligere år. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.

Har brukt Marka siste 12 måneder	2004	2011	2021
Ja / 1 gang i året eller oftere	81%	86%	85%
Nei	19%	14%	
Aldri/Sjeldnere enn 1 gang i året/Vet ikke			15%

Ser vi på spørsmålet om hvor ofte innbyggerne bruker Marka i de ulike årstidene, ser vi at andelen som svarer *daglig eller ukentlig* i 2021 er om lag den samme som i 2011. Andel som svarer *månedlig* er forskjellig, med høyere andel i 2011, men dette skyldes like gjerne at årets undersøkelse har en finere inndeling for resten av året.

Er bruken av Marka den samme i dag som i 2011, som tallene indikerer? Det er naturlig å peke på at årets undersøkelse er noe annerledes og mer representativt sammensatt enn tidligere ved at andelen innvandrere som har svart er betydelig høyere og i tråd med andelen i befolkningen. Dersom vi kun ser på de som har svart med norsk landbakgrunn, finner vi at 92 prosent oppgir å bruke Marka én gang i året eller oftere.

Årets undersøkelse kan dermed gi et grunnlag for å trekke konklusjonen at Marka brukes mer og oftere i år enn i 2011 – blant de med norsk bakgrunn. Innbyggertallet i Oslo har også økt betydelig siden 2011, slik at den samlede bruk av Marka ganske sikkert må ha økt.

Bruk av Marka gjennom de fire årstidene

I 2004 og 2011 ble de som hadde svart at de hadde brukt Marka siste 12 måneder, hhv 81 og 86 prosent av innbyggerne, spurt om hvordan de brukte Marka gjennom de fire årstidene. Årets undersøkelse inkluderte de som hadde svart «sjeldnere» enn én gang i året (6 prosent), men ikke de som hadde svart aldri (8 prosent), i alt 92 prosent av befolkningen. Når vi sammenligner bruk av Marka etter årstider, er det med andre ord noen flere i 2021 som bruker Marka mindre enn ved de to foregående målingene. Vi forventer at dette i første rekke slår ut når vi sammenligner de som bruker Marka månedlig, sjeldnere / noen ganger om året. Tabellen under viser svaralternativer i 2021 som ikke var med i de to tidligere rundene, markert med blått. Ukentlig i tabellen under er slått sammen av tre svarkategorier i 2021, vist i tabell 8.

Vi finner at andel som svarer at de benytter Marka daglig eller ukentlig har gått noe ned sammenlignet med 2004 og 2011, mellom ett prosentpoeng (høsten) og 4 prosentpoeng (vinteren). Vi må som vist til over, ta forbehold om at svarskala er betydelig mer detaljert i 2021 enn i ved de tidligere målingene, og at 6 prosent av de som svarte i 2021 bruker Marka sjeldnere enn en gang i året, mens de tidligere målingene kun har inkludert de som bruker Marka siste 12 måneder. Det må også her som ellers når vi sammenligner med de tidligere årene vises til at årets undersøkelse trolig er mer representativ for befolkningen enn tidligere og at det også er benyttet en annen metode (selvutfylling mot telefonintervju). Begge deler kan bidra til noe lavere (prosentvis) bruk av Marka enn tidligere. Antallet innbyggere i Oslo har samtidig økt betydelig, så det fysiske antallet som bruker Marka daglig eller ukentlig trenger ikke ha gått ned siden 2011.

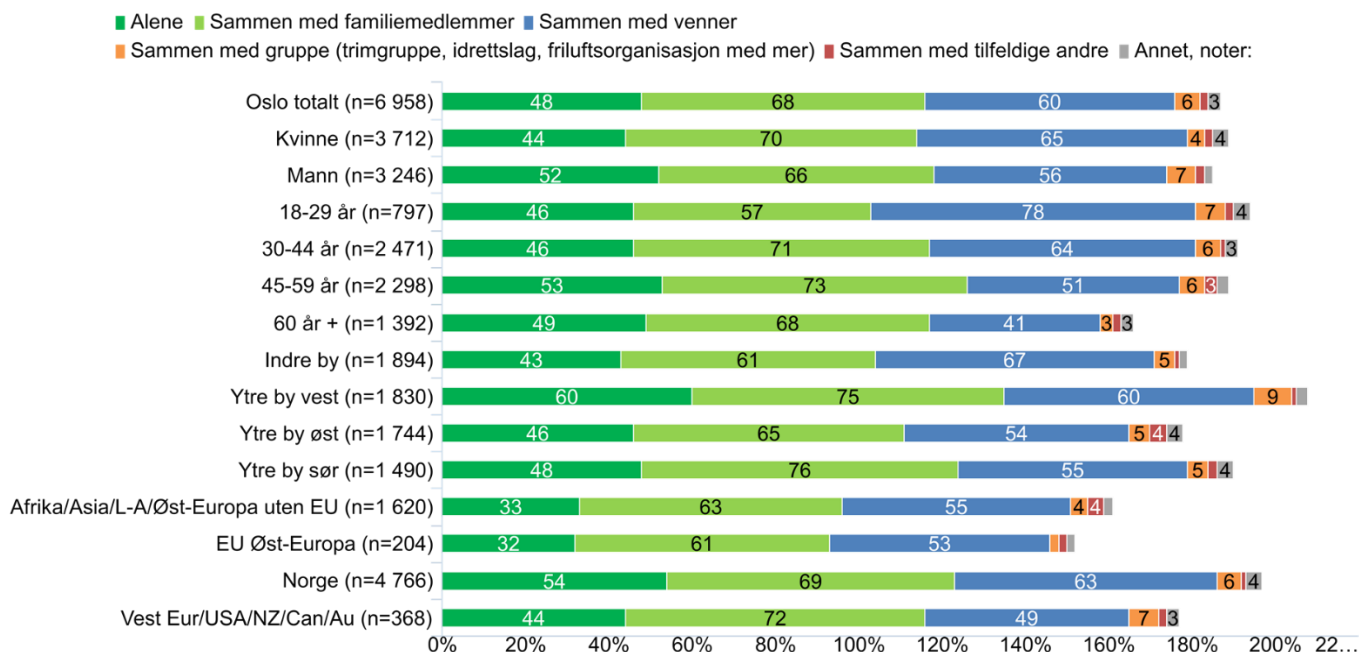
Tabell 10 Bruk av Marka etter årstider. Markebrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.

Hvor ofte bruker du marka i følgende årstider?	Våren				Sommeren		
	2004	2011	2021		2004	2011	2021
Daglig	7	6	5		9	6	7
Ukentlig	42	42	40		44	45	43
Månedlig	31	33			29	30	
1-5 ganger i året			22				21
6-11 ganger i året			5				7
1-2 ganger i måneden			15				12
Sjeldnere	14	15	10		14	13	8
Aldri			1				1
Vet ikke			2				1
Hvor ofte bruker du marka i følgende årstider?	Høsten				Vinteren		
	2004	2011	2021		2004	2011	2021
Daglig	6	6	5		6	6	5
Ukentlig	45	41	41		42	42	39
Månedlig	29	36			25	31	
1-5 ganger i året			21				15
6-11 ganger i året			5				5
1-2 ganger i måneden			15				14
Sjeldnere	17	14	10		19	15	13
Aldri			2				8
Vet ikke			1				1

4.4 Sammenhenger / relasjoner som Marka benyttes i

De som benytter Marka, gjør det ofte sammen med noen, gjerne da sammen med familiemedlemmer (68 prosent) og venner (60 prosent). Det er kanskje overraskende mange som også bruker Marka alene, hele 48 prosent. Langt færre (6 prosent) bruker Marka sammen med grupper (trimgrupper, idrettslag, friluftsforsamling eller lignende). Menn oppgir i større grad enn kvinner å gå alene i Marka og å bruke Marka sammen med ulike grupper, mens kvinner i større grad enn menn oppgir å gå sammen med familie og venner. Det er også forskjeller om man går alene eller ikke etter byområder. Vi ser at flest bruker Marka alene blant de som bor i Ytre by vest (60 prosent), mens det er færrest i Indre by (43 prosent).

Figur 5 I hvilken sammenheng bruker du Oslomarka? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



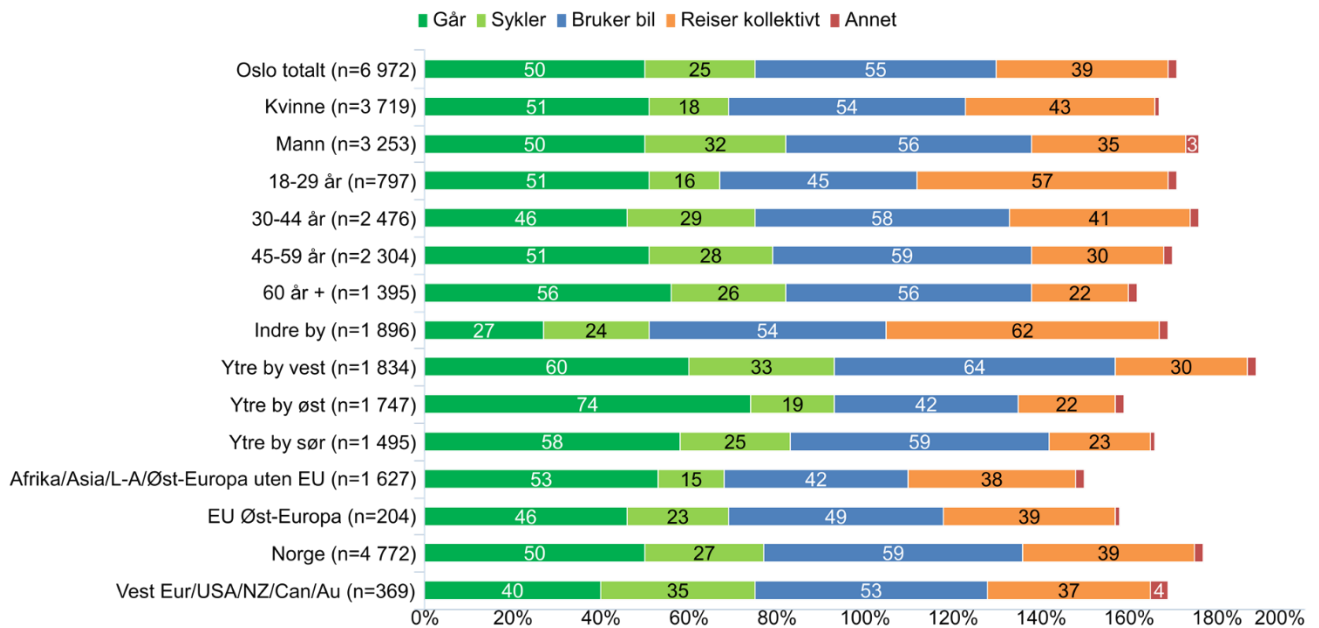
4.5 Hvordan kommer man seg til Marka?

Av de som bruker Marka, er det hele 55 prosent som bruker bil for å komme til Marka. Nær fire av ti (39 prosent) reiser kollektivt. Én av fire (25 prosent) sykler. 50 prosent oppgir at de går for å komme seg til Marka. Spørsmålene er stilt slik at man kan krysse av på flere alternativer, det betyr at mange av de som går også bruker et annet framkomstmiddel.

Klart flere menn enn kvinner oppgir at de sykler til Marka, 32 prosent mot 18 prosent. Mens de yngste i større grad benytter kollektivtransport for å komme til Marka (57 prosent) er det kun 22 prosent av de eldste som oppgir dette. Aldergruppen 60 år pluss går på sin side i størst grad til Marka (56 prosent).

På dette området er det store forskjeller etter bydeler og byområder. Mens hele 74 prosent av de som bor i Ytre by øst går til Marka, er det kun 27 prosent som gjør dette blant de som bor i Indre by. De som bor i Indre by reiser i klart størst grad kollektivt når de oppsøker Marka (62 prosent). Bil benyttes klart mest av de som bor i ytre by vest (64 prosent) og Ytre by sør (59 prosent), og minst blant de som bor i Ytre by øst (42 prosent). Vi finner også at personer som bor sammen med ektefelle/samboer og barn, i større grad enn andre bruker bil til Marka (66 prosent). Barn som bor sammen med sine foreldre er de som går mest (59 prosent). Vi finner også at familier med 3-4 personer eller mer i minst grad reiser kollektivt til Marka.

Figur 6 Hvordan kommer du deg til Oslomarka? Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Sammenligninger med 2004 og 2011

Undersøkelsen i 2004 og 2011 kartla bruk av Marka etter de ulike markaområdene *blant de som hadde benyttet Marka siste 12 måneder*, det vil si blant “markabrukerne” (81 prosent og 86 prosent av innbyggerne i henholdsvis 2004 og 2011).

Hvilken Mark?

Undersøkelsen i 2004 og 2011 viste følgende bruk av de tre markaområdene, sammenlignet med årets undersøkelse.

Tabell 11 Bruk av Marka etter områder og over tid. Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.

Mark	2004	2011	2021
Nordmarka	71	66	61
Lillomarka	26	32	34
Østmarka	42	50	49

Årets undersøkelse inkluderer i dette spørsmålet de som har brukt Marka sjeldnere enn én gang i året, men utelater de som har svart «aldri» og «vet ikke». Det vil si at 92 prosent av kommunens innbyggere er spurt om hvilke deler av Marka de benytter. Vi mener at sammenligningsgrunnlaget med tidligere undersøkelser bør være om lag det samme, når vi ser på relative størrelser som bruk av de ulike markene. Utfordringen er kanskje størst når vi ser på sammensetningen av de som har svart, da årets undersøkelse inkluderer en vesentlig andel innvandrere som benytter Marka i mindre grad enn de med norsk bakgrunn. Dette, pluss endring av metode, kan også påvirke svarene noe i retning av mindre bruk som tidligere påpekt.

Som vist over i dette kapitlet, har 61 prosent av Oslos innbyggere brukt Nordmarka siste 12 måneder, 49 prosent har brukt Østmarka og 34 prosent har brukt Lillomarka med Gjelleråsmarka. Tallene indikerer at bruken av de ulike delene av Marka i år er om lag på linje med 2011. Årets undersøkelse viser riktignok 5

prosentpoeng færre som har brukt Nordmarka, mens 2 prosent poeng flere har brukt Lillomarka. Det kan indikere en forskyvning mellom bruken av markaområdene. I og med at årets undersøkelse inkluderte de som bruker Marka, ikke kun siste året, kan vi ikke trekke en konklusjon om at bruken av de ulike delene av Marka har gått ned siden 2011. Årets undersøkelse måler også at 19 prosent har brukt andre områder i Marka som Bærumsmarka og Sørmarka – som ikke ble målt i 2011.

Ser vi igjen kun på de med norsk landbakgrunn i 2021, da andelen med innvandrerbakgrunn nok var forsvinnende liten i tidligere undersøkelser, finner vi følgende bruk av Marka etter de ulike markene; Nordmarka (69 prosent), Lillomarka (36 prosent) og Østmarka (50 prosent). Andelen med innvandrerbakgrunn har økt i hele Oslo, slik at dette nok også vil påvirke prosentandelen som bruker Nordmarka, men vi kan trolig konkludere med at bruken av Nordmarka ikke har blitt særlig mindre siden 2011.

I hvilken sammenheng?

I 2004 og 2011 ble innbyggerne spurt om de *oftest* brukte Marka alene, sammen med familie og venner eller i organisert aktivitet. Årets undersøkelse har kartlagt «i hvilke sammenhenger Marka brukes», det er skilt mellom venner og familie. Både tidligere og i 2021 har det vært mulig å bruke Marka i flere sammenhenger. Også i årets undersøkelse er det flest som bruker Marka sammen med andre (68 prosent med familie) og venner (60 prosent). 48 prosent bruker Marka alene, om lag som i 2011. 6 prosent bruker Marka sammen med grupper (trimgrupper, idrettslag, friluftsansettelse eller lignende). Dette samsvarer også godt med funn i 2011.

Tabell 12 Sammenhenger Marka brukes i. Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.

Sammenheng	2004	2011	2021
Alene	38	46	48
Sammen med familie			68
Sammen med venner (og familie)	74	74	60
I organisert aktivitet	9	7	6

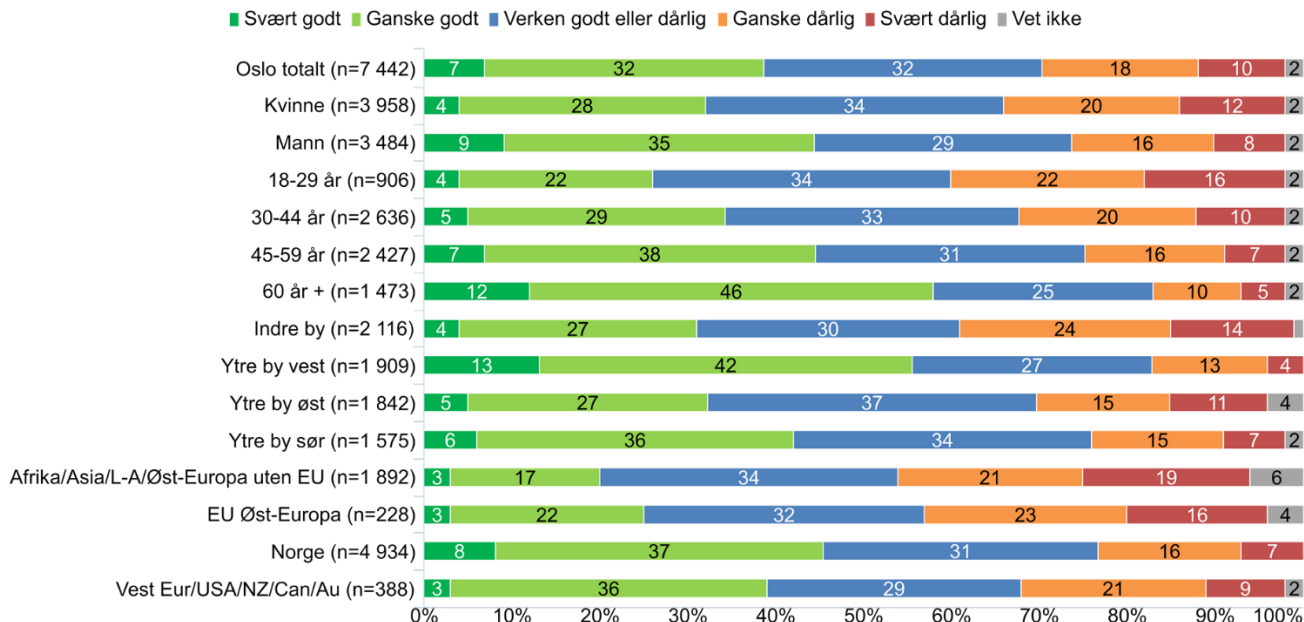
5. Kjennskap til Marka

I dette kapitlet beskriver vi innbyggerens kjennskap til Marka generelt, og hva innbyggerne spesifikt kjenner til av overnattingshytter og serveringssteder de kan bruke, spennende turmål, for eksempel utsiktspunkter, badevann og kulturminner. Vi spør også om innbyggerne kjenner organiserte aktivitetstilbud og om de har kjennskap til apper eller nettsider som gir informasjon om turmål, fiske, annet man kan gjøre i Marka. Vi har også spurt innbyggerne om de ønsker å bruke Marka mer, som også beskrives i dette kapitlet. Både brukerne og ikke-brukerne av Marka fikk spørsmålene om hvor godt de kjenner Oslomarka.

5.1 Kjennskap til Marka helhetlig sett

Om lag fire av ti mener de kjenner Oslomarka ganske godt eller svært godt. Knappe tre av ti (28 prosent) kjenner ganske dårlig eller svært dårlig til Oslomarka. Vel tre av ti (32 prosent) mener at de kjenner Marka verken godt eller dårlig. Menn oppgir i klart større grad enn kvinner å kjenne Marka godt, 44 prosent mot 32 prosent. Kjennskap øker også med alder. I aldersgruppen 60 år pluss er det så mange som 58 prosent, det vil si nær seks av ti, som mener de kjenner Oslomarka godt. Tilsvarende andel i aldersgruppen 18-29 år er 26 prosent. Botid i Oslo vil også naturligvis påvirke kjennskap til Marka, uten at vi har sett nærmere på dette.

Figur 7 Hvor godt vil du si at du kjenner Oslomarka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



De som bor i byområdet Ytre by vest oppgir i klart større grad enn andre at de kjenner Marka godt, med 55 prosent, mot 31 prosent og 32 prosent i byområdene Indre by og Ytre by øst.

Det er også færre som kjenner Marka godt blant personer med innvandrerbakgrunn (20 prosent - 25 prosent). Alder betyr også her noe, men kjennskap til Marka blant de som er født i Norge med

innvandrere foreldre er ikke så mye dårligere enn deres foreldre. Mens 16 prosent av de som er født i Norge med innvandrerbakgrunn har god kjennskap til Marka, finner vi at andelen med god kjennskap til Marka er 25 prosent blant de som har innvandret. Blant de med norsk landbakgrunn og uavhengig av alder, er det 45 prosent som har god kjennskap til Marka.

Vi finner også store variasjoner i kjennskap til Marka etter inntekt. Mens 55 prosent av de med personlig inntekt over 800 000 kroner oppgir å kjenne Marka godt, faller dette gradvis med lavere inntekt, fra 44 prosent i inntektsgruppen 600 000 – 799 999 til 35 prosent blant de med inntekt mellom 400 000 og 599 999, via 31 prosent i inntektsgruppen 200 000 – 399 999 til 26 prosent blant de med under 200 000 i personlig inntekt.

Ser vi på kjennskap til Oslomarka etter hvor ofte innbyggerne bruker Marka, finner vi store forskjeller. Så mange som 77 prosent av de som *aldri går* i Marka mener de har dårlig kjennskap til Marka. Av de som *sjelden går* i Marka, i dette tilfellet sjeldnere enn årlig, er det 66 prosent som oppgir at de har dårlig kjennskap til Marka. Det går et interessant skille mellom de som går 1-5 ganger i Marka i løpet av året og de som går 6-11 ganger i året. Mens 16 prosent av de førstnevnte oppgir å ha svært dårlig kjennskap til Marka, er det kun 4 prosent av de som går 6-11 ganger i året som mener at de har dette.

Tabell 13 Kjennskap til Oslomarka etter bruksmønster. Oslos innbyggere, 18 år og eldre, Prosentandel. 2021.

Hvor ofte bruker du Oslomarka? Med Oslomarka menes Nordmarka, Lillomarka (med Gjelleråsmarka) og Østmarka.	Hvor godt vil du si at du kjenner Oslomarka?	
	Svært dårlig	Ganske dårlig
Aldri	61,0%	16,3%
Sjeldnere	33,3%	33,1%
1-5 ganger i året	15,7%	38,1%
6-11 ganger i året	4,0%	25,8%
1-2 ganger i måneden	1,6%	18,7%
1 gang i uken	1,0%	10,7%
2 ganger i uken	0,7%	5,3%
3-4 ganger i uken	0,4%	4,3%
Omtrent daglig	0,9%	4,2%
na	4,0%	16,0%
Vet ikke	8,5%	23,7%
SUM	10,1%	18,0%

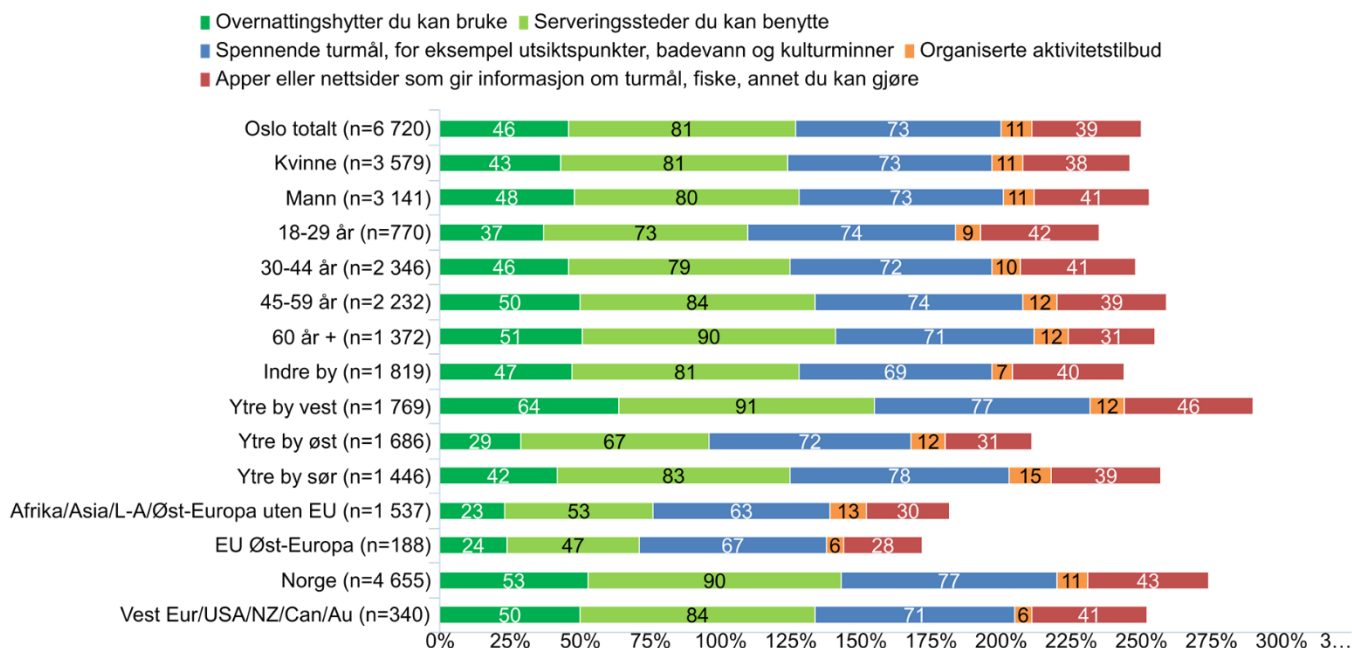
5.2 Kjennskap til «gjøremål», serverings- og overnattingssteder

Både brukere og ikke-brukere av Marka er spurt om de kjenner til ulike «gjøremål» i Marka. Vi finner at en svært stor andel av Oslos innbyggere kjenner til serveringssteder de kan benytte i Marka, hele 81 prosent. Det er også mange som kjenner spennende turmål som utsiktspunkter, badevann og kulturminner, 73 prosent. Klart færre, 46 prosent, kjenner til overnattingssteder de kan benytte. Det er også relativt sett få, 39 prosent, som kjenner til apper eller nettsider som gir informasjon om turmål, fiske, annet som man kan gjøre. Minst kjent er organiserte aktivitetstilbud, kjent av 11 prosent.

Menn har bedre kjennskap enn kvinner til hvilke overnattingshytter som kan brukes. Aldersgruppene 45 år og eldre kjenner i klart større grad til overnattingssteder og serveringssteder.

Når det gjelder overnattingssteder, er det kun 37 prosent av de i den yngste i aldergruppen 18-29 år som sier at de kjenner til dette tilbudet, mens 50 prosent kjenner til dette tilbudet blant de over 45 år.

Figur 8 Kjenner du til følgende i Marka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Innbyggerne i Ytre by vest har klart mest kjennskap til de tilbudene som finnes. Så mange som 91 prosent kjenner til serveringssteder og 64 prosent kjenner overnattingshytter. Dette står i kontrast til andelen i Ytre by øst, hvor 67 prosent kjenner serveringssteder, mens kun 29 prosent kjenner overnattingshytter de kan bruke.

Det er også forskjeller mellom innvandergrupper og personer med norsk bakgrunn på dette spørsmålet, men forskjellen varierer noe etter type tilbud. Minst forskjell er det når det gjelder spennende turmål. Vi finner at 77 prosent av de med norsk landbakgrunn kjenner til spennende turmål, mens andelen er 63 prosent blant de som kommer fra land i Afrika, Asia og Latin-Amerika.

Større forskjeller finner vi for kjennskap til serverings- og overnattingssteder. Mens vel ni av ti blant de med norsk bakgrunn³ kjenner serveringssteder de kan bruke, er andelen vel fem av ti blant de med bakgrunn fra Afrika/Asia/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU, og også om lag den samme blant de som kommer fra EU land i Øst-Europa.

Vi finner også på spørsmålet om kjennskap til ulike gjøremål større forskjeller etter inntekt. Med unntak av organiserte aktivitetstilbud, oppgir personer med inntekt over 800 000 kroner i personlig inntekt å ha mer kjennskap til de øvrige tilbudene. Vi finner også at personer med personlig inntekt mellom 600 000 og 799 999 kroner har mer kjennskap til overnattingshytter og serveringssteder enn de med lavere personlig inntekt, se tabell 14 på neste side.

Når det gjelder kjennskap til organiserte aktivitetstilbud, er forskjellen liten både mellom personer med innvandrerbakgrunn og norsk bakgrunn, og mellom personer i ulike inntektsgrupper. Andelen som kjenner organiserte aktiviteter er til og med noe høyere blant de med innvandrerbakgrunn fra Asia/Afrika/Latin-Amerika enn blant de med norsk bakgrunn, 13 mot 11 prosent. Dette samsvarer med funn SSB har gjort i sine levekårsundersøkelser av befolkningens bruk av friluftaktiviteter, brutt ned på barn og unge i Oslo⁴.

³ Med «norsk bakgrunn» menes her personer født i Norge med minimum en forelder født i Norge. Begrepet er bruk for å kunne skille på gruppene personer med «norsk bakgrunn / født i Norge» med to innvandrerforeldre – «Norsk med innvandrerbakgrunn».

⁴ Kilde: SSB, 16. februar 2021. Idrett og friluftsliv. Levekårsundersøkelsen. [Barn fra vestkanten mest aktive i Oslo - SSB](#)

SSBs undersøkelse viser at barn av innvandrere deltar i større grad i organiserte friluftaktiviteter enn barn uten innvandrerbakgrunn.

I tabellen under er signifikante (vesentlige) forskjeller fra gjennomsnittet markert med grønne og røde fargekoder. Grønt viser signifikant økt oppslutning (flere), mens rødt markerer signifikant færre enn gjennomsnittet.

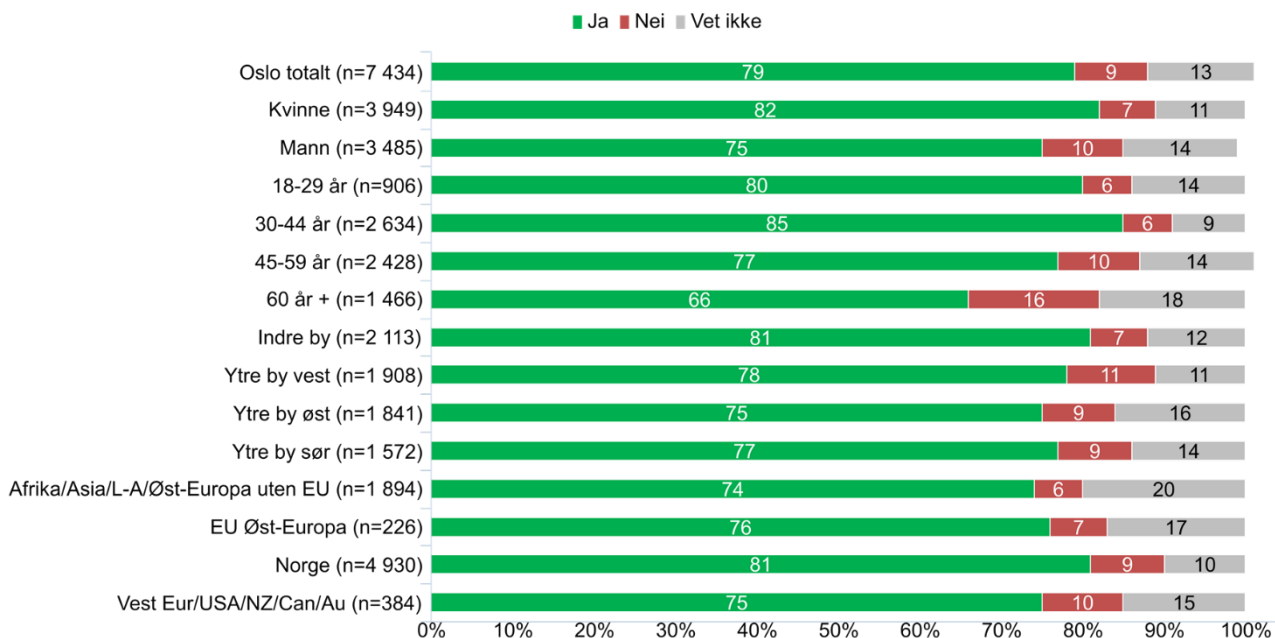
Tabell 14 Kjennskap til hva man kan gjøre i Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel etter inntekt.

	Under 200 000 kr	200 000–399 999 kr	400 000 – 599 999 kr	600 000 – 799 999 kr	Mer enn 800 000 kr
	n=398	n=842	n=1829	n=1491	n=1334
Overnattingshytter du kan bruke	33 %	38 %	42 %	51 %	61 %
Serveringssteder du kan benytte	69 %	73 %	79 %	85 %	94 %
Spennende turmål, for eksempel utsiktspunkter, badevann og kulturminner	76 %	70 %	73 %	74 %	77 %
Organiserte aktivitetstilbud	11 %	10 %	8 %	11 %	12 %
Apper eller nettsider som gir informasjon om turmål, fiske, annet du kan gjøre	36 %	33 %	40 %	42 %	45 %

5.3 Ønske om å bruke Marka mer

Alle har blitt spurt om de kan tenke seg å bruke Marka mer, uavhengig av hvor ofte og hva de benytter Marka til i dag. Alt i alt, finner vi at åtte av ti (79 prosent) ønsker å bruke Marka mer. Vel én av ti (13 prosent) er usikre på dette og har svart at de ikke vet. Kun knappe én av ti (9 prosent) svarer at de ikke kan tenke seg å benytte Marka mer enn det de gjør i dag.

Figur 9 Ønsker du å bruke Oslomarka mer? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Flere kvinner enn menn kan tenke seg å bruke Marka mer, 82 prosent mot 75 prosent. Vi finner også at det er de yngste som i klart størst grad kan tenke seg å bruke Marka mer, med hhv 80 prosent i den yngste gruppen og 85 prosent i den nest yngste, aldersgruppen 30-44 år.

Færre svarer ja til mer bruk i aldergruppen 60 år og eldre, men dette er også de som allerede bruker Marka i klart størst grad. Mens 49 prosent av de over 60 år bruker Marka én gang eller mer i uken, er andelen 32 prosent blant de i alderen 18-29 år. Det er også klart flere som ønsker å bruke Marka mer blant de med høyere utdanning 4 år eller mer (82 prosent). Personer som bor sammen med ektefelle/samboer og ektefelle/samboer med barn har også i stor grad ønske om å bruke Marka mer (80 prosent). Det er samtidig mindre forskjeller etter inntekt.

De som *aldri* bruker Marka oppgir i mindre grad enn markabrukerne at de ønsker å bruke Marka mer, med kun 38 prosent. De som bruker Marka *sjeldent*, oppgir også i mindre grad enn andre at de ønskjer å bruke Marka mer (65 prosent). De som i størst grad ønsker å bruke Marka mer, er de som bruker Marka noe under én gang i måneden (6-11 ganger i året) og de som bruker den 1-2 ganger i måneden. Ser vi på de som bruker Marka aller mest og daglig, finner vi at så mange som 74 prosent kan tenke seg å bruke Marka enda mer.

Tabell 15 Ønske om å bruke Marka mer etter hvor ofte du bruker Marka i dag. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.

Hvor ofte bruker du Oslomarka? Med Oslomarka menes Nordmarka, Lillomarka (med Gjelleråsmarka) og Østmarka.	Ønsker du å bruke Oslomarka mer?				Total
	Ja	Nei	na	Vet ikke	
Aldri	38,0%	24,0%	0,2%	37,8%	100,0%
Sjeldnere	64,9%	9,2%	0,5%	25,4%	100,0%
1-5 ganger i året	80,1%	6,5%	0,7%	12,7%	100,0%
6-11 ganger i året	87,1%	3,2%	0,3%	9,4%	100,0%
1-2 ganger i måneden	86,3%	3,3%	0,4%	10,0%	100,0%
1 gang i uken	84,8%	6,3%	0,1%	8,8%	100,0%
2 ganger i uken	84,9%	7,5%	0,3%	7,2%	100,0%
3-4 ganger i uken	76,1%	14,2%	0,3%	9,4%	100,0%
Omtrent daglig	74,4%	19,6%	0,3%	5,7%	100,0%
na (ubesvart)	80,0%	12,0%		8,0%	100,0%
Vet ikke	59,3%	3,4%		37,3%	100,0%
SUM (inkludert ubesvart)	78,3%	8,5%	0,3%	12,9%	100,0%

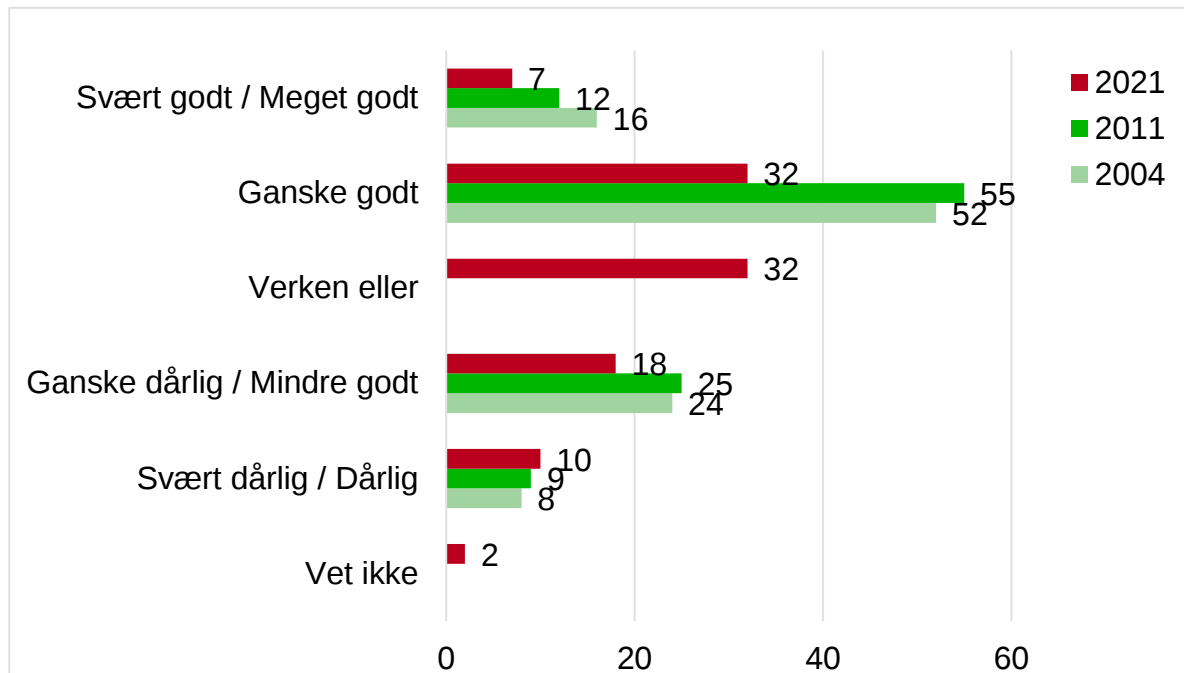
5.4 Sammenligninger med 2004 og 2011

I 2004 og 2011 ble det benyttet en fire-punkt skala uten midtpunkt og uten at det var mulig å svare «vet ikke» på spørsmålet om hvor godt innbyggerne kjente Oslomarka. Basert på dette, svarte 16 og 12 prosent i hhv 2004 og 2011 at de kjente skogsområdene rundt Oslo meget godt. I tillegg var det hhv 52 og 55 prosent som svarte at de kjente skogsområdene ganske godt. 34 prosent i 2011 og 32 prosent i 2011 mente de kjente Marka mindre godt eller dårlig. Årets undersøkelse benytter en fem-punkt skala med midtpunkt, samtidig var det lov å svare «vet ikke». En direkte sammenligning med de to tidligere årene blir dermed ikke mulig.

Figur 10 på neste side illustrerer forskjellene mellom 2021 og tidligere år. Deler vi de som svarte «verken eller» i 2021 i to like deler, og lar de de tippe hver sin veg i firepunktskalaen, finner vi at 55 prosent kjenner

Marka godt i 2021 mot 67 prosent i 2011 og 68 prosent i 2004, mens 44 prosent kjenner Marka dårlig i 2021 mot 34 prosent både i 2011 og 2004.

Figur 10 Hvor godt vil du si at du kjenner Oslomarka? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2004, 2011, 2021.



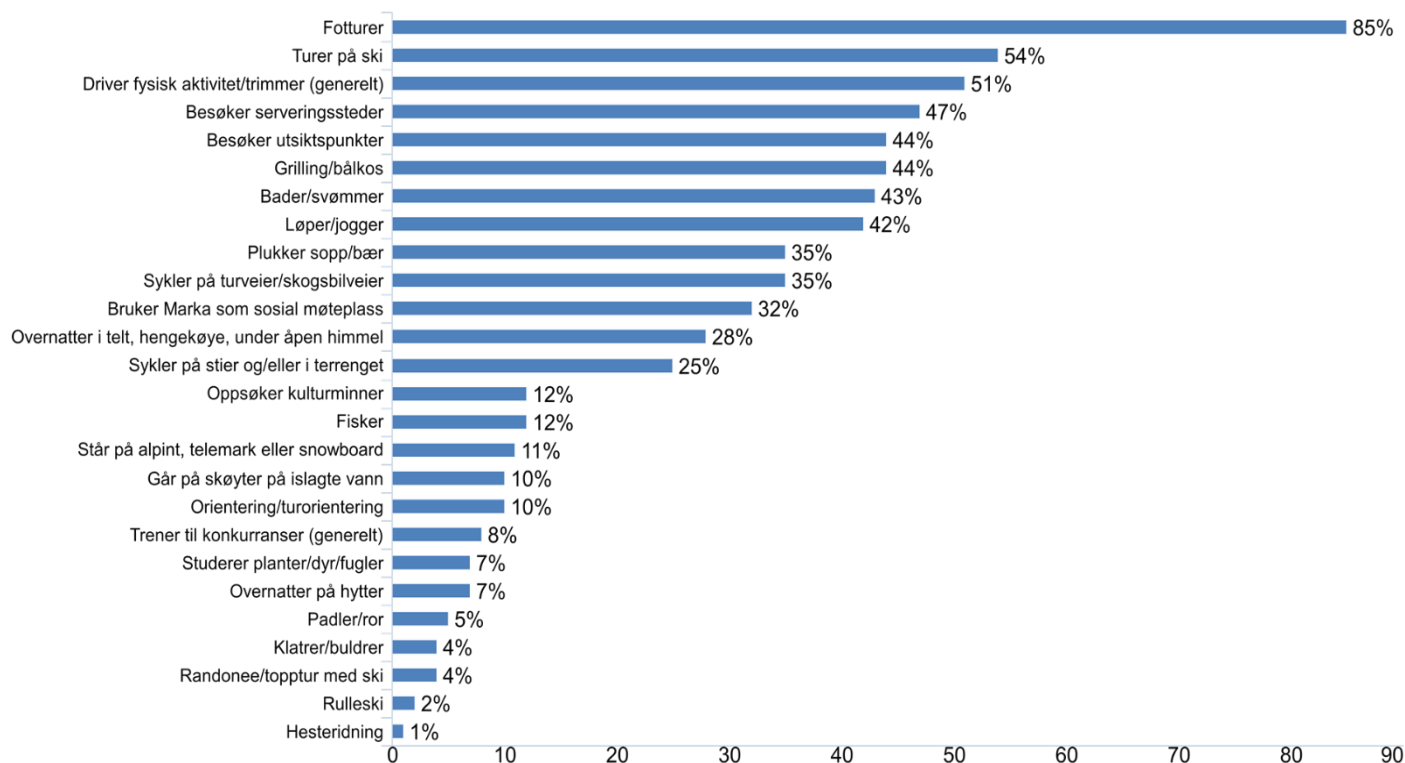
6. Hvordan Marka brukes

I dette kapitlet dokumenterer og rangerer vi hvordan Osloinnbyggerne bruker Marka, alt fra fotturer til mer sjeldne aktiviteter som randonee/toppturer og hesteridning. Som en del av kartleggingen, har vi kartlagt bruk av sykkel, og deretter spesifikt om man bruker vanlig sykkel eller elsykkel.

6.1 Aktiviteter siste 12 måneder

Dette spørsmålet kartlegger hvordan Marka brukes av Oslos innbyggere. Før de svarte ble respondentene bedt om å krysse av for alle aktiviteter de hadde gjort i løpet av det siste året (siste 12 måneder). Som forventet, kommer **fotturer** på topp med 85 prosent. Flere kvinner enn menn går fotturer i Marka, 90 prosent mot 81 prosent. Vi finner også at andelen som går fottur i Marka er høyere blant de med norsk bakgrunn enn i innvandrergруппene, og at de med høyest utdanning i større grad går turer i Marka enn andre. Det er på den annen side ikke signifikante forskjeller etter inntektsgrupper og heller ikke etter de fire større byområdene når det gjelder å gå fotturer i marka. Ser vi på bydelene, finner vi at de som bor i bydelene Vestre Aker og Østensjø i større grad enn i øvrige bydeler går fotturer i Marka, mens det er motsatt for de som bor i bydelene St. Hanshaugen, Frogner og Stovner.

Figur 11 Hvordan bruker du Marka? Kryss av for alle aktiviteter du har gjort i løpet av det siste året (siste 12 måneder). Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Mellom fem og seks av ti (54 prosent) har gått turer på ski og halvparten av innbyggerne har drevet med fysisk aktiviteter generelt i Marka. 47 prosent har besøkt serveringssteder. Mellom 42 prosent til 44 prosent har besøkt utsiktspunkter, vært med på grilling/bålkos, badet/svømt i Marka eller tatt løpeturer.

Mellom tre og fire av ti har plukket sopp/bær og like mange bruker Marka som møteplass. Nær tre av ti har overnattet i telt, hengekøye eller under åpen himmel. Det er også relativt mange som har syklet på stier eller i terrenget i Marka (25 prosent).

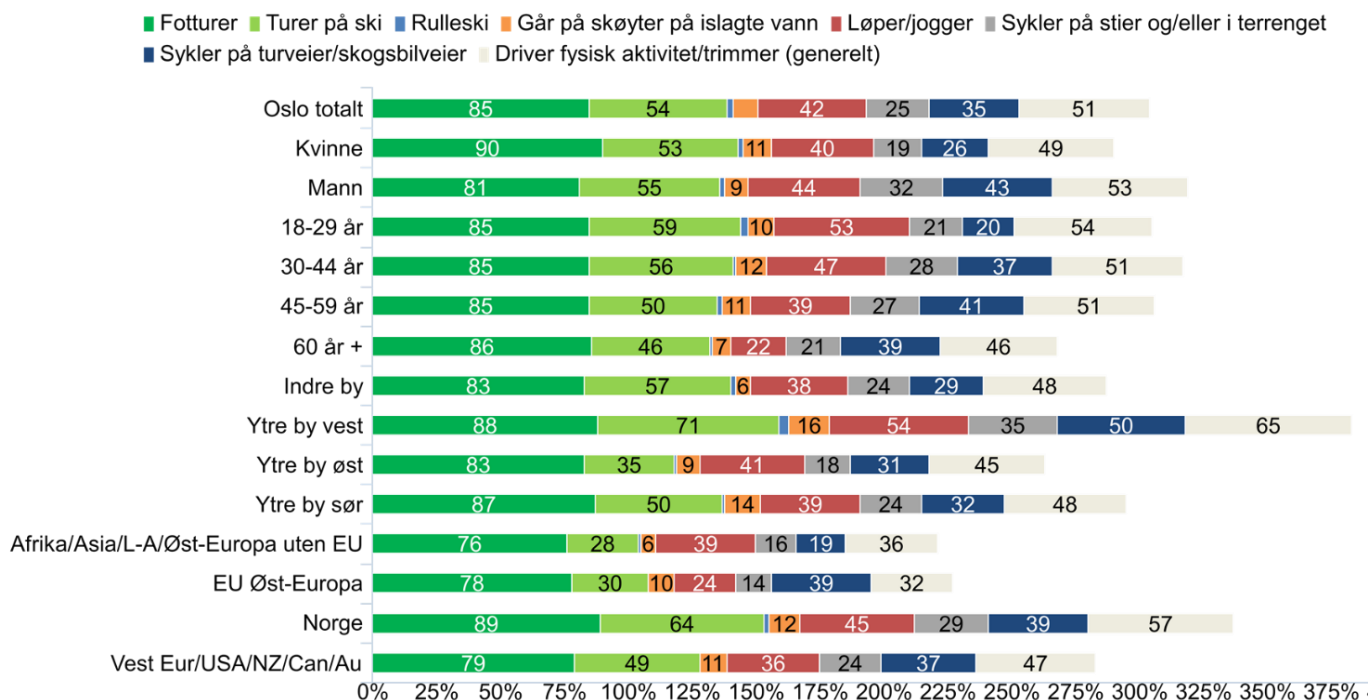
Om lag én av ti har oppsøkt kulturminner, fisket, stått alpint, gått på skøyter eller drevet med orientering. Noe færre enn én av ti har trent til konkurranse generelt i Marka, studert pattedyr/fugler eller overnattet i hytter (7-8 prosent). Færrest innbyggere bruker Marka til padleturer, klatrer/buldrer, randonee, rulleski og hesteridning (1-5 prosent).

Så mange som 35 prosent av de som bruker Marka oppgir å sykle på *turveier/skogsbilveier* i Marka. Én av fire (25 prosent) sykler på *stier og/eller i terrenget*. Av alle som sykler, bruker 90 prosent vanlig tråsykkel, mens 17 prosent bruker elsykkel. Noen bruker da både vanlig tråsykkel og elsykkel.

Vi finner at menn i klart større grad enn kvinner sykler, dette gjelder både på stier/i terrenget og på turveier/skogsbilveier. Mens 43 prosent av menn har syklet på turveier/skogsbilveier, oppgir 26 prosent av kvinnene at de har gjort dette siste 12 måneder. 32 prosent av menn har syklet på stier/i terrenget, mot 19 prosent blant kvinner.

Som kommentert på foregående side, er andelen som har *gått fotturer* i Marka i løpet av de siste 12 månedene om lag den samme i alle fire byområder, men vi finner at signifikant flere har *løpt/jogget* og *gått turer på ski* blant de som bor i Ytre by vest sammenlignet med innbyggere i de tre andre byområdene.

Figur 12 Aktiviteter som benyttes mest etter bakgrunn i løpet av det siste året (siste 12 måneder). Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



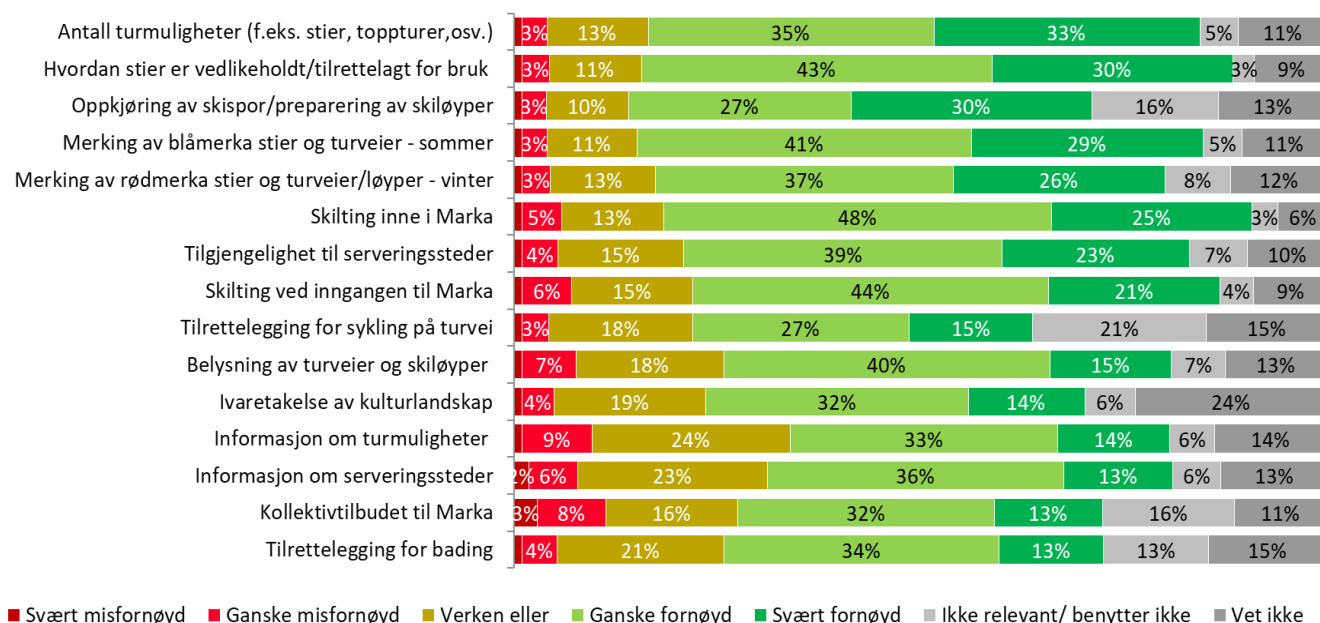
7. Tilfredshet med ulike forhold ved Marka

Dette kapitlet summerer og rangerer ulike forhold markabrukerne er mer eller mindre tilfreds med i Marka. Markabrukerne ble samlet bedt om å vurdere hele 30 ulike forhold (tilbud). For at ikke spørreskjemaet skulle bli for langt, ble det tilrettelagt slik at hver enkelt fikk 15 tilbud tilfeldig trukket ut som de skulle vurdere. I og med at *alle* brukere av marka ble bedt om å vurdere *alle* tilbudene, gav vi også mulighet til å krysse av for om tilbudet var irrelevant/at man ikke benyttet seg av dette. I tillegg kunne man som vanlig krysse av for om man hadde nok kjennskap til å vurdere tilbudet eller ikke. I presentasjonen har vi valgt å beholde informasjon om relevans/bruk og kjennskap, da dette er viktige opplysninger til kommunen. Alternativet kunne vi sett på tilfredshet kun blant de som vurderte tilbudet fra svært misfornøyd til svært fornøyd, eventuelt inkludert «vet ikke» som i 2011, med prioritering av sammenligning mot 2011. Spørsmålene i årets undersøkelser er imidlertid såpass endret fra 2011, sånn at en direkte sammenligning uansett ikke er spesielt relevant og riktig. Vi har sortert innbyggernes vurderinger etter hvor mange som har svart at de er svært fornøyd, ganske fornøyd osv. De 30 forholdene presenteres i to figurer, henholdsvis de 15 forholdene innbyggerne er mest fornøyd med, og de 15 forholdene som rangeres svakest. For de aller fleste forhold, er det svært få som er direkte misfornøyd, mellom 4 prosent (antall turmuligheter) til 12 prosent (kollektivtilbudet til Marka).

7.1 Mest fornøyd med

Mest fornøyd er markabrukerne med hvordan stier er vedlikeholdt/tilrettelagt for bruk (73 prosent er fornøyd). Kun 3 prosent svarer at dette forholdet ikke er relevant for dem. Omtrent syv av ti (73 prosent) er fornøyd med skilting inne i Marka, og med merkingen av blåmerka stier og turveier – sommer (70 prosent). Nær syv av ti (68 prosent) er fornøyd med antall turmuligheter de har til rådighet. På den annen side, ser vi at det kun er 4 prosent som er misfornøyd med antallet turmuligheter.

Figur 13 Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende forhold ved Marka? (Mest fornøyd med) Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021



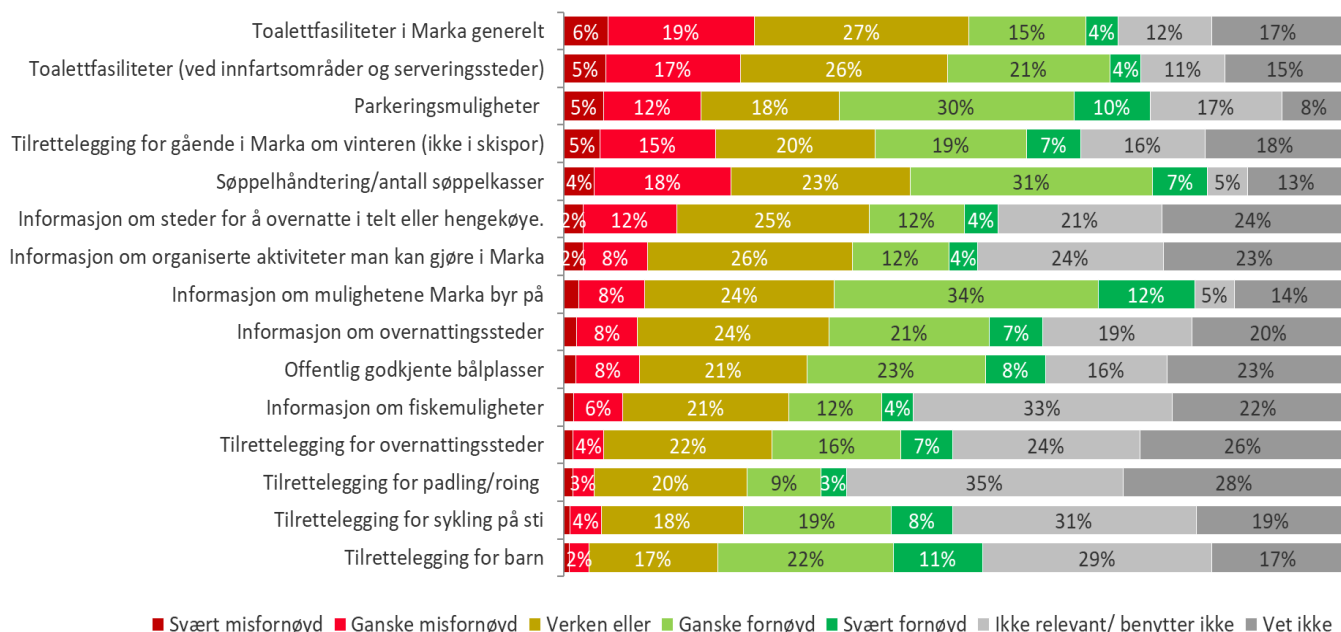
Det er også et flertall som er fornøyd med merking av rødmerka stier – vinter (63 prosent), oppkjøring av skispor/preparering av løyper (57 prosent), tilgjengelighet til serveringssteder (62 prosent), skilting ved inngangen til Marka (65 prosent), belysning av turveier og skiløyper (55 prosent). Mellom 40 og 50 prosent er fornøyd med informasjon om turmuligheter, informasjon om serveringssteder, kollektivtilbudet til Marka, tilrettelegging for bading, ivaretagelse av kulturlandskap og tilrettelegging for sykling på turveier.

Vi finner at andelen fornøyd med tilrettelegging for sykling på turvei i Marka er relativt lav (42 prosent). Samtidig er det også her kun 4 prosent som er misfornøyd. 32 prosent har svart «Verken eller» eller «Vet ikke». 21 prosent har svart at de ikke benytter sykkel på turveier i Marka.

7.2 Minst fornøyd med

Figuren under sorterer de forhold som har kommet svakest ut blant markabrukerne. Figuren er sortert motsatt av den på foregående side, med flest som er misfornøyd øverst. Samtidig er dette også tjenester og forhold som mange ikke benytter, eller mange benytter så sjelden at de svarer at de ikke har kjennskap til forholdet. Selv om det finnes tilrettelagte muligheter for å padle og ro flere steder i Marka, er det så mange som 28 prosent som sier at de ikke kjenner til slikt tilbud, og dermed ikke skårer/vurderer tilbudet. I tillegg er det 35 prosent som mener at muligheter for padling og roing er irrelevant for dem. Tilrettelegging for padling/roing kommer dermed svakest ut av alle forhold som er vurdert, 12 prosent er fornøyd med tilbudet - når vi isolert sett ser på andelen som er fornøyd. Samtidig må vi ta i betraktning andelen som er misfornøyd med tilbudet, og vi ser da at dette utgjør kun 4 prosent av markabrukerne.

Figur 14 Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende forhold ved Marka? (Minst fornøyd med). Markabrukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021



Av disse 15 forholdene, vurderes informasjon om mulighetene Marka byr på best, med 46 prosent fornøyd. Samtidig ser vi at kun 10 prosent av markabrukerne er direkte misfornøyd med forholdet.

Ser vi på de forholdene som har flest misfornøyd, kommer toalettfasiliteter i Marka generelt på topp med 25 prosent som er misfornøyd. Dernest kommer toalettfasiliteter ved innfartsområder og søppelhåndtering/antall søppelkasser med 22 prosent misfornøyd på begge forhold. Dernest kommer tilrettelegging for gående om marka om vinteren (ikke i skispor), hvor én av fem (20 prosent) er misfornøyd med forholdet.

Det er også et betydelig antall innbyggere som er misfornøyd med informasjon om ulike forhold; om steder for å overnatte i telt eller hengekøye, informasjon om organiserte aktiviteter man kan gjøre i Marka,

informasjon om muligheter Marka byr på, informasjon om overnattingssteder og informasjon om fiskemuligheter. Andel misfornøyde med de ulike informasjonstemaene varierer mellom 14 prosent til 8 prosent. Mange er også misfornøyd med offentlig godkjente bålplasser (10 prosent).

Det er også interessant å merke seg bruksrater og andeler som ikke benytter seg av de ulike tilbudene, og samtidig andeler i befolkningen som ikke har tilstrekkelig kjennskap til tilbudet for å kunne benytte dette. Foruten tilrettelegging for roing/padling nevnt over, ser vi at mange mangler kjennskap til forhold som gjelder bålplasser, overnattingssteder, og de ulike informasjonspunktene som hvor man kan overnatte i telt, hva man kan gjøre, med mer. Det å nå ut med informasjonen til alle innbyggere vil alltid er svært utfordrende, selv om informasjonen er der – tilrettelagt på de kanaler som ofte er lett anvendbare for den som legger ut, på nettsider og sosiale medier (Facebook o.l.).

7.3 Sammenligninger med 2011

Undersøkelsen i 2011 kartla tilfredshet med fire ulike forhold ved Marka, med skiløyper, stier og turveier, sportsstuer og serveringssteder og vedlikehold og renhold ved badevannene. Spørsmålene i tidligere undersøkelser kan i utgangspunktet sammenlignes med de vi har stilt i 2021, med en tilsvarende fem-punktsskala og hvor det var mulig å svare vet ikke. En vesentlig forskjell er det likevel, at vi i 2021 har lagt inn mulighet til å svare «ikke relevant/benyttet ikke» i tillegg til «vet ikke», som igjen gjør det vanskelig å sammenligne de to undersøkelsene. Metode og befolkningssammensetningen er også noe annerledes, som kommentert tidligere. Med disse forbehold finner vi følgende:

Skiløyper

Ser vi på andel som var meget/godt fornøyd med skiløyper, var andelen i 2011 på 73 prosent, mens den er på 57 prosent i 2021. Foruten at tilfredsheten kan ha gått ned, er det også flere andre mulige forklaringer på nedgangen. Spørsmålet i 2021 er ikke identisk med 2011. Mens det i 2011 ble spurt om tilfredshet med «Skiløyper», var spørsmålet i 2021 mer presisert: «Oppkjøring av skispor og preparering av løyper». En annen mulig forklaring kan være at respondenter som svarer på et selvutfyllingsskjema kan være mer ærlige enn de som blir intervjuet på telefon (intervjuereffekter). Innføring av ny svarkategori gjør det vanskelig å sammenligne. 16 prosent svarte i 2021 at spørsmålet ikke var relevant/går ikke på ski. Til sist viser vi til at sammensetningen av de som har svart på undersøkelsen også er endret siden 2011, og trolig er mer representativ. For å få et helhetsbilde er det relevant også å sammenligne andel som var misfornøyd med skiløyper i 2011 med 2021. Vi finner da at like mange, 4 prosent, var misfornøyd med skiløypene både i 2011 og 2021.

Stier og turveier

Mens 85 prosent av innbyggerne var fornøyd med dette forholdet i 2011, er andelen fornøyd i 2021 på 70 prosent. Samtidig er også dette spørsmålet «presisert», ved at det spørres om «merking av blåmerka stier og turveier – sommer», «merking av rødmerke stier og turveier/løyper – vinter», samt «hvordan stier er vedlikeholdt og tilrettelagt for bruk». Ser vi på andel misfornøyde, finner vi at 3 prosent var misfornøyd med stier og turveier i 2011 mot 4 prosent i 2021.

Sportsstuer og serveringsteder

Spørsmålet i 2021 er helt endret, ved at det spørres om tilfredshet med informasjon om serveringssteder.

Vedlikehold og renhold ved badevannene

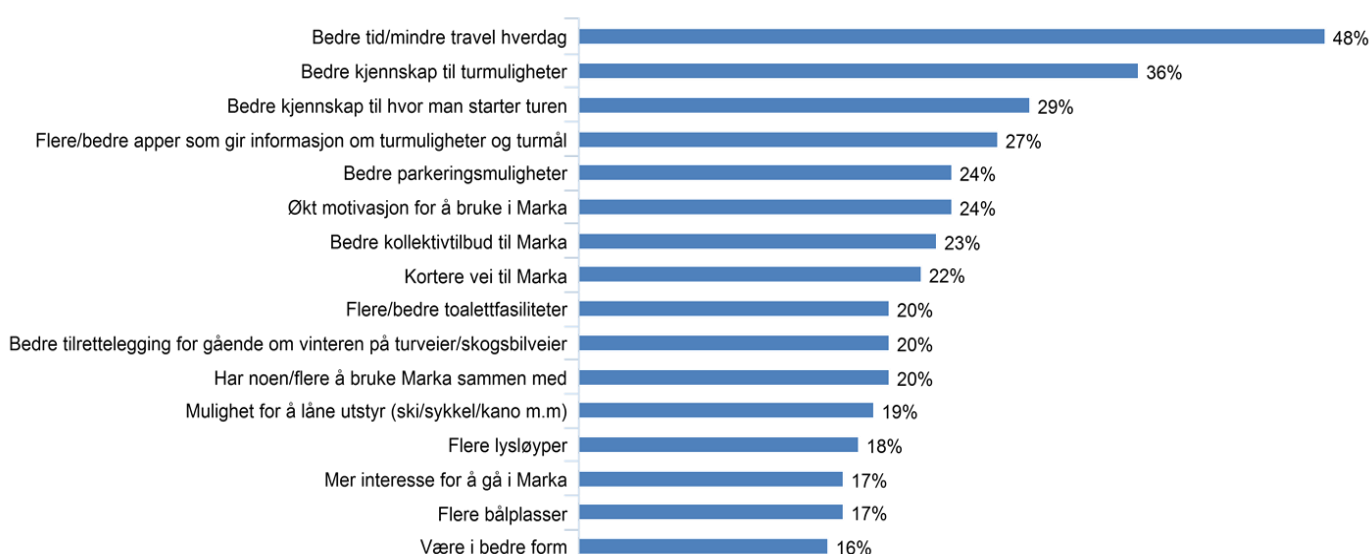
I 2011 var 47 prosent fornøyd med dette forholdet, mens 13 prosent var misfornøyd. I 2021 er dette spørsmålet delt på flere, blant annet «tilgjengelighet for bading/badebrygger» med 47 prosent fornøyd og 4 prosent misfornøyd, «søppelhåndtering/antall søppelkasser» med 38 prosent fornøyd og 22 prosent misfornøyd.

8. Hva skal til for å bruke Marka mer variert

Både brukere og ikke-brukere av Marka fikk spørsmålet om hva som skal til for at de ville bruke Marka oftere og mer variert. Det forhold som klart flest påpeker er bedre tid og at de får en mindre travel hverdag. Halvparten av Oslo-innbyggerne viser til dette forholdet som barrierer for mer bruk av Marka. Samtidig vet vi at så mange som åtte av ti (79 prosent) ønsker å bruke Marka mer, og hele 66 prosent (to av tre) mener Marka har betydd mye for dem under koronapandemien.

Andre forhold som Bymiljøetaten i større grad kan hjelpe innbyggerne med er bedre kjennskap til turmuligheter og kunnskap om hvor man starter turen. Mellom tre og fire av ti mener mer kjennskap til dette vil gjøre det lettere å bruke Marka. Én av fire viser også til at bedre parkeringsmuligheter og bedre kollektivtilbud til Marka kan hjelpe. Én av fire viser også til at de trenger mer motivasjon for å bruke Marka. 22 prosent ønsker seg kortere vei til Marka. To av ti mener også at bedring av toalettfasiliteter og bedre tilrettelegging for gående om vinteren kan motivere for økt og mer variert bruk av Marka.

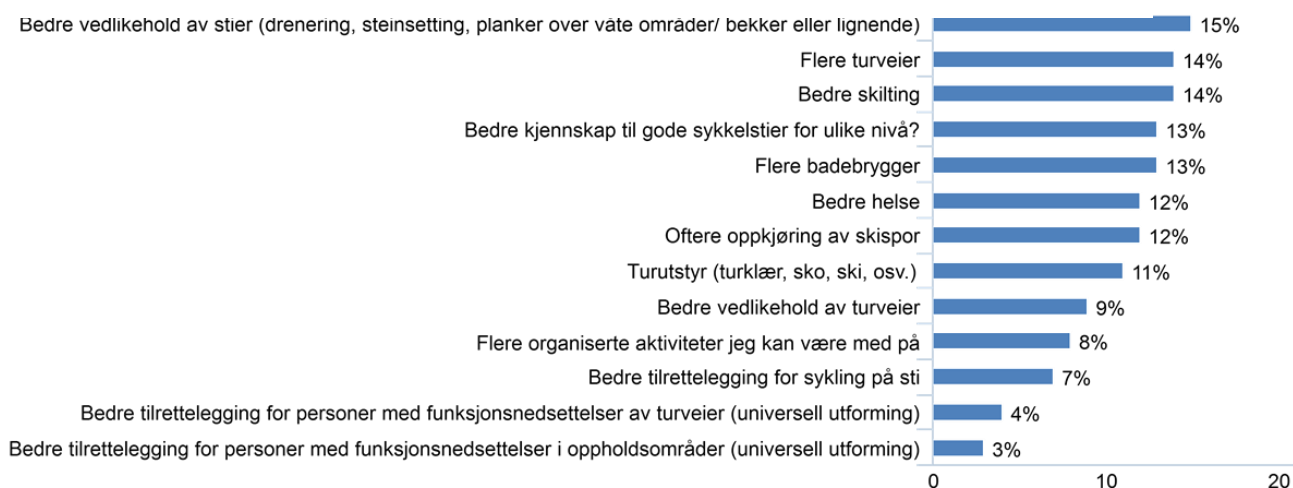
Figur 15 Hva skal til for at du skal bruke Marka oftere eller mer variert? (Mest viktig). Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Det er ikke bare tiltak fra kommunen som teller for at innbyggerne skal ønske å bruke Marka oftere eller mer variert. To av ti viser også til at det å ha noen å gå sammen med vil bety noe. Mellom én og to av ti viser også til at de må være i bedre form, og ha mer interesse for å gå i Marka. Figur 16 på neste side viser at vel én av 10 mener de må ha bedre helse.

Blant de forhold færrest viser til, er bedre tilrettelegging for personer med funksjonsnedsettelse av turveier (universell utforming) og bedre tilrettelegging for personer med funksjonsnedsettelser i oppholdsområder (universell utforming). Kun henholdsvis 4 og 3 prosent har krysset av for at dette er forhold som ville gjort at de brukte Marka oftere eller mer variert. Likevel, 3 – 4 prosent av alle Oslos innbyggere er mange mennesker. Vi har ikke spurt om grad av viktighet. Tilretteleggingen kan være *svært viktig* for mange funksjonshemmede, men helt uviktig for funksjonsfriske.

Figur 16 Hva skal til for at du skal bruke Marka oftere eller mer variert? (Minst viktig). Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Ikke-brukerne og de som bruker Marka sjeldent nevner oftest og mest relativt sett til andre følgende; bedre vedlikehold av turveier, flere/bedre toalettfasiliteter, bedre kjennskap til turmuligheter, bedre kjennskap til hvor man starter turen, flere aktuelle organiserte aktiviteter, flere bedre apper om turmuligheter, turutstyr, muligheter for å låne turutstyr, kortere vei til Marka, ha noen å bruke Marka sammen med, bedre helse, være i bedre form, mer interesse og økt motivasjon for bruk av Marka.

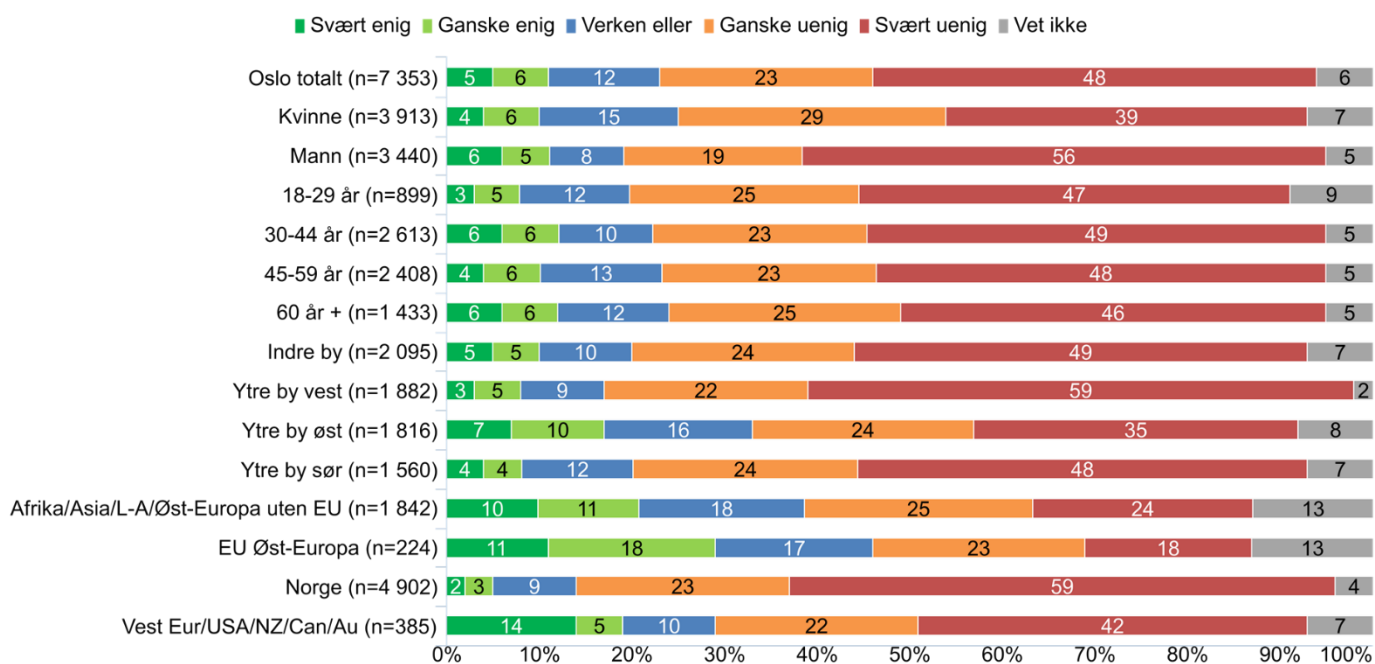
9. Påstander om bruk av Marka

I denne kartleggingen har vi også spurt Oslos innbyggere om forhold som det kan være ulike oppfatninger om, eksempelvis om man ønsker mest mulig tilrettelegging for bruk av Marka, eller om man ønsker en mest mulig skånsom bruk av Marka. Dette kan være spørsmål om bygging av flere turveier, bruk av skilting, syker i Marka, tilrettelegging for idrett med anlegg i randsonene av marka. Ved slike spørsmål har vi i all hovedsak benyttet påstander som innbyggerne bes om å ta stilling til. Både brukere og ikke-brukere av Marka har svart på disse påstandene.

Jeg føler meg utrygg

De aller fleste (71 prosent) er uenig i at de føler seg utrygge i Marka. Likevel er det 11 prosent som gir uttrykk for at de opplever seg utrygg i Marka (ganske eller delvis enig).

Figur 17 Jeg føler meg utrygg. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



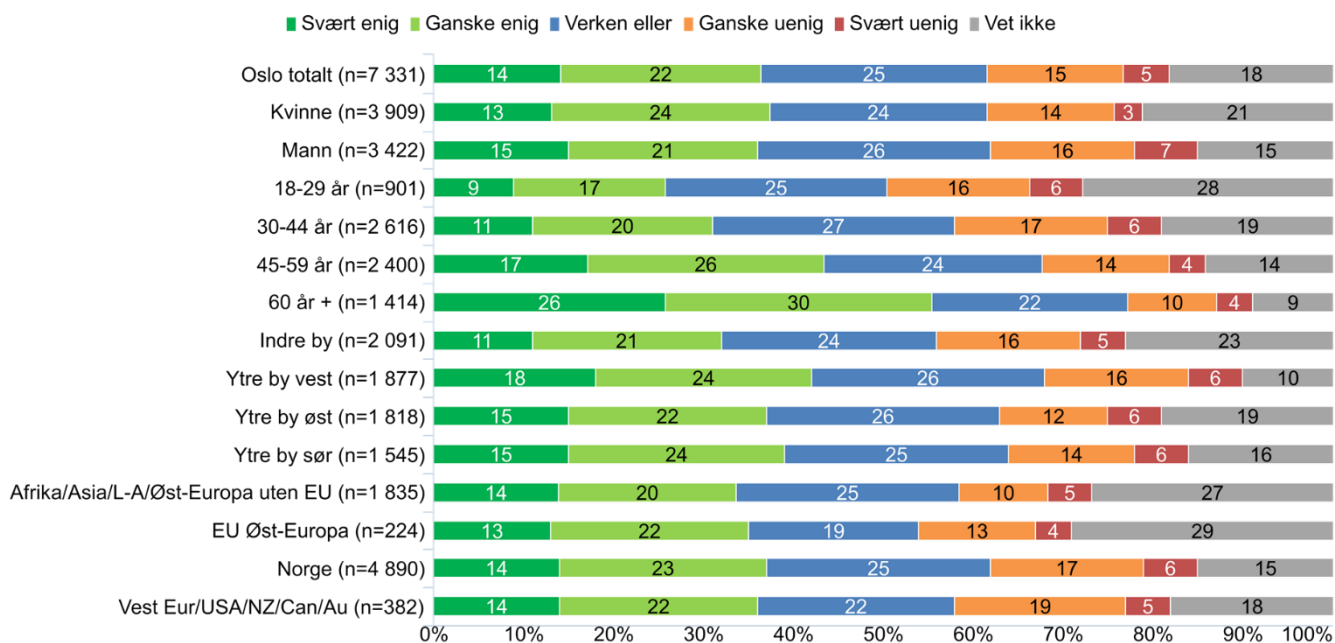
Flere menn enn kvinner er *svært* uenig i at de er utrygge i Marka, 56 prosent mot 30 prosent. Andelen «trygge» menn er samlet på 75 prosent, mens den er 68 prosent blant kvinner. Samtidig ser vi at andelen som er *enig i at de er utrygge* i Marka er omtrent den samme på tvers av kjønn, henholdsvis 10 prosent for kvinner og 11 prosent for menn. En noe større andel kvinner svarer «verken eller» enn menn, 15 mot 8 prosent.

Flere av de som bor i Yre by øst er enige i at de er utrygge i Marka (17 prosent) mot 8 – 10 prosent i de øvrige byområdene. I hovedlandgruppen Asia/Afrika/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU oppgir to av ti (21 prosent) at de er enig i påstanden om at de er utrygge i Marka. Blant de 224 personer som har svart med landbakgrunn fra EU land i Øst-Europa, er det flest (29 prosent) som har svart at de føler utrygghet i Marka.

Syklistene tar for lite hensyn

Mens 20 prosent av syklistene gir uttrykk for at de synes syklistene tar hensyn til andre, er det 36 prosent som mener at syklistene tar for lite hensyn. 43 prosent svarer verken eller, eller tar ikke stilling til påstanden

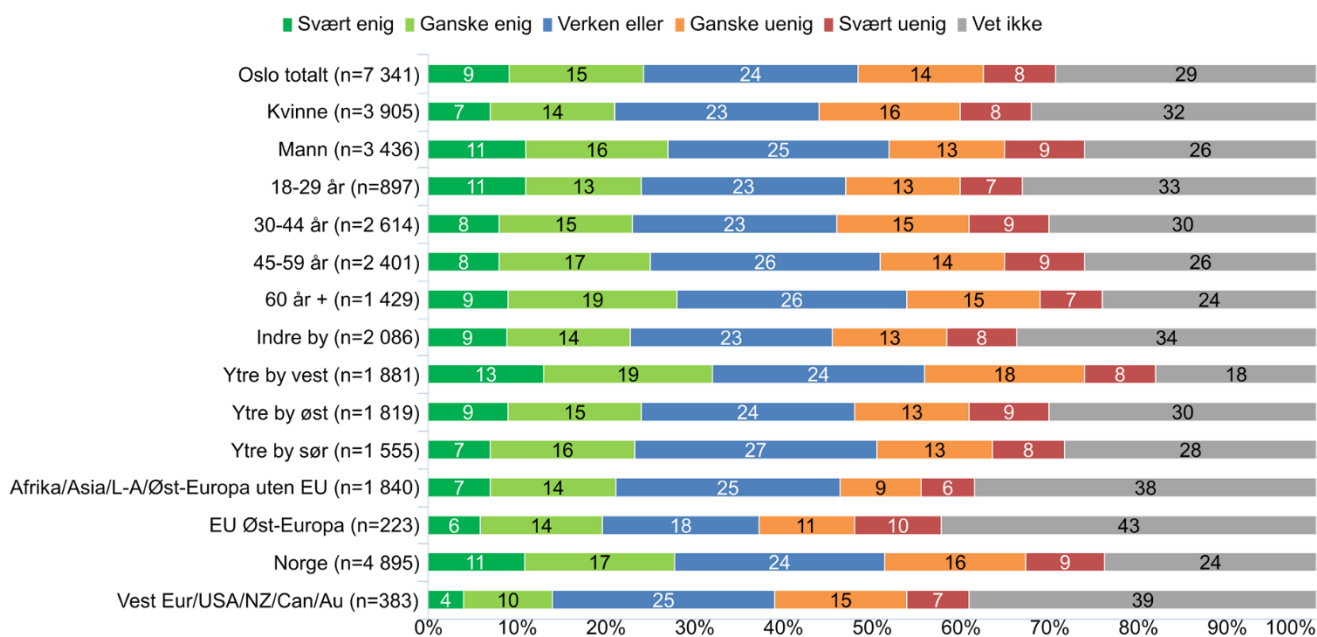
Figur 18 Syklistene tar for lite hensyn. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Det er for mange folk som går på beina i skiløypene

Om lag like mange er enig i påstanden om at det er for mange folk som går på beina i skiløypene (24 prosent) som uenig (22 prosent). De fleste har imidlertid ikke gjort seg opp en mening eller svarer verken.

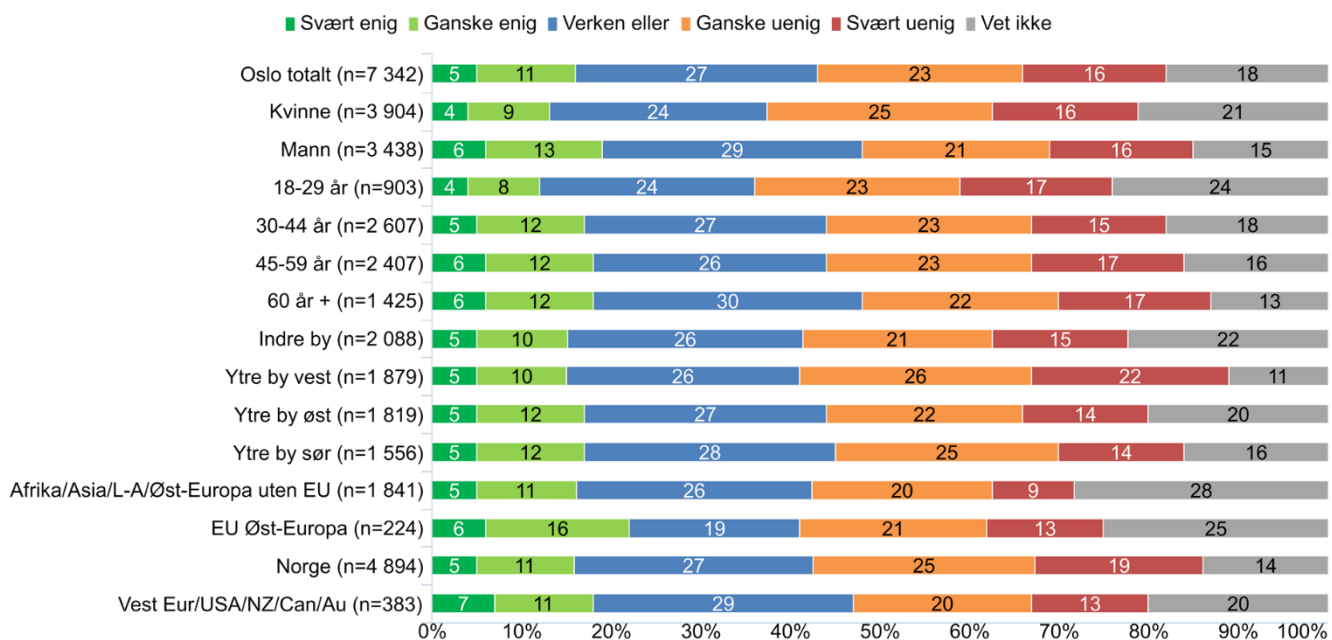
Figur 19 Det er for mange folk som går på beina i skiløypene. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Det er for mange turveier/skiløyper i Marka (bør ikke bli flere)

Det er klart flere som er uenig i påstanden om at det er for mange turveier/skiløyper i Marka enn de som er enig (39 prosent mot 16 prosent). Samtidig ser vi at hele 45 prosent ikke tar stilling eller svarer verken eller.

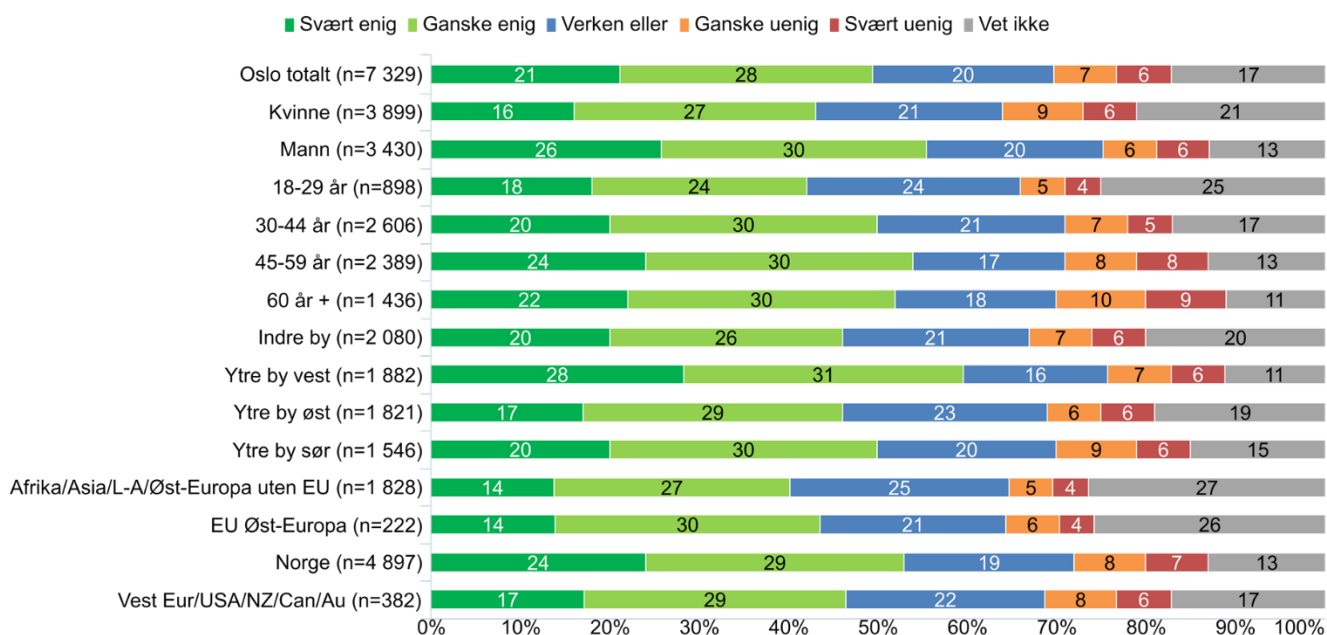
Figur 20 Det er for mange turveier/skiløyper i Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Jeg er positiv til at det tilrettelegges for idrett med anlegg i randsonen av Marka

Nær én av to (49 prosent) er positiv til at det tilrettelegges for idrett med anlegg i randsonen av Marka. 13 prosent er uenig i at dette bør gjøres. 37 prosent er verken enig eller uenig i påstanden eller svarer vet ikke.

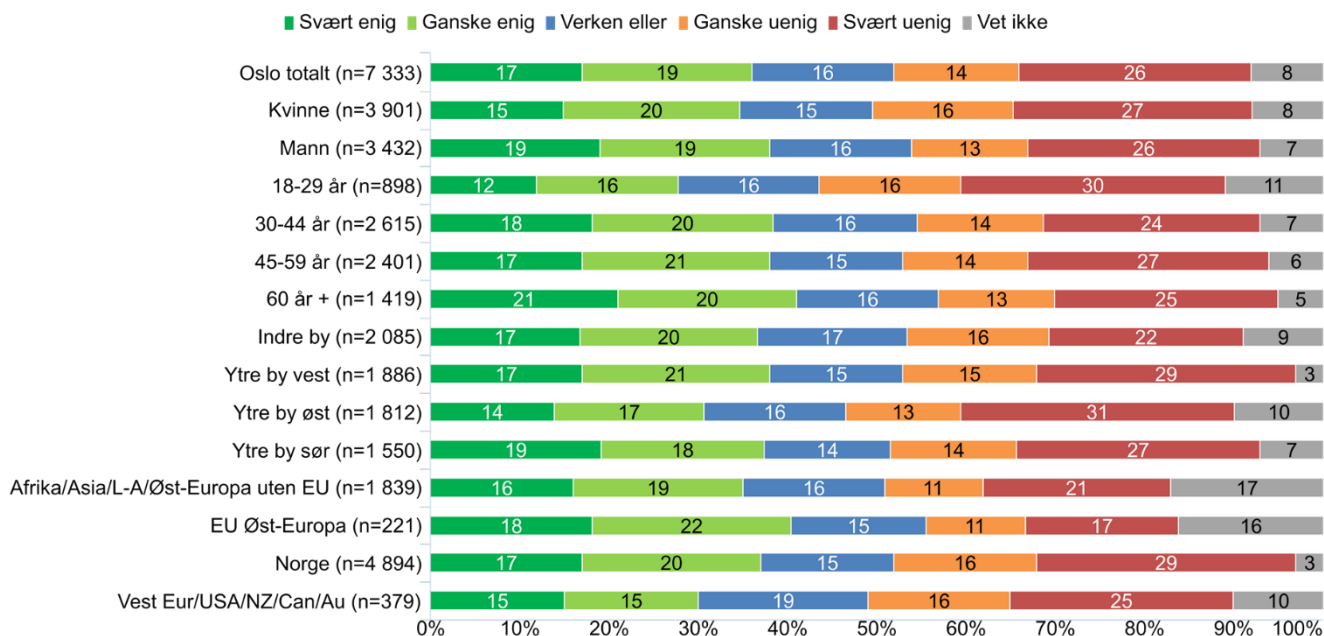
Figur 21 Jeg er positiv til idrettsanlegg i randsonen av Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Jeg er avhengig av å kjøre bil til Marka for å bruke Marka på den måten jeg ønsker

Færre (fire av ti) er avhengig av å kjøre bil til Marka enn de som er dette (36 prosent). Om lag én av fire svarer at de verken eller er avhengig av å kjøre bil, eller har svart vet ikke.

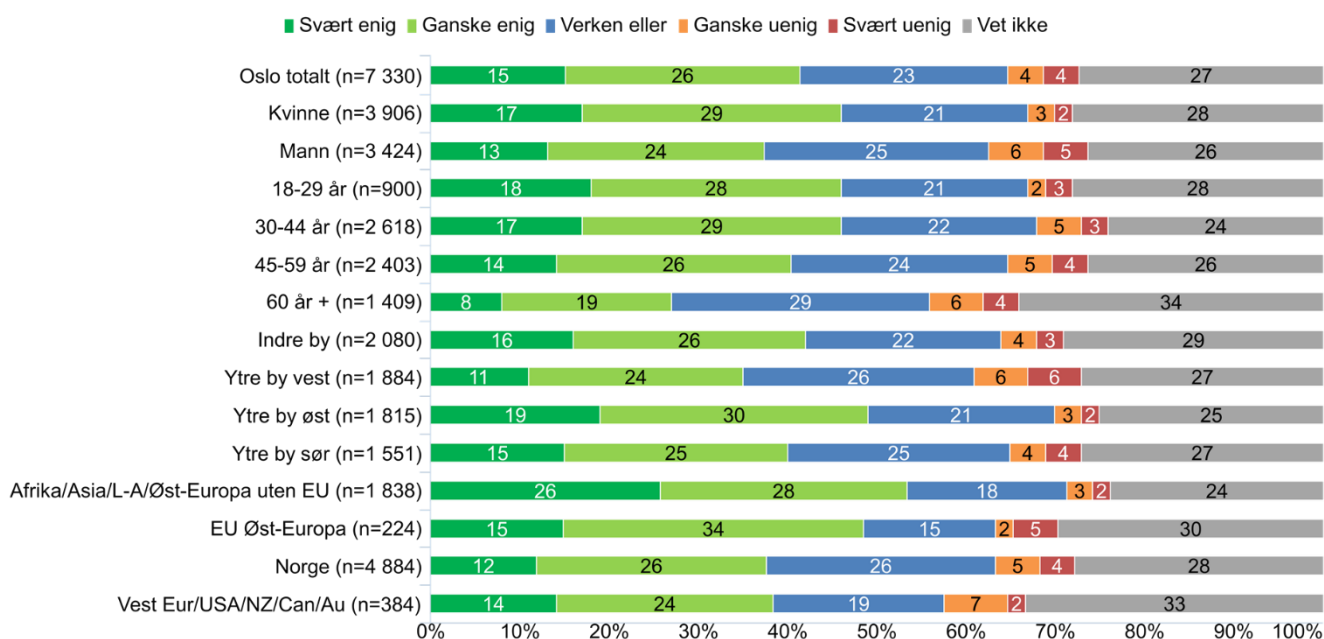
Figur 22 Jeg er avhengig av å kjøre bil til Marka for å bruke Marka på den måten jeg ønsker. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Det er behov for å gjøre utlån av sports- og friluftslivsutstyr lettere tilgjengelig

Det er også en større andel, vel fire av ti, som mener det bør være lettere tilgjengelig å låne sports- og friluftslivsutstyr. Svært få er uenig i dette, men halvparten av innbyggerne svarer at de ikke vet eller svarer verken eller.

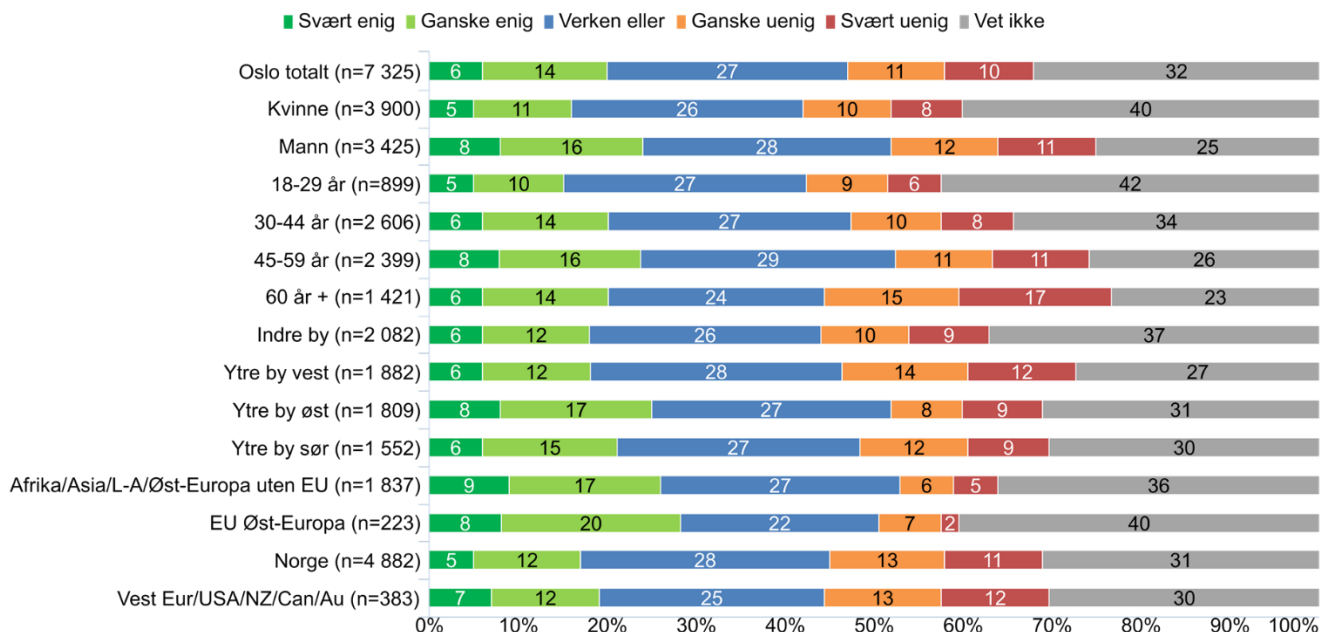
Figur 23 Det er behov for å gjøre utlån av sports-/friluftslivsutstyr lettere tilgjengelig. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Det er behov for å tilrettelegge bedre for stisykling i Marka

Om lag like mange, to av ti, er enig som uenig i at det er behov for å tilrettelegge bedre for stisykling i Marka. Spesielt mange, vel tre av ti, svarer at de ikke vet om det finnes et slikt behov, som nok indikerer at mange selv ikke har dette som et behov. Nær tre av ti har ingen mening eller svarer verken eller.

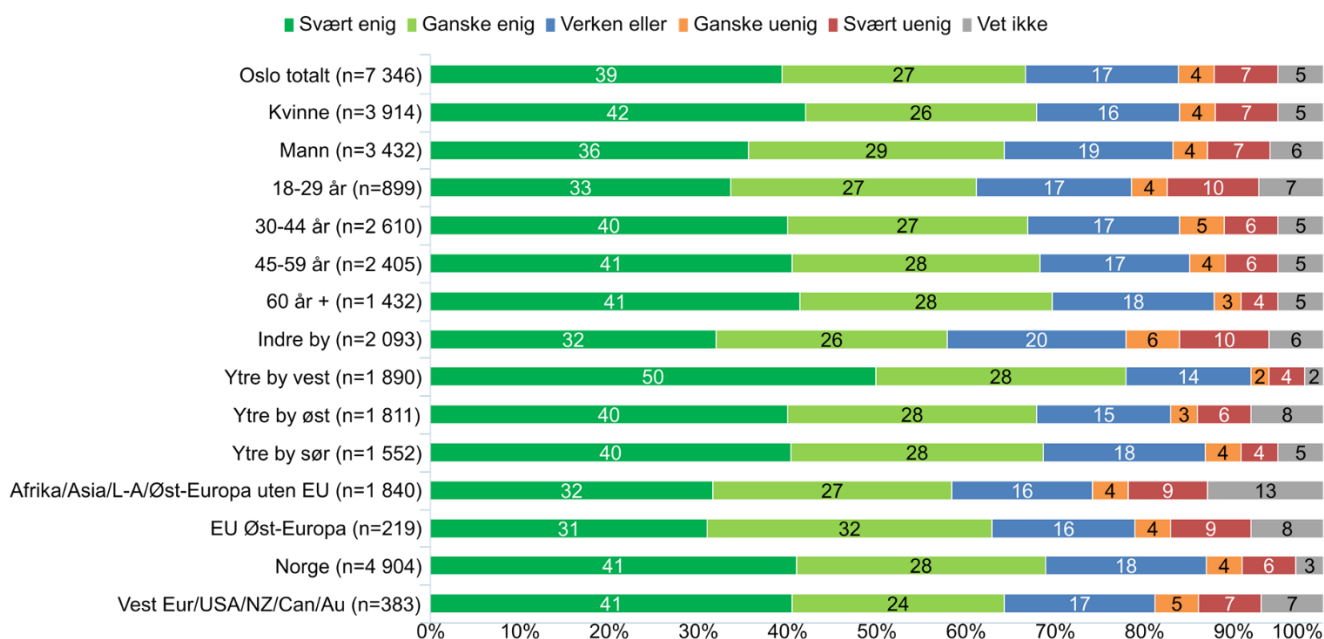
Figur 24 Det er behov for å tilrettelegge bedre for stisykling i Marka. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Marka betyr/har betydd mye for meg under koronapandemien

Så mange som 66 prosent (to av tre) av Oslos innbyggere mener Marka har betydd mye for dem under koronapandemien. Andelen som mener dette er høyt i alle grupper, også blant de som bor i Indre by (58 prosent), selv om flere her svarer verken eller.

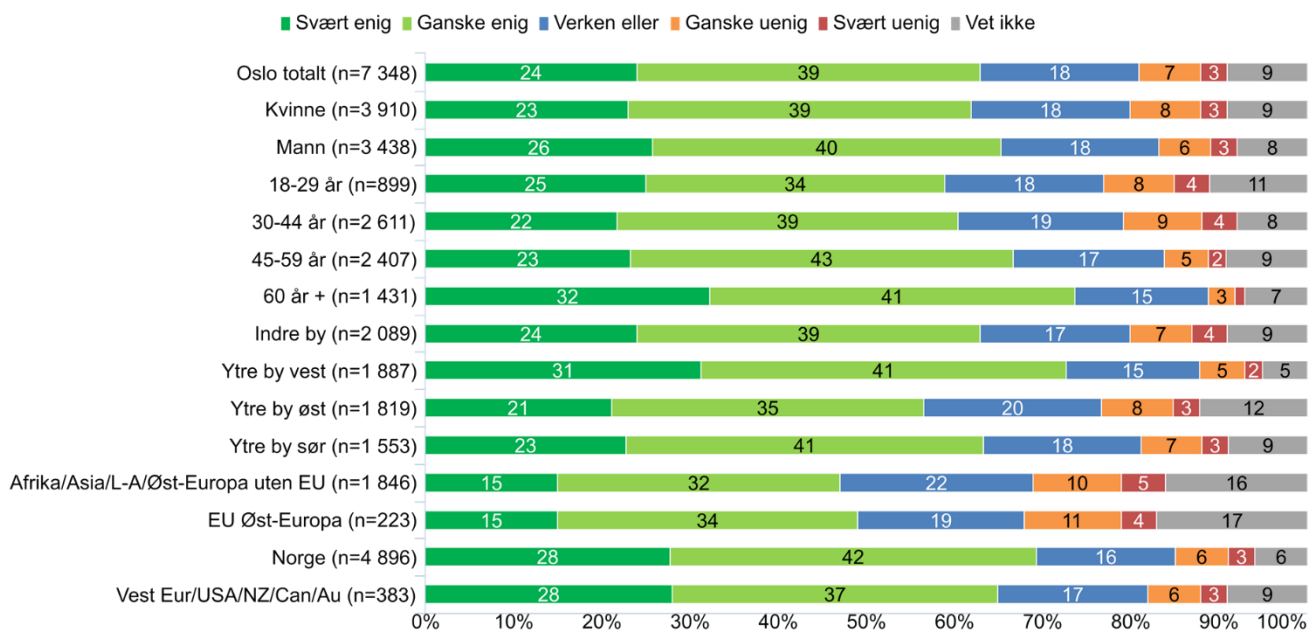
Figur 25 Marka betyr/har betydd mye for meg under koronapandemien. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Jeg har god kjennskap til allemannsretten (kjenner mine plikter og rettigheter)

Mens 63 har kjennskap til allemannsretten, gir 10 prosent uttrykk for at de ikke har god kjennskap til allemannsretten. Klart flest har kjennskap blant de eldre, mens innvandrergupper, spesielt fra Afrika/Asia/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU og EU land i Øst-Europa har minst kjennskap.

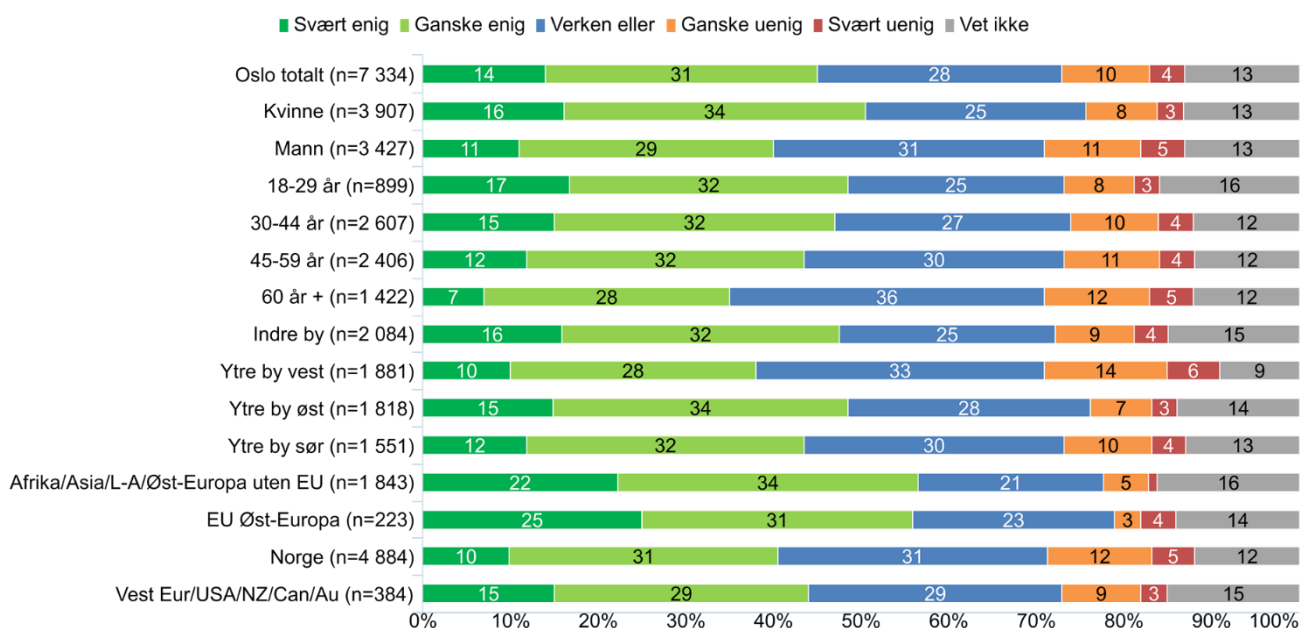
Figur 26 jeg har god kjennskap til allemannsretten. Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Jeg skulle ønske at det var bedre informasjon om turmuligheter i Marka (ved grensen til Marka)

Mellom fire og fem av ti (45 prosent) av befolkningen skulle ønske det var bedre informasjon om turmuligheter i Marka, presentert ved grensen til Marka. Spesielt mange med innvandrerbakgrunn skulle ønske seg mer informasjon, mellom fem og seks av ti. De som bor i Ytre by vest signaliserer minst behov for informasjon.

Figur 27 Jeg skulle ønske det var bedre informasjon om turmuligheter i Marka (ved grensen til Marka). Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



9.1 Sammenligninger med 2011

I 2011 ble innbyggerne spurt direkte ut om det var ulike forhold som kunne redusere gleden ved bruk av Marka. Dette var blant annet «syklister med høy fart» og «folk som går på beina i skiløypene», som også er inkludert i årets undersøkelse, riktignok spurt på en annen måte – som påstander.

Ser vi på påstandene opp mot «Ja» vs. «Nei» spørsmålene fra 2011, finner vi følgende.

I 2011 svarte 46 prosent av de som hadde brukt Marka at de hadde opplevd syklister med høy fart, og dermed fått redusert gleden ved å gå i Marka. I årets undersøkelse er *36 prosent enig i at syklister tar for lite hensyn*. Selv om spørsmålene ikke er direkte sammenlignbare, kan vi trolig konkludere med at andelen misfornøyde med syklister i Marka ikke har gått opp siden 2011.

I 2011 var det 29 prosent som svarte at de hadde opplevd folk som gikk i skiløypene, og at de dermed fått redusert gleden ved å gå i Marka. I 2021 er 24 prosent enig i påstanden at «det er for mange folk som går på beina i skiløypene». Spørsmålene er ikke helt identiske, men svarene indikerer at andelen misfornøyde med folk som går i skiløypene har gått ned sammenlignet med 2011.

I 2011 ble det også stilt et spørsmål i form av utsagn om det er greit med idretts- og friluftsanlegg i Marka. På dette svarte 21 prosent at det var greit i alle deler av Marka, 64 prosent mente det var greit i randsonen mot bebyggelsen, men ikke innover i skogen, 12 prosent mente at det ikke bør bygges idretts- og friluftsanlegg (i det hele tatt) i Marka, mens 2 prosent ikke tok stilling.

I 2021 finner vi at 49 prosent er positivt innstilt til at det tilrettelegges for idrett med anlegg i randsonen av Marka, 13 prosent er uenig i at dette bør gjøres, mens 37 prosent er verken enig eller uenig i påstanden eller svarer vet ikke. Tilsynelatende kan dette indikere at oppslutningen om å bygge i randsonen har gått ned. På en annen side, ble man i 2011 bedt om å ta stilling til noe «verre» som alternativ - bygge i alle deler av Marka, som kan ha påvirket at man er mer positiv til å bygge i randsonen.

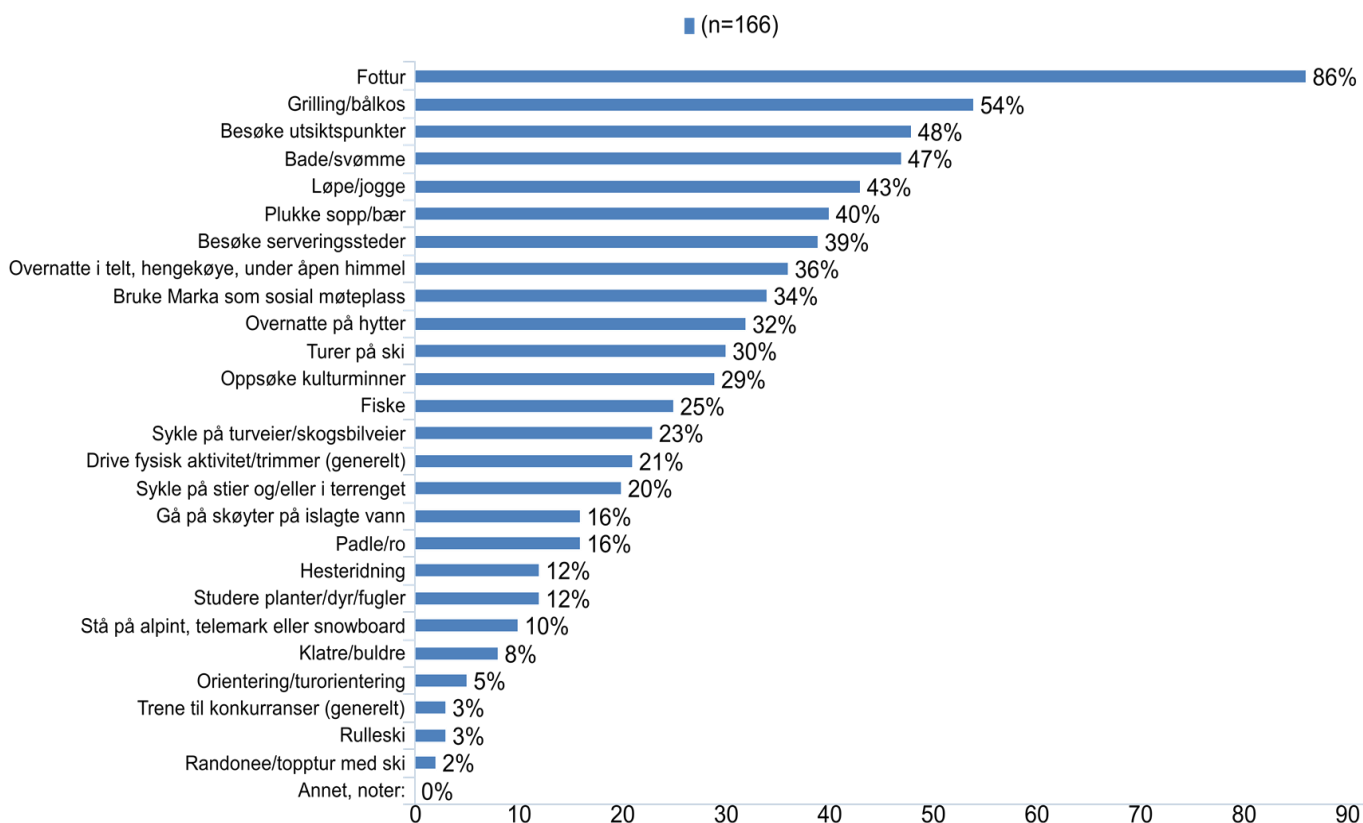
10. Hva ikke-brukere har lyst til å gjøre

Innbyggere som aldri bruker Marka (ikke-brukere), men som samtidig svarte at de ønsket å bruke Marka mer, fikk et spørsmål om hvilke aktiviteter de hadde lyst til å gjøre i Marka. Av de som ikke bruker Marka i dag, ønsker flest å gå fotturer (86 prosent). Derneft kommer grilling/bålkos (54 prosent), besøke utsiktspunkter og bade/svømme (48-47 prosent).

Om lag mellom tre til fire av ti kan også tenke seg å løpe/jogge, plukke sopp/bær, besøke serveringssteder, overnatte i telt, bruke Marka som sosial møteplass, overnatte på hytter og gå turer på ski.

Det å gå turer på ski kommer så langt ned som på 11 plass blant aktivitetene. 30 prosent av ikke-brukerne av Marka kan tenke seg dette.

Figur 28 Hvilke aktiviteter har du lyst til å gjøre i Marka? Ikke-brukere, men som samtidig har lyst til det. 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.

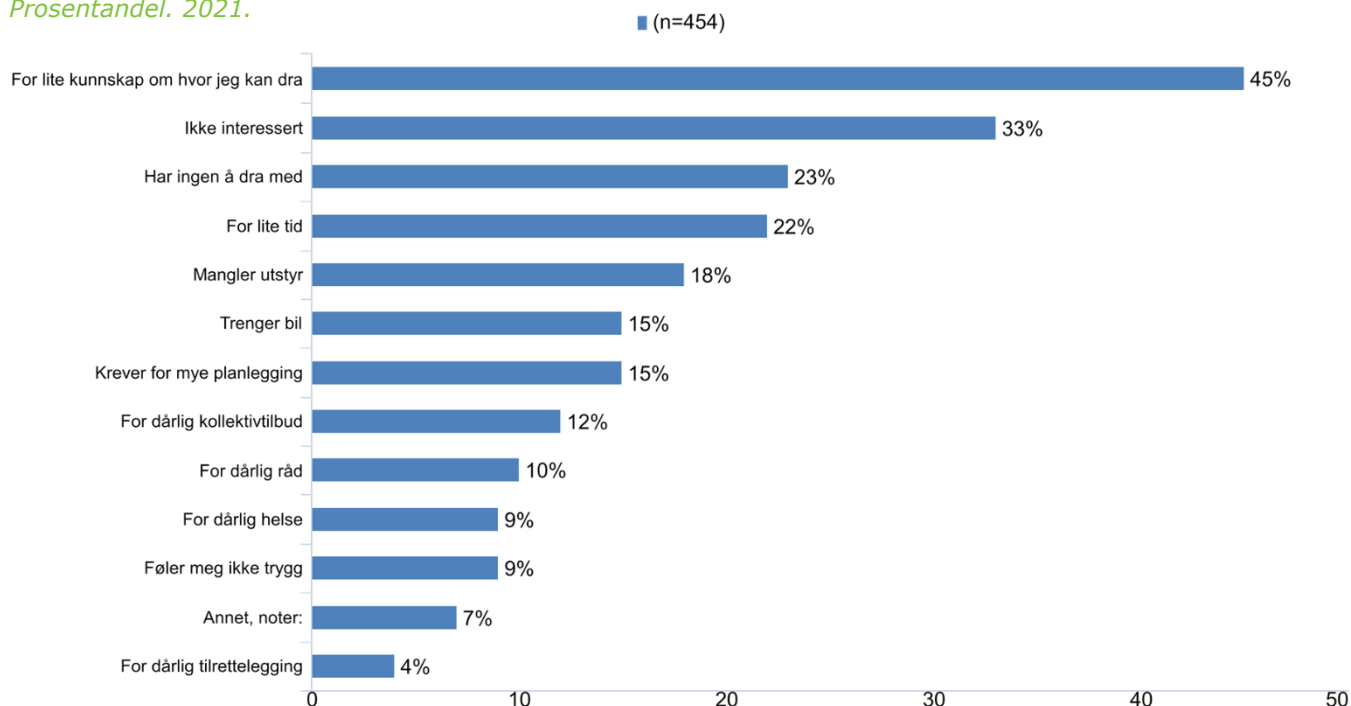


11. Viktigste grunner til ikke å bruke Marka

Ikke-brukerne av Marka ble videre spurt hva som er de viktigste grunnene til ikke å bruke Marka. Her kunne man krysse av for inntil 12 forhold. Av disse forholdene er det flest som viser til for lite kunnskap om hvor de kan dra (45 prosent). Andre forhold som nevnes er at man ikke har noen å dra sammen med (23 prosent). Øvrige forhold som nevnes hyppigst er for liten tid (22 prosent), mangler utstyr (18 prosent), trenger bil og krever for mye planlegging (15 prosent).

Det er verd å merke seg at kun én av tre (33 prosent) svarer at de rett og slett ikke er interessert.

Figur 29 Hva er de viktigste grunnene til at du ikke benytter Marka? Ikke-brukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



11.1 Sammenligninger med 2011

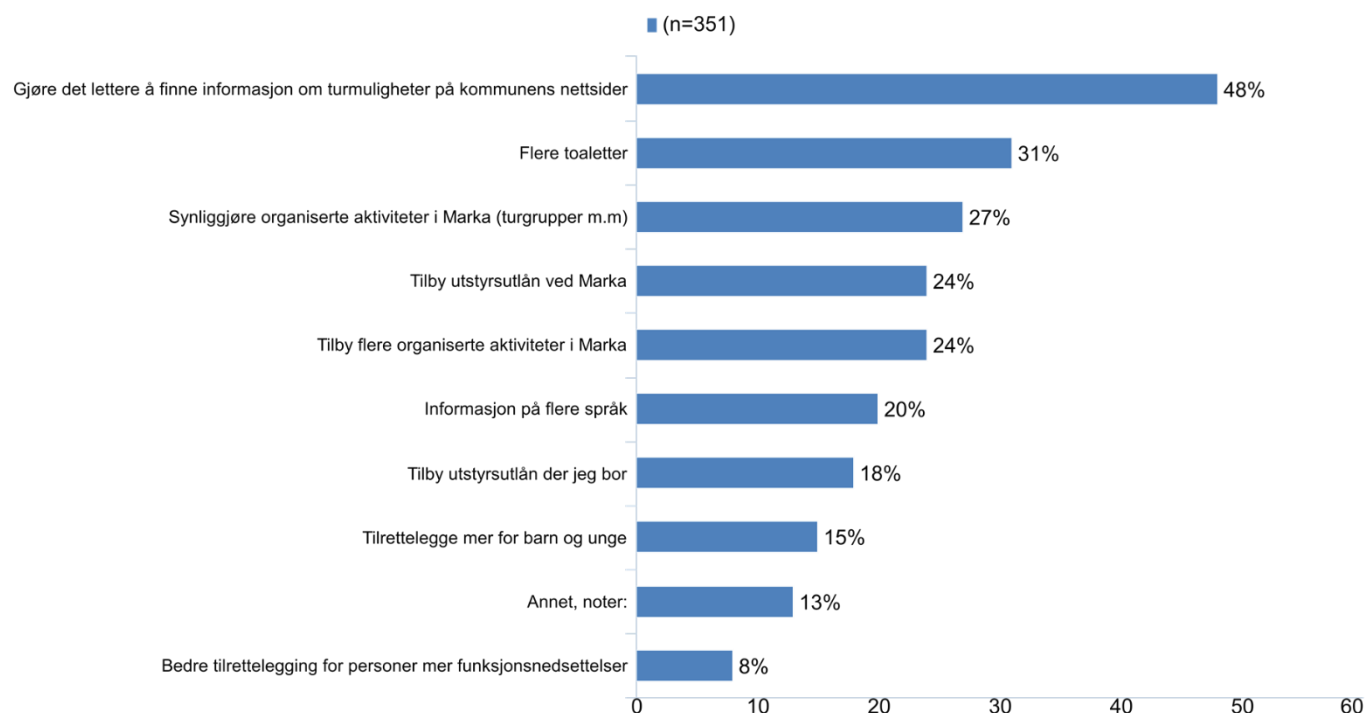
I 2011 ble det avslutningsvis stilt et *åpent spørsmål* om hva man mener er *den viktigste grunnen* til at man ikke ferdes i Oslos skoger, eller at man ikke ferdes mer enn man gjør. Det ble med andre ord spurt om *den viktigste grunnen* i 2011, mens det i 2021 ble spurt om *de viktigste grunnene*. Spørsmålet i 2011 ble også stilt alle, mens det kun er ikke-brukerne som fikk dette i 2021. Det kan likevel være relevant å sammenligne svarene fra 2011 med årets undersøkelse. Koding i 2011 viser at viktigste grunner nevnt den gang var: Mangel på tid (47 prosent), prioritere andre gjøremål (8 prosent), tilgjengelighet/langt unna, latskap/gidder ikke (7 prosent), helse/fysiske begrensninger (5 prosent) været, ferdes allerede mye i marka, ferdes i andre friluftsområder, mangel på interesse, alder/for gammel (alle 3 prosent). For liten kunnskap om hvor jeg kan dra, på topp i 2021 med faste svaralternativer, ble med andre ord ikke kodet opp i 2011.

12. Hva kommunen kan gjøre for at Marka skal benyttes mer

De som aldri brukte Marka, 8 prosent av befolkningen, fikk også et spørsmål om det var noe kommunen kunne gjøre for at de skulle bruke Marka. Ikke-brukerne ble forelagt i alt 10 forhold, samt mulighet for å notere på «Annet». Klart flest og nær halvparten (48 prosent) av ikke-brukerne mener lettere tilgjengelig informasjon om turmuligheter på kommunens nettside kunne hjulpet.

Tre av ti nevner flere toaletter og synliggjøre organiserte aktiviteter. En av fire mener at kommunen kan tilby/låne ut utstyr og tilby flere organiserte aktiviteter. To av ti mener også at de kunne bruke Marka mer om informasjon om Marka ble gitt på flere språk.

Figur 30 Er det noe kommunen kan gjøre for at du skal bruke Marka? Ikke-brukere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Kvinner ønsker i større grad enn menn informasjon om turmuligheter på kommunens nettsider, 57 mot 40 prosent, mens menn i større grad enn kvinner ønsker informasjon på flere språk, 23 mot 13 prosent. Personer med innvandrerbakgrunn ønsker i klart større grad enn de med norsk bakgrunn informasjon på flere språk, at det tilbys flere organiserte aktiviteter og at det tilrettelegges mer for barn og ungdom.

Det er relativt få svar på dette spørsmålet, slik at det skal store forskjeller til før vi finner signifikante forskjeller. Dette gjelder også når vi ser på de ulike inntektsgruppene. Vi finner imidlertid at de med inntekt på mellom 200 000 og 399 999 kroner i vesentlig større grad enn øvrige ønsker informasjon på flere språk.

13. Informasjon om Marka

Innbyggerne fikk her først et spørsmål om de aktivt hadde søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av det siste året. De som hadde søkt informasjon i løpet av det siste året fikk deretter spørsmål om hvor de hadde søkt informasjon. Vi spurte også alle som svarte på undersøkelsen om hvilket språk de ønsket informasjon om turmuligheter og Marka på.

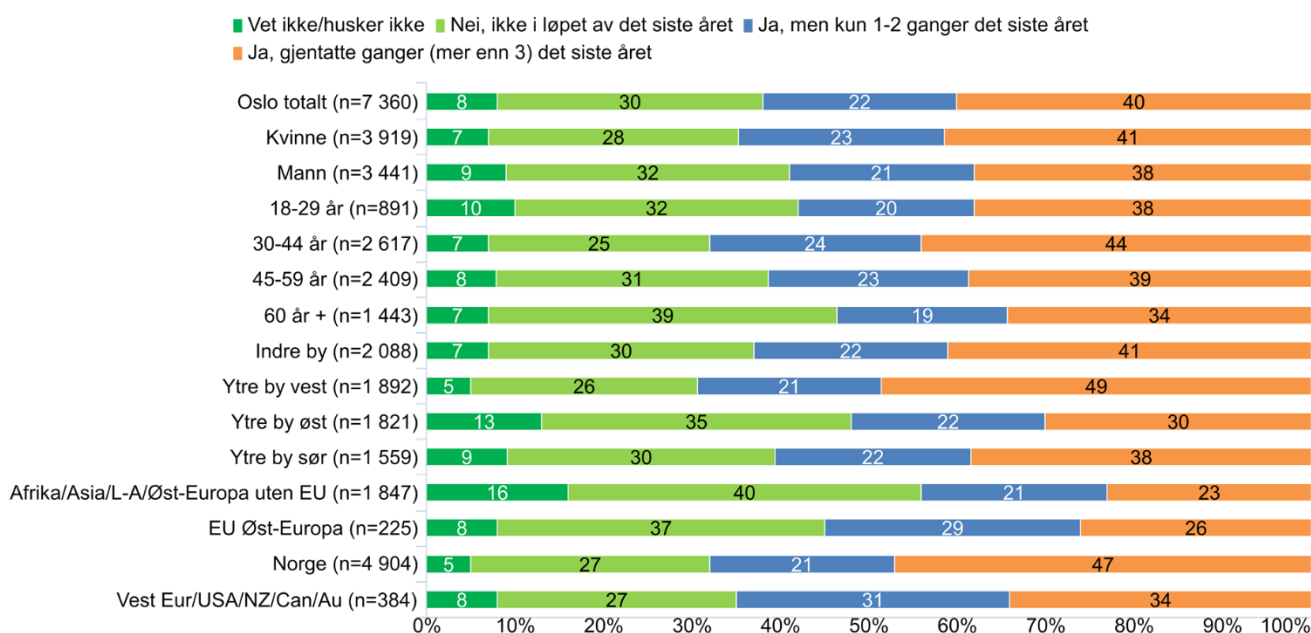
13.1 Aktivt søkt informasjon

Fire av ti Osloborgere har gjentatte ganger (mer enn 3 ganger), aktivt søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av det siste året. I tillegg har to av ti aktivt søkt informasjon om lag 1-2 ganger. Tre av ti har ikke søkt informasjon om Marka siste året. I underkant av én av ti er usikre/husker ikke.

Kvinner oppgir i noe større grad enn menn at de ofte (gjentatte ganger) har søkt informasjon om Marka. Mens 47 prosent av de med norsk bakgrunn oppgir å ha søkt informasjon om Marka oftere enn to ganger siste året, er andelen som har gjort dette 23 prosent blant de med innvandrerbakgrunn fra Asia/Afrika/Latin-Amerika. Sammenligner vi norskfødte med innvandrerbakgrunn med personer med norsk bakgrunn i aldersgruppen 18-29 år, ser vi fortsatt at de med norsk bakgrunn oftere søker informasjon (38 prosent).

Det er også større forskjeller etter byområder. I Ytre by vest oppgir 49 prosent at de gjentatte ganger har søkt informasjon om tilbudene i Marka, mens 30 prosent har gjort det blant de som bor i Ytre by øst. Ser vi på inntekt, finner vi at om lag tre av ti har søkt informasjon gjentatte ganger siste året blant de med inntekt under 400 000 kroner, mens andelen er om lag fem av ti blant de som tjener 600 000 kroner eller mer.

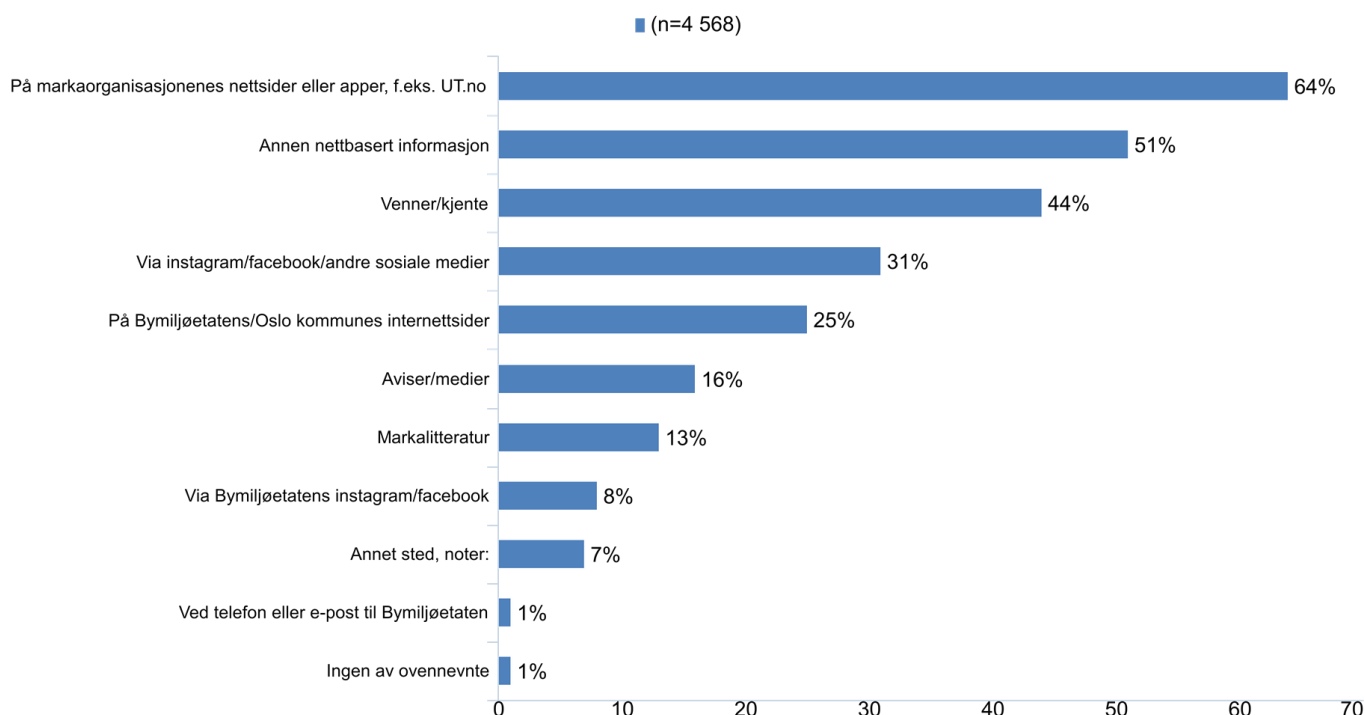
Figur 31 Har du aktivt søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av det siste året? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



13.2 Hvor man har søkt informasjon

Av de som har søkt informasjon om Marka siste året, velger de fleste å søke på markaorganisasjonenes nettsider eller apper (64 prosent), dernest annen nettbasert informasjon (51 prosent). Venner og kjente er også mye bruk (44 prosent). 31 prosent har søkt informasjon via instagram/facebook/andre sosiale medier. 25 prosent av de som har søkt informasjon har brukt Oslo kommunes/Bymiljøetatens nettsider, mens kun 8 prosent har søkt informasjon via Bymiljøetatens Instagram/Facebook.

Figur 32 Hvor har du søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Osloområdet? Spørsmål stilt til de som har søkt informasjon om Marka. 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.

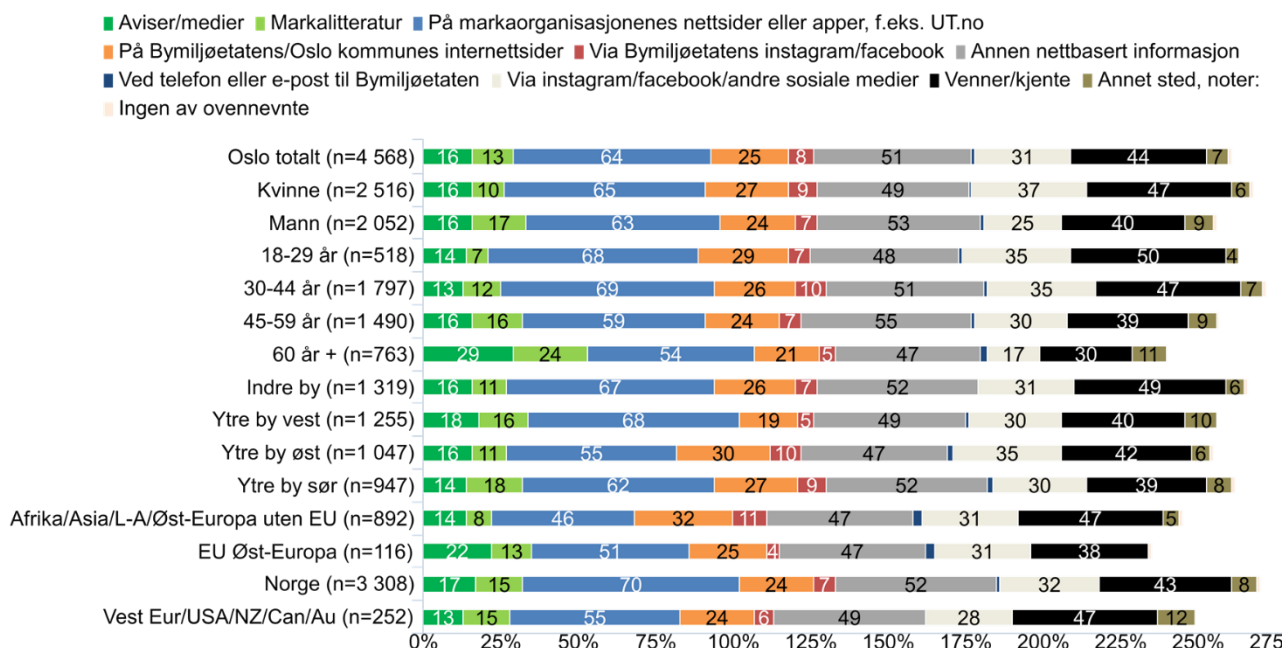


Regner vi om tallene, og tar utgangspunkt i *hele Oslos befolkning*, finner vi at om lag 40 prosent har søkt informasjon om Marka på markaorganisasjonenes nettsider/apper, om lag 32 prosent har søkt på annen nettbasert informasjon, om lag 16 prosent har bruk Oslo kommunes/Bymiljøetatens nettsider og om lag 5 prosent har søkt informasjon via Bymiljøetatens Instagram/Facebook.

Ser vi igjen på de som aktivt har søkt etter informasjon, finner vi at de i den eldste aldersgruppen, over 60 år, i klart større grad enn andre søker informasjon om Marka i aviser/medier, med tre av ti. De eldste søker også i større grad enn andre informasjon i egen markalitteratur, med mellom to og tre av ti.

Bruk av Bymiljøetatens/Oslo kommunes synker med alderen. De som bor i Ytre by vest, oppgir i mindre grad enn de i øvrige byområder å bruke Bymiljøetatens/Oslo kommunes nettsider. De som bor i Ytre by øst er på den annen side de i størst grad bruker Bymiljøetatens/Oslo kommunes nettsider. Vi finner også at innvandrere fra landgruppen Asia/Afrika/Latin-Amerika/Øst-Europa utenfor EU benytter Bymiljøetatens/Oslo kommunes nettsider i større grad enn andre. Vi finner samtidig at innvandrere i langt mindre grad enn i befolkningen ellers søker informasjon om Marka på markaorganisasjonenes nettsider.

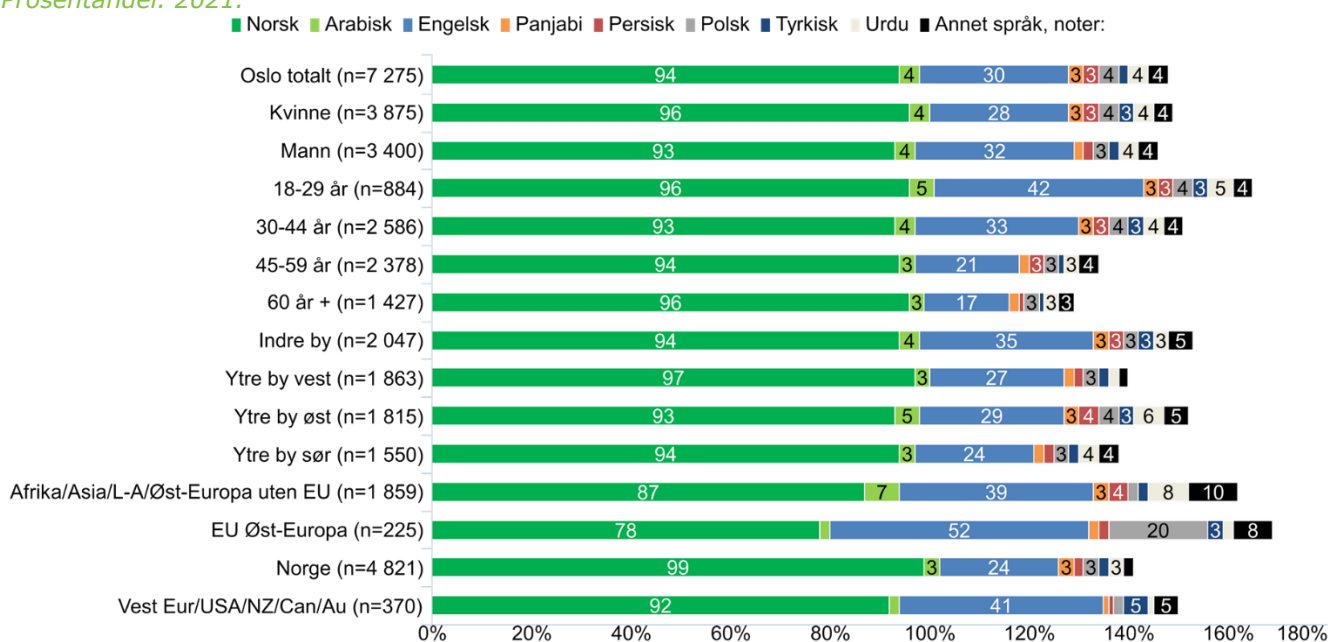
Figur 33 Hvor har du søkt informasjon. De som har søkt informasjon om Marka. Brutt ned på bakgrunn. 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



13.3 Språk som informasjon ønskes på

Så mange som 94 prosent av Oslos innbyggere ønsker å få informasjon om Marka på norsk. Deretter ønskes informasjon på engelsk, av 30 prosent. Respondentene har her hatt mulighet til å krysse av for flere språk. Blant innvandrere fra EU-land i Øst-Europa, ønskes engelsk av vel halvparten (52 prosent). Det er også en større andel som ønsker engelsk blant innvandrere fra landgruppene Asia/Afrika/Latin-Amerika og fra Vest Europa/USA med flere land, med om lag 40 prosent. Blant personer som er født i Norge med to innvandrerforeldre, ønsker 92 prosent informasjon på norsk, mens 42 prosent ønsker informasjon på engelsk, om lag det samme som førstegenerasjonen med 41 prosent. Vi ser også at 20 prosent av de som kommer fra EU-land i Øst-Europa ønsker informasjon på polsk.

Figur Hvilket språk ønsker du informasjon om turmuligheter og Marka på? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.

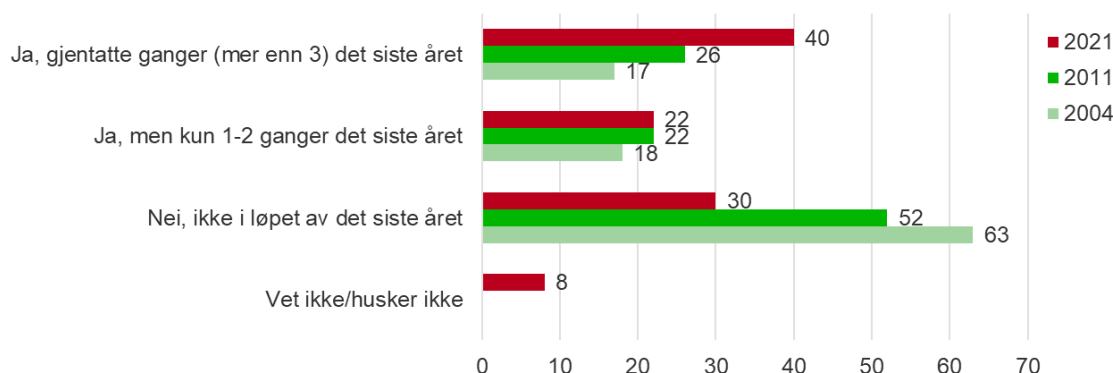


13.4 Sammenligninger med 2011 og 2004

Aktivt søkt informasjon

Andelen som aktivt har søkt informasjon gjentatte ganger om forholdene og tilbudene i Oslomarka har gått betydelig opp, fra 17 prosent i 2004 og 26 prosent i 2011 til 40 prosent i 2021. Det er også flere i 2021 som har søkt aktivt etter informasjon 1-2 ganger, 27 prosent, mot 22 prosent i 2011 og 18 prosent i 2004. 63 prosent i 2004 og 52 prosent i 2011 svarte at de ikke hadde søkt aktivt informasjon, uten at det var lagt inn mulighet til å svare vet ikke. Andel som svarer at de *ikke* har søkt informasjon i 2021 er på 30 prosent, men det er også her 8 prosent som svarer at de ikke husker om de har gjort dette. «Vet ikke/husker ikke» var ikke svaralternativ i 2004 og 2011.

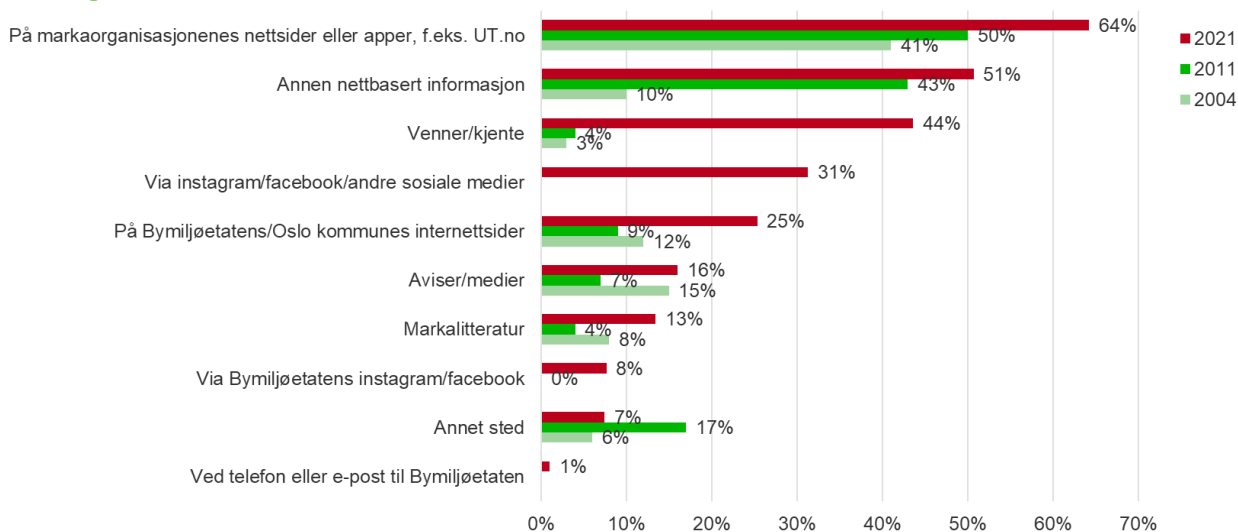
Figur 34 Har du aktivt søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av siste året? Oslos innbyggere, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Hvor søkt informasjon

På spørsmål om hvor man *har søkt* informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka, er det klart flere i 2021 enn tidligere som svarer på markaorganisasjonenes nettsider, med 64 prosent som er opp hele 14 prosentpoeng fra 2011. Det er også klart flere enn tidligere som nevner annen nettbasert informasjon med 51 prosent i 2021 mot 43 prosent i 2011. Mens det knapt var noen som nevnte venner og kjente i 2004 og 2011, er det nå 44 prosent som nevner dette. Andelen som nevner Bymiljøetatens/Oslo kommunes nettsider har også gått opp betydelig, fra om lag 10 prosent tidligere til 25 prosent i 2021. Tre av ti nevner Instagram/Facebook/andre sosiale medier. 8 prosent av de som har søkt informasjon om forhold og tilbud i Oslomarka har søkt via Bymiljøetatens Instagram/Facebook. Instagram/Facebook som svaralternativer var ikke lagt inn ved tidligere målinger. For orden skyld nevner vi at i 2004 og 2011 ble det spurt: Hvor har du *funnet* informasjon om...», mens det i 2021 ble spurt; Hvor har du *søkt* informasjon om...».

Figur 35 Hvor har du søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka? De som har søkt informasjon, 18 år og eldre. Prosentandel. 2021.



Vedlegg: Spørreskjema

Vedlagte spørreskjema er en Word-utskrift fra et program som ligger til grunn for å produsere webskjemaet respondentene svarer på. Spørreskjemaet viser spørsmålene med filterstrukturer. Det endelige webskjemaet respondentene svarer på, er designet helt annerledes blant annet med dynamiske variabler i matriser. Det betyr at man kun ser ett og ett spørsmål i eksempelvis Q002 under. Vedlagte skjema inneholder også instruksjoner til den som har skriptet skjema i web-programmet. Spørreskjemaet viser hvordan «split» av utvalg er gjort, uten at de som har svart har sett dette.

Q001 – oftemarkabrukes: Hvor ofte Marka brukes

Single coded

Answer not required | Not back

Hvor ofte bruker du Oslomarka? Med Oslomarka menes Nordmarka, Lillomarka (med Gjelleråsmarka) og Østmarka.

Normal

- 1 Aldri
- 2 Sjeldnere
- 3 1-5 ganger I året
- 4 6-11 ganger I året
- 5 1-2 ganger I måneden
- 6 1 gang I uken
- 7 2 ganger I uken
- 8 3-4 ganger I uken
- 9 Omtrent daglig
- 10 Vet ikke

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q002 – ofteorstider: Hvor ofte Marka bruker i ulike årstider

Matrix

Answer not required | Not back | Number of rows: 4 | Number of columns: 10

Hvor ofte pleier du å bruke du Oslomarka i følgende årstider?

Rows: Normal | Columns: Normal

Rendered as Dynamic Grid

	Aldri	Sjeldnere	1-5 ganger I året	6-11 ganger I året	1-2 ganger I måneden	1 gang I uken	2 ganger I uken	3-4 ganger I uken	Omtrent daglig	Vet ikke
Om våren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Om sommeren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Om høsten	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Om vinteren	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q003 – normarkabrukes: Når Marka brukes

Multi coded

Answer not required | Not back

Når bruker du Marka?

Flere svar mulig

Normal

- 1 I hverdagen
- 2 I helger
- 3 På dagtid
- 4 På kveldstid
- 5 I ferier

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q004 – delermarka: Deler av Marka brukt

Multi coded

Answer not required | Not back

Hvilke deler av Oslomarka har du brukt de siste 12 måneder?

Flere svar mulig

Normal

- 1 Nordmarka
- 2 Lillomarka (med Gjelleråsmarka)
- 3 Østmarka
- 4 Andre områder i Marka (eks. Bærumsmarka/Sørmarka osv)
- 5 Har ikke benyttet Marka siste året
- 6 Usikker på sted/Vet ikke

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q005 – deleroftest: Marka som benyttes oftes

Single coded

Answer not required | Not back

Hvilke deler av Marka benytter du oftest?

Normal

- 1 Nordmarka
- 2 Lillomarka (med Gjelleråsmarka)
- 3 Østmarka
- 4 Andre områder i Marka (eks. Bærumsmarka/Sørmarka osv)
- 5 Vet ikke/vanskelig å anslå

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q006 – sammenhenger: Sammenhenger Marka benyttes

Multi coded

[Answer not required](#) | [Not back](#)

I hvilken sammenheng bruker du Oslomarka?

Flere svar mulig

Normal

- 1 Alene
- 2 Sammen med familiemedlemmer
- 3 Sammen med venner
- 4 Sammen med gruppe (trimgruppe, idrettslag, friluftsansettelse m. mer)
- 5 Sammen med tilfeldige andre
- 6 Annet, noter: *Open

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q007 – hvordantilmarka: Hvordan man kommer seg til Marka

Multi coded

[Answer not required](#) | [Not back](#)

Hvordan kommer du deg til Oslomarka?

Flere svar mulig

Normal

- 1 Går
- 2 Sykler
- 3 Bruker bil
- 4 Reiser kollektivt
- 5 Annet

Q008 – mermarka: Ønsker å bruke mer?

Single coded

[Answer not required](#) | [Not back](#)

Ønsker du å bruke Oslomarka mer?

Normal

- 1 Ja
- 2 Nei
- 3 Vet ikke

Q009 – kjennermarka: Kjenner Marka

Single coded

[Answer not required](#) | [Not back](#)

Hvor godt vil du si at du kjenner Oslomarka?

Normal

- 1 Svært dårlig
- 2 Ganske dårlig
- 3 Verken 52addling52r dårlig
- 4 Ganske godt
- 5 Svært godt
- 6 Vet ikke

Q010 – hvakjenner: Hva man har kjennskap til**Multi coded****Answer not required | Not back**

Kjenner du til følgende i Marka?

Flere svar mulig

Normal

- 1 Overnattingshytter du kan bruke
- 2 Serveringssteder du kan benytte
- 3 Spennende turmål, for eksempel utsiktspunkter, badevann og kulturminner
- 4 Organiserte aktivitetstilbud
- 5 Apper eller nettsider som gir informasjon om turmål, fiske, annet du kan gjøre

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1****Q011 – splitt1: Deler utvalget i to like store grupper****Single coded****Not back | Dummy****Normal**

- 1 Utvalg 1
- 2 Utvalg 2

Scripter notes: Hver del skal tildeles tilfeldig halvparten av attributtene i neste spørsmål

Ask only if NOT Q001 – oftemarkabrukes,1

Q012 – hvordanmarkabrukes: Bruk av Marka

Multi coded

Answer not required | Not back

Hvordan bruker du Marka?

Kryss av for alle aktiviteter du har gjort i løpet av det siste året (siste 12 måneder)

Random

- 1 Fotturer
- 2 Turer på ski
- 3 Rulleski
- 4 Går på skøyter på islagte vann
- 5 Løper/jogger
- 6 Sykler på stier og/eller i terrenget
- 7 Sykler på turveier/skogsbilveier
- 8 Driver fysisk aktivitet/trimmer (generelt)
- 9 Trener til konkurranser (generelt)
- 10 Klatrer/buldrer
- 11 Padler/ror
- 12 Bader/svømmer
- 13 Står på alpint, telemark eller snowboard
- 14 Randonee/topptur med ski
- 15 Hesteridning
- 16 Besøker utsiktspunkter
- 17 Oppsøker kulturminner
- 18 Orientering/turorientering
- 19 Fisker
- 20 Plukker sopp/bær
- 21 Studerer planter/dyr/fugler
- 22 Grilling/bålkos
- 23 Overnatter i telt, hengekøye, under åpen himmel
- 24 Overnatter på 54addli
- 25 Besøker serveringssteder
- 26 Bruker Marka som sosial møteplass
- 27 Annet, noter: *Open *Fixed
- 28 Ingen/ikke benyttet Marka siste 12 måneder *Fixed *Exclusive

Scripter notes: Utvalget deles tilfeldig i to like grupper: Begge skal ha 13 av attributtene fra spørsmålsbatteriet. Attributtene trekkes tilfeldig til hver av gruppene. Randomisert tildeling av attributter innenfor hver gruppe. I tillegg til 13 attributter, skal begge grupper få det siste spørsmålet som er: Annet, noter: (Fixed) og siste «Ingen/Ikke benyttet Marka siste 12 måneder (Exclusive) (Fixed)

Ask only if **Q012 – hvordanmarkabrukes,6,7**

Q013 – sykkel: Type sykkel benyttet

Multi coded

[Answer not required](#) | [Not back](#)

Hvilken type sykkel bruker du?

Flere svar mulig

Normal

- | | |
|---|------------------|
| 1 | Vanlig tråsykkel |
| 2 | Elsykkel |

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q014 – split2: Deler utvalget i to like store grupper

Single coded

[Not back](#) | [Dummy](#)

Normal

- | | |
|---|----------|
| 1 | Gruppe 1 |
| 2 | Gruppe2 |

Scripter notes: Hver del skal tildeles tilfeldig halvparten av attributtene i neste spørsmål

Ask only if NOT **Q001 – oftemarkabrukes,1**

Q015 – tilfredshet: Tilfredshet med marka

Matrix

[Answer not required](#) | [Not back](#) | [Number of rows: 30](#) | [Number of columns: 7](#)

Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med følgende forhold ved Marka?

Rows: Random | **Columns: Normal**

Rendered as Dynamic Grid

	Svært misfornøyd	Ganske misfornøyd	Verken eller	Ganske fornøyd	Svært fornøyd	Vet ikke	Ikke relevant/benyttet ikke
Kollektivtilbudet til Marka	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Parkeringsmuligheter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Toalettfasiliteter (ved innfartsområder og serveringssteder)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Toalettfasiliteter I Marka generelt?	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Søppelhåndtering/antall søppelkasser	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Skilting ved inngangen til Marka	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Skilting inne I Marka	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Merking av blåmerka stier og turveier – sommer	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Merking av rødmerka stier og turveier/løyper – vinter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Hvordan stier er vedlikeholdt/tilrettelagt for bruk	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Oppkjøring av skispor/preparering av skiløyper	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilrettelegging for gående i Marka om vinteren (ikke i skispor)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Belysning av turveier og skiløyper (sommer og vinter)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ivaretagelse av kulturlandskap	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilrettelegging for barn	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Offentlig godkjente bålplasser	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilrettelegging for sykling på turvei	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilrettelegging for sykling på sti	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilrettelegging for bading (badebrygger el. lignende?)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilrettelegging for 56addling/roing	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilgjengelighet til serveringssteder	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tilrettelegging for overnattingssteder	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Antall turmuligheter (f.eks. stier, toppturer, serveringssteder og kulturminner)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informasjon om serveringssteder	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Informasjon om overnattingssteder	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informasjon om turmuligheter (populære stier, toppturer og kulturminner)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informasjon om fiskemuligheter	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informasjon om steder for å overnatte i telt eller hengekøye.	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informasjon om organiserte aktiviteter man kan gjøre i Marka	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Informasjon om mulighetene Marka byr på	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Scripter notes: Utvalget deles tilfeldig i to like grupper. Begge skal ha 15 av attributtene fra spørsmålsbatteriet. Attributtene trekkes tilfeldig til hver av gruppene. Randomisert tildeling av attributter innenfor hver gruppe.

Q016 - split3: Deler utvalget i to like store grupper

Single coded

[Not back](#) | [Dummy](#)

[Normal](#)

- | | |
|---|----------|
| 1 | Gruppe 1 |
| 2 | Gruppe 2 |

Answer not required | Not back

Hva skal til for at du skal bruke Marka oftere eller mer variert?

Kryss av for alle forhold som ville gjort at du benyttet Marka oftere/mer variert?

Random

- 1 Bedre skilting
- 2 Bedre vedlikehold av turveier
- 3 Flere turveier
- 4 Bedre vedlikehold av stier (drenering, steinsetting, planker over våte områder/ bekker eller lignende)
- 5 Bedre tilrettelegging for personer med funksjonsnedsettelse av turveier (universell utforming)
- 6 Bedre tilrettelegging for personer med funksjonsnedsettelse i oppholdsområder (universell utforming)
- 7 Flere/bedre toalettfasiliteter
- 8 Flere badebrygger
- 9 Flere bålplasser
- 10 Flere lysløyper
- 11 Bedre tilrettelegging for gående om vinteren på turveier/skogsbilveier
- 12 Ofte oppkjøring av skispor
- 13 Bedre tilrettelegging for sykling på sti
- 14 Bedre kjennskap til turmuligheter
- 15 Bedre kjennskap til hvor man starter turen
- 16 Bedre kjennskap til gode sykkelstier for ulike nivå?
- 17 Flere organiserte aktiviteter jeg kan være med på
- 18 Flere/bedre apper som gir informasjon om turmuligheter og turmål
- 19 Bedre parkeringsmuligheter
- 20 Bedre kollektivtilbud til Marka
- 21 Turutstyr (turklær, sko, ski, osv.)
- 22 Mulighet for å låne utstyr (ski/syssel/kano m.m)
- 23 Har noen/flere å bruke Marka sammen med
- 24 Bedre tid/mindre travel hverdag
- 25 Bedre helse
- 26 Være i bedre form
- 27 Kortere vei til Marka
- 28 Mer interesse for å gå i Marka
- 29 Økt motivasjon for å bruke i Marka
- 30 Annet, noter: *Open *Fixed

Scripter notes: Utvalget deles tilfeldig i to like grupper, med hhv 14 og 15 av attributtene fra spørsmålsbatteriet. Attributtene trekkes tilfeldig til hver av gruppene. Randomisert tildeling av attributter innenfor hver gruppe. Siste spm: Annet, noter; skal legges sist i begge grupper.

Ask only if **Q001 - oftemarkabrukes,1** and **Q008 - mermarka,1**

Q032 - Lystgjøre: Aktiviteter lyst til å gjøre blant ikke-brukere

Multi coded

Not back | Min = 1

Hvilke aktiviteter har du lyst til å gjøre i Marka?

Kryss av for alle aktiviteter du har lyst til å gjøre

Normal

- 1 Fottur
- 2 Turer på ski
- 3 Rulleski
- 4 Gå på skøyter på islagte vann
- 5 Løpe/jogge
- 6 Sykle på stier og/eller i terrenget
- 7 Sykle på turveier/skogsbilveier
- 8 Drive fysisk aktivitet/trimmer (generelt)
- 9 Trene til konkurranser (generelt)
- 10 Klatre/buldre
- 11 Padle/ro
- 12 Bade/svømme
- 13 Stå på alpint, telemark eller snowboard
- 14 Randonee/topptur med ski
- 15 Hesteridning
- 16 Besøke utsiktspunkter
- 17 Oppsøke kulturminner
- 18 Orientering/turorientering
- 19 Fiske
- 20 Plukke sopp/bær
- 21 Studere planter/dyr/fugler
- 22 Grilling/bålkos
- 23 Overnatte i telt, hengekøye, under åpen himmel
- 24 Overnatte på hytter
- 25 Besøke serveringssteder
- 26 Bruke Marka som sosial møteplass
- 27 Annet, noter: **Open *Fixed*
- 28 Ingen av de nevnte aktivitetene **Fixed *Exclusive*

Q018 - postander: Påstander om marka**Matrix****Answer not required | Not back | Number of rows: 11 | Number of columns: 6**

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander om bruk av Marka

Rows: Random | Columns: Normal**Rendered as Dynamic Grid**

	Svært uenig	Ganske uenig	Verken eller	Ganske enig	Svært enig	Vet ikke
Jeg føler meg utrygg	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Syklistene tar for lite hensyn	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er for mange folk som går på beina i skiløypene	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er for mange turveier/skiløyper i Marka (bør ikke bli flere)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg er positiv til at det tilrettelegges for idrett med anlegg i randsonen av Marka	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg er avhengig av å kjøre bil til Marka for å bruke Marka på den måten jeg ønsker	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er behov for å gjøre utlån av sports- og friluftslivsutstyr lettere tilgjengelig	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Det er behov for å tilrettelegge bedre for stisykling i Marka	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Marka betyr/har betydd mye for meg under koronapandemien	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg har god kjennskap til allemannsretten (kjenner mine plikter og rettigheter)	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Jeg skulle ønske at det var bedre informasjon om turmuligheter i Marka (ved grensen til Marka)	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Q019 - soktinfo: Søkt informasjon**Single coded****Answer not required | Not back**

Har du aktivt søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka i løpet av det siste året?

Normal

- 1 Ja, gjentatte ganger (mer enn 3) det siste året
- 2 Ja, men kun 1-2 ganger det siste året
- 3 Nei, ikke i løpet av det siste året
- 4 Vet ikke/husker ikke

Ask only if **Q019 - soktinfo,1,2**

Q020 - hvorsoktinfo: Hvor søkt informasjon

Multi coded

Answer not required | Not back

Hvor har du søkt informasjon om forholdene og tilbudene i Oslomarka?

Random

- 1 Flere svar mulig
- 2 Aviser/medier
- 3 Markalitteratur
- 4 På markaorganisasjonenes nettsider eller apper, f.eks. UT.no
- 5 På Bymiljøetatens/Oslo kommunes internettsider
- 6 Via Bymiljøetatens instagram/facebook
- 7 Annen nettbasert informasjon
- 8 Ved telefon eller e-post til Bymiljøetaten
- 9 Via instagram/facebook/andre sosiale medier
- 10 Venner/kjente
- 11 Annet sted, noter:
- 12 Ingen av ovennevnte **Fixed *Exclusive*

Ask only if **Q001 - oftemarkabrukes,1**

Q021 - hvorforikkemarka: Hvorfor ikke brukt marka

Multi coded

Answer not required | Not back

Hva er de viktigste grunnene til at du ikke benytter Marka?

Flere svar mulig, skriv gjerne inn «Annet»

Random

- 1 For lite tid
- 2 Har ingen å dra med
- 3 For dårlig helse
- 4 Mangler utstyr
- 5 Ikke interessert
- 6 For lite kunnskap om hvor jeg kan dra
- 7 Føler meg ikke trygg
- 8 For dårlig råd
- 9 For dårlig kollektivtilbud
- 10 Trenger bil
- 11 For dårlig tilrettelegging
- 12 Krever for mye planlegging
- 13 Annet, noter: **Open *Fixed*

Ask only if **Q001 - oftemarkabrukes,1**

Q022 - kommunenkangjøre: Noe kommunen kan gjøre

Multi coded

Answer not required | Not back

Er det noe kommunen kan gjøre for at du skal bruke Marka?

Flere svar mulig, skriv gjerne inn «Annet»

Normal

- 1 Gjøre det lettere å finne informasjon om turmuligheter på kommunens nettsider
- 2 Informasjon på flere språk
- 3 Synliggjøre organiserte aktiviteter i Marka (turgrupper m.m)
- 4 Tilby flere organiserte aktiviteter i Marka
- 5 Flere toaletter
- 6 Bedre tilrettelegging for personer mer funksjonsnedsettelse
- 7 Tilby utstyrsutlån der jeg bor
- 8 Tilby utstyrsutlån ved Marka
- 9 Tilrettelegge mer for barn og unge
- 10 Annet, noter: *Open *Fixed

Q023 - språk: Hvilke språk ønskes

Single coded

Answer not required | Not back

Hvilket språk ønsker du informasjon om turmuligheter og Marka på?

Normal

- 1 Arabisk
- 2 Engelsk
- 3 Panjabi
- 4 Persisk
- 5 Polsk
- 6 Tyrkisk
- 7 Urdu
- 8 Annet språk, noter: *Open

Q024 - kjønn: Kjønn

Single coded

Answer not required | Not back

Normal

- 1 Kvinne
- 2 Mann

Q025 - utdanning:**Single coded****Answer not required | Not back**

Hva er din høyeste fullførte skolegang?

Normal

- | | |
|---|---|
| 1 | Grunnskoleutdanning - 10-årig grunnskole, 7-årig folkeskole |
| 2 | Videregående allmennfaglig utdanning |
| 3 | Videregående yrkesfaglig utdanning |
| 4 | Fagskole / Yrkesrettede utdanninger (1/2 - 2 år) som bygger på videregående yrkesfaglig utdanning |
| 5 | Universitets-/høgskoleutdanning med inntil 4 års varighet |
| 6 | Universitets-/høgskoleutdanning med mer enn 4 års varighet |

Q026 - bosituasjon:**Single coded****Answer not required | Not back**

Hvilken av følgende påstander beskriver best din boligsituasjon?

Normal

- | | |
|---|--|
| 1 | Jeg bor sammen med ektefelle / samboer |
| 2 | Jeg bor sammen med ektefelle / samboer og barn |
| 3 | Jeg bor sammen med mine barn |
| 4 | Jeg bor sammen med mine foreldre |
| 5 | Jeg bor alene |
| 6 | Jeg deler bolig med andre voksne (bofelleskap eller tilsvarende) |
| 7 | Annet |

Q027 - antallpersonerihusstandenA:**Single coded****Answer not required | Not back**

Hvor mange personer bor det i din husstand, inklusive deg selv?

Normal

- | | |
|---|------------------------|
| 1 | 1 person |
| 2 | 2 personer |
| 3 | 3 personer |
| 4 | 4 personer |
| 5 | 5 personer |
| 6 | 6 personer |
| 7 | 7 personer |
| 8 | 8 personer eller flere |

Q028 - livsopphold:

Single coded

Answer not required | Not back

Hva er din hovedkilde til livsopphold?

Normal

- | | |
|---|-------------------------------------|
| 1 | Inntektsgivende arbeid heltid |
| 2 | Inntektsgivende arbeid deltid |
| 3 | Selvstendig næringsdrivende |
| 4 | Alderspensjonist |
| 5 | For tiden arbeidsledig/Arbeidstrygd |
| 6 | Annen type trygd |
| 7 | Elev, student |
| 8 | Hjemmeværende/Husarbeid i hjemmet |
| 9 | Annet |

Q029 - inntektpersonlig:

Single coded

Answer not required | Not back

Omtrent hvor stor er din personlige brutto årsinntekt (før skatt og fradrag)?

Med inntekt mener vi her all personinntekt: lønnsinntekt, renteinntekter, avkastning, trygd eller studiestøtte

Normal

- | | |
|----|------------------------|
| 1 | Under 200 000 kr |
| 2 | 200 000-299 999 kr |
| 3 | 300 000-399 999 kr |
| 4 | 400 000-499 999 kr |
| 5 | 500 000-599 999 kr |
| 6 | 600 000-699 999 kr |
| 7 | 700 000-799 999 kr |
| 8 | 800 000-999 999 kr |
| 9 | 1 000 000 kr eller mer |
| 10 | Ønsker ikke å svare |

Q030 - husstandsinntekt:

Single coded

Answer not required | Not back

Omtrent hvor stor er din husstands samlede brutto årsinntekt (før skatt og fradrag)?

Normal

- | | |
|---|------------------------------|
| 1 | Under 200.000 kroner |
| 2 | 200.000 - 399.999 kroner |
| 3 | 400.000 - 599.999 kroner |
| 4 | 600.000 - 799.999 kroner |
| 5 | 800.000 - 999.999 kroner |
| 6 | 1.000.000 - 1.199.000 kroner |
| 7 | 1.200.000 - 1.399.000 kroner |
| 8 | 1.400.000 kroner eller mer |
| 9 | Ønsker ikke å svare |

[Not back](#)

Avslutningsvis, er det annet du vil si til kommunen om friluftsliv og bruk av Marka?

