

Bacheloroppgave i Markedsføring og Salgsledelse ved Markedshøyskolen 2011

Bilder Kart Nyheter Oversetter Scholar E-post mer ▾

Google

Reisetips|

Søk

All
Bilder
Videoer
Nyheter
Mer

reisetips italia
reisetips paris
reisetips london
reisetips new york
reisetips portugal
reisetips hellas
reisetips kroatia
reisetips usa
reisetips sicilia
reisetips island

”Hvilken betydning har eWOM i forbrukerens informasjonsinnhenting før kjøp av reise, og hvorfor?”

Innleveringsdato: 10.06.2011

Studentnummer: 979466, 36015862 og 22726



”Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Markedshøyskolen. Markedshøyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.”

Forord

Denne oppgaven er et sluttresultat av et treårig studium i markedsføring og salgsledelse ved Markedshøyskolen, Campus Kristiania.

Arbeidet med oppgaven har vært en prosess som til tider har vært utfordrende, men samtidig spennende og ikke minst en lærerik. Det har vært motiverende å se hvordan oppgaven har tatt form underveis, fra å ha en stor mengde teori på området, til å se oppgaven som et ferdig resultat.

Vi vil benytte anledningen til å rette en stor takk til vår veileder, Stein. A. Juvik for gode og konstruktive råd underveis i prosessen.

Samtidig vil vi takke de ansatte på biblioteket for god hjelp i forbindelse med bistand til å finne bøker, og muligheten til å få utskrift av en mengde artikler.

Til slutt vil vi benytte anledningen til å takke alle våre informanter som tok seg tid til å bli intervjuet.

God lesning!

Oslo, våren 2011

Sammendrag

Bakgrunnen for vår oppgave er den drastiske utviklingen av Internett som har ført til at Word of Mouth fenomenet nå har blitt digitalisert.

I denne oppgaven har vi svart på problemstillingen: *Hvilken betydning har eWOM for forbrukeren i sin informasjonsinnhenting før kjøp av reise, og hvorfor?* Hovedtemaene i vår oppgave var følgelig informasjonsinnhenting og eWOM, der forbrukerens kjøpsprosess og kommunikasjonsprosessen utgjorde rammeverket for oppgaven.

På bakgrunn av problemstillingen og formålet vårt valgte vi å benytte en kvalitativ tilnærming, der vi gjennomførte kvalitative dybdeintervjuer i den hensikt å forstå hvilken betydning eWOM har og hvorfor. Det viste seg at eWOM hadde en større betydning for de forbrukerne med mer erfaring med bruken av eWOM, men mediet ble av alle informantene kun benyttet som en tilleggskilde. Årsakene til eWOMs betydning lå i dens informasjonsmengde, tilgjengelighet, troverdighet og forbrukerens erfaring med bruk av mediet eWOM. Videre fant vi at forbrukerens behov for å redusere risiko gjennom informasjonsinnhenting var årsaken til at eWOM ble benyttet sammen med andre medier og kilder til informasjon.

Avgrensninger

Vi har avgrenset oppgaven til kun å gjelde det psykologiske aspektet ved forbrukerens medievalg, til fordel for det sosiologiske aspektet. Begge disse områdene er sentrale når det gjelder å forstå forbrukeren og dens atferd, men vi har altså valgt å fokusere på førstnevnte.

Videre har vi kun fokusert på å forstå eWOM i lys av kortsiktig kjøp fremfor langsiktige kjøpsatferd.

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning	side 7
1.1 Problemstilling	side 7
1.2 Begrepsliggjøring	side 7
1.3 Formål	side 7
2.0 Oppgavens oppbygging	side 8

Kapittel 1: Metode

3.1 Introduksjon til metodekapitlet	side 10
3.2 Faglig utgangspunkt	side 10
3.3 Kvalitativ metode	side 10
3.4 Forskningsdesign	side 11
3.5 Datainnsamlingsmetode- det kvalitative intervjuet	side 11
3.5.1 Semi- strukturert intervju	side 12
3.6 Utvelging av informanter	side 12
3.6.1 Utvalgsstrategi	side 12
3.6.2 Utvalgsstørrelse	side 13
3.6.3 Rekruttering	side 13
3.7 Analyse	side 14

Kapittel 2: Teori

4.1 Forbrukeratferd	side 17
4.1.1 Kjøpsprosessen	side 17
4.1.1.1 Problemerkjenning	side 18
4.1.1.2 Informasjonssøking	side 19
4.1.1.3 Vurdering av alternativer	side 19
4.1.1.4 Kjøpsbeslutning	side 20
4.1.1.5 Atferd etter kjøp	side 20
4.2 Kommunikasjon	side 21
4.2.1 Kommunikasjonsprosessens forløp	side 21
4.2.1.1 Avsender	side 21
4.2.1.2 Enkoding	side 22
4.2.1.3 Budskapet	side 22
4.2.1.4 Kanal	side 22
4.2.1.5 Støy	side 22
4.2.1.6 Dekoding	side 23
4.2.1.7 Mottaker	side 23
4.2.1.8 Reaksjon	side 23
4.2.2 Markedskommunikasjon	side 23
4.2.2.3 Ulike former for markeds-kommunikasjon	side 23
4.2.2.3.1 Reklame	side 24
4.2.2.3.2 Personlig salg	side 24
4.2.2.3.3 Sales Promotions	side 24

4.2.2.3.4 Public Relations	side 24
4.2.2.3.4 Sponsing	side 25
4.2.3 En mottakerinitiert kommunikasjonsprosess	side 25
4.3 Informasjonsinnhenting	side 26
4.3.1 Den aktive forbruker	side 26
4.3.2 Persepsjon	side 27
4.3.2.1 Selektiv persepsjon	side 27
4.3.3 Mottakerens motivasjon	side 27
4.3.4 Mottakerens holdning til medier	side 28
4.3.5 Læring med bruk av mediet	side 28
4.3.6 Medier	side 29
4.3.6.1 Ekstern informasjonsinnhenting	side 29
4.3.6.1.1 Forbrukerens medievaner	side 30
4.3.6.1.2 Internett	side 30
4.3.6.1.2.1 Sosiale medier	side 31
4.4 Electronic Word of Mouth (eWOM)	side 32
4.4.1 Word of Mouth (WOM).....	side 32
4.4.1.1 Fordeler WOM gir forbrukeren	side 33
4.4.1.1.1 WOM er risikoreduserende	side 33
4.4.1.2 Viktigheten av NWOM	side 34
4.4.1.3 Gjensidig tillit	side 34
4.4.2 eWOM	side 34
4.4.2.1 eWOMs anonymitet og troverdighet	side 36
4.4.2.2 eWOM vs. WOM	side 36
4.4.2.3 Hvem er avsenderen?	side 36

Kapittel 3: Analyse

5.1 Teoretiske antagelser	side 38
5.2 Våre funn: Analyse og tolkning	side 39
5.2.1 Antagelse 1	side 39
5.2.1.1 Bruk av Internett	side 39
5.2.1.2 Erfaring med bruk av Internett.....	side 39
5.2.1.3 Fordeler	side 40
5.2.1.4 Konklusjon	side 41
5.2.2 Antagelse 2	side 42
5.2.2.1 Troverdighet til WOM	side 43
5.2.2.2 WOM blir ikke benytter alene	side 43
5.2.2.3 Konklusjon	side 44
5.2.3 Antagelse 3	side 45
5.2.3.1 Positiv eWOM øker sannsynligheten for kjøp av reise	side 45
5.2.3.2 Negative kommentarer tillegges mer vekt	side 46
5.2.3.3 eWOM som tilleggskilde	side 47
5.2.3.4 Konklusjon	side 48
5.2.4 Antagelse 4	side 49
5.2.4.1 Konklusjon	side 50

5.2.5 Antagelse 5	side 51
5.2.5.1 Konklusjon	side 51
5.2.6 Antagelse 6	side 52
5.2.6.1 Konklusjon	side 52
5.2.7 Antagelse 7	side 53
5.2.7.1 Anbefalingene må imøtekomme interesser	side 54
5.2.7.2 Andre forbrukere som eksperter	side 54
5.2.7.3 eWOMs anonymitet	side 55
5.2.7.4 Troverdighet: eWOM vs. WOM	side 56
5.2.7.5 Troverdighet: eWOM vs. selgenerert informasjon	side 56
5.2.7.6 Konklusjon	side 57
5.3 Kvaliteten på forskningen	side 58
5.3.1 Påliteligheten til undersøkelsen	side 58
5.3.2 Troverdigheten til undersøkelsen	side 58
5.3.3 Overensstemmelse	side 59
6.0 Anbefalinger.....	side 60
7.0 Konklusjon	side 61
7.1 Forbrukerne med mer erfaring med bruk av eWOM	side 61
7.1.1 Betydningen av eWOM	side 61
7.1.2 Hvorfor.....	side 61
7.2 Forbrukerne med mindre erfaring med bruk av eWOM	side 62
7.2.1 Betydningen av eWOM	side 62
7.2.2 Hvorfor	side 62
8.0 Litteraturliste	side 64

Figurer

Figur: 2.1 <i>Oppgavens oppbygging</i>	side 8
Figur: 4.1.1 <i>Kjøpsprosessen</i>	side 18
Figur: 4.2.1 <i>Kommunikasjonsprosessen</i>	side 21

Vedlegg 1 Intervjuguide

1.0 Innledning

Har du noen gang mottatt en anbefaling fra en du kjenner som har påvirket deg?

Denne anbefalingen har termen Word of Mouth (WOM) og var utgangspunktet for vårt valg av tema i vår avsluttende Bacheloroppgave ved Markedshøyskolen i Oslo. WOM har i alle år vært en viktig pådriver for mange av forbrukerens kjøpsbeslutninger. Fremveksten av Internett har imidlertid ført til en endring av hvordan man nå definerer WOM. Anbefalinger forbrukere imellom foregår ikke lenger kun ansikt til ansikt, men formidles gjennom Internett til en hel verden av forbrukere på tvers av landegrenser. Denne ”globaliseringen” av WOM blir omtalt som Electronic Word of Mouth (eWOM), og skiller seg fra den tradisjonelle formen for WOM blant annet gjennom dens informasjonsmengde og tilgjengelighet.

På dette grunnlag antar vi at eWOM er av stor betydning for forbrukerens informasjonsinnhenting. For å undersøke dette fenomenet nærmere tar vi utgangspunkt i en kjøpsbeslutning som innebærer en stor grad av følt risiko for forbrukeren, og vi velger derfor å knytte eWOM opp mot kjøp av reise.

1.1 Problemstilling

”Hvilken betydning har eWOM i forbrukerens informasjonsinnhenting før kjøp av reise, og hvorfor?”

1.2 Begrepsdefinisjoner

eWOM

Vareprat mellom forbrukere på Internett.

Forbruker

Alle personer som kjøper og bruker ulike produkter og tjenester.

Informasjonsinnhenting

Den prosessen forbrukeren går gjennom før han skal foreta et kjøp. Det er her forbrukeren innhenter den informasjonen vedkommende finner nødvendig for å kunne være i stand til å ta en kjøpsavgjørelse.

1.3 Formål

Formålet er å forstå hvilken betydning eWOM har for forbrukere i deres informasjonsinnhenting og hvorfor dette mediet har den betydningen det har, i den hensikt å komme med anbefaling til reiseoperatører i sin markedskommunikasjon.

2.0 Oppgavens oppbygging

Vi vil aller først presentere et metodekapittel der vi gjør rede for hvordan vi har gått frem både når det gjelder innsamling av eksisterende teori, og selve datainnsamlingen. Vi vil i dette kapitlet også tydeliggjøre hvordan vi gikk frem når vi analyserte våre funn opp mot den eksisterende teorien.

I teorikapitlet har vi hovedfokus på temaene informasjonsinnhenting og eWOM, da dette er de sentrale temaene i oppgaven vår. Disse temaene inngår imidlertid i fagområdene forbrukeratferd og kommunikasjon.

Vi vil først gjøre rede for forbrukeratferd, nærmere bestemt forbrukerens kjøpsprosess, før vi beskriver kommunikasjonsprosessens forløp. Vi tar videre opp tråden fra forbrukerens kjøpsprosess og drøfter forbrukerens informasjonsinnhenting mer inngående med fokus på medievalg, i kapitlet *Informasjonsinnhenting*. Innenfor dette kapitlet gjør vi først rede for forbrukerens endrede rolle i informasjonsinnhenting, før vi forklarer hvilke faktorer som ligger til grunn for og påvirker forbrukerens medievalg. Deretter tar vi for oss forbrukerens medievaner, før vi drøfter Internett sin betydning som et medium og følgelig en kanal til informasjon for forbrukeren. Dette fører oss over til det andre hovedtemaet vårt, eWOM, der vi gjør rede for eWOMs betydning for forbrukeren i dens informasjonsinnhenting, i tillegg til å forklare hvorfor dette mediet har den betydningen det har.

Til slutt presenterer vi våre funn med analyse og tolkning, etterfulgt av anbefalinger og konklusjon.

Figur: 2.1 Rammeverket for oppgaven



Kapittel 1: Methode

3.1 Introduksjon til metodekapittelet

Metode kommer fra det greske ordet *methodos*, og innebærer ”[...] å følge en bestemt vei mot et mål” (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2011, 32).

Vi vil i det følgende gjøre rede for de valgene vi har tatt i forbindelse med innsamling og analyse av data. Først beskriver vi vårt faglige utgangspunkt og den tilnærmingen vi har valgt, før vi går nærmere inn på forskningsdesign, datainnsamlingsmetode, utvelgelse av informanter samt fremgangsmåten når det gjelder analysen av dataene vi samlet inn.

3.2 Faglig utgangspunkt

Vårt faglige utgangspunkt er markedsføring, da vi har studert dette fagområdet i tre år. Dette perspektivet vil følgelig påvirke den teorien vi har vektlagt, og det vi ønsker å undersøke. Vi vil med våre funn avdekke hvilken betydning eWOM har for forbrukere i deres informasjonsinnhenting, og videre hvorfor eWOM har den betydningen den har. I følge Johannessen m.fl.(2008) er det to perspektiver innen forskning, naturvitenskapelig og samfunnsvitenskapelig. I vårt tilfelle vil det være på sin plass å snakke om et samfunnsvitenskapelig perspektiv, da våre intervjuobjekter er kommuniserende og fortolkende individer.

3.3 Kvalitativ metode

I den samfunnsvitenskapelige metodelæren kan vi skille mellom kvantitativ og kvalitativ metode. Hvilken av disse tilnærmingene man velger er avhengig av undersøkelsens problemstilling og formål. Ved kvantitativ metode er man opptatt av å kartlegge utbredelsen av fenomener, mens ved kvalitativ metode ønsker man å få en dypere innsikt og forståelse i hvordan mennesker tenker (Askheim og Grenness 2008; Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2008).

Ettersom vårt formål er å forstå hvilken betydning eWOM har for forbrukere i sin informasjonsinnhenting, og hvorfor det har denne betydningen, er vi på jakt etter å få frem fylldige og inngående beskrivelser fra våre informanter. På dette grunnlag finner vi det nødvendig å benytte en kvalitativ tilnærming for å kunne besvare vår problemstilling.

3.4 Forskningsdesign

Forskningsdesign omhandler de ulike elementene man må ta stilling til i en analyseprosess. Dette innebærer en beskrivelse av både hva og hvem som skal undersøkes, samt hvordan undersøkelsen vil bli gjennomført (Johannessen, Kristoffersen og Tufte, 2008).

Det finnes flere ulike forskningsstrategier man kan velge mellom, blant annet etnografisk, fenomenologisk, grounded theory og casedesign. Det som er avgjørende for dette valget er undersøkelsens formål (Gripsrud, Olsson og Silkoset 2007; Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2008).

Vi har valgt casedesign ettersom vi anser at dette vil besvare vår problemstilling og vårt formål best mulig. Ved bruk av casedesign får man den inngående beskrivelsen av et avgrenset fenomen som vi er ute etter, i tillegg til en dypere innsikt og forståelse av informantene.

3.5 Datainnsamlingsmetode – det kvalitative intervjuet

Innenfor den kvalitative tilnærmingen er det tre forskjellige metoder å samle inn data på: fokusgruppe, observasjon og dybdeintervju. Ved bruk av fokusgrupper samles flere informanter sammen til en felles dialog om et valgt tema. Det fokuseres på samhandlingen innad i gruppen og følgelig vil fokusgrupper tilføre forskeren en bredde av meninger. Ulempen er imidlertid at det kan være vanskelig å få dybdeinformasjon hos den enkelte informant. Ved observasjon observerer forskeren informantene ved bruk av sine sanser, hvor forskeren både ser, hører og erfarer. Følgelig kan man ved bruk av observasjon få en førstehåndskunnskap med informanten. Et dybdeintervju blir av Kvale og Brinkmann (2009, 23) karakterisert som en samtale med ”en viss struktur og en hensikt”, der kunnskap konstrueres i interaksjonen mellom intervjueren og informanten. Hensikten er å få innsikt og en dyp forståelse i hvordan informanten forstår verden, sett igjennom deres egne øyne. (Kvale og Brinkmann 2009). Videre er det ikke en gruppes mening som kommer frem, men den enkelte informant sin mening.

Ettersom vi har valgt å benytte casedesign ville det optimale vært å benytte alle innsamlingsmetodene i den hensikt å få mest mulig detaljert informasjon. Imidlertid satt tid og kapasitet begrensninger, og vi valgte derfor kun å benytte oss av det kvalitative intervjuet grunnet dets mange fordeler.

Da formålet vårt er å forstå hva den enkelte forbruker gjør i sin informasjonsinnhenting var vi på jakt etter en dybdeforståelse av den enkelte informant, og vi anså følgelig det kvalitative forskningsintervjuet som mest formålstjenlig i denne sammenheng.

3.5.1 Semi- strukturert intervju

Et intervju kan struktureres på flere måter. Det er vanlig å skille mellom strukturert, ustrukturert og semi- strukturert intervju. Førstnevnte innebærer ferdigformulerte spørsmål uten mulighet til å være fleksibel, mens et ustrukturert intervju innehar verken spørsmålsformuleringer eller rekkefølge. Et semi- strukturert intervju derimot, følger en overordnet intervjuguide som inneholder en oversikt over temaer og generelle spørsmål som informantene skal svare på under intervjuet. Intervjueren er ikke tvunget til å følge rekkefølgen slavisk, men kan hoppe frem og tilbake mellom temaene slik det passer seg i løpet av intervjuet (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2008).

Vi valgte å benytte oss av et semi- strukturert intervju, der vi følgelig fikk muligheten til både å standardisere og i tillegg være fleksible. Standardisering gjorde analysearbeidet i etterkant av intervjuene lettere, mens fleksibiliteten førte til at vi kunne se an informantene og deres svar, for deretter å ha muligheten til å supplere med flere spørsmål ved behov. På denne måten fikk vi en mer dybdeforståelse av informantene, og det var også lettere å ”fange opp” nyansene i svarene de gav oss.

3.6 Utvelging av informanter

Ettersom vår undersøkelse er en kvalitativ tilnærming skjer utvelgingen av informanter strategisk. Dette innebærer at utvelgingen ikke skjer tilfeldig, men på bakgrunn av en valgt målgruppe som har utspring i undersøkelsens problemstilling.

Vi skal i det følgende gjøre rede for de valgene vi tok med hensyn til utvalgsstrategi, rekruttering og utvalgsstørrelse. Vi baserte alle valgene etter hva vi anså var mest hensiktsmessig for å kunne besvare vår problemstilling.

3.6.1 Utvalgsstrategi

Utvalgsstrategi er de kriteriene en forsker velger å benytte seg av ved rekrutteringen av informantene. Det finnes en rekke ulike strategier, og valget må tas på bakgrunn av hensiktsmessighet i forhold til problemstilling og formålet med undersøkelsen.

Strategisk valgte vi å sette sammen utvalget ved bruk av *kriteriebasert utvelging*. Denne strategien innebar at vi valgte ut informanter basert på følgende kriterium:

- Informantene må ha benyttet seg av eWOM i sin informasjonsinnhenting før kjøp av reise.

Bakgrunnen for dette kriteriet var at vi ville finne ut av hvilken betydning eWOM har for forbrukere som benytter seg av dette mediet. Informantene måtte følgelig være kvalifiserte, med andre ord inneha forutsetninger for å svare på det vi ønsker å undersøke (Askheim og Grenness 2008). Det er umulig å avdekke betydningen av et fenomen dersom ikke informantene benytter seg av det.

3.6.2 Utvalgsstørrelse

Ved kvalitative metoder så er det vanlig å ha et begrenset antall informanter. Når det gjelder kvalitative intervjuer så er det vanlig med et utvalg bestående av mellom 10-15 informanter. Til tross for dette snakker man om en grenseverdi som går ut på at man rekrutterer informanter helt til det ikke lenger har noe hensikt å hente inn mer informasjon, da man i disse tilfeller ikke vil få noen ny informasjon (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2008).

På dette grunnlag bestemte vi ikke på forhånd hvor mange informanter vi skulle intervjuer, men avgjorde dette etter hvert som undersøkelsen skred frem. Det viste seg at 11 informanter skulle være nok.

3.6.3 Rekruttering

Rekruttering omfatter den taktiske delen av utvelgingen. Forskeren kan benytte seg av ulike fremgangsmåter når han skal rekruttere informanter. Eksempelvis kan forskeren rekruttere gjennom telefonkatalogen, annonser, medlems- eller kunderegistre og ved bruk av snøballmetoden (Johannessen, Kristoffersen og Tufte 2008).

Taktisk valgte vi å rekruttere informantene våre ved bruk av *snøballmetoden*. Denne kombinasjonen innebar at vi først gjennom vårt nettverk fant informanter innenfor målgruppen, for deretter å spørre disse om de kjenner noen som fyller de overnevnte kriteriene. Vi fant denne rekrutteringsmetoden mest hensiktsmessig da vi ansa den som både tids - og kostnadsbesparende ettersom informantene vi først rekrutterte kjente sine nettverk så godt at de visste hvem av sine venner som oppfylte våre kriterier. I tillegg til dette anså vi det som enklere å få aksept fra informantene da de blir spurt via sine venner.

3.7 Analyse

En av hovedforskjellene mellom kvantitativ og kvalitativ metode er at ved kvalitativ metode skjer datainnsamling og analyse ofte hånd i hånd. En intervjuer vil ubevisst analysere de svarene han mottar fra informanten, noe som vil prege de oppfølgingsspørsmålene han stiller og den videre datainnsamlingen. Videre så vil også intervjueren tolke den ikke-verbale kommunikasjonen fra informanten som eksempelvis kroppsspråk og pauser i svarene.

Ved gjennomføring av analysen fulgte vi strukturen til Yin. Denne strukturen består av fem komponenter, og innbefatter 1)problemstilling, 2)teoretiske antagelser, 3)analyseenheter, 4)den logiske sammenhengen mellom data og antagelsene samt 5)kriterium for å tolke funnene. Problemstillingen vår har vi allerede nevnt innledningsvis, mens de teoretiske antagelsene springer ut fra den allerede eksisterende teorien og blir presentert etter teoridelen som grunnlag for vår analyse. Videre har vi én analyseenhet: forbrukere som har benyttet seg av eWOM i sin informasjonsinnhenting før kjøp av reise. "Selve" analysen foregår i den fjerde og femte komponenten: den logiske sammenhengen mellom data og antagelsene, og kriterium for å tolke funnene. Her kan forskeren velge mellom å benytte seg av det Yin omtaler som analyse basert på teoretiske antagelser eller beskrivende casestudium. Sistnevnte benyttes i de tilfeller man ikke har særlig teori på det valgte området. Til slutt tolker man funnene opp mot eksisterende teori.

Til grunn for selve analysen ligger imidlertid transkribering. Dette gjorde vi straks intervjuene var gjennomført. Som tidligere nevnt benytter vi oss av analyse basert på teoretiske antagelser. Yin opererer med tre ulike måter å knytte data til de teoretiske antagelsene; mønstermatching, bruk av forklaringskjeder og tidsserieanalyse. Vi valgte å benytte oss av mønstermatching der vi søkte etter mening og sammenheng for å se om ulike mønstre samsvarte. Dataene ble lest fortolkende på bakgrunn av intervjusituasjonen og svarene vi mottok, noe som innebærer at vi var opptatt av hva som lå bak de ulike utsagnene.

Det første vi gjorde i arbeidet med mønstermatchingen var å kategorisere informantene etter fargekoder for deretter å samle deres sitater under tilhørende antagelser. Videre tok vi for oss én og én antagelse og lette etter mønstre for å se sammenhenger med den informasjonen vi mottok. Deretter gikk vi i dybden på hver enkelt antagelse i den hensikt å tydeliggjøre de mest relevante funnene våre i forhold til problemstillingen og formålet vårt. Da dette

grunnleggende arbeidet var gjort så vi funnene våre opp den eksisterende teorien. Til slutt lagde vi konklusjoner på hver enkelt antagelse for oversiktens skyld.

Vi vil påpeke at vi ved kvalitative forskningsopplegg ikke har muligheten til å generalisere funnene da vi har et begrenset utvalg av informanter (Johannessen, Tufte og Kristoffersen 2004). Dette er heller ikke hensikten, da vi i stedet er ute etter å få en dypere forståelse av hvorfor forbrukeren gjør som han gjør.

Kapittel 2: Teori

4.1 Forbrukeratferd

Forbrukeratferd er de psykologiske og sosiale prosessene som mennesker går igjennom når de kjøper og bruker produkter (Bagozzi, Gürhan-Canli og Priester 2007), og dette fagområdet fokuserer på avgjørelsene som må tas knyttet til denne prosessen. Begrepet *forbrukeratferd* kan defineres som ”The behaviour that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs.” (Schiffman, Kanuk og Hansen 2008, 3). På dette grunnlag vil det å observere andre, forhøre seg med venner og familie, diskutere med selgere for så å beslutte å kjøpe, få egen erfaring med varen/tjenesten og fortelle andre om erfaringen, være aktiviteter som inngår i forbrukeratferd (Thjømøe og Olsen 2011).

Det er på det rene at forbrukeren spiller en sentral rolle i forbrukeratferd. En forbruker anses å være en person som identifiserer et behov eller et ønske (Solomon 2010), for deretter å anskaffe varer og tjenester til eget personlig bruk (Thjømøe og Olsen 2011).

Det er imidlertid viktig å påpeke at beslutningene om kjøp ikke blir tatt i et ”vakuum”, og derfor er det nødvendig å forstå hva som foregår i forbrukerens ”black box”. Denne består av både forklaringer på hvordan vedkommende mottar og behandler informasjon, samt hvordan beslutningsprosessen foregår og påvirkes av ulike forhold (Thjømøe og Olsen 2011).

Informasjonsinnhenting er på bakgrunn av dette et sentralt tema innenfor forbrukeratferd, der viktige spørsmål er hvordan forbrukeren søker og mottar informasjon, hva som bestemmer mengden av den informasjonen som søkes og mottas, og i hvilken grad denne informasjonen brukes (Thjømøe og Olsen 2011). Før vi går nærmere inn på temaene informasjonsinnhenting og eWOM, vil vi kort gjøre rede for kjøpsprosessen og kommunikasjonsprosessen i den hensikt å sette informasjonsinnhenting og eWOM i et perspektiv.

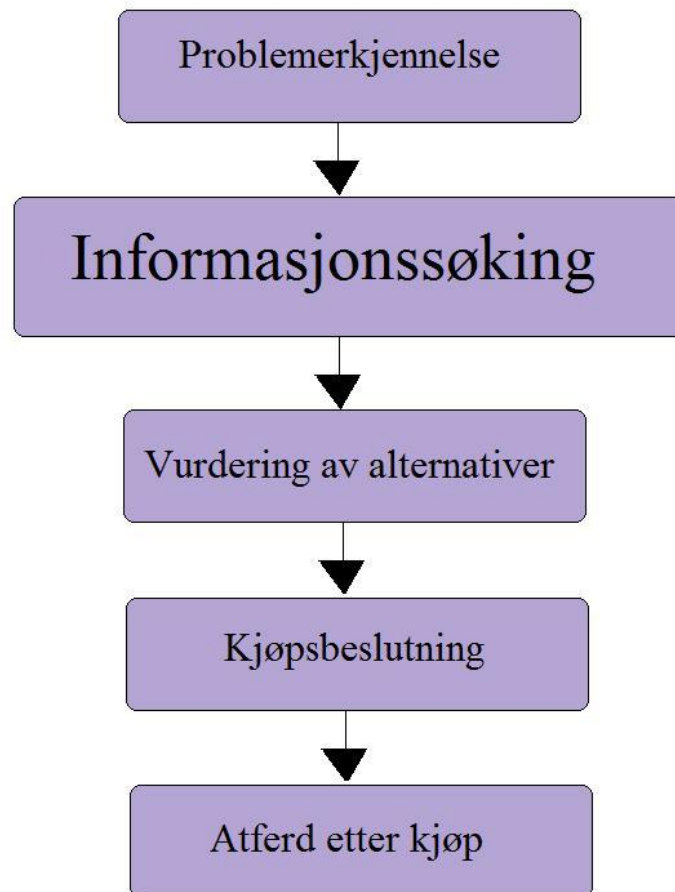
4.1.1 Kjøpsprosessen

Kjøpsprosessen kan defineres som: ”den prosessen som knytter seg til alt det en forbruker foretar seg i forbindelse med kjøp, fra behovet eller lysten på produktet/tjenesten oppstår, til kjøpet er avsluttet og produktet er tatt i bruk, og dessuten eventuelle vurderinger og aktiviteter i etterkant.” (Vikøren)

Flere kjente forfattere innenfor markedsføringsfaget har beskrevet hvordan kjøpsprosessen til en forbruker utarter seg, der kun minimale variasjoner eksisterer (Framnes, Pettersen og Thjømøe 2006; Kotler 2005; Schiffmann, Kanuk og Hansen 2008; Solomon m.fl. 2006). I

fremstillingen av en forbrukers kjøpsprosess har vi valgt å ta utgangspunkt i Kotler (2005) sin femstegsprosess. Vi har imidlertid valgt å legge hovedfokuset på informasjonssøkingsteget da dette er en av hovedtemaene i oppgaven. Vi vil samtidig fremheve viktige poeng fra andre forfattere.

Figur 4.1.1 *Kjøpsprosessen*



Kotler (2005, 165)

4.1.1.1 Problemerkjennelse

I følge Kotler (2005) begynner kjøpsprosessen når forbrukeren erkjenner et behov eller et problem. Framnes, Pettersen og Thjømøe (2011, 164) definerer begrepet *problem* som ”forskjellen mellom virkelig tilstand og ønsket tilstand”, og påpeker videre at dette er en forutsetning for atferd. Dette gapet må likevel være så stort at forbrukeren erkjenner behovet.

Problemerkjennelsen utløses av enten indre eller ytre stimuli. Indre stimuli kan forklares som en økning av menneskets normale behov (Kotler 2005). Et eksempel på indre stimuli er en person som er sliten og merker at vedkommende har behov for en ferie. Derimot vil et behov

basert på ytre stimuli eksempelvis inntreffe i det en person går forbi et utstillingsvindu hos et reisebyrå, der det er bilder fra varmere strøk, for så å få et behov for å reise.

4.1.1.2 Informasjonssøking

Når et problem har blitt erkjent og et behov har oppstått, trenger forbrukeren tilstrekkelig informasjon i den hensikt å løse problemet og dekke behovet (Solomon m.fl. 2006).

Forbrukeren er altså avhengig av informasjon for å finne løsninger (Framnes, Pettersen og Tjømmøe 2011, 2006), og informasjon er viktig i den hensikt å ta det rette valget (Bronner og de Hogg 2010).

Informasjonsinnhenting kan foregå både internt og eksternt (Blackwell, Miniard, Engel 2011). Intern informasjonsinnhenting innebærer at forbrukeren søker etter informasjon i sin egen hukommelse, der denne kunnskapen er et resultat av egne erfaringer (Solomon m.fl. 2006). Jo mer relevant erfaring en forbruker har, desto mindre behov har vedkommende for å benytte seg av ekstern informasjon (Schiffman, Kanuk og Hansen 2008). Eksempelvis vil en person som allerede har vært på det aktuelle reisemålet ha kunnskap om stedet på bakgrunn av vedkommendes erfaringer. Disse erfaringene vil dermed utgjøre dens kilde til informasjon om stedet.

I de tilfeller det interne informasjonssøket er utilstrekkelig, vil forbrukeren benytte seg av eksterne informasjonskilder (Engel, Blackwell og Miniard 1995). Dersom personen ikke har vært på reisemålet før, vil vedkommende mest sannsynlig ta i bruk eksterne informasjonskilder i den hensikt å få den nødvendige informasjonen for å kunne ta et valg.

De eksterne informasjonskildene omfatter blant annet mennesker rundt deg, eksempelvis familier og venner, organisasjoner og ulike offentlige rapporter. Disse eksterne informasjonskildene vil bli gjort rede for under avsnittet *Informasjonsinnhenting*, og vil bli sett i sammenheng med forbrukeres medievalg, da eksterne informasjonskilder og medier er nært knyttet til hverandre.

4.1.1.3 Vurdering av alternativer

Stegene ”informasjonssøk” og ”vurdering av alternativer” er nært knyttet til hverandre.

I dette steget evaluerer forbrukeren de ulike alternativene vedkommende står ovenfor. I denne vurderingen benytter forbrukeren seg av ulike evalueringskriterier for å finne det beste alternativet. Begrepet *evalueringskriterier* forklarer betydningen av enkeltfaktorer (Framnes, Pettersen og Thjømmøe 2006). Dette steget forekommer når forbrukeren ser på egenskapene til

de forskjellige reisemålene som blir vurdert i den hensikt å se hvilket reisemål som best kan tilfredsstillende vedkommendes behov. Evalueringskriterier ved valg av reisemål kan eksempelvis være pris, beliggenhet, attraksjoner og kultur.

4.1.1.4 Kjøpsbeslutning

I den fjerde fasen av beslutningsprosessen står forbrukeren i en valgsituasjon. Her skal det som regel tas beslutning om tidspunkt og sted for innkjøp, i tillegg til beløpet forbrukeren er villig til å betale (Framnes, Pettersen og Thjømmøe 2006). I de tilfeller forbrukeren går til innkjøp av kostbare produkter/tjenester vil vedkommende ofte oppleve en stor grad av ”følt risiko” (Framnes, Pettersen og Thjømmøe 2006,177). Som vi kommer tilbake til under avsnittet *Informasjonsinnhenting* er informasjonsinnhenting en risikoreducerende strategi som skal hjelpe forbrukeren til å føle seg mer trygg på kjøpsbeslutningen. Vi vil anta her at forbrukeren opplever en risiko forbundet med kjøp av reise.

4.1.1.5 Atferd etter kjøp

Kjøpsprosessen er ikke over selv om kjøpet er gjennomført. Forbrukeren foretar i dette steget en vurdering over hvorvidt kjøpet har imøtekommet vedkommendes behov. Denne vurderingen er med andre ord avhengig av hvordan forbrukeren opplevde vare eller tjenesteanskaffelsen, under og etter bruk (Framnes, Pettersen og Thjømmøe 2006). Videre må denne vurderingen ses i lys av forbrukerens forventninger forut for kjøpet. Dersom en selger, eksempelvis gjennom sin markedskommunikasjon, har skapt urealistiske forventninger hos forbrukeren når det gjelder varen/tjenesten, er det stor sannsynlighet for at forbrukeren vil føle at han har gjort et uheldig kjøp. Det er derfor av avgjørende betydning av *den forventede kvaliteten* samsvarer med *den opplevde kvaliteten* (Grönroos 1997).

I forbindelse med kjøp av reise vil forbrukeren vurdere kjøpet både under oppholdet samt etter at vedkommende har kommet hjem.

Informasjon er, som påpekt ovenfor, en kritisk faktor for å kunne ta en kjøpsavgjørelse. Imidlertid er forbrukerens informasjonsinnhenting avhengig av at det skjer en overføring av informasjon, altså en kommunikasjonsprosess. Vi vil derfor gjøre rede for hvordan en kommunikasjonsprosess forløper seg, før vi går inn på temaet informasjonsinnhenting.

4.2 Kommunikasjon

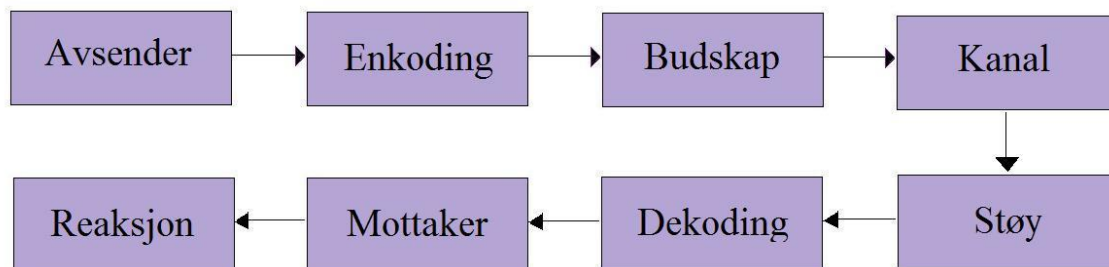
Begrepet kommunikasjon stammer fra det latinske ordet ”communicare” og betyr blant annet å *meddele*, og å *gjøre felles* (Kaufman og Kaufman 2009). Helgesen (2004) påpeker at ’utveksling av meddelelser’ tradisjonelt har stått sentralt i anvendelsen av kommunikasjonsbegrepet.

Kommunikasjon blir definert som ”prosessen der en person, gruppe eller organisasjon (sender) overfører en type informasjon (budskap) til en annen person, gruppe eller organisasjon (mottaker), og der mottaker(ne) får en viss forståelse av budskapet” (Kaufmann og Kaufmann 2009, 290)

4.2.1 Kommunikasjonsprosessens forløp

For å illustrere hvordan kommunikasjonen forløper seg mellom avsender og mottaker, har vi valgt å ta utgangspunkt i en kommunikasjonsprosess som er fremstilt av Helgesen (2004). Denne modellen har tradisjonelt vært dominerende, og er en avsenderinitiert kommunikasjonsprosess. Dette innebærer at initiativet til kommunikasjonen ligger hos avsenderen.

Figur 4.2.1. *Kommunikasjonsprosessens*



Helgesens (2004, 58)

4.2.1.1 Avsender

Som vi vil komme tilbake til under avsnittet *Informasjonsinnhenting* kan en avsender av et budskap være et familiemedlem, en god venn eller en bedrift. Et budskap har alltid en avsender (Thjømøe og Olsen 2011), men betydningen og viktigheten som tillegges budskapet er avhengig av hvem avsenderen er. Det er avgjørende at avsenderen oppfattes som troverdig for at de tilsiktede effektene skal kunne oppnås (Helgesen 2004).

Det er flere faktorer som påvirker troverdigheten til kilden (Thjømøe og Olsen 2011, 2001).

Avsenderen må for det første bli oppfattet som en ekspert eller sakskyndig (Helgesen 2004). Videre er avsenderens intensjon med budskapet viktig for dens troverdighet (Thjømøe og Olsen 2001). Dersom mottakeren oppfatter at avsenderen ønsker å selge noe, i stedet for å være oppriktig interessert i mottakerens problemer, vil dette kunne føre til at avsenderen ikke blir trodd (Helgesen 2004).

4.2.1.2 Enkoding

Enkoding er de tegn, symboler og ord avsenderen velger for å fremheve det budskapet som skal formidles (Helgesen 2004). Det er viktig at avsenderen benytter seg av de elementene som er passende i forhold til det budskapet representerer.

4.2.1.3 Budskap

Budskap innebærer det avsender prøver å fortelle og den formuleringen han benytter seg av (Helgesen 2004). Det grunnleggende formålet med et budskap er å overbringe informasjon (Samuelsen, Peretz og Olsen 2010), og avsenderen er, som vi har påpekt ovenfor, av avgjørende betydning i dette henseende. Videre må budskapet formidles gjennom en kanal som er tilsiktet den målgruppen budskapet er ment for.

4.2.1.4 Kanal

Medier er forbindelseskanalen mellom avsender og mottaker. Eksempel på medier kan være aviser, TV og Internett. For enhver avsender er det nødvendig å ha innsikt i hvilke medier målgruppen benytter seg av (Helgesen 2004). Forbrukeres medievalg påvirkes imidlertid blant annet av vedkommendes persepsjon, motivasjon, holdninger og læring i forbindelse med bruk av medier. Dette kommer vi tilbake til under avsnittet *Informasjonsinnhenting*.

4.2.1.5 Støy

Mediestøy er en form for forurensning som oppstår i flom av andre budskap, eksempelvis reklame, og kan forstyrre eller blokkere effekten av budskapet. På samme måte vil avsenderens budskap forstyrre mottak av alle andre budskap forbrukeren er eksponert for. Man kan på dette grunnlag si at mediestøy reduserer effekten av all kommunikasjon (Helgesen 2004). Eksempelvis kan motstridende informasjon fra eWOM utgjøre mediestøy i forhold til budskap fra annonser.

4.2.1.6 Dekoding

Dekoding er hvordan mottakeren fortolker budskapet. En forutsetning for effektivitet i kommunikasjonen er at mottakeren oppfatter budskapet slik avsenderen vil at det skal bli oppfattet (Helgesen 2004). Om mottakeren i det hele tatt oppfatter budskapet er imidlertid avhengig av vedkommendes persepsjon. Persepsjon vil bli drøftet mer inngående under avsnittet *Informasjonsinnhenting* da vi anser at persepsjon er styrende for valg av medier.

4.2.1.7 Mottaker

Mottakeren spiller en viktig rolle i kommunikasjonsprosessen ettersom formålet med kommunikasjonen er å påvirke vedkommende med budskapet. En forutsetning for at budskapet skal nå frem til mottakeren er at vedkommende er tilgjengelig, interessert, villig til å høre og forstå det avsenderen meddeler (Helgesen 2004).

4.2.1.8 Reaksjon

Effektene av kommunikasjonen er avhengig av at budskapet har blitt sett eller hørt, og forstått. Det kan oppstå indre reaksjoner eller ytre reaksjoner hos mottakeren. Indre reaksjon innebærer at mottakeren eksempelvis utvikler sympati og positive holdninger for det budskapet omhandler. Ytre reaksjoner derimot innebærer at mottakeren *gjør noe*, eksempelvis foretar et kjøp (Helgesen 2004).

En form for kommunikasjon, som har til hensikt å overtale forbrukeren til å kjøpe, eller kjøpe mer av bedriftens tilbud, er markeds kommunikasjon.

4.2.2 Markedskommunikasjon

Markedskommunikasjon er et virkemiddel fra bedriftens side, der målet er å øke salg av varer og tjenester i den hensikt å bedre lønnsomheten (Helgesen 2004). Markedskommunikasjon blir definert på følgende måte:

”[...] tiltak som iverksettes av en identifiserbar avsender, som regel en bedrift, for å informere og påvirke en gruppe av mottakere i den hensikt å øke bedriftens avsetning av varer og tjenester, på kort og lang sikt, og på lønnsom basis.”(Helgesen 2004,13).

4.2.2.3 Ulike former for markeds kommunikasjon

Det finnes flere ulike former for markeds kommunikasjon, og tradisjonelt deles markeds kommunikasjon inn i 6 hovedformer: reklame, personlig salg, sales promotions,

public relations, sponning og trade promotions (Helgesen 2004). Dette omtales som markedskommunikasjonsmiksen.

Vi utelukker imidlertid trade promotions i vår fremstilling ettersom dette er en form for markedskommunikasjon fra en bedrift til en annen, og involverer følgelig ikke forbrukeren.

4.2.2.3.1 Reklame

Blindheim(2004) definerer reklame slik: ”Reklame er enhver form for kommunikasjon via et massemedium, som er betalt av en identifiserbar avsender og foretatt i den hensikt å fremme salg av bedriftens varer og tjenester”(Blindheim 2004,77). Det betalte budskapet har tradisjonelt blitt fremsatt gjennom mediene aviser, ulike typer blader, tv, radio, direkteklame og Internett, og er den mest synlige formen for markedskommunikasjon (Helgesen 2004). Eksempelvis kan reklame om ulike reisemål bli fremsatt i annonser og kataloger, gjennom TV- reklamer, og via reiseoperatørens hjemmesider.

4.2.2.3.2 Personlig salg

Personlig salg er en viktig del av markedskommunikasjonsmiksen (Pelsmacker, Geuens og Van den Bergh 2010), og er en salgsvirksomhet basert på personlig kommunikasjon der partene, avsender og mottaker, står ansikt - til ansikt med hverandre (Helgesen 2004). Eksempelvis kan en forbruker henvende seg personlig til en selger som jobber i et reisebyrå, der vedkommende både kan få informasjon om reisemål og bestille en reise.

4.2.2.3.3 Sales Promotions

Sales promotions er et annet element i markedskommunikasjonsmiksen, og innebærer salgsfremmende tiltak i forretningene, rettet mot forbruker. Dette kan for eksempel være eksponeringer, demonstrasjoner og tilbudsaktiviteter (Helgesen 2004). Plakater og tilbud angående ulike reisemål i reisebyråenes forretninger er eksempler på dette.

4.2.2.3.4 Public Relations

Public Relations betyr, direkte oversatt, ”forhold til omverden”. I dag bruker man ofte betegnelsen ”informasjon og samfunnskontakt” (Framnes, Pettersen og Thjømmøe 2006). Denne virksomheten gjelder forholdet mellom bedriften, markedet og samfunnet, der de ulike utspillene bidrar til å skape en profilering av bedriften. Hensikten er å skape et så positivt inntrykk av bedrift som mulig, både innad og utad. (Helgesen 2004).

4.2.2.3.5 Sponsing

Sponsing er et medium som øker i popularitet. Sponsing kan være så mangt, fra å bevilge penger til en enkel hendelse til å utvikle mer spesifikke mål, og sette krav om målbare resultater (Helgesen 2004).

4.2.3 En mottakerinitiert kommunikasjonsprosess

Det er på det rene at kommunikasjonsprosessen, fremstilt ovenfor, er av generell art, og den gir kanskje ikke et reelt bilde på hvordan kommunikasjonen mellom avsender og mottaker foregår i praksis. Det er i dag mer vanlig å snakke om en *mottakerinitiert* kommunikasjonsprosess, der det er mottakeren selv som tar initiativet til kommunikasjon en. Dette henger sammen med hvordan forbrukerens rolle i informasjonsinnhenting har endret seg, noe vi kommer tilbake til nedenfor.

4.3 Informasjonsinnhenting

”Forbrukerne blir mer kritisk og får mer kunnskaper.”

- Framnes, Pettersen og Tjømmøe (2011, 194)

Når en forbruker skal velge et reisemål vil det alltid foreligge en risiko for at vedkommende skal foreta et galt valg, da utfallet av avgjørelsen bare kan bli kjent i fremtiden (Taylor 1974). En forbruker som har bestemt seg for å dra et sted han aldri har vært før, vil kun bli kjent med utfallet av denne avgjørelsen når han fysisk er på stedet.

Som tidligere nevnt under avsnittet *Kjøpsprosessen* vil forbrukeren innhente mye informasjon før en beslutning tas i den hensikt å redusere risikoen for å ta et galt valg. Det informasjonssøket forbrukeren foretar seg kan defineres som ”the motivated activation of knowledge stored in memory, or acquisition of information from the environment, concerning potential need satisfiers.” (Blackwell, Miniard og Engel (2001, 106). Forbrukerens rolle i informasjoninnhenting har i de senere årene endret seg betraktelig, noe som henger sammen med medienes utvikling.

4.3.1 Den aktive forbruker

I artikkelen ”Co-creating Unique value with customers” av C.K og V (2004) påpekes et viktig aspekt ved dagens forbrukere: de har over tid utviklet seg fra å være uvitende og passive til å bli mer informerte og aktive. Til grunn for denne utviklingen ligger blant annet i deres unike tilgang til informasjon og ulike former for nettverksdannelser. Den enorme tilgangen på informasjon gjennom ulike medier gjør forbrukeren i stand til å ta bedre avgjørelser. Særlig har framveksten av Internett spilt en viktig rolle i denne sammenheng.

Vi vil i den videre fremstillingen kort gjøre rede for persepsjon, motivasjon, holdninger og læring med bruk av medier, da vi anser at disse faktorene er avgjørende for de mediene forbrukeren velger å benytte i sin informasjoninnhenting.

Deretter vil vi kort gjøre rede for de ulike mediene en forbruker kan benytte seg av, der vi fremhever at Internett i dag er et mye brukt medium og en av de viktigste kildene til informasjon.

4.3.2 Persepsjon

Mennesker handler ikke på bakgrunn av den objektive virkeligheten, men på bakgrunn av deres persepsjon av den. Persepsjon blir definert som “the process by which an individual selects, organizes and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world.” (Schiffman, Kanuk og Hansen 2008, 168). Persepsjon er med andre ord hvordan mennesker oppfatter verden rundt seg. Denne oppfattelsen påvirker blant annet forbrukernes handlinger og beslutninger (Schiffman, Kanuk og Hansen 2008).

4.3.2.1 Selektiv persepsjon

Mennesker blir overeksponert av ulike stimuli hvert eneste minutt, gjennom hele dagen. For at vi ikke skal bli forvirret og desorientert av all informasjon og stimuli som vi blir utsatt for, blokkeres mesteparten av disse stimuli ubevisst (Schiffmann, Kanuk og Hansen 2008). Denne mekanismen kalles for *selektiv persepsjon* og fører til at mennesker klarer å sile ut en meget stor del av de budskap som man eksponeres for, både bevisst og ubevisst. Det stoffet som er av størst interesse blir prioritert høyest (Helgesen 2004).

Denne begrensede bearbeidelseskapasiteten får konsekvenser for hvilke kilder og medier forbrukerne velger å benytte seg av i informasjonsinnhenting.

Eksempelvis viser det seg at tendensen til å selektere og forenkle blant annet fører til at forbrukeren hører på anbefalinger fra andre mennesker i sin informasjonsinnhenting (Thjømmøe og Olsen 2011). Denne selekteringen omtales også som *selektiv oppmerksomhet*, og innebærer at forbrukere har en større bevissthet omkring stimuli som møter deres behov eller interesse (Schiffman, Kanuk og Hansen 2008).

4.3.3 Mottakerens motivasjon

I tillegg til persepsjon antas motivering å være basis for all menneskelig atferd, inkludert informasjonsinnhenting (Thjømmøe og Olsen 2011). En forbruker kan erkjenne et behov for å skaffe seg mer informasjon i forbindelse med valg av reisemål, men avgjørende for valg av medium er forbrukerens motivasjon til å benytte seg av det. For at forbrukeren skal benytte seg av Internett og herunder eWOM, er det med andre ord avgjørende at vedkommende er motivert til å benytte nettopp dette mediet.

4.3.4 Mottakerens holdning til mediet

For at et medium skal bli tatt i bruk er det i tillegg avgjørende at forbrukeren har tilegnet seg en positiv holdning til mediet. En holdning blir beskrevet som en lært tilbøyelighet der vi i prinsippet kan reagere på et objekt på tre ulike måter. Et objekt kan være hva som helst, og vi kan reagere enten positivt, negativt eller nøytralt (Sander 2004). Holdninger kan ikke observeres, men er avledet av den adferden vi kan registrere (Helgesen 2004). Eksempelvis vil de holdningene en forbruker har til ulike medier være avgjørende for valg av medium. Har vedkommende en mer positiv holdning til kataloger fra reiseselskaper enn til Internett, vil kataloger mest sannsynlig bli valgt fremfor Internett når forbrukeren skal innhente informasjon før kjøp av reise.

4.3.5 Læring med bruk av medier

Læring er en prosess som innvirker på hvilke kunnskaper forbrukeren tilegner seg, og er basis for nesten all menneskelig atferd (Thjømøe og Olsen 2011). Begrepet kan defineres som ”tilegnelse av kunnskaper og ferdigheter som er relativt permanente, og som har sitt utgangspunkt i erfaring.” (Kaufmann og Kaufmann 2009, 186). Læringen vil videre øke både gjennom repetisjon, og i de tilfeller kunnskapen er i overensstemmelse med hva forbrukeren allerede vet (Thjømøe og Olsen 2011).

Det finnes ulike former for læring men vi finner det nødvendig å kort gjøre rede for *instrumentell betinging* da dette innebærer læring ved erfaring. Ut i fra denne teorien lærer forbrukeren seg visse handle- og forbruksmønstre som er bygget på den erfaringen forbrukeren har opparbeidet seg (Helgesen 2004).

I forbindelse med forbrukerens medievalg står læring sentralt, da vi anser at erfaring med bruk av medier vil avgjøre hvor betydningsfullt de ulike mediene er for vedkommende. Ut i fra den nevnte definisjonen vil altså erfarne Internettbrukere ha større innsikt i bruken av Internett, og denne innsikten vil være varig. Videre vil vi, på bakgrunn av denne teorien om læring, anta at brukere med mer erfaring har større innsikt i hvordan man kan bruke mediet til sin egen fordel.

4.3.6 Medier

Allerede fra tidlig barndom av lærer vi å kjenne de ulike mediene. De er en del av vår hverdag, og er med på å definere virkeligheten rundt forbrukeren, og følgelig bli en del av hvordan forbrukeren definerer seg selv. Det som særlig kjennetegner dagens mediebruk er forbrukeres trang til sosialt liv (Gripsrud 2011), noe som gjenspeiler seg i medienes utvikling.

Forbrukernes valg av medier påvirker deres informasjonsinnhenting da de fleste eksterne informasjonskildene blir formidlet gjennom disse. I dette henseende finner vi det derfor nødvendig å gjøre rede for de eksterne informasjonskildene en forbruker kan benytte seg av i sin informasjonsinnhenting, før vi tar for oss forbrukeres medievaner.

4.3.6.1. Ekstern informasjonsinnhenting

De eksterne kildene kan deles inn i personlige kilder, kommersielle kilder og offentlige kilder. Imidlertid formidles ikke de personlige kildene gjennom medier, men vi finner det hensiktsmessig å ta det med i vår drøfting da det er de personlige kildene som kommuniserer WOM.

Personlige kilder innbefatter familie, venner, naboer og bekjente (Kotler 2005), der familie og venner anses å være spesielt viktige for individets oppfatninger og atferd (Helgesen 2004). De personlige kildene kan ses på som *forbrukergenererte* kilder hvor avsenderne er forbrukere som har erfaring med det kjøpet gjelder (Dahlen, Lange og Smith 2010).

Kommersielle kilder er det vi tidligere har omtalt som markedskommunikasjon, og består blant annet av reklame og salgspersonell. De kommersielle kildene blir av Dahlen, Lange og Smith (2010) sett på som *selgergenererte* kilder, der denne benevnelsen fremhever det faktum at selgeren har kontroll over de budskap som springer ut fra disse kildene.

Massemedia er et eksempel på offentlige kilder (Kotler 2005), og kan påvirke informasjonsinnhenting til forbrukeren ved at den formidler informasjon om eksempelvis hendelser, men også erfaringer med ulike reisemål.

Framnes, Pettersen og Thjømøe (2006) har også foretatt en inndeling av de ulike eksterne informasjonskildene, og vi finner det hensiktsmessig å fremheve den kategorien forfatterne har omtalt som nøytrale kilder. Denne kategorien omfatter produktet selv, undersøkelsesresultater og testrapporter fra uavhengige institusjoner. Relatert til reiser anser vi faktabøker og ulike typer reiseguides for å være nøytrale kilder, da de kun har til hensikt å

gi den reisende mer informasjon om stedet. Eksempel på slike bøker er reiseguidene fra Berlitz og Lonely Planet.

Det har vist seg at forbrukere stoler mer på den informasjonen som kommer fra de personlige kildene enn fra kommersielle kilder. Dette begrunnes med at de personlige kildene anses for ikke å ha noe å vinne på mottakerens etterfølgende atferd (Schiffman, Kanuk og Hansen 2008). Videre påpeker Kotler (2003) at det er de personlige kildene som har størst innflytelse, og er følgelig de mest effektive når forbrukeren fatter en kjøpsbeslutning. Ut i fra dette kan det derfor tyde på at anbefalinger fra eksempelvis venner og familie tillegges større betydning enn uttalelser fra en produsent i form av TV- reklamer og annonser.

Troverdigheten til en kilde har blitt drøftet under avsnittet *Kommunikasjon*, og vi diskuterer troverdighet i forhold til både WOM og eWOM under avsnittet *Electronic Word of Mouth*.

4.3.6.1.1 Forbrukerens medievaner

De fleste forbrukere i dag er brukere av medier som Internett, TV, aviser og radio.

Gjennomsnittlig benytter vi oss av disse mediene ca 8 timer hver eneste dag (Gudbrandsen 2011), og i løpet av de siste ti årene har bruken økt med 2 timer (NRK 2010).

Det er imidlertid helt klart at medievanene stadig endrer seg blant forbrukerne. I dag er eksempelvis Internett i ferd med å ta over en stor del av oppmerksomheten fra TV og aviser. I 2010 stabiliserte TV- bruken seg etter flere år med økning, og bruken av TV hadde faktisk en nedgang for første gang i 2010 på 0,6 % (NRK 2010).

Videre har Internett også passert radio når det kommer til oppslutning (NRK 2010). Det er også helt klart at bruken av aviser har sunket betraktelig. Forbrukere kjøper aviser i mye mindre grad enn før, og denne nedgangen skyldes blant annet et økende fjernsynstilbud og tilgang til nettaviser på Internett (SSB 2010).

4.3.6.1.2 Internett

Internett har siden sin begynnelse blitt en stadig økende kilde i forbrukerens informasjonsinnhenting (Thjømmøe og Olsen 2001; 2011).

I dag har over 90 % av norske husstander tilgang på Internett (TNS Gallup 2011), og bruken øker stadig. Fra 2009 til 2010 hadde prosentandelen når det gjelder forbrukere mellom 9-79 år som bruker Internett, økt fra 73 % til 77 %. Antall minutter brukt på Internett økte med 16,4 % fra 2009 til 2010 (SSB 2011). Den viktigste årsaken til en stadig økende bruk av Internett er mediets evne til å være tilgjengelig og tidsbesparende. Man får raskere tilgang på

informasjon (Qualman 2009), det eksisterer ingen åpningstid; man kan benytte seg av Internett når som helst, og nå også hvor som helst. Videre innebærer ikke bruken av Internett noen ventetid for forbrukeren (Steenstrup), og i tillegg har Internett evnen til å gi mer informasjon sammenlignet med andre medier (Tjømmøe og Olsen 2001).

Imidlertid er ulempen med dette mediet at det er en svært lav terskel for hvem som kan opprette nettsider. Det forekommer derfor lav kontroll på innholdet på de ulike nettsidene (Furu 2006). Til tross for dette vil vi, på bakgrunn av teorien om læring og selektiv persepsjon, påpeke at de som har erfaring med bruken av Internett vet å skille den relevante informasjonen fra den urelevante. Dette vises også ved det faktum at 3 av 10 personer oppgir at de føler seg mest bekvemme med Internett som kilde ved informasjonsinnhenting forbundet med kjøp av et produkt eller tjeneste.

Når det gjelder bruk av medier i forbindelse med informasjonsinnhenting forut for valg av reisemål er Internett hyppig brukt. I andre kvartal 2010 økte andelen forbrukere som søkte opp informasjon om reisemål, fra 52 % til 68 % (SSB 2010). For å illustrere omfanget av eWOM tilknyttet anbefaling av reisemål vil et søk på ordet "reise" få over 165 millioner treff på Google (Google 2011).

4.3.6.1.2.1 Sosiale medier

Sosiale medier har i dag blitt en stor del av Internett, og er et forbrukerstyrt elektronisk verktøy som blant annet benyttes som et oppslagsverk ved informasjonsinnhenting (Jue, Marr og Kassotakis 2010). Sosiale medier legger til rette for interaksjon mellom forbrukere, der forbrukeren både kan innhente, samt dele informasjon og kunnskap på en rimelig og effektiv måte (Jue, Marr og Kassotakis 2010; Safko og Brake 2010; TNS Gallup 2011). Sosiale medier bidrar til at mennesker på en lettere måte kan kommunisere med hverandre, og dette på tvers av landegrenser (Jue, Marr og Kassotakis 2010). Eksempler på sosiale medier er ulike netttforumer, blogger og wiki'er (Cramer 2011), der eWOM utgjør en sentral rolle. Et forum er en nettside der forbrukere kan legge inn positive og negative kommentarer. Videre er en blogg eksempelvis en personlig nettside opprettet av forbrukeren selv der denne poster innlegg etter eget ønske. En wiki er en portal med informasjon som fremstår som objektiv, men er skrevet av "vanlige" forbrukere. I alle disse tilfellene kan andre forbrukere som regel kommentere innleggene, som videre er tilgjengelig for alle nettbrukere.

I dag eksisterer det et mangfold av ulike Web- sider som bygger opp muligheten for en slik forbrukeraktivisme (C.K og V. 2004).

4.4 Electronic Word of Mouth (eWOM)

Med fremveksten av Internett og de sosiale mediene har eWOM i dag blitt en sentral del av forbrukerens hverdag. Imidlertid er ikke Word of Mouth- fenomenet noe nytt da forbrukeren i alle år har mottatt anbefalinger fra mennesker rundt seg som videre har hatt en stor påvirkning i vedkommendes valgsituasjoner. Det som derimot kjennertegner WOM i dag er at den også foregår på Internett. Dette har ført til en drastisk endring i hvordan forbrukere innhenter informasjon.

4.1.1 Word of Mouth (WOM)

WOM, både hva det går ut på, hvordan og hvorfor det oppstår, og konsekvensene av det, har lenge vært forsket på. Fenomenet antas å være den eldste mekanismen for å utvikle og spre meninger om produkter, merker og tjenester (Arndt 1967a; Lau og Ng 2001).

Johan Arndt, som omtales som ”den fremste norske markedsforskeren i historien” (Nærland 2008) var en av de første som foretok empiriske undersøkelser av Word of Mouth, og definerer fenomenet som:

”oral, person- to- person communication between a receiver and a communicator whom the receiver perceives as non- commercial, concerning a brand, a product, or a service” (Arndt 1967b, 3)

WOM er altså en form for informativ samtale mellom mennesker, der det foregår en meningsutveksling vedrørende eksempelvis tjenester. Videre oppfattes ikke avsenderen å ha økonomisk interesse av anbefalingen (Andreassen og Streukens, 2008). På dette grunnlag blir WOM ofte omtalt som blant annet *en personlig anbefaling, uformell kommunikasjon og personlig innflytelse* (Arndt1967b).

WOM anses for å ha en stor innflytelse på hva mennesker vet, føler og gjør, og det har vist seg at WOM påvirker en rekke forhold, eksempelvis oppmerksomhet, forventninger, oppfatninger, holdninger, handlingsintensjoner og faktisk atferd (Buttle 1998).

Dahlen, Lange og Smith (2010) påpeker at når forbrukere søker etter informasjon kan deres motivasjon til å lytte være sterk, uavhengig av om WOM er positiv eller negativ. Til tross for dette antar vi at Cialdinis (2011) påvirkningsprinsipp *likhet* vil forsterke effekten av WOM. Prinsippet om likhet omhandler blant annet det faktum at forbrukere blir mest påvirket av

andre forbrukere som de oppfatter er lik seg selv. Denne likheten kan blant annet utspille seg i vedkommendes interesser, alder og sosial status. Som vi gjorde rede for under avsnittet *Persepsjon* blir dette likhetsprinsippet også støttet av Schiffman, Kanuk og Hansen (2008) ettersom de påpeker at forbrukere har en større bevissthet omkring stimuli som møter deres behov eller interesse.

Arndt (1967a) konstaterte at WOM blir ansett å være en av de viktigste kildene til informasjon for forbrukeren, og at denne uformelle samtalen er spesielt viktig i situasjoner med mye usikkerhet og der det er mye som står på spill for vedkommende. WOM blir ansett å være en kraftfull informasjonskilde hvis tjenesten er fremmed for forbrukeren (Solomon 2010). Det ble videre avdekket at fordelaktig WOM øker sannsynligheten for kjøp, mens ufordelaktig WOM reduserer sannsynligheten for kjøp (Arndt 1967b).

Har ikke forbrukeren vært på reisemålet før, vil altså anbefalinger fra andre forbrukere (venner, familie, bekjente) være et viktig medium til kilde.

4.4.1.1 Fordeler WOM gir forbrukeren

To av forutsetningene for at et budskap skal bli oppfattet er, som vi har nevnt ovenfor under avsnittet *Kommunikasjonsprosessen*, at mottaker er interessert og villig til å motta budskapet. Vi skal i det følgende derfor kort presisere hvorfor forbrukere benytter seg av WOM i sin informasjonsinnhenting.

4.4.1.1.1 WOM er risikoreducerende

WOM oppleves som risikoreducerende da den utgjør en kilde til informasjon som vil gjøre forbrukeren mer sikker på sitt kjøp (Andreassen og Streukens 2008; Arndt 1967a; Fisk 1969; Murray 1991). Dette henger sammen med at man ikke har mulighet til å få erfaring med alle produkter eller tjenester som tilbys på markedet, og følgelig søker man etter anbefalinger fra andre som har denne erfaringen. Eksempelvis kan en forbruker oppleve å bli mer sikker på at et reisemål passer for han dersom vedkommende snakker med andre som har vært der og bekrefter de antagelsene forbrukeren hadde.

Positiv WOM (PWOM) virker risikoreducerende for forbrukeren før kjøp, og har følgelig en stor betydning når det kommer til forbrukerens kjøpsintensjon, og videre anbefalinger til andre (Keller 2007). Ved bruk av PWOM kan forbrukeren unngå følelsen av å utføre et uheldig kjøp (Andreassen og Streukens 2008).

4.4.1.2 Viktigheten av NWOM

Negativ WOM (NWOM) er negative ladede kommentarer fra andre forbrukere som har hatt en dårlig erfaring med enten et produkt eller en tjeneste (Samson 2006). NWOM påvirker både holdningen forbrukeren har til bedriften og vedkommendes videre kjøpsatferd (Andreassen og Streukens 2008); det er stor sannsynlighet for at en kjøpsbeslutning utsettes i de tilfeller man kommer over NWOM (Holmes og Lett 1977).

Det er en felles oppfatning blant flere ledende forskere at NWOM tillegges mer vekt enn PWOM i informasjonsinnhentingen (Doh og Hwang 2009), der en av årsakene er at NWOM anses for å være mer informativ enn PWOM (Herr, Kardes og Kim 1991).

Det er videre en kjensgjerning at mennesker tenderer til å huske negativitet i større grad enn positivitet når det kommer til eksempelvis hendelser og uttalelser.

Det skal likevel påpekes at noen få NWOM kan skape en positiv holdning til mediet, og økt tillit til produktet og tjenesten den omhandler (Saleh og Ayat 2010; Doh, S., Hwang 2009).

4.4.1.3 Gjensidig tillit

WOM er altså en av de mest verdifulle kilder til informasjon om merker, produkter og tjenester (Cakim 2010). Dette kan også ses i sammenheng med forbrukernes oppfattelse av WOMs pålitelighet som vi tidligere har antydnet under avsnittet *Eksterne informasjonskilder*. Keller(2007) påpeker at kraften til WOM ligger i den gjensidige tilliten som eksisterer mellom de fleste samtalepartnere. Dette gjelder spesielt for ansikt - til- ansikt dialoger mellom familie, venner, kolleger og andre bekjente som man stoler på. WOM anses for å gi troverdig informasjon (Arndt 1967), og karakteriseres som noe som er ”extraordinary believable”(Keller 2007,451) sett fra mottakerens side (Keller 2007). Dette kan henge sammen med, som vi tidligere har nevnt, at forbrukere stoler mer på budskap fra andre forbrukere enn budskap fra annonsører (Blackshaw 2006; Tollefsrød 2009). En grunn til dette kan være at andre forbrukeres anbefalinger blir sett på som mindre partisk enn anbefalinger som kommer selgergenererte kilder (Macinnis 2010).

4.4.2 eWOM

Viktigheten av WOM er i dag større enn noensinne (Keller 2007). For første gang i historien kan enhver med en datamaskin og internettilgang gjøre deres personlige tanker, reaksjoner og

meninger lett tilgjengelig for det globale samfunnet av internettbrukere. Internett antas derfor å ha blitt en ny kilde for WOM (Thjømmøe og Olsen 2011). Forbrukere både gir og søker etter informasjon på Internett på samme måte som man gjør utenfor Internett (Goldsmith og Horowitz 2006), men ved bruk av Internett kommer man i kontakt med flere mennesker fortere og mer effektivt (Andreassen og Streukens 2008). Forbrukerne har nå tilgang og mulighet til å si sin mening i offentlige diskusjonsforumer og forbrukerkonstruerte ”klagesider” (Breazele 2009), og vil på en og samme tid bli eksponert for en mengde informasjon fra ulike kilder som kan både være av negativ og positiv karakter (Chatterjee 2001). Vi vil imidlertid anta at Cialdinis påvirkningsprinsipp *likhet* også gjelder for WOM på Internett; forbrukerne blir mest påvirket av de anbefalingene de oppfatter kommer fra andre forbrukere som er lik seg selv.

Det ble videre påpekt ovenfor at forbrukere legger mer vekt på negativ informasjon enn positiv informasjon ved vurdering av produkter. Dette antas også å gjelde for eWOM. Sen og Lerman (2007) antar at forbrukeren vil legge mer vekt på negative eWOM enn positiv eWOM ved deres beslutningstaking, da den negative informasjonen anses for å være mer presis enn positiv informasjon (Sen og Lerman 2007).

For å illustrere omfanget av WOM på Internett (eWOM) blir det registrert over 500 billioner produkt- og tjenestekomtaler hvert år (Arnesen 2010).

Internett har på dette grunnlag forandret hvordan forbrukere samhandler (Breazele 2009), og tiden det tar å innhente informasjon om produkter og tjenester har blitt redusert betraktelig (Dellarocas 2003; Smith, Menom og Sivakumar 2005). Årsaken ligger i at det er enklere for forbrukeren å eksponere seg for andres anbefalinger og erfaringer over Internett enn det er offline. Dette kan være grunnen til det faktum at mange forbrukere i dag leter opp informasjon via Internett før et kjøp (Tollefsrød 2009). WOM har dermed fått en ny betydning (Dellarocas 2003), og man kan gå så langt som å si at Internett har forandret hvordan man kan definere WOM (Breazele 2009). Henning- Thureau m.fl., (2004, 39) definerer eWOM som;

”Any positive or negative statement made by potential, actual, or former customers about a product or company, which is made available to a multitude of people and institutions via the Internet.”

Forbrukerens villighet til å benytte seg av eWOM i sin informasjonsinnhenting kan følgelig begrunnes med mediets informasjonsmengde, tilgjengelighet og muligheten til tidsbesparelse. Imidlertid anses eWOM å være en tilleggskilde til informasjon (Thjømmøe og Olsen 2011), og

følgelig vil forbrukeren ta i bruk andre medier og kilder ved siden av bruken av eWOM, før vedkommende tar et endelig valg.

Det er i tillegg påvist at eWOM påvirker både vurdering og valg av produkter på lik linje som tradisjonell WOM (Gupta og Harris 2011). Vi vil derfor anta at positiv og negativ eWOM har samme effekt på forbrukeren som positiv og negativ WOM. Videre er eWOMs påvirkning bekreftet av Thjømmøe og Olsen (2011) som hevder at eWOM har en større relevans og troverdighet enn reklame og markedsføring. Vi vil på dette grunnlag derfor anta at en forbruker stoler mer på budskap fra eWOM enn på selgergenerert informasjon.

4.4.2.1 eWOMs anonymitet og troverdighet

Vi har ovenfor påpekt at hvem som helst har muligheten til å publisere innlegg på Internett, men grunnet dette mediets egenskaper er det ofte umulig for leseren å identifisere hvem avsenderen er. Dette får ringvirkninger for eWOM, da dette mediet følgelig innehar en anonymitet som påvirker dens troverdighet.

4.4.2.2. eWOM vs WOM

Anonymiteten eWOM representerer er den mest kritiske forskjellen mellom WOM og eWOM. Mens tradisjonell WOM involverer to eller flere mennesker som har mulighet til å identifisere hverandre, er altså ikke dette alltid mulig ved eWOM (Gelb og Sundaram 2002). Vi vil derfor anta at den tradisjonelle WOM, der mottakeren vet for sikkerhet hvem avsenderen er, innehar en større oppfattet troverdighet sett fra mottakerens side, enn eWOM.

4.4.2.3 Hvem er avsenderen?

Som vi påpekte under avsnittet *Kommunikasjonsprosessen* så er det avgjørende at avsenderen av budskapet oppfattes som troverdig. To faktorer ble påpekt av Helgesen (2004) i dette henseende: avsenderen må oppfattes for å være en ekspert eller sakskyndig, i tillegg til at han ikke har noen skjulte motiver. Ettersom alle kan publisere innlegg via Internett uten å måtte oppgi hvem de egentlig er, er det vanskelig for mottakeren å avgjøre om avsenderen er en ekspert eller ikke. Det kan videre også være vanskelig å avdekke intensjonen til avsenderen; er han ærlig eller vil han bare selge?

Kapittel 3: Analyse

5.1 Teoretiske antagelser

På bakgrunn av teorien har vi utarbeidet følgende teoretiske antagelser:

Antagelse 1:

Forbrukere benytter seg i stor grad av Internett når de skal innhente informasjon før kjøp av reise

Antagelse 2:

Forbrukere benytter seg av anbefalinger fra folk rundt seg, både venner, familie og bekjente, før kjøp av reise

Antagelse 3:

Forbrukere benytter seg i stor grad av eWOM i informasjonsinnhenting før kjøp av reise, men kun som en tilleggskilde.

Antagelse 4:

Informasjonsmengden eWOM gir er en av hovedårsakene til eWOMs betydning for forbrukeren

Antagelse 5:

Tilgjengeligheten eWOM gir er en av hovedårsakene til eWOMs betydning for forbrukeren.

Antagelse 6:

Tidsbesparelsen eWOM gir er en av hovedårsakene til eWOMs betydning for forbrukeren

Antagelse 7:

Troverdigheten til eWOM er en av hovedårsakene til eWOMs betydning blant forbrukeren

De ovenfor nevnte teoretiske antagelsene utgjorde grunnlaget for arbeidet med intervjuguiden og den videre analysen.

5.2 Våre funn: Analyse og tolkning

5.2.1 Antagelse 1

Forbrukere benytter seg i stor grad av Internett når de skal innhente informasjon før kjøp av reise

5.2.1.1. Bruk av Internett

Det påpekes blant majoriteten at man søker opp informasjon helt til man føler seg trygg på sitt valg av reisemål. Det kom tydelig frem at informantene selv var aktive i sin informasjonsinnhenting.

Alle informantene benytter seg hovedsakelig av Internett når de innhenter informasjon før valg av reisemål. Internett er 'top of mind' hos 7 av informantene, noe som betyr at Internett er den første informasjonskanalen disse informantene kommer på. De resterende informantene fikk gjerne anbefalinger fra venner og familie som de videre sjekket opp på Internett, men Internett var likevel hovedkanalen til informasjon.

Alle informantene sjekket flere nettsider på Internett der det var tydelig at flesteparten googlet opp et valgt søkeord for å se hvilke nettsider som kom opp. Vi avdekket videre at informantene hadde behov for å søke opp flere nettsider. Dette ble ofte begrunnet med at man vil se om flere har de samme erfaringene slik at man kan bli så sikker som mulig i sitt valg.

Viktigheten av å være trygg på sitt valg stemmer overens med teorien da informasjonsinnhenting er en vesentlig del av forbrukerens risikoreduserende strategi.

Videre samsvarer det at informantene er aktive "informasjonsinnhentere" med den teorien vi har funnet, ettersom det fremgår at forbrukere har utviklet seg fra å være passive til å bli aktive, og å ta mer kontroll over sin informasjonsinnhenting. Det kom tydelig frem i våre funn at det forelå en mottakerinitiert kommunikasjonsprosess, noe som vi diskuterte i teorien er et resultat av at forbrukere i dag har blitt mer informerte, har en større tilgang på informasjon og følgelig er mer aktive.

At Internett var en hovedkanal til informasjon samstemmer med teorien ettersom bruken av Internett er stadig økende, og har i dag blitt en av de viktigste informasjonskanalene.

5.2.1.2 Erfaring med bruk av Internett

Informantene som hadde mye erfaring med bruk av Internett visste hvordan de skulle benytte seg av dette mediet for å finne den informasjonen de trengte. I tillegg tenderte disse informantene å stole mer på den informasjonen som de selv søkte etter. De som hadde mye

erfaring med bruken av Internett hadde også en bedre evne til å spesifisere søket for å finne informasjon som imøtekommer deres behov. En av informantene fremhevet: ”[...]kan du bruke Internett så kan du være veldig selektiv og vite akkurat hva du, hva som er verdt å stole på og hva som ikke er verdt å stole på [...]har du vokst opp og brukt det selv da, så vet du på en måte, du klarer å se at dette her er tull, ehh, i forhold til Internett, har du brukt det nok så klarer du å se at dette er hotellet selv som har lagt inn sånne herre sinnsykt overhypya 'dette er paradiset', ikke sant”(Informant 11). Videre hadde de mer erfarne informantene en mer negativ holdning til selgergenererte kilder, som eksempelvis kataloger fra ulike reiseoperatører og deres nettsider.

De resterende informantene som ikke hadde samme erfaring med bruk av mediet virket mer skeptisk til både hva dette mediet bringer av informasjon, og følte et større behov å benytte andre medier som blant annet venner, bekjente, reisebyråer, kataloger og reisebøker.

Funnene vi har gjort angående erfaring med bruk av Internett stemmer overens med teorien om læring. I denne teorien har vi blant annet påpekt at erfaring med et medium vil føre til at forbrukeren innehar en større innsikt i bruken av mediet, og følgelig ha en større evne til å mestre dette.

5.2.1.3 Fordeler

Det ble påpekt flere fordeler ved bruk av Internett hvorav følgende fordeler var gjennomgående; informasjonsmengden og tilgjengeligheten: det er mye informasjon å finne på Internett og det er lett å finne denne informasjonen. Det var tydelig blant alle informantene at det å spare tid ikke er viktig når man innhenter informasjon. Informasjonsinnhenting har heller til hensikt å skape trygghet rundt informantenes valg, og de var villige til å sette av mye tid til dette. Villigheten til å bruke mye tid kommer klart frem hos denne informanten:

”Mange timer, gjerne sånn over flere dager, gjerne flere uker før man bestemmer seg. Sitter på kvelden og Googler” (Informant 6).

Flere fremhevet at Internett var det mediet som ga mest informasjon. Det var kun én av informantene som følte at hun fikk mer informasjon ved å snakke med selgere ved reisebyråer enn hun fikk ved bruk av Internett.

Viktigheten av Internett som en kanal blir klart belyst i dette utsagnet fra en av informantene: ”[...] det hadde ikke gjort meg noe å bare søkt på nettet” (Informant 6).

Fordelene *informasjonsmengden* og *tilgjengeligheten* samsvarer med teorien. Internett gir mye informasjon og er tilgjengelig hele tiden. Likevel ble ikke Internett sin evne til å spare tid ved informasjonshenting fremhevet av informantene, noe som viser at denne teorien ikke stemmer overens med våre funn. Til tross for dette vil vi her tilføye at selv om informantene ikke presiserte at de sparte mye tid på å innhente informasjon på Internett, kan dette likevel være tilfelle uten at informantene selv er bevisste på det. Skulle informantene fått all den informasjonen de tilegner seg på Internett andre steder, antar vi at dette ville tatt mye lenger tid.

5.2.1.4 Konklusjon:

Forbrukere benytter seg i stor grad av Internett når de skal innhente informasjon før kjøp reise.

5.2.2. Antagelse 2:

Forbrukere benytter seg av anbefalinger fra folk rundt seg, både venner, familie og bekjente, før kjøp av reise

Det fremgår at alle informantene har fått anbefalinger fra folk rundt seg enten i form av venner, familie, bekjente eller andre mennesker de har møtt tilfeldig. Det kom videre frem at flere av informantene aktivt søkte etter anbefalinger fra andre, både når det gjaldt steder å dra, hoteller å bo på og reiserute. Likevel påpekte alle informantene at de var interessert i å høre på de anbefalingene som kom fra mennesker de anså var like en selv og hadde felles interesser med, men også mennesker som kjente informanten godt og visste hva vedkommende så etter ved valg av reisemål.

De følgende sitater fra våre informanter beskriver dette: ” [...] *hvis noen som kjenner deg og har samme preferanser da, så vet du at da har den personen synes det har vært alright, og da er det lettere å velge da*” (Informant 9), ”*Jeg vet jo med meg selv hva jeg liker og hva jeg ikke liker også, så selv om folk sier 'å, det var skikkelig bra', så betyr det ikke at jeg har lyst til å reise dit selv*” (Informant 6), ”[...] *det har veldig mye å si at man på en måte har felles interesser, felles plattform å gå ut i fra da.*” (Informant 3), ”*Og noen ganger så, de anbefalingene man får av venner og kjente, det ehm, ja, man tar bare det imot for å være høflig også tenker du at ja, okei, men du er litt alternativ, jeg vil ikke til det stedet eller at den informasjonen du får at den ikke passer det du selv har lyst til å gjøre da*”(Informant 2).

Funnene våre samstemmer først og fremst både med Cialdinis påvirkningsprinsipp *likhet*: vi blir påvirket av de rundt oss som vi oppfatter er lik oss selv, og teorien om *selektiv oppmerksomhet*: forbrukere har en større bevissthet omkring de stimuli som møter deres behov eller interesse. Dette kommer tydelig frem i teorien og var i tillegg gjennomgående blant alle informantene. Vi velger dermed å påpeke at for at et budskap skal bli oppfattet må avsenderen bli oppfattet som lik forbrukeren, i tillegg til at budskapet må være av vedkommendes interesse. Videre, med denne forutsetningen til grunn, er det tydelig at funnene våre også stemmer overens med teorien om at WOM påvirker forbrukeres oppmerksomhet, og i tillegg er et viktig medium til informasjon i situasjoner med mye usikkerhet.

5.2.2.1 Troverdighet til WOM

Av alle funnene vi gjorde i vår undersøkelse var de funnene som omhandlet troverdigheten til WOM en av de som stemte mest med teorien.

Hovedårsaken til at informantene benyttet seg av WOM lå i dens oppfattede troverdighet; alle informantene stolte på anbefalinger de fikk fra mennesker rundt seg. Som den ene informanten så beskrivende fremhevet: ”[...] *kan ikke se for meg at noen skal stå og lyve om verken det ene eller det andre, så det, jeg tok det til meg, alt sammen*” (Informant 7).

Videre påpekte en annen informant: ”[...] *det treffer jo på en helt annen måte når du får en anbefaling fra noen du kjenner, fordi det er et menneske du har opparbeidet et forhold til og har en viss tillit til. Så selvsagt veier det tyngre enn det andre måtte ha å gi [...]*” (Informant 3). En tredje informant beskrev troverdigheten til WOM på følgende måte: ”[...] *det er som jeg sa litt i stad, den sannheten. Det er ikke noe som forstyrrer. De har ikke noen skjulte motiver [...]*” (Informant 1).

På svar på spørsmålet om hva informantene stoler mest på av anbefalinger fra andre og den informasjonen de får fra reiseoperatører svarte majoriteten at de stolte mest på anbefalinger fra folk rundt seg. En av disse informantene sa det slik: ”*Da er det helt de jeg kjenner jeg stoler mest på, og ikke reisebyråer for de vil jo bare selge føler jeg. Det er jo ikke sånn at de har noen interesse av å, jo de vil jo selvfølgelig at du skal ha en bra ferie, men de vil jo bare at du skal reise, de mener at alle stedene er fantastiske uansett. Jeg stoler ikke på reisebyråene*” (Informant 6). Imidlertid var det to av informantene som var positivt innstilt til informasjon fra selgere, da de følte at de fikk en annen type informasjon fra dem.

Funnene angående troverdigheten til WOM viser at vi kan bekrefte teorien som sier at forbrukere stoler mer på personlige kilder enn på kommersielle kilder blant annet fordi denne informasjonen oppfattes å være mindre partisk. Beskrivelsen av WOM som ”extraordinary believable” anser vi altså er passende for det synet de fleste informantene hadde på WOM.

5.2.2.2 WOM blir ikke benyttet alene

Det kom tydelig frem under intervjuene at WOM var et mye brukt medium av informantene. Noen av disse dro på en reise hovedsakelig på bakgrunn av anbefalinger fra andre, mens andre droppet reisemål på bakgrunn av negative erfaringer fra folk rundt dem. Et eksempel på sistnevnte kommer fra Informant 2: ”[...] *vi valgte bort flere steder for at vi hørte med*

foreldre og venner at 'nei, ikke dra dit, der var det kjempedårlig, bruk heller pengene på å dra et annet sted'. Så der har det påvirket ganske mye''(Informant 2).

Til tross for dette benyttet majoriteten av informantene seg i tillegg av andre kilder. Dette ble begrunnet med at de var litt skeptiske til WOM og tok anbefalingene fra andre mennesker rundt seg med *"en klype salt"* (Informant 7). Følgende sitat beskriver hvordan en av disse informantene benyttet WOM som en tilleggskilde: *"For eksempel som i fjor sommer så reiste vi til Parga og det var på bakgrunn av tips fra ei venninne, som sa at det var veldig fint, så det var på en måte det som gjorde at jeg begynte å søke mer om det, og jo mer jeg leste om det jo mer fikk jeg lyst til å reise dit, så da endte det med det"* (Informant 6).

Majoriteten av informantene ga uttrykk for at informasjonen fra WOM ga dem en trykghetsfølelse og at det følgelig ble lettere å ta et valg. *"Det er en stor fordel å få anbefalinger av andre folk du kjenner eller andre rundt deg. De har vært der, de har opplevd det selv uten at du selv har opplevd det og da har de kjent på kroppen hvordan det er å være der, spist der, eller shoppet eller hva det nå skal være"* (Informant 5). En annen informant fremla det slik: *"Er de fornøyde med det, antar man jo at man blir fornøyd med det selv"* (Informant 4)

WOM ble altså benyttet i stor grad av informantene, men de følte likevel behovet for å benytte andre kilder og medier i sin informasjonsinnhenting.

Teorien om at positive anbefalinger øker muligheten for kjøp var i stor grad gjeldene i vår undersøkelse, men kun i den grad at man sjekket PWOM videre opp for å bekrefte dette hos andre avsendere. Teorien om at NWOM reduserer sannsynligheten for kjøp var også gjeldende blant informantene, men også her ble NWOM sjekket opp videre for å bekrefte eller avkrefte budskapet. Disse funnene bekrefter den teorien som fremhever at dagens forbrukere er aktive "informasjonsinnhentere", og i tillegg vil være trygge på sitt valg, da reise innebærer en risiko.

5.2.2.3 Konklusjon:

Forbrukere benytter seg av anbefalinger fra familie, venner og bekjente, men kun som et tilleggsmedium.

5.2.3 Antagelse 3:

Forbrukere benytter seg i stor grad av eWOM i informasjonsinnhenting før kjøp av reise, men kun som en tilleggskilde.

Informantene benyttet seg av eWOM ved sin informasjonsinnhenting, men i ulik grad. De fleste av informantene sjekket flere forumsider som eksempelvis lonely planet, hotels.com, tripadvisor og travelink. Halvparten av disse informantene gikk bevisst inn på disse sidene, mens de resterende benyttet seg av søkeord på Google for så å komme mer tilfeldig inn på slike forumsider. De informantene som var mer bevisste i sin eWOM bruk var de som hadde mest erfaring med dette mediet. Vi tolker dette dit hen at betydningen av eWOM var større hos disse.

Kun to av informantene hadde ingen spesifikke preferanser da det var mer tilfeldig om de kom inn på en anbefalingside eller ikke. Det kom tydelig frem at disse to informantene hadde mindre erfaring med bruken av eWOM.

De av informantene som søkte etter eWOM bevisst ved å klikke seg inn på ulike forumsider, var de som hadde mest erfaring med bruk av eWOM. De resterende søkte mer tilfeldig og hadde ikke den samme erfaringen til tross for at de tidligere har benyttet seg av eWOM. Dette samsvarer med teorien om læring, der det påpekes at repetisjon øker læringen. Læring har vi også tatt for oss under antagelse 1.

5.2.3.1 Positiv eWOM øker sannsynligheten for kjøp av reise

Det var en generell tendens til at positiv eWOM økte sannsynligheten for at informantene ble mer tilbøyelige til å dra til det aktuelle reisemålet. Følgende sitater støtter oppunder dette:

”Hvis jeg på en måte har sett for meg et reisemål jeg vil dra og det er mye positivt, så vil det jo påvirke meg i den retningen at jeg har mer lyst til å dra dit da.”(Informant 6), *”[...] positivt også, da kan man jo ha lyst til å reise dit”*(Informant 4), *”Det kan påvirke meg veldig, det gjør det, så sant jeg ser potensialet i stedet, men hvis du går på ren basis sånne anbefalinger så er det klart at de spiller en rolle, de gjør meg hvertfall villig til å se om det er noe for meg”* (Informant 3).

Positiv eWOM førte altså ikke direkte til kjøp, men gjorde informantene mer positivt innstilt til reisemålet, og villige til å sjekke dette opp mer inngående. Som det fremkommer av våre funn så stemmer disse overens med teorien som påpeker at positiv eWOM øker sannsynligheten for kjøp.

Majoriteten følte imidlertid at én positiv anbefaling ikke var tilstrekkelig for å ta et valg; det måtte flere anbefalinger til. En av informantene beskrev dette slik: *"[...] jeg leser flere ting på Internett da. Ser hva flere folk sier. Også tenker jeg okei hva er det de egentlig sier er bra her og hva, kommer jeg til å like de forskjellige tingene. Så søke opp de enkelte tingene da. Så jeg stoler på hva de sier, men jeg leser da flere ting på det"* (Informant 7). Kun en av informantene sa at én positiv anbefaling muligens kunne få vedkommende til å bestille reise til det aktuelle stedet. Denne informanten sa dette på følgende måte: *"Jeg er en ganske enkel gutt, så jeg regner med at én holder"* (Informant 10).

Disse funnene kan antyde at betydningen av positiv eWOM ikke er så stor da én anbefaling ikke er nok, da informantene sjekker videre ut informasjonen. Følgelig vil vi konkludere med at disse funnene stemmer overens med den teorien som angår forbrukeres streben etter å oppnå en trygghetsfølelse før en kjøpsbeslutning skal tas, der risikoreduksjon står sentralt.

5.2.3.2 Negative kommentarer tillegges mer vekt

Nesten alle informantene vektla de negative kommentarene på Internett mer enn de positive. De følgende utsagn fra to av informantene beskriver dette: *"[...] veldig ofte så legger man mye mer merke til sånne negative ting i forbindelse med når man skal velge noe. Man tar de litt mer til seg"* (Informant 9), *"[...]det kan være fire: 'Dette har vært et bra opphold', og så kommer det en god avhandling på at 'nei, dette var ikke et bra opphold', så kan den drepe de andre"* (Informant 1).

Tre av disse informantene søkte aktivt etter negativ eWOM. Den ene forklarte at hun brukte negative ladede ord, eksempelvis *"is awful"* (Informant 6), i søkemotoren. Dette for å få frem alt det negative ved det aktuelle stedet, for deretter stå bedre rustet for til å ta et valg.

Som det fremgår i sitatene vil negative kommentarer føre til en viss skepsis, og dette var gjennomgående blant alle informantene. De tok med seg de negative kommentarene og søkte mer informasjon omkring dette for å se om det faktisk var sannhet i det som ble sagt.

Teorien til Sen og Lerman (2007) viste seg å være gjeldende for vår undersøkelse ettersom denne teorien understreker at forbrukere tillegger negativ eWOM mer vekt enn positiv eWOM i deres beslutningstaking. Negative kommentarer kan altså være avgjørende, mens dette ikke er like gjeldende for positiv eWOM. Igjen bekreftet svarene vi fikk på spørsmålene angående negativ eWOM den teorien som påpeker at forbrukere innhenter informasjon for å redusere risiko og føle seg trygg på sitt valg.

Videre må det negative omhandle noe som er av informantenes interesse for at det skal kunne påvirke. En av informantene belyste dette slik: "[...]da tar jeg til meg det som er negativt også, det som catcher i forhold til mitt behov da" (Informant 10). Cialdinis påvirkningsprinsipp *likhet* viser seg også å være gjeldende for dette funnet, og vi vil fremheve at likhet er en viktig forutsetning for at negativ eWOM skal ha betydning for forbrukerne.

5.2.3.3 eWOM som tilleggskilde

Kun en av informantene benyttet seg omtrent utelukkende av eWOM ved sin informasjonsinnhenting. Hovedtyngden av informantene derimot benyttet seg også av andre medier som eksempelvis kataloger og reisebyråer. Som tre av informantene påpekte: "Jeg synes liksom at det blir litt risky å bare ha ett bein å stå på, jeg liker gjerne å stå på to når det gjelder no sånt no, som sagt det er penger." (Informant 3) "[...] har ikke valgt et reisemål kun basert på anbefalinger [...] det er også en tilleggsinformasjon sånn sett." (Informant 5), "Tror ikke jeg bruker det 100 %, men det blir en sånn bi-greie" (Informant 1). eWOM fungerte altså som et tilleggsmedium ved informasjonsinnhenting, men i ulik grad.

Det var imidlertid to av informantene som benyttet seg av eWOM i mindre grad i forhold til andre medier og kilder til informasjon. Den ene informanten antydte at hun ikke var avhengig av eWOM "Ja, jeg var ikke avhengig av dem, jeg kunne klart meg uten. Men de var med å kanskje med på å påvirke til et annet valg enn det jeg kanskje hadde tatt alene" (Informant 4), mens den andre kun benyttet eWOM "for å fore opp under de små høla du lurer litt på." (Informant 3).

Det faktum at alle informantene benyttet eWOM som en tilleggsmedium gjenspeiler det som ble påpekt av Thjømmøe og Olsen (2011); informasjon mellom forbrukere utgjør en tilleggsinformasjon.

Et interessant funn var at de informantene som i stor grad benyttet seg av eWOM på bekostning av andre medier hadde lang erfaring med bruk av dette mediet. De informantene som benyttet eWOM i mindre grad i forhold til andre medier derimot, hadde mindre erfaring med bruk av eWOM.

Det viser seg igjen at teorien om læring spiller en sentral rolle når det kommer til hvor mye forbrukere benytter seg av eWOM. Vi vil på bakgrunn av teorien om holdninger og motivasjon anta at informantene har en positiv holdning til eWOM, samt at de er motivert til å

bruke dette mediet. Dette ser vi både på grunnlag at informantene benytter seg av eWOM og da alle informantene svarte ”ja” på spørsmålet om de kommer til å benytte eWOM ved informasjonsinnhenting ved kjøp av neste reise.

5.2.3.4 Konklusjon:

De informantene som har mer erfaring med eWOM benytter seg av dette i større grad enn de med mindre erfaring. Men begge disse gruppene benytter eWOM kun som et tilleggsmedium til informasjon. Vi vil derfor anta at forbrukernes erfaring med bruken av eWOM er avgjørende for hvor stor grad de benytter seg av dette mediet.

5.2.4 Antagelse 4:

Informasjonsmengden eWOM gir er en av hovedårsakene til eWOMs betydning for forbrukeren

Majoriteten av informantene påpekte at eWOM tilførte dem stor informasjonsmengde med en bredde av ulike meninger og erfaringer. Følgende sitater fra tre av informantene understøtter dette. ”Jeg føler at man får et bredere spekter av meninger og reisemålet enn når man bare spør noen få kjente [...] Det blir jo mange flere syn da, det er jo folk fra hele verden som skriver på reiseforum og sånne ting, så man får jo innblikk i hvordan folk ser på det [...] hvis jeg skulle gått ned på et reisebyrå og spurt så hadde jeg ikke fått all den informasjonen jeg ville fordi de ville ikke kommet med negative ting” (Informant 6). ”Det gir jo på en måte litt bredde i meninger da, tidligere så hadde man jo ikke det” (Informant 9) ” [...] det blir et ganske bredt spekter da av meninger og erfaringer” (Informant 11).

Funnene våre støtter opp om teorien som påpeker at man får en bredde av meninger ved bruk WOM på Internett, og at eWOM følgelig gir stor informasjonsmengde.

Imidlertid fremkom det at informasjonsmengden kan virke for bred, og at informasjonen derfor ikke alltid var relevant. En av informantene forklarte dette slik ”[...] ikke alt var relevant, det er mye piss for å helt ærlig” (Informant 3). Informantene ser det derfor ofte nødvendig å benytte søkeord som spisser søket, slik at informasjonen blir mer relevant for deres interesser.

Vi vil fremheve at det er en sammenheng mellom informantenes erfaring med bruk av eWOM, og om informasjonen ble ansett å være relevant eller ikke. De informantene som hadde brukt eWOM mest, syntes at all informasjonen de fant var relevant, mens de informantene som ikke var like kjent med bruken av eWOM, påpekte at ikke all informasjon var relevant. Vi henviser til utsagn fra to av informantene som hadde mindre erfaring med bruk av eWOM: ”[...] du får veldig mye informasjon på en gang og det er så veldig mange sider du må gå igjennom [...] Så du bruker ganske mye tid hvis du ikke har en spesifikk side du vet om før du begynner å søke på en måte, på Google som sagt, gir de deg alt, og alt for mye informasjon egentlig” (Informant 5), ”[...] det er veldig mye tilgjengelig informasjon [...] hvis man skal se sånn så var det litt verre å finne de seriøse kildene assa” (Informant 3). To av de mer erfarne eWOM brukerne påpekte at det kan være lett å skille ut de anbefalingene de anså tilfører dem informasjon som imøtekommer deres behov: ”Det er

lettere å skille mellom kanskje hva som er en seriøs kritiker og hvem som er useriøs”
(Informant 9), ”[...] du må være litt selektiv, noen ser du er flinke, de er opptatt av de samme tingene du ønsker å se, det du ønsker å oppleve, også ser jeg at de er velformulerte og sånne ting da” (informant 11).

Dette stemmer også overens med teorien rundt læring, ettersom økt repetisjon med eWOM fører til økt kunnskap og ferdigheter i å bruke dette mediet.

5.2.4.1 Konklusjon:

For de med mer erfaring med bruk av eWOM er informasjonsmengden en av hovedårsakene til eWOM store betydning. For de med mindre erfaring med bruk av eWOM ble informasjonsmengden sett på som en ulempe og følgelig en av årsakene til at dette mediet har mindre betydning, da disse informantene ikke behersket mediet like godt som de med mer erfaring.

5.2.5 Antagelse 5:

Tilgjengeligheten eWOM gir er en av hovedårsakene til eWOMs betydning for forbrukeren.

Alle informantene anså at eWOM var tilgjengelig da informasjonen ”*kom med en gang*” (Informant 4). Noen av informantene beskriver eWOMs tilgjengelighet på følgende måte ”[...]det er nettopp derfor jeg synes Internett er så greit fordi det er tilgjengelig hele tiden. Det er ikke noen begrensninger på noen som helst egentlig (...) altså man har alt på Internett, alt er tilgjengelig uansett hva du vil søke på omtrent.[...]” (Informant 6). ”Det er sånn’ ett søk’ så får du svaret da [...]” (Informant 7). Det ble videre påpekt at eWOM kan benyttes hele døgnet, i motsetning til å forholde seg til reisebyråenes åpningstider. Følgende utsagn støtter oppunder dette: ”[...]hvis du bruker Internett kan du gjøre det på kveldstid og” (Informant 10).

Tilgjengelighet som en årsak til eWOMs betydning var i overensstemmelse med teorien der det blant annet påpekes at Internett ikke har noen åpningstid, og kan følgelig benyttes når som helst på døgnet. Forbrukernes villighet til å benytte eWOM kan derfor begrunnes med mediets tilgjengelighet.

5.2.5.1. Konklusjon:

eWOM tilgjengelighet er en av hovedårsakene til dens betydning, både for de med mer erfaring og de med mindre erfaring med bruk av dette mediet.

5.2.6 Antagelse 6:

Tidsbesparelsen eWOM gir er en av hovedårsakene til eWOMs betydning for forbrukeren

Over halvparten av informantene påpekte at bruken av eWOM sparte dem for tid. Følgende utsagn fra Informant 10 støtter oppunder dette: ”[...]sparte meg veldig mye tid. Alternativet hadde jo vært å ringe operatører [...] mens på Internett så får du liksom alt med en gang”. Videre kom det frem at trygghet er viktigere for informantene enn tiden de setter av ”[...]trygghet er viktigere enn tid. Man legger jo mye penger i en reise og da er trygghet viktig” (Informant 1).

De resterende informantene mente at bruken av eWOM ikke sparte dem for tid, men dette var heller ikke viktig for dem. ”[...] det sparte meg ikke for tid [...] man bruker jo masse tid på å hente informasjon, men en tenker at det er verdt tiden man bruker fordi at man får masse informasjon om det stedet man ønsker å reise til” (Informant 2). ”Nja, tid og tid [...] jeg kommer jo ikke til å reise til et sted uten å hente informasjon om det” (Informant 7). ”Det legger jeg ikke så mye vekt på. Jeg bruker heller mer tid på å finne noe som er bra enn å tenke på at jeg må ta noe kjapt” (Informant 4).

Vi konkluderer med at ingen av informantene anså det var viktig å spare tid ved deres informasjonsinnhenting, da det var gjennomgående viktigere for informantene å ha nok informasjon for å kunne ta et riktig valg.

Det faktum at informantene ikke anså tidsbesparelse som viktig for deres informasjonsinnhenting kan igjen begrunnes med behovet for å være trygg i sitt endelige valg av reisemål. Teorien sier at tidsbesparelse er et kjennetegn ved eWOM, men dette kjennetegnet blir kanskje ikke i realiteten oppfattet som relevant, da man faktisk vil bruke den tiden det tar å innhente tilstrekkelig informasjon. Vi tror likevel at tidsbesparelse er en viktig faktor for betydningen av eWOM, ettersom det hadde tatt vesentlig lenger tid å benytte andre medier for å skaffe seg samme mengde informasjon som man får ved bruk av eWOM.

5.2.6.1 Konklusjon:

eWOMs evne til å spare tid er ikke en årsak til dette mediets betydning da forbrukerne er villig til å bruke mye tid på informasjonsinnhenting.

5.2.7 Antagelse 7:

Troverdigheten til eWOM er en av hovedårsakene til eWOMs betydning blant forbrukeren

Alle informantene tenderte til å stole på anbefalingene, men dette gjaldt for de anbefalingene informantene anså var seriøse.

Informantene fikk spørsmål om hvor mye de stoler på eWOM på en skala fra en til ti hvor ti representerte 'mest troverdig'. Alle informantene, med unntak av to, svarte mellom 6 og 8. De to som skilte seg ut, stolte fullt og helt på eWOM. Imidlertid kom det klart frem at alle informantene vurderer hver enkel eWOM. Årsaken til at majoriteten ikke ga høyere enn 8, ble begrunnet med eWOMs anonymitet; man kan ikke for sikkerhet vite hvem avsenderen er.

5.2.7.1 Anbefalingene må imøtekomme interesser

De anbefalingene som informantene stolte på var de som samsvarte med informantenes egne interesser og behov. Videre ble det fremhevet av flesteparten av informantene at de kun stolte på de forumsidene de anså var seriøse. Flere av informantene fremhevet at de vurderte seriøsiteten til en anbefaling etter dens skrivemåte. Seriøsiteten til en anbefaling var hos disse avhengig av at anbefalingen var velbegrunnet og at skrivemåten fremsto som gjennomtenkt og reflektert. To av informantene beskrev dette på følgende måte: *"[...] hvis du ser en eller annen idiot som bare skriver i hytt og gevær, 39 skrivefeil, og 14 utropstegn. Det kan fortsatt hende at han har rett, ikke sant, det kan fortsatt hende at han er helt dønn seriøs, at han bare er en retard eller ett eller annet, men det tar jeg ikke seriøst fordi det faller bare igjennom da."* (Informant 11), *"[...] hvis de for eksempel har et veldig useriøst språk eller hvis det står sånn nickname under, babe 89 eller, så kan man tenke at man ikke kan stole så veldig mye på det."* (Informant 8).

Det kom imidlertid frem at det kun var de informantene som hadde mer erfaring med eWOM som lettere klarte å identifisere de troverdige anbefalingene. Vi vil påpeke at disse informantene stolte mer på eWOM.

Sistnevne funn bekrefter teorien om læring. Forbrukere som har kunnskaper som omhandler bruken av eWOM har bedre nytte av dette mediet og står følgelig bedre rustet når det gjelder å skille det troverdige fra det mindre troverdige.

5.2.7.2 Andre forbrukere som eksperter

I tillegg ble det også påpekt at informantene hørte heller på anbefalinger fra noen de kunne identifisere seg med, og som de anså var lik dem selv. ”*Jeg identifiserer meg kanskje litt mer med dem da, at det er vanlige folk som reiser kanskje 2-3 ganger i året som skriver*” (Informant 2). Det kan altså tyde på at en ekspert i informantenes øyne var en som var lik dem selv, hadde samme interesser og var i den samme situasjonen som informantene selv. Det var deres erfaringer som gjorde at informantene ville lese og ta til seg deres anbefalinger. Denne erfaringen var noe som flere av informantene påpekte at selgere ikke innehar. En av informantene omtaler reiseoperatørene på følgende måte: ”*[...] men det er ikke så interessant for meg å vite hva de har og ikke har, jeg har lyst til å vite hvordan folk opplever det er da, folk som jeg vet har kanskje de samme interessene som meg for eksempel*” (Informant 7). En annen informant er også kritisk til i hvilken grad selgere er eksperter på reiser: ”*En ekspert burde vært en utenfor og kunne fortelle deg om, en som er spesialist på et sted eller et område eller sånt da. så lenge du driver med det eller er yrkesselger så er du ikke ekspert, for du er så subjektiv i arbeidet*” (Informant 9).

Vi velger å se disse funnene opp mot Helgesens (2004) teori om egenskaper ved avsenderen av et budskap, som blant annet går ut på at en avsender må være en ekspert for å bli oppfattet som troverdig. Våre funn viser at innholdet i begrepet ekspert er andre forbrukere med like interesser som har erfaring med det aktuelle reisemålet. Med noen få unntak indikerer også funnene våre at selgere ikke er å anse som eksperter når det kommer til reise. Og videre, som påpekt i teoridelen, er den interne informasjonskilden ”egen erfaring” den sterkeste kilden til informasjon. I og med at man ofte ikke har egen erfaring med reisemål så er andres erfaring den nest beste kilden. Funnene våre bekrefter dette.

5.2.7.3 eWOMs anonymitet

Det faktum at man aldri for sikkerhet kan vite hvem som skriver inn innlegg på Internett, ble påpekt på som en av ulempene til eWOM, og er hovedårsaken til at man ikke stoler 100 % på informasjonen fra dette mediet. Flere av informantene fremhevet at det kan være en selger med bakenforliggende intensjoner som står bak anbefalingen, og dermed skrive denne i hans favør. Eksempelvis sa informantene ”*[...] man vet jo ikke hvem kilden er da. Det kan jo være at det er de som sitter å driver det her som skriver de anbefalingene, det skjer jo veldig ofte [...]*” (Informant 9). To andre informanter sa følgende: ”*[...] man vet jo ikke for det står jo ikke noen kilde. Det kan jo være selgere som skriver. Det er litt paranoid å tenke sånn, men*

det kan jo være personalet på bakgrunn av hotels.com som har skrevet kommentarene som står der” (Informant 1), ”Jeg føler kanskje noen ganger at det kan være litt kjøpt og betalt, at det er representanter fra reiseselskaper hvis det er bare positivt og alt er skrevet i nesten samme type stil, så blir man litt skeptisk, men da sjekker jeg alltid nøyere” (Informant 6). Denne informanten påpeker noe flere har kommentert; at de sjekker anbefalingene andre steder for å se om det er flere som støtter oppom det som er sagt. En av disse informantene ordla seg slik: ” Jo flere som mener det samme ting, jo mer, okey, da stoler jeg på det” (Informant 7).

Funnene bekrefter det faktum at forbrukere ikke kan vite med sikkerhet hvem avsenderen er. Teorien om trygghet er også gjeldende i denne sammenhengen, ettersom informantene påpeker at de sjekker flere anbefalinger for å skape troverdighet omkring den informasjonen de får. Det var imidlertid kun de med mye erfaring med bruk av eWOM som innså at dette var nødvendig.

5.2.7.4 Troverdighet: eWOM vs WOM

Anbefalinger fra familie, venner og bekjente ble uten tvil ansett for å være mer troverdig enn anbefalinger fra andre forbrukere kommunisert via Internett. Dette gjaldt imidlertid kun personer rundt dem som de anså var lik seg selv og hadde like interesser med, i tillegg til at de måtte ha erfart stedet. Følgende sitater viser disse poengene: ”[...] hvis man kan på en måte identifisere seg mer med personen, så er det kanskje lettere å bli påvirket også” (Informant 8). ”Man bør jo egentlig stole mest på de rundt seg. Så lenge de har kunnskap om det, så gjør jeg det” (Informant 4).

Videre ble WOMs troverdighet begrunnet med at man stoler på de menneskene man er nært knyttet til, i tillegg til at disse menneskene vil dem vel. Følgende sitater støtter disse begrunnelsene: ”Jeg vil alltid bruke venner og kjente og erfaringene deres[...]” (Informant 11), ”Fordi jeg kjenner vennene mine på en måte, så hvis han sier at det var bra så tenker jeg ’okey, ja vi har alltid like meninger på de spesifikke tingene der da. Så hvis han [vennen] liker noe så er det god sannsynlighet for at jeg liker det kontra jeg leser en på Internett som hadde det bra der da, men hvem er egentlig han fyren der eller hun” (Informant 7).

Kun én av informantene sa at hun stolte mer på eWOM enn på WOM, og fortalte ” Jeg trenger ikke venner eller familiens anbefalinger egentlig, man spør og hvis de har erfaring

med det så er det jo fint”(Informant 6). Denne informanten fortalte videre at hun kunne fint benyttet seg kun av eWOM i sin informasjonsinnhenting før kjøp av reise.

Disse funnene bekrefter både den teorien som påpeker at den kritiske forskjellen mellom WOM og eWOM er eWOMs anonymitet, i tillegg til det vi i antagelse 2 diskuterte angående WOMs troverdighet. Anonymiteten fører til at man ikke med sikkerhet kan vite hvem avsenderen av eWOM er, og anbefalinger fra venner og familie anses for å være troverdig grunnet den gjensidige tilliten som eksisterer mellom disse samtalepartnerne.

5.2.7.5 Troverdighet: eWOM vs. selgergenerert informasjon

De fleste av informantene sa at de stolte mer på eWOM enn på selgergenerert informasjon. Hovedårsaken til dette var at selgere har en annen intensjon med anbefalingene enn det andre forbrukere har; selgeres intensjon er å selge, mens forbrukeres intensjon er å dele sin mening. Følgende sitater støtter oppunder dette: *”[...]ikke reisebyråer for de vil jo bare selge føler jeg [...] de vil jo selvfølgelig at du skal ha en bra ferie, men de vil jo bare at du skal reise, de mener at alle stedene er fantastiske uansett. Jeg stoler ikke på reisebyråene*” (Informant 6), *”[...] jeg føler at selgere generelt prøver bare å selge inn og vise de positive sidene med det. De viser jo ikke at det er negativt eller at det er slum nedi der eller[...]”* (Informant 5).

Videre understreket tre av informantene at de anså at informasjonen som kom fra selgere var veldig generell. Den ene av informantene utdypet dette: *”[...] fordi reiseoperatører er veeeeldig generelt. Det er hvertfall min erfaring da. de skriver veldig sånn basic om de forskjellige stedene da, ja du har fine strender og du har, lister opp alt da, fine restauranter [...]”* (Informant 7).

I tillegg antydte flere av informantene at reiseoperatørene ofte tenderer til å fremlegge reisemålene uavhengig av enkeltindividets behov og interesser. Informant 10 uttrykte dette slik: *” [...] inntrykket der var at jeg spurte den destinasjonen og om det var bra, og de sa ’ ja, der er det veldig fint’, og neste’ ja, det er veldig fint der også’ så det er jo sikkert fint, men de klarte liksom ikke å sette seg inn i vårt behov da”*.

Det var imidlertid tre informanter som var vanskeligere å plassere da de ga oss motstridende informasjon. To av disse svarte at de stolte mer på eWOM enn selgergenerert informasjon, men til tross for dette kom det tydelig frem i løpet av intervjuene at disse informantene vektla selgergenerert informasjon i stor grad.

Den ene av disse informantene påpekte følgende: ”[...] *assa når du leser på nettet og leser i kataloger så er det fremstilt fordi det skal selge, føler jeg. Så nå når jeg gikk, ikke det at reiseoperatører prøver å selge, men da får du litt mer en kontakt hvor du på en måte kan lese personen litt mer og avsløre om dem på en måte er en selger eller om dem på en måte er genuine. Så, syns egentlig det er best å møte face to face*” (Informant 3).

Den andre informanten henvender seg til selgergenerert informasjon i de tilfellene han reiser til mer fjerne land, både fysisk og kulturmessig, ettersom han i slike tilfeller vil ha en ”*faglig mening i bakgrunn*” (Informant 1).

Den siste informanten sa at hun stolte mer på selgergenerert informasjon enn eWOM, men det fremkom senere i intervjuet at hun syntes at selgergenerert informasjon ofte virker ”*litt sånn glorifisert*” (Informant 8).

Disse funnene bekrefter teorien om at forbrukere anser informasjon fra eWOM for å være mer relevant og troverdig enn selgergenerert informasjon, som reklame og markedsføring.

5.2.7.6 Konklusjon:

De forbrukere med mer erfaring med bruk av eWOM stoler mer på eWOM enn forbrukere med mindre erfaring med dette mediet. Denne troverdigheten er imidlertid kun gjeldende dersom anbefalingene kommer fra andre personer som forbrukere anser å være lik vedkommende selv, i tillegg til at anbefalingene fremstår som seriøse. Videre stoler forbrukere mer på WOM enn på eWOM, og det er en generell tendens til at forbrukere stoler mer på anbefalinger fra andre forbrukere på Internett enn på selgergenerert informasjon.

5.3 Kvaliteten på forskningen

5.3.1 Påliteligheten til undersøkelsen

Vi har utført visse tiltak i den hensikt å styrke påliteligheten til undersøkelsen.

For det første har vi foretatt pretesting av intervjuguiden for å sørge for at denne er fullt ut forståelig for andre mennesker som ikke har jobbet med de temaene intervjuguiden angår.

Videre ville vi sørge for at formuleringene var fullt ut forståelige for utenforstående, i tillegg til at vi fikk testet oss selv i en intervjusituasjon som intervjuere.

Vi har prøvd så godt som mulig å ha en åpenhet rundt hele forskningsprosessen ved detaljerte beskrivelser i metodekapittelet om hvordan vi har gått frem både i datainnsamlingen og i analysearbeidet. Intervjuene ble transkribert så å si ordrett etter lydopptakene, og er tilgjengelig på vedlagt på CD. Da vi arbeidet med mønstermatchingen hørte vi igjen på lydopptakene. Dette for å gjenoppleve intervjusituasjonen i størst mulig grad og igjen registrere viktige elementer som tonefall, pauser, ironi og så videre. Dette var viktig ettersom vi leste fortolkende.

Utover dette gjorde vi det vi kunne for å skape en hyggelig atmosfære i intervjusituasjonen.

Vi anså det som viktig å få informantene til å være avslappet og føle seg vel, i den hensikt å få så mye som mulig av informasjon fra disse.

Vi finner det imidlertid nødvendig å påpeke at alle våre informanter tilfeldigvis befant seg i aldersgruppen 20-30 år, til tross for at dette ikke var et kriterium. Vi anser at vi ville ha fått andre funn hvis informantene hadde vært i en annen aldersgruppe.

5.3.2 Troverdigheten til undersøkelsen

Vi har prøvd å styrke troverdigheten til undersøkelsen så godt vi kan ut fra våre forutsetninger.

Tilbakeføring av resultatene er en metode forskeren kan benytte seg av for å styrke troverdigheten til undersøkelsen. Dette går blant annet ut på å tilbakeføre det man kommer frem til, til informantene, for å bekrefte resultatene eller klare opp i eventuelle misforståelser. Vi har på bakgrunn av dette kontinuerlig benyttet oppfølgingsspørsmål under intervjuene i de tilfeller informantene sa noe som var litt uklart. Videre spurte vi også informantene om det var noe de ville legge til rundt temaet. Vi prøvde også under intervjuet å tilbakeføre informasjonen de gav slik at de kunne bekrefte eller avkrefte informasjonen i den hensikt å rette opp i misforståelser.

Metodetriangulering er også et tiltak forskeren kan benytte seg av i den hensikt å styrke troverdigheten til undersøkelsen. Denne metoden går ut på å benytte flere datainnsamlingsmetoder, eksempelvis både intervju og fokusgruppe, for så å sammenligne om man kommer frem til de samme funnene.

Grunnet mangel på tid og kapasitet har vi, som nevnt, kun benyttet oss av én datainnsamlingsmetode. Dette resulterer i at troverdigheten til vår undersøkelse ikke er like stor som den kunne ha vært om vi eksempelvis også hadde benyttet observasjon.

5.3.3 Overensstemmelse

At en undersøkelse er i overensstemmelse innebærer at de funnene man gjør er et resultat av forskningen, og altså ikke blir preget av forskerens egne holdninger.

Det er på det rene at forskeren i kvalitative intervjuer spiller en sentral rolle når det gjelder innhenting og analyse av dataene. Datainnsamlingen og analysen er nært knyttet til hverandre da forskeren i intervjusituasjonen til enhver tid analyserer og tolker informantens svar på grunnlag av sitt eget subjektive ståsted, for så å komme med oppfølgingsspørsmål som et resultat på hans egen tolkning. Det er altså på det rene at undersøkelsen vil bli preget av forskerens egne subjektive holdninger, og følgelig vil denne aldri være fullt og helt i overensstemmelse. Dette faktum preget også vår undersøkelse. Vi tolket informantens svar gjennom intervjuet og kom med oppfølgingsspørsmål på bakgrunn av vår egen subjektive tolkning. Likevel var det seks øyne og ører under intervjusituasjonen, som også diskuterte resultatene i etterkant og kom frem til en felles oppfatning om analysen og tolkningen av funnene. Dette anser vi økte overensstemmelsen.

Det er videre klart at den teorien vi presenterer ikke er 100 prosent objektiv ettersom både vårt valg av kilder, og også vår presentasjon av teorien, er gjort på bakgrunn av en ubevisst selektering. Denne selekteringen er igjen et resultat av våre opparbeidede kunnskaper og faglig forankring. Andre forskere ville kanskje ha vektlagt andre momenter eller benyttet andre kilder i arbeidet med den samme problemstillingen og det samme formålet.

Videre har tiden satt begrensinger på både innsamling av teori og data.

Til tross for dette har vi vært kritiske i vår kildebruk, da vi så langt det har latt seg gjøre sjekket opp kilder flere steder og i tillegg prøvd å finne mest mulig oppdatert teori.

6.0 Anbefalinger

På bakgrunn av at eWOM er gjeldende, og i tillegg at denne trenden vil øke, vil vi komme med følgende forslag til tiltak i den hensikt å oppnå en bedre kommunikasjonsprosess med forbrukeren:

- Lage linker på hjemmesiden deres som henviser til forumsider. På denne måten kan reiseoperatøren oppnå en viss grad av kontroll på hvilke andre kilder forbrukeren benytter seg av.
- Gjøre om nettsiden deres til en forumside, der det *kun* er forbrukere som skriver kommentarer. Her kan jo reiseoperatøren selv også eksempelvis kommentere og ”forsvare” negativ eWOM. La imidlertid de negative kommentarene stå, da dette øker troverdigheten til nettsiden.
- Alle selgerne må ha erfaring med reisemålene, og denne erfaringen må kommuniseres tydelig til målgruppen. Erfaringen må også kommuniseres med en ærlighet. Informantene tåler å høre det negative også, da alle vet at ingen steder er perfekte.
- Opprette en chat der forbrukere kan spørre selgere med erfaring, med de aktuelle reisemålene, om anbefalinger. Dette fører til at forbrukere kan oppnå en personlig kontakt med selgeren og reiseoperatørene vil følgelig bli mer interaktive i samhandlingen med forbrukerne. I tillegg får forbrukeren mulighet til å stille flere og inngående spørsmål uten å ta turen ned til reiseoperatørens forretning.
- Gjøre nettsiden så brukervennlig som mulig i forhold til blant annet relevant informasjon og interesser. Ikke alle har like god erfaring med bruk av Internett, i tillegg er behovene blant reisende forskjellige. Det er derfor viktig for forbrukeren å motta informasjon som imøtekommer deres interesser, ellers vil ikke denne informasjonen bli oppfattet eller tatt med i vurderingen.

7.0 Konklusjon

”Hvilken betydning har eWOM i forbrukerens informasjonsinnhenting før kjøp av reise, og hvorfor?”

Alle antagelsene, med unntak av én, viste seg å stemme i vår undersøkelse. På bakgrunn av funnene våre finner vi det imidlertid hensiktsmessig å dele opp konklusjonen i to, da det er tydelige forskjeller mellom de forbrukerne med mer erfaring og de med mindre erfaring med bruken av eWOM. De forbrukerne med mer erfaring tillegger dette mediet en større betydning i deres informasjonsinnhenting før kjøp av reise, enn de forbrukerne med mindre erfaring. Til tross for dette vil betydningen av eWOM øke, da gjentakende bruk av mediet fører til mer læring og følgelig en større beherskelse av bruk av mediet.

For begge kategoriene må imidlertid budskapet fra eWOM angå noe som er av forbrukerens interesse for at vedkommende skal oppfatte og bli påvirket av eWOM. I tillegg kan det være en stor fordel at forbrukeren oppfatter avsenderen som lik seg selv.

7.1. Forbrukerne med mer erfaring med bruk av eWOM

7.1.1 Betydningen av eWOM

Hos de forbrukerne som har mer erfaring med bruk av eWOM, både når det kommer til hvor lenge de har brukt det og omfanget av bruken, er betydningen av eWOM stor. De blir påvirket av anbefalinger på internett av både positiv og negativ karakter, men likevel må det flere anbefalinger til for at eWOM skal ha denne store betydningen.

Det er videre klart at eWOM kun blir benyttet som en tilleggskilde/medium. Dette innebærer at forbrukerne benytter seg av andre medier og kilder til informasjon, som eksempelvis WOM, reiseoperatørens nettsider, nøytrale kilder, som eksempelvis reiseguides og faktabøker, i sin informasjonsinnhenting før kjøp av reise.

7.1.2 Hvorfor

Årsaken til eWOMs store betydning ligger i dens informasjonsmengde, tilgjengelighet, troverdighet og forbrukernes egen erfaring i bruk av mediet.

Forbrukerne anser at eWOM tilfører en mengde av informasjon som gjør at de kan føle seg tryggere i valg av reisemål. Erfaring med bruken av eWOM fører til at forbrukerne klarer å skille ut den relevante informasjonen fra den urelevante. Videre fører erfaring til at

forbrukerne behersker å spesifisere søket til deres egen fordel, noe som innebærer at de både får den informasjonen de har behov for og som imøtekommer deres interesser.

Tilgjengeligheten er videre en viktig årsak til eWOMs store betydning ettersom forbrukerne kan benytte mediet når som helst og hvor som helst.

eWOMs store betydning kan også ses i sammenheng med dette mediets troverdighet.

Avsenderne av eWOM, andre forbrukere med erfaring med det aktuelle reisemålet, blir av disse forbrukerne ansett som eksperter. De anbefalingene forbrukerne benytter seg av er skrevet med gode intensjoner, da forbrukere med erfaring med bruken av eWOM vet å skille ut de ærlige innleggene med de med skjulte intensjoner. Den anonymiteten som eWOM representerer er derfor ikke en ulempe for forbrukerne.

Videre tilfører eWOM forbrukerne mer spesifikk informasjon, mens informasjonen fra reiseoperatørene anses som generell. På dette grunnlag stoler forbrukerne klart mer på eWOM enn på informasjon fra reiseoperatører, såkalte selgenererte kilder.

Til tross for dette er ikke eWOM av avgjørende betydning sammenlignet med WOM.

Forbrukerne anser at WOM tilfører dem mer informasjon av interesse enn det eWOM gjør, i tillegg stoler forbrukerne mer på WOM enn eWOM.

7.2 Forbrukerne med mindre erfaring med bruk av eWOM

7.2.1 Betydningen av eWOM

Hos de forbrukerne med mindre erfaring med bruk av eWOM har dette mediet mindre betydning i deres informasjonsinnhenting før kjøp av reise. De blir påvirket av anbefalinger på Internett av både positiv og negativ karakter, men ikke i like stor grad som de forbrukerne med mer erfaring med bruk av mediet. Forbrukerne bruker videre eWOM kun som en tilleggskilde til informasjon, der selgenererte medier og kilder i stor grad benyttes til fordel for eWOM.

7.2.2 Hvorfor

Den mindre betydningen eWOM har for forbrukerne kan begrunnes med mediets informasjonsmengde, mangel på troverdighet og forbrukernes mindre grad av erfaring med bruk av mediet.

Forbrukerne anser at informasjonsmengden eWOM gir, er altfor stor. De klarer ikke å skille ut det relevante fra det urelevante, noe som fører til en mindre bruk av eWOM.

Forbrukerne stoler heller ikke fullt og helt på budskapene som formidles gjennom eWOM, da de ikke vet hvem avsenderen er. De stoler imidlertid mer på eWOM enn budskap fra selgergenererte kilder, men ikke i like stor grad som forbrukerne med mer erfaring med bruk av eWOM. Det er selgerne som anses å være eksperter når det gjelder reisemål, og ikke avsenderne av eWOM.

eWOM blir i stor grad benyttet som tilleggskilde da forbrukerne vil ha flere ben og stå på, i tillegg til det faktum at de benytter seg av eWOM i mindre grad.

8.0 Litteraturliste

- Andreassen, Tor W. 2008. Gapstokk for kundemishandlere. *BI Handelshøyskolen*. 16.april. <http://www.bi.no/Forskning/Nyheter/Nyheter-2008/Gapestokk-for-kundemishandlere/> (lesedato: 10.mars.2011)
- Arnesen, Kathe. 2010. Digital vareprat. *Media and More*. 6.mai. <http://mediatrivia.wordpress.com/2010/05/06/digital-vareprat/> (lesedato 05.mars.2011)
- Arndt, Johan. 1967a. Role of Product- Related Conversations in the Diffusion of a New Product. *Journal of Marketing Research*, 4(3):291-295
- .1967b. *Word of mouth advertising*. New York: Advertising Research Foundation, Inc.
- Askheim, Gaute. Aas. Ola og Grenness, Tor. 2008. *Kvalitative metoder for markedsføring og organisasjonsfag*. Oslo: Universitetsforlaget AS
- Bagozzi, Richard P., Zeynep Gürhan- Canli og Joseph R. Priester.2007. *The Social Psychology of Consumer Behavior*. New York: Open University Press
- Blackshaw, Pete. 2006. Commentary: Consumer-Generated Media Is Fragile - Don't Mess It Up. *Ad Age Digital*. 05.september. <http://adage.com/article/digital/commentary-consumer-generated-media-fragile-mess/111679/> (lesedato 10.mars.2011)
- Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard og James F. Engel. 2001. *Consumer Behavior*. 9. utg. Ohio: South- Western Thomson Learning
- Blindheim, Trond. 2004. *Hvorfor kjøper vi? Om forbruk og reklame*. 2. utg. Oslo: Abstrakt forlag AS
- Breazeale, Michael. 2009. Word of mouse. *International Journal of Market Research*, 51(3): 297:318
- Bronner, Fred og Robert de Hogg. 2010. Consumer- generated versus marketer- generated websites in consumer decision making. *International Journal of Market Research*, 52(2):231-248
- Buttle, Francis A. 1998. Word of mouth: understanding and managing referral marketing. *Journal of Strategic Marketing*, 6(3):241-254
- Cakim, Idil M.. 2010. *Implementing Word of Mouth Marketing*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Cialdini, Robert B. 2011. *Påvirkning Teori og Praksis*. Oslo: Abstrakt forlag

- Chatterjee, Patrali. 2001. Online Reviews: Do Consumer Use Them. *Advances in Consumer Research*, Vol 28:129-133
- C.K. Prahalad og Ramaswamy V. 2004. Co-creating unique value with customers, *Strategy & Leadership*, 32(2):4-9.
- Cramer, Hans Martin. 2011. Når gikk du sist på besøk med en reklameplakat under armen?. *TNS Gallup*. <http://www.tns-gallup.no/?did=9082265> (lesedato 21.april.2011)
- Dahlen, Micael, Fredrik Lange, Terry Smith. 2010. *Marketing Communications*. England: John Wiley Sons Ltd
- Dellarocas, Chrysanthos. 2003. The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms. *Management Science*, 49(10):1407-1424
- Doh, Sun – Jae og Hwang, Jang – Sun. 2009. Rapid Communication. How Consumers Evaluate eWOM(Electronic Word – of – Mouth) Messages. *CyberPsychology & Behavior*, 12(2):193-197
- Engel, James F., Roger D. Blackwell og Paul W. Miniard.1995. *Consumer Behavior*. Orlando: The Dryden Press
- Framnes, Runar, Arve Pettersen og Hans Mathias Tjømmøe. 2006. *Markedsføringsledelse*. 7.utg. Oslo: Universitetsforlaget
- .2011. *Markedsføringsledelse*.8 utg. Oslo: Universitetsforlaget
- Fisk, George.1969. Word of Mouth Advertising. *Journal of Marketing Research*, 6(1) 112-112
- Furu, Nina. 2006. *Webkommunikasjon*. 2.utg. Kristiansand: IJ forlaget.
- Gelb, Betsy D. og Suresh Sudaram. 2002. Adapting to “word of mouse”. *Business Horizons*, 45(4):21-25
- Goldsmith, Ronald E. og David Horowitz. 2006. Measuring Motivations for Online Opinion Seeking. *Journal of Interactive Advertising*, 6(2):1-16
- Google. 2011. http://www.google.com/search?hl=no&rls=com.microsoft:no:IE-SearchBox&rlz=1I7ADFA_no&q=reise&aq=f&aqi=g10&aql=&oq (lesedato: 02.06.2011)
- Gripsrud, Geir, Olsson, H. Ulf og Silkoset, Hilde. 2007. *Metode og dataanalyse, Med fokus på beslutninger i bedrifter*. Kristiansand: Høyskoleforlaget AS.
- Gripsrud, Jostein. 2011. *Mediekultur, mediesamfunn*.4.utg. Oslo: Universitetsforlaget

- Gudbrandsen, Anita. 2011. *Studenttorget*. 01. februar.
<http://www.studenttorget.no/index.php?show=4944&expand=3797,4944&artikkelid=9285> (lesedato: 25.april.2011)
- Gupta, Pranjal og Judy Harris. 2010. How e-WOM recommendations influence product consideration and quality of choice: A motivation to process information perspective. *Journal of business Research*, 63(9):1041-1049
- Helgesen, Thorolf. 2004. *Markedskommunikasjon*. Oslo: Cappelen Akademiske Forlag
- Henning- Thureau, Thorstein, Kevin P. Gwinner, Gianfranco Walsh og Dwayne D. Gremler. 2004. Elektronic word- of- mouth via consumer- opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1):38-52
- Herr, Paul M., Frank R. Kardes og John Kim. 1991. Effects of Word of Mouth and Product- Attribute Information on Persuasion: An Accessibility- Diagnosticity Perspective. *Journal of consumer resrarch*,17(4):454-462
- Holmes, John H, John D. Lett, Jr. 1977. Product Sampling and Word of Mouth. *Journal of Advertising Research*, 17(5):35-40
- Johannessen, Asbjørn, Kristoffersen, Line og Tufte, A. Per. 2008. *Forskningsmetode for økonomisk – administrative fag*. Abstrakt forlag AS.
- Jue, Arthur L., Jackie Alcalde Marr, Mary Ellen Kassotakis. 2010. *Social Media at Work*, San Francisco: Jossey-Bass
- Kaufmann, Geir og Astrid Kaufmann. 2009. *Psykologi i organisasjon og ledelse*. 4.utg. Bergen: Fagbokforlaget
- Keller, Ed. 2007. Unleashing the Power of Word of Mouth: Creating Brand Advocacy to Drive Growth. *Journal of Advertising Research*, 47(4):448-452
- Kotler, Philip.2003. *Marketing management*.11. utg. New Jersey: Pearson Education, Inc: 204
- . 2005. *Markedsføringsledelse*. 3.utg. Oslo: Gyldendals Norske Forlag AS
- Kvale, Steinar og Brinkmann, Svend. 2009. *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal norsk forlag AS
- Lau, Geok Theng og Sophia Ng. 2001.Individual and Situational Factors Influencing Negative Word- of Mouth Behaviour. *Canatian Journal of Administrative Sciences Revenue canadienne des sciences de l'administration*. 18(3):163-178
- Macinnis, Hoyes. 2010. *Consumer Behavior*. 5.utg. USA: South- Western

- Murray, Keith B. 1991. A Test of Services Marketing Theory: Consumer Information Acquisition Activities. *Journal of Marketing*, 55(1):10-25
- NRK. 2010. Samfunnsoppdraget. <http://nrk.no/aarsrapport/2010/mediehusetnrk/> (lesedato:26.april.2011)
- Nærland, Torgeir Uberg. 2008. Lite men levende fagmiljø. *Paraplyen, internavis for NHH miljøet*. 08.mai. http://paraplyen.nhh.no/paraplyen/arkiv/2008/mai/lite_men_1/ (lesedato:10.mars.2011)
- Pelsmacker, Patrik de, Maggie Geuens og Joueri van den Bergh. 2010. *Marketing communications: A European Perspective*. 4 utg. Harlow: Financial Times/ Prentice Hall
- Qualman, Erik. 2009. *socialnomics, how social media transforms the way we live and do business*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Saleh, Khalid og Ayat Shukairy. 2010. *Conversion Optimization, The art of Science of Converting Prospects of Customers*. USA: O'Reilly Media Inc
- Safko, Lon, David K. Brake. 2010. *The Social Media Bible*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Samuelsen, Bendik M., Adrian Peretz og Lars E. Olsen. 2010. 2.utg. *Merkevareledelse på Norsk 2.0*. Oslo: Cappelen Damm AS
- Sander, Kjetil. 2004. Holdninger. *Kunnskapscenteret*. 22. august. <http://www.kunnskapscenteret.com/articles/2258/1/Holdninger/Definisjon-avholdningsbegrepet.html> (lesedato: 03.april.2011)
- Schiffman, Leon G, Leslie Lazar Kanuk og Håvard Hansen. 2008. *Consumer Behaviour*. England: Pearson Education, Inc
- Sen, Shahana og Dawn Lerman. 2007. Why are you telling me this? An examination into negative consumer reviews on the Web?. *Journal of Interactive marketing*, 21(4):76-94
- Seth, Jagdish N. og M. Venkatesan. 1968. Risk- Reduction Processes in Repetitive Consumer Behavior. *Journal of Marketing Research*, 5(3):307-310
- Skaalmo, Siri. 2004. Handler for milliarder på nett. *DN*. 15. September. http://www.dn.no/forsiden/IT_Telekom/article328794.ece (lesedato: 5.mai.2011)
- Smith, Donnavieve, Satya Menon og K. Sivakumar. 2005. Online Peer and Editorial Choice in Virtual Markets. *Journal of interactive marketing*, 19(3):15-37
- Steenstrup, Karin. Befolkningen vil, men det offentlige får det ikke til. *Kommunikasjon, portalen for strategisk kommunikasjon*.

- http://kommunikasjon.info/view_artikkel.php?article_id=459&id2=TShJYY7EZKLnxtN4npCGzvjtk (lesedato: 21.april.2011)
- Solomon, Michael. 2011. *Consumer Behavior*. 9.utg. New Jersey: Prentice Hall Europe
- , Gary Bamossy, Søren Askegaard og Margaret K. Hogg. 2006. *Consumer Behaviour*. England: Prentice Hall Europe
- . 2010. *Consumer Behaviour*. England: Prentice Hall Europe
- Soon.2009. Slik funker dagens Word of Mouth. 09.september.
<http://www.carat.no/layout/set/print/Nyheter/Innsikt/Forbrukerinnstikt/Slik-funker-dagens-Word-of-Mouth>. (lesedato: 22.april.2011)
- Statistisk sentralbyrå. 2010. Ni av ti husholdninger har Internett. *SSB*. 24.september.
<http://www.ssb.no/ikthus/main.html> (lesedato: 25.april.2011)
- . 2011. Norsk mediebarometer 2010. *SSB*. <http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/> (lesedato: 25.april.2011)
- . 2010. Avislesing ikke lenger for alle. *SSB*.
<http://www.ssb.no/vis/samfunnsspeilet/utg/201004/03/art-2010-10-04-01.html>. (lesedato: 25.april.2011)
- Taylor, James W..1974. The Role of Risk in Consumer Behavior. *Journal of Marketing*, 38 (2):54-60
- TNS Gallup. 2011. TNS Gallup lanserer InterBuss Q1 2011. <http://www.tns-gallup.no/?did=9097056> (lesedato: 01.mai.2011)
- Tollefsrød, Kjerstin. 2009. Vareprat på nett (e-WOM) gir deg mulighet til å lytte til dine kunders behov. *Ludensreklame*. 08. juni. <http://ludensreklame.custompublish.com/e-vareprat.158731.no.html> (lesedato: 25.februar.2011)
- Trusov, Michael, Randolph E. Bucklin og Koen Pauwels. 2009. Effects of Word- of- mouth Versus Traditional Marketing: Findings from an Internet Social Networking Site. *Journal of Marketing*, 73(5):90-102
- Thjømmøe, Hans Mathias og Erik Lee Olsen.2011. *Forbrukeratferd: kjøpsatferd og økonomisk psykologi i markedsføringen*. 8.utg. Oslo: Universitetsforlaget
- . 2001. *Forbrukeratferd*.7.utg. Oslo: Universitetsforlaget
- Vikøren, Birger M. Kjøpsprosessen. *Det Norske Leksikon*.
<http://www.snl.no/kj%C3%B8psprosessen> (lesedato: 03.april.2011)
- Visit Denmark: 2006. Nye familier- En kvalitativ undersøkelse i Norge og Sverige.
<http://www.e-pages.dk/visitdenmark/349/4> (lesedato: 07.april.2011)

Vedlegg

Intervjuguide

Innledning:

Vi kommer fra Markedshøyskolen, og holder for tiden på med vår avsluttende Bacheloroppgave. I denne sammenheng skal vi utføre dybdeintervjuer der vi skal prøve å forstå hvilke betydning anbefalinger på Internett har for informasjonsinnhenting før kjøp av reise.

Alle informantene forblir selvsagt anonyme, og du har rett til å avbryte intervjuet når som helst dersom du ønsker det.

Innledende spørsmål

- Er du glad i å reise?
- Har du vært mye ute å reist?

Ved besvarelsen av våre spørsmål, vil vi gjerne at du skal tenke på reisemål der du brukte mye tid på informasjonsinnhenting før kjøp av reisen.

1) Hva gjorde du da du innhentet informasjon?

Medier:

- Reisebyrå
- Kataloger
- Internett
- TV
- Aviser
- Radio

De kanalene du benyttet deg av:

- Hvilke ga deg mest informasjon?
- Hvor lett var det å finne informasjonen?
- Stolte du på informasjonen?
- Syntes du at informasjonen var relevant for det du ville finne ut?

2) Fikk du anbefalinger fra andre personer rundt deg?

- Hva fikk du informasjon om?
- Fordeler
- Ulemper
- Hvordan tror du negative anmeldelser påvirker deg?
- Hvordan tror du positive anmeldelser påvirker deg?

- Har du noen gang droppet et reisemål pga negative kommentarer?
- Stolte du på informasjonen du fikk fra de rundt deg?
 - Tradisjonell vareprat vs. Selgergenerert informasjon

3) Hva slags informasjon fikk du av anbefalingene på Internett?

- Bidrar anbefalingene til informasjon?
- Fordeler
- Ulemper
- I hvilken grad benyttet du deg av anbefalinger på Internett?
- I hvilken grad vektla du anbefalingene på Internett?

4) Fikk du nok informasjon fra anbefalingene på Internett?

- Leste du alle?
- Betydning av negativ eWOM
- Betydning av positiv eWOM

5) Sparte anbefalingene du fikk på Internett deg for tid?

- Hvis ja: Har du noen tanker om hva som gjør at det sparer deg tid?

6) Hvor tilgjengelig opplevde du at informasjonen på Internett var?

- Hvor fort finner du informasjonen du ser etter?

7) Hvor oppriktig opplevde du at anbefalingene var?

- Intensjon til avsender
- Anså du uttalelsene for å være ekspertuttalelser?
- Stolte du på anbefalingene du leste?
- Hva gjør en anbefaling på Internett troverdig for deg?
- På en skala fra 1-10, hvor troverdig opplever du at anbefalinger på Internett er?

Oppsummeringsspørsmål

- Hva vektlegger du mest: andre forbrukeres erfaringer eller markedsføring og reklame?
- Hører du på anbefalinger fra personer rundt deg som venner, familie etc, eller du hører du på anbefalinger på Internett?

Avslutningsspørsmål

- Kommer du til å benytte deg av eWOM neste gang du skal ut å reise?

— Er det noe du vil legge til rundt temaet?

Teoretiske antakelser

PROBLEMSTILLING: Hvilken betydning har EWOM i forbrukerens informasjonsinnhenting før kjøp av reise, og hvorfor? Finner påvirkning sted

Medievalg

1: Forbrukerne benytter seg i større grad av Internett enn de benytter informasjonskilder som reisekataloger, reisebøker/guider og medier som TV, radio, annonser og aviser.

Mia Martine: Hun hørte på anbefalinger fra andre, deretter googlet opp de anbefalingene hun fikk. Det kommer senere frem at Mia Martine (heretter Mia) også kan google "fritt" uten å ha hørt anbefalinger fra andre. Hun kan google litt åpent, og finne de nettstedene som er de viktigste.

Hun bruker ikke reisebyråer, bildene de henger opp blir mer som inspirasjon og "ønsketenkning". Hun går stort sett inn på hotels.com, hun føler dette er trykt, da de er "den største". Mia har benyttet hotels.com alle de siste gangene hun har reist.

Mia synes det er lettest med "de sidene som er lagt opp fullstendig for reiser, at du kan linkes videre til ting. Det er veldig lett å finne frem"

Mia synes kataloger er "old fashion" og tar for lang tid. Hun synes derfor det er lettere å google, for da kan man sette sammen akkurat de søkeordene man vil ha, ikke bla deg frem som du må i katalog. I tillegg er det mer jobb for Mia å bruke katalog.

Mia stoler på informasjonen hun får grunnet hun anser sidene hun går på for å være seriøse. All informasjonen på nettet er ikke relevant, men det er lett å klikke seg bort fra det.

Mia bruker mer tid på å hente informasjon nå enn før. Grunnen til dette er at det koster mye penger å dra på tur. (risiko) Hun blir tryggere på valget sitt.

Vegard: Han brukte kun Internett, hvor han googlet rundt, hvor han også så på anbefalinger på internett. Han fant destinasjonen og deretter fly og hotell. Vegard visste at han ville på storbyweekend, men hadde ikke bestemt seg for hvor før han begynte å søke på google. Valg av reisemål var en veldig strukturert prosess for Vegard: "Det var liksom å starte med mange alternativer også kutte ut, kutte ut, kutte ut, så til slutt sto du igjen med ett alternativ."

Han husker ikke helt hvilke nettsider han kom inn på, men storbyreiser hørtes kjent ut. Han er ikke mye bereist men til tross for dette synes han det er lett å finne informasjon. "Jeg er egentlig fullstendig grønn på det greiene der, og jeg etter en time eller to med google søking så fikk jeg både destinasjon og reise klar." Han var ute etter en operatør som hadde både fly og hotell på internett, og dette fant han på hotels.com. Vegard synes informasjonen han fant på Internett var "absolutt" relevant.

Vegard påpeker at i de tilfeller internettsiden har gitt veldig mye bra informasjon, trenger han ikke å gå tilbake til google for å søke mer, men går heller videre fra den siden han var på, ved å klikke på linker på siden.

Vegard tok valget sitt basert på anbefalinger på Internett. Han mener det var mest avgjørende (i motsetning til å høre på selgere, da han ikke stoler på disse)

Vegard stoler på nettsider som er kjent via reklame.” Men det er jo også operatører jeg ikke har sett på i media, i en eller form for media, jeg tar vel alt for god fisk tror jeg. Jeg regner med det(ler). Jeg blir sikkert lurt trill rundt(ler).”

Kristine: Internett, blogger, prater med folk som har vært der. Anbefalinger og ratings på forskjellige leiligheter fra de som har vært der. Leste kommentarer fra folk som hadde vært der, om de var fornøyd eller ikke. Hun går innom Kilroy, og får informasjon herfra, men bruker hovedsakelig Internett da dette er mye enklere. Før så jeg i katalogene, mens nå er det bare nettet. Reiseguiden/ reisebok ble også kjøpt, men dette ble benyttet da hun var på stedet, ikke før. Hun synes det var ganske enkelt å finne informasjon om hotell og leiligheter. Hun stoler derimot ikke på all informasjon på Internett, har erfart at bilder ikke stemmer. Men da benytter hun kommentarfeltene der folk skriver for å finne sannheten. ”For hvis hotellet er kjempedårlig, får man vite det, og dermed vil man ikke dra dit.”

Hvor Kristine innhenter informasjon kommer litt ann på hvor hun er i prosessen. Kristine nevner at hun kunne tenkt seg å gått innom Kilroy, men det hadde bare vært om hun tilfeldigvis passerer det på gata. Men ellers går hun inn på Internett, for det er mye enklere.

Heidi: Først brukte Heidi reisekataloger fra reisebyråer, og videre googlet hun på Internett for å se hva de fikk opp. Deretter sjekket de hva andre mennesker sa, og videre på reiseleverandørenes hjemmesider, for å se hva som sto der. Til slutt gikk de til et reisebyrå for å få litt ekstra informasjon som de ikke hadde fått på Internett. Heidi føler at det er godt å få informasjon fra folk som har vært der fra reisebyråene. Det er ofte at de som er reiseoperatører som har vært på de stedene de anbefaler. Heidi føler at reisebyråene er det beste, de gir mest informasjon. Grunnen til dette er reiseoperatørens erfaring med stedet. ”assa når du leser på nettet og leser i kataloger så er det fremstilt fordi det skal selge, føler jeg. Så nå når jeg gikk, ikke det at reiseoperatører prøver å selge, men da får du litt mer en kontakt hvor du på en måte kan lese personen litt mer og avsløre om dem på en måte er en selger eller om dem på en måte er genuine. Så, synes egentlig det er best å møte face to face.”

Da Heidi skulle til Hellas, gikk hun veldig mye på ”I love Hellas.no/com” og på Apollo sine sider, for ”de er jo spesialister på Hellas”.

TV kan ha hatt litt påvirkning for Heidi, men hun har aldri valgt en reise ut i fra hva hun har sett på TV.

Heidi synes det er lett å finne informasjon (vi tolker dette gjelder på Internett), men alt var ikke relevant.

I tillegg til dette har Heidi benyttet reiseguide; Lonely planet og en norsk en. Heidi synes at reiseguidene gir mye mer detaljert og spesifikt informasjon, mens på Internett er det mer *selgende*.

Linn: Linn går på nettet, det er det første hun gjør. Også sjekker hun litt rundt med venner, hun spør om venner har erfaring med stedet eller om det er andre steder de vil anbefale. Hun

sjekker alt fra reiseoperatørene sider til googling med utvalgte søkeord. Hun søker bevisst etter anbefalinger på nettet ved å spesifisere søkeord. Reiseoperatørene har reisebrev og reisetips fra andre som har vært på stedet, og disse ser hun på. Hun liker også å se på blogger, og da bilder og kommentarene. Hun bruker mye tid på informasjonsinnhenting. ”Det er kjipt å bli skuffa”. Hun benytter ikke reisekatalog lenger, 3-4 år siden sist. Det er lettere på internett da man kan søke etter akkurat det man vil på nettet. Reiseoperatørene har mye mer utfyllende informasjon på nettet enn i kataloger. Hun ser på travel channel, men mer som en inspirasjonskilde. Hun nevnte et eksempel da hun fikk tips fra en venninne om Parga for så å søke mer om dette på nettet og så bestemme seg for å dra. Hun synes at informasjonen på nettet er relevant. ”Det hadde ikke gjort meg noe å bare søkt på nettet.” ”reisekataloger er jo utgått på dato.”

Anders: Går først til venner og bekjente hvis det er et sted han ikke har vært på før. Ellers så blir det Internett som man innhenter informasjon om stedet, fasiliteter. Anders synes det går helt fint å finne informasjon på Internett, og føler at den informasjonen han finner på kanalene han benytter seg av, som hotels.com, gir relevant informasjon. Han ordner først en flybillett/båtbillett for så å innhente informasjon til det stedet han skal til (kultur, oppførsel, valuta). Når han har bestemt seg for en destinasjon så googler han for å finne reiseguides og blogger fra folk som har vært der før. Anders benytter seg ikke av Ving og Startour, da han liker å sette sammen pakka selv. Han liker den kontrollen, han er veldig prisbevisst. Videre så stolte han på den informasjonen Internett gir han.

Når Anders søker på Internett så går han blant annet og ser på sånne reiseguides. Med reiseguides mener han eksempelvis VGs reiseportaler, han kaller dette for fagspalte.

Magnus: han snakket med mennesker rundt seg som hadde vært ute og reist for deretter å gå på Internett og finne ut hva som skjedde i landet da, og så finne ut hvilke land han skulle til og hva de skulle se i de ulike landene. Han snakket også med Kilroy, han skrev en liten mail til de.+ Lonely planet bøker, leste litt i dem, men mest Internett. Det første han gjør er å gå inn på Wikipedia også lonely planet(forum der folk kommer med tips). Han føler også at reisedokumentarer gir informasjon, men dette er mer tilfeldig, han går ikke aktivt og sjekker TV.

Henrik: han sier med en gang at han innhenter informasjon på Internett. På Internett ser han på reisebyråsidene, hotellsidene, og er opptatt av pris. Kvaliteten har ofte ikke så mye å si, så lenge det er renselig. Gjerne via google, han søker og velger de alternativene som kommer opp, trenger ikke å være en spesifikk side. Han har ikke blir påvirket av TV eller aviser. Han syntes det var lett å finne informasjon, men han følte ikke at alt var relevant, men han tenker ikke over hvor fort det kom opp eller hvor mye, det er irrelevant så lenge informasjonen er interessant for han. Han stolte på informasjonen han fikk. Han er usikker på hvilke sider han går på Internett, er ikke noen spesifikke sider. Han må tenke seg om om hva som faktisk kommer opp av sider når han googler. Han har videre kjøpt lonely planet boka ETTER at han har bestemt seg for reisemål. Han bruker tripadvisor. Han holder seg til første siden på google, men om du ikke er tilfredsstillt da går du på side nr 2, men det er sjeldent da det er de største sidene som kommer opp på side 1. Henrik har ALLTID brukt Internett for å søke etter informasjon.

Henrik søker ikke etter informasjon hos reisebyrå da han føler at han kan gjøre samme jobben selv. Da slipper han å drive å ringe og snakke med en av damene som skal selge.

Fahreta: Kun brukt Internett. Her har hun benyttet sidene expedia og travellink, eller sånne type sider, hotels.com, hvor det både er fly og hotelle og kan sjekke priser. Anbefalinger på hotels.com nevner hun også. Hun har ikke brukt reisebyråer eller kataloger. Ikke TV. Hun syns hotels.com er veldig bra siden hun får pris og anbefalinger. Du får opp alle typer hoteller. Også går hun på visit nettsider. Hun sier videre at det er veldig tilfeldig hvilke sider man havner på ettersom hun googler opp byer og diverse. Hun syns at det var lett å finne informasjon på Internett, men alt var ikke relevant. Hun brukte tid på å lese og fjerne det som ikke er relevant. Man havner på nettsider som har mye irrelevant informasjon, men får relevant informasjon ved å spisse søket sitt. hun stoler på informasjon der flere har sagt samme ting.

”Så jeg tror atte valg av reisemål at det er en kombinasjon da at du har en ide om hvor du kunne tenke deg å reise også hører du litt rundt med venner og kjente hva folk anbefaler og hvis det er flere som nevner en by eller sted, hvis det er flere som nevner samme sted da, så begynner du å tnke hmm kanskje jeg skal sjekke det ut litt mer og da gjør man kanskje research selv på Internett. At man gjør begge deler. At man gjør research selv og får anbefalinger fra venner og familie.”

På svar om Fharet kun benytter seg av anbefalinger på internett svarer hun følgende: ” Ja. Kun anbefalinger og egentlig det som dukker opp. For jeg liker å søke på google og da kommer det opp masse forskjellige sider, og hvilke side jeg havner på, det er jo egentlig veldig tilfeldig.” Dette innebærer at det er stor sannsynlighet at hun kommer in på selgenererte sider men at dette er sider hun ikke aktivt søker opp, men som hun kommer inn på ved tilfeldighet.

På Internett ser bare Fahreta på de første sidene når hun googler opp. Hun sier videre at man alltid havner på en anbefalingsside, da det finnes mange av disse.

Kjersti: Kjersti søker hovedsakelig på Internett, samt benytter hun kartbøker. Hun benytter internett spesielt i de tilfeller hun skal på langturer. Kjersti søker etter hoteller, byer, fly, severdigheter og sightseeingsteder på Visit sider. Når hun har benyttet seg av kataloger, har de hovedsakelig vært fra Kilroy. Hun nevner et tilfelle der hun brukte katalog når hun skulle bestemme hvor hun skulle reise. Hun valgte videre hotell ut fra katalogen. Katalogen var avgjørende for valg av hotell i dette tilfelle. Internett var det medie som ga mest informasjon. Fordi de har så mye, så du kan bare velge og vrake. Hun synes ikke det er negativt at det er så mye men kan velge i på Internett, fordi ”så lenge du er god til å søke på nettet så er det greit, men er du eldre og ikke kan noe om data så tror jeg kataloger er bra. ” (dette går på læring) Kjersti påpeker videre at det er mye på Internett som ikke er relevant, men hun stolte på informasjonen.

Det er mer tilfeldig hvilke internettside hun går på. Det kjersti ser på på Internett er hotels.com og cheaphotels.com.

Mette: Hun bruker fortrinnsvis Internett for kilde til informasjon, mest google. Hun skriver inn ord for å se hva som kommer opp. hun bruker lite kataloger, og oppsøker ikke reisebyråer.

Hun klarer ikke å huske hvilke nettsider da hun søker på google og går på de sidene som dukker opp (det er altså tilfeldig hvilken side hun går inn på, hun går ikke bevisst inn på anbefalingsider med andre ord. Hadde ewom hatt stor betydning hadde hun gått inn på slike forum sider med en gang.) Mette har også benyttet seg av reise guider før bestilling. Disse har både kart og faktainformasjon. = nøytral kilde. Den beste kilden syns Mette er å snakke med folk som har vært på steder, og særlig hvis det er noen som har bodd der. Hun syns at både bøker, internett og informasjon fra andre mennesker er like gode kilder, men at de gir ulik informasjon. Se antagelse 2. Hun syns det er forholdsvis lett å finne informasjon på Internett, men påpeker at hun ikke er ekspert og derfor ikke vet helt hvordan hun skal bruke Internett. Hun syns at informasjonen på Internett ”absolutt” var relevant.

WOM

2: Forbrukere søker etter anbefalinger fra mennesker rundt seg, både venner, familie og bekjente, før de bestemmer seg for reisemål, og WOM er en av de viktigste kildene til informasjon.

Mia fikk anbefalinger fra venninner og familie. Hun ser etter hva som er gøy og ikke gøy å oppleve, hvor man bør reise osv. Mia vektla informasjonen fra andre som var lik meg: ”det var det viktigste”. Det blir lettere å ta et valg etter at man får anbefalinger fra venner: ” hvis noen som kjenner deg og har samme preferanser da, så vet du at da har den personen synes det har vært alright, og da er det lettere når du skal velge”

Ulempe med WOM: er at alle har forskjellige meninger om ting, det er subjektive meninger du får, og ikke objektive. Derfor kan man ikke ta anbefalingene for god fisk. Men Mia ser mest fordeler med å bruke WOM og hun tar de med i vurderingen. (Men påpeker at man må være litt skeptisk)

Hun har reist til et sted selv om hun har hørt noe negativt om det. (NWOM har dermed ikke hindret henne)

Vegard har ikke fått veldig mye WOM fra venner og bekjente, men hadde han spurt, hadde han fått og brukt det. Vegard kjenner mange som har reist en del som han vet han kan spørre. Vegard hadde spurt mest om destinasjon, deretter hotell. ” Hadde vennene mine vært fornøyde med hotellet, så hadde det vært veldig aktuelt for meg å bodd på det samme hotellet. Og hadde vennene mine ikke vært fornøyd hadde jeg helt klart styrt unna det hotellet. Fordi jeg reiser veldig lite, så når jeg reiser så skal det være 100 %.” (vår konklusjon ut i fra dette er at han stoler veldig på sine venner) Vegard sier videre at han stoler på venner og familie, men at han ”er såpass frekk” at han ser ann personen som gir han anbefalingen. Vegard unngår de anbefalinger som kommer fra noen som krever lavere standard enn han. ”Jeg hører mest på de som er som meg”.

Fordeler med WOM: Anbefalinger fra andre gir Vegard fordelen at han føler seg trygg, noe som er veldig viktig for han da han ikke reiser så ofte.

Ulemper med WOM: Sosiale skiller, at man har forskjellige interesser, kan være en ulempe, da et reisemål kan være bra for noen og ikke passer for Vegard.

Kristine: Kristine dro til Barcelona etter en anbefaling fra en venninne. Når hun nå planlegger en lengre tur til Australia stoler hun mer på folk som har bodd der enn informasjon fra Internett. Ulemper med WOM: folk har forskjellige interesser så det kan hende at man får anbefalinger som ikke imøtekommer Kristines interesser. Hvis ikke vedkommende er lik henne selv kan hun få en uriktig anbefaling i forhold til hennes interesser. Hvis hun hører flere negative kommentarer om et sted kan det føre til at hun dropper dette stedet, men kun en negativ kommentar vil ikke føre til at hun dropper det. Hun stoler på informasjonen hun får fra folk rundt seg.

Heidi fikk en anbefaling fra en venn, som hun sjekket videre opp gjennom research fra reisbyrå. Heidi om WOM: ”Det treffer jo på en helt annen måte når du får en anbefaling fra noen du kjenner. Fordi det er et menneske du har opparbeidet et forhold til og har en viss tillit til. Så selvsagt så veier det litt tyngre enn det det andre måtte ha å gi.”

På spørsmål om hvem Heidi tar seg mest tid til å høre på, svarte hun: ”Det er jo de som er meg aller nærmest, stort sett. Ehh,” De som er mest lik deg eller? ”Ja, egentlig, det har veldig mye å si at man på en måte har felles interesser, felles plattform å gå ut i fra da. Og hvis for eksempel en annen fotoentusiast sier at der bør du dra, for der får du sånne og sånne bilder, da er det jo klart at de tar jeg jo det til etterretning.”

Ulempe med WOM er at det kan skje at anbefalingen ikke stemmer overens med det Heidi opplever.” Så du skal være litt forsiktig med hvem du stoler på det er det som er viktig, ikke bare satse på en anbefaling, men at du henter inn informasjon ved siden av så du er sikker. Ikke det at du ikke stoler på personen, men det kan jo være greit å høre det fra andre munner og egentlig.”

Negativ WOM kan ha en påvirkning, men dette er bare noe hun har i bakholdet, fordi hun sjekker opp dette uansett med reiseoperatører.” Men selvsagt hvis det er noen som står deg nært og de sier, ikke reis dit så er det klart at det har en innvirkning, du blir med en gang litt mer negativt innstilt i stedet, det er klart.”

Positive anbefalinger kan føre til at Heidi sjekker ut stedet mer.

Linn: ja, hun hører på anbefalinger fra andre rundt seg. En venninne var avgjørende for valg av reisemål til Parga. Men hun hører bare på de med samme interesser som henne, og følgelig hvilket reisemål det er snakk om da hun kun vil reise til varmere strøk. Hun får en mer trygghetsfølelse ved å benytte seg av WOM. Hun droppet et reisemål etter at hun hadde hørt noe negativt om det.

Anders: går først til venner og bekjente, før Internett.= WOM stor betydning. Fra WOM får han informasjon om alt fra stedet til hoteller(kultur, oppførsel etc). Anders veier den informasjonen han får fra WOM: ”Det spørs hvor tung den er og hvor ofte den blir sagt. Hvis man innhenter informasjon fra venner og bekjente og kanskje ti bekjente sier at man ikke skal reise et sted for de har hatt negative opplevelser, også har man tre positive, så ligger vekten

veldig forskjellig. Dersom det er like mye negativt som positivt, tyr han til Internett for å finne mer informasjon og om det stemmer og for å kunne ta et valg. Blogger og sitater for å dobbeltsjekke. WOM veier tyngre når reisemålet er ukjent.

Magnus: Magnus fikk mye informasjon fra venner og familie, men han prøvde å luke ut det som var relevant for han fordi alle synes at de stedene de har vært på er kjempefine, ”alt er kjempefint.” han hørte veldig mye på broren sin og et par andre jentevenner som hadde vært ute og reist. Allikevel tar han disse anbefalingene med en klype salt, og sjekker disse videre opp andre steder. Han leste selv på Internett og prøvde å finne ut hva HAN ville se. Han tenker over og vurderer negative kommentarer, han tar det med seg i vurderingen og prøver å finne ut om det er noe sannhet i det. Hvis det negative er relevant for han hører han mer på det, men negative kommentarer påvirker ikke han så mye. Han blir heller ikke påvirket så mye av positive anbefalinger, han sjekker det videre opp. Han har basert valget sitt kun på anbefalinger, men det gjaldt ting å gjøre på et sted han kom til, Fiji. En lokal fyr på Fiji som la opp hele turen der for dem.

Henrik: Henrik sier først at han ikke har fått anbefalinger fra venner og familie, men så snakker han om gutturer der alle ”garantert har prøvd å finne informasjon fra folk rundt oss”, alle har hørt rykter for så å sjekke dette videre ut. Han tar anbefalinger fra folk rundt seg for god fisk, men sjekker som regel ut anbefalingene etterpå. I de tilfeller på turer de ikke hadde tilgang på Internett, hørte de fra andre mennesker. Men negative ting de hørte stoppet dem ikke, de dro allikevel.

Fahreta: hun har fått anbefalinger fra folk rundt seg. Det er alltid noen som har vært der hun skal, da kan de komme med anbefalinger på eksempelvis restauranter og steder å se, men det går inn det ene øret og ut det andre øret. Hun fikk anbefaling om å dra til Istanbul, og det gjorde hun på bakgrunn av denne anbefalingen. Hun hører på anbefalinger så lenge de er innenfor hennes kriterier når det eksempelvis gjelder pris. Hun får anbefalinger om hotell og restauranter, kafeer og attraksjoner. ”Og noen ganger så, de anbefalingene man får av venner og kjente, det ehm, ja, man bare tar det imot for å være høflig også tenker du atte ja, okei men du er litt alternativ, jeg vil ikke til det stedet eller at den informasjonen du får at den ikke passer det du selv har lyst til å gjøre da.” Hun hører på folk som er like seg selv. ”..ja, fordi den som anbefaler, du ser jo på den personen har samme type personlighet som deg, eller liker de samme tingene som deg da.” hun husker bedre hva de som er lik henne sier. Hun sier videre at hun kan få mer informasjon fra venner, bekjente, familie enn hun kan få på nettet fordi det er vanlig turistinformasjon på nettet. Videre sier hun at alle steder har positive og negative sider, men hun vurderer valget selv siden det er hennes penger og hennes reise. **Med andre ord, hva andre sier er ikke av avgjørende betydning.** Hun sier videre at hun ikke stoler på alle anbefalinger fordi anbefalinger er individuelle. Folk er forskjellig og har forskjellige opplevelser.

Kjersti: Hun får anbefalinger fra venner og familie som har vært på reisemålet før. Da fikk hun informasjon om hotell og severdigheter. Den informasjonen hun vektlegger mest var informasjon angående hotell og service.

Negative kommentarer førte til at hun droppet valg av et reisemål (en bydel).

Mette: Den beste kilden synes Mette er å snakke med folk som har vært på steder, og særlig hvis det er noen som har bodd der. Informasjonen hun får fra andre personer er veldig levende. Hun får ofte anbefalinger fra venner som har vært ute og reist. Hun er veldig påvirkelig for slike anbefalinger og hører mer på informasjon fra anbefalinger enn det hun får fra Internett. Det blir mer virkelig, og det er lettere å stole på dem enn kommentarer fra folk du ikke vet hvem er. En anbefaling fra en venninne førte til at hun nå vil dra til dette stedet. Hun stoler veldig på WOM. Mette ser en ulempe med å høre på andres anbefalinger ettersom man er forskjellig og har forskjellige behov og oppfatninger om et sted. Videre så kan det være at venner bare trekker frem det positive. Hun stoler mest på de hun står nærme og kjenner bedre. Hun kan videre bli påvirket av å høre noe negativt om et sted, hun får negative assosiasjoner til et sted som hun har hørt noe negativt om. Hun har alltid hatt en negativ innstilling til Tyrkia grunnet hennes foreldres oppfatning om stedet, men har endret sin holdning etter å ha hørt flere og flere positive kommentarer fra venner.

3: Forbrukere stoler mer på informasjon fra personlige kilder enn fra kommersielle kilder. (venner, familie, bekjente versus markedskommunikasjon)

Mia tar ikke anbefalingene for god fisk, men tar det med i vurderingen. Mia stoler mest på selgere sier hun tidlig i intervjuet. Grunnen til dette er at selgere er veldig flinke til å finne turer der de vet at du kommer til å trives. Men Mia sier også at hun vil sjekke opp informasjonen hun får fra selgere med andre folk rundt seg, for å sjekke om det er troverdig.

Vegard stoler ikke på selgere, men stoler på vennene sine. (se antagelse 10) ” i utgangspunktet så stoler jeg mer på anbefalinger fra bekjente, for de tenker ikke på at de skal tjene på det.”

Vegard stoler mer på brosjyrer enn hva selgere sier.

På svar på om Heidi stoler på informasjon fra WOM: Til en viss grad, som sagt det kommer an på personen som gir informasjon, ehh, men hvis det er noen som står meg veldig nært og så sier det så er det klart at jeg stoler på den til en viss grad, men jeg vil gjerne få det fra et annet sted i tillegg for å være sikker på at jeg har vært fall, danne meg et lite bilde over situasjonen, hvis det er sånn at jeg ønsker selv veldig å reise dit da. men hvis det er sånn at jeg ikke engang har tenkt tanken så tenker jeg jo ikke mer på det heller.”

Det er litt både og hvem Heidi stoler på, men hvis hun måtte velge, så hadde hun valgt de menneskene som er rundt henne. (dette var ingen klar tale)

Anders: Fordeler med WOM er at han føler han får sannheten, det er ikke noe som forstyrrer det. Han ser videre ingen ulemper da han alltid dobbeltsjekker informasjonen. (han stoler ikke blindt på WOM siden han dobbeltsjekker =vår tolkning!) Han sier videre at han stoler på informasjonen fra WOM, og stoler mer på denne informasjonen enn informasjon fra reklame.

Magnus: Han stolte på broren sin fordi broren er lik han, men allikevel sjekket han opp informasjonen han fikk fra broren. Han tok til seg all informasjon han fikk fra andre personer rundt seg, han kan ikke skjønne at noen skal stå og lyve om ting. Han stoler mest på venner og familie kontra informasjon fra kilroy eller andre reiseoperatører og aftenposten, han synes at den informasjonen er for generell, mens venner og familie kjenner han og vet interessene hans.

Henrik: han stoler på anbefalinger fra folk rundt seg, men sjekker disse videre opp, gjerne via Google. Han stoler mer på folk rundt seg enn reiseoperatører og sier videre at han aldri har vært på en reisebyråside.(sjekk antagelse nr , her sier han at han sjekker reisebyråside, kan det hende at han kun ser etter priser på slike sider?)ja, han sjekker kun pris, og ser ikke så mye på informasjonen som står på slike sider. Denne googler han opp. Om spørsmål på hva han stoler mest på svarer han at det er en kombinasjon fra hva han hører fra folk rundt seg og det han søker på Internett. ”jeg vil tørre å påstå at kan du bruke Internett så kan du være veldig selektiv og vite akkurat hva du, hva som er verdt å stole på og hva som ikke er verdt å stole på.”(Går ikke dette på læring??)

Fahreta: i forhold til sydenturer stoler hun mer på informasjon fra venner og familie da hun synes at ving og startour viser fine bilder av sydensteder selv om det kan være et drittsted. Og da kan det være greit å høre med venner og familie. Storbyer er litt annerledes. Om du velger anbefalinger fra venner og familie eller info fra Internett avhenger av hvor du skal reise. Ved storby kan man godt høre på venner og familie og, men.. i forhold til sydenturer påvirker negative anmeldelser fra andre venner og familie veldig mye, det har ført til at hun har droppet flere feriemål. Fahreta påpeker videre at hun ikke hører på positive anbefalinger hvis hun ikke har penger eller av andre grunner ikke har mulighet til å reise. Hun ser bare nytten i anbefalingene om det passer hennes situasjon. Hun vil derfor ikke si at positive anbefalinger fører direkte til kjøp.

Kjersti: Hun ser fordeler med å høre på anbefalinger fra de rundt seg, fordi de er nærme deg. ”Fordi de har blitt fornøyd med det, så antar man jo at man blir fornøyd med det selv”. ”Du stoler på de som er nærme deg, tilknyttet. Det er jo litt spesielt visst man ikke kan stole på venner eller familie da.” Kjersti påpeker likevel at hvis de personene som anbefaler henne et reisemål som de selv har vært på mange ganger, så kan man ”bli blinde for ting”. Men Kjersti stoler likevel på det ”Stort sett må man jo stole på det”.

Kjersti sier at hun stoler mer på WOM enn reklame. Grunnen til dette er: ”det kan jo være at de som har skrevet de katalogene har vært på de reisestedene, og de er jo veldig opptatt av å selge, at de promoterer for mye, og at det de da ikke er så troverdig lengre. Men generelt sett er det jo helt ok det de skriver da. De kan jo ikke overdrive for mye for da får de jo negative tilbakemeldinger. Hvis ting ikke viser seg å stemme blir det jo ødelagt.”

Mette:Hun stoler mer på hva andre sier enn det som kommer fra reiseoperatører, reklame og kataloger. Videre kommer det frem at hun stoler like mye på WOM som på såkalte ”faktabøker” type reise guider ettersom dette er objektive anbefalinger. Men hvis dette er bøker der folk har kommet med kommentarer som ikke er objektive så stoler hun ikke like mye på det.

eWOM

4: Forbrukerne benytter seg i stor grad av eWOM før valg av reisemål

Mia benytter eWOM. Hun ser på rankinger ulike hoteller får, og sier at hun ikke har lyst til å dra på et hotell om det får dårlig poeng av tidligere kunder. (se anbefaling 6) Mia innhenter mest informasjon når det gjelder hoteller og føler at anbefalingene bidrar til informasjon.

Videre velger hun hotell etter hva andre anbefaler. (hun hører derfor mye på eWOM, men bruker denne som en tilleggskilde, se anbefaling 8) Mia påpeker at: ”Det hjelper ikke at hotellet har 4 stjerner visst alle sier at det er forferdelig dårlig der.”

Mia leser ikke alle anbefalinger, kun de øverste. Hun siler ut de useriøse (se hvordan på antagelse 9).

Vegard tok valget sitt basert på anbefalinger på Internett. Han mener det var mest avgjørende (i motsetning til å høre på selgere, da han ikke stoler på disse).

Vegard sier videre at han vektlegger eWOM ganske bra.

Vegard synes at det er så mange anbefalinger at han leser bare som ”popper opp”. Den første siden på Google er veldig avgjørende, ”jeg er veldig dårlig til å klikke på den siden nr. 2 på google, så det er veldig avgjørende den første siden.”

Kristine: leser ikke alle kommentarene. Vipper hun mellom to steder, spiller ewom en mye større rolle.

Kristine synes det er en trygghet å benytte anbefalinger på Internett: ”Det er et pluss å vite at det stedet jeg har valgt er bra da i forhold til hva andre sier. Det blir på en måte en trygghet”.

Kristine leser ikke alle kommentarene, men er hun vipper mellom to steder så sjekker hun flere kommentarer , i slike tilfeller spiller kommentarene en mye større rolle for henne.

Kristine ville savnet å benytte eWOM dersom hun ikke kunne benyttet seg av det. ” Ja, som sagt, de har vært der og kanskje gjort de tingene jeg vil gjøre der nede da. Og hvis det er ingen som kanskje har skrevet noe så vet jo ikke jeg hva jeg går til. Jeg kan selvfølgelig lese det på internettet på reisesider og sånt, men man vet jo ikke 100 % sikkert om det stemmer da, som sagt, de vil jo bare selge inn det beste med stedet. Så ja, det ville jeg ha savnet.”

Når Heidi søker etter informasjon på Internett, søker hun på google, og slenger på ”anbefalinger” i søkemotoren. (Vi tolker dette som at Heidi bevisst søker etter anbefalinger)

Heidi føler at eWOM bidrar til informasjon og benytter seg av hotels.com der ser hun på anbefalinger på hotellene og ratingene i forhold til hva slags stjerner som har blitt gitt.

Anbefalingene på hotels.com var avgjørende for valg av reisemål i et tilfelle. I tillegg så spilte også prisen inn.

Heidi leser mest anbefalinger når det kommer til valg av hotell. Videre søker hun på det stedet hun vil dra til på google.

Anbefalinger benyttes for å vite hva som er ”opp og ned på stedet” hovedsakelig, men det kan også påvirke valget om å reise dit eller ikke.

Heidi skummer lett over anbefalingene, og leter litt etter de som er litt lengre og tar stikkprøver av anbefalingene. Hun ser på gjennomsnittet av ratingene og luker ut de anbefalingene som ikke virker seriøse nok.

Hittil har Heidi bare brukt eWOM på valg av hotell. Det er tilfeldig om hun leser positive eller negative anbefalinger. Noen ganger kan hun lese en anbefaling som er veldig motstridende med resten ut i fra ren nyskjerrighet.

Heidi benytter mye anbefalinger når det gjelder kjøp av hotell og sier at hun ikke er en som vil satse penger, for så mye penger har hun ikke, at hun bare kan si: ”jaja, men hvis ikke den ferien gikk så bare booker jeg inn på et annet hotell” Dette tolker vi dit hen at hun bruker lang tid på å veie for og imot med de anbefalingene hun ser og at anbefalinger når det gjelder hotell er avgjørende. Følgelig innebærer valg av hotell en stor risiko. eWOM skal her sørge for at hun får denne tryggheten.

Heidi pleier å lese gjestenes vurderinger på ulike reiseoperatørsider og disse er likestilt med andre anbefalinger.

Linn: går bevisst inn på forumer der folk har lagt inn kommentarer og anbefalinger. Tripadvisor blir mye brukt i tillegg til å søke på negative ord. Se 7. Hun søker en del etter hva folk sier om eksempelvis hoteller da hun liker at det skal være rent og pent. Hun leser gjennom alle anbefalingene til tross for at dette ofte kan være 5-6 sider. Hun er altså en storforbruker av anbefalinger.

Anders: Han skal til New York nå. Han har vært der før, og søker nå etter det beste hotellet i forhold til den prisen han er villig til å gi. Han er prisbevisst og ønsker å få mye ut av pengene sine. Han ser nå etter både positive og negative kommentarer om hotellet. Han sier videre at kommentarene på Internett er en tilleggsinformasjon. Han føler at informasjonen fra ewom veier tyngre i de tilfeller han ikke har vært der. Informasjonen hjelper han mer i de tilfeller han ikke har vært på reisemålet før, da det da innebærer mer risiko. ”Jeg trokke jeg bruker det sånn hundre prosent, men det blir n sånn bi-greie”. Anders finner først ut stedet gjennom enten venner, familie eller annonser for så å sjekke anbefalinger på Internett. Anbefalingene kommer i andre rekke. Han skumleser anbefalingene, men leser de som han ser er seriøse. Han leser anbefalingene veldig nøye når han sitter klar til å bestille, men når han ikke har funnet ut hvor han skal dra så bare skumleser han. Hvis han har flere alternativer så luker han ut de med negative anmeldelser. (dette var når han var sikker på at han skulle til det stedet). Så velger han ut de med best anbefalinger. Jo nærmere kjøpsbeslutning han er, jo mer nøye leser han eWOM. Hvis det er to like hoteller kvalitetsmessig(4 stjerner) og den ene koster litt mer, mens den andre har negativ kommentar, så går han for den dyreste.

Anders sier på slutten at han kommer til å benytte seg av anbefalinger på Internett neste gang han skal ut og reise, men som tilleggsinformasjon.

Magnus: Først hører han rundt, deretter går han på Internett der han synes at Lonely planet sitt forum gir han mest informasjon. Han sa videre at han søkte informasjon her for blant annet å finne ut av hvilken pris han egentlig skal betale for eksempelvis transport i Thailand=

trygghet. ”Men på Lonely Planet sitt forum egentlig, der folk skrev mye da, det stod utrolig mye” (svar på spørsmål om hvor han følte han fikk mest informasjon). Videre kommer det frem at Magnus sjekket hjemmesiden til hostellet i de tilfeller de hadde en egen hjemmeside, etter å ha lest anbefalinger. Anbefalinger har mye å si, men ikke så mye å si for ofte har han innerst inne bestemt seg for et reisemål og så sjekker han dette videre opp. magnus leser så mange anbefalinger til han føler seg tilfreds med det han vil vite= trygghet er viktig.

Henrik: han vektlegger anbefalinger ganske mye egentlig. Du vet at anbefalingene og andres opplevelser kommer til å bli annerledes for han, men han bruker mye tid på å finne ut hva han vil oppleve og da er det første siden på google. Han føler at det som kommer opp på google treffer et bredt spekter av meninger og erfaringer.

Fahreta: På spørsmål om hun vektlegger anbefalinger på Internett myem svarer hun: ”Ja, ehh, assa på forhånd så, jeg tror nok at jeg ikke bruker så mye tid på anbefalinger og den type ting før vi kjøper en reise da, det er gjerne etter vi kjøper reisen og alt er i boks. Man gleder seg veldig til turen, og da bruker jeg veldig mye tid på internett på å bare bli litt mer kjent.”

Fahreta påpeker at noen turer kan være veldig spontane, og at hun i slike tilfeller ikke bruker så mye tid på å hente inn informasjon. Eksempelvis brukte jeg veldig lang tid etter billetten til Istanbul var bestilt (for dette var en spontantur). Men hun kan også bruke anbefalingene for å finne ut hvor hun skal reise.

Sist gang Fahreta bestilte tur brukte hun lang tid på å finne informasjon, men hun var kun innom starttur og ving der kriteriene hun hadde og pris var viktig.

Fahreta leser ikke de anbefalingene som ikke omhandler hennes interesser. Hun finner dette uinteressant. Fahreta leter både etter positive og negative anbefalinger. Hun leter også etter negative anbefalinger da de kan gi mer informasjon enn man kan få på andre nettstedene, men hun henviser bare til et eksempel med drosje, altså en anbefaling hun lette etter ETTER turen var bestilt.= Dette kan tyde på at hun ikke bruker anbefalinger så mye før bestillingen.

Fahreta påpeker at: ”når man bestemmer seg for, når man skal ut og reise så har man innerst inne bestemt seg for et sted men du bare søker etter bekreftelse på at det valget du har gjort, det er riktig. Det er jo egentlig det man søker etter bekreftelse på at ja nå har du gjort en riktig ting eller den reisen du har lyst til å bestille det er et riktig valg fordi atte se her her anbefaler de det, og venner og familie sier det og det og da... bare for å rettferdiggjøre ja.”

Kjersti sier at hun kunne klart seg uten anbefalingene, men de var med på å påvirke å ta et annet valg enn det hun hadde tatt uten anbefalingene.

Kjersti leser ikke alle anbefalingene, hun leser bare de tre første hun ser. Det er tilfeldig hvilke hun ser.

Mette: Hun benytter seg av ewom i sin informasjonsinnhenting og sier med en gang at hennes fremgangsmåte er å se om det er gjennomgående positive eller negative kommentarer eller om det er motstridende informasjon. I de tilfeller der det er motstridende informasjon sier hun at man må være litt obs. Det virker derfor som at flertallet bestemmer, også for henne. Hun sier videre at hun stoler på informasjon når det er mange som har sagt noe. Hun søker ikke etter

ewom aktivt, slike sider dukker tilfeldig opp når hun googler.(dette kan gå litt på erfaring da hun påpeker at hun ikke er så flink til å bruke Internett). Videre leser hun ikke alle anbefalinger, det er mer tilfeldig hvor mange hun leser og om hun kommer til noen. Hun har ikke lest reiseblogger. ”Men jeg må bare si sånn oppi alt det her at pris har veldig mye å si, så det veier nesten opp for, eller ofte så merker jeg at når man søker etter ting så blir fokuset på prisen, og så begynner du å se etter gode anbefalinger. Så vist det da er ok så ok, da går det bra.”

4.5 Tidligere erfaring med eWOM påvirker hvor mye eWOM vektlegges.

Vegard reiser ikke mye.

Linn: ”Nei, kun bestilt på nett sikkert de siste 10 årene. Jeg tror første gang jeg bestilte på nett var 2003 tror jeg, og etter det har jeg bare bestilt på nett.”

Anders: De siste 3 årene hvor Anders har bestilt reisene selv så er det den nye digitaliserte hverdagen. Han sier videre at han tror det har veldig mye med hva man er lært opp til å gjøre. Han sier at nå sitter sikkert mange eldre og har lyst til å reise og må få hjelp fra sine barn siden det har blitt så digitalisert, det å gå i til et reisebyrå er litt på vei ut.

Henrik: læring: Assa, det er jo som sagt, du må være litt selektiv selv. Det tror jeg går mye på at hvis moren din hadde gått inn på dette her så hadde hun sagt at ”ja det var en eller annen som sa på Internett at dette var kjempefint”, ikke sant. Men har du vokst opp og brukt det selv da, så vet du på en måte, du klarer å se at dette her er tull, heheh, ehh, i forhold til Internett, har du brukt det nok så klarer du å se at dette er hotellet selv som har lagt inn såne here sinnsykt overhupa ”dette er paradiset”, ikke sant. Her sier han at har du erfaring med bruk av ewom, at du har lært deg å bruke dette mediet, så klarer du å skille ut sannferdig informasjon. Dette gjør deg bedre rustet til å ta en god avgjørelse. Henrik er veldig klar over at det kan være hotellet selv som er avsender, men han har brukt ewom så mye at han synes selv at han klarer å kjenne igjen falske kommentarer. Henrik hører ”uten tvil” på andres erfaringer, men han bruker fornuften og ser an litt.

Kjersti svarte på spørsmålet :*Du sa du brukte mye internett også, så du etter anbefalinger på internett?* ”Ja, det har jeg faktisk begynt med nå i det siste, jeg har ikke vært så opptatt av det før, i hvert fall når jeg skal booke hoteller og sånt, da har jeg bare tatt ut ifra bilder, men nå de siste to ukene, hvor jeg driver og planlegger en reise har jeg sett veldig på anbefalinger.” Hun begynte å høre på anbefalinger på Internett fordi hun sp etter litt rimeligere hoteller, og ønsket å se hvordan de var.

Mette: er ikke rå på Internett. Etter intervjuet sier hun at hun kanskje kommer til å benytte seg mer av anbefalinger på Internett ettersom hun nå er mer obs på det. Men det kommer an på stedet, hva hun vet fra før, om hun har vært der før.

5: Positive anbefalinger på Internett angående et reisemål øker sannsynligheten for at forbrukeren foretar kjøp av dette reisemålet.

Det skal mer til enn kun én positiv anbefaling for at Mia skal reise til et sted. Likevel kan en positiv kommentar gjøre at hun forandrer inntrykk og formening om et reisemål, og omvendt (se antagelse 6)

Vegard synes en positiv kan holde: "jeg er en ganske enkel gutt, så jeg regner med at en holder(ler)"

Kristine: Ewom kan få henne til å vippe over pinnen og velge det stedet, hvis det har vært mange som har vært der

På svar på om en positiv anbefaling kan være avgjørende for valget hennes, svarer Kristine at det spørres litt på hvor lang og dyr reisen er. Jo dyrere det er jo mer positive kommentarer trenger hun, men er det snakk om et billig sted, så var ikke antallet kommentarer av betydning.

Heidi nevnte en anbefaling som hadde stor betydning for valg av hotell: "det følte jeg at hadde veldig stor betydning for det var så godt skrevet, og det var så mye at du følte at du på en måte gjenopplevde hotellet gjennom tekst på en måte da."

"Den hadde litt å si, vi leste selvsagt mye annet og men den husker jeg at veide veldig mye for den var skrevet så genuint på en måte.(...) "både positive og negative ting på en måte i den anbefalingen da, men i bunn og grunn så var det liksom, det var en god del fordeler som gjorde at den veide veldig godt da." (...) "de på en måte diskuterte for og imot, sånn at du hadde alle fakta på bordet sånn at det var opp til deg å gjøre som du ville"

Hvis det kun står positive anmeldelser på en side kan Heidi begynne å lure på om dette er fra selgeren.

Linn: Om det står mye positivt om et sted(etter hennes interesser, det hun legger vekt på), og kun noen negative kommentarer, så fokuserer hun på det positive og mest sannsynlig velger det reisemålet. "Jeg må på en måte få det bekreftet for meg selv. Selv om en har skrevet at det er bra kan selv om være reiseoperatøren som har skrevet det, så det er ganske greit å sjekke mer da."

Anders: **Bare en positiv anbefaling er ikke avgjørende for valget**, han teller ikke antall kommentarer. **En negativ kommentar kan drepe to positive anbefalinger**. De må fortelle han hvorfor det var bra. Positive anbefalinger om Tyrkia har fått Anders til å bli mer positivt innstilt til landet, og å *vurdere* å dra dit.

Videre sier Anders at **bilder er viktig**, hadde det ikke vært bilder og bare masse positive anbefalinger så vet han ikke om han helt hadde stolt på det.

Magnus: ja, han har basert valg kun på anbefalinger. Han leste om ting å gjøre i Bangkok og australia og gjorde dette, men dette var da ting å gjøre og se mens de var der. Magnus forklarer videre at han velger reisemål på bakgrunn av alt det positive han hører. Det må flere positive anbefalinger til for at han skal velge et reisemål, ikke så mange personer, men om en anbefaler noe så sjekker han dette videre opp for å se om det stemmer og kan på bakgrunn av dette ta et valg.

Henrik: det må flere positive anbefalinger til.

Fhareta kan se mange positive anbefalinger men hun påpeker at man kan ikke bare reise, og sa innledningsvis at positive anbefalinger ikke direkte fører til kjøp.

Kjersti går etter de hotellene med mest positive anbefalinger. Hun ser på hva folk sier. Kjersti sier at positive anbefalinger kan gjøre at hun klarer å ta avgjørelser raskere. Med positive anbefalinger får hun mer lyst til å reise dit. (Kjersti sa likevel på slutten av intervjuet at en positiv anbefaling kan være avgjørende for valg av reisemål)

Mette: hun må ha flere positive anbefalinger for at hun skal velge dette reisemålet, men om det er en lang reiseskildring som beskriver mye så kan en slik anbefaling være nok. Innholdet er altså avgjørende.

6:Negativ eWOM vil minske sannsynligheten for kjøp av reisemålet

Mia ser på rankinger ulike hoteller får, og sier at hun ikke har lyst til å dra på et hotell om det får dårlig poeng av tidligere kunder.

Leser Mia noe negativt kan dette forandre inntrykket hun har av reisemålet.

Vegard tar til seg anbefalinger uavhengig om det er positivt eller negativt så lenge de matcher hans behov. "I hvert fall sånn jeg har tolket anbefalinger så er det teksten som er skrevet, og i den teksten som er skrevet står det masse positivt, da tar jeg til meg det som er negativt også, det som catcher i forhold til mitt behov da."

Hvis reisemålet passer behovet til Vegard, men han finner mye negativt som er skrevet om stedet, så ville han søkt flere steder for å se om de negative tingene ble nevnt andre steder. (Dobbeltsjekker altså negative kommentarer)

Men Vegard setter pris på negative kommentarer fordi han liker ærligheten.

Heidi svarer på spørsmålet "Kan en negativ kommentar føre til at du ikke velger hotellet hvis du ser mye positivt?": "Hvis jeg ser mye annet positivt så tror jeg egentlig at den negative kommentaren, ja det ligger sikkert litt i bakhuget, men jeg trekke den avgjør at nei det hotellet velger jeg ikke. Det gjør det nok ikke for man må på en måte ta gjennomsnittet av alle anbefalingene som står der, av de du orker å lese i det minste. Så hvis man ser mye positivt hele veien og det kommer en enslig negativ så er det klart at da har jo den opplevd noe veldig sært no, men eh, men stort sett så nei."

Linn: Linn sjekker alt det negative som folk skriver om, ser om det bare er en person som har hatt en dårlig erfaring eller om det er flere som har hatt akkurat den samme typen dårlig erfaringen før. Dersom det ikke er noe positivt å finne om det negative, så styrer hun unna.

Anders: **ja, det vil det.** Han utelukket flere hoteller etter å ha sett negative kommentarer om de på Internett. I tillegg stod han mellom to hoteller og valgte et dyrere hotell pga noen negative kommentarer.

Magnus: det kan hende at Magnus dropper ulike ting hvis han leser noe dårlig om det. ”så når jeg hører om at det er kjedelige ting der eller det er noe negativt pga sånn og sånn, så prøver jeg å luke ut det da, ikke reise dit eller oppleve det eller møte de menneskene eller hva det nå er forno da.”

Henrik: hvis det er noe substans i de negative kommentarene og virker ekte, så vektlegger han de. Han tar med de negative kommentarene i et perspektiv og ser om de faktisk er verdt å ta med i vurderingen.

Kjersti: Hvis det står noe negativt om noe som interesserer henne, eks service ved hotell eller fly, så velger hun ikke det.

7: Negative kommentarer tillegges mer vekt enn positive anbefalinger i informasjonsinnhentingen.

Mia ser etter negative kommentarer før positive anbefalinger. Negative kommentarer har mye å si. Begrunnelse for dette er: ” For veldig ofte så legger men mye mer merke til sånne negative ting i forbindelse med når man skal velge noe. Man tar de litt mer til seg. Hvis det er mye av det da.” Mia husker de negative bedre enn de positive anbefalingene, spesielt i de tilfeller kommentarene er relevante for henne.

Mia føler at det er nødvendig at en side har noen negative kommentarer for at den skal være troverdig. Hun mener at det må være rom for at folk er uenige. Hun fortsetter: ” Det er ingenting som bare er bra. Også kan det jo være konstruktiv kritikk i tillegg.”

Kristine ønsker å lese noe negativt om stedet for å ikke få for høye forventninger: ” Tenk om du bare ser positive ting, så kommer du ned der og det første du møter i døra er ett eller annet feil. Da har du jo så høye forventninger at det vil jo knekke deg på en måte da, med en gang, og da vil du automatisk få et negativt innstilling med en gang du kommer ned ditt fordi du har hørt så mye positivt. Ja, så egentlig litt negativitet kan gi troverdighet.”

Linn: når hun googler bruker hun negative ladede ord for å se om det er noen negative kommentarer på Internett om stedet. Eksempelvis skriver hun ”is awful” eller ett eller annet sånt. Målet hennes er å finne forumer der folk har skrevet negative ting. ”Jeg er mer opptatt av å søke på det negative for når du gjør det får du også opp svar fra folk som mener det ikke er

negativt; nei jeg synes ikke det var negativt, så spinner det liksom videre også kanskje de har noen tips der igjen så søker jeg videre igjen på det.”

Magnus: ”Nei, jeg utelukker egentlig det negative.”

8: Forbrukere benytter seg ikke kun av eWOM; eWOM anses å være en tilleggskilde til informasjon.

Mia bruker eWOM som en tilleggskilde. Hun har ikke kun benyttet seg av anbefalinger, men har sine egne kriterier i tillegg (hva hun kaller *objektive kriterier*).

Først bruker Vegard googel, for så ta et valg og bestille. Deretter sjekker han WOM som en kontrollsjekk, og dette er tilfeldig. ”jeg sa nå skal vi ditt så sa de; ååå der har jeg vært.”

Vegard sier senere:

” jeg så jo på anbefalinger på internett, og så bestilte jeg, og så fikk jeg anbefalinger fra venner i etterkant.”

På spørsmål om Vegard hadde savnet anbefalinger på Internett, svarer han at da hadde han tydd til kataloger, og at ” jeg klarte jo å reise før internett kom da. Det hadde jo selvfølgelig blitt mer negativt, mindre informasjon tilgjengelig, og da hadde man jo tydd til andre informasjonskilder. Du hadde ikke begynt å reise mindre på en måte. Så det hadde tilpasset seg tenker jeg.” (eWOM er derfor av mindre betydning for vegard)

Kristine: benytter ewom som en tilleggskilde: ”Selvfølgelig må man ikke ty til det første og beste man finner. Og da vil man jo også søke hvis det er, si det er en leilighet da, og man skal leie noe og se om det er flere som har skrevet om det, og se om det er flere anbefalinger, for eksempel på blogger eller kanskje folk som har vært der.”

Hun har aldri valgt et reisemål kun basert på anbefalinger, hun har sjekket flere nettstedet og kanskje snakket med folk som har vært der. Pluss lese om stedet i faktabøker fra bokhandelen. Ewom kan få henne til å vippe over pinnen og velge det stedet, hvis det har vært mange som har vært der. Men det er også en tilleggsinformasjon sånn sett, så det er ikke bare det hun går etter, men det er et pluss å vite at flere synes valget hennes er bra da.

Ulempe med eWOM: Kristine sier at man kan få et dårlig inntrykk av et sted hvis andre skriver negative kommentarer om det stedet, selv om det egentlig ikke er så dårlig. Den negative kommentaren kan virke misvisende.

Hvis Kristine hører noe negativt fra bekjente og venner vil hun lese gjennom kommentarer på nettet, for å enten forsikre seg om at det er sant, eller sjekke om det ikke stemmer, ”For å være 100 % sikker da”.

Kristine nevner at kommentarer hjelper deg egentlig å velge hvis det er mange kommentarer på en side.

Heidi eWOM blir hovedsakelig benyttet som tilleggsinformasjon men ”for å fore opp under de små høla du lurer litt på”. Det er bare for å få et annet perspektiv for ting. ”

Hittil har Heidi bare brukt eWOM på valg av hotell.

Heidi liker å ha flere synepunkter på ting. På spørsmål om hun kun benytter hotels.com så svarer hun: ”Noen ganger har jeg sjekka det videre opp, det kommer litt an på hvor mange anbefalinger som ligger inne allerede og, selvsagt så kan det jo være fordi at noen har hatt en kjempfin opplevelse at de skriver den anbefalinga si ehm, men hva med de som ikke hadde det fullt så positivt, man har på en måte lyst til å bare, google navnet på hotellet og litt sånn så kommer det poppende opp noe ett eller annet sted assa. Det er jo selvsagt hvis det virker litt for godt til å være sant så må du på en måte lete litt etter det negative og omvendt tror jeg”

Spørsmål fra oss: Men du tar oftest å enten sjekker opp med et reisebyrå eller ja? Svar: ”Ja, jeg pleier ofte å ha flere steder å høre ting fra som jeg ikke ligger så tett i hverandre for å si det sånn da. hvis jeg hører fra et menneske, hvis jeg leser på et nettsted, på en måte supplerer de to, et nettsted og et reisebyrå eller, gjerne alle tre hvis man kan, eller en bok i tillegg liksom.”

Heidi liker å ha flere ben å stå på, og på spørsmålet om hun kommer til å benytte eWOM neste gang hun skal velge et reisemål svarte hun:” Det gjør jeg nok, det, assa alt teller.”

Linn: svar om anbefalinger på internett bidrar til informasjon: ”Ja, veldig ofte i forhold til sånne guider og reiseforum så er det tips i forhold til hva man kan gjøre, ting som ikke står på reiseoperatørens side for eksempel. Så det er mye ekstra tilleggsinformasjon som er nyttig.” ”Ofte så er der sånn at du sjekker et reisemål først da. Ofte ser jeg på priser og sånne ting på reisebyrået sine sider, også går jeg på en måte over på, hvis det er relevant i forhold til pris og sånt kan jeg fortsette å søke på forskjellige andre nettsider og sånne ting.” Hun liker Internett da hun gjennom nettet kan benytte seg av flere kilder og flere synspunkter.

Anders: benytter seg av ewom som en **tilleggskilde**. ”Tror jeg ikke bruker det 100 % men det blir sånn bi- greie.

Magnus: Videre kommer det frem at Magnus sjekket hjemmesiden til hostellet i de tilfeller de hadde en egen hjemmeside, etter å ha lest anbefalinger. Magnus hørte også med folk rundt seg før han gikk inn på Internett. Se teoretisk antagelse nr. 1. Magnus sier at en ulempe ved eWOM er falsk informasjon, men dette er egentlig ikke noe problem for han fordi han sjekker informasjonen videre opp slik at han vet at den er korrekt. Han går på Google for å søke og lese flere sider, om ”det står det samme der eller ikke”. Han sjekker opp om det stemmer med hva andre folk sier. Han leser flere ting på Internett for å bli trygg på valget sitt. ”det er mer hva flertallet sier. Jo flere som mener det samme ting jo mer, okei da stoler jeg på det. Også søker jeg på fakta ting da, type wikipedia, eller hjemmesiden til forskjellige firmaer som driver med enkelte ting for eksempel.”

Fahreta: om WOM: Hun sier videre at hun kan få mer informasjon fra venner, bekjente, familie enn hun kan få på nettet fordi det er vanlig turistinformasjon på nettet.

På spørsmål om anbefalingene på Internett bidrar til mye informasjon: ”Ja, absolutt, for da kan man jo notere seg ned. Og ofte er jo sånne anbefalinger så vil jo for eksempel eh populære steder, eller restauranter, de vil komme igjen flere ganger. Så hvis du leser for eksempel femten anbefalinger og du ser en restaurant blitt nevnt ti ganger, så tenker du, åj, hva er det her, også noterer du det ned, så går jeg inn på google og så sjekker jeg det ut da, bare for å se hva er det her.” Hun ser altså på mange anbefalinger.

Fharetta føler at hun fikk nok informasjon fra anbefalinger på Internett, men hun leste ikke alle anbefalingene. Hun leser bare til en ting har gått gjennom to til tre ganger. For at Fharetta skal bli trygg på valget sitt leser hun til hun ser en anbefaling gjenta seg tre ganger.

Kjersti benytter seg ikke kun av eWOM, hun er ikke avhengig av den, hun kunne klart seg uten. MEN hun vil benytte seg av det neste gang hun skal ut å reise.

Mette: hun kunne ikke ha tatt et valg kun basert på ewom. Hun sier hun vil benytte seg av ewom i fremtiden, men bare litt. Altså som en tilleggskilde. ”Men jeg må bare si sånn oppi alt det her at pris har veldig mye å si, så det veier nesten opp for, eller ofte så merker jeg at når man søker etter ting så blir fokuset på prisen, og så begynner du å se etter gode anbefalinger. Så vist det da er ok så ok, da går det bra.”

9: Forbrukere benytter seg av eWOM grunnet dens informasjonsmengde, tilgjengelighet, troverdighet og tidsbesparelsen dette mediet gir.

Mia ser en ulempe med eWOM grunnet at hun ikke vet hvor anbefalingene kommer fra og hun kan ikke være sikker på at personen har vært der.

Fordel: Mia mener at eWOM gir bredde i meninger. Mia mener at hun klarer å skille ut de useriøse. Dette ser hun gjennom språkbruk, begrunnelsene som ligger i anbefalingene.

Tidsbesparende: eWOM sparer Mia for tid og gir trygghet: ” Hvis det er kjempe mange bra anbefalinger så blir du ikke så usikker. Da går det kanskje litt fortere enn om du bruker enda mer tid på å sjekke opp da hvis du er litt usikker, og vil finne enda mer positivt.”

Ulemper: Du vet ikke hvem kilden er. Hun tror at det kan jo likeså godt være selgeren selv som skriver det. Men allikevel stoler hun på det. (se antagelse 10)

Mia anser ikke anbefalingene å være ekspertuttalelser, det blir for subjektivt. (både fra selgere og fra forbrukere)

På skala 1-10: ”6” stoler Mia på eWOM. Hva som gjør en anbefaling troverdig: hvis noen kan gi gode grunner til hva som er bra eller dårlig.

Mia reflekterer på slutten: ”Nå fant jeg ut at jeg kanskje er litt skeptisk til anbefalinger. Jeg tror egentlig det er litt selgernes anbefalinger, mange av dem. Vi: Ok, du er skeptisk, men

du velger å høre på dem for det? Mia svarer: Ja, man gjør det, det gjør nok alle, det er litt sånn vi er.”

Vegard føler at anbefalinger på internett bidro til informasjon. Fordelen med anbefalinger på Internett er i følge Vegard at det er enkelt å finne frem. ” du kan jo helt sikkert få den samme hjelpen visst du ringer til en reiseoperatør også men da må du oppsøke de og det tar tid, men visst du bruker internett kan du gjøre det på kveldstid og”

Ulemper med eWOM: ”Det er jo sikkert feilinformasjon, det flyr sikkert av feilinformasjon. Hvem som helst kan jo legge ut ting på nettet, så du har jo aldri noe garanti for at det som faktisk står der er sant. Men jeg prøver faktisk å tenke litt sånn når jeg gjør den research – jobben da, at jeg søker på ting som ser troverdig ut.”

Tidsbesparende: ” sparte meg for veldig mye tid. Alternativet hadde jo vært å ringe operatører, men jeg er litt sånn som trenger tid på å bestemme meg, så vist jeg har pratet med en selger for en reiseoperatør i fem minutter, og han sier det er klart så sier jeg liksom at jeg ringer tilbake om en halvtime. Mens på internett så får du liksom alt med en gang så kan du bestille der og da. Det tar mer tid å ringe eller stikke inn å se og sånn. Så absolutt.”

Vegard anser eWOM å være fra eksperter: ” Ja, som lite bereist, så gjør jeg det.” (Altså tursiter som har vært et sted blir ansett som eksperter på det feriemålet i hans øyne.)

Troverdig: Vegard drøfter hva som skal til for at en side skal være troverdig: Dersom det ikke finnes en negativ side, så skurrer det, fordi ”alle plasser har noe negativt”. Videre gjør bilder siden mer troverdig.

På skala fra 1-10 stoler Vegard, ”nærmere 10” på de anbefalingene han mottok på Internett.

Kristine: Hun stoler derimot ikke på all informasjon på Internett, har erfart at bilder ikke stemmer. Men da benytter hun kommentarfeltene der folk skriver for å finne sannheten. ”For hvis hotellet er kjempedårlig, får man vite det, og dermed vil man ikke dra dit.” At man vil være 100 % sikker= tidsbesparelse er ikke viktig. ”Jeg føler at den siden(hotels.com) brukes veldig ofte når man leter etter hoteller, og den kan man stole ganske mye på hvis det er mange som.., dvs, jeg stoler heller på et hotell som har mange anbefalinger, både negativt og positivt enn en som har ingen da. Så jeg går heller til de som kanskje har fått en bra poengsum.” Kristine føler at ewom bidrar til informasjon, og kanskje mer informasjon enn det hotellet selv legger ut. Kristine føler at ewom gir henne en trygghet. Hun stoler på ewom til en viss grad. Det kan hende at det er noen som bare skriver negative ting bare for å være kjip, at det altså ikke er noe sannhet i det.

Kristine stoler på eWOM til en viss grad, men hun sier videre at kan folk skrive negative kommentarer bare for å være ”kjipe”.

Kristine sier samtidig at litt negativitet kan gi troverdighet.

Tidsbesparende: Ja, men det spørres hvor langt man skal reise. Kristine hadde følt at det hadde vært mer tidsbesparende om all informasjonen hun trengte var på en side.

Tilgjengelighet: Kristine sier at hvis du vet hva du skal søke på og hvilke sider du vil inn på er informasjon lett tilgjengelig. Men når hun skal søke etter generell informasjon om stedet, får

hun opp så mye informasjon og så mange sider at det blir vanskelig for henne å finne det hun leter etter. ”Så du bruker ganske mye tid hvis du ikke har en spesifikk side du vet om før du begynner å søke på en måte ”, også fortsetter hun: ”på google som sagt gir de deg alt og alt for mye informasjon egentlig. (dette kan gå på læring, hun vet ikke alltid hvor hun skal søke informasjon. Hun nevner tidligere i avsnittet at hun kan vite hva hun leter etter men hun kan være litt ”clueless”.)

Kristine anser ikke eWOM å være ekspertuttalelser. ” Kristine anser selgere og folk som har vært på reisemålet mange ganger som eksperter. Men anbefalinger som kommer fra de som har kun vært på reisemålet en gang, tar hun med en klype salt. ”som regel føler jeg at folk har vært der for første gang og er bare litt overbegeistret” (se antagelse 10)

Heidi vurderer seriøsiteten til en anbefaling etter måten den er skrevet på. Skrivemåten hadde veldig mye å si. Seriøse mennesker føler Heidi legger mer i anbefalingene. Og Heidi vurderer seriøsiteten ved å se om det har blitt lagt mye tid i anbefalingen.

Heidi påpeker at eWOM gir informasjon.

Troverdigheten: Det kan være mye tull som er skrevet og negative kommentarer kan være et resultat av at en person har hatt en dårlig dag. Heidi syns en anbefaling er troverdig om noen har satt seg mye tid for å skrive en lang anbefaling så vil det være verdt å reise dit, og skrivemåte.

Heidi anser ikke de som skriver anbefalinger og være eksperter: ” Så langt derifra det er på et personlig basis, det er fra et menneske til et annet, det er ikke no mer enn det men allikevel det som et menneske har opplevd det kan spille en stor rolle for hvordan du vil se det og. Så det er ikke no ekspertuttalelse nei. Så du ser ikke andre mennesker som har vært på et reisemål for å være eksperter på stedet?

Nei, ikke sånn direkte, da føler jeg igjen at vi går litt over til det selgergreiene og da, det ser du litt fort og føler jeg, men selvsagt den familien som veide mye for det hotellet vi valgte kan jo ha vært eksperter for det jeg veit, men fordi det var skrivi så jordnært så føler man på en måte at dette var vanlige mennesker som har samme intensjon som stort sett de fleste mennesker som reiser på tur har. Ja. - Så da stolte du ganske mye på de anbefalingene. Kan du si på en skala på en til ti hvor mye, generelt, du stoler på anbefalinger?

Svar: ”Ehmm, ja.. det var.. ehmm, de hadde vel en viss påvirkning, jeg ville kanskje, si, ja, en 5-6 på skalaen, de har jo en viss påvirkning, det har det.”

Tidsbesparende: ja. Hotels.com hadde mye generell informasjon, så da slapp man å dra en ekstratur innom reisebyrå.

Tilgjengelig: ”det var veldig mye tilgjengelig informasjon, men ikke alt var relevant, det er mye piss for å være helt ærlig”. Hun synes det er vanskeligere å finne de troverdige kildene, og i tillegg kommer det frem at det ikke sparer henne så mye for tid. Det tar tid å finne troverdige kilder, men det er ikke så viktig for henne for hun ”tar gjerne tiden til hjelp”.

(Heidi klarer ikke å forholde seg til internett på avstand, hun vil gjerne snakke med mennesker for å høre erfaring. Hun vil ha den personlige kontakten, og vil vite at personene har vært der.)

Linn: mange flere syn på ting, får innblikk fra folk fra hele verden. ”Jeg føler at man får et bredere spekter av meninger om reisemålet enn når man bare spør noen få kjente.” hun synes det er lettere å sammenligne hva folk sier, du har det foran deg, både det positive og negative. Linn synes at anbefalingene på nettet også er veldig tilgjengelig, det er tilgjengelig hele tiden. Hun synes også at det sparer henne for tid, i tillegg til at hun gjennom anbefalingene får all den informasjonen hun vil ha ettersom hun også får negativ informasjon fra anbefalingene.

”10, i forhold til annet så er egentlig det det beste for der har de, altså man har alt på internett, alt er tilgjengelig uansett hva du vil søke på omtrent. Veldig greit.”

Anders: han benytter seg av ewom fordi det gir han litt mer **trygghet**. Til tross for dette påpeker han at **folk er forskjellige og at man må se an avsenderen**. Anders la veldig vekt på at en britisk person og tysk person tenker annerledes enn nordmenn. Så han fremhever at man må overveie hvor kommentaren kommer fra. Han sier videre at han vektlegger kommentarer fra folk som er mer like han. Ulemper: man må ta hensyn til hvem som legger ut kommentaren, om den er reell eller ikke, også merker man om kommentaren er seriøs eller useriøs. Ulempen er kildehenvisningen.

Anders føler videre at **eWOM kan spare han for tid**, men det kommer an på hvor man skal reise også. Helt nytt sted: da tar han seg tid til å drive informasjonsinnhenting fra venner og familie, og da er tryggheten viktigere enn å spare tid. Man legger jo mye penger i en reise og da er trygghet viktig.

Han synes at **tilgjengeligheten er relativt god**, og **føler at han får informasjon relativt fort**. Han sjekker flere nettsteder: reiseguidesider, blogger, det finnes jo så mange reiseguidesider.

Magnus: Magnus sa at han syntes lonely planet sitt forum på Internett gav han ”utrolig mye” informasjon før han dro på tur. Se antagelse nr 4. Magnus syntes også at informasjonen var relevant. Han føler ”absolutt” at anbefalingene på internett gir han informasjon, og har basert valget sitt kun på anbefalinger, men det gjaldt ting å gjøre på et sted han kom til, Fiji. Han synes det er lett og kjapt å innhente informasjon, og ”du kan finne den informasjonen du faktisk vil høre om da.” han sier videre at tidsbesparelse er ikke viktig for han, han kommer aldri til å reise til et sted uten å hente informasjon om det, ”men om det sparer tid på”. han synes at informasjonen på Internett er veldig tilgjengelig, ”det er sånn ett søk så får du svaret da. jeg slet ikke. Han stoler på de anbefalingene som angår han, altså de som gjelder hans interesser.

Henrik: han føler at ewom bidrar til informasjon, men at det er viktig å være selektiv på bakgrunn av dine interesser og seriøsitet. En med mye skrivefeil og 39 utropstejn ser han ikke på. Enhver kan havne på tripadvisor påpeker han videre.(han sier indirekte at hvem som helst kan legge inn kommentarer) . Han føler at det som kommer opp på Google treffer et bredt

spekter av meninger og erfaringer.

Henrik er videre villig til å bruke mye tid på informasjonsinnhenting og finne ut hvor han vil dra og hva han vil se. Tidsbesparelse er derfor ikke viktig for han.

Henrik husker ikke om anbefalingene gav han nok informasjon, noen ganger gjør de det, andre ganger ikke. Han søker etter informasjon til han er klar over hva han vil. Han føler at anbefalinger på internett absolutt sparer han for tid. Han syns han det tar lengre tid å ringe til et reisebyrå, det nekter han å gjøre. Reisebyråer gir for mye pjatt.

Fahreta: får ikke info om shopping fra venner og familie, da benytter hun seg heller av anbefalinger på Internett. =mer informasjon på Internett.

Fahreta: troverdighet: ”Ehhmm, det jeg syns er bra med å lese anbefalinger fra, assa på nett, det er jo atte det kommer fra, de som skriver innlegg de er jo ikke blitt betalt eller noen ting, det er jo bare deres egne personlige meninger.”

Informasjonsmengde: ”Og der kan man jo snappe opp veldig mye bra informasjon om steder, restauranter, hvor man burde dra, hvor man ikke burde dra, kanskje by, forskjellige bydeler, hvilke bydeler man kan besøke som er bra, ikke bra.” Fahreta føler at anbefalingene bidrar til mye informasjon, da hun kan lese mange anbefalinger samtidig.

Fhareta anser anbefalinger fra Internett som mer troverdig informasjon, enn for eksempel informasjon fra ”Visit” sider, da de oppfattes som kjedelige. Da dette er informasjon fra folk som har erfart det.

Fhareta husker bedre det som går igjen flere ganger.

Det kommer også frem at Fhareta føler at hun får ”absolutt” mer ærlig informasjon fra andre personer på Internett enn fra reiseoperatører.

Fhareta følte ikke at anbefalingene sparte henne for tid, men hun påpekte at det var verdt den tiden det tok. Hun synes imidlertid at det er mer tidsbesparende å samle inn informasjon på nettet enn å fysisk dra til et reisebyrå og hente inn informasjon. Hun sier også at det er begrenset med informasjon hos et reisebyrå.

Tilgjengelighet: Fhareta synes at det er tilgjengelig informasjon på kjente steder, men når det kommer til sydenområder blir det begrenset informasjon da ”det bare er informasjon fra reisebyråer og ikke er så mye informasjon fra privatpersoner og anbefalinger”.

Troverdighet: Fhareta: ”Jeg føler at de er veldig oppriktige, det er jo de som skriver anbefalinger de får jo ikke betalt for det, og hvorfor skulle de, de har jo ingen grunn til å ikke skrive ærlig eller pynte på sannheten, det er jo ingen, alle som skriver anbefalinger skriver det de mener, og det de har erfart da.” På spørsmålet: *Du har aldri på en måte fått sånn faresignal, oj det her kan være en reiseoperatør som skriver eller?* Så svarer Fhareta: ”Nei, nei faktisk ikke. For at folk skriver sånn som de snakker, du ser veldig fort atte ja, jeg har ikke tenkt på det før.”

Fhareta anser ikke anbefalingene å være ekspertuttalelser. Hun sier at det er forskjellige type anbefalinger. Noen er mer amatør-anbefalinger, altså vanlige folk, mens andre anbefalinger er fra folk som er veldig mye ute å reist. Sistnevnte kaller hun for eksperter. Det kommer også frem at det hun anser som ekspertuttalelsene ikke appellerer like mye til henne som

amatøruttalelser, da hun identifiserer seg mer med disse.

Kjersti påpeker at hun blir mer sikker på valget sitt ved hjelp av anbefalinger slik at hun kan slippe å gå ”i samme fella” som andre.

Mangel på troverdighet: Kjersti sier at folk skriver ting som ikke stemmer. Hun stoler derfor ikke på alt hun ser. Hun ser ann hvilket land avsenderen er fra, skrivefeil. ”Står det bare negativt, kan det hende at de bare hadde en dårlig opplevelse.”

Tid: Kjersti sier videre at eWOM ikke er tidsbesparende, men dette er heller ikke viktig. Det er viktigere for henne at hun får mer informasjon.

Tilgjengelighet: Informasjonen ”kom med en gang”

Troverdig: Middels, helt ok. Du kan ikke tro for mye eller for lite på det.

Mette: hun føler at anbefalingene bidrar til informasjon, men kunne ikke tatt et valg kun basert på disse anbefalingene. Hun føler at anbefalingene på Internett sparer henne for tid ettersom det er ekstremt greit at man har en sånn side å dele ting. hun sier videre at hun synes det er forholdsvis lett å finne informasjon, spesielt når det gjelder reiser og kjente steder. Hun stoler ikke på alle anbefalinger på nettet, noen er mer troverdig enn andre. Virker som hun ser an skrivemåten for å vurdere dette. Hun sier videre at hun ikke anser ewom for å være ekspertuttalelser, da skal man være reiseekspert og ikke mor 42. for at hun skal stole på ewom må man ikke henge seg opp i en ting, men være mer helhetlig. Da er den bedre. Hun gir ewom karakter 6. Mette sier videre at for at hun skal stole på informasjonen fra ewom må de oppgi grunner for at de sier det de sier.

10: Forbrukerne oppfatter eWOM å være mer troverdig enn informasjon fra selgergenererte kilder

Mia stoler stort sett på eWOM. Men ulempen er at man ikke hvem kilden er. Hun tror at det kan jo likeså godt være selgeren selv som skriver det. Men allikevel stoler hun på det. (se antagelse 9).

Mia tror at det er skjulte intensjoner på Internett, da ”jeg tror veldig mange av dem er laget av selskapene selv som driver sidene”.

Mia mener at hvis det er mange negative kommentarer fra forbrukerne tror hun på dem fremfor selgere.

Hun kommer til å benytte seg av eWOM neste gang hun skal ut å reise.

Vegard sier at han ikke stoler så mye på selgere, da selgere påstår at alle reisemål er like fine. Grunnen til at Vegard ikke stoler på selgere er fordi han er selger selv, og har selv ”lurt” andre og blitt lurt selv.

WOM er viktigere enn hva selgere sier. Vegard påpeker likevel at dette gjelder for weekend

enn for ferieturer, og ikke hvis han skal flytte et sted for flere år og mer seriøst, for da trenger han mer kommunikasjon med selgere.

På skala fra 1-10 stoler Kristine ”7” på eWOM.

Kristine vektlegger mest eWOM fremfor anbefalinger som kommer fra selgere, kataloger og annen markedsføring.

Kristine: På spørsmål om anbefalingene anses å være fra eksperter svarer Kristine at hun oppfatter at selgere og folk som har vært på reisemålet mange ganger som eksperter. Men anbefalinger som kommer fra de som har kun vært på reisemålet en gang, tar hun med en klype salt. (se antagelse 9)

Kristines svar på spørsmål om hun oppfatter intensjonene til selgere er annerledes enn intensjonene til andre forbrukere (på nettet hun er i denne tankeprosessen da vi nettopp snakket om eWOM) ”selgere er jo der for å selge, de vil jo at du skal reise ditt for de vil jo tjene penger på deg på en måte. Flyselskaper vil jo for eksempel at du skal bruke dem fordi da tjener de penger på deg. Men **jeg føler at forbrukere er mye mer ærlige**, at de sier det sånn som det er om det er positivt eller negativt. Jeg tviler på at en selger vil fronte det negative om et sted som flyet demmes går til eller ligger i den gaten eller noe sånt. Så selgere går jo inn for at du vil reise ditt, mens forbrukere vil bare vil dele sin erfaring da, om det så er negativt eller positivt. ”

Heidi om selgernettsider: ” det virker jo veldig selgende så det ikke alltid at det er like gunstig”. Heidi er veldig positivt innstilt til reiseoperatører som hun kan personlig snakke med. (det virker som hun favoriserer)

Selgergenerert:”Det er litt større trygghet når man reiser, hvertfall når man reiser til Hellas, Tyrkia, at man faktisk har en reiseoperatør som kjenner hvertfall, til det, syns jo ikke edinborough er det verste stedet å reise til, det er jo engelsktalende så du kan jo stort sett finne frem på egenhånd, men når det kommer til andre språklige land så kan det jo være greit å ha hvertfall en ekstra hånd.”

Heidi sier at det er anbefalingene hun stoler mest på fremfor det som kommer frem i annonser og selgerens nettsider. Men det kommer klart frem gjennom hele intervjuet at hun liker å ha en personlig dialog med reisebyrået og få anbefalinger fra en selger som har vært der. Vi spurte ikke spesifikt om hva hun vektlegger mest av WOM og hva selgere fra reisebyråer sier, og vi vil tørre å påstå at hun ville valgt reisebyrå.

Linn: reisebyråene kan veldig ofte ha glansbilde på alle stedene sine, men ved bruk av forum så ser du ekte mennesker sine meninger om stedene og får opp mest relevant informasjon. Hun syns at forumsider er gir relevant informasjon, og hun stoler på informasjon fra ewom, men det kommer litt an på forumet da selvfølgelig. Er det mange som mener det samme, så stoler hun på det, i tillegg til at informasjonen samsvarer med andre kilder hun har benyttet eksempelvis tripadvisor. Hun stoler ikke på reiseoperatørene ved første øyekast da de sier at ting er bra uansett om det er det eller ikke, eksempelvis Sunny Beach Bulgaria. Linn videre at reiseoperatører ofte lyver om stedene de skal selge. ”Jeg mener det er mer seriøst hva andre mennesker som har vært der sier enn hva Apollo og Ving selv sier da.” Dette sa hun etter at hun hadde snakket en del om forumer og blogger, og vi tolker det derfor dit hen at hun

snakker om eWOM og ikke WOM.

Linn om ewom: ”Jeg føler kanskje noen ganger at det kan være litt kjøpt og betalt, at det er representanter fra reiseselskapet visst det bare er positivt og alt er skrevet i nesten samme type stil, så blir man litt skeptisk, men da sjekker jeg alltid nøyere og sjekker alltid med sånn jeg sa, ta negative ord etter søket for å se eller finne negative sider hvor det er skrevet om det. Så sjekker veldig nøye før vi bestiller noe som helst.” Hun føler at reisebyråer bare vil selge. De mener at alle stedene er fantastiske uansett. ”jeg stoler ikke på reisebyråene.” ”Jeg hadde aldri reise ved å bare høre på de.”(reiseoperatørene)

”Jeg tenker at de som er vanlig reisende er mer eksperter enn de som sitter på reiseselskapene da. For det er de vanlig reisende personene som deg og meg er ute og opplever ting og har, ja du kan kanskje kalle de eksperter. De som har reist litt og opplevd det, det er de som kan det i motsetning til de som bare skal sitte å selge det.”

Anders: Ekspertuttalelser: Anders anser **ikke eWOM å være ekspertuttalelser da han ikke vet hvem kilden er.** Det at det er en seriøs tilbakemelding pluss om man ser at personen har opplevd litt, og har vært kritisk til å si sin kommentar, pluss kommentarer med respekt til aktøren, så anser han kommentaren å være troverdig. **Generelt anser Anders kommentarene troverdig om de innehar begrunnelser.** Hvis det er mye negativt i kommentaren så oppfatter Anders derimot kommentaren å være useriøs. **Anders stoler på de anbefalingene han oppfatter er seriøs.**

Anders: På skala 1-10 stoler Anders på eWOM **7**

(På svar fra hva Anders vektlegger mest av eWOM og markedskommunikasjon) : ”Det er litt sånn godt og blandet egentlig, det kan være **litt sånt situasjonsbestemt om man reiser til et nytt sted** ikke sant så innhenter jeg faktisk kanskje mer informasjon om stedet fra Starttour for der kan man få god informasjon om stedet (han benytter seg altså av informasjon fra selgere grunnet at det står mye info omstedet), ehh, også kan da tilleggsinformasjon angående anbefalinger komme etterpå, men hvis det er et sted hvor man har vært før og bare skal finne et hotell for eksempel så driter jeg i den Starttur eller Vingen så går jeg rett på hotellsøket og anbefalinger fra ja.”

Når Anders eksempelvis går inn på Ving eller Startour og ser på stjernene/rangeringen på hoteller, så tillegger han gjestenes vurdering mest vekt.

Hvis det er et **ukjent sted** veier anbefalinger fra venner og bekjente mer enn eWOM. Men hvis Anders har vært på reisemålet før ??

Ved backpackertur sier Anders at han tror han heller hadde hørt på Kilroy enn anbefalinger. Men han sier at det kommer an på hvilket land man skal reise til. Til land med store kulturforskjeller er en faglig mening grei å ha i bakgrunn. **Han sier kanskje med andre ord at selgere er mer eksperter?**

Magnus: generelt når det gjelder om Magnus stolte på informasjonen fra Lonely planet sitt forum svarte han følgende: ”Neei, hvertfall ikke transportmuligheter og når folk, når noen sier at de har bodd der og der, og var kjempekoselig så okei, så leser du noen andre som har hatt

det, ikke har hatt det så koselig da. så før vi valgte hostell og sånn så sjekket vi flere som hadde bodd der.”

Han stoler på de anbefalingene på Internett som angår han, altså de som gjelder hans interesser. Han føler heller ikke at de som kommer med anbefalinger ikke har noe å vinne på det. Han tror ikke at de som legger ut negative kommentarer på Internett har noe å vinne på det, men at de heller har et behov for å skrike det ut. Han stoler på ewom, men han vil vite HVORFOR det var kult eller kjedelig. For at han skal stole på en anbefaling må den være begrunnet. På en skala fra en til ti stoler han på Anbefalingene 7. Han stoler mest på ewom i forhold til selgergenererte kilder, fordi sistnevnte er ”veeeeeldig generelt”. ”det er hvertfall min erfaring da.” han siler ut useriøse kommentarer ved hjelp av skriftspråk og skrivemåten, og hva flertallet sier. Han sier videre at han tolerer på alle anbefalingssider fordi han kan ikke skjønne at noen har interesse av å skrive noe bra eller dårlig som ikke er sant. Magnus sier at ”Kilroy, de som jobber med det har jo vært ute og reist, så de har jo veldig mye peiling på det, det er unge folk, andre reisebyråer er veldig sånn ser for meg gamle, trøtte, kjedelige damer som har lest om de forskjellige stedene.”

Magnus tror ikke at reiseoperatørene direkte jurer, men alt er kjempefint, men det viktigste er å finne ut hva han syns er fint. Og det kan ikke de hjelpe han med grunnet generell informasjon. ”Jo mer lik meg, jo mer stoler jeg på dem.” Det er enklere for Magnus å skille ut hvem som er lik han gjennom Internett enn gjennom kataloger der man bare får en story.

Henrik: troverdighet til ewom: kommentarene må vise at de har perspektiv på ting, og være velformulerte. De må også fortelle årsaken til hvorfor det var bra/dårlig.

Reisebyråer skal selge, de gir for mye pjatt. Det er lettere å gjøre opp en objektiv mening om du klarer å være selektiv selv. Det er litt av poenget(læring?)

Henrik tenker ikke nøye over hvem avsenderen er, så lenge det virker fornuftig så tar han det for god fisk. ”Akkurat som en leser ett eller annet review fra en eller annen journalist som har vært der, kan godt hende han får betalt penger for å skrive en kjempeartikkel lissom, men da bestemmer du selv om du tar det for god fisk eller ikke.” De fleste av anbefalingene Internett stoler han på, de trenger jo ikke å være godt argumentert eller gjennomtenkt en gang. Henrik stoler mest på anbefalinger fra andre forbrukere på Internett. Informasjonen er mer troverdig når flere sier det samme. Du vet aldri hvem avsenderen er, men etter å ha sjekket flere steder, flere anbefalinger så danner du deg en mening. Han stoler ikke blindt på en anbefaling, men flere som gjelder.

Hva gir Henrik mest trygghetsfølelse av Kilroy/reiseselskap eller hva andre sier på Internett: Jeg vet ikke helt sier han til det.. Henrik har aldri dratt til Startour for eksempel og hørt om det er kult å dra dit. Sånn informasjon innhenter han andre steder(EWOM og faktasider/bøker) ”Så du kan jo egentlig si det sånn da, eller vri det og si at de tingene du leser, artikler som ikke er brukerbaserte på internett men artikler som er skrevet av journalister da, at man kanskje anser det litt sånn ehh sånn erfaring det også, ikke fra kompiser nødvendigvis, du tar det kanskje litt mer med en klype salt fordi det er en journalist, det ikke , du vet ikke hvem det er, men.” Han syns at det som journalister skriver er mer objektivt, gitt at det ikke er et useriøst reisemål som eksempelvis Syria, da hadde du tatt det med en klype salt. Hvordan henrik bruker Internett for å finne troverdig informasjon/dette går også på læring, da

man må ha brukt ewom mye for å skille mellom seriøs og useriøs informasjon: Du kan sammenligne det med en msn samtale. Du prater med jenter, den ene har mail sexybitch 89 ikke sant, hun andre har theapetersen@hotmail.com osv osv , også begynner du å prate med dem så ser du at hun ene bruker de derre 39 utropstegna og alt er bare kaos, ikke sant, også har du hun andre som er helt sinnsykt tørr og kjip og det ikke måte på, uansett hva du sier så får du smiley og null respons tilbake. Osv osv ikke sant så får du en som kan prate og skjønner at dette er litt mer seriøst ikke sant. Sånn bruker du internett også. Du leser artikler og ser hvordan , er det mange artikler, er de referert til ofte, hva er det fornoe ikke sant. Det går veldig sjeldent på person, jeg har aldri sett navnet på han som skrev artikkelen, hvis du skjønner hva jeg mener, det går på siden som regel.” Design og førsteinntrykk er viktig, har man hørt det om siden før er dette viktig også.(denne informanten er veldig bevisst på hvordan han bruker Internett og ewom og vi kan dermed tolke at dette er noe som brukes flittig, sammen med andre kilder/medier.)

Henrik påpeker til slutt at uansett om den som kommer med anbefalingen har blitt betalt for å si det han/hun sier, så er det grenser på hvor mye man kan ljuge, noe er jo sant.

Fhareta synes at informasjonen hun får fra reisebyråer er veldig generell.

” jeg syns at for eksempel at reisebyråer at de kunne gitt litt mer informasjon om det positive og det negative for man takler å høre, det er ingen som tror at det stedet man skal reise til er bare perfekt og bare bra, man ønsker jo å høre eh hva man skal passe seg for, men det får man aldri informasjon om fra reisebyråer. Det er derfor du søker da på anbefalinger for å høre hva andre mennesker har erfart da som har vært.”

Fhareta sier at som regel stemmer anbefalinger fra Internett veldig godt når det gjelder hotell. Hun rangerer 8 på en skala fra 1-10 hvor mye hun stoler på eWOM. Det ble ikke 10 da det er en fare for at noen overdriver i anbefalingene sine, samt at det kan være reiseoperatører som skriver innelggene. Hvorfor Fahreta stoler mer på eWOM enn selgergenert informasjon: ” Det som gjør anbefalinger troverdige det er ikke turoperatørene som skriver den informasjonen men det er de som har kjøpt det produktet før, det kan jo være med reise, det kan være med andre ting også.”

Fhareta stoler heller på hva andre folk anbefaler enn på markedsførere.

Kjersti på spørsmålet om hun anser eWOM for å være ekspertuttalelser:” Ekspert føler jeg er mer reisebyråer enn turister. Ja, det vil jeg si. Da vil jeg heller spørre en som jobber i reisebyrå enn en turist.”

På skal fra 1-10 stoler kjersti ”6” på eWOM.

Skrivemåte, budskap, om det er konkret og lett og oppfatte, skal til for at hun skal stole på en anbefaling. Det må samtidig ikke være for langt for at man skal gidde å lese det.

Kjersti vektlegger mest hva andre forbrukere på Internett sier fremfor hva selgere sier. Kjersti påpeker videre at eWOM er mer troverdig i de tilfeller det er noen negative kommentarer blant de positive, da det viser at hotellet ikke føler at de har noe å skjule (da hotellet ikke sletter kommentarene, og aksepterer disse.)

Mette: Hun stoler ikke på all informasjonen fra Internett, spesielt ikke når det står mye positivt om et hotell fra en reiseoperatør, da blir hun skeptisk. Hun sier videre at hun stoler på informasjon (ewom) når det er mange som har sagt noe. Men om språket er useriøst og nickname er babe 89 så stoler hun ikke veldig mye på informasjonen. Avsender er altså viktig for denne informanten. Folk legger inn innlegg som passer deres situasjon(eks barnefamilie på tur tenker bare over barneting som var der) På spørsmål om hva hun vektlegger mest, ewom eller selgenererte kilder, sier hun selgenererte kilder(kataloger, annen form markedsføring, Ving, Star tour osv). ”Ikke kommentarene.” Hun stoler mer på reiseoperatører ettersom de er nærmere eksperter enn det vanlige folk som legger inn kommentarer er. I tillegg påpeker hun at det er flere som har sittet sammen og skrevet det som står på sidene til reiseoperatører. En som legger inn en kommentar er bare en person. Men Mette sier samtidig at hun kanskje lurte seg selv ettersom reiseoperatører kun trekker frem det positive. Men hun velger altså å høre mer på disse kildene enn eWOM. Hun sier også at det som kommer fra reiseoperatørene virker litt sånn glorifisert til å være sant. Hun sier også at hvis kun identifisere seg med personen er det lettere å bli påvirket.

11: Forbrukere stoler mer på WOM enn på eWOM.

Mia stoler mer på venner og familie enn eWOM.

Vegard stoler mer på venner, men det er ikke så klare skiller her som på eWOM vs. Selgere. Vegard føler at han vet hvem avsenderen er på kjente reiseoperatørsider, for eksempel hotels.com.

På spørsmål om Vegard hadde stolt på anbefalinger fra forbrukere han ikke kjenner, svarer han: ”Ja, jeg hadde i hvert fall tatt det i betraktning, det er helt klart. Men for alt jeg vet kan jo det være betalt liksom.” Grunnen til denne skepsisen er at Vegard ikke vet hvem de er. Vegard kommer til å benytte eWOM neste gang han skal på reise.

Kristine: Når hun nå planlegger en lengre tur til Australia stoler hun mer på folk som har bodd der enn informasjon fra Internett. ”Så jeg stoler nok mest på kjentfolk eller bekjente av dem jeg stoler på.” Kristine sier videre at hun stoler mer på venner og bekjente enn ”sånn random folk som bare har skrevet det et sted.”

”Ehmmm, jeg føler at selgere generelt prøver bare å selge inn og vise de positive sidene med det. De viser jo ikke at det er negativt eller at det er slum nedi der eller. Men sånn hvis man vet om en bra turside da sånn som loonlyplanet og sånn som har et godt rykte på seg i forhold til at de har jo bøker og nettsider og sånt, så de ville jeg nok stolt på mer enn jeg kanskje ville stolt på et reisebyrå, hvis de har vært de stedene jeg skal reise da.”

Kristine stoler mest på venner å kjente fremfor eWOM. ”Det kommer litt an på hvor lenge de var der og såne ting.” Også tilføyer kristine at man ikke vet hvor lenge de som skriver kommentarene på Internett har vært der. Konklusjonen var: ”Da ville jeg nok stolt mer på venner, familie og andre bekjente som kanskje kjenner deg og vet hva du er ute etter da”. Kristine kommer til å benytte seg av eWOM igjen neste gang hun skal velge reisemål.

Heidi hører mest på vennen fremfor eWOM.

Linn: hun trenger ikke venner eller familiens anbefalinger så lenge hun kan sjekke ut stedene på nettet. ”Det hadde ikke gjort meg noe å bare søkt på nettet.”

Anders: skal vi tolke det slik at han stoler mest på venner og familie siden han går til dem først hvis han skal ut og reise til et ukjent sted?? Tror ikke han sa noe spesifikt om han stoler mest på WOM eller eWOM.

Hvis Anders kjenner en fyr som eksempelvis har vært mye i Hong Kong og Anders har tenkt seg dit, så tar han selvfølgelig å ringer han ved siden av annen informasjon. Det er bare for å skape mer trygghet.

Magnus: han stoler mer på vennen enn anbefalinger på Internett. Dette fordi han kjenner vennene sine, har like meninger på de spesifikke tingene der da. han føler ikke at han trenger å sjekke opp det vennen hans sier.

Henrik:

Ja, for å svare på begge da, det er egentlig ganske enkelt, så er det det at jeg, et godt salgsargument kan fort få deg til å stille mer spørsmål til folk rundt deg, assa type hvis jeg leser en artikkel om ett eller annet eller kampanje eller ett eller annet no sånt no, så kan jeg komme til å gå til gutta og okei gutta vi skulle dit, men hør her, bare les om det her, la oss bare gå å gjøre litt research på det, ikke sant. Så gjør du akkurat samme prosedyren så er det like billig, like bra, kanskje er det ett eller annet som tiltrekker litt mer da.

”Jeg vil alltid bruke venner og kjente og erfaringene deres.”

”...men det var en personlig erfaring da og det er noe annet enn å bruke Internett og bruke reisebyråene og sånne ting det og. Det er ikke personlig folk du kjenner da. Personen som gir deg informasjon, hvordan han faktisk er, har mye å si da.”

Fharetta stoler like mye på WOM som eWOM ”50/50”. Hun kommer til å benytte anbefalinger på Internett neste gang hun skal bestille en reise.

Kjersti stoler mer på WOM enn på eWOM. ”Man bør jo stole mest på de rundt seg. Så lenge de har kunnskap om det, så gjør jeg det”. ”Det er venner og familie som går først”. Kjersti kommer til å benytte seg av eWOM neste gang hun skal bestille reise.

Mette: vektlegger WOM mye mer enn eWOM. Hun stoler mer på venner da det er mer levende, og det virker mer følelsesladet.

Transkribering av intervju av Informant

1

Er du mye ute å reiser?

Jeg prøver å reise mye, men det blir jo feriereiser.

Hvis du kan tenke på de gangene du har innhentet en del informasjon, før du har bestemt deg for hvor du skal reise, hva gjorde du da? Generelt.

Når jeg har bestemt meg for ferie og destinasjon? Da kan jeg først gå til venner og bekjente hvis det er til et sted jeg ikke har vært på før. Ellers så blir det Internett som man innhenter informasjon om stedet, fasiliteter

Så du går ikke til reisebyråer? Og ser i kataloger?

Nei.

Fikk du noen gang informasjon fra TV som du benyttet deg av?

Det spørres litt hva du mener med TV reklame? TV generelt. TV reklamer legger jeg ikke så mye merke til, men hvis for eksempel en TVserie befinner seg på et bestemt sted, så kan man jo indirekte få informasjon eller altså et sted hvor man ikke har vært på før. Da kan man tenke ”å det stedet har jeg ikke vært på før, der så det fint ut”

Så det kan skape et behov da?

Ja, absolutt.

Hva er det du henter informasjon om?

Jeg liker først å finne ut om stedet er fint, og om det er verdt å reise dit, om det er verdt å bruke pengene sine på å reise dit, hva man bør gjøre når man reiser dit, hva man ikke bør gå glipp av, er det forskjellige områder man ikke bør ferdes i, eller områder man bør bo i og ikke andre for eksempel.

Følte du at Internett ga deg mer informasjon enn venner og familie? Eller hvilke av kildene får du mest informasjon?

Det spørres, for på Internett kan en tekst fra et reisebyrå ofte være en ”fasadetekst”, som jeg kaller det, en tekst som er *selgende*, men hvis du går til venner og familie som faktisk har opplevd et sted så får du jo, eller bør få, et sannhets svar ikke sant. StartTour har jo kjempe lyst til å selge reisene sine til Sardinia for der får de sikkert ikke solgt så mye reiser, også får jeg en kompis som sier at det er skikkelig dårlig der. Da har du ikke noe lyst til å reise dit.

Hvor lett synes du det var å finne den informasjonen du var på jakt etter?

Via Internett? Ja. Synes per dags dato at det går helt fint.

Synes du at all informasjonen er relevant for det du er ute etter?

Hvert fall av de kanalene som jeg bruker, som hotels.com

Ja, for hva er det du gjør når du søker på Internett? Hva er det du først gjør?

Altså, man kommer jo ikke noe sted uten at man har enten en flybillett eller en båtbillett som tar deg til stedet. Det er det første som er greit å ordne. Også henter jeg informasjon om det stedet jeg reiser til. Hva jeg gjør da er veldig basice ting, søker etter hvordan kultur det er der, hvordan man egentlig skal oppføre seg, valuta,

Men tar du å googler det, eller er det spesifikke nettsider du går inn på?

Når jeg har bestemt meg for en destinasjon, så kan jeg ofte google for å finne reiseguides for eksempel, og blogger. Fra folk som har vært der før? Ja.

Så du går ikke å sjekker Ving og Starttour?

Jeg synes Ving og Starttur, hvis jeg skal ha det, så kan det være sånn *all-inklusive* pakke, men jeg liker helst å sette sammen reisen selv jeg, bestille fly billetten selv, jeg ønsker den kontrollen. For jeg føler at man betaler mer enn man bør hos Ving og Starttour.

Stolte du på den informasjonen du fikk?

Ja.

Du snakket om at du fikk informasjon fra de rundt deg, da får du informasjon om alt fra stedet til hoteller?

Ja.

(skulle bare oppsummere for så at du allerede hadde sagt det)

Hvilke type informasjon var det du vektla da, var det noe spesifikt?

Nei, jeg vektlegger informasjon rundt området. For hvis du skal reise til en storby så er det veldig greit å høre hvor man egentlig bør gå og hvor man bør bestille hotell. Så man slipper å havne på utsiden av byen, for da blir det stress å komme seg inn til byen. Jeg vil heller betale mer for å bo mer sentralt. Så det er noe jeg vektlegger. Så innhenter jeg informasjon om kulturaspekter. Altså hvordan tipser man, er det noen type oppførsel man bør ha, osv. Reiser man til mer eksotiske reisemål kan kulturforskjellene være store. Det kan ofte hende at man opplever negative ting på reisen om man ikke vet såne type ting.

Har du noen gang mottatt både positive anbefalinger og negative kommentarer fra venner og familie eller om flere forskjellige steder? Eller er det bare positivt eller bare negativt?

Det kan være begge deler.

Hvilke informasjon er det du vektlegger for eksempel negativ informasjon, har det effekt på valget ditt?

Det spørres hvor tung den er og hvor ofte den blir sagt. Hvis man innhenter informasjon fra venner og bekjente og kanskje ti bekjente sier at man ikke skal reise et sted for de har hatt negative opplevelser, også har man tre positive, så ligger vekten veldig forskjellig. Men hvis det er mer likt (at like mange som sier positive ting som negative ting) må jeg ty til Internett igjen for å finne ut om det faktisk stemmer det de sier. Også ukjente da, sånn som blogger og sitater. For å dobbeltsjekke.

Ser du noen fordeler med å motta informasjon fra venner og familie?

Ja. Det er som jeg sa litt i stad, den *sannheten*. Det er ikke noe som forstyrrer. De har ikke noen skjulte motiver, eller jeg håper ikke de har det.

Ser du noen ulemper?

Nei, siden jeg dobbeltsjekker. Jeg synes bare at det er sunt at folk er kritiske til ting. For da er det ikke vits i å bruke så mye penger på å dra dit hvis det er dårlig der.

Har du noen gang reist til et reisemål selv om du har hørt noe negativt om det?

Nei. Det har jeg nok ikke, men jeg har reist til et sted hvor jeg ikke hadde noen form for bakgrunnsinformasjon. Dro til Tunisia for det var så billig, så var vi bare noen venner som hoppa på og bestilte.

Er det noen tilfeller hvor du innhenter mer informasjon fra venner og fra familien enn andre tilfeller?

Det blir nok når det er til steder jeg ikke har dratt til før, for eksempel, asiatiske land, som Thailand, vet jeg at mange av vennene mine har vært, og da faller det seg naturlig å spørre dem. For da er Thailand såpass ukjent, at informasjonen jeg får her vil veie tungt.

Og du stolte du på den informasjonen du får fra de rundt deg?

Ja.

Hvis du, eller det har du sagt. At du stoler mer på anbefalinger fra andre enn reklame?

Ja, det gjør jeg.

Og du ser veldig mye på Internett, hvis du tenker på de anbefalingene du fikk på internett. Hva slags informasjon leste du?

Jeg leser jo.

Nå er jeg i den situasjonen at jeg skal bestille tur til New York, og har vært der før, også skal jeg nå bestille nytt og velge hotell. Ofte kan valutaen være avgjørende for prisen. Og nå er man så prisbeviste at vi ønsker å få **mye** for pengene våre. Jeg er veldig opptatt av det, å få

mye for pengene mine. Og da ser jeg etter kommentarer for hoteller som er positive og negative.

Hvis det er et hotell til 11 000 kr og det er litt negative kommentarer her og der, også er det et annet hotell til 2000 kr hvor det er bare positive kommentarer, så er det sånne type ting jeg ser etter. For å ta en god beslutning. Det er en tilleggsinformasjon.

Følte du at det bidro til informasjon? Hjalp det deg?

I dette øyeblikket så har jeg vært i New York før, så hvis det var deres (de som legger inn anbefalinger) første gang i New York, og de ikke synes noe om stedet, så kan jeg tenke at ”nei sånn er det ikke” for jeg vet hvordan det er der. Men hadde jeg skulle dratt til et nytt sted så hadde informasjonen veid tyngre. For da er det litt mer risiko? Da er det litt mer risiko.

Ser du noen fordeler med å bruke Internett?

Det kan skape en mer trygghet, men man må også se det ann. For eksempel hvis en britisk person ga informasjon om et sted på hotels.com, må man også da ta i betraktning at britiske tenker forskjellig enn det nordmenn gjør. Så du må overveie kommentaren.

Så du vektlegger de som er mer lik deg?

Ja, tankesettet blir mer riktig da, om vi er mer like.

Ser du noen ulemper med anbefalinger på Internett?

Da er det bare at du må ta hensyn til de som legger inn kommentaren. Om den er sann eller ikke. Se om kommentaren er seriøs eller ikke seriøs. Man kan se at kommentaren er useriøs om de kommer med bare én linje, hvor de sier ”denne reisen var dårlig.” uten at de har noen grunn til hvorfor reisen var dårlig. Man må alltid ha et hvorfor spørsmål her. Men jeg synes at de som har faktisk tatt seg tid til å vurdere reisen og komme med grunner, virker mer seriøs. Men man vet jo ikke for det står jo ikke noen kilde. Det kan jo være selgere som skriver. Det er litt paranoid og tenke sånn, men det kan jo være personalet på bakgrunn av hotels.com som har skrevet kommentarene som står der. Så det er ulempen, å skille hvilke kommentarer som er reelle.

Hvor mye bruker du anbefalinger?

Tror ikke jeg bruker det 100 % men det blir sånn bi- greie.

Er du sånn at du først finner ut hvilke sted du skal til fra noe du ser i en annonse eller et eller annet, og så sjekker anbefalinger? (i den rekkefølgen)

Ja.

Eller ser du etter anbefalinger først?

Nei, Anbefalingene kommer i andre rekke.

Leste du alle anbefalingene?

Nei, det er skumlesing. Men hvis jeg ser en kilde som er seriøs, så leser jeg den. I det jeg skal sette over pengene på kontoen så kommer jeg til å lese de nøye, men når jeg nå er på et tidlig stadium og skal finne ut hvor jeg skal dra, så er det bare sann skumlesing.

Så det er tilfeldig de du velger ut i fra hvem du anser som seriøse?

Ja. Også hvis jeg ikke har funnet ut hvor jeg skal dra, så bare skumleser jeg det. Men i de tilfeller hvor jeg faktisk vet jeg vil bestille reisen der og da så leser jeg de mye mer nøye. Så velger jeg ut det hotellet som har best anbefalinger.

Men hvis du har et alternativ som er rimeligere enn det andre alternative men som får mer negative kommentarer, hva gjør du da?

Hvis det er prisforskjeller og den ene har en negativ kommentar men koster mindre så går jeg for den dyrere. (som da ikke har negative kommentarer). Og om hotellet ligger nært andre kjente steder, trykt område, langt til de og de stedene.

Har en positiv kommentar noen gang vært avgjørende for valget ditt eller skal det mer til?

Bare en? Jeg vil ikke si at en kommentar alene har klart å bikke meg over fra å være usikker til å bli sikker på valget. Jeg teller ikke antall kommentarer. Det kan være 4: ”dette har vært et bra opphold”, så kommer det en god avhandling på at ”nei, dette var ikke er bra opphold”, så kan den drepe de andre. (se her at han sa god avhandling)

Har du noen gang forandret din oppfatning om et reisebyrå etter å ha hørt andres oppfatning av det? (før du har vært der)

Ja, det har jeg faktisk. Et eksempel, jeg har ikke noe lyst til å reise til Tyrkia av en eller annen grunn, men jeg har skjont at andre har lyst til å dra dit. Jeg har enda ikke lyst til å dra, men jeg vurderer det nå. Det gjorde jeg ikke før. Så det har påvirket meg litt.

Følte du at anbefalingene på Internett sparte deg for tid?

Ja, det kan det gjøre. På hvilken måte? I en hektisk hverdag, hvor man ikke har tid til å ta telefonsamtale. Men det kommer litt an på hvor man skal reise. Er det et helt nytt sted, så tar jeg meg tid til å hente informasjon fra venner og bekjente. Trygghet er viktigere enn tid. Man legger jo mye penger i en reise og da er trygghet viktig.

Hvor tilgjengelig opplevde du at informasjonen var?

Den syns jeg er relativt god egentlig.

Føler du at du får informasjonen fort?

Ja.

Og du pleier å sjekke anbefalinger på flere av

Jeg sjekker reiseguides som er skrevet av andre for eksempel, og blogger. Det finnes jo så mange reiseguide sider. Hvilke sider føler du at du stoler mest på? Jeg bare googler ”reiseguide” og ”destinasjon”, og nå kan man faktisk betale seg til å komme høyt opp på google side sider, og VG er jo flinke til det og kommer høyt opp. Jeg tar de øverste som kommer opp på første google side. Jeg trykker ikke på neste side (side 2 på google) for da blir det for lite informasjon.

Følte du at de som kom med anbefalingene på Internett hadde noe å vinne på det?

Ja, eller de hjelper jo til.

Du tror ikke at de som skriver har noen skjulte intensjoner?

Nei det har jeg ikke tenkt helt over. Det jeg ofte har tenkt litt over er at hvis man ikke er fornøyd med en reise, vil man ofte sende klagebrev, men det får jo aldri folk se. Og her tror jeg at det er mye viktige ting som også andre burde se.

Man ser jo sosiale medier sånn som facebook sider, med sas og norwegian hvor folk uttrykker meningen sin, om den er positiv eller negativ, så får man et svar tilbake.

Ruter er jo også en reiseoperatør. Den blir aktivt brukt i dialog. Og blir brukt som et sånt klagesenter, som er åpen som alle kan se. Og jeg har også benyttet meg av den for å uttrykke missnøye og da føler jeg at det her er noe andre kan se for å skape press mot aktøren for å endre slik at det blir bedre.

Anså du uttalelsene for å være ekspertuttalelser?

Nei. Er det noen grunn til det? Man vet ikke hvem kilden er.

Anser du forbrukere som har vært på et reisemål for å være ekspert på reisemålet?

Da er det jo det om tilbakemeldingen er seriøs, og at den personen faktisk har opplevd litt, og kan være kritisk til å si sin kommentar, hvor personen viser at han har respekt for aktøren. Hvis det blir veldig mye negativt, kan personen oppfattes (av 1) å være useriøs.

Så for at en kommentar skal være til å stole på så må den virke seriøs?

Ja, det synes jeg. Men man kan jo også oppleve at en reise var dårlig, men da må man begrunne dette og ikke bare snakke dritt om aktøren. Man kan gi tilbakemelding om at dette var ikke bra, ta gjerne kontakt med meg om du vil diskutere dette. Da blir den mer troverdig.

Det virker som du stoler på de anbefalingene du oppfatter som seriøse, og de tar du i betrakning?

Ja.

Kan du si på en skala fra 1-10 hvor oppriktig du oppfatter anbefalingene på Internett er? (hvor 10 er best)

Jeg vil siden det er en bi- greie, at det kommer i andre rekke, så vil jeg si 7.

Oppsummeringsspørsmål

Hva vektlegger du mest: Andre forbrukeres kommentarer på Internett eller det som kommer fra selgere?

Det er litt sånn godt og blandet, om man skal reise til et nytt sted innhenter jeg mer informasjon om stedet fra Starttur, for der kan man få god informasjon om stedet, også kan anbefalinger fra andre komme som en tilleggsinformasjon etterpå. Men hvis det er et sted hvor man har vært før, og man bare ønsker å finne et hotell, så driter jeg i starttur eller ving og går rett på hotellsøk og anbefalinger.

Hører du mest på anbefalingene fra mennesker rundt deg, eller det du hører på Internett?

Det kan være begge deler egentlig. For eksempel. Det er litt sånn hvor jeg reiser. Reiser jeg til Bergen og jeg er kjent og vet hvor jeg skal få meg mat osv, og jeg har den tryggheten, så kan jeg bare bestille et hotell også kan jeg se på noen anbefalinger på Intenett, også trenger jeg ikke å drive å ringe rundt til vennene mine. Men hvis det er et mer ukjent sted så veier det mer tyngre det venner og bekjente sier.

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger på Internett neste gang du skal reise?

Ja, som tilleggsinformasjon.

Er det noe du vil legge til?

Nei, det går nok fint.

Oppklaringsspørsmål

Reiseguiden, er det fra folk som har vært der før?

Det er ofte fra personer fra VG eller andre som anmelder steder. Jeg tror det er sånne fagspalter, (mer nøytrale kilder.)

Når det kommer til kulturforskjeller, hva vektlegger du mest: det reisebyråer på Internett sier eller hva andre personer som har vært der sier?

De mest åpenbare kulturforskjellene står ofte i reiseguiden og blogger og sånne ting, og fagspalter. Så de mest ”obiouse” kommer der. Hvis jeg kjenner en person som har vært mye i Hong Kong for eksempel og jeg skal reise dit for første gang, så tar jeg en telefon til han og bare dobbeltsjekker om det er noe jeg skal ta hensyn til. ”det her vet jeg, er det noe mer jeg trenger å vite?”. Det er bare for å bli sikker og ikke drite seg ut.

Hvis du kun måtte hørt på hva reiseoperatører sa, eller hva andre personer sa på nettet, hva hadde du hørt på da?

Hvis vi går 15 år tilbake, og vi ikke brukte reiseportaler eller anbefalinger, måtte man fysisk gå til et reisebyrå. Husker mamma og pappa bestilte sydenreise og vi bladde i kataloger og ringte og bestilte reiser. Og da var det nok det reiseoperatører sa som veide tyngst, men nå de siste tre-fem årene hvor vi bestiller reisene selv så er det jo den nye digitaliserte hverdagen.

Føler du at du ville savna det å få anbefalingene om du KUN måtte forholdt deg til det selgerne sier hadde du mista litt trygghet?

Jeg tror det har litt med hvordan du er lært opp. Nå sitter jo eldre personer som har lyst til å reise, og må ha hjelp av barna sine for at det har blitt så digitalisert at det å gå til reisebyråer er på vei ut.

Sånn på Kilroy kan man sitte å snakke med de på reisebyrå hvis man skal på en mye større tur sånn som backpackere gjør. Hadde du stolt mer på hva de på Kilroy hadde sagt enn andre personer som har vært der sier? Ja, det tror jeg. Men det kommer helt ann på hvilket land du skal til. Hvis du skal reise i Europa, så er det ikke så veldig store kulturforskjeller. Men skal du til Russland og videre østover så er det nok en faglig mening grei å ha i bakgrunn.

Du sier at du vektlegger de kommentarene fra avsendere som er lik deg selv, hvordan ser du at de er lik deg selv?

Kravene til en asiater er mer forskjellig enn oss Nordmenn og svensker og dansker. De kan mene at noe er dårlig som du kan synes er bra.

Jeg fokuserer mye på stjerner, og at det ligger godt til og at det er bilder. Bilder og visuelle ting er viktig. Hadde det ikke vært bilder og bare positive ting, så vet jeg ikke helt om jeg hadde stolt på det. Bloggene blir også mer troverdig om de legger inn bilder. Samt at hvis det er kjeder, Radisson, Sas, som jeg vet er bra, så tror jeg på det.

Hvilke veier du høyest: De stjernene som reiseoperatører gir eller de gjestevurderingene?

Da tar jeg gjestenes vurdering. Reiseoperatørene skal jo selge vet du.

Transkribering av intervju med Informant 2

Hva gjorde du når du innhentet informasjon?

Ved siste reise?

Ikke ved siste, men ved det spiller egentlig ingen rolle, bare der du brukte litt tid da.

Ja, eeemm da har jeg som regel gått inn på for eksempel expedia eller travellink eller, sånne type sider da, hvor du kan hente inn fly og hotell. Også har jeg brukt ehm ja jeg går inn for å sjekke priser, det er det første jeg gjør. Også har jeg for eksempel sjekka hoteller separat på hotels.com og der står det ofte anbefalinger på hoteller og ja, det er jo sånn søke hvor du kan huke av hva du, om du vil ha i sentrum, hva slags type hotell og ja, den type ting da. Også står det gjerne anbefalinger fra andre som har brukt det hotellet da som dukker opp. Med mer

Har du kun brukt Internett?

Ja, kun Internett

Ikke reisebyråer, kataloger?

Nei

Surfa gjennom TV kanaler for å se om det kommer opp noen?

Nei, ingenting, kun Internett.

De ulike sidene du brukte på Internett, hvilke gav deg mest informasjon om det du var på jakt etter?

Ehh, jeg syns hotels.com er veldig bra for der får du pris, assa ja der får du opp alle typer hoteller og du får anbefalinger, ehmm, ehm ja, så pleier jeg å gå inn på de fleste steder har jo sånn visit london, visit oslo, det finnes sånne nettsider da. Så pleier jeg også å gå inn der bare for å se, men jeg tror det er veldig tilfeldig hvilke sider man havner på, for ofte så går man bare inn på google, også skriver man inn attraksjoner i den og den byen, og så kommer det opp random sider da som man ikke husker i etterkant.

Syns du det var lett å finne informasjon om det du var på jakt etter?

Ja

Syns du at informasjonen var relevant for deg?

Mmmm, nei, det er det vel ikke. Du må bruke litt tid på å ja, lese, du må jo bruke litt tid til å lese og fjerne det som ikke er interessant.

Hvordan klarer du å fjerne det som ikke er interessant eller skille ut det som ikke er relevant for deg?

Assa, hvis jeg havner på en nettside og det står masse informasjon om kunst og museum og, ja, den type ting da, så er jo ikke det så veldig interessant for meg. Ehhmm, menneh, noen ganger så havner man på nettsider hvor det er veldig mye irrelevant informasjon, men det kommer jo an på hvordan du søker da. Hvis du søker by også trendy restauranter så vil jo det komme opp da, sånn at du må være flink til å spisse søket ditt.

Stolte du på den informasjon du fikk?

Ehhh, ja, fordi hvis det er sånn at det er flere som har sagt det samme, ehmm, om en ting, så tenker du at det her må være, det her må jo være bra fordi det er mange som har kommentert sånn og sånn eller, ja, nå har jeg lest på flere sider at de sier ehm det samme om ja, den kafeen, eller restauranten eller stedet.

Du pleier å sjekke flere kilder?

Ja, fordi de fleste ehm, ofte når du søker på Internett, hvis du søker for eksempel på attraksjoner i London eller i Istanbul for eksempel så vil det alltid komme opp en sånn topp ti liste hvor det står hva du burde gjøre i de forskjellige byene.

Kommer opp topp ti på google eller på?

Ja, hvis jeg søker, går inn på google og søker topp ten attraksjoner i Istanbul så vil det alltid, det finnes masse sånn topp ti lister, eller topp 20 eller ja ti ting du må gjøre, ja, det fins veldig mange sånne lister da, på nettet.

Har du noen gang fått anbefalinger fra folk rundt deg som familie, venner eller andre bekjente?

Ja, ehmm, for nå er det jo sånn at, ja, det er veldig sjeldent at du, hvis f eks på jobben da, sier ja nå skal jeg reise dit, så er det alltid en eller annen som har vært der før eller kjenner noen som har vært der som, ja de kan jo si at ja da bør du dra på den restauranten eller da må du huske å få med deg det, men det går på en måte litt inn her og ut der.

Har det vært når du skal bestemme deg for reisemål og, at du har hørt på folk på jobben f eks da?

Ja, for eksempel ho ene på jobben, nå jeg skulle til Istanbul, ho hadde vært i Istanbul mange ganger før. Og ho var sånn, ja det er en fantastisk by og kjo og hei og ho fortalte at vi burde gå dit og spise på den restauranten og, det hotellet der er veldig bra, ehh, men den informasjonen jeg fikk av henne det brukte jeg ikke når vi bestilte fly og hotell.

Hvorfor tror du ikke at du gjorde det?

Nei, for det første så var det en helt annen prisklasse det ho anbefalte. Og for det andre noterte jeg det ikke ned, jeg tenkte jaja det fins jo, det kan godt hende at den restauranten er bra, men vi får bare, det ikke så viktig å ha så detaljert informasjon på forhånd.

Men valget av reisemål det tok du på bakgrunn av den informasjonen fra hun på jobben?

Ja, fra henne ja. Det var faktisk helt tilfeldig at det, at Istanbul kom opp da for eksempel.

Fordi dere har snakka om det på forhånd?

Ja. Mm, men pris er jo selvfølgelig også veldig viktig. Det er jo faktisk det. Vi hadde nok ikke reist til Istanbul hvis det hadde kosta dobbelt av det vi betalte.

Så det var innafor på en måte de kriteriene du hadde?

Ja, og riktig pris da.

Når du har fått anbefalinger fra folk rundt deg, hva er det du har fått informasjon om da?

Eh nei det er gjerne, ehm hotell, at de anbefaler hotell, også anbefaler de gjerne restauranter eller kafeer, eller attraksjoner, ja. Det er vel de tingene der. Shopping og. Men shopping, ja det er vel kanskje ikke den informasjonen jeg får fra venner og familie, det ikke så veldig mye annerledes enn det du selv kan lete deg fram til på Internett. Noen ganger så kan du få informasjon at du må gå til den butikken for det fins det og det og det, men jeg syns uansett at man er på tur at det går litt i glemmeboka, at man ikke rekker å gjøre det. Og noen ganger så, de anbefalingene man får av venner og kjente, det ehm, ja, man bare tar det imot for å være høflig også tenker du at ja, okei men du er litt alternativ, jeg vil ikke til det stedet eller at den informasjonen du får at den ikke passer det du selv har lyst til å gjøre da.

Men hvis det er noen som er veldig like deg?

Så er det jo selvfølgelig ja.

Ser du an personen litt om du velger å høre på den?

Ja, assa, ja, faktisk. Ehm, sånn som for eksempel, ja, det er emm, sånn som f eks når vi dro til Stockholm, så sa en venninne av meg som jeg har bodd sammen med, og vi er ganske like, at vi bør dra til et sted hvor vi spiste lunsj en dag, men jeg dro jo dit og det var jo kjempesint, det var i den litt finere bydelen. Ehhhm, mens andre som jeg snakka med anbefalte jo andre steder som vi ikke valgte å dra til fordi at ja, jeg ser, ja fordi den som anbefaler, du ser jo på den personen har samme type personlighet som deg, eller liker de samme tingene som deg da.

Så du klarer å skille ut litt på interesser og litt sånn?

Ja, riktig. Så det har jo, ja, jeg tror faktisk det er veldig viktig da. Det har jeg faktisk ikke tenkt på før nå. Ja fordi, det er jo sånn derre at hvis mamma anbefaler, ja dere må gå dit, så er det sånn åhh, hva skjer der, vi har ikke lyst til å gå dit. Så tar vi det ikke videre, men hvis noen

som er lik meg da sier at gå dit eller dere burde besøke det så ja, setter det seg fast litt mer da kanskje, man husker det. Mm.

Ser du noen fordeler med å få anbefalinger fra andre?

Ehh, om jeg ser noen fordeler. Ja, noen ganger så er det, kan det jo være en fordel at du får informasjon ehmm som du ikke finner på nettet, for på nettet så kan du jo ofte være informasjon om ja veldig sånn vanlig turistinformasjon, mens du kan på en måte finne eh ja, åssen skal jeg forklare det, ja du kan få informasjon som du kanskje ikke hadde fått ellers da, eller, men på en annen side så er det sånn at du får, sånn som når vi fikk anbefalt å dra på lilla pakistan restauranten, så dro vi dit så var det jo ikke det vi hadde sett for oss, da tenkte jeg faen ass, vi må ikke ta imot anbefalinger fra andre neste gang vi er på tur. Så det er jo både og. Ja, noen ganger så kan det slå veldig bra, mens andre ganger kan det slå veldig feil.

Du har erfart begge deler, at du kan stole på de og ikke?

Ja.

Ser du noen ulemper da med å få anbefalinger fra andre?

Ja, det er jo det atte det kan slå tilbake.

Er det noen andre?

Nei, egentlig ikke. For folk er jo gjerne sånn at de anbefaler deg ting, men det er jo ingen som følger opp det. ”dro du dit”, og da sier man gjerne nei vi hadde ikke tid, så det er jo ikke no..

Du føler deg ikke forpliktet til å..?

Nei, nei, nei, absolutt ikke.

Har du noen gang reist til et reisemål på tross av at du har hørt noe negativt om det?

Ja, Mexico.

Fortell litt om det

Nei, det var jo når vi dro til Mexico i 2009, det var jo midt under svineinfluensaen, og da liksom skrek det i aviser og på TV at man ikke skulle dra dit, men vi dro jo dit uansett. Men det var jo kjempebra, vi hadde jo en kjempebra tur og vi blekke syke og, der var det jo ingen som hadde hørt om svineinfluensaen.

Er det noen andre steder du har dratt selv om du har fått noen negative anmeldelser?

Jeg tror det er litt sånn atte alle steder har både negative og positive sider, og det folk forteller om forskjellige byer eller steder er veldig individuelt. Så du må på en måte, selv om du får anbefalinger så må du på en måte vurdere det selv fordi det er jo dine penger og det er jo din reise og ehh, ja.

Ja, og du stoler på den informasjonen du får fra folk du anser som er like som deg?

Nei, ikke alltid, nei. Det si at man kan, det er veldig greit å få anbefalinger fra venner og familier, og ja vurdere det frem og tilbake men det er jo ikke alltid alt som er pålitelig av det som kommer frem av anbefalinger fordi ja, la oss si at jeg drar et sted og har en kjempedårlig opplevelse, også kommer jeg hjem og sier nei ikke dra dit, det var et skikkelig dårlig sted og, ja, også er det noen andre som drar dit og får det kjempefint, så det er jo veldig individuelt. Alle anbefalinger er veldig individuelle. Så jeg tror at valg av reisemål at det er en kombinasjon da at du har en idé om hvor du kunne tenke deg å reise også hører du litt rundt med venner og kjente hva folk anbefaler og hvis det er flere som nevner en by eller sted, hvis det er flere som nevner samme sted da, så begynner du å tenke hmm kanskje jeg skal sjekke det ut litt mer og da gjør man kanskje research selv på Internett. At man gjør begge deler. At man gjør research selv og får anbefalinger fra venner og familie.

Hva er det du stoler mest på av anbefalinger fra folk rundt deg eller det du får fra, eller det du ser kanskje fra annonser, eller hvis du noen gang er innpå Ving sine sider, reisebyråer?

Ja, ehh, jeg tror vel i forhold til sånne sydenturer så tro jeg at jeg stoler mer på anbefalinger fra venner og familie. Faktisk.

Er det noen grunn til det?

Nei, fordi ofte er det jo sånn at den informasjonen du får fra Startour eller Ving ehh, det ser veldig fint ut uansett, assa det kan være drittsted, men de får jo frem fine bilder og, og ja, de, det står jo selvfølgelig ikke noe negativt de vil jo ikke fremstille stedene sine på en negativ måte, og da er det veldig greit å høre med venner og familie og kjente og høre hvordan de opplevde de forskjellige stedene. Og da, hvertfall syden som kan være veldig masete. At man sjekker nøye, eller sjekker litt mer da om hva slags sted det egentlig er, det du vurderer.

Så du føler ikke at det gjelder for sånne storbyer og sånn?

Nei, men storbyer er litt annerledes, faktisk. Så jeg tror, jeg tror også reise, om du velger å benytte deg av anbefalinger fra venner og familie eller det du finner på Internett avhenger hvor du skal reise hen. Sånn som hvis det er syden så liker jeg mer å høre med venner og familie, men storbyer og sånt der er det jo, man kan godt høre med venner og familie, men

Det er kanskje litt morsomt å finne ut av det selv?

Ja, det også.

Hvordan tror du negative anmeldelser fra folk rundt deg påvirker deg eller ditt valg av reisemål?

Jaa, eh, jeg tror ikke det påvirker meg sånn, i forhold til sydenturer så tror jeg det påvirker meg veldig mye, assa jeg skal jo til syden nå i juni og vi valgte bort flere steder for at vi hørte med foreldre og venner at nei ikke dra dit, der var det kjempedårlig, bruk heller pengene på å dra til et annet sted. Så der har det påvirket ganske mye.

Da kan man vel egentlig si at du har droppa noen feriemål fordi du har hørt noe negativt?

Ja, fra andre som har vært der. Fordi jeg tenker sånn at det som er med sydentinasjoner det er destinasjoner som er ganske små, ehmm, sånn atte når en person sier atte ja vi var der i to uker og det var sånn og sånn og sånn så tenker jeg at det er mye mer pålitelig informasjon enn en person som har vært i en storby som er mye mye større og kommer med noen negative anbefalinger der, da tenker jeg at det er vel, det blir vel veldig individuelt, ja. Så kanskje størrelse på hvor stort det stedet er da, det kan også innvirke. Jeg vet ikke.

Hvordan tror du positive anmeldelser påvirker deg eller ditt valg? Drar du til reisemål som du hører positive ting om er du lett å lissom hvis Tor har vært der så?

Neie, jeg tror det er flere faktorer som spiller inn. Ehmm. Ja jeg tror, det kommer an på hvor gammel man er, hva slags situasjon man er i, hvor mye penger man, hvor lenge man kan være borte, og man kjenner mange folk som er ute og reiser mye, ehm og man interesser, jeg tror, jeg syns det der er litt vanskelig fordi atte man vil jo alltid ta i mot anbefalinger og de kan være veldig veldig positive, de kan være så positive om de bare vil, men hvis man på en måte ikke har tid til å reise eller har råd eller, ikke får med seg noen folk, eller ikke får planlagt det skikkelig, så så er det ikke sikkert man får gjennomført det, så jeg vil ikke si at positive anbefalinger fører direkte til at man velger å reise til det stedet da som har fått positive tilbakemeldinger. Ikke sant, det er jo, jeg har jo veldig lyst til å reise til New York og alle de jeg kjenner som har vært i New York sier at det er veldig bra, men jeg velger jo å reise et annet sted til sommeren fordi jeg har ikke råd til å dra dit.

Du sa jo også at du pleide å lese sånne anbefalinger på Internett, hva slags informasjon var det du fikk da?

Ehmm, det jeg syns er bra med å lese anbefalinger fra, assa på nett, det er jo atte det kommer fra, de som skriver innlegg de er jo ikke blitt betalt eller noen ting, det er jo bare deres egne personlige meninger. Og der kan man jo snappe opp veldig mye bra informasjon om steder, restauranter, hvor man burde dra, hvor man ikke burde dra, kanskje by, forskjellige bydeler, hvilke bydeler man kan besøke som er bra, ikke bra. Ja,ja.

Føler du at de anbefalingene bidrar til mye informasjon?

Ja, absolutt, for da kan man jo notere seg ned. Og ofte er jo sånne anbefalinger så vil jo for eksempel eh populære steder, eller restauranter, de vil komme igjen flere ganger. Så hvis du leser for eksempel femten anbefalinger og du ser en restaurant blitt nevnt ti ganger, så tenker du, åj, hva er det her, også noterer du det ned, så går jeg inn på google og så sjekker jeg det ut da, bare for å se hva er det her.

Så det kan gjerne være en start, at du leser anbefalinger og så finner du ut okei hva burde jeg sjekke ut også sjekker du det videre ut?

Ja, for det var jo sånn når vi dro til Istanbul så hørte jeg fra han ene på jobben, han har jo bodd der, og da sa han atte, ja Istanbul har veldig mange kule utesteder og sånt, og så spurte jeg, ja vet du om noen som vi burde dra til? Så sa han, nei nå er det en del år siden jeg har vært der,

og da gikk jeg inn på google, og så googlet jeg rett og slett bare trendye utesteder også kom jeg på en sånn side hvor folk skrev inn da og da var det en restaurant som kom opp flere ganger og da gikk jeg inn på nettsiden til den restauranten. Også noterte jeg meg det ned da.

Hvilke fordeler med å få informasjon fra anbefalinger fra Internett?

Ja, fordi jeg tenker informasjon som komme fra sånne anbefalingssider, det er jo noe som folk har erfart og ehh, ja, kanskje litt mer troverdig informasjon da, mens for eksempel informasjon fra for eksempel visit Oslo, den kan for eksempel være en veldig veldig generell og kanskje litt kjedelig og.

Ser du noen ulemper?

Ehhhmm, nei egentlig ikke, det er jo, du bare leser anbefalingene bare for å se hva som rører seg i den byen skal reise til og bare for å hente inn tips og ehh, ja. Du bare husker det som går igjen flere ganger og alt annet informasjon blir jo bare borte, du klarer ikke å... alt sammen, så jeg ser ikke noe sånn direkte ulempe med det.

Men søker du kun etter anbefalinger på Internett eller går det også på hva reiseoperatører og sånn sier?

Nei, egentlig ikke.

Kun anbefalinger?

Ja. Kun anbefalinger og egentlig det som dukker opp. For jeg liker å søke på google og da kommer det opp masse forskjellige sider, og hvilke side jeg havner på, det er jo egentlig veldig tilfeldig.

Pleier det på en måte å være de første som kommer opp?

Ja

Er det noen ganger du går på side 2 og 3 eller gidder du ikke det?

Nei, det er kun de første. Ja. Så det er veldig tilfeldig hvor man havner, men som regel så havner man alltid på en sånn anbefalingsside, for det er jo veldig populært nå, det fins det masse av.

Jeg føler at du vektlegger anbefalinger på Internett veldig mye, eller har jeg feil oppfatning da?

Ja, ehh, assa på forhånd så, jeg tror nok at jeg ikke bruker så mye tid på anbefalinger og den type ting før vi kjøper en reise da, det er gjerne etter vi kjøper reisen og alt er i boks. Man gleder seg veldig til turen, og da bruker jeg veldig mye tid på internett på å bare bli litt mer kjent.

Du bruker ikke anbefalinger før du skal bestille?

Jo, det også menneh ehmm, noen ganger så, noen turer er jo veldig spontane og da må man bare sette seg ned og okei nå skal vi på tur dit, da må jeg finne ut hva vi skal gjøre der.

Ja, fordi du bruker anbefalinger på å finne ut hva du skal gjøre på det stedet?

Ja

Men bruker du ikke anbefalinger til å bestemme deg før du skal reise?

Jo, det også. menneh, som jeg sier, noen ganger når man skal ut og reise så skjer det veldig spontant og det ikke alltid man bruker så mye tid på å, ofte så blir man invitert med eller jah.

Så da er det enten spontant eller at du hører fra folk rundt deg at du bør dra dit?

Ja.

Også går det på pris, du går inn og ser?

Ja. Sånn som for eksempel, ja, når jeg dro til Istanbul var jo det veldig spontant og vi brukte ikke så veldig lang tid på å bestemme oss, men vi brukte veldig lang tid etter at billetten var betalt på å finne ut hva vi skulle gjøre der og utnytte tiden mest mulig, men som for eksempel nå når vi skulle til syden så brukte vi sinnsykt lang tid på å finne ut hvor vi skulle dra fordi det måtte matche med pris, og måtte ha basseng..

Men hvordan kom dere frem til det valget da, det er litt interessant når dere brukte så lang tid?

Ja, vi brukte kjempe lang tid fordi atte ehmm vi bare fant ikke noe som passa til de kriteriene vi hadde stilt da og det var jo at det ikke skulle være over så så mye i forhold til pris og det måtte passe i forhold til dato og vi måtte ha basseng, det var jo Birgitte som ville ha det, for meg var ikke det så viktig. Ehmm, og sånne kriterier med avstand til stranda og bla bla bla. Vi brukte kjempe lang tid fordi det er bare Ving og Startour og de turoperatørene der som selger sydenreiser så vi hadde jo kun dem å forholde oss til.

Så du synes det var litt tungvint?

Ja, det var kjempe tungvint, ehmm, vi var jo innom hele verden lissom før vi bestemte oss for Tyrkia, og det og var litt sånn vi var så lei av å lete og vi tenkte sånn okei nå setter vi av en kveld også finner vi ut hvor vi skal reise, men vi brukte hvertfall to eller tre kvelder før vi bestilte.

Hvilken rolle spilte anbefalinger på Internett da?

Nei, da var vi kun inn på Startour og Ving, og der gikk vi veldig etter pris og de kriteriene vi hadde. Ehh og litt sånn at nei vi skakke dra dit for der har vi vært før. Men det var en blanding av at vi ikke fant noe som passa til kriteriene og at det var for mye informasjon.

Men sammenligna da når du kun må forholde deg til reisebyråene på alle andre turer hvor du kan bruke andres anbefalinger. Syns du det er mye enklere da å bare bruke anbefalinger?

Ja, jeg syns, det er mye lettere å velge, ja sydenturer er faktisk, jeg syns det er vanskelig å velge, det er mye vanskeligere enn storbyturene ja andre typer reiser da.

For det er lettere å på en måte høre andres?

Ja, du, det finnes mye mer informasjon og du kan lete etter billetter og, ja det fins flere, du kan booke billetter flere steder og, hotell og, det er litt mer å hente på for eksempel storbyturene enn på syden for det er så begrenset og så blir du irritert fordi du finner ikke det du leter etter, også med mer, ja så ender det med at du ja, må bruke tid på å snakke med venner, familie og ja, finne ut, ja.

Hvis du ser bort fra de sydenreisene og tenk på storby weekend, føler du at du fikk nok informasjon fra de anbefalingene du leste på nettet?

Ja

Leste du alle?

Nei, det er jo som regel på sånne anbefalingssider så er det en del ting som går igjen. Og det er hva er populært av attraksjoner og ja, shopping, og restauranter, ja, stemning og ja, den type ting da, hvis det går gjennom to eller tre ganger så har du på en måte fått den informasjonen du trenger.

Var det noe du spesifikt ikke leste, når du begynte å se noe også tenkte du nei det her gidder jeg ikke?

Ja, det går jo da på interesser, at hvis noen begynte å anbefale museum og konserter og så er jo det utenfor interessefeltet mitt så da bare leser man det ikke.

Var det noe annet enn interesser som gjorde at du ikke så noe på det, var det noen andre tegn eller noe sånn?

Ja, nei, bare, nei, bare tenker, nei det her har jeg ikke lyst til å gjøre, uinteressant.

Lette du etter hovedsakelig positive eller negative eller blanding?

Nei, negative og.

Hvorfor det?

Ehmm, nei, det kan jo være sånne tips da som du ikke finner på andre nettsider som for eksempel ja i forhold til drosje, ikke betal mer enn så så mye, ikke ta drosje mellom det og det

tidpunktet fordi da er det rushtrafikk, og litt sånne smarte tips da som du ikke finner andre steder og, ehm, ja.

Føler du at du får mer på en måte negativ informasjon?

Kanskje ikke negativ informasjon, men mer ærlig.

Føler du at du får mer ærlig informasjon fra anbefalinger enn fra reiseoperatører?

Ja, ja, absolutt.

Hvis du har hørt en veldig sånn positiv ting om en storby har det på en måte vært helt avgjørende eller må det mer til enn en eller har du på en måte dratt til et sted pga en anbefaling?

Nei, det var det som jeg sa nettopp, det kan være veldig veldig positivt det man hører, men herregud man kan jo ikke alltid bare reise.

Har du noen gang forandra oppfatning av et sted etter å hørt en anbefaling om det?

Ja, ehh, ja, faktisk, litt sånn, nei det er jo kanskje gjerne steder som folk ikke har reist så mye til da, at du blir litt sånn positivt overrasket jøss har de det der og, ja det visste jeg ikke om oss, er det sånn og sånn, ja, at man blir positivt overraska da. Men det hadde betydd at, det betyr jo ikke at jeg har da tenkt, å da skal jeg reise dit, det nei.

Men har det hendt at det på en måte, det stedet har kommet blant mange alternativer, eller vil du ikke vurdere det en gang?

Ehh, nei, assa, det jeg tror er at når man bestemmer seg for, når man skal ut og reise så har man innerst inne bestemt seg for et sted men du bare søker etter bekreftelse på at det valget du har gjort, det er riktig. Det er jo egentlig det man søker etter bekreftelse på at ja nå har du gjort en riktig ting eller den reisen du har lyst til å bestille det er et riktig valg fordi at se her her anbefaler de det, og venner og familie sier det og det og da... bare for å rettferdiggjøre ja. For deg selv da at det her er et bra valg. Faktisk, jeg tror det ofte er litt sånn at man ja.

Følte du at det å lese anbefalinger på nettet sparte deg for tid?

Nei, ikke, det sparte meg ikke for tid, jeg brukte vel me.. man må jo bruke masse tid på, man bruker jo masse tid på å hente informasjon, men en tenker at det er verdt den tiden man bruker fordi at man får masse informasjon om det stedet man ønsker å reise til eller skal reise til.

Men sammenlignet med å for eksempel gå og lese i reisekataloger eller bare sånn faktasider, at du får mer informasjon på kort tid?

Ja, det er mye mer tidsbesparende å gå inn på nettet og søke opp informasjon der enn å fysisk dra til et reisebyrå og hente. Og der er det også begrenset med informasjon, du kan få sommerkatalogen for 2011 også vil det kanskje stå et lite avsnitt eller en side om et spesifikt

sted da, som du leter etter, men jeg syns informasjon fra reisebyråer og flyselskaper og sånt er veldig generell.

Så du setter pris på anbefalinger for da er det kanskje litt mer spesifikt?

Ja, atte, em ja jeg syns atte for eksempel atte reisebyråer atte de kunne gitt litt mer informasjon om det positive og det negative for man takler å høre, det er ingen som tror at det stedet man skal reise til er bare perfekt og bare bra, man ønsker jo å høre eh hva man skal passe seg for, men det får man aldri informasjon om fra reisebyråer. Det er derfor du søker da på anbefalinger for å høre hva andre mennesker har erfart da som har vært.

Ser du på det som en litt forsikring atte da vet du okei, hadde det vært på noe verre så hadde jeg hørt om det for da hadde jeg lest mye om?

Ja, ja.

Hvor tilgjengelig opplevde du at informasjonen på Internett var? Hvor fort fant du det du lette etter?

Ehhhhmm, det kommer an på hvor kjent det stedet du søker etter er, hvis du skal søke etter London kommer det opp masse informasjon, kanskje litt for mye. Eehmm, mennehm, ja, søker du etter, ja, sånn små sydenområder når du skal bestille sydenturer så kan det være litt begrenset informasjon for da er det bare informasjon fra reisebyråene og ikke så mye informasjon fra privatpersoner og anbefalinger.

Hvor fort følte du at du fant den informasjonen du søkte etter?

Det kommer som regel hvis du har treg Internett så tar det lengre tid.

Hvor oppriktig føler du at de anbefalingene du leser på Internett er?

Jeg føler at de er veldig oppriktige, det er jo de som skriver anbefalinger de får jo ikke betalt for det, og hvorfor skulle de, de har jo ingen grunn til å ikke skrive ærlig eller pynte på sannheten, det er jo ingen, alle som skriver anbefalinger skriver det de mener, og det de har erfart da.

Ehhmm, så du føler ikke at de som legger ut anbefalingene har noe å vinne på det?

Nei, jeg har ikke tenkt på det før, men når du sier det så.

Du har aldri på en måte fått sånn faresignal, oj det her kan være en reiseoperatør som skriver eller?

Nei, nei faktisk ikke. For at folk skriver sånn som de snakker, du ser veldig fort atte ja, jeg har ikke tenkt på det før.

De skriver sånn som de snakker, tenker du atte andre som er på en måte er lik deg selv eller som har vært ute og reist at de på en måte bruker mer sånn vanlig?

Ja, man skriver veldig folkelig.

Anså du uttalelsene for å være uttalelser?

Nei..

Nei, så du anser ikke andre som har vært på et reisemål for å være eksperter på det stedet?

Ehhhh, du har jo de amatør anbefalinger hvor det er vanlige folk som skriver, men så har du jo også sånne sider med folk som har reist veldig mye og som kan veldig mye om ehh, ja folk har jo egne blogger og, og sånn reise, at man blogger om de forskjellige turene man har vært på og sånn. Så ja.

Stoler du mer på de enn på de vanlige litt mer sånn amatør eller har ikke det noe å si?

Nei, jeg tenker mer at de amatør sidene er, for jeg er, for jeg identifiserer meg kanskje litt mer med dem da, at det er vanlige folk som reiser kanskje 2-3 ganger i året som skriver, men sånne reise eksperter de, ja. Også skriver de veldig veldig langt så du orker ikke å lese gjennom det. Det blir, det er jo det som er fint med anbefalinger og, er at de r veldig korte og presise, og ja, folk skriver veldig kort da.

Vil du gjerne at de skal komme med begrunnelser med hvorfor for eksempel et hotell er dårlig eller et hotell er bra eller har ikke det noe å si?

Ja, fordi hvis man skriver sånn, ja, det hotellet her var skikkelig dårlig, men det er faktisk ingen som skriver det, alle skriver hvorfor pga det og det og det, men du må jo vurdere selv hva, ja hva du synes er bra og hva du synes er tåpelig liksom.

På en skala fra en til ti, hvor mye stoler du på anbefalinger fra Internett?

Med mer, som regel så stemmer jo anbefalinger fra Internett veldig godt med hvertfall på hotell. Ehh at man skriver for eksempel ja veldig bra service og veldig bra frokost, men slitt og gammeldagse rom for eksempel, og så stemmer det egentlig veldig veldig godt med det man selv erfarer.

Så en 10er da eller?

Ja, 9, 8, 8 eller 9 da. 8.

Er det noen grunn til at det ikke var 10?

Nei, det er jo fordi at det alltid, at det kan være fare for at noen overdriver, ja sånn som du sa at kanskje turoperatør skriver inn innlegg selv. Det er jo Internett så man skal jo ikke.

Hva gjør at en anbefaling på Internett skal virke troverdig?

Det som gjør anbefalinger troverdige det er ikke turoperatørene som skriver den informasjonen men det er de som har kjøpt det produktet før, det kan jo være med reise, det kan være med andre ting også.

Hva vektlegger du mest, hva andre forbrukere sier på Internett eller hva markedsførere og sånn sier?

Ja, jeg vil jo heller si hva vanlige folk anbefaler.

Og fra personer rundt deg da kontra anbefalinger på Internett?

Der er det 50- 50.

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger neste gang du skal ut og reise?

Ja, ja. Det skal jeg gjøre.

Er det noe du vil legge til rundt tema som du føler at du sitter inne med nå?

Nei, men jeg tenker litt på det der med at folk søker etter bekreftelse på at det valget de har tatt er riktig, det er jo også sånn når man kjøper klær, eller kjøper TV eller kjøper andre typer produkter så søker de etter bekreftelse hos andre på at det du har gjort det var jævlig smart liksom, det var et godt kjøp, man vil bare ha bekreftelse på at det er godt kjøp.

Vil du gjerne prøve å søke litt positive anbefalinger for å da se at?

Ja, ja og da er det jo, ja, hvertfall hvis du for eksempel har kjøpt deg en mobil eller har kjøpt deg en ting da, kanskje ikke reise, og du søker etter anbefalinger på nettet da, og da er det kanskje sånn, hvis det kommer opp noe negativt så er det sånn, nei nei, her er det en tulling som har skrevet ett eller annet også ser du bare etter det positive.

Transkribering av intervju med Informant 3

Er du glad i å reise?

- Ja, egentlig, syns det er veldig spennende

Har du vært mye ute og reist?

- Ikke så mye som jeg skulle likt, jeg har, jeg prøver hvertfall å reise en gang i året på en skikkelig tur som jeg kan ha litt glede av. Jeg jobber stort sett som amatør fotograf så jeg prøver å benytte anledningen til det.

Hvis du kan tenke på de reisemålene hvor du på en måte har brukt litt tid da på å innhente informasjon, hva var det du gjorde for å få informasjon?

- Ehhmm, det var faktisk den reisen jeg skal ta nå. Den brukte jeg utrolig mye tid på og da gikk vi først, tok vi katalog fra reisebyrået, også gikk vi på nettet og googla egentlig for å se hva vi fikk opp også sjekka vi det som mennesker assa folk som har reist dit før har skrivi om det også har vi også gått gjennom reiseleverandørenes hjemmesider og se hva som er skrivi der og litt sånn anbefalinger generelt og til slutt så gikk vi til reisebyrå da for å få det sånn punktum finale hva som egentlig var når vi hadde et godt grunnlag.

Så først reisekataloger, så Internett og så gikk du til et reisebyrå for å lissom bestille?

- Ja, også få litt sånn ekstra informasjon som du følte at mangla fra nettet da, for jeg liker veldig godt informasjon fra folk som har vært der da for det er ofte at de som er reiseoperatører har vært på de stedene som de anbefaler og sånn så jeg har fått, men det var også litt fra tidligere anbefalinger som jeg har hørt fra andre reiseselskaper assa før vi begynte i det hele tatt å rette oss mot den reisen.

Hva er det du henter informasjon om?

- Ehh, nei, stort sett når jeg, den reisen jeg bestilte nå så var det veldig viktig at det var mye utflukter sånn at du fikk en mulighet, assa det er veldig viktig at det stedet du reiser til har mye å tilby sånn at du føler at du slipper å bli stuck på et hotell, det syns jeg er veldig viktig, så et det er det jeg fysisk går etter først, noe som har mye å tilby.

Hvilke av de ulike, du sa du brukte kataloger, googlet, og så til reiseoperatører, hva følte du gav deg mest informasjon?

- Mmm egentlig det å reise til reisebyrå, det synes jeg egentlig er det aller beste. Ehh, jeg syns de er veldig flinke til å forklare og sier veldig mye som ikke står ellers, føler jeg.

Hva var det de kunne gi av informasjon da som du ikke fikk på Internett?

- Ehhmm, nei det var egentlig deres erfaring med stedet, assa når du leser på nettet og leser i kataloger så er det fremstilt fordi det skal selge, føler jeg. Så nå når jeg gikk, ikke det at reiseoperatører prøver å selge, men da får du litt mer en kontakt hvor du på en måte kan lese personen litt mer og avsløre om dem på en måte er en selger eller om dem på en måte er genuine. Så, synes egentlig det er best å møte face to face.

Men når du googlet, hva gjorde du på nettet?

- Ehhmm, nei assa jeg bare skreiv inn reisemålet for eksempel og kanskje slang på anbefalinger i søkemotoren også dukker det opp masse nedover, du er jo litt selektiv for hva du velger holdt på å si, du ser jo hvor kilden er ifra, ehh

Hvilke kilder er det du velger da? Hvilke sider?

- Ehhh, gjerne mennesker som virker litt seriøse, assa noen blogger kan du på en måte lukte på lang vei at det står masse sånn der bare når du får opp de med forslag så ser du masse sånn dill dall og da er det bare sånn nei, men du ser det på en måte på måten det er skrivi også det er ikke veldig mange nordmenn faktisk som skriver om reiser det er faktisk mest engelskmenn virker det som eller engelsktalende mennesker som skriver mest om litt mer konstruktiv om reisene for du ser mye sånn fjortissider hvor det er sånn fyll, jeg hadde det dritkult, jeg var drita, og så er det bare å filtrere bort egentlig. Så det var vel stort sett sånne i love, ja nå var det i forbindelse med Rhodos reisa, da var det sånn Ilove Hellas på en måte, du gikk gjennom noe sånt og lest også leste vi.

Er det et type forum?

- Det er egenskapt side for Hellas faktisk, det var sånn derre, jeg husker ikke helt hva Internett adressa var men det var sånn derre I love Hellas Greece, ja no sånt no. Og der gikk vi en del også gikk vi veldig mye på Apollo for de er jo spesialisten for Hellas så da gikk vi veldig mye gjennom det, også ja det var egentlig bare diller, også fikk vi no sånt ekstra dill rundt. Klarer ikke helt å sette fingeren på det, det var bare dill.

Så du sjekker på en måte det som kom opp også selekterte du det som virker litt seriøst da?

- Ja

For du sa at skrivemåten hadde mye å si da?

- Ja, veldig mye. Det, hvis det virker som om det er seriøse mennesker som står bak det så gidder du i det minste hvertfall å lese for da føler du at de har lagt mer i det for å legge ut en historie. Når du har lagt mye tid i det så virker det i det minste som om de brydde seg om at de faktisk reiste dit fordi det var mer enn bare en tur.

Har du noen gang fått informasjon fra f eks TV eller radio som har påvirket deg eller gitt deg informasjon?

- Emm.. njaaei, jeg tror ikke, hvertfall ikke radio, Tv kan faktisk ha litt påvirkning det har jeg sett når jeg har sett reklame for Tyrkiareiser, det ser jo så fantastisk fint ut, jeg har vært i Tyrkia og jeg syns ikke det så like fint ut der, men det var artig. Men TV kan kanskje ha en innvirkning men ikke i den grad jeg har aldri valgt noen av reisene mine ut i fra hva jeg har sett på TV, det har jeg ikke, men det er fordi jeg er litt sær ettersom jeg er ute etter opplevelser for fotograferingens skyld stort sett.

Syns du at det var lett å finne informasjon?

- Ja, så absolutt, men om det er relevant informasjon det er en helt annen sak, men...

Det er en annen sak?

- Ja, eh, reiseoperatørene har jo kjempemye informasjon, men som sagt det virker jo veldig selgende så det ikke alltid at det er like gunstig.

Tenker du da på nettsider eller når du går og snakker?

- Ja, nettsider spesielt. Der var det veldig fort gjort å finne reiseoperatørene, de hadde godt med informasjon, men så skal du prøve å finne de som er litt uavhengige av selgerstøtstedet så er det litt verre å finne seriøs informasjon, så ja.

Hva er det du gjør da egentlig for å prøve å finne seriøs informasjon?

- Man må bare filtrere egentlig, ja, det, som sagt hvis du klarer å huske noen av de, sånn som Hellas da er det jo den som jeg nevnte I love Greece og Apollo er jo kjent som de store innenfor der, mens hvis du skal reise til et annet sted så vil du jo helst prøve å finne for eksempel landets egen hjemmeside, ikke sant, selv i Norge har vi jo en egen besøkshjemmeside for de som har lyst til å være turister i Norge liksom, og det fins stort sett for de fleste land. Så, det er om å gjøre å prøve å finne de sidene i tillegg for da får du gjerne et par tips, eller så bruker jeg faktisk, ja det nevnte jeg ikke, jeg har jo kjøpt reiseguiden, sånn Lonely Planet og en norsk en, jeg husker ikke hva den heter nå i farta. Men jeg brukte Lonely Planet når vi reiste til Edinburgh. Den var egentlig veldig kjekk, assa det var, jeg syns det er litt stusselig når det ikke er bilder da, men den var veldig brukbar.

Syns du den gir en annen type informasjon enn det du fant for eksempel på Internett eller reisebyrå?

- Ja, egentlig, jeg syns det liksom det var litt mer detaljert det føltes liksom ut som om de hadde vært der og de skreiv som om de var der fortsatt på en måte. Mens på Internett sider er det bare Kom hit, det er kjempefint. Så jeg syns på en måte at de, husker mye av de restaurantene vi lette etter assa vi var vi hadde med oss en allergiker

så det var veldig vanskelig å lage mat pga den boka så var det mye lettere fordi det var mer spesifikt her finner du den restauranten, der finner du den, der har du et kart, dit dit kan du gå for å spise, og så kom det et nytt kart for hvor du kunne reise for å oppleve ting, og det var veldig greit for den forklarte busser, den forklarte tog, den forklarte taxi, det var liksom helt ned til det alt mest nødvendige for å gjøre ferien billig. Det var veldig fint.

Har du noen ganger fått anbefalinger fra mennesker rundt deg, venner familie, bekjente?

- Ja, jeg fikk anbefaling, det var når vi skulle reise en annen gang til Hellas så fikk vi faktisk anbefaling av en reiseoperatør som falt veldig i smak for hu var veldig flink, fortalte om mange steder så til slutt så luka vi oss ut til et sted. Ehh, når det gjelder venner så var det vel, jeg trukke jeg har hatt, jo det har jeg faktisk, jeg har hatt en som hu hadde opplevd, hadde vært på et annet type hotell da i forbindelse med den ferien, men hu syns den var, hu likte stedet veldig godt, så det endte med at vi reiste dit 4 stykker, så.

Dere fikk på en måte informasjon fra henne og da søkte dere videre?

- Ja, hu hadde ikke akkurat vært i det området, men hun hadde vært i nærheten og hu var veldig positivt innstilt på området da. Og det var nok til at vi, gjennom litt research fra reisebyrå og sånn, så valgte vi å reise dit, fordi vi syns det virka veldig bra.

Men var det på bakgrunn av det hun sa at dere valgte å dra dit?

- Ja, både og, det var på en måte, hva skal jeg si, 30 % hu, 30% operatøren og så var det resten var på en måte spekulasjoner og fri vilje.

Men var det et alternativ før dere hørte med henne?

- Hadde ikke tenkt tanken engang.

Så det var avgjørende?

- Ja, vi bare ja det hadde vært kult å ta en jentetur tenkte vi, og så la hu ut fordi hu hadde vært mye ute og reist i det området og sånn og hu syns det virket veldig ålreit og at det kunne vært noe som passa for oss. Så, så begynte vi å researche ut fra det hu sa da at vi begynte liksom å innhente informasjon for det var hu som var pådriveren på en måte.

Men har du andre ganger fått anbefalinger fra folk rundt deg og så har du kanskje ikke tatt det til etterretning da?

- Ehh.. nja, assa si det sånn at turene våres planlegges veldig spontant har jeg funni ut. Det er sånn derre å jeg vil reise, hvor skal vi reise, vi reiser dit, okei, da bestiller vi tur. Det har vært veldig sånn de siste gangene hvertfall. Det var først den turen nå at vi virkelig har liksom brukt lang tid på å bestemme oss. Ehhm. Men det er jo fordi, nå

var vi spesifikt ute etter en fototur, da brukte vi lang tid fordi vi måtte være sikker på at vi hadde nok fotomuligheter. Menneh

Hvordan fant du, eller hvordan valgte du det reisemålet da?

- Det var faktisk, vi har vært der tidligere. Ja jeg var der, det var i forbindelse med den jenteturen, så da reiste vi dit. Så det var egentlig fylletur, og det syns jeg var litt stusselig for jeg er jo fotograf så jeg hadde jo lyst til å bruke muligheten, så da var det så utrolig mye jeg hadde gått glipp av så da sa jeg rett og slett kan vi ikke bare reise, eller reise i nærheten, jeg vil til Hellas igjen for det er så mye fint der, det er en helt annen kultur og det preges jo veldig godt i bildene så da blei det jo bare alt på bakgrunn av det og vi gikk gjennom alle øyene omtrent for å finne den som hadde mest å tilby og det var egentlig Rhodos som hadde mest utflukter. Og litt størrelse og muligheten å være litt selvstendig og, ikke være avhengig av kollektiv transport og litt sånn dill dall.

Ser du noen fordeler med å få anbefalinger fra venner og bekjente, ikke fra selgere da, men fra personer rundt deg?

- Selvsagt er det veldig nyttig fordi at de har allerede vært der, de vet på en måte et par tips og triks de og hvis du ikke har en lonely planet guide, men har lyst på no som kommer rett til deg. Det treffer jo på en helt annen måte når du får en anbefaling fra noen du kjenner. Fordi det er et menneske du har opparbeidet et forhold til og har en viss tillit til. Så selvsagt så veier det litt tyngre enn det det andre måtte ha å gi.

Føler du at anbefalinger fra folk rundt deg gir deg mer informasjon enn lonely planet type bøker?

- Nei, assa, bøkene er jo mye mer pirkete informasjon mens mennesker vil jo ikke sitte der å snakke på deg informasjon ikke sant, hvis du ikke er villig til å ta det i mot så vil du ikke sitte å høre på heller så da kutter du samtalen veldig kort, men det er greit at du får på en måte eh hva skal man si når man forklarer det så har det med viss entusiasme som gjerne reflekteres over opplevelsen fra turen og hvis den virker veldig i tråd med det du sjøl kunne ha tenkt deg så er det klart det faller litt bedre i smak. Men hvis det er no sånn spesifikt man er ute etter så kan man jo spørre personen men eh ja, da må man på en måte gå på jakt etter den informasjonen enten ved å søke opp eller spørre personen, men det er jo ikke alltid man har den sjansen.

Er det noen personer rundt deg som du hører mer på enn andre?

- Ja, det er det. Hører jo alltid på pappaen min og sånt da. Menneh.

Er det noen grunn til det? Er han også fotograf eller?

- Nei, han er bare veldig ordentlig, så hvis man vil reise til et sted hvor man veit at det går greit å reise og man kan klare seg selv så er det jo greit hvis pappaen min vet noe

om det, men det er jo selvsagt, noen av vennene mine er det sånn ”jaja, det var sikkert fint” også rusler man videre, mens andre vil man jo gjerne ta seg mer tid til å høre på.

Hvem er det du tar deg mest tid til å høre på da a?

- Det er jo de som er meg aller nærmest, stort sett. Ehh,

De som er mest lik deg eller?

- Ja, egentlig, det har veldig mye å si at man på en måte har felles interesser, felles plattform å gå ut i fra da. Og hvis for eksempel en annen fotoentusiast sier at der bør du dra, for der får du sånne og sånne bilder, da er det jo klart at da tar jeg jo det til etterretning. Men er det ei sånn litta fyllekule som kommer slentrende innover så er det klart at ja det høres kjempegøy ut reis dit igjen neste år du. Det er ikke sånn at jeg oppsøker fylleferier men de kommer sneglende til meg innimellom. Men jeg synes opplevelser er greit å ha med seg, hvertfall si at man ”åja, men jeg vakke bare å drakk da, jeg gjorde det”

Ser du noen ulemper med å få anbefalinger fra andre rundt deg da?

- Ja, på en måte, det kan jo reflekteres på andre ting og, men det er det at hvis noen andre anbefaler deg en reise og du stoler på dem og du faktisk reiser dit, legger ned masse penger for å reise dit, også blir du dritskuffa, sjølvsagt det er en stor ulempe. Så du skal være litt forsiktig med hvem du stoler på det er det som er viktig, ikke bare satse på en anbefaling, men at du henter inn informasjon ved siden av så du er sikker. Ikke det at du ikke stoler på personen, men det kan jo være greit å høre det fra andre munn og egentlig.

Men er du en som da må sjekke opp informasjon fra en reiseoperatør eller kan du?

- Kan benytte meg av nettet og, men jeg synes det er mye tryggere å få alt fikset i samme slengen, ikke sant, jeg må bare, ”jammen gjorde jeg det riktig nå klikk klikk klikk, faderrullan, har jeg betalt for den nå, hva skjer nå a” så det er en viss trygghet i det å kunne reise til en reiseoperatør, jeg har stort sett alltid gjort det bortsett fra i fjor når vi bestilte alt gjennom nettet, og det var litt ”aha- opplevelse” for vi kom, vi hadde bestilt oss to leiligheter i Edinburgh, men det var litt på utsiden og det, vi synes det var såpass billig, når vi kom dit så viste det seg at det var to kjempe svære leiligheter som egentlig alle vi kunne bodd i en, og det synes vi var veldig stusselig fordi det stod det jo ingen steder. Så vi, fordi, han som vi møtte der han bare ”ja, er dere sikker på at dere skal ha to leiligheter?”, og vi bare ”ja, vi har jo bestilt og betalt og alt samma” så gikk vi oppå rommet og vi bare å herregud, det var to bad, to soverom, kjempesvært stue, spisebord og kjøkken og hele greia, vi bare, okei, det var litt stort, men det var veldig billig så da gikk det jo for så vidt, det var jo greit med litt frihet da. Det er litt større trygghet når man reiser, hvertfall når man reiser til Hellas, Tyrkia, at man faktisk har en reiseoperatør som kjenner hvertfall, til det, synes jo ikke edinburgh er det verste stedet å reise til, det er jo engelsktalende så du kan jo stort sett finne frem på

egenhånd, men når det kommer til andre språklige land så kan det jo være greit å ha hvertfall en ekstra hånd.

Har du noen gang reist til et reisemål selv om du har hørt noe negativt om det fra folk rundt deg?

- Njaa, assa, har jo hørt sånn som ”blond nordisk jente og surre rundt nedi Tyrkia så er det klart at det er ikke det beste man gjør, holdt på å si, har alltid fått høre at tyrkere er så utrolig flørtete og sånn, menneh når man på en måte er forberedt på det og man har utarbeidet noen motangrep for sånne anledninger så er det jo klart at da går det jo greit, men det er det å ta forhåndsregler for situasjonen og være klar over på det verste som kan skje da. At man på en måte har noen tiltak. Jeg reiste jo til sunny beach husker jeg, og midt under den derre bloody sunny beach greiene var jeg hadde ikke peiling på alt som skjedde, surra rundt der og plutselig fikk jeg en telefon ”går det bra med deg???” så jeg bare ”skudde ikke gjøre det?” og da hadde det jo kommi i VG at det var kjempe fælt der og vi surra rundt og hadde verdens beste ferie vi, reiste hele Bulgaria rundt og var kjempe knall, så det er litt hva du gjør det til og tror jeg.

Så når du hører noe negativt fra en venn som har ikke det noe innvirkning?

- Det kan ha noe innvirkning da selvsagt. Det er jo enkelt ting jeg har fått med meg som er litt sånn derre, nei jeg vil ikke reise dit fordi. Ehh vi skulle jo egentlig reise til Tyrkia husker jeg når vi bestilte første gang vi reiste til Rhodos, så skulle vi egentlig til Tyrkia for det syns jeg var egentlig ganske greit. Ehmm men fordi hu hadde hørt noe negativt så hjelp det ikke hva jeg sa uansett, hu var fast bestemt at det var ingenting hu for henne, så da endra jo turen vei. Men selvsagt hvis det er noen som står deg nært og de sier, ikke reis dit så er det klart at det har en innvirkning, du blir med en gang litt mer negativt innstilt i stedet, det er klart.

Stoler du på den informasjonen du får fra mennesker rundt deg?

- Til en viss grad, som sagt det kommer an på personen som gir informasjon, ehh, men hvis det er noen som står meg veldig nært og så sier det så er det klart atte ehh jeg stoler på den til en viss grad, men jeg vil gjerne få det fra et annet sted i tillegg for å være sikker på at jeg har vært fall, danne meg et lite bilde over situasjonen, hvis det er sånn at jeg ønsker selv veldig å reise dit da, men hvis det er sånn at jeg ikke engang har tenkt tanken så tenker jeg jo ikke mer på det heller. Da, hvis de sier at det er negativt der, så er det jo stort sett negativt, da er det jo ikke noe grunn for meg å reise dit hvis jeg ikke ser en fordel i det, nå er det sånn at jeg har bestemt meg for at jeg vil ha sånt og sånn ferie, da er det jo klart at jeg går jo i tillegg å henter inn informasjon at jeg føler det er verdt det.

Hvis du tenker på anbefalinger fra folk rundt deg kontra det du hører fra reiseoperatører eller reisebyrå på internett, hvor som helst, fra selgere da, hva er det du stoler mest på av informasjon?

- Det er litt både og. Ehm, det var egentlig veldig godt spørsmål, men jeg tror vel kanskje at jeg, hvis jeg skulle valgt mellom en av delene så ville jeg kanskje ha stolt på de menneskene som er rundt meg, det sekke noen grunn til at man slenger dritt hvis man ikke har no grunn for det, stort sett. Hvis det er, ja.

Hvordan tror du positive anbefalinger fra folk rundt deg påvirker ditt valg av reisemål?

- Det kan påvirke meg veldig, det gjør det, så sant at jeg ser at det er potensiale i stedet, men hvis du går på ren basis såne anbefalinger så er det klart at de spiller en rolle, de gjør meg hvertfall villig til å se om det er noe for meg.

Du sier også at du bruker Internett mye, og du ser da på anbefalinger fra andre folk som har vært på stedene, føler du at de bidrar til informasjon før du skal bestemme deg for reise?

- Ja, så absolutt. Ehh sånn som hotels.com har jo sånn hvor de får lov til å skrive anbefalinger på hotell og rating i forhold til hva slags stjerner som har blitt gitt, og det var jo en av grunnene til at vi endte opp med de store leilighetene i Edinborough fordi det rett og slett var skrivi så mye bra om det og fordi det ikke var så utrolig dyrt i pris og den kollektive transporten starta rett utafør døra så det var liksom ikke noe problem du slapp å være avhengig av taxi, så ja, så absolutt, det som ble skrivi, vi leste det en god del assa, nedover når vi fant noen hoteller som vi kunne ha tenkt oss så leste vi jo selvsagt anbefalingene før vi bestemte oss.

Hva slags informasjon er det du på en måte søker etter da når du vil ha litt anbefalinger fra folk som har vært der, fra Internett da? Er det bare hoteller eller er det andre steder også?

- Ehh, stort sett så har jeg brukt ehh, i forbindelse med hotellene så er det egentlig jeg leser mest om anbefalinger, når det gjelder turer så er det jo såne linker, hvis du på en måte øker opp det stedet du skulle reise til da og slenger på en måte på anbefalinger i søkeordet så kommer det jo sikkert masse hurrameirundt, nedover sidene, og det er vel noen få av dem jeg har lest, det er det. Men det er litt sånn. Du har det som en veldig sånn, hva skal man si, ja det ikke den anbefalingen du vektlegger mest.

Tilleggsinformasjon?

- Ja, det er bare for å fore opp under de små høla du lurer litt på, men det er sjelden dem jeg hjelper, men det er bare for å få et annet perspektiv på ting, men det ikke noe som betyr veldig mye for meg, så sant det ikke er hotell anbefalinger og litt sånn.

Hvilke fordeler er det du ser med å få anbefalinger på Internett?

- Det har en del å si for om jeg bestemmer meg for å reise dit eller ikke, ehhm, assa jeg uansett så kommer jeg til å reise til stedet for å si det sånn da, men det gjør det litt lettere å vite hva som er opp og ned på stedet holdt på å si, hva som kan være greit og ikke. Ehhm, ja.

Det gir hvertfall informasjon, det er en fordel?

- Ja, så absolutt.

Ser du noen ulemper da?

- Kan være mye tull som er skrivi og for eksempel hvis en person har hatt en negativ opplevelse av stedet så må man på en måte ta det i ettertraktning at det kan rett og slett være en dårlig dag for den personen, men at hotellet allikevel eller stedet allikevel kan være fint for det. Så du må på en måte ta det med en klype salt det du leser fordi noe av det kan være skrevi ment for å selge, ikke sant, noe kan være ment bare for å såre så det er klart du må ta det i betraktning, du ser jo gjerne på litt bilder fordi det sier jo veldig mye om et sted og jeg tror nok en fordel med det å være en amatørfotoğraf så kan man på en måte skimte når bildene er manipulert og. Så du kan på en måte skille litt klinten fra hveta, du kan på en måte se på vannet at det ikke så blått i virkeligheten, det ser vi jo. Så, ja.

Er du sånn som leser alle anbefalingene?

- Nei, jeg skummer lett over, hvis jeg synes det liksom, det er sånn, ”dette var fint!”, okei, du leter kanskje litt etter de som skriver litt lenger så tar du et par sånne litt sånn eh stikkprøver på en måte da nedover anbefalingene, hvis det synes det virker ut som det er noe for deg da tar man stikkprøver.

Hvordan ser du det? På hvor mye de har skrevet da eller?

- Ja, også er det litt, du leser jo med en gang, når du leser første setning så ser du om det er saklig begrunnet eller om det er bare fjås rett og slett, du klarer på en måte å tyde det på mengden skrift, hvordan det er lagt opp og sånn. Når man går på en så flott skole vettu så lærer man litt om hva som er gode kilder.

At det virker litt seriøst da?

- Ja, det er veldig viktig. Så ser man gjerne på ratingene, for ofte er det sånne stjerner bortover, så hvis man på en måte klarer å se gjennomsnittet, se hvor gjennomsnittet ligger hen så klarer man på en måte å luke litt ut anbefalingene og for du ser jo, hvis dem på en måte har trykki en stjerne men hotellet har egentlig fem stjerner og det er en kjempe lang beskrivelse, er det litt sånn rart hvorfor skulle man bare gitt en, man blir litt sånn nysgjerrig. Så, ja.

Du bruker det mest til valg av hotell?

- Ja, hittil er det hotell jeg har brukt det til.

Ja, ikke sånn valg av sted?

- Ehh, noen ganger, men det går på en måte, når vi gikk gjennom apollo så gikk vi jo på hotellene sånn sett på det stedet for å se hva som kunne vært, hva slags stil det er på hotellene, hva som sies, for det sier veldig mye om stedet og da, hvis det står at det er

et barnevennlig hotell så er det klart at det sikkert er veldig mange barnefamilier på den stranda i nærheten, litt sånn og hvis det er, si for eksempel stedet du skal reise til er veldig svært da så vil du anta at gjennom hvis du ser nedover hotellene så er det sikkert skrivi ekstra enkelte steder og du kan på en måte anta at her er det sikkert mye å finne på og. Hvis du ser at det er veldig mye hoteller på det stedet, så kan man på en måte trekke noen fellesnevnerne hvertfall. Ja

Leter du spesielt etter positive eller negative eller er det også tilfeldig?

- Det er nok veldig tilfeldig hva jeg ramler over egentlig. Ehm, men selvsagt er det noe som virker litt sånn derre feil eller litt sånn off på en måte så er det jo klart man må nesten bare lese fordi man er så nysgjerrig på hvorfor det er så utrolig bestridende i forhold til resten av gjengen da så. Du må jo nesten bare lese.

Kan en sånn negativ kommentar føre til at du ikke kommer til å velge hotellet hvis du ser mye annet positivt?

- Hvis jeg ser mye annet positivt så tror jeg egentlig at den negative kommentaren, ja det ligger sikkert litt i bakhuert, men jeg trokke den avgjør atte nei det hotellet velger jeg ikke. Det gjør det nok ikke for man må på en måte ta gjennomsnittet av alle anbefalingene som står der, av de du orker å lese i det minste. Så hvis man ser mye positivt hele veien og det kommer en enslig negativ så er det klart at da har jo den opplevd noe veldig sært no, men eh, men stort sett så nei.

Du vurderer litt da?

- Ja, jeg vurderer så absolutt. Det går liksom for og imot.

Har en positiv anbefaling vært avgjørende for valget ditt eller må det flere?

- Det må nok litt mer, hvis du har en hel side med bare negativ og en positiv da er det noe som skurrer for å si det sånn, menneh ja, nei assa, tror nok det skal litt mer, assa jeg tror man er som et menneske at man liker mer av det positive enn man liker av det negative så jeg er ikke en som har lyst til å satse penger for så mye penger har ikke jeg, at jeg kan bare ”jaja, men hvis ikke den ferien gikk så bare booker jeg inn på et annet hotell” når du bestiller en sånn reise så er det jo fordi det betyr veldig mye for deg, stort sett, og jeg har ikke noen rike foreldre, jeg er stort sett sjølopparbeida så, når jeg bruker penger så brukes det med omhu.

Har du noen gang forandret din oppfatning av et reisemål etter at du hat hørt andres mening om det?

- Ehh..

Eller må du selv oppleve det?

- Nei, assa det har vel kanskje, har vel kanskje hørt noe som har, det er sjølvsagt, uansett når du har reist til et sted og har en positiv opplevelse og så kommer det en

annen idiot og forteller deg at nei det var helt på tryne, det er klart du blir sånn hæ, ehh, du ville nok sikkert ha det litt i bakhodet og det vil sikkert farge litt av meningen, men i bunn og grunn så har man hatt en positiv opplevelse, har man det, jeg hadde en kjempe ålreit opplevelse i Tyrkia, mens alle andre bare ”nei, de jævla tyrkerne” ikke sant, men for min del så syns jeg det var en kjempeålreit ferie, gjorde no som jeg ikke kunne trodde man gjorde på ferie så det var, vi dro i en jeepsafari og vi hadde vannkrig mellom jeepene i fart, så for å si det sånn, det avgjorde jo hele ferien min, det syns jeg var høydepunktet. Så når folk sier at det er jævla tyrkere der så, ja det er det, for det er et land for tyrkere for å si det sånn, så sånn er det.

Følte du at anbefalingene du leste på Internett sparte deg for tid?

- Ehh, jaaa, det, assa, sånn som, ehh, hotels.com hadde på en måte veldig mye generelt, assa stort sett de fleste hotellene som var tilgjengelig på det stedet så da slapp man på en måte å ta en ekstra tur innom reisebyrå sånn sett, du kunne bygge det litt mer selv. Ehh, menneh, ja noen ganger så tror jeg det har spart meg litt for tid.

Hvor tilgjengelig opplevde du at informasjonen på Internett var?

- Ehh, det er litt både og, assa, det er veldig mye tilgjengelig informasjon, men ikke alt er relevant, det er mye piss for å være helt ærlig. Ehh, så hvis man skal se sånn så var det litt verre å finne de seriøse kildene assa. Det var det. Det vakke like lett, for du har jo de som er skikkelig sponsa lenker og de har du jo ikke lyst til å trykke på for de lukter jo bare selger lang mil, menneh, for å finne de ordentlige, gode, jordnære anbefalingene som er til å ta i betraktning i det minste de var litt vriene å finne, man må gjerne lete litt.

Så det kan jo føre til at det tar litt tid og?

- Ja, ja, ja.
Når du bruker så mye penger så er det selvsagt, da tar man gjerne tia til hjelp, for det er snakk om en del sum, det kan variere mellom 4 til nesten 10 000 kr og det er veldig mye penger for hvertfall en student, så det ikke noe man tar lett på så man bruker gjerne litt tid uavhengig av om kilden er lett eller vanskelig å finne så vil det uansett automatisk hvis du kjeder deg en kveld fordi du gleder deg så fryktelig fælt, du har lyst til å reise, så er det klart du tar deg et par minutter bare for å lete litt og, når man begynner å regne at det er et halvt år til du har tenkt å ha ferie så er det klart at du stikker veldig mange ganger inn på Internett for å lete litt. Det er det, så.

Men du pleier altså å sjekke anbefalinger på flere enn ett nettsted?

- Jaja, jeg liker å ha flere synspunkter på ting.

Men hvis du f eks går inn på hotels.com og så ser du på et hotell der, sjekker du det videre opp da eller kan du bestille kun på bakgrunn av dette?

- Noen ganger har jeg sjekka det videre opp, det kommer litt an på hvor mange anbefalinger som ligger inne allerede og, selvsagt så kan det jo være fordi at noen har hatt en kjemp fin opplevelse at de skriver den anbefalinga si ehm, men hva med de som ikke hadde det fullt så positivt, man har på en måte lyst til å bare, google navnet på hotellet og litt sånn så kommer det poppende opp noe ett eller annet sted assa. Det er jo selvsagt hvis det virker litt for godt til å være sant så må du på en måte lete litt etter det negative og omvendt tror jeg.

Men du gåkke inn på hotellets nettside, da er det liksom anbefalinger?

- Ja, stort sett anbefalinger, noen ganger har jeg gått inn på hotellet og men det er liksom for å glane på bilder, eller lese rett og slett fasiliteter, hvor langt er det til det, hvor langt er det til det. Sånn sett, ja.

Hvor oppriktig følte du at anbefalingene på Internett du leste var?

- Ehh, det er litt både og for å si det sånn, det ikke alt du liksom tar til hjertet, jeg husker den ene anbefalingen var veldig avgjørende for valget på den leiligheten i Edinborough, det følte jeg at hadde veldig stor betydning for det var så godt skrevet, og det var så mye at du følte at du på en måte gjenopplevde hotellet gjennom tekst på en måte da.

Så den ene anbefalingen var avgjørende?

- Den hadde litt å si, vi leste selvsagt mye annet og men den husker jeg at veide veldig mye for den var skrevet så genuint på en måte. Du kunne på en måte, for det var en liten barnefamilie tro, jeg tror det var to voksne og et barn eller no som hadde prøvd ut det og de var veldig oppriktig og skrev masse sånn derre, både positive og negative ting på en måte i den anbefalingen da, men i bunn og grunn så var det liksom, det var en god del fordeler som gjorde at den veide veldig godt da.

Men de negative tingene hadde de noe betydning eller?

- Jajaja, det hadde betydning fordi det virket som om de på en måte diskuterte for og imot, sånn at du hadde alle fakta på bordet sånn at det var opp til deg å gjøre som du ville men pga alt det andre man måtte ha lest om fasilitetene og litt sånt så gjorde det at det i bunn og grunn virket lukrativt nok. Og det, etter å sjekka det en god del ganger så bare bestilte vi hele turen. Det var veldig enkelt og greit.

Følte du at de som kom med anbefalingene hadde noe å vinne på det?

- Ikke annet en god samvittighet tror jeg. Det er jo det hvis du har hatt en veldig ålreit opplevelse så er det jo greit for andre å få lov til å vite det og sånn at valget blir lettere for den som kommer etter deg igjen og. Og fordi at på en måte de som har vært med på å gjort ferien, eller ehh oppholdet så ålreit som mulig også på en måte kan få lov til å ha den lille stjerna i boka da, at du har gjort en veldig god jobb og jeg vil at andre skal vite det og. Så tror det går litt på det og. Være litt sånn god samuritan og.

Ehh, anså du de uttalsene for å være ekspertuttalelser?

- Nei. Så langt derifra det er på et personlig basis, det er fra et menneske til et annet, det ikke no mer enn det men allikevel det som et menneske har opplevd det kan spille en stor rolle for hvordan du vil se det og. Så det ikke no ekspertuttalelse nei.

Så du ser ikke andre mennesker som har vært på et reisemål for å være eksperter på stedet?

- Nei, ikke sånn direkte, da føler jeg igjen at vi går litt over til det selgergreiene og da, det ser du litt fort og føler jeg, men selvsagt den familien som veide mye for det hotellet vi valgte kan jo ha vært eksperter for det jeg veit, men fordi det var skrivi så jordnært så føler man på en måte at dette var vanlige mennesker som har samme intensjon som stort sett de fleste mennesker som reiser på tur har. Ja.

Så da stolte du ganske mye på de anbefalingene. Kan du si på en skala på en til ti hvor mye, generelt, du stoler på anbefalinger?

- Ehmm, ja.. det var.. ehmm, de hadde vel en viss påvirkning, jeg ville kanskje, si, ja, en 5-6 på skalaen, de har jo en viss påvirkning, det har det.

Men du tar oftest å enten sjekker opp med et reisebyrå eller ja?

- Ja, jeg pleier ofte å ha flere steder å høre ting fra som jeg ikke ligger så tett i hverandre for å si det sånn da. hvis jeg hører fra et menneske, hvis jeg leser på et nettsted, på en måte supplerer de to, et nettsted og et reisebyrå eller, gjerne alle tre hvis man kan, eller en bok i tillegg liksom.

Men du tar ikke kun reisebyrå?

- Nei, jeg syns liksom at det blir litt risky å bare ha ett bein å stå på, jeg liker gjerne å stå på to når det gjelder no sånt no, som sagt det er penger. Det er en viktig, assa i dag handler det veldig mye om å oppleve ting på ferie, og jeg vil være veldig sikker på at når jeg har lagt ned de pengene at jeg får oppleve noe og, så jeg ikke bare sitter der og ja det var jo veldig anvendte penger, ja, skal vi reise dit til neste år? nei, det skal vi ikke.

Da har jeg to oppsummeringsspmå. Hva er det du vektlegger mest: andre forbrukeres erfaringer på internett eller det som kommer fra ja annonser selgeres nettsider?

- Ja, da er det anbefalinger.

Og de anbefalingene på Internett kontra anbefalinger fra folk rundt deg?

- Da tror jeg det er mest folk rundt meg jeg har..

Å hvis du leser no bra på hotels.com f eks så har du en venn som har vært der og som ikke her helt enig?

- Ja, da er det klart at jeg hører på vennen.

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger på nettet neste gang du skal ut og reise?

- Det gjør jeg nok, det, assa alt teller.

Hva gjør en anbefaling på Internett troverdig?

- Ehhm, det er litt måten den er skrevet på, og hvor du finner den ikke minst. Assa hvis du finner den på, ja gudene veit, om du ser anbefalinger av en si fjortis på feriefyll ikke sant, du føler ikke at den er like troverdig som en som kanskje har tatt seg tid til å gå hele veien i et nettsted, forum for reisende eller no sånt no, virkelig tatt seg tid til å skrive ned alt samma, så er det jo klart at da tenker du at, ja hvis det virkelig var verdt å gå hele veien inn hit å skrive så må det være verdt å reise dit.

Jeg tenkte på en ting, for ofte på Apollo eller Ving eller ja, sånne nettsteder, så er det jo, du har bilde av de forskjellige hotellene så er det ofte gjestenes vurderinger. Pleier du å lese de?

- Ja, mmm.

Du tar med de i betraktning?

- Jaja, de er på en måte likestilt med anbefalinger på en måte, når jeg snakka sånn generelt så ser jeg de gjestevurderingene ehh veldig likt egentlig som en vanlig anbefaling.

Men når du går inn da på en sånn side, syns du, assa virker det mer troverdig hvis det er negative kommentarer blant alle de positive, at det ikke bare er positive?

- Ja, assa, det virker, assa ikke alle kan ha hatt en positiv opplevelse, ehh, selvsagt noe er jo mindre positiv men så har du de som er helt rånegative, da er det jo tydelig at her har det skjedd noe feil i kommunikasjon eller ett eller annet, det har skjedd en glippe stort sett, men hvis det er veldig mye mer av de der over 50 % som er så negative, så da ligger det som regel noe i det, menneh i bunn og grunn så er det egentlig litt godt å få vite at det er noe negativt sånn at man på en måte er klar over det, for jeg liker den tanken å være forberedt når du reiser et sted, at man vet hva man kan forvente og, så hvis det på en måte er bare positivt så kan man jo begynne å lure, har de slette det negative? Ikke sant. Så da må man på en måte ta det under betraktning at ja, hvis det bare er positivt så blir det nesten litt sånn dere vi maler et pent glansbilde her og det er det så kommer man dit så får man en helt annet opplevelse. Det er utrolig stusselig. For da er det jo brudd i forventninger.

Transkribering av intervju med Informant 4

Introduksjon: Christine forklarer hva intervjuet dreier seg om.

Først kommer jeg til å spørre noen spørsmål om generell informasjonsinnhenting, og så kommer jeg til å gå litt mer spesifikt inn på akkurat det.

Kan du tenke på en reise der du brukte tid på informasjonsinnhenting. Hva gjorde du da du innhentet informasjon?

- Jeg søker på internett hovedsakelig, og samtidig ser jeg i kartbøker for å finne steder og sånn, spesielt når jeg skal på langturer. Eller så googler jeg hoteller og byer og sånn, sightseeingsteder på en måte.

Hvilke sider har du da gått videre inn på?

- Det er typisk sånn VisitNorway steder eller byens hjemme sider som visit New Orleans, visit LA sider, som man kommer inn på.

Så du har ikke benyttet deg av kataloger fra reiseselskaper?

- Nei, ikke mye

Har du fått informasjon fra TV og sånne typer kilder?

- Nei, eller jeg har kanskje benyttet noen kataloger, men det er mer fra Kilroy.

Kilroy ja, er det noen grunn til det?

- Det er fordi jeg reiser verden rundt.

Hva er det du henter informasjon om?

- Severdigheter, hoteller, jaaaa, alt mulig, fly.

Har du bestemt deg for hvilket land, og så finner informasjonen, eller snakker du om hvor du skal?

- Det kan poppe opp underveis. Når vi dro til Kroatia brukte vi katalog for å finne ut av hvor vi skulle. Bruk av katalog da var avgjørende.

På hvilken måte da?

- Når det var informasjon om hoteller og sånn, valgte vi ut ifra katalogen

Men hvilke av dem du ramset opp nå, internett, kataloger, de ulike nettsider, hvilken følte du ga deg mest informasjon?

→ Internett. De har så mye, så du kan bare velge og vrake.

Du synes ikke det er noe negativt på noen måte, siden det er så mye å velge i?

→ Nei, så lenge du er god til å søke på nettet så er det greit, men er du eldre og ikke kan noe om data så tror jeg kataloger er bra. For de som er yngre, og kan bruke internett så kommer man frem der.

Så du synes det var relativt lett å finne informasjon på internett, og i katalogene for så vidt også, men synes du det var relevant alt sammen, alt du så?

→ Nei, det er mye som ikke er relevant.

Hva tenker du på, innenfor internett og sånn?

→ Ja

Stolte du på informasjonen?

→ Ja

Fikk du anbefalinger fra andre personer rundt deg som venner familie, eller folk på gata?

→ hmmm, ja venner og familie som har vært der før og anbefaler.

Hva var det du fikk informasjon om da?

→ For eksempel hotell eller severdigheter, ting man ikke bør gå glipp av.

Og hvilken informasjon så du etter når du spurte om anbefalinger? Var det sånn visse ting du var villig til å vite mer om, var det noe sånn spesifikt du spurte om? Var det hoteller du var opptatt av å finne ut av om, eller om det var sted?

→ Det kommer av på turen, noen ganger er man opptatt av stedet og hvilke fasiliteter de tilbyr, om det er en by eller om det er et lite sted, eller hvilke aktiviteter de har å tilby da.

Så du noe fordeler ved å få anbefalinger fra andre du kjenner?

→ Ja, helt klart. Da vet man jo hvordan de har hatt det da. Er de fornøyde med det, antar man jo at man blir fornøyd med det selv.

Fordi du stoler på dem?

- Du stoler jo på de som er nærme deg, tilknyttet. Det er jo litt spesielt visst man ikke kan stole på venner eller familie da.

Så du noen ulemper med anbefalinger?

- Hvis de har vært der for mange ganger så er det liksom at de blir blinde for ting. Det er vel det eneste. Stort sett så må man jo stole på det.

Og av den informasjonen du fikk fra de anbefalingene, eller av de personene rundt deg. Hva var det du lyttet spesifikt til, noe du virkelig vektla i din vurdering?

- Hotell, samtidig er det visst du kommer på et hotell der du vet det er bra service så er det veldig aktuelt å dra ditt.

Fikk du noen gang negative kommentarer fra folk rundt deg som har vært et sted og ikke likte det?

- Ja

Påvirket det valget ditt? Valgte du å ikke dra ditt da?

- Det har vært en bydel i New York hvor folk var misfornøyde, der valgte jeg ikke å bo. Da valgte jeg heller en mer sentral bydel.

Hvis du tenker på den informasjonen du fikk fra personer rundt deg og reklame, altså kataloger, annonser (fra en selger), hva er det du stoler mest på da?

- Av annonser, kataloger og reklame? Hmm kanskje annonser. Kort og konkret informasjon. Da er det kanskje lettere å stole på det, mer troverdig.

Enn det du hører fra folk rundt deg?

Men visst du ser i en katalog og de anbefalingene du får fra de rundt deg, og fra kataloger?

- Å ja, da stoler jeg på de rundt meg.

Er det noe grunn til det?

- Ehhhh, det kan jo være at de som har skrevet de katalogene har vært på de reisestedene, og de er jo veldig opptatt av å selge, at de promoterer for mye, og at det de da ikke er så troverdig lengre. Men generelt sett er det jo helt ok det de skriver da. De kan jo ikke overdrive for mye for da får de jo negative tilbakemeldinger. Hvis ting ikke viser seg å stemme blir det jo ødelagt.

Du sa du brukte mye internett også, så du etter anbefalinger på internett?

- Ja, det har jeg faktisk begynt med nå i det siste, jeg har ikke vært så opptatt av det før, i hvert fall når jeg skal booke hoteller og sånt, da har jeg bare tatt ut ifra bilder,

men nå de siste to ukene, hvor jeg driver og planlegger en reise har jeg sett veldig på anbefalinger.

Er det noe grunn til at du begynte med det nå?

- Egentlig var det fordi jeg så etter litt rimeligere hoteller, og ville se hvordan de var fremfor de dyre. For da tenkte vi kun på bilder, nå ser vi ok, det ser kanskje litt shabby ut, men visst det er ok, er det kanskje greit.

Så da ser du etter hva folk sier om det?

- Ja, også ser du rangeringer på det. Kanskje noen gir 5 mens noen andre gir 9, og da velger du kanskje det hotellet folk er mest fornøyd med.

Men er det noen spesifikke sider du går inn på da for å finne de anbefalingene?

- Ehhh, hotels.com, eller sheephotels.com

Det er kun nettsider med anbefalinger?

- Neinei, du booker hotell der

Men det er ikke noe selgerinformasjon der, fra markedsføring?

- Hmmm, begge deler vel...

Så du følte de anbefalingene førte til informasjon? Eller bidrar i og med at du er i en søkeprosess.

- Eller det er anbefalinger fra folk som har vært der. Først står det nøytral informasjon om stedet, også er det folk som har opplevd det å.

Hvilke fordeler ser du ved anbefalinger på internett?

- Det er vel helt klart at du ikke skal, hvis noen andre har missfornøyd da, så skal du slippe å gå i samme fella som de, og at det kan være et bedre utgangspunkt for turen, at du er sikker på at du får et alright hotell.

Så du blir mer sikker på valget ditt?

- Ja

Ser du noen ulemper ved å benytte deg av anbefalinger på internett?

- Det kan jo være folk som altså overbeviser, skriver for mye, skriver ting som faktisk ikke stemmer, man kan ikke tro på alt man leser, man må liksom tenke litt over det selv også, hva det er som står.

Så du stoler ikke på alt du ser?

- Nei, man kan jo ikke gjøre det. Du ser jo ofte hvem som har skrevet det, det står jo alltid nasjonalitet, så man jo kan se an hvem som har skrevet fra de forskjellige landene, om ting er troverdig eller ikke.

Hvordan da, at du ikke stoler på enkelte land?

- Du ser jo først da, er det mye skrivefeil, da tenker jeg at de bare skriver det for å skrive det, du ser jo hvordan ting er skrevet. Står det bare negativt kan det jo hende de hadde en dårlig opplevelse, men står det litt sånn bra skrevet stoler jeg mer på det.

Fikk du nok informasjon fra de anbefalingene på internett til å ta et valg?

- **Ja, jeg var ikke avhengig av dem, jeg kunne klart meg uten. Men de var med å kanskje med på å påvirke til et annet valg enn det jeg kanskje hadde tatt alene da.**

Ja ok, så det var mer som en sånn tilleggs kilde ved siden av annen informasjon?

- Ja

Leste du alle anbefalingene?

- Nei, for det er så mye. Du leser kanskje de tre første.

Ja ok, så det er kanskje litt mer tilfeldig hva du leser?

- Ja, står det liksom 100 anbefalinger, får du kanskje igjennom 3 – 4

Var det noe spesifikt du ikke leste, som du ikke ville se på?

- Nei, det var bare tilfeldig.

Så du lette ikke kun positive eller negative, du leste bare de som tilfeldig kom opp?

- Ehhhhh, nei.

Hvilken betydning har de negative kommentarene som er på internett? Er det også avhengig av hvem du tror skriver?

- Hvis det står, jeg er veldig opptatt av service da, så visst det står negativt om servicen der, så kan det fort hende jeg ikke benytter meg av det hotellet eller flyet eller et eller annet.

Men visst det står noe negativt om noe annet så kan du på en måte velge det selv om?

→ Ja

Positive kommentarer da, hvilken betydning?

→ Det er jo en fordel da, da kan man jo kanskje velge det hotellet fortere enn hvis det ikke hadde stått der da.

Men har du noen gang reist til et feriemål på bakgrunn av kun én positiv anbefaling, eller er du avhengig av flere?

→ Når jeg velger feriemål kommer det an på hva man har lyst til og hva man ønsker å oppleve, og at du kanskje samtidig hører litt på andre, men jeg er ikke avhengig av det.

Har du noen gang forandret oppfatning om et reisemål etter at du har hørt andre sin mening?

→ Ja

Ja? Hvordan da?

→ Ehhhhhh, etter hvordan de har fortalt om turen da, har de vært veldig negative så har jeg kanskje forandret mening om det.

Ok, men du har ikke i utgangspunktet hatt et negativt syn på et reisemål, og hørt noe positivt om det og så forandret det?

→ Jo, positivt også, da kan man jo ha lyst til å reise ditt.

Følte du at de anbefalingene du fant på nettet sparte deg for tid når du hentet informasjon?

→ Nei, ikke noe jeg tenkte spesielt over.

Ok, så det er ikke noe fordel sånn sett?

→ Nei. Det legger jeg ikke så mye vekt på. Jeg bruker heller mer tid på å finne noe som er bra enn å tenke på at jeg må ta noe kjapt.

Så da er det kanskje sånn at du får inne mer informasjon?

→ Ja, det er viktigere.

Hvor tilgjengelig opplevde du at informasjonen på internett var, hvor fort fant du den informasjonen du så etter?

→ Den kom med en gang.

Du nevnte tidligere at du pleide å sjekke forskjellige nettsider, kikke litt rundt?

→ Ja, litt gjør jeg det. Kanskje på hoteller og sånt, ikke flyselskaper.

Er det ett fast du har da?

→ Ja, to.

Ok, er det på pris, eller er det service?

→ Begge deler, jeg betaler faktisk litt mer for service. Samtidig som jeg teller bonuspoeng. Hvor du får mest bonuspoeng.

Så det er ikke noen anbefalinger ser som kan være avgjørende for valget ditt, fordi du har to faste?

→ Jo, det kan jo hende, for det er jo ikke så fast men. Det er der jeg har bonuskort, så da bruker jeg de når jeg flyr rundt i verden da. Det er ikke rundt i Norge da, men rundt i verden.

Hvor oppriktig følte du at de anbefalingene på internett var?

→ Helt ok. De var sånn middels, det var ikke sånn at du kan ikke tro for mye eller for lite på det da.

Følte du at de som kom med anbefalingene hadde noe å vinne på det?

→ Jaaaa, ja kanskje de som har hatt det bra har noe å vinne på det.

De som har hatt det bra på det reisemålet?

→ Ja, mer enn de som er negative, for visst du er så veldig negativ så er det bedre å informere om det stedet enn å informere kundene deres. For da kan man kanskje misforstå det.

Jaaa, ok...

→ Så tenker jeg at positive anbefalinger er bedre enn negative.

For de som sender dem ut?

→ Mmmmm , for visst de er frustrerte og alt mulig så sender de kanskje mer enn de hadde behøvd. Det er bedre å si det til dem det gjelder enn andre kunder da som i utgangspunktet er nøytrale da. Veldig ofte har man jo behov for å gi negative kommentarer.

Men du følte altså at de som ga positive anbefalinger har mer å vinne på det, enn de som gir negative?

→ Ja

Anså du uttalelsene som var på internett for å være ekspertuttalelser? I og med at de har vært på det stedet før?

→ Ikke noe jeg har tenkt spesielt over. Altså, en ekspert kan jo kanskje være noen som har vært der flere ganger og vet. Ekspert føler jeg er mer reisebyråer enn turister. Ja, det vil jeg si. Da vil jeg heller spørre en som jobber i reisebyrå enn en turist.

Så visst du tenker på en skala fra 1 til 10, hvor mye stolte du på anbefalingene?

→ 6

Så ser du de litt an?

→ Ja

Hva gjør en anbefaling på nettet troverdig, hva skal til for at du skal stole på den?

→ Veldig mye med skrivemåte å gjøre, altså hva slags budskap de kommer med, hvordan de skriver, hvordan de formidler seg, hva de formidler. Ehhmmmm, er det, kanskje om det er kort og konkret, lett å oppfatte.

Da stoler du mer på det, om det er kort og konkret?

→ Ja, altså skriver du en sides avhandling så er det ingen som gidder å lese det heller.

Ja, nå er vi straks ferdige. Skal bare oppsummere litt her. Hva vektlegger du mest, andre forbrukeres erfaring, eller ting som kommer fra selgere? Ved innhenting av informasjon.

→ Andre forbrukere enn selgere. Av andre forbrukere er det først venner og familie, og så kommer anbefalinger, fra ukjente da.

Fra ukjente?

→ Ja fra nettet da.

Men av de budskap du får fra personer rundt deg og de du får på nettet, hvem stoler du mest på?

→ Man bør jo egentlig stole mest på de rundt seg. Så lenge de har kunnskap om det, så gjør jeg det.

Har du noen gang vært i den situasjonen at du har fått motstridende anbefalinger på internett som ikke stemmer med det du har hørt fra familien og venner?

→ Ikke så mye som jeg har tenkt på. Men da er det venner og familie som går først.

Det er det som er avgjørende?

→ Ja

Kommer du til å anbefale deg av anbefalinger på internett neste gang du skal ut å reise?

→ Ja, litt. Jeg bruker ikke alt for mye tid på det, men litt er det.

Ja, for du bruker hotels.com, da ser du på både hva som står av anbefalinger, eller av anbefalinger og selgere, og så var det Killroy?

→ Ja, der står det liksom ikke anbefalinger tror jeg.

Men sånn av informasjon, du bruker Killroy også?

→ Ja, også er det noe som heter cheephotels, også er det ett eller annet, en annen cheephotels nettside som har forbindelser i USA. Eller så er det ikke sånn mye jeg søker på det, men det er mest det som dukker opp på hotels.com, og det er jo en veldig internasjonal side som alle land bruker.

Så da er det mer tilfeldig, du går ikke aktivt inn på internett å søker etter andres anbefalinger, det er mer sånn visst det dukker opp.

→ Ja, og det er kun hoteller

Det er kun hoteller det gjelder? Men da har du allerede bestemt deg for land og sånt først da? Eller? Visst det kun er på hoteller?

→ Jeg kan ha bestemt meg for det, men visst jeg kanskje vet jeg skal til syden, så kan jeg se i katalog, da må jeg ikke ha bestemt meg, men som regel når du søker på hotels.com må du ha bestemt deg for et land for å få opp alternativer da. Land og by.

Men det er supert. Er det noe du vil legge til rundt temaet? Er det noe du føler er viktig for oss å vite om temaet i forhold til anbefalinger på internett og dine meninger vi ikke har avdekket?

→ Nei.

Er det noe dere vil spørre om, Joanna?

Jeg synes egentlig du har fått med det meste, men jeg er litt usikker, spurte du om én positiv anbefaling har vært avgjørende for valget ditt noen gang, bare én positiv?

Ja, det spurte jeg om.

→ Jeg husker ikke hva jeg svarte engang, men ja jeg tror egentlig det.

Når du går på andres sider, styrker det troverdigheten til siden om dersom det er negative kommentarer i tillegg til positive, enn om det bare er positive?

→ Ja

Så du synes det styrker om det er noen negative?

→ Ja, for da kan man vite begge deler, og da ser man at hoteller aksepterer det også.

Å sånn ja, at det ikke er noen skjulte intensjoner?

→ Helt klart.

Supert, tusen tusen takk.

Unnskyld, jeg har et spørsmål. Du sier du stoler mer på venner og familie hvis de har kunnskaper om det, men visst du tror at familien ikke har helt peiling på det de snakker om, men at de anonyme på Internett vet hva de snakker om (at de viser de er eksperter).. Hva stoler du mest på da?

→ Da er det anbefalinger, men så lenge venner og familie har kunnskaper går de først.

Da sier vi tusen takk for din tid.

Transkribering av intervju med Informant 5

Kan du fortelle litt hva du gjorde da du innhentet informasjon før du valgte reisemål?

- Jeg reiser som regel med venninner så vi finner informasjon sammen, så når vi skal finne reisemål så skal gjerne alle finne et sted over hvor de vil reise og finner mest mulig informasjon derfra. Den informasjonen finner vi fra Internett, fra blogger for eksempel og når du prater med folk som har vært der. Og det er veldig greit å få vite, for da vet du hva du kommer til.

Men sånn som når jeg har vært i New York var det Ryan Air som var det billigste så det var det vi søkte på. Men når vi skal finne leiligheter går vi inn på leilighetssider. Nå husker jeg ikke helt hva de leilighetssidene heter. Men det er nettsider som leier ut leiligheter i USA, ”apartments ett eller annet”. Så da søker vi bare på det vi ønsker: hvor mange vi er, hvordan pris og kvalitet vi vil ha. Så er det ofte anbefalinger eller ”ratings” på de forskjellige leilighetene fra andre som har vært der. Det er veldig ofte sånn at du kan skrive kommentarer på siden, for de som har vært på hotellene, hvor de kan si om de var fornøyde eller ikke. (Så hvis det er en rating på 7.5 så vet du om det er bra)

Henter du inn noe informasjon fra reisebyråer eller kataloger?

- Nei, jeg går ikke ofte innom SAS, jeg vet ikke hvor det er en gang. Men Kilroy er like oppi gata, så der er det veldig greit å gå innom. Når jeg skal til Australia kommer jeg sikkert til å gå inn der for å få informasjon og sånne ting. Men ellers bruker jeg hovedsakelig Internett. Det er mye enklere. Før, sånn i 2007, så gikk jeg innom reisebyråene og så i katalogene. Mens nå er det egentlig bare å gå på Internett. Du får det jo så enkelt (på Internett).

Er det noen andre sider, unntatt de apartmentssidene, du gikk på?

- Det kommer jo ann på. Når vi skulle til New York ville vi vite hvor det var best å spise og sånne ting, og da var det ofte guider til New York som man ser i. Nå var det

ikke jeg som kjøpte det, men venninna mi kjøpte en reisebok for New York og der står det om restauranter og masse sånt om hvor vi kan spise. Så det var den vi brukte mye når vi var der nede.

Synes du det var lett å finne den informasjonen du så etter på Internett?

- Det var ganske enkelt å finne informasjon om hoteller og leiligheter. Det er veldig greit. Du må ”scrolle” deg ned på siden, men du vet hva du skal søke om. Som da vi skulle søke om ting som skjedde i de byene vi skulle til, så står det veldig mye, så da må man søke veldig spesifikt ellers så får man opp mye forskjellig. Det er litt verre med å finne ut om ting som skjer i byene, for det kommer opp så mye forskjellig. For eksempel er jeg ikke interessert i å høre om kayaking.

Stolte du på den informasjonen du fikk på Internett?

- Etter erfaring, så er det veldig ofte at bildene om leiligheter og hoteller ikke viser helt hvordan de ser ut i virkeligheten. Jeg har opplevd at jeg har dratt til Bachelona og leiligheten så mye større ut enn den var, og jeg tenkte ”oi, er det her vi skal bo i to uker”. Så akkurat *det* kan man ikke stole på. Derfor er det veldig ofte greit med de kommentarfeltene hvor folk skriver. For hvis hotellet er kjempe dårlig, får man vite det, og dermed vil man ikke dra dit.

Synes du at informasjonen på Internett var relevant?

- Ja, vi visste jo hva vi ville gjøre når vi skulle til New York, for vi har hørt om det stedet så lenge. Så da var det veldig relevant når jeg søkte på spesifikke ting. Men sånn når det kommer opp helt unyttige ting (hvis man ikke søker på noe spesifikt.) Nå har jeg ikke noe konkret eksempel, men det er veldig ofte du får veldig uinteressante ting du kan lese om. Artikler og så videre. Det er MYE informasjon på Internett. Søker du på google så kan det komme opp tusenvis av sider som kanskje bare har ordet ”New York” i seg og bare det, og det er jo ikke akkurat det du leter etter.

Men før dere bestemte deg for hvor dere skulle dra, fikk du noen gang anbefalinger fra andre bekjente?

- Det er ikke mange av vennenne mine som har vært i USA, utenatt vi har vært sammen. Men Barcelona for eksempel: der hadde en venninne av oss vært før, i flere måneder.

Så hun visste at akkurat det stedet var bra, hun hadde vært der og bodd der, og opplevd hvordan det egentlig var å være der, ikke stedet for å bare vært der som en turist.

Var dette en grunn til at dere dro til Barcelona?

- Ja.

Jeg hadde vært i Barcelona før, men da hadde jeg vært der med familien min. Og det er ikke helt det samme å dra dit med familie som det er å dra med venner.

Men nå som jeg skal til Australia er det mer vanlig å prate med mennesker som er der nede. Da kan det være sånn at jeg kjenner en, som kjenner en som bor der. Da kommer vi til å kontakte de og sende mail til dem, og spørre om hvor det beste stedet å bo er, og sånne ting. Og da stoler vi veldig mye på det enn å ikke søke på Internett, for de vet nok helt sikkert hva som er det riktige stedet, og alt mulig.

Da stoler du på den informasjonen og?

- Ja, men hadde nok stolt enda mer på informasjonen om det er folk jeg kjenner eller folk som bor der. Det er mye på nettet som kan være tullete i forhold til det du vil ha og ting som ikke stemmer i det hele tatt, så jeg stoler nok mest på kjentfolk eller bekjente av dem jeg stoler på da.

Men når du fikk informasjon fra de rundt deg, hva var det du fikk informasjon om?

- Jeg spør liksom om hvor er de beste stedene å gå ut, spise, shopping, og alt annet man gjør på en ferie. Og sånn i forhold til når jeg skulle til Australia hørte vi om de beste stedene å bo, hva som er sentralt i forhold til skolen, også er jeg veldig interessert siden vi skal være der over en lengre periode, hvor de koselige kafeene er og andre småting som du kan trives med når du kommer ned der.

Ja, for det er jo litt mer risiko å dra til Australia siden du skal være der så lenge.

- Ja, og da søker man enda mer informasjon for man vil jo være 100 % sikker.

Hvilke andre fordeler ser du ved å få anbefalinger av andre rundt deg?

- Det er en stor fordel å få anbefalinger av andre folk du kjenner eller andre rundt deg. De har vært der, de har opplevd det selv uten at du selv har opplevd det og da har de kjent på kroppen hvordan det er å være der, spist der, eller shoppet eller hva det nå

skal være, så som sagt, jeg stoler jo mer på det enn sånn random folk som bare har skrevet det et sted.

Ser du noen ulemper ved det da?

- Ja, det kan det også være fordi folk har jo forskjellige interesser, så det kan jo være en venninne av meg som ikke er så nærme som har vært på et sted, og elsket stedet og som kanskje kommer med anbefalinger til meg, men enten om jeg leser om det eller kommer ned ditt selv også var det ikke helt greia fordi vi ikke er så like da på den måten. Hvis du skal reise til en stor by og det er det du leter etter, så har kanskje folk forskjellige formeninger om hva som er en storby og hva den skal inneholde.

Så man må være litt like, og ha felles interesser?

- Ja

Har du noen gang reist til et reisemål selv om du har hørt noe negativt om det fra personer rundt deg?

- Oi, den var litt verre... som regel er det jo, hvis det er en storby da og en liten negativ ting som den personen ikke likte, så er det ikke sikkert at det betyr noe for meg. Kanskje ikke det er det jeg er på utkik etter. Så på den måten spiller det ingen rolle. Men visst det er noen som har sagt noe negativt om det hotellet som jeg kanskje allerede betalt for eller sånne ting da, og jeg får høre det i ettertid, da blir man veldig usikker, da blir man litt sånn; oi, er det virkelig så ille som de skal ha det til som den personen sier da. Men da blir det jo veldig ofte at det blir til at man må reise ned og ta det derfra.

Ok, men har du noen gang vurdert å ta det hotellet for deretter å høre noe negativt og så dropper du det?

- Hvis jeg hører det av flere, jeg tror ikke én kan klare å forandre det, hvis det ikke var helt forferdelig med rotter i veggen og helt der da, da hadde jeg nok forandret det.

Og du stolte på informasjonen som du fikk fra menneskene rundt deg?

- Ja

Men når det kommer til anbefalinger fra folk rundt deg og selgere, hva er det du stoler mest på da?

- Ehmmm, jeg føler at selgere generelt prøver bare å selge inn og vise de positive sidene med det. De viser jo ikke at det er negativt eller at det er slum nedi der eller. Men sånn hvis man vet om en bra turside da sånn som loonlyplanet og sånn som har et godt rykte på seg i forhold til at de har jo bøker og nettsider og sånt, så de ville jeg nok stolt på mer enn jeg kanskje ville stolt på et reisebyrå, hvis de har vært de stedene jeg skal reise da.

Loonlyplanet, hva er det da?

- Det er en reisebok, akkurat som en type pocketbok hvor du kan lese om de forskjellige byene og sånt med kart og anbefalinger og sånt. Men de skriver litt mer sånn, de skriver litt mer utfyllende med litt flere bilder og..

Du føler at det er litt mer sånn nøytral kilde til informasjon, at de ikke har noe å vinne på det?

- Ja, de vil jo liksom bare det beste for deg da, og de har faktisk tatt reisen selv og at de ikke bare er sånn som reisebyråer som; det er stedet vårt, og der skal flyet reise også har de kanskje ikke vært der 100 % selv da og ikke vet ordentlig hvordan det er der.

Nå skal vi snakke litt om anbefalinger på internett. Hva slags informasjon fikk du der når du tenker på anbefalinger?

- Det er ofte sånn som hotels.com, de har sånn anbefalning hvor folk skriver inn, gir poeng og anbefaler det. Jeg føler at den siden brukes veldig ofte når man leter etter hoteller, og den kan man stole ganske mye på visst det er mange som..., dvs, jeg stoler heller på et hotell som har mange anbefalinger, både negativt og positivt enn en som har ingen da. Så jeg går heller til de som kanskje har fått en bra poengsum.

For da ser du at det er mange som har reist, eller brukt det hotellet?

- Ja, visst det plutselig er et hotell som enten er nytt, eller ingen som vil ditt fordi det ikke har noe, men det vet jo ikke du, ikke sant... for det kan jo hende folk har vært der, men at de ikke har skrevet noe. Men det er jo ofte de som har vært på et hotell

eller leid en leilighet som visst de er super fornøyde da, eller kjempe negative til det at de da velger å skrive inn.

Følte du da at de anbefalingene du da så bidro til informasjon, hjalp de deg på en måte til å ta et valg?

- Ja, de gjør jo egentlig det, for visst de skriver masse positivt, eller skriver kanskje det og det er rett ved noe som kanskje ikke hotellet skriver selv da, så får du plutselig pluss informasjon, pluss den informasjonen hotellet selv velger å skrive på sin side da.

Men bruker det mer som en sånn tilleggskilde til informasjon da, de anbefalingene?

- Ja det blir mer det. Selvfølgelig må man ikke ty til det første og beste man finner. Og da vil man jo også søke visst det er, si det er en leilighet da, og man skal leie noe og se om det er noen som har skrevet om det, og se om det er flere anbefalinger, for eksempel på blogger eller kanskje folk som har vært der.

Men har du noen gang valgt et reisemål kun basert på anbefalinger?

- Nei

Da har du sjekket på andre nettsteder og sånt?

- Ja, og kanskje snakke med folk som har vært der. Kanskje gå innom bokhandelen for å se og lese litt om stedet.

Hvilke fordeler ser du ved å bruke anbefalinger på nettet?

- Som sagt, det kan jo få deg til å vippe, kan få deg til å vippe over pinnen å reise til det stedet visst det er kjempe mange mennesker som har vært der da, og det er et populært sted. Så det er en stor fordel. Det er også en tilleggsinformasjon sånn sett så du vil jo, det er ikke bare det jeg er ute etter, men det er et pluss å vite at det stedet jeg har valgt er bra da i forhold til hva andre sier. Det blir på en måte en trygghet.

Ser du noen ulemper da ved anbefalinger eller kommentarer på nettet?

- Kanskje visst folk har hatt en dårlig opplevelse med det stedet, som kanskje ikke er så dårlig. Men kanskje akkurat da de var der så hadde de problemer eller ett eller annet da. Og visst de da har skrevet en veldig negativ kommentar og visst det kanskje er

flere som har skrevet det, så vil det jo bli..., det vil jo trekke det ned på en måte. Men visst det da veier opp med det positive, så vil det jo uansett vurdere å reise ditt eller ja..

Hva mente du med negative kommentarer?

- Att det si..., da det for eksempel er noen som ikke har fått handkleider eller at de bare er sure personer generelt da, også har de kanskje skrevet en kjip kommentar som du kanskje, det er ikke sikkert du der og da begynner å tenke på det, men kanskje etterpå.

Ser du noen andre ulemper da, stoler du for eksempel på de anbefalingene på nettet?

- Ja, til en viss grad.

Man vet jo ikke alltid hvem som skiver dem

- Nei, det kan jo hende som sagt at det er noen som hater livet og bare skriver negative ting for å være kjip, sånn som man gjør for eksempel på en blogg. Mange som bare skriver for å være kjipe.

Er du sånn som leser alle anbefalinger?

- Ikke alle, men visst jeg er usikker på, om jeg står å vipper mellom to steder da, da er jeg mye mer på å sjekke kommentarer og hvordan stedet egentlig er, da spiller det en mye større rolle da.

Var det noe spesifikt du ikke leste, noe du unngikk, eller er det bare tilfeldig?

- Hvis jeg for eksempel har hørt noe om stedet som er negativt så vil jeg kanskje lese gjennom kommentarer for å enten forsikre meg om at det er sant, eller sjekke om det ikke stemmer, og det kan være fra en venn som kanskje har sagt noe bare for å være 100 % sikker da.

Så visst du ikke har noen oppfatninger, så er det veldig tilfeldig?

- Ja, det er jo veldig ofte at folk sier de samme greiene flere ganger, så da gidder man ikke å lese alle.

Hvilken betydning har negative kommentarer på internett, for den troverdigheten du tillegger til den siden, har det noe å si, føler du nettsiden blir mer troverdig om det står noe negativt?

- Ja, hvis du har hørt om et nettsted som har et bra rykte, og alle sier; du må gå inn der. Hvis det er noe negativt da, så vil du jo på en måte vurdere det. Men man søker jo etter mer informasjon om man skal reise et sted, og litt negativitet er jo greit, for da viser du at det stedet, at det ikke er perfekt da. Tenk om du bare ser positive ting, så kommer du ned der og det første du møter i døra er ett eller annet feil. Da har du jo så høye forventninger at det vil jo knekke deg på en måte da, med en gang, og da vil du automatisk få et negativt innstilling med en gang du kommer ned ditt fordi du har hørt så mye positivt. Ja, så egentlig litt negativitet kan gi troverdighet.

Og hvilken betydning har det som er positivt. Kan én positiv anbefaling være avgjørende for valget ditt, eller trenger du å høre mer?

- Det spørres litt på hvor lang og dyr reisen er, sånn som at visst man skal reise til NY da, så er det ikke sikkert at det er én positiv kommentar som får deg til å bare; YES, ditt skal jeg reise. Men sånn som når jeg reiste til Paris for et halvt år siden eller noe, og da var det sånn at vi var ute etter et billig sted og det trengte ikke å være noe fancy og da tar du på en måte det du får da. Da er man mest ute å går uansett så da spiller det ingen rolle, men det er jo greit å ha med litt positivitet på kommentarer men det spiller ingen rolle, det er billig og du har liksom det du trenger da.

Så da kommer det litt an på behov og hvor mye penger du legger i det?

- Ja, veldig

Har du noen gang forandret din oppfatning av et reisemål etter at du har hørt andres mening om det, hvis du har vært positivt innstilt eller omvendt?

- Det eneste er kanskje når jeg reiste til Paris og vi hadde fått en oppfatning av hvordan folk er der nede som da kanskje folk sa, men det var litt annerledes når vi kom ned ditt, da fikk vi en helt annen oppfatning. De var ikke sånn som alle sier at de er da. Så det er egentlig det eneste jeg kommer på.

Synes du at de anbefalingene på internett sparte deg for tid når du innhenter informasjon?

- Ja, det spørres jo som sagt hvor man skal reise, og om man bare skal en helg eller om man skal være der over lengre tid. Det hadde vært greit visst alt var på en side da, all

informasjonen du trengte, det hadde spart deg for kjempe mye tid, og kommenter hjelper deg egentlig å velge visst det er mange kommentarer eller i forhold til hvis du har sett på et annet hotell, eller sted, eller hva det enn skal være du leter etter.

Så det sparer deg litt for tid, men at kanskje blir mer trygg på valget ditt eller?

- Ja, også spørres det egentlig på hvor du skal reise på en måte, om man liksom ikke bryr seg så veldig så ser man kanskje ikke så mye på det uansett, da vil man jo uansett søke videre, eller om man vil søke på flere sider for å være 100 % sikker.

Hvor tilgjengelig opplevde du at informasjonen på internett var, altså hvor fort fant du det du lette etter?

- Hmm, den er litt verre. Sånn som med leiligheter og sånt og hotell så vet man på en måte hva man skal søke på, sånn i forhold til hotell eller apatements eller, nå husker jeg ikke helt hva den siden heter. Men sånn generelt om for eksempel stedet, da får du opp så mye informasjon om stedet, og du vet ikke..., du vet hva du leter etter men du er litt..., så får du veldig mye informasjon på en gang og det er så veldig mange sider du må gå igjennom hvis det ikke er noen som har opprettet en side hvor du finner akkurat det du skal ha. Så du bruker gangske mye tid hvis du ikke har en spesifikk side du vet om før du begynner å søke på en måte, på google som sagt, de gir deg alt, og alt for mye informasjon egentlig. Det er mange som enten har skrevet det på bloggen sin, eller en reiseside som har det eller generelle nettsider som har det.

Hvis du skal ut på en lengre tur da, går du da for eksempel innom Kilroy for å få informasjon først, eller tar du å googler først?

- Ehmmm, det spørres egentlig på hvor jeg er i prosessen. Hvis jeg vet at jeg skal reise ditt, så ville jeg vel kanskje nå som student gått innom Kilroy for å få vite om billetter og kanskje få med meg en brosjyre da. Men det er kanskje litt mer sånn tilfeldig hvis jeg går forbi Kilrøy. Hvis ikke så er det, med en gang jeg tar opp Mac'en så er jeg på nettet, ikke sant, så det er mye enklere.

Følte du at de som kom med anbefalingene hadde noe å vinne på å legge dem ut?

- Jeg tror at når folk er så fornøyde med et sted så tror jeg ikke det gjør det for å vinne på det. De vil bare vise, eller si hva de følte da, hvis de er super fornøyde. Så sånn sett, jeg tror nok at de som skriver negative ting har mer å vinne på.

På hvilken måte da?

- På at de vil vise at det stedet er dårlig, og ikke vil at folk skal reise ditt, og er det masse negativt vil jo ikke automatisk folk reise ditt hvis de ikke har pratet med en venn som sier; å nei, det er ikke sånn. Så jeg tror det er mer de negative kommentarene som har noe å vinne på det. Det positive selvfølgelig også for da vil jo folk reise ditt, men som regel så skriver folk positive ting visst de har vært det, og opplevd positive ting.

Anser du de uttalelsene for ekspertuttalelser hvis de har vært på det reisemålet før?

- Nei. Kanskje visst det er en blogg og det er en person som har reist kjempe masse da, eller hvis de har vært på det stedet kjempe masse, og drar ditt hvert år og kanskje vært der i 10 år, da vet de vel hva de prater om. Men som regel har de vært der for første gangen og er helt overbegeistret. Det er nok ikke alle av dem som ekspertuttalelser for de har kanskje blitt sånn; å herregud, det er jo helt fantastisk fordi de fortsatt er i den rusen. Du må egentlig ta alt med en klype salt hvis det kanskje ikke kommer fra en selger eller ja kanskje noen som har vært der veldig masse det kommer veldig an på.

Hvis du kan si på en skala fra 1-10, hvor oppriktig anser du anbefalingene på internett å være?

- Kanskje jeg er litt naiv nå, men jeg stoler ganske mye på dem. Kanskje en 7.

Så skal jeg bare ha et par oppsummeringsspørsmål. Hva vektlegger du på mest, andre forbrukeres anbefalinger på internett, eller fra selgere?

- Da er det andres erfaring.

Og i forhold til venner og familie da, og det som kommer frem på nettet, hva stoler du mest på?

- Venner og kjente. Det kommer litt an på hvor lenge de var der og sånne ting. Det vet man jo ikke med kommentarene da. Men da ville jeg nok stolt mer på venner, familie og andre bekjente som kanskje kjenner deg og vet hva du er ute etter da. Kanskje de anbefaler deg; nei, du burde ikke dra ditt fordi du kanskje ikke er så opptatt av kunst da.

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger på internett neste gang du skal ut å reise?

- Ja, det gjør jeg.

Visst du tenker selger vs. forbruker, føler du at intensjonene demmes er annerledes?

- Ja, selgere er jo der for å selge, de vil jo at du skal reise ditt for de vil jo tjene penger på deg på en måte. Flyselskaper vil jo for eksempel at du skal bruke dem fordi da tjener de penger på deg. Men jeg føler at forbrukere er mye mer ærlige, at de sier det sånn som det er om det er positivt eller negativt. Jeg tviler på at en selger vil fronte det negative om et sted som flyet demmes går til eller ligger i den gaten eller noe sånt. Så selgere går jo inn for at du vil reise ditt, mens forbrukere vil bare vil dele sin erfaring da, om det så er negativt eller positivt.

Du bruker anbefalinger hele tiden når du skal ut å reise, ville du savnet det dersom det ble borte?

- Ja

Du hadde savnet anbefalinger fra andre på internett?

- Ja, som sagt, de har vært der og kanskje gjort de tingene jeg vil gjøre der nede da. Og hvis det er ingen som kanskje har skrevet noe så vet jo ikke jeg hva jeg går til. Jeg kan selvfølgelig lese det på internettet på reisesider og sånt, men man vet jo ikke 100 % sikkert om det stemmer da, som sagt, de vil jo bare selge inn det beste med stedet. Så ja, det ville jeg ha savnet.

Er det noe du vil legge til avslutningsvis om temaet vi har snakket om nå?

- Hmmmm, jeg synes dere har fått dekket ganske mye jeg.. Nå vet jeg jo ikke helt hva oppgaven går ut på.

Hva kunne gjort en selgers nettside mer troverdig, at man stoler mer på den informasjonen som står der?

- Sånn som vi har lært på skolen er jo visst de hadde hatt en facebook – side, hvor de da hvis noen hadde kommentert at de svarer, at dem føler at det er en som faktisk svarer deg når du lurere på ting, istedenfor å gå inn på kontoret demmes for å prate, og de sier;

åå, men det er jo perfekt for deg. At noen gir deg noe tilbake, kanskje da at de enten har det på nettsiden eller at de har en blogg, at de liksom blir interaktive. Da får du mye mer troverdighet, for da vet folk at der sitter det faktisk en person å svarer meg.

Hvis du går inn på hotels.com eller Ving eller noe, og du kunne snakket med noen mens du drev å søkte og sånt, hadde du følt at det var troverdig informasjon og brukt infoen bedre?

- Ja, du kan jo også sende en mail, men hvor ofte får du egentlig tid til å svare på den mailen. Kanskje visst du hadde hatt to eller kanskje tre personer der som satt å svarte deg, kanskje ikke døgnet rundt, men..

Har du noen gang opplevd å sende en mail, og ikke fått svar?

- Ehhm, nei. Det tar kanskje litt tid før man får svar, men man får som regel svar, for de vil jo at du skal komme ditt så.

Transkribering av intervju med Informant 6

Har du vært mye ute og reist?

- Det hadde vært så mye tid nå i studietiden da, men hvert fall sånn par ganger i året hvert fall.

Syns du det er gøy å reise?

- Ja, veldig

Når du skal ut og reise og innhenter informasjon, hva er det du gjør for noe da?

- Ehh, jeg går på nettet, det er det første jeg gjør, jeg sjekker litt rundt også spør jeg venner. Og om de har erfaring med det stedet, om de har vært der eller om det er andre steder de heller ville ha anbefalt enn det jeg på en måte først har begynt å se etter da. Og sjekker alt fra reiseoperatørens sider til jeg googler, for eksempel nå i sommer da skal vi reise til..... og da har jeg lært av samboeren min at man alltid skal google stedet og så skrive its awful eller ett eller annet sånn sånn at du finner alle de forum der folk har skrevet om negative ting, og tripadvisor, ikke minst. Der er det veldig mye nyttig info som vi bruker.

Så da er det de google sidene du søker, så var det tripadvisor, er det noen andre nettsteder som du går inn på?

- Nei, jeg pleier egentlig bare å google for å finne de relevante sidene.. eh, og da selvfølgelig de reiseoperatørens sider da, og de har jo ofte reisebrev og reisetips og sånn.

Fra andre som har vært på stedet?

- Ja, og når jeg googler så er det også en del blogger og sånne ting da. Det er alltid gøy å se bilder og sånt fra de stedene man tenker å reise. Vi er ganske nøye før vi bestemmer oss for et sted, både hotell og sjekker alt veldig nøye før vi bestiller. Det er kjipt å bli skuffa.

Men benytter du deg av reisekataloger og sånne ting?

- Reisekatalog har jeg ikke sett på, skal vi se, det er ca 3-4 år siden sist jeg har sett i en reisekatalog.

Er det noen grunn til at du ikke bruker det?

- Det er så mye lettere på Internett, da kan du på en måte, istedenfor at du skal sitte og bla, kan du bare søke etter det ordet du eller akkurat det du vil se etter. På nettet, både på, assa reiseoperatørens sine egne sider har jo mye mer utfyllende informasjon der enn det de har i katalogene de har jo ikke alle hotellene de har jo ikke alt engang i katalogene så det er mye bedre å se på nett.

Men aviser og, radio og Tv bruker du no sånn, du går og søker på tv kanaler eller?

- Jeg ser på Travel channel da

Har det hendt at du har fått tips derfra som du har gått og søkt på?

- Det som har vært, på Travel Channel så er det ofte litt mer sånn eksotiske og litt mer sånn far away steder da, eh men jeg har sett en del sånne program om Thailand og sånn, vi planlegger å reise dit til vinteren, så jeg har fått litt inspirasjon derfra hva man har lyst å gjøre, litt hvor i Thailand man har lyst til å reise og sånne ting, men ikke no sånn konkret egentlig, egentlig litt mer sånn inspirasjonskilde til litt mer type drømmeferie som ikke er så lett å få til så fort da.

Men hvilke av dem syns du gav deg mest informasjon av de forskjellige mediumene du bruker liksom?

- Av alt?

Mm

- Internett eller tenkte du mer konkret Internett?

Nei tenkte på i forhold til kataloger, men du svarte egentlig at det var Internett. Hva henter du informasjon om når du søker på Internett?

- Alt fra hvordan stedet er, om det er sånn partysted så styrer jeg unna, om det på en måte er for øde hvordan strendene er, eller hvordan shoppingen er, generelt såne ting da, ikke minst hoteller, ehh, hvordan de ulike hotellene er, veldig viktig at det er hvertfall som regel når jeg reiser da så liker jeg som regel til varmere strøk ehh og da syns jeg det er veldig deilig å ha basseng på hotellet litt greit å se hvordan det, jeg liker at det skal være litt sånn rent og pent, ikke slitt og gammelt. Så jeg pleier å søke en del på det, se hva folk sier om de forskjellige tingene der da.

Ikke noe lopper i senga?

- Nei, jeg gjorde hvertfall det når vi reiste til New York så var det jo noe av det sengedyr greiene som har vært overalt i New York, da var det bare å google for harde livet, og tripadvisor og sjekke virkelig nøye for å være sikker på at hotellet ikke hadde problemer med det.

Men hørte du mest på hva andre som har vært på de hotellene som sa da eller var det mer?

- Sånn som i New York hadde jeg på en måte ikke noe referansepunkt så da var det bare å stole på det som stod på nettet ehh men i forhold til mer sånn typisk sydenreiser da så har jeg hørt veldig mye på hva andre har sagt om reisemålet. For eksempel som i fjor sommer så reise vi til Parga og det var på bakgrunn av tips fra en venninne, som sa at det var veldig fint, så det var på en måte det som gjorde at jeg begynte å søke mer om det, og jo mer jeg leste om det jo mer fikk jeg lyst og reise dit så da endte det med det.

Av de kanalene, nå sa du at det var veldig lett å finne informasjon på Internett, men hvor relevant syntes du at informasjonen var?

- Mmm det har vært veldig mye bra, ehh, hvertfall sånn på google så kan du stille inn veldig sånn okei vil du søke på forum vil du søke på blogger vil du søke på de forskjellige tingene der, og søker du på forum da så får man veldig ofte opp mest relevante informasjonen da som på en måte ikke er sånn reklameinformasjon fra reisebyråene de kan jo veldig ofte glansbilde på alle stedene sine, men ser du på forumene så får du sett ekte menneskers sine meninger om stedene. Hva var spørsmålet igjen egentlig?

Om du syns informasjonen var relevant?

- Ja, spesielt sånne forumsider da, føler jeg er relevant. Og reisebrev da og sånne ting.

Stolte du på informasjonen du fikk?

- Ja, eller det kommer litt an på forumet selvfølgelig men er det en tråd med veldig mange svar der mange mener det samme, og at det på en måte samsvarer med ting man har sett på tripadvisor, sammenligner mange forskjellige sånne sider da og ser jeg at det er veldig mye likt så stoler jeg på den informasjonen. Så men det ikke sånn at jeg stoler på reisebyråene ved første øyekast fordi de skriver jo til og med positivt om Sunny Beach i Bulgaria, ikke sant.

Du tar det med en klype salt?

- Ja

Når du snakket om at du fikk anbefalinger fra de rundt deg, hva fikk du informasjon om?

- Ehhm, mest sånn at det var veldig sånn romantisk og koselig by, at det var passende for kjæresteferie, for jeg spurte folk rundt meg om de hadde noen tips til kjæresteferie som ikke var for øde, men likevel ikke var party all night long. Ehh så det var liksom sånn type informasjon da.

Var det noe annet du så etter, noe annet du spurte om?

- Nei, egentlig ikke, det var egentlig mest det jeg på en måte spurte venner om, og så sjekket jeg egentlig resten på nettet for å se beliggenhet i forhold til hotellet hvor langt fra sentrum, hvor langt fra stranda og sånne ting da, for jeg synes det er viktig at det er nærme. For ofte er det for eksempel Ving da, det hotellet vi hadde de lyver på en måte litt når det er så og så langt, og egentlig er det dobbelt så langt til stranda og sentrum. De pynter litt på sannheten da føler jeg.

Har du noen spesifikke erfaringer som du tenker på at de pynter litt eller?

- Ja, eller når vi var i Parga nå, så bodde vi på et hotell vi visste lå på en liten høyde utenfor byen, men så sa de at det var 400 m til stranda og 400 m til sentrum, men det var jo i luftlinje da. Så for å komme ned på stranda, måtte vi gå laaaangt og svingete, det tok jo liksom en halvtime å gå ned vettu, og opp igjen var jo håpløst. Vi hadde

heldigvis sånn privatbil fra hotellet da som kom å hentet oss og kjørte oss hvor vi ville, så det var jo veldig greit. Så det var veldig god service der da, men så det er også derfor jeg har blitt veldig nøye på å sjekke sånne ting. Når vi var mindre, mamma og de sjekket aldri sånt ting ikke sant, de aner ikke omtrent hvordan man googler eller noe, så jeg har jo blitt mer kritisk til det selv da. Etter alle feriene vi har vært på så er det noen ganger man har skikkelig helbom i forhold til hotell og beliggenhet, også blir man mer obs på det selv da.

Hva da, obs på hva reiseoperatørene sier?

- Ja, og sjekke det opp mot mer seriøst. Jeg mener det er mer seriøst hva andre mennesker som har vært der sier enn hva Apollo eller Ving selv sier da.

Har du noen spesifikk erfaring med at du kan stole mer på andre folk, eller er det bare magesfølelsen? Om du har noen spesifikke erfaringer som sier at du kan stole på andre som har vært der før, og hørt dem si noen det var et bra sted, også var det bra?

- Ja, det har jeg egentlig vært, både nå sist når vi reiste til Parga, det var jo veldig veldig bra så det var en fulltreffer, og samme med NY, det skulle jo ikke akkurat så mye til der. Også hoteller vi bodde på også i NY hadde vi fått vite var veldig bra, i hvert fall det området var veldig bra å bo i. det var jo veldig sentralt, det var midt i blinken i forhold til der vi ville bo da.

Hvilken informasjon er det du vektlegger eller ser etter når du henter inn informasjon?

- Det som er veldig viktig å sjekke, i hvert fall for min del, sjekker alt det negative som folk skriver om, se om det bare er en person som har hatt en dårlig erfaring, eller om det er flere som har akkurat den samme typen dårlige erfaringen med for eksempel servicen, at det var møkkete eller skitt eller sånne ting da, og sjekke det opp mot hvor mange som for eksempel mener noe positivt om akkurat det. Hvis jeg da ikke finner noe positivt om akkurat den delen som noen har sagt negativt om, så styrer jeg unna.

Hører du på all informasjon, eller selekterer du informasjonen du får fra venner?

- Jeg vet jo med meg selv hva jeg liker og hva jeg ikke liker også, så selv om folk sier; å det var skikkelig bra, så betyr det ikke at jeg har lyst til å reise ditt selv. Jeg har en kompis på jobb som er glad i reise rundt i Øst – Europa og alle sånne sære steder som Romania og i innland de, bare; det er så fantastisk og virkelig opplevelse, jeg bare..nei.

Så det velger du liksom ikke å legge vekt på?

- Nei, så det er ikke alt positivt jeg bryr meg om. Det liksom stemme overens med det jeg har interesse for da, hva jeg har lyst til å, hva jeg vil, og jeg er veldig sånn som sagt veldig glad i å reise, og reise til varmere strøk. Det med strand og basseng og at det er hyggelig sted og ikke sånn utprega turist sted med masse høye hoteller og skyskrapere og sånne ting selv om folk har hatt kjempe opplevelser med Alqudia så har ikke jeg lyst til å reise ditt på en måte.

Da går det litt på hvilke interesser som du har?

- Ja

Tenker du på om de er noe lik deg selv, hører du mer på dem da, eller har ikke det noe å si?

- Jo det blir vel, eller det går vel på hvilke interesser man har, og jeg kjenner jo noen som er mer like meg i forhold til reise enn andre. Noen er mer glade i sånne party – steder og storbygreier, og noen ganger er jo det greit, i hvert fall storbyferier. Jeg har noen venner som er veldig mye ute å reiser i NY, London, Paris, Barcelona og sånne ting flere ganger i året, og hvis jeg skal reise til en storby da, så jeg jo høre mer på de i forhold til det. Ehmmm, mens andre igjen som kanskje har vært å reist mye på sydenferie kan fortelle om steder man bør styre unna ikke minst. Sånn som meg selv og verdens dårligste opplevelse med Korfu. Jeg ville jo ikke anbefale noen å reise ditt, for der var det forferdelig skittent og stygt. Så det kommer litt an på hvor jeg skal reise, og hva jeg ser etter.

Ser du noen fordeler med å høre på andre og deres anbefalinger?

- Ja, da kan jeg skylde på dem etterpå(ler). Ja, det er jo kanskje litt sånn trygt, hvis det er noen man kjenner så regner man jo med at de vil at du skal ha en fin ferie, at de kommer med riktig informasjon, men da kommer det selvfølgelig an på hvilke interesser de har, hvis det er noen som; yes, elsker det stedet for det var så sykt mye party stemning, så vil men kanskje selektere det litt sånn, ok, dette er nok litt sånn ikke noe for meg selv om det var bra.

De gir det litt sånn trygghet da kanskje?

- Ja, bare litt i forhold til hvem de er, sånn de vennene mine som har vært mye ute å reist på storbyferie og sånne ting, da føler jeg det er veldig trygt å høre på de, hvor man bør styre unna og hvilke steder man bør gå og sånne ting da. Ofte har jeg fått sånn reiseguide som vennene mine har laget da med sånne tips som de har laget, gjør det og det, gå i den og den butikken. Spesielt i NY så var det genialt, for der var det så mye å forholde seg til. Og jeg har en venninne som har vært der, tror det er 10 ganger de siste 5 årene. Så sånne små rare steder du ikke ville ha oppdaget ellers da, så det er litt gøy.

Ser du noen direkte ulemper ved å høre på andre rundt deg?

- Det var litt sånn vanskelig spørsmål. Det er jo det at det kommer helt an på hvilken person man spør og hva. Ehhhhh, spør du en eller annen som Hersonisos er drit kult, så er det kanskje ikke så relevant å spørre hva den personen mener er et hyggelig sted å feiere, slappe av ferie. Man må jo bare vite litt om hvem man spør da og hva for å være trygg på at det blir mest mulig nyttig informasjon.

Når du har hørt noe negativt så styrer du unna det?

- Ja

Kan du huske spesifikt at du droppet et feriemål fordi du hørte noe negativt?

- Ehhhhh, nå må jeg tenke. Jeg tror det har skjedd altså. Jo, vi sto egentlig mellom Lefkas og Parga. Styrte egentlig unna Lefkas fordi vi fikk høre at det var mye mindre sjarmerende sted, ikke så pent og ikke så hyggelig, så da ble liksom valget litt lettere.

Hørte du det fra noen rundt deg, eller fra internett?

- Begge deler, jeg hørte det fra noen jeg kjenner først, så sjekket jeg det etterpå på nett, og det var flere som hadde den samme opplevelsen som hadde vært på begge stedene for de to stedene er ganske nærme hverandre. Det var flere som hadde kombinert det, en uke der, og en uke på det andre stedet, Parga og Lefkas og alle hadde da best erfaring med Parga så det stemte veldig godt overens med det.

Du sa du hørte med vennene dine først, og så benyttet deg av internett. Følte du at internett ble en tilleggskilde?

- Det kommer veldig an på, sånn som nå når vi skal til Rethymnon så fordi jeg har vært på Kreta før alltid har hatt lyst til å reise sitt har jeg ikke spurt hvor på Kreta vi burde reise, tenkte bare; å ditt har jeg lyst til å reise. Jeg har lest litt om det før og har ikke spesifikt spurt noen nå i denne omgang, hvor burde jeg reise. Så nå brukte jeg på en måte internett først og fremst da. Og så sjekket positive og negative sider. Også har jeg da i ettertid, etter at jeg har bestilt spurt folk, ok har dere vært der og hva synes dere om det? Etter at vi har bestilt ferien da så driver jeg å sjekker alt mulig om stedet og det gjør jeg fortsatt.

Hvorfor gjør du det?

- Fordi jeg synes det er greit å vite litt om stedet, sånn hva er det å gjøre, hva er det å finne på og sånne ting, og i tillegg ahh, bare gå og glede seg. Bare sitte å lese om stedet og se på bilder og ahh yes, nå er det en dag mindre til vi reiser. Det gjør jeg alltid.

Når du sto mellom de to alternativene gikk du inn på nettet og søkte. Hvis noen hadde sagt bare positive ting til det reisemålet du droppet, hadde du valgt å dra ditt selv om tror du?

- Jeg tror ikke på at jeg ikke hadde funnet noe negativt for det er det alltid.

Når du går inn på en nettside, og det kun står positive ting, virker det mindre troverdig enn om det også hadde stått negative ting der?

- Jeg føler kanskje noen ganger at det kan være litt kjøpt og betalt, at det er representanter fra reiseselskapet visst det bare er positivt og alt er skrevet i nesten samme type stil, så blir man litt skeptisk, men da sjekker jeg alltid nøyere og sjekker alltid med sånn jeg sa, ta negative ord etter søket for å se eller finne negative sider hvor det er skrevet om det. Så sjekker veldig nøye før vi bestiller noe som helst.

Tror vi har spurt om det tidligere, men stolte du på den informasjonen du fikk fra andre rundt deg?

- Ja, bare sett i forhold til hvem man spør om hva.

Hva stoler/ hører du mest på, folk rundt deg, eller reisebyråer og annen reklame?

- Da er det helt klart de jeg kjenner jeg stoler mest på, og ikke reisebyråer for de vil jo bare selge føler jeg. Det er jo ikke sånn at de har noen interesse av å..., jo, de vil jo selvfølgelig at du skal ha en bra ferie, men de vil jo bare at du skal reise, de mener at alle stedene er fantastiske uansett. Jeg stoler ikke på reisebyråene.

Hvis vi går litt mer inn på internett. Når du leser på internett, føler du at de anbefalingene bidrar til informasjon?

- Ja, veldig ofte i forhold til sånne guider og reiseforum så er det tips i forhold til hva man kan gjøre, ting som ikke står på reiseoperatørens side for eksempel. Så det er mye ekstra tilleggsinformasjon som er nyttig.

Ser du noen fordeler ved å bruke anbefalinger på internett?

- Det blir jo mange flere syn da. Det er jo folk fra hele verden som skriver på reiseforum og sånne ting, så man får jo innblikk i hvordan folk ser på det. Ofte står det hvilket land de som har skrevet er fra. Etter å ha brukt og søkt en del så ser man jo at noen er veldig skeptisk til alt, som for eksempel engelskmenn er veldig sånn at de har en tendens; hotellet er skikkelig fælt og skittent, mens mange andre land er; å der var det kjempe koselig og fint og litt sånn hva slags forventninger man har da. Det har jo selvfølgelig noe å si for hva man skriver om reisemålet etterpå. Jeg føler man får et mye bredere spekter da om meninger av reisemålet, enn om man bare spør noen få kjente. Det er jo flere på nettet som har erfaring med stedet enn av dem du kjenner da.

Synes du det er lettere å sammenligne hva folk sier på nettet?

- Ja, da har du det på en måte rett foran deg sånn og kan se det positive og det negative. Og veldig ofte er det sånn hvis man spør folk når de har vært et sted så er det jo veldig ofte at det..., folk nesten forsvare det valget de har tatt. Sånn uansett, hadde det kjempe fantastisk. Når jeg for eksempel skulle spørre mamma eller noe da så Mallorca og Gran Canaria, kjempe herlig vettu. De elsker jo det så, men det blir jo ikke helt etter mine preferanser. Jeg tror når folk har vært på samme stedet mange ganger så blir de litt blendet av det, og ikke helt ser det negative med stedet.

Ser du noen ulemper ved bruk av anbefalinger på nettet?

- Det har jeg aldri tenkt på, synes bare det er positivt for å hente mest mulig informasjon og kunne sjekke det.

Har du noen gang reist til et reisemål selv om du har hørt noe negativt om det på nettet?

- Det er alltid noe negativt om alle steder. Om de positive sidene som jeg legger vekt på, om det er skrevet positivt om da, og ikke så mye negativt så gjør et meg ingenting, da reiser jeg.

Søker du kun etter anbefalinger, eller litt sånn hva reisebyråer og sånt sier?

- Ofte så er der sånn at du sjekker et reisemål først da. Ofte ser jeg på priser og sånne ting på reisebyrået sine sider, også går jeg på en måte over på, hvis det er relevant i forhold til pris og sånt kan jeg fortsette å søke på forskjellige andre nettsider og sånne ting.

Hvor mye tid tror du at du bruker i forkant av en reise?

- Mange timer, gjerne sånn over flere dager, gjerne flere uker før man bestemmer seg. Sitter på kvelden og googler. Synes det er gøy jeg(ler).

Hvordan tror du at positive anbefalinger på nettet påvirker deg, tror du det har noen påvirkning?

- Hvis jeg på en måte har sett for meg et reisemål jeg vil dra og det er mye positivt, så vil det jo påvirke meg i den retningen at jeg har mer lyst til å reise ditt da.

Og det samme med negative ting, da får du litt mindre lyst til å reise?

- Ja

Følte du at informasjonen om anbefalingene på internett var tilgjengelig i motsetning til å dra ned på reisebyråer?

- Ja, det er nettopp derfor jeg synes internett er så greit fordi det er tilgjengelig hele tiden. Det er ikke noen begrensninger på noen som helst egentlig.

Så du føler litt at det sparer deg for tid da eller?

- Ja, det sparer meg for tid og i tillegg at hvis jeg skulle gått ned på et reisebyrå og spurt så hadde jeg ikke fått all den informasjonen jeg ville fordi de ville ikke kommet med negative ting.

Bruker du reisebyråer, gått fysisk inn til reisebyråer når su skal bestille reiser?

- Nei, kun bestilt på nett sikkert de siste 10 årene. Jeg tror første gang jeg bestilte på nett var 2003 tror jeg, og etter det har jeg bare bestilt på nett.

Når du går inn på disse her forumene, leser du alle anbefalingene?

- Ofte så er det sånn at når man søker på google så kommer det opp en tråd om ett eller annet du har søkt på, og da leser jeg gjennom alle svarene som er der. Noen ganger er det en side andre er det fem – seks.

Så når du har begynt å lese en tråd, så leser du hele tråden?

- Ja, for visst noen har sagt noe bra om blablanla, så ser jeg videre nedover om, ok, hun er ikke enig i det, og sånne ting da.

Har du bevist selektert ut anbefalinger som du vil eller ikke vil lese, enten positive eller negative?

- Ja, det har jeg helt sikkert

Ja, for du sa du hadde lett mye etter negative anmeldelser, men har du lett etter positive også?

- Nei egentlig ikke, for visst jeg søker først på negative da, så kommer man gjerne inn på forum eller noe sånt noe hvor det står negative ting, og søker du da etterpå på selve stedet, så får du opp alle ting som er positivt og noen ganger negativt. Jeg er mer opptatt av å søke på det negative for når du gjør det får du også opp svar fra folk som mener det ikke er negativt; nei jeg synes ikke det var negativt, så spinner det liksom videre også kanskje de har noen tips der igjen så søker jeg videre igjen på det.

Har én positiv anbefaling vært avgjørende for valg av reise, har du valgt å dra pga. én positiv?

- Nei, det er det vel ikke, ikke én, det må være flere. Jeg må på en måte få det bekreftet for meg selv. Selv om en har skrevet at det er bra kan selv om være reiseoperatøren som har skrevet det, så det er ganske greit å sjekke mer da.

Kunne du dratt på tur uten å hørt med noen rundt deg, enten venner eller familie?

- Så lenge jeg kunne sjekket det på nettet så(ler). Eller så gjør det ingen ting. Ehhhh, men jeg ville ikke reist et sted uten å gjort det. Jeg trenger ikke venner eller familiens anbefalinger egentlig, man spør og hvis de har erfaring med det så er det jo fint men det hadde ikke gjort meg noe og bare søkt på nettet, og; å det likte jeg og dra ditt.

Så du føler du er mer avhengig av nettet enn..?

- Ja, for det blir mange flere sider og flere synspunkter enn bare noen få da.

Jeg mener mer troverdigheten av et som står.

- Ja, det er mer troverdig fordi det er flere kilder, mer og forholde seg til, flere synspunkter enn kanskje tre eller fire som har vært et sted da.

Så du stoler mer på det som står på nettet?

- Ja

Kunne du dratt på en tur kun på bakgrunn av hva for eksempel Ving eller Apollo sier?

- Jeg hadde aldri reise ved å bare høre på de. Jeg føler at det er sånn pensjonister gjør, de stoler liksom på alt.

Føler du at de som kommer med anbefalinger på nettet har noe å vinne på det, at de har noen skjulte intensjoner?

- Det er litt det med at noen steder er det reiseoperatører som jobber aktivt selv med å legge ut positive ting, så det er jo bare det å være litt kritisk til hvilke sider man er inne på og visst man er inne på forskjellige forumsider og ser ett forum der det kan se ut som om de er veldig aktive, alt er samme stil og alt er positivt. Så går du på en annen

nettside, så ser du det er mange forskjellige meninger da og forskjellig skrivemåte og sånne ting, da stoler man litt mer på det i hvert fall.

Er det flere ting som oser faresignal?

- Hvis alt er bare helt fantastisk og de fleste har alltid ett eller annet noe de er kritisk til i forhold til at det ikke har vært så bra, hvis alt er så fantastisk at de nesten bare døde, sant, og hvis det er ti sånne nedover så er det litt sånn ugler i mosen.

Av de uttalelsene du ser på nettet, anser du de som ekspertuttalelser?

- Hva skal jeg si? Jeg tenker at de som er vanlig reisende er mer eksperter enn de som sitter på reiseselskapene da. For det er de vanlig reisende personene som deg og meg er ute og opplever ting og har, ja du kan kanskje kalle de eksperter. De som har reist litt og opplevd det, det er de som kan det i motsetning til de som bare skal sitte å selge det.

Hva gjør at en anbefaling på nettet er troverdig for deg? Det var det med skrivespråk og at de ikke er for positive, er det noen flere ting?

- Det er litt sånn at det er litt forskjellig, at du ser at det er forskjellige mennesker som har skrevet det, at folk har vært litt uenige om det og det. At det her vært litt diskusjoner nedover og du ser at det liksom er litt ekte da, og ikke bare noen som har blitt betalt for å gjøre det, det synes jeg er litt viktig. Og det samme med noen blogger og sånt også hvor folk har vært, altså du ser at det ikke er noe profesjonelt rundt det.

Hvis det er bilder, gjør det det litt mer troverdig?

- Ja, mmm. Hvis det er et bilde man ser at folk har tatt selv som folk har lagt ut og sånne ting så får man litt bedre inntrykk en de glansa bildene som er på reise..., og hvis det da er bra bilder og det ser hyggelig ut så får man jo litt mer lyst til å reise ditt, i hvertfall jeg da.

Hvis du tenker deg en skala fra 1 – 10 hvor 10 er best, hvor troverdig opplever du informasjonen på internett?

- 10, i forhold til annet så er egentlig det det beste for der har de, altså man har alt på internett, alt er tilgjengelig uansett hva du vil søke på omtrent. Veldig greit.

Blabbel om hva som trumfer hva, hvor Informant 6 mener at internett trumfer både generell markedsføring og anbefalinger fra venner, familie og bekjente.

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger neste gang du skal ut å reise?

- Ja, det gjør jeg.

Er det noe mer du vil legge til?

- Jeg føler dere har dekket det jeg mener er viktig i forhold til reise og det å hente inn informasjon. Jeg vet ikke hva mer jeg kan komme med og det er litt vanskelig når jeg ikke kjenner til vinklingen av oppgaven deres. Men jeg kan ikke komme på noe mer jeg gjør i forhold til å hente inn informasjon. Reisekataloger er jo utgått på dato.

Transkribering av intervju med Informant 7

Er du glad i å reise?

Ja

Har du vært mye ute og reist?

Jeg har det, jeg har akkurat kommet tilbake fra en firemåneders tur jorda rundt nå for to uker siden.

Men pleier du å innhente mye informasjon før du velger hvor du skal reise hen?

Det gjør jeg. Vi hadde nå halvannet år med planlegging før vi dro ut på reisa, eller når vi bestemte oss da, da var det jo snakke med mennesker som har vært ute og reist og gå på Internett og finne ut det som skjedde i landet da og derfra finne ut hvilke land vi skulle dra til og hva vi eventuelt skal se i de forskjellige landene.

Du snakket med venner også var du på Internett. Sjekket du noe hos reisebyråer?

Neeei, vi snakke litt med, ikke reisebyråer, men vi hadde, vi snakket med Kilroy bare, hadde en mail til dem og spurte bare, kjapp mail bare, hvor vi fikk noen tips på land også kjøpte vi et par lonely planet bøker, fra forskjellige land, også leste vi på en måte i det, men mest Internett.

Hva gjorde du når du gikk inn på Internett eller hva pleier du å gjøre da?

Søker på landet og lese på wikipedia er det første jeg gjør. Finner ut hovedstad, ehh kultur osv osv. og prøver ut fra det å finne ut kule byer kanskje da, hvor det står at de folkene er derfra, det og det skjer i byene, også søker jeg videre opp på de byene.

Det er ikke noen andre nettsteder du pleier å gå inn på?

Neei, ikke noe sånn faste, assa lonely planet sine sider, det står mye kult der, mye folk som skriver om hvordan man kommer seg dit fra a til b for eksempel da, og hvor det er billige hosteller osv.

Er det folk som har vært på steder da som legger inn ting på Lonely planet?

Ja, så det er ganske bra egentlig, det står veldig mye tips på billige steder og bra steder og transportmuligheter da som er veldig mye, type Thailand og sånn så er det okei hvordan skal jeg komme meg her da, hvilken pris skal jeg egentlig betale fordi alle prøver å ta penger fra deg og da skriver de alt mulig tips på det da. Så lonely planet siden brukte vi egentlig mye.

Hva er det du henter informasjon om?

Alt egentlig. Fra priser, hoteller, transport, ehh steder, ting å se. Det er egentlig alt. Vi hadde veldig slækk stil på sånn vi drar dit vi føler for å dra, men vi sjekket som regel opp hva som skjedde der da, og når vi kom dit stod vi ofte i lang kø, vi klødde oss i huet og hva gjør vi egentlig nå. Og da var det mye prate med folk, sjekke, gå på Internett kanskje da før vi bestemte oss for noe.

De stedene du innhentet informasjon, hvilke gav deg mest informasjon?

Hmm.. hvilken side tenker du på?

Ja, side eller holdt på å si kilde da, som Kilroy, hvis du sjekket der.

Lonely planet bøkene var kanskje de som gav meg mest for da står du i gata, du har boken foran deg. Det var liksom det som gav oss mest fordi vi brukte når vi faktisk var på disse stedene da, lå på hotellet og sånt. Men på Internett så var det lonely planet sitt forum egentlig, der folk skrev mye da, det stod utrolig mye.

Hvor lett syntes du det var å finne informasjon om det du skulle finne informasjon om?

Det var ikke noe problem. Nei, søker opp og da får du svaret.

Stolte du på all informasjonen du fikk?

Neei, hvertfall ikke sånn transport muligheter og når folk, når noen sier at de har bodd der og der, og var kjempekoselig så okei, så leser du noen andre som har hatt det, ikke har hatt det så koselig da. Så før vi valgte hotell og sånn så sjekket vi flere som hadde bodd der da. Så ofte da sjekke hjemmesiden til hostellet, det er ikke alle som har hjemmeside, men vi prøver å sjekke da. Når vi kommer dit så kan vi se på rommet, okei her var det krise, vi må prøve et annet hotell. Men vi fikk bra koll på det etter hvert føler jeg.

Syntes du at informasjonen var relevant for det du skulle finne ut av?

Ja, det syns jeg.

Du sa at du snakket ofte med andre som hadde vært der, så du har fått en del anbefalinger før du har valgt reisemål fra andre rundt deg?

Ja, familie og venner ja. Ja, veldig mye familie og venner som har vært i de og de landene og da sier de, ja du må dra dit, du må dra dit og du må dra dit. Problemet er at alle folk som reiser et sted, de digger jo stedet. Så da må du prøve å luke ut, hva er det som, hva er det du faktisk vil da. Spør du meg, hva likte du, alle stedene jeg var kjempefint, for alt er jo kjempefint, kjempekult. Menneh det er veldig sånn når du er på ute på tur og, alle de du møter der de har vært der hvor du har vært eller de skal dit du skal, og alle har egentlig noe å si da om disse stedene, så det er veldig mye å plukke opp der.

Menneh hørte du på den informasjonen du fikk eller de anbefalingene du fikk av familie og venner?

Njaaa, ja, hvertfall broren min hørte jeg veldig mye på. Og et par andre jentevenner som hadde vært ute og reist hørte jeg veldig mye på. Men også tar det på en måte med en klype salt også når de sier vi var der og der og der. Alt var kjempefint, masse bra festing, masse bra å se, masse bra å gjøre, okei men uansett hvor du reiser i verden så er det mye fint å se for alle er hyggelige osv så det blir sånn der okei.

Hvordan klarte du liksom å bestemme deg da? Hva gjorde du for å sile ut lissom?

Da leste jeg sjæl på Internett, prøvde å finne ut hva vil jeg faktisk se det som personen har sett, er det vits å dra å se på det tempelet der, jeg har var å så på et tempel forrige uke, det er jo så å si det samme da.

Hadde det noe med den personen som sa det til deg å gjøre?

Njæii

Var det noen du stolte mer på enn andre?

Ja, kanskje broren min fordi jeg kjenner han, jeg vet hva han liker og ikke liker, han vet at jeg liker det samme, så akkurat det stolte jeg mye på, hva han sa. Assa, litt sånn, eksen, stoler kanskje ikke like mye på hu. Men broren min var han jeg hørte mest på da. Han har vært ute, han var i Fiji i 4 måneder og sett mye amerikanske filmer og sett hva jeg også syns eller jeg likte mye av det som han gjorde der da. Da kunne jeg også luke ut ting, assa okei han gjorde det, men det så ikke så kult ut, da gidder vi ikke å dra dit. For eksempel da.

Har du noen gang reist til et reisemål eller bestemt deg for et reisemål selv om du har hørt noe negativt om det fra folk rundt deg?

Jaa, ja, hørte jo mye negativt om de forskjellige stedene, dit vi dro til nå for eksempel, tidligere og sånn derre. Jeg vet ikke jeg. Du hører jo ofte, som regel er det ofte noe negativt om ett eller annet sted.

Men det betyr ikke så mye da?

Nei, det kommer an på hva slags negativ det er da. Men en venninne som heter Christine advarte meg mot å dra til Mexico fordi det var så mye kriminalitet der, men vi dro dit. Vi hadde jo tidenes måned der liksom, det var kjempebra.

Så du vektlegger ikke negative kommentarer så mye da eller?

Jeg tenker over det og vurderer det, jeg tar det med i vurderingen, jeg prøver å finne ut om det faktisk er noe sannhet i det da.

Stolte du på den informasjonen som du fikk fra folk rundt deg?

Ja, kan ikke se for meg at noen skal stå og lyve om verken det ene eller det andre, så det, jeg tok det til meg alt sammen.

Hvis du tenker på den informasjonen du mottok fra Kiloy eller andre reiseoperatører da, eller nettsider, kontra de anbefalingene du fikk fra venner og familie, hva stolte du mest på?

Venner og familie, det er veldig objektivt det som, aftenposten har no reisemagasin typeting hvor det skrives om forskjellige steder, det er sånn, han personen som har vært og reist der da, han skriver på en måte generelt for alle, blir sånn okei du kan høre om de forskjellige ting å se, men det er de vennene mine som jeg kjenner som jeg har samme interesser som når de sier atte ja vi gjorde sånn og sånn det var dritkult, vi hoppa i fallskjem, vi dykka osv, det er bra dykking der. Bare okei, da stoler jeg mer på deg.

Hvordan tror du negative anmeldelser påvirker deg?

Ikke så mye egentlig. Ikke så mye. Hvis jeg leser no om no negativt så tenker jeg ja okei hva er det som egentlig er negativt da. Er det negative relevant for meg? Som regel så er det kanskje ikke det da, for eksempel ja kriminalitet selvfølgelig er en stor ting, men hvis det er noe som er negativ å se som turistting da, men jeg syns ikke turistting er så, turistfeller prøver vi å holde oss unna egentlig, prøver mer å dra til lokale for eksempel da, så om det er kjedelig å dra på turistting og gjøre forskjellige enkeltting så er det lite relevant for meg da og da spiller det egentlig ingen rolle. Så lite påvirket vil jeg si.

Hvordan ble du påvirket av positive anmeldelser?

Litt samme som negative egentlig. Tenker atte okei det var positivt men så tenker jeg atte alt er jo det uansett hvor du reiser så er det positive ting å si om alt og alle så da prøver jeg å sjekke opp det om det faktisk er positivt da, om det faktisk er det for meg også.

Du sa at du brukte Internett mye i informasjonsinnhenting, du hørte med andre også brukte du Internett, hva slags informasjon fikk du fra de anbefalingene fra Internett som du leste fra folk som hadde vært på forskjellige steder?

Akkurat samme i utgangspunktet som å prate med folk. Menneh bare på en skriftlig måte da. Assa det var jo folk som hadde skrevet der på diskusjonsforum og da samme greia da. Ting å se, ting å gjøre, hva man ikke burde gjøre, hva som var bortkasta penger osv.

Og du føler at anbefalingene bidrar til informasjon?

Absolutt.

Har du noen gang basert valget ditt kun på anbefalinger?

Ehhh ja, ja det har jeg. For eksempel når vi kom til Fiji hadde vi ikke snøring på hva vi skulle gjøre, vi ante ikke, vi står der med spørsmålstegn, vi hadde ikke lest noe om det, på flyplassen kom en lokal kar og tar tak i oss og han planla hele turen vår for oss dere kan dra dit, og så dit, vil dere dykke? Ja, da drar dere dit. Vil dere ha litt lokalfolk? Ja, okei drar dere dit. Så vi baserte oppholdet der da på alt det han sa og stolte på han, og det viste seg å være tidenes uke da. Helt fantastisk. Så da hadde vi ikke no peiling.

På Internett da? Har du noen gang basert valget ditt kun på å lese om ting som folk har sagt?

Ja, for eksempel, ja, vi leste mye om Bangkok som vi gjorde forskjellige ting som vi ikke hadde gjort om vi ikke hadde lest om det da. Jeg husker ikke no spesifikt men å, i Australia for eksempel så fikk vite om en surfekonkurranse som vi ikke visste om, hadde lest på Internett, da tok vi turen opp dit, var der et par dager, sånne ting, men det er ikke noe sånt spesifikt at jeg reiser til det landet eller tar turen dit, tro jeg. Det er mer sånne enkelte ting å se og gjøre da når jeg allerede er der.

Hvilke fordeler ser du ved å benytte deg av det som blir skrevet på Internett?

Lett å hente inn informasjon på det, og det er kjapt. Du kan finne den informasjonen du faktisk vil høre om da. Når du hører om et sted okei greit, da kan man sjekke hva er det å gjøre på dette stedet, er det no interessant å gjøre. Da kan man søke opp det, så kan du ta det valget ut fra det da om du vil reise eller ikke.

Ser du noen ulemper?

Ehhh, nei. Eller jo det kan være falsk informasjon selvfølgelig, men da er det bare å søke videre så finner du korrekt informasjon.

Hvor søker du da for å finne korrekt informasjon? Eller hvordan går du frem da?

Nei, går på Google og søker da, og leser flere sider. Om det står det samma der eller ikke.

Ja, okei, du sjekker det opp?

Ja. Stemmer det med hva andre folk sier da.

Så du brukte Kilroy littegranne, du brukte flere kilder for å bestemme..?

Ja

Hvilken grad vektla du anbefalingene du leste på Internett ved valget ditt?

Det har mye å si, men på en annen måte har det ikke så veldig mye å si, jeg/vi har på en måte bestemt oss for en liten rute da og som regel bestemmer jeg meg for et reisemål også søker jeg opp informasjon og leser det er bra, det er bra, det er dårlig. Også reisen i seg selv blir på en måte det samme, kan være at jeg dropper en ting en annen ting.

Men har du noen gang droppet et reisemål, du har bestemt deg for det og så lest noe negativt om det og så droppet det?

Nei, heller omvendt da, jeg leser om si 10 steder så bestemmer jeg meg for det som høres best ut, og så henter jeg informasjon om det og så tar avgjørelsen da på hvor jeg eventuelt skal reise.

Leser du alle anbefalinger?

Nei, assa alle klarer man ikke å dekke uansett, jeg leser så mye til jeg føler meg tilfreds da med det jeg vil vite.

Hvordan type anbefalinger er det du søker etter? Eller er det mer tilfeldig?

Helt tilfeldig hva som kommer opp. Det kan være alt fra anmeldelser til artikler om ett eller annet eller en reiseguide eller hva folk skriver om enkelte ting på de forskjellige destinasjonene. Det er helt forskjellig.

Og negative anbefalinger på Internett har samme virkning på deg som anbefalinger fra folk rundt deg?

Ja, og du tar det med i vurderingen. Er det mer som en tilleggskilde da?

Ja, det vil jeg si det er. Det er sånn jaja, okei en eller annen skrev ditt og datt og det er mer sånn pytt pytt lissom, jaja jeg har allikvel bestemt meg for å dra dit pga alt det positive jeg har hørt om det, så når jeg hører om at det er kjedelige ting der eller det er noe negativt pga sånn og sånn, så prøver jeg å luke ut det da, ikke reise dit eller oppleve det eller møte de menneskene eller hva det nå er forno da.

Har noen gang en positiv anbefaling fra en annen som har vært der vært avgjørende for valget ditt? Hvis det er en som har skrevet på Internett ja det var kjempefint der eller blablabla hotellet var blablabla, har du valgt det reisemålet da?

Jaja, det har jeg. Pga en person?

Ja, en anbefaling. Eller må det flere til?

Det må vel flere til. Det må derimot ikke så mange personer til. Hvis en anbefaler no så sjekker jeg videre opp sjæl og da henter jeg mer informasjon om det, menneh om det er folk eller om det er hjemmesiden til de stedene eller et hotell eller hva det er forno da så er det mer..

Har du noen gang forandret din oppfatning om et reisemål etter at du har hørt andres mening om det?

Nei, ikke uten å ha opplevd det selv.

Men om du har vært positivt innstilt da til et reisemål, tenk deg da dit vil jeg dra det høres så fint ut også får du folk som når du leser om stedet bare neineinei, jeg hadde veldig dårlig opplevelse med blablablabla. Forandrer du mening om det reisemålet da?

Nei, jeg tenker at det er én da, av hvor mange millioner som har vært der, assa det vil alltid være mennesker som har negative opplevelser uansett hvor i verden du er da. Så det gjelder alt som er da, transport, hoteller, busser, uansett hva man skal gjøre forno så er det alltid noen som har en negativ opplevelse med det som har skjedd, men så har du andre ting som er positive som du ikke hører om da.

Følte du at anbefalingene sparte deg for tid?

Ehhhhh, nja, tid og tid. Det vil jo fortsatt, jeg kommer jo ikke til å reise til et sted uten å hente informasjon om det, men om det sparer tid på.. hvis jeg prater med en venn da og han sier at dra dit, så er det kanskje lett at du sparer tid på å følge opp det tipset og søke, det må være no sånt no, men ikke no sånn..

Hvor tilgjengelig opplevde u at informasjonen på Internett var?

Veldig bra, ja. Det er sånn ett søk så får du svaret da. Jeg slet ikke.

Er det sånn at når du søker opp så tar du de første sidene som kommer opp?

Ja, det er det, men som sagt da atte wikipedia syns jeg er utrolig smart å bruke.

Hvorfor det?

Fordi der har du all fakta om landet da. Og de mest interessante byene, hvis det skjer noe stort i landet for eksempel så står du der da har du topp 5 da for eksempel på ting å se, ting å gjøre. Syns det er veldig smart. Også er det lonely planet også er det noe som heter tripadvisor som er litt det samme da om lonely planet som også er kult å bruke. Også er det... ja det er mest de tre sidene egentlig. Så generelt sånn, ja har noen skrevet den artikkelen om det og det stedet for eksempel da.

Hvor oppriktig følte du at anbefalingene var? De du leste på Internett.

Det blir som interesse da. Noen skriver at det var drittdårlig der fordi jeg hadde dårlig opplevelse på stranda da for eksempel eller jeg hadde dårlig opplevelse med sånn og sånn og sånn. Å tenker jeg at ja da har de hatt det, men det er fortsatt uinteressant for meg fordi jeg kommer ikke til å gjøre de forskjellige tingene der da. Så de anbefalingene jeg leser, de som var om det jeg var interessert i, de følte jeg var oppriktige. Men tings som når det står noe negativitet om én spesifikt ting så kommer jeg mest sannsynlig ikke til å gjøre det, og da er det irrelevant for meg da.

Følte du at de som kom med de anbefalingene hadde noe å vinne på å komme med de anbefalingene?

Neei, folk er hyggelige. Alle de jeg har spurt av venner og kjente gir det for å hjelpe meg, det ikke no å vinne på det.

Negative kommentarer på Internett da?

Nei, folk som hater ting, de hater ting, de må skrike ut det hele. Det ikke no, jeg trukke at de har noe å tape eller vinne på det.

Husker du det negative du leser mer enn det positive?

Nei, jeg utelukker egentlig det negative.

Tror du at det negative kanskje kan påvirke, at du tror at turen ikke blir så fin eller?

Nei, det er mer det at når jeg tenker noe negativt så ser jeg det positive i det kanskje, at jeg jo hvis det er noe negativt eller en negativ situasjon eller en situasjon der jeg burde være sur eller irritert eller ikke delta på det her, tenker jeg drit i det jeg må bare smile eller ha det så kult som mulig. Og det funker veldig bra.

Ser du på de som kommer med uttalelsene på Internett som eksperter?

Nei, ikke eksperter men hvis sånn som noen spør meg om noen steder jeg har vært, kan du i noe om det, så regner jeg med at de tar den informasjonen til seg, men de må skjønne at det er den informasjonen jeg sitter på med mine interesser da, sier jeg ja var kjempekult der fordi jeg gjorde sånn og sånn og sånn, hvis du reiser dit og ikke gjør det så kan du ha en kjedelig opplevelse, ikke sant. Så ja.

Og du stolte på de anbefalingene du leste også?

Ja. Så sant, jeg vil vite hvorfor noen liker det, når du spør noen har du vært der, ja var kjempefint, okei har du vært der, ja kjempefint, dritkul festing, så okei hvorfor var det kul festing da? Hva er forskjellen på å feste der og å feste tusen andre steder. Fordi uansett hvor det er så er det sånn kul fest, du vil ha en kul hva det nå enn er forno, så jeg har lyst til å vite hvorfor, hva er det som var så spesielt med den festingen akkurat der da. Skjer det noe der er det no kult med å dykke akkurat der. Hoppe i fallskjerm akkurat der.

Så for at du skal kunne stole på en anbefaling så må det stå hvorfor?

Ja, det må være hva er greia.

Kan du si på en skala fra en til ti hvor mye du stoler på anbefalingene på Internett?

7

Hva vektlegger du mest når du skal avgjøre hvor du skal dra hen; andre forbrukeres erfaringer som kommer på Internett eller det som kommer fra Kilroy og andre selgere, reiseoperatører?

Jeg vil si andre erfaringer på Internett, fordi reiseoperatører er veeeeldig generelt. Det er hvertfall min erfaring da. De skriver sånn veldig basic om de forskjellige stedene da, ja du har fine strender og du har lister opp alt da, fine restauranter, osv osv osv, men det er ikke så interessant for meg å vite hva de har og ikke har, jeg har lyst til å vite hvordan folk opplever det her da folk som jeg vet har kanskje de samme interessene som meg for eksempel.

Og når det kommer til anbefalinger fra personer rundt deg som venner og familie kontra det folk skriver på Internett, hva hører du mest på?

Ehhhh, jeg hører veldig godt på hva de sier. Men jeg er veldig flink til å filtrere det ut og. På en måte sånn hvis foreldrene mine sier atte ja vi var i Italia, KJEMPEfint, ikke sant, så okei, men bryr det egentlig meg, kanskje hvis jeg er på en date med en kjæreste liksom, men det ikke det jeg, jeg takke guttatur dit da, selv om de hadde det kjempefint og flott der. Men hvis

jeg hadde en venn som hadde vært i USA for eksempel da og tatt en roadtrip rundt på vestkysten der så hører jeg selvfølgelig mer på det fordi det er mer min interesse han gjør de tingene som jeg interesserer meg for da. Så hører jeg veldig mye på det.

Den vennen kontra det du leser på Internett, hva hører du mest på?

Vennen. Jeg hører mer på vennen da.

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger på Internett neste gang du er ute og reiser?

Absolutt.

Bare lurte på om det var noen grunn til hvorfor du velger venner fremfor Internett?

Fordi jeg kjenner vennene mine på en måte, så hvis han sier at det var bra så tenker jeg okei ja vi har alltid like meninger på de spesifikke tingene der da. Så hvis han liker no så er det god sannsynlighet for at jeg liker det kontra jeg leser en på Internett som hadde det bra der da, og da er det sånn okei han hadde det bra, men hvem er egentlig han fyren der eller hun.

Blir du mer usikker ved å høre på han du ikke kjenner?

Ja, derfor jeg har sagt at jeg leser flere ting på Internett da. Ser hva flere folk sier. Også tenker jeg okei hva er det de egentlig sier er bra her og hva, kommer jeg til å like de forskjellige tingene. Så søke opp de enkelte tingene da. Så jeg stoler på hva de sier, men jeg leser da flere ting på det. Men når en venn sier det, en god venn, så er det sånn okei, jeg må ikke sjekke opp at det stemmer, jeg skjønner, han er ærlig.

Du virker som en person som bruker en del anbefalinger, men bare ser det positive?

Det stemmer

Du sa at du nevnte bare reisebyrå, Kilroy og Internett, ser du ikke på TV eller hører på radio eller noen andre aviser?

Jeg så for så vidt noen dokumentarer, men det var mer sånn spesifikke dokumentarer, vi skulle jo, vi visste jo at vi skulle til Laos.

Det var på en måte etter at du hadde bestilt reisen?

Ja, at jeg sjekket opp da.

Du føler ikke at TV og sånn gir deg informasjon når du skal velge reisemål?

Ehhhh, joo, for så vidt, eh, det er mer sånn reisedokumentarer, assa, atte jeg sitter helt tilfeldigvis å ser på ett eller annet også tenker jeg å det var kult, dit har jeg lyst til å dra. Det er mer tilfeldig at du ser et program da, og tenker oj det så jo interessant ut.

Men du sier at du siler ut ting som ikke er av din interesse, hvis folk sier ja, det var kjempekjipt og gå i museum, så hadde ikke det påvirket deg. Men hvis de hadde sagt, det var kjempekjipt å dykke, hadde det påvirket deg nok til å ikke ville dra til et sted?

Det ville påvirket meg nok til at jeg ville sjekka det opp. At jeg tar, søkt opp mer om stedet, sier alle at det er kjedelig der, for eksempel da, og sett bilder derfra kanskje

Gjør det at du blir eksponert for bilder atte det er gjør det mer troverdig eller at du stoler mer på det de sier?

Njaa, ja, selvfølgelig da får du jo et inntrykk av det med bilder, men det er mer det atte bilder av ett eller annet, det er sånn det er ett bilde, jeg vil fortsatt se, jeg vil ha flere syn på saken da.

Så sier du at du siler jo ut den informasjonen fordi det er noe av det som er falsk informasjon, du vet ikke helt om du kan stole på det, hvordan er det du prøver å finne ut hva som er falsk og hva som er på en måte mer sann informasjon? Har du noen sånne ting du ser etter? Noen tegn eller noe sånt?

Det er mer hva flertallet sier. Jo flere som mener det samme ting jo mer, okei da toler jeg på det. Også søker jeg på fakta ting da, type wikipedia, eller hjemmesiden til forskjellige firmaer som driver med enkelte ting for eksempel, eller en ski resort eller hva nå det er forno da, og se hva faktisk tilfellet er da.

Hvis du leser for eksempel noen kommentarer og på en måte måten det er skrivd på eller hva de sier er det noe på en måte tegn eller åj det her må jeg ikke stole på?

Hvis det er en som ikke kan skrive for eksempel da, useriøse mennesker for eksempel, det er sånn derre okei hvem er egentlig du. Nei.. da vil jeg si at det kanskje er flertallet, hva er det flertallet faktisk sier om dette her. Ikke bare en person.

Syns du alle sånne anbefalingssider hvor folk legger inn kommentarer er troverdige?

Ja. Kan ikke se at noen har interesse av å gå inn å si at et sted er bra eller dårlig på sånne type sider da.

Hvis du går inn på ett forum og så ser du at det bare er positive ting, alt er rosenrødt og alt er superfint og det er ikke noe negativt syns du at det er mer troverdig eller vil du gjerne egentlig hatt en liten negativ?

Jeg vil fortsatt se noe kritikk, hvis jeg hadde sett det ville jeg da ha gått og sjekket et annet forum eller lest noe noe annet sted da. Alle har en eller annen negativ opplevelse om ett eller annet.

Hvis du måtte valgt mellom anbefalinger, hva folk sier på Internett og hva reisebyråer sier, hva hadde du hørt mest på da?

Internett

Er det noen grunn til det?

Kilroy, de som jobber med det har jo vært ute å reist, så de har jo veldig mye peiling på det, det er unge folk, andre reisebyråer er veldig sånn ser for meg gamle trøtte kjedelige damer som har lest om de forskjellige stedene da også ja okei det ikke så interessant for meg. Men Internett er fortsatt der jeg stoler mest på.

Er det noen flere grunner til det? Flere personer?

Flere folk ja, ja absolutt. At du kan se bilder, film, gå inn på youtube og søke opp hva du ønsker så har du utrolig bra video på hvordan det ser ut da, hva som skjer der.

At det blir mer levende, at du kan se det på film, har det no relevans for deg?

Ja, absolutt, absolutt. Se hvordan det faktisk fungerer. Det har jo veldig mye å si.

Tror du at det er noen grunn til det?

Assa da får du sett hvordan det er der da. Du leser at det er kjempekult, at det er fine skibakker, det er fine ditt og det er fine datt. Så tenker du okei, men alle kan skrive det, men når du ser en film av det så tenker du wow det her var jo helt sykt. Da tar jeg turen.

Tror du at reiseoperatører, ved at f eks Ving da eller startour skriver ja her er det kjempefint, tror du at de har noen på en måte skjulte intensjoner eller stoler du på en måte fullt og helt på dem og tenker at ja fordi de ville jo ikke sagt noe negativt eller og de ville ha jugd fordi da kan det jo hende at jeg ikke ville stole på dem seinere eller hvordan stiller du deg i forhold til?

Jeg stoler på det de sier om at det er kjempefint, og det er sikkert kjempefint, menneh hvis du leser de ti andre destinasjonene de reiser til så står det at det er kjempefint der og. Så det er egentlig bare å finne ut hva som, hva synes jeg er fint da. Trokke de lyver om det, menneh hva er det jeg liker mest da.

Hvis en på en måte hadde profilert seg som en skikkelig backpacker på og lagd en kjempekommentarfelt hadde du følt at han hadde vært en ekspert eller måtte det vært en mer sånn som kanskje jobber for VG eller som faktisk reiser masse rundt eller hva er det du..?

Mer backpacker, men måkke være en sær backpacker som reiser rundt aleine og er helt på styr. Det må være mer noen som er mer lik meg da. Jo mer lik meg de er, jo mer stoler jeg på dem.

Hvordan kan du skille ut de som ligner på deg på Internett?

Det er ganske vanskelig, men når du leser på forum, for eksempel på lonely planet så ser du at folk skriver atte å jeg og tre kompiser, jeg og tre venninner, jeg skal reise alene osv osv, og se hva folk svarer på det da, da får du på en måte hele historien dems da. Hvorfor de er der, hva de skulle osv, og da er det ganske greit å finne ut at ja, i går festa vi der og det var dritkult, vi var å så på det osv osv.

Kan det være en grunn til at du kanskje går på Internett fordi det kan være enklere får deg å skille ut om de er mer lik deg selv enn for eksempel bare kataloger da eller bøker?

Ja, absolutt. I kataloger får du jo bare en story, her er det fint og her er det sånn og sånn.

Men du vet ikke hvem som er avsenderen..

Nei

Transkribering av intervju med

Informant 8

Hva gjorde du da du innhentet informasjon?

Det er snakk om alle mulige reisemål utenfor Norge? Hvor som helst.

- Jeg tror jeg fortrinnsvis bruker Internett som sånn kilde for informasjon. Mest google, da bare skriver jeg inn ord og ser hva som kommer opp. Jeg vet ikke helt hva jeg skal si mer enn det.

Benytter du deg av kataloger?

- Nei. Det har det vært veldig lite av.

Oppsøker du noen reisebyrå?

- Nei.

Bare Internett?

- Bare Internett.

Hvilke nettsider er det du går inn på?

- Nå må jeg tenke. Jeg klarer ikke å huske, for når jeg søker på Internett så kommer man inn på nettsidene via google, og da husker man ikke akkurat nettsidene.

Men hvordan velger du hvilke nettsider du skal klikke deg inn på? Er det sånn at du søker opp et land? Eller nei? Må tenke litt jeg. Hvis du ikke vet, så vet du ikke.

- Nei, jeg tenker litt sånn. Ja, nå kom jeg på noe. Hvis vi går litt bort i fra Internett, for jeg husker ikke helt hva jeg gjør her nå, og da er det så vanskelig for det er så lenge siden jeg har vært på reise. Forrige reise jeg var på var det noen andre som ordnet hele greia. Men hvertfall forrige gang jeg skulle bestille reise, så så jeg litt i bøker også, sånn guide type Paris og sånn. Sånne bøker hvor du både har kart som du kan slå opp, og informasjon om restauranter som du kan gå på. Vi brukte to sånne guide bøker, ”guide i Paris” – bøker. Det er veldig nyttig når du er der, men dere skal vel kanskje bar høre om det som er før reisen.

Sånn guidebøker du kan kjøpe på bokhandler?

- Ja.
- Men også: Den beste kilden jeg kommer på nå er å snakke med folk som har vært forskjellige steder. Og høre på hva de sier, spesielt hvis de har bodd der. Jeg husker at

når jeg skulle til Paris så snakket jeg med tre personer som hadde bodd der. Som du kjente? Ja. Jeg snakket med dem for å få tips om hva man skal gjøre.

Men, hvilke kilde følte du ga deg mest informasjon?

- Egentlig er det litt vanskelig å svare på. Jeg synes egentlig at alle kildene er veldig gode kilder både *bøker*, *internett* og det å *snakke med personer*. For de gir ulik informasjon. Informasjonen som du får fra andre personer er veldig ledende, når de forteller om ting. Jeg vet for eksempel at jeg aldri hadde dratt på en spesiell restaurant hvis det ikke hadde vært for at ”den personen” hadde sagt at du må dra dit. For det er nettopp det at du har et hav av hva du kan velge mellom på Internett, og alle anbefaler deg ulike ting, så det er litt vanskelig å velge hvem du skal ta.

Så du føler at alle kildene gir like mye informasjon, men på forskjellig måte?

- Ja, de gir informasjon på forskjellige områder.

Hva er det du henter informasjon om?

- Det kommer litt ann på reisemålet. Er det sånn type sydensted, så henter man gjerne informasjon om strender, utflukter og sånne ting. Men er det mer storbyreiser så er det mer attraksjoner og restauranter, shopping.

Synes du at det var lett å finne den informasjonen du var ute etter?

- Jeg synes det er forholdsvis lett, ihvertfall med at Internett har blitt så bra på det de siste årene. Men det går litt på min måte å søke på og, for jeg er ikke ekspert på det, så jeg kan syntes at det er litt vanskelig. Jeg føler ihvertfall at jeg ikke er så flink. Men jeg kan alltid bare spørre kjæresten min så finner han det jeg skal finne på Internett, han er så flink til å *bruke* Internett.

Det er en stor fordel?

- Ja

Stolte du på den informasjonen du fikk, fra venner fra Internett, fra venner?

- Ja, jeg vil vel si det. Men samtidig så har jeg sikkert alltid vært litt skeptisk mot at det står ”ingen støy, ingen lyder” rundt et hotell. Fordi ofte når du er på et hotell i syden, så er det noe støy. Så er det veldig mye positivt som blir sagt om et hotell, blir jeg skeptisk. Hvis det står sånn på Ving sine sider for eksempel? Ja.

Så du stoler ikke på alt?

- Nei.

Synes du at den informasjonen du fikk gjennom Internett var relevant for det du skulle finne ut av?

- Ja, absolutt, må si det.

Du sa også at du fikk anbefalinger fra andre personer rundt deg, hva slags informasjon fikk du fra dem?

- Det er mye om hvilket område man burde gå til når man er i en så stor by, i stedet for Oslo som er så lite. For eksempel kan de si: ”der burde du gå for det er koselig å drikke te”, og hvilket område man burde bo i, som både er sentralt og billig.

Har du noen gang fått anbefalinger fra folk rundt deg som sier ”du burde dra dit”, fra folk rundt deg?

- Ja, det vil jeg egentlig si at man får ganske ofte fra venner som har vært ute å reist. De kan si sånn ”Ja, du burde dra dit”.

Har du noen gang lyttet til slike anbefalinger?

- Ja, tror jeg er ganske påvirkelig for det.

Lytter du mer til den informasjonen der enn det du Googler opp?

- Ja, det tror jeg absolutt, for det blir så mye mer virkelig når det er noen som har vært på stedet og sitter å forteller det til deg. Også er det lettere å stole på de enn de kommentarene som du ikke vet hvem er. For eksempel så merker jeg nå, for jeg snakket med en venninne om å dra til Egypt i sommer, og da ble jeg nesten fra at jeg nesten ikke hadde tenkt til å dra til Egypt til at jeg var med henne én kveld ble jeg nesten overbevist at jeg skulle til Egypt i sommer, bare fordi at vi satt å snakket om det hele kvelden. Hun viste meg hotellet på internett og viste meg hvordan det var der, og da var jeg bestemt, da hadde jeg bestemt meg den kvelden, at jeg skal til Egypt i sommer. Også har det ikke blitt sånn men det er av litt andre grunner.

Men det får deg i hvert fall til å ville dra ditt?

- Ja

Ser du noen fordeler av å motta anbefalinger fra folk rundt deg? Det var det du snakket om, at det var litt mer levende informasjon du fikk, er det noe annet?

- Det er jo god markedsføring for stedene da. Man har jo, det er jo utrolig gøy å kunne møtes senere å snakke om de felles stedene man har vært på da, men det er jo ikke derfor man drar da(ler)

Det virker som du stoler veldig på den informasjonen du får da, og det kan jo være en fordel.

- Ja

Ser du noen ulemper?

- Ehmhhh, det kan jo være at de bare trekker frem det positive, også kan det jo være, jeg merker i hvert fall at når man snakker om like steder så har man ofte ulike oppfatninger av om hvordan ting har vært, og da er det ikke sikkert at det hun trekker frem tilfredsstillende mine behov. Man blir veldig opphengt av alt det positive.

Er det noen du stoler mer på?

- Det blir vel naturlig dem som står nærmere, eller dem man kjenner bedre og de man fra før av stoler mer på da.

Og som kjenner deg også?

- Ja

Nå skal vi snakke om hvilken negativ virkning kommentarer har. Har du noen gang mottatt negative kommentarer fra folk som har vært et sted?

- Ja, jeg kan med en gang komme på én kommentar. Familien var ute å reiste til Riga, jeg var ikke med da, så kom søsteren min hjem, og hun synes det hadde vært helt forferdelig. Det er på en måte det første jeg kommer på.

Da får du ikke lyst til å reise ditt?

- Nei, men samtidig fordi jeg vet at grunnen til at hun ikke hadde det fint der var fordi hun hadde problemer med, eller det var liksom noe med henne, det var egentlig ikke noe med stedet, men hun hadde liksom ett eller annet som var kjipt når hun var der nede, og da forbinder hun alt der nede med det vonde da, så visst hun hadde vært der nede en annen gang hadde det sikkert ikke vært sånn. Så egentlig tror jeg ikke det har påvirket meg så mye fordi, men samtidig også, når jeg hører Riga, eller hører om folk som skal til Riga så tenker jeg på det; ja, den gang søsteren min fortalte om den dårlige opplevelsen i Riga og aldri vil tilbake ditt.

Har du noen gang reist til et reisemål selv om du har hørt noen negativt om det?

- Jeg og Lene var på Hersonisos før vi fylte 18 år, det var jo kanskje mye negativt fra foreldre, sånn mye skepsis rundt det. Men jeg vet ikke jeg, da var man kanskje ikke så opptatt av hvor man skulle dra i det hele tatt.

Men det hindret dere ikke?

- Nei

Hadde det hindret deg nå om moren og faren din hadde sagt ikke dra til for eksempel Frankrike.

- Ehhhh, når du sier det så har jeg veldig sånn, eller mamma og pappa har aldri vært så veldig positiv til Tyrkia, og jeg har jo ikke vært i Tyrkia enda, så det tror jeg har gjort at jeg ikke har tatt initiativ til å ville si til venner at vi drar til Tyrkia. Men så har jeg hørt så mye positivt om det av venner som har vært der, så etter som årene har gått da så har jeg vurdert det mye mer, også er det jo bare mamma og pappa som er negative, også hører man om flere og flere som har vært der om som synes det er gøy.

Så du har endret din mening om Tyrkia etter å ha hørt positivt om det?

- Ja, men samtidig så merker jeg at det som mamma og pappa har sagt har påvirket meg litt sånn ubevist gjennom at de ikke har valgt å reise til sånne steder når jeg var mindre. Det veier veldig tungt da, det betyr plutselig veldig mye hva de mener og synes. Og av en eller annen grunn så er det sånn at man det er det riktige også, i hvert fall når man er mindre.

Hva er det du stoler mest på, det andre rundt deg sier, eller det som kommer fra reklame, Ving, kataloger?

- Det andre sier, helt klart.

Når du tenker på de reisebøkene du benytter deg av da, hva er det du hører mest på da i forhold til andre folk rundt deg?

- Da vil jeg egentlig si like mye. Jeg stoler på det som står i dem, man stoler på kart og sånn da. Jeg vil jo si at visst det er sånne objektive anbefalinger på shoppingsteder og restauranter, enn hvis det er folk som har kommentert, da vil jeg si nei, stoler ikke

så veldig mye kanskje. Men visst det er sånn; dette er en hyggelig bla bla..., den er kjent for sin sjarmerende ja..

Da hører du mer på det objektive?

- Ja, ja

Du har sikkert lest en del sånne kommentarer på internett av folk som har vært på forskjellige steder også poster de en kommentar enten på Ving sin side, eller vet ikke om du har vært inne på hotels.com sine sider jeg? Du ser på sånn informasjon?

- Ja, jeg prøver å se om det er sånn gjennomgående positive kommentarer eller negative kommentarer, eller hvis det er veldig mye motstridende, da tenker jeg at man bør være litt obs hvis det er sånne motstridende kommentarer, eller bare negative. Man ser jo ofte det samme som "dette er veldig barnevennlig det var fint, vi hadde med oss barnet, det var veldig fint.

Men stoler du mer på informasjonen da når det er mange som har sagt noe, og i tillegg bare er positivt, hører du mer på det da, eller må du ha litt sånt negativt?

- Nei, jeg vil tenke det første.

Føler du at anbefalingene bidro til informasjon?

- Ja, jeg vil da si det.

Kunne du tatt et valg kun basert på de anbefalingene?

- Nei, det tror jeg ikke

Da hadde du brukt bøker eller noe annet?

- Jaaaa, eller bare sånn ja...

Hvor mye bruker du det egentlig, vet du det, søker du etter det aktivt

- Nei

Nei, det bare dukker opp sånn når du er inne på forskjellige sider?

- Ja

Leste du alle anbefalingene?

- Nei, det tror jeg ikke at jeg gjorde

Er det mer tilfeldig det du leser?

- Ja

Lette du etter positive eller negative, eller var det også mer tilfeldig?

- Jeg tror også det er mer tilfeldig sånn visst jeg tenker fra flere tilfeller, at de liksom bare har dukket opp, at jeg ikke tenker sånn; oi, nå skal jeg gå inn å lese om jeg finner noe negativt om det stedet der.

Har du noen gang på en måte har lest en anbefaling også bare nei det tror jeg ikke på liksom, det gidder jeg ikke å ta med i betraktning?

- Man kan jo kanskje tenke det, for det er jo noen som når de skriver sånne typer kommentarer, visst de har for eksempel et veldig useriøst språk eller visst det står sånn nickname under, babe 89 eller, så kan man tenke at man ikke kan stole så veldig mye på det liksom.

Har én positiv anbefaling vært avgjørende for valget ditt, eller må du ha flere?

- Fra internett,? Nei, jeg tror nok jeg må ha flere da.

Det kommer kanskje litt an på innholdet også?

- Ja, vist det for eksempel er en sånn lang reiseskildring, da blir det litt sånt annet kanskje. Da kan man lett basere seg på en, at en holder mer enn nok.

Leser du blogger og sånt?

- Jeg har ikke lest reiseblogger.

Følte du at de anbefalingene på internett sparte deg for tid når du skulle hente informasjon?

- Ja, jeg vil vel kanskje si det, fordi det er jo ekstremt greit at man har en sånn side å dele ting.

Hvor fort fant du informasjonen du lette etter på internett?

- Jeg synes det er forholdsvis er lett å finne, i hvert fall når det er snakk om sånne reiser og visst det er til type steder som er litt kjente da. Jeg har jo ikke vært på noen sånn veldig spesielle steder kanskje.

Hvor har du vært henne, er det rundt i Eurpoa, eller er det sånn...?

- Ehmmm, ja det blir vel mest rundt i Europa.

Så du kan gå inn på flere forskjellige nettsted, det er ikke sånn typisk et spesifikk nettsted du går inn på?

- Ehmm, nei.

Hvor oppriktig følte du at anbefalingene var, hvor mye stolte du på dem?

- Litt sånn delte meninger, at noe virker veldig troverdig, men som jeg sa i ste, mye virker useriøst.

Anså du uttalelsene for å være ekspertuttalelser?

- Nei

Er det noe grunn til det?

- Jeg tenker at ekspertuttalelser, da må du på en måte vite litt mer enn å være mor 42 med familie, da skal du liksom være reiseekspert da, og vite sånn, hva er et bra hotell, hva er en god strand, hva er gode restauranter. For alle poster bare hva som passet sin familie eller sine folk som var på reise.

Hva skal til for at en anbefaling på internett skal være troverdig for deg, hva skal til for at du skal stole på den? At det skal være bra språk, at den skal virke seriøs, er det noe annet?

- Ehhhh, det må på en måte ikke henge seg opp i en ting, det må kanskje være litt mer helhetlig, da tenker jeg at en er litt bedre.

På en skala fra 1-10, hvor 10 er best, hvor mye stoler du på anbefalinger på internett?

- Hmmm, kanskje 6.

Så er det et par oppsummeringsspmå. Hva er det du vektlegger mest, andre forbrukeres erfaring på internett, eller det du får fra kataloger, eller annen form for markedsføring fra for eksempel Ving, StarTour?

- Jeg tenker at det kanskje er andre, det du nevnte til slutt.

Ja, Ving og sånt?

- Ja, annen type informasjon, ikke kommentarene.

Hva er et du vektlegger mest da, ja, da vektlegger du selvfølgelig venner mer enn kommentarene?

- Ja, det er helt klart.

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger på internett neste gang du skal ut å reise?

- Ja, kanskje nå etter at jeg har vært her(ler). Det kan jo være at jeg blir litt mer obs på det. Det er veldig vanskelig å si for det kommer helt an på stedet da, hva jeg vet fra før av og sånt. Så plutselig kan det jo være at jeg kommer til å bruke det. Men jeg tror ikke jeg kommer til å basere sånn veldig mye på det.

Hvis det er et helt ukjent sted, kommer du til å bruke de da?

- Ja, sikkert litt.

Men visst du vet litt om det, kommer du ikke til å bruke det?

- Nei

Er det noe du vil legge til rundt temaet?

- Nei, ikke som jeg kan tenke på.

På det nest siste spørsmålet du spurte om, hva stoler du mest på, hva andre folk på internett sier, eller reisekataloger og sånt, da svarte du reisekataloger og sånt. Hvorfor stoler du mest på dem?

- Hvis vi går tilbake på det ekspert greiene da, kanskje de er litt mer, de er litt nærmere ekspertene, enn de som har vært der og kommenterer som er bare en person. Man regner kanskje med at, nei jeg vet ikke, man lurere kanskje seg selv litt der, at det kanskje er flere personer som har gått sammen å funnet ut noe, enn at det er én person som sitter å skriver noe.

Når du nevnte nå at du lurert deg litt selv, hva tenker du på da?

- Det kan jo være at jeg tenker at de gjør en mye mer grundig vurdering enn det jeg tenker de kanskje egentlig gjør. Kanskje det bare er én person som har sittet å skrevet det. Men også det der at det, egentlig så lurert jeg meg også litt selv i forhold til det at alle vil jo fremstå i kataloger og sånt som, de trekker jo bare frem det positive.

Tenker du at de vektlegger litt mer det positive, at du må være litt obs?

- Ja absolutt. Man ser jo veldig ofte de samme formuleringene, også tenker man jo at alt kan jo ikke være likt.

Tenker du noen gang at de kan ha litt sånn skjulte intensjoner?

- Ja, at det kanskje kan virke litt glorifisert til å være sant.

Generell snikksnakk om Egypt og de haiene...

Hvis du hadde snakket med noen som hadde vært i Egypt, og sagt de hadde følt seg veldig utrygge, men så sier reisebyråene; nei nå går det fint, nå er det ingen problemer. Hva hadde du stolt mest på da, hadde du fortsatt dratt?

- Hvis det hadde vært en person jeg kjente veldig godt, ville jeg stolt mer på den personen. Men visst det var en ukjent hysterisk mor som var kjempe frustrert så ville jeg sikkert stolt mer på reisebyrået visst de kunne forsikre at det var trygt.

Visst den som skrev anbefalningen på internett hadde kanskje vist at; ja, jeg er student på 25..?

- Ja, visst man kan på en måte identifisere seg mer med personen, så er det kanskje lettere å bli påvirket også, enn visst det er en gammel mann.

Men hadde du da valgt de over reisebyrå, eller hadde du enda valgt reisebyrå selv om du hadde sett de var litt like deg selv? Hva hadde du stolt mest på?

- Det er veldig vanskelig å si. Kanskje da igjen den personen hvis man da identifiserer seg med den.

Du sa at du stoler mer på venner enn det du leser på nettet, er det noen grunner til at du stoler mer på venner?

- Jeg tror jeg sa at det virker mer levende, det blir mer følelsesladet.

Er det noen flere grunner, kommer du på mer?

- Nei, nei egentlig ikke.

Kunne du tatt en avgjørelse og dratt til for eksempel Paris hvor du ikke har vært før uten å has lest noen anbefalninger og kun hørt på hva Ving og dem sier, eller hadde du følt deg mer usikker?

- Jeg ville følt meg mye mer usikker hvis jeg ikke får lest noen ting ja, eller ikke hørt med noen. Men jeg må bare si sånn oppi alt det her at pris har veldig mye å si, så det veier nesten opp for, eller ofte så merker jeg at når man søker etter ting så blir fokuset på prisen, og så begynner du å se etter gode anbefalninger. Så vist det da er ok så ok, da går det bra.

Så hvis noe er billig, og andre sier at hotellet er kjempe bra, men som er dyrere, så går du på prisen?

- Ja

Jo, du sa at du heller ikke ville bestille en reise ved å kun høre på hva andre sier, du vil kanskje ha litt sånn hva reisebyråer sier, litt sånn generell fakta om stedet. Er det noe grunn til at du ikke kun kan høre på anbefalninger?

- Jeg vet at jeg på en måte, eller når jeg reise til Paris så valgte jeg å skulle dra sitt før jeg hadde snakket med noen om det, men så blir det jo hvor du velger å bo som da blir på bakgrunn av hva andre sier.

Har du noen andre grunner til at det ikke er en troverdig kilde?

- Ja, visst det er sånn, det går mer spesifikt på språk da, mye sterke ord, eller ufine ord, også visst det er skrivefeil, jeg blir veldig påvirket av skrivefeil, hvis det er mye skrivefeil.

Påvirker det deg hvis det er mye negative ting, at de for eksempel ikke likte maten eller hotellet, uten å gi noen grunn for hvorfor de ikke likte det?

- Ja, det er jo helt klart. Det må være en grunn.

Transkribering av intervju med Informant 9

Kan du tenke deg en reise hvor du brukte mye tid på informasjonsenting? Hva gjorde du når du innhentet informasjon, eller flere reiser?

- Den reisen hvor jeg brukte mest tid på å innhente informasjon var til USA. For da kikket vi etter forskjellige hoteller, man sjekket reiseruter, man hørte med andre man kjente, hvor de hadde vært hen, og hva de anbefalte, fly, også var det jo mellomlandinger, hvilken flyplass man skulle til.

Så det var ulike ting du ville ha informasjon om? Men hvor var det du hentet informasjon, spesifikt?

- Viss du får anbefalinger fra andre, så bruker du de, så googler du om det, om du kanskje har hørt om et hotell. Vi brukte mye googledock hvor du laster opp dokumenter mellom de andre også, så vi delte en del informasjon.

Jeg vet ikke hva det er for noe jeg..

- Det er et sted hvor du lagrer informasjon. Der lagrer du også passene dine sånn, bilder og sånn så visst noe skulle skje med passene så har man de leggende på et sted, så lagrer man kartene sånn at alle vi som skulle dra sammen skulle ha tilgang på den informasjonen som har blitt hentet inn.

Ok, så du googlet etter at du hadde snakket med folk?

- Ja, eller også googlet litt fritt og så på hotellet og sånn så var det de vanlige, hotell.com og de sidene der da.

Du så ikke noe i kataloger eller...

- Nei, egentlig ikke. Også er det noe som heter usareiser hvor du kan få hjelp til alt, hvor du kan snakke med sånne folk.

Fikk du noe informasjon gjennom TV, aviser som hjalp deg?

- Nei

Så du søkte aktivt på internett?

- Ja, det blir litt sånn aktivt selv. Når du skal et sted er et sjeldent at det er de reisemålene som er de, at du får liksom informasjon om det.

Så når du går forbi en reisebutikk som Killroy eller saga, eller hva det heter så ser du ikke i vinduet og tenker; åååå ditt vil jeg dra og så går du inn ditt?

- Jo, men det er mer når de legger ut sånn eksotiske reiser og sånt, ååååå, der skulle jeg vært liksom, men det kommer nok aldri til å skje. Det blir mer som en ønsketenkning, at man skal sette i gang en sånn tanke kanskje.

Ja, for du gikk inn på internett, og da var det hotels.com

- Ja, blant annet, også har du da, SAS brukte vi jo mye, for vi skulle fly med SAS fant vi ut etter hvert, og det var egentlig bare fordi at hele familien har bonuskort i SAS så da var det jo naturlig å benytte seg av SAS, og da oppgraderer man jo hele tiden. Der er det sånn at du kan velge seter, og velge hva du skal ha med og mye annet.

Også var det hotels.com når du skal finne hoteller?

- Ja stort sett. Bruker det stort sett hver gang jeg. Hvis du googler et hotell kommer du nesten alltid inn på hotels.com allikevel. Du bestiller det gjennom dem.

Fordi det er det som kommer først opp?

- Ja, de er vel den største, også føler jeg at det er så trygt der. Er det noe, så ordner de opp og sender du en mail, så fikser de opp bare i løpet av et par minutter.

Så du har benyttet deg av det flere ganger?

- Ja, hver gang vi skal på tur, i hvert fall de siste to årene er vi innpå der.

Har du da visst hvor du skulle og så søkt opp hotell, eller har du gått inn der og bare, jeg skal på en reise?

- Nei, vi finner ut av hvor vi skal først, og så velger hotellet.

Hvordan fant du ut av hvor du skal reise først da?

- Det har egentlig vært litt sånn tilfeldig. Det har vært et par ganger hvor vi har hatt litt bonuspoeng, også kan vi bare dra hvor vi vil i hele verden. Men man kan jo som regel ikke dra så veldig langt når man er student, vi har jo ikke tid til å være borte i tre uker. Så da blir det jo gjerne Pris og de store da, Stockholm og...

Så da er det mer tilfeldig hvor du reiser?

- Ja

Hvor synes du det var lettest å finne informasjon, når du skulle finne informasjon?

- Det er jo de sidene som er lagt opp fullstendig for reiser, at du kan linkes videre til ting. Det er veldig lett å finne frem. Da har du jo sånn som de sidene, du bruker jo...

Du brukte usareiser, nei?

- Ja, der er det lagt opp for hele reisen, hva du skal gjennom.

Hvem er det som lager den siden?

- Nei, det er normannsreiser eller noe, jeg husker ikke helt.

Men det er bare sånn tips til

- Ja

Hvis man skal til USA?

- Ja, for der går de igjennom alt, hvis ikke så er det jo sånn finn og sånn da, det er jo veldig greit, for da har du alt tilgjengelig. Fint når du skal sjekke priser da.

Men du går ikke å sjekker kataloger?

- Nei, det er litt old fashion, tar litt for lang tid, det er så mye lettere å google ting, for da får du sette sammen akkurat de søkeordene du skal ha. I en katalog må du bla fra side til side for å håpe å finne det du...

Ja, skjønner.. Stolte du på den informasjonen som du fikk?

- Ja, for nå var jeg bare på sånne seriøse sider, så det er egentlig ikke noe problem.

Synes du all informasjonen du mottok var relevant?

- Alt er kanskje ikke relevant i like stor grad, men da er det lett å bare klikke seg bort fra det. Da bruker du ikke lang tid på hver side. Så stort sett ja.

Du nevnte innledningsvis at du fikk høre ting fra folk rundt deg, hvordan foregikk det?

- Sånn for eksempel om USA da, så var det mange av mine venner som har vært der. Så de hadde anbefalinger fra hoteller til hvilken vei man skulle kjøre og hva man burde se og.., så da ble egentlig gjennom venner og familie da.

Er det noe spesifikk type informasjon du ser etter da?

- Sånn som hva man burde oppleve, det er alltid noen som har opplevd noe som ikke var så gøy, og som var kjempe gøy. Også spesielt på hotell og reisevei og sånt, sånn når du er der og skal kjøre fra et sted til et annet da, hvilken vei man burde ta.

Hvilken informasjon vektla du, eller hørte du på når du skulle ta valget ditt da, når det kommer til de anbefalingene?

- Det er helt klart noen som er like meg da. Og som jeg visst ville ha sånn tur som jeg skulle på, ville bo litt fint, og spise litt alright, og ikke bare å dra på sånn backpacker, det er ikke så viktig for meg.

Så du silte ut litt sånn informasjon etter samme interesser og sånt?

- Ja, det var det viktigste.

Hvilke fordeler ser du ved å motta anbefalinger fra andre?

- Enormt stor, i hver fall i forhold til det vi snakket om tidligere, hvis noen som kjenner deg og har samme preferanser da, så vet du at da har den personen synes det har vært alright, og da er det lettere når du skal velge da, sånn viss du skal til et land så er det ganske mange ting man ikke rekker å se også, så greit å få vurdering på hva du skal bruke tiden på, så det tror jeg de aller fleste bruker, at man sjekker litt og sjekker på nettet og blogger og alt mulig rart. At det har blitt mer og mer vanlig. Man bruker mer tid rett og slett og bruker å søke og se bilder.

Bruker du mer tid nå enn du gjorde før?

- Ja, helt klart.

Hvorfor gjør du det da?

- Tror kanskje det også har litte grann med at det koster ganske mye penger å dra på tur, og tror flest mulig er interessert i å til å gjøre mest mulig positive opplevelser ut av det, den turen man drar på.

Du blir tryggere på valget?

- Ja

Ser du noen ulemper ved anbefalinger ved å motta anbefalinger fra de rundt deg eller folk på gaten?

- Man vet jo aldri hvor de anbefalingene kommer fra, og det er jo ikke sikkert at den personen har vært der en gang.

Men fra venner og bekjente som du kjenner?

- Vi har jo alltid forskjellige meninger om ting da, det er jo ikke veldig objektivt, det er jo subjektive meninger, så veldig mange vil jo synes en ting er bra, mens en annen ikke er enig i det, så litt slingring er et jo, skal ikke ta det helt for god fisk det der.

Men du ser mest fordeler med det eller?

- Ja, mest fordeler, men at men skal være litt skeptisk.

Men har du noen gang reist til et reisemål til tross for at du har hørt noe negativt om det?

- Ja, det er det vel egentlig alltid, i hvert fall med storbyer og sånn også. Det er veldig forskjellige meninger om hvis man skal til, spesielt hvis man skal til øst - Europa og sånn ting, da er det alltid noen som har noen dårlige meninger om det og. Også er det jo ikke alle som liker å dra til Paris, at man får mer for pengene hvis man drar et annet sted.

Har du noen gang droppet et reisemål på grunn av negative anbefalinger? Har de hindret deg?

- Nei, det har de ikke. Det vil si, det hadde jo vært deilig å dratt til Egypt, men når det er haier rundt over alt er, så drar du ikke ditt.

Men visst du har en venn da som har vært et sted å han synes ikke noe særlig om det stedet, og du har lyst til å dra sitt, har du noen gang vært i den situasjonen, og du da likevel har dratt?

- Nei, drar bare til bra steder jeg..(ironi i stemmen)

Stolte du på den informasjonen du fikk fra folk rundt deg?

- Det blir litt som jeg sa i sta, jeg synes ikke de blir helt objektive, men jeg tar dem med i vurderingen. Hvor mange er det på hver side, er det kjempe mange negative så er det selvfølgelig ett eller annet som skurrer litt. Men det er alltid et par som anbefaler deg å gjøre noe annet da.

Hvis du tenker på de anbefalingene du fikk og det du har lest, hva skal jeg si, fra reklame, annonser eller kataloger eller anbefalinger fra Ving eller ett eller annet fra internett, hva stoler du mest på?

- Stoler kanskje litt på dem, kan jeg gå direkte på de man snakker med i forbindelse med reiser, de som tror de...

Selgerne?

- Ja, egentlig så gjør jeg det.

Er det noe grunn til det?

- Vet ikke jeg, jeg har kanskje hatt litt sånn, nå har jeg ikke brukt det i det siste, men før så brukte jeg det mer. De er veldig flinke til å finne sånn turer, og veldig opptatt av å velge et sted der de vet at du kom til å trives da. Så det var ikke sånn at de bare prøvde å selge, så det er jo litt sånn positivt, og så akkurat annonser og sånn blir litt sånn, ja, de får ikke sagt deg så mye. Men hvis det er sånn årets sted å dra eller sånn ting så, undersøkelser viser at dette er det store stedet å dra til, så blir du litt positivt.

Vil du da sjekke opp med folk rundt deg om de har vært der da?

- Ja, ja det ville jeg gjort, sjekket om det var troverdig.

Ja, du er jo en som bruker internett mye, men visst du tenker på de anbefalingene du fikk fra internett, hva slags informasjon var det du fikk da?

- På anbefalinger?

Ja

- Da får du jo spesielt sånne rankinger og sånn da, folk som har lagt inn sine anbefalinger og sånne ting. Ja, det gjør du jo, og det er jo viktig. Et hotell som får kjempe dårlig, eller reiseselskaper som får kjempe dårlig poeng av tidlig brukere da, du har ikke lyst til å bruke det. Det hjelper ikke at hotellet har 4 stjerner visst alle sier at det er forferdelig dårlig der.

Så da er det mest hoteller som du mottar anbefalinger om?

- Jaaaaa, ja, det er kanskje det som er greia, det viktigste egentlig, det er der du bruker mest tid og da, og fly er har ikke så mye betydning, det er bare noen timer.

Følte du at de anbefalingene bidro til informasjon?

- Ja, ja de gjorde det.

Var det lettere for deg å ta et valg etter du hadde fått informasjonen?

- Ja, klart du velger jo nesten etter informasjonen om hva andre anbefaler, spesielt på sånne ting.

Har du kun benyttet deg av anbefalinger, og ikke noe annet når du har valgt et reisemål?

- Nei, det blir jo litt objektive kriterier, også blir det litt anbefalinger.

Så det blir mer som en tilleggskilde?

- Ja, en tilleggskilde, ja.

Hvilke fordeler ser du når det kommer til anbefalinger på internett?

- Hvilke fordeler?

Ja

- Det gir jo på en måte litt bredde i meninger da, tidligere så hadde man jo ikke det, det betyr jo faktisk at noen har satt seg ned og tatt seg tid til å skrive, hva de tenker og mener. Også ser du alltid på de useriøse.

Hvordan ser du at de er useriøse?

- Du ser det på måten de skriver, litt språkbruk og sånne ting, dette var dårlig, også er det ikke noe mer begrunnelse på hvorfor. De som er seriøse ser du ofte legger, hva som er bra og hva som er dårlig. Det er lettere å skille mellom kanskje hva som er en seriøs kritiker og hvem som er useriøs.

Skjønner, men tror du at, eller stoler du på de anbefalingene du får?

- Ja, både og. Jeg tror kanskje at det som er litt problemer med anbefalinger. Jo, jeg stoler stort sett på anbefalingene.

Ser du noen ulemper med anbefalinger på internett?

- Ja, man vet jo ikke hvem kilden er da. Det kan jo være at det er de som sitter å driver det her skriver de anbefalingene, det skjer jo veldig veldig ofte.

Men du stoler på dem for det?

- Ja, jeg gjør jo egentlig det da (ler). Litt dum der kanskje, men sånn er det.

Det er bra du er ærlig, for det er jo ofte man liksom.., man tenker jo kanskje ikke så mye over det der og da..

- Nei

Du følte du fikk nok informasjon fra anbefalingene på internett, men at du brukte det som en tilleggskilde. Leste du alle anbefalingene?

- Nei, det går jo ikke, 72 anbefalinger, da har man litt fritidsproblemer tror jeg..(ler)

Men hvordan sorterte du de ut da?

- De øverste.

Var det noe spesifikt du ikke leste?

- Ja, de useriøse, eller de du ser er useriøse. De du klarer å skille som er; det er kjempe dårlig, eller et her er kjempe bra. Det gir deg jo ingenting.

Så du lette ikke spesifikt etter negative eller positive?

- Negative før positive i hvert fall.

Du leter etter negative ja., før positive?

- Men det er jo ikke en anbefaling da, så igjen ja..

Hvilken betydning har negative kommentarer?

- Mye, mye å si. For veldig ofte så legger men mye mer merke til sånne negative ting i forbindelse med når man skal velge noe. Man tar de litt mer til seg. Hvis det er mye av det da.

Husker du de bedre?

- Ja, jeg tror det.

Så når du sitter og skal velge, så tenker du igjennom....?

- I hvert fall hvis man føler at ting er relevant, for eksempel hvis du tenker at det er viktig for meg da.

Men visst du ser en side, i hvert fall visst du er inne på en side som hotels.com, så ser du masse anbefalinger, så er det noen positive, hvis du da ser noen negative, føler du at siden blir mer troverdig da?

- Hvis du ser noen negative, så noen positive etterpå?

Ja, eller hvis du ser noen negative blant alle positive?

- Jajaja, det er veldig viktig! Det må være rom for at folk er uenige også. Det er ingenting som bare er bra. Også kan det jo være konstruktiv kritikk i tillegg.

Hvilken betydning har positive kommentarer, eller anbefalinger når det kommer til valget ditt? Tar du valg basert på nettet da, på internett?

- Neeeeeei, både og. Er ikke dette ganske likt det andre spørsmålet?

Men har en positiv anbefaling vært avgjørende for valget ditt?

- Nei, nei

Har du forandret oppfatning av et reisemål etter å ha hørt andres anbefaling om det?

- Ja, som oftest har man bare en sånn formening om at stedet er sånn og sånn. Det er etter at man faktisk har hørt andres formening om det at man får mer inntykk da, hvis de kanskje forteller litt mer fra stedet, tror jeg.

Så du har gått fra å kanskje ha et positivt syn til å ha et negativt syn etter å ha hørt anbefalinger, og omvendt?

- Ja, og omvendt. Det hadde vel ikke vært noen som hadde dratt til Øst – Europa visst det ikke hadde vært anbefalinger liksom. Det har jo liksom blomstret opp de siste årene liksom.

Sparte anbefalingene du fikk på internett deg for tid, ved informasjonsinnhenting?

- Ja, jaaaaa, både og. Jeg hadde jo vært ute å hentet inn den informasjonen uansett. Ja, det gjør jo kanskje det. Hvis det er kjempe mange bra anbefalinger så blir du ikke så usikker. Da går det kanskje litt fortere enn om du bruker enda mer tid på å sjekke opp da hvis du er litt usikker, og vil finne enda mer positivt.

Hvor fort finner du informasjonen du ser etter når du leter på nettet?

- Kommer vel an på hvor viktig det er for meg da. Men si at man i gjennomsnitt bruker 1 – til 2 timer.

Også pleier du å lete på forskjellige nettsteder også sa du?

- Ja, googler litt åpent, også finner du de nettsidene som er de viktigste.

Det virker som om det kanskje er en av hovedårsakene til at du benytter deg av internett.

- Ja, for en katalog for meg, det er for mye jobb. Også må jeg bære rundt på den i tillegg, den er tung. Enda et minus.

Følte du at de som kom med anbefalingene internett noen gang hadde noe å vinne på dem, at de hadde noen skjulte intensjoner?

- Nei, ikke av de nær meg.

Av de på internett?

- Av de på internett ja, ja jeg tror veldig mange av dem er laget av selskapene som driver sidene.

Ja, du tror det?

- Ja

Men anså du uttalelsene som kommer fra internett å være ekspertuttalelser, de som kommer fra andre forbrukere som har vært der, på det området?

- Neeeei, kanskje ikke.

Anser du at den informasjonen du får fra selgere er mer ekspertuttalelser da?

- Jeg synes egentlig ikke at ingen av dem blir helt eksperter, blir kanskje litt objektivt. En ekspert burde vært en utenfor og kunne fortelle deg om, en som er spesialist på et sted eller et område eller sånt da. Så lenge du driver med det eller er yrkesselger så er du ikke ekspert, for du er så subjektiv i det arbeidet.

Ja, så du mener at ingen av dem er objektive?

- Nei

Hva skal til for at en anbefalning på internett er troverdig da? Har du tenkt over det?

- Nei, det har jeg ingen formening om.

Hvis du kan tenke på en skala fra 1 – 10, hvor oppriktig mener du at anbefalninger på internett er? Hvor mye stoler du på dem?

- 6

6?

- Ja

Nå er vi snart ferdig, skal bare ha et par oppsummeringsspmå. Hva vektlegger du mest, andre forbrukeres erfaringer, eller de budskap du får fra reklame og andre selgere, markedsføringstiltak generelt?

- Begge deler, det må være litt sånn rød tråd i det.

Men visst du får da får høre masse positivt fra en selger, også hører du masse negativt om det fra forbrukere på internett?

- Ja, da.. hvis det er mange negative fra forbrukere, så tror jeg på dem. Jeg tror at de fleste som er negative til ting uttrykker et mer enn de som er positive for de som har en positiv opplevelse er mer sånn, ja jeg hadde det bra, og har ikke så stort behov for å uttrykke ved å skrive om det på nettsiden. Sånn som de som er negativ erfaring vil lettere gå inn å bruke tiden på gidde å sette å fortelle, for da er de litt irriterte.

Er det derfor du vektlegger det?

- Jaaa, man skal kanskje ta litt hensyn til det.

Visst du tenker på anbefalninger fra familie og venner rundt deg, kontra anbefalninger på internett, hvem stoler du mest på da?

- Venner og familie, helt klart.

Kommer du til å benytte deg av anbefalninger på internett neste gang?

- Ja, det gjør jeg helt sikkert. Kommer til å bli lurt av selgerne der også, sånn er det(ler).

Det er var veldig interessant å høre det der med tilleggskilde da, til informasjon. Det virker som du er veldig aktivt ute å søker..

- Ja, jeg kan dette her(ler)

Er det noe mer vi vil legge til?

Spurte du om én negativ anbefalning har forandret synet ditt, bestemt ikke dratt en plass pga, én negativ?

- Nei, det har jeg ikke, det må da finnes grenser.

Lene: jeg har et spørsmål; du sier det sparer deg for tid ved mange gode anbefalninger, for da slipper du liksom å søke mer informasjon, hva legger du i gode anbefalninger?

- For eksempel.. en god anbefalning er visst noen kan gi gode objektive grunner, eller ikke objektive, men noen grunner da, hvis du skal på ferie da, stranda er kjempe fin, hotellet er kjempe bra, hyggelige mennesker, lett å finne frem, og såne ting, da er det liksom konkrete ting som du kan finne, som mange ting på en gang, for da slipper du å lete flere steder, så har du en som gir gode anbefalninger på alt da. Da sparer du deg for mye tid.

Nå fant jeg ut at jeg kanskje er litt skeptisk til anbefalninger. Jeg tror egentlig det er litt selgernes anbefalninger, mange av dem.

Ok, du er skeptisk, men du velger å høre på dem for det?

- Ja, man gjør det, det gjør nok alle, det er litt sånn vi er, også tror jeg liksom ikke..., for de som skal selge deg noe, de vet jo at det, visst du liksom ikke gir noe positivt til målgruppen din, hvis du anbefaler dem noe som ikke passer til deg, så kommer det til å bli så himla mange dårlige anbefalninger ut av det på en måte. Mye negativ omtale rundt det da., så for dem så er de avhengig av å anbefale folk riktige ting også da. Tror jeg da. Så da kan du jo tenke litt sånn begge deler da.

Transkribering av intervju med Informant 10

Hvis du kan forestille deg reisemålet der du innsamlet mest informasjon, hva gjorde du?

- ➔ Det var mye google. Googla litt rundt. Først handla det om å finne destinasjon. Jeg hadde flere forskjellige alternativer til destinasjon, men når jeg fant ut hvilke destinasjon jeg ville til, var det bare å begynne å finne hotell. Hotellet skulle gjerne ligge i byen for det var en storbyweekend.

Hadde du bestemt deg for land først?

- ➔ Nei, først bestemte jeg meg for at jeg ville på en storbyweekend. Så begynte jeg og søke etter forskjellige kjente storbyplasser i Østeuropa, for det var der jeg visste jeg ville. Søkte type Praha, Tallin, Budapest og sånne ting. Så tok jeg et valg for den byen som passa også valgte jeg hotell og fly.

Og da googla du?

- ➔ Da googla jeg.

Brukte du kun Internett eller brukte du noe annet?

- ➔ Nei, Bare Internett.

Så du så ikke i kataloger, eller fikk noe input fra TV- reklame eller?

- ➔ Nei, ikke der.

Hva var det du hentet informasjon om, da du googla?

- ➔ Det var å finne en plass som jeg var interessert i, både som by men med litt stand og litt fritidsting og. Det skulle ikke kun være en storbyferie med shopping i tre dager. Jeg ville ha mulighet til å gjøre andre ting og, andre aktiviteter.

Men når du googla, skrev du bare storbyreiser? Kom du inn på spesifikke sider da, eksempel storbyreiser.no?

- ➔ Ja, storbyreiser hørtes kjent ut. Jeg kom inn på noen sånne nettsider som snakka om mange forskjellige storbyweekender. Jeg husker ikke navnet på noen nettsider nå. Dette var for to- tre år siden jeg bestilte reisen så er en stund siden. Jeg er ikke spesielt bereist.

Synes du det var lett å finne informasjon når du googla?

- ➔ Ja det synes jeg. For jeg er veldig lite bereist, og jeg er egentlig fullstendig grønn på det greiene der, og jeg etter en time eller to med google søking så fikk jeg både destinasjon og reise klar.

Synes du at informasjonen du fant var relevant for det du ville finne ut av?

- ➔ Ja, det synes jeg absolutt. Jeg var jo på jakt etter både fly og hotell i samme (nettside), var noe som het hotels.com, jeg var ute etter en operatør som både hadde fly og hotell i samme. Jeg tror det var hotels.com.

Fikk du noen gang anbefalinger fra andre rundt deg, familie, venner og bekjente?

- ➔ Ikke i det tilfelle, men det hadde jeg kommet til å fått om jeg hadde spurt. Jeg kjenner mange som har reist en del som jeg absolutt kunne spurt som sikkert hadde gitt meg anbefalinger. På vennebasis. Og det hadde jeg gjort. Så hadde jeg kanskje oppsøkt noen operatører også videre. Men det hadde blitt mye Google og venner.

Da hadde du spurt om hvor, steder og hoteller?

- ➔ Det hadde nok mest på destinasjon, også kanskje spurt om hvilke hotell de hadde bodd på, og om de var fornøyde. Hadde vennene mine vært fornøyde med hotellet, så hadde det vært veldig aktuelt for meg å bodd på det samme hotellet. Og hadde vennene mine ikke vært fornøyd hadde jeg helt klart styrt unna det hotellet. Fordi jeg reiser veldig lite, så når jeg reiser så skal det være 100 %. Da skal det var 5 stjerner og så videre.

Så anbefalinger fra familie og venner stoler du?

→ Ja.

Så hvis du hører noe negativ så bare kutter du det ut med en gang?

→ Jeg er såpass frekk at jeg ser ann personen. Hvis det er en campingturist som klarer seg med to stjerners hotell, og jeg ikke klarer meg med så få stjerner, så unngår jeg det. For da tenker jeg at hotellet sannsynligvis ikke er så bra som jeg vil ha det. Så jeg hører mest på de som er som meg.

Så hvis du får anbefalinger fra en venn som er noen lunde lik deg, med like interesser, så hører du på det?

→ Ja.

Hvilke fordeler ser du ved å høre på folk rundt deg?

→ Sannsynligvis har de fleste opplevd byen, hotellet og flyselskapet du vil bruke, og eventuelt har noen venners- venner som har vært der. Så det fører til at jeg føler meg mer trygg. Du blir mer sikker på at du får det du har lyst på. Og det er veldig viktig for meg som ikke reiser så ofte. Da jeg ikke reiser så ofte.

Så da føler du deg sikker på avgjørelsen?

Ja.

Ser du noen ulemper da?

→ Det er jo nettopp om det er forskjellige interesser. At det er noen sosiale skiller, som gjør at noen synes det er kjempe bra en plass, mens det stedet er ikke like bra for meg. Nå høres jeg ut som en soss, men du skjønner hva jeg mener. For eksempel kan det være en vennegjeng som reiser på en ungdomstur til Aya Napa, så kan man skjønne at hvis en gjeng på 18 år var der så er det kanskje ikke like bra for et kjærestepar på 30 år.

Var det tre år siden du innhentet informasjon?

→ Ja, tre år siden.

Men hørte du noe negativt om det?

→ Nei

Nei, ikke noe negativt?

→ Nei, Ingenting faktisk. Jeg hadde nok hørt at bekjente av meg hadde sagt at byen jeg tenkte å dra til var fin, at byen var allright.

Men ville du til den byen før du begynte å høre på anbefalinger fra mennesker rundt deg, eller var det som gjorde at du valgte?

→ Nei, det var google, det var en veldig strukturert prosess. Det var liksom å starte med mange alternativer også kutte ut, kutte ut, kutte ut, så til slutt sto du igjen med ett alternativ.

Og da hørte du på anbefalinger?

→ Ja

Og du stolte på den informasjonen sa du iste, når det kommer til troverdighet, hvem stoler du mest på, anbefalinger fra mennesker rundt deg, eller fra kataloger og fra sånn selgere da?

→ Jeg stoler faktisk ikke så mye på selgere da. Og det er den grunnen at jeg er selger selv og det er alltid, alternativer er alltid bra du sier du skal ditt; å der er det kjempe flott der, så sier du at du heller vil ditt; åååå det er kjempe flott der også og på 4 og 5 gangen så skjønner jeg at det er kjempe flott over alt tydeligvis. Så jeg har liksom kommet ditt at jeg ikke stoler ikke så på selgere, og i brosjyrer og sånn så står det i hvert fall, jeg har vært på en guttetur i mitt liv, og da står det sånn på den siste linjen sto det; dette hotellet er spesifisert for ungdommer i juni og juli, og alle gutta bare; hell yeah, dette blir kult. Og da regner jeg med at folksom ikke var i det segmentet unngikk da, så sånne ting stoler jeg på. Men den salgsdelen som jeg som jeg sa ista, da vil jeg heller høre på folk som har opplevd det.

Ja, så du føler ikke at de hadde noe å vinne på å komme med anbefalinger, andre som har opplevd det?

→ Hvis du hadde klart å være ærlig å si du hadde vurdert å reise en plass da for eksempel til Talin, og de hadde sagt, nei du hør her jeg tror kanskje for din del at Riga er bedre enn Talin, så da anbefaler jeg Talin, og det er forresten 500 kr billigere også, da har du jo på en måte troverdigheten da, men han derre.... Riga er bedre enn Talin, uten noe spesifisert grunn og koster 1500 kr dyrere, så litt den der da. Så i utgangspunktet så stoler jeg mer på anbefalinger fra bekjente, for de tenker ikke på at de skal tjene på det.

Men når du googlet kom du sikkert over noen anbefalinger på internett, hva slags informasjon fikk du fra av dem, husker du det?

→ Det gikk jo mest på, det var vel litt sånn at jeg tok valget gjennom anbefalinger på internett fordi der står det for eksempel at den byen både er en shoppingplass, men også en havneplass med strand, mens den andre ikke var det. Også er det to – tre kartsøk på nettet liksom, så finner du det, at Riga faktisk ligger ved havet, mens alternativet er midt i byen inni landet. Så jeg tror vel kanskje at det var mest avgjørende, de anbefalingene som sto på internett.

Så følte du også at de bidro til nok informasjon for å ta et valg?

→ Ja, absolutt, for mitt valg da vel og merke. Det kan jo hende det ikke er det for andre.

Ser du noen fordeler ved anbefalinger på internett?

→ Ja, det er jo det å finne frem, enkelheten.

Enkeltheten?

→ Ja, for du kan bare, eller du kan jo helt sikkert få den samme hjelpen visst du ringer til en reiseoperatør også men da må du oppsøke de og det tar tid, men visst du bruker internett kan du gjøre det på kveldstid og...

Du synes det er mer tilgjengelig?

→ Ja det var tilgjengelig jeg mente på..det er et riktig ord.

Ser du noen ulemper da?

- Det er jo sikkert feilinformasjon, det flyr sikkert av feilinformasjon. Hvem som helst kan jo legge ut ting på nettet, så du har jo aldri noe garanti for at det som faktisk står der er sant. Men jeg prøver faktisk å tenke litt sånn når jeg gjør den research – jobben da, at jeg søker på ting som ser troverdig ut.

Hva er det som ser troverdig ut da?

Ja, det var det da, enten at det.. ,for eksempel på hotels.com, der ser du reklame på at de er sponset av Tv reklamer, så det er kjent, at du kjenner til, sett en annonse i VG. Men det er jo også operatører jeg ikke har sett på i media, i en eller form for media, jeg tar vel alt for god fisk tror jeg. Jeg regner med det(ler). Jeg blir sikkert lurt trill rundt(ler).

Så du vektla de anbefalingene på internett gangske bra da?

- Ja, må vel si det.

For du googlet først, så var det de anbefalingene?

- Ja, eller egentlig så googlet jeg først, så tok jeg valget og bestilte, og så sjekket jeg anbefalingene fra venner, kontrollsjekket. Det var bare tilfeldighet at jeg gjorde det da.., jeg sa nå skal vi ditt så sa de; ååå der har jeg vært.

Leste du alle anbefalingene du så på internettet, eller var det noen du plukket deg ut?

- Ja, jeg tok vel de øverste tenker jeg. Ja, det blir vel litt der. Det er så mange at du tar dem som popper opp øverst.

Så da blir det litt tilfeldig?

- Ja, jeg er veldig dårlig til å klikke på den siden nr. 2 på google, så det er veldig avgjørende den første siden.

Var det noe spesifikt du ikke leste da, eller var det bare tilfeldig det som kom på første siden, var det noe du silte ut?

- Du har jo da den linken, så har du to – tre linjer, eller to linjer du kan lese før du klikker, og jeg tok vel de som så mest seriøse ut, og når du i tillegg kommer inn på

siden var jeg på jakt etter både hotell og fly i samme pakken, så liksom da ser du fort om det står fly – hotell, fly pluss hotell for eksempel i tre forskjellige faner. Så det var jo litt viktig for meg da, men jeg tror jeg var inn på helt til jeg hadde fått nok informasjon, jeg begynte jo på toppen.

Når det kommer til den informasjonen, hvilken betydning har én negativ kommentar? Visst du ser på en side, så har du mye positivt, også har du noen negative, synes du det skaper mer troverdighet til en side?

➔ Det leser jeg ikke for det synes jeg er tull(de negative). For det er så mye rare folk her i verden, så de leser jeg konsekvent aldri. Men jeg leser teksten som journalisten har skrevet, det gjør jeg.

Den hotels.com all av siden du gikk inn på, der var det vel en del anbefalinger?

➔ I hvert fall sånn jeg har tolket anbefalinger så er det teksten som er skrevet, og i den teksten som er skrevet står det masse positivt, da tar jeg til meg det som er negativt også, det som catcher i forhold til mitt behov da. Visst det står at det ikke er så mye uteliv der, og jeg skal på kjærlighetsferie med dama, så driter jeg jo i det, men skal jeg på tur med gutta, er jo det greit.

Har én avgjørelse vært avgjørende for valget ditt, eller må det flere positive til?

➔ Nei, jeg er en ganske enkel gutt, så jeg regner med at en holder(ler)

Følte du at det sparte deg for tid når du fikk informasjon på internett? Nå så jo du på anbefalinger etter du bestilte reisen da?

➔ Nei, jeg så jo på anbefalinger på internett, og så bestilte jeg, og så fikk jeg anbefalinger fra venner i etterkant. Men ja, det sparte meg for veldig mye tid. Alternativet hadde jo vært å ringe operatører, men jeg er litt sånn som trenger tid på å bestemme meg, så vist jeg har pratet med en selger for en reiseoperatør i fem min, og han sier det er klart så sier jeg liksom at jeg ringer tilbake om en halvtime. Mens på internett så får du liksom alt med en gang så kan du bestille der og da. Det tar mer tid å ringe eller stikke inn å se og sånn. Så absolutt.

Du synes den var tilgjengelig også, du fant informasjonen fort, var det ikke det du sa i ste?

→ Jo

Ja, du pleide å sjekke de første linkene som kom opp på google, så sjekket du mer enn 1 nettside?

→ Jaaaaa, 2 – 3, men det er jo da greit å få med, at jeg da har søkt, og da kommet inn på en side, og den siden har mye bra informasjon, da kan det hende jeg søker opp alternative sider fra den siden, uten å gå tilbake til google. Så visst jeg først har fått tak i dem så er jeg der da. Så øverst på siden er absolutt viktig.

Anser du at de uttalelsene er ekspertuttalelser?

→ Ja, som lite bereist, så gjør jeg det.

Så da anser du andre som har vært på reisemålet som eksperter på det reisemålet da?

→ Ja, gjør vel det da.

Og du stolte på dem?

→ Ja

Har du noen tanker om hva som skal til for at en anbefaling på internett skal bli 100 prosent troverdig? Er det noe spesielt?

→ Ja, i hvert fall det at du har vært inne på samme siden og du har sjekket flere destinasjoner, og det ikke finnes én negativ side ved noen, da skurrer det, for det er jo ikke paradiset, alle plasser har noe negativt. Men så lenge det ikke toucher mitt behov så er det det samme, så det..., i hvert fall hvis du skal sjekke flere innenfor samme operatøren, så kan det faktisk hende du har truffet paradiset på det ene søket, men på flere søk så må det være flere negative ting. Eller så er det også sånn at det bare er tekst, ikke noen bilder og sånt, da virker det mer useriøst.

Men visst du tenker på en skala fra 1 – 10, hvor oppriktig følte du at de anbefalingene du mottok var, eller så?

→ Emmmmm, ikke så langt unna 10. jeg vil vel si...8 , 9 , 10 tenker jeg..

Hva vektlegger du mest av andre forbrukeres erfaring fra internett, eller markedsføring fra selgere, kataloger og sånne ting?

→ Ja, da er det på internett

Eller fra selgere fra internett?

→ Ja, du har det at du kan sende mail med en selger da, men jeg er for rastløs til å gjøre det, det tar for lang tid liksom, men visst det sånn at man skal flytte til en plass i to år og er litt mer seriøst da trenger man litt mer kommunikasjon, men visst det bare er for en weekend eller en ferietur så er det helt klart på nettet. Det regner jeg at det gjør for alle.

Men visst du hadde gått inn på en nettside, for eksempel Ving da og hatt en segler som chattet med dem, hadde du stolt på den informasjonen da mer, enn anbefalinger på internett?

→ Jaaaa, det var et godt spørsmål.., ja, kanskje en direkte chatt, jeg vet jo at NKS har det at liksom mellom klokken 4-8 på kveldstid så har de alltid folk på chatten, og det kunne kanskje fungert, det er et godt tiltak, også kan man da kanskje chatte samtidig som man søker. Ja, men det spørsmålet du stilte først det med at internett eller selgere, så er det internett.

Jeg bare tenkte på det første vi snakket om, med hva du vektlegger mest, på internett eller det med selgere, hvem stolte du på?

→ Internett

Var det noen spesielle grunner til det? Stoler du ikke på selgere? Føler du at de, siden alt er positivt og at de.., alle alternativer er bra og?

→ Vet du, jeg jobber i, eller vokst opp i tekstilbransjen, og det er rart med jeans, for jeans passer alltid, uansett så passer jeans, uansett om man er for kort eller for stor

så passer alltid jeans sier selgerne. Og jeg er jo selger, jeg har stått på begge sider av disken, både blitt lurt folk, og lurer folk, eller ikke helt sånn, jeg er en annen type selger, men det har jo hendt at kunden har valgt den buksen som jeg ikke synes var finest, men jeg sa den var fin, ikke sant. Så derfor når jeg da i tillegg går forbi de jævla selgerne i Karl Johan to ganger om dagen, så selgere er litt der, og i hvert fall i forhold til sånne enkle salg som det her da.

Ser du på sånne selgere som selgere i reisebyrå, altså samme oppfatning på begge type selgere?

→ Nei, ikke så ekstrem, men jeg har jo vært inne på Ving, Apollo og de rett borte i gaten her, og der er det jo veldig sånn at inntrykker der var at jeg spurte den destinasjonen og om det var bra, og de; ja der er det veldig fint, og neste; ja det er veldig fint der også så det er jo sikkert fifint, men de klarte liksom ikke å sette seg inn i vårt behov da. Fordi fint er ikke strand og sol jeg forventer meg liksom.

Men visst du da tenker på anbefalinger du får fra familie og venner og folk rundt deg, kontra anbefalinger på internett, hva stoler du mest på da?

→ Den er litt verre, det er mer sånn todelt, men ehhhhhh, men de gangene jeg har vært ute å reist nå så har jeg faktisk, nei, det er veldig delt, sånn nesten litt mer mot venner da kanskje det de har opplevd vil jeg si. Men det er ikke så klare skiller der, som skillen mellom selger og informasjon på internett. Men jeg synes at det der med chattingen og direkte kontakt med selger der og da, det synes jeg var en god idé, det kunne vært lurt.

Men vist du tenker på anbefalinger på internett og det at du ikke vet hvem avsenderen er, er det det som gjør det litt mindre troverdig?

→ Jeg føler jo at det som står på en side til såpass stor reiseoperatør da, for eksempel hotels.com eller noe sånt, så føler jeg at jeg vet hvem avsenderen er, egentlig. Og det er jo de sidene jeg surfer på, ikke for eksempel reiseblogg.no.

Men på Ving da, så komme det jo ofte Ving sin vurdering også er det forbrukerens vurdering under, men du har kanskje ikke sett noe på det?

→ Er så lenge siden jeg har sett på det, men kan godt hende begge deler.

Men hadde du stolt på anbefalinger fra andre forbrukere?

→ Som jeg i utgangspunktet ikke kjenner?

Ja

→ Ja, jeg hadde i hvert fall tatt det i betraktning, det er helt klart. Men for alt jeg vet kan jo det være betalt liksom.

Fordi du ikke vet hvem det er?

→ Ja

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger neste gang du skal ut å reise?

→ Ja, det kommer til å bli, alle gjør vel det egentlig, tenker jeg. Uansett om du hadde fått anbefalinger fra selger eller uansett om du hadde fått anbefalinger fra venner og alt mulig sånt noe, alle sjekker rundt uten å tenke etter for seg selv uansett. Så jeg tror faktisk alle gjør det, så det tror jeg at jeg kommer til å gjøre.

Er det noe du vil legge til, som du føler at vi må vite når det gjelder ditt syn på anbefalinger på internett?

→ Jeg pleier alltid å ha mye å si på siste punktet, men det tyder jo på at dere har gjort det bra på intervjuet. Det dukker ikke opp noe spesielt altså.

Jeg har et spørsmål, når du sa du snakket med reisebyrå så sa du at de sier; vil du bestille nå, men da trenger du mer tid til å tenke, føler du at det kan være litt stressende å snakke med reisebyrå, for du føler at de kanskje bruker, eller forventer at du skal bestille siden de har gitt deg anbefalinger, eller har ikke det noe å si?

→ Jeg tror ikke det har så mye å si de forventningene at du føler du må bestille der, men jeg tror at dem veit at du går ditt, får informasjon, reiser igjen for så å komme tilbake for å bestille, det tar så mye lengre tid da at det er egentlig det som er problemet. Jeg

er veldig treig da, og ofte har jo det jo økonomi i seg også, så det er ikke bare å close et en reise til 15 tusen på en måte, visst det er flere som skal ut å reise så må man høre med flere, og da må man jo minimum to turer på reisebyråer.

Visst du ser negative anbefalinger på internett, vil det hindre deg i å reise, eller vil du søke litt mer og fortsatt ha det reisemålet til vurdering?

➔ Nei, jeg ville i hvert fall søkt litt mer til jeg hadde kommet over et sted som virket som en bra plass for meg, og det er mye negativt som er skrevet om det ville jeg søkt litt mer plasser og sett om de negative tingene var negative andre plasser. Også på en måte å dra litt derfra. Men det er ikke sånn at jeg vil dra en plass, og det kommer en negativ, og der var den borte(ikke vil reise allikevel). Jeg liker at de sier; det kan være regnværsdager på en måte. For skal du dra å sole deg 24/7 så er kanskje ikke den plassen den beste, jeg liker en ærligheten på en måte.

Ja, du liker at det er noe negativt, for da føler du at du kan stole på resten, det som er positivt?

➔ Ja, visst du ser på sånn med regnværsdager og visst jeg hadde solet meg 7 dager i uken så hadde jeg strøket med, så to regnværsdager i snitt hadde passet meg bra. Det er jo positivt for enkelte også sikkert.

Du sier du ikke leser alle anbefalinger, du leser kun de første, legger du noen gang merke til datoen og sånt? Har det noe å si, når de har blitt lagt ut?

➔ Nei, dato er jeg dårlig på, men det burde jeg ha vært mye bedre på, det vet jeg, det kan jeg tenke meg er viktig men jeg personlig gjør det ikke. Men det kan jo hende jeg sjekker det som sekundærinformasjon, at visst jeg finner noe informasjon, og finner en annen kilde fra samme plassen med en helt annen informasjon og ser at datoen er 2007 – 2011, da tar jeg den siste selvfølgelig. Er det store sprikninger så tar jeg den nyeste datoen.

Om du skulle ut å reist nå, kunne du dratt inn til et reisebyrå å hentet en katalog, eller hadde du gått inn på nettet å søkt?

- Nei, jeg hadde vel kanskje hentet den, hadde bladd i den. Altså, jeg har jo hatt reisekataloger jeg også, men det går mer på at jeg da må innom en reiseoperatør for å hente katalogen.

Nå har ikke du brukt anbefalninger på nettet så utrolig mye, men tror du at du hadde savnet det dersom det plutselig ikke hadde tilgjengelig mer?

- Da hadde jeg nok tydd til katalog ja

Men hadde du savnet å brukt det på nettet, hadde du savnet å høre litt hva andre sier og mener?

- Det er klart, jeg klarte jo å reise før internett kom da.

Men det er noe med at vi har hatt det, og det blir borte?

- Det hadde jo selvfølgelig blitt mer negativt, mindre informasjon tilgjengelig, og da hadde man jo tydd til andre informasjonskilder. Du hadde ikke begynt å reise mindre på en måte. Så det hadde tilpasset seg tenker jeg.

Men føler du at du hadde vært like trygg på informasjonen du hadde fått? Visst du ikke kunne hørt hva andre sa, bare den informasjonen du fikk fra hva selgerne sa, eller reisebyrået sa, hadde du følt deg like trygg?

- Sånn generelt så føler jeg meg trygg på den informasjonen som er tilgjengelig, jeg bare velger det jeg føler er mest troverdig, og vist det er to informasjonskilder så får det holde på en måte, er det fem, så velger jeg de to beste.

Transkribering av intervju med Informant 11

Er du glad i å reise Informant 11?

Veldig glad i å reise

Ja, Er du mye ut å reiser?

Masse

Hvor pleier du å reise?

mmmm.. kommer helt an på da. Jeg har bodd mye ute da, så reist mye i forbindelse med det.

Når du velger deg eller skal bestemme deg for et reisemål hva er det du gjør når du innhenter informasjon?

Ahhh.. som regel når jeg er ute å reiser så er det fordi jeg har en grunn til å dra dit. Ikke bare fordi jeg har lyst til å ligge på stranda og slappe av eller se storbyer eller no, men det er ofte fordi jeg har noe å gjøre der da.. så.. men jeg vet ikke jeg, har vært på guttetur et par ganger da er det som regel strender og damer og festing.. men det er noe annet da.

Men innhenter du informasjon da hos reisebyrå eller hva er det du gjør?

Det er på Internett.

Internett. Hva er det du gjør på Internett?

Finne priser, går inn på reisebyråene, går inn på hotellsidene, går inn på sånne ting. Finner rimeligste tilbud i forhold til hva vi har lyst på. Trenger ikke nødvendigvis, når vi har vært ute å reist så har ofte ikke kvaliteten noe, trenger ikke å være femstjerners, kan være trestjerners så lenge det ser greit ut, renslig. Så, det er egentlig det da. Gjerne via Google, trenger ikke å være en sånn en spesifikk side, kan være, når man søker, og det som kommer opp, de alternativene som kommer opp, det er det jeg velger.

Er det tilfeldig liksom, hva du?

Ja, det blir jo det på en måte. De beste alternativene som kommer opp, det, er det det beste så er det det beste på en måte.

Mm.. Ehhmm.. Hvor var det du følte du fikk mest informasjon når du googlet?

Det husker jeg ikke. Sist gang jeg prøvde å finne reise og sånn, det er mange mange år siden.

Men har du noen gang fått informasjon fra for eksempel Tv eller aviser som har påvirket deg?

Nei

Nei, bare Internett. Følte du at det var lett å finne informasjon?

Ja

Mm. Følte du at all informasjonen var relevant for deg?

Ikke alt. Kanskje tilskrive mer personlige egenskaper for å klare å skille ut hva som er interessant og ikke- interessant. Det er sånn du ikke tenker over da. Når du søker på Internett så ser du på en måte det som ser bra ut, jeg tenker jo ikke over hvor fort det kom opp eller hvor mye... Det er irrelevant.

Stolte du på informasjonen du fikk?

Ja! Det gjorde jeg.

Har du noen gang fått anbefalinger fra venner og familie om å dra ulike steder?

Aldri.

Aldri?

Assa, jeg har jo fått det, selvfølgelig, gjennom uformelle samtaler og sånn, men jeg har aldri sagt at ”wow, du har vært der, da drar jeg dit, fordi det hørt så bra ut”, det, det kan jeg ikke huske.

Nei, okei.. Hvorfor, er det noen grunn til det? At du ikke har hørt på de anbefalingene? Du har sikkert fått noen, men du har ikke fulgt de.

Garantert for mange, men vi har på en måte, når vi først har dratt, så er det en sånn felles enighet, det har vært guttetur, eller så har det vært som sagt vært at vi

skal ett eller annet der, ikke fordi det er dit vi har lyst til å dra. Men vi har et formål med å være der da.

Men på de guttaturene, har dere liksom snakket sammen dere imellom da, hvor dere skal dra?

Ja, det har vi. Da har det vært litt sånn, ja, ja. Type Spania, Sør- Spania. Heheh. Det er sånne meninger du sikkert har gjort deg opp, så må du bare finne de rette reisemålene

Men ser du noen fordeler da, ved å få anbefalinger fra andre personer rundt deg som har vært på stedet?

Jaja, det er det jo. Absolutt. I sånne tilfelle, hvor du på en måte ikke helt vet hvor du skal, hva du skal, hva du selv ønsker, ja. Så på sånne guttaturer så har vi garantert prøvd å finne informasjon fra folk rundt oss, så har alle hørt rykter, også går du sammen, også prøver vi å finne ut av det, det vi ønsker da.

Tar du å sjekker opp mer da?

Det gjør jeg.

Ja. Ser du noen ulemper da? Med å høre på anbefalinger fra andre mennesker?

Nja. Sånne anbefalinger kommer jo som regel fra nære venner, nære kjente, så, da tar du det for god fisk. Da har du ikke så mye behov for å etterprøve de anbefalingene, men jeg sjekker det som regel ut etterpå uansett, så går du inn på google og så googler du, så ser du bilder

Du gjør det?

Ja.

Så du stoler ikke blindt på det?

Nei.

Hva er det du stoler mest på da, eeehhh ting du hører fra folk rundt deg eller fra det du ser på når du for eksempel er på Ving sine hjemmesider eller Startour, Kilroy, hva enn du bruker, sånn selger sider for å si det sånn? Reisebyråer?

Aldri vært på en reisebyråside.

Har du ikke? Jeg synes du sa at du hadde vært på?

Njaaa, assa da var det sånn pakkereise, som liksom kombinerer hotell og fly og som gir deg, men det er mest pris da det går på, pris .

Ja, okei, så du har aldri på en måte lest noe informasjon om stedet?

Sjeldent. Assa, jo, du sjekker det jo ut, du googler, men det går ofte på at du har hørt at folk har vært der, hørt at det var bra.

Ja.. men hvilke sider er det du føler at du får informasjon fra da hvis det ikke er Ving sine?

Skulle til å si, jeg er usikker, fordi når du da søker på det så kommer det første og beste opp, ikke sant, så leser du det så er ”ja det hørt bra ut, ”, neste side ”ja det ser bra ut”, ikke sant. Jeg tenker aldri over, men. Jeg er ganske sikker på at det er sjeldent at jeg har vært inne på Ving og Startour sine sider, det er mer sånn spesialtilpassede pakker som jeg alltid føler er litt dyrere og du finner alltid litt billigere, litt bedre et annet sted. Jeg har aldri bestilt via noen av disse sidene. Tror jeg aldri har lest spesielt mye om reisemål på de sidene heller.

Men kan du huske da når du går inn på de sidene du googler opp, er det informasjon fra folk som har vært der da eller? Eller er det..

Nå må jeg tenke meg litt om, hva som faktisk kommer opp..

Det er jo ikke sikkert du husker det?

Jeg gjør ikke det, assa det er veldig sjelden jeg faktisk gjør det, det er lenge siden. ehh og de gangene jeg har gjort det så, hva er det som kommer opp egentlig? Nei, jeg vet ærlig talt ikke jeg, ass. Jeg husker ikke hva slags sider, det kan være tilfeldige ting og bare, kan være sider hvor det bare er brukerreferanser eller så kan det være sider hvor det er litt mer sånn profesjonelt tilrettelagt, men eh.

Har du vært på Hotels. Com, tripadvisor sånne steder?

Tripadvisor har jeg sett et par ganger, det har jeg.

Lonelyplanet eller noe sånt?

Lonelyplanet har jeg kjøpt boka når jeg først har bestemt meg for et reisemål så har jeg kjøpt boka. På forhånd da, ikke for å finne informasjon.

Nei, okei, da er det etter du har bestemt deg?

Ja, når jeg først har bestemt meg ja jeg skal dit liksom.

Ehmm, hva er det du stoler mest på av ting du hører fra andre rundt deg eller annonser du ser, informasjon fra eventuelle selgernettsider eller?

Nei, det er en kombinasjon. Kombinasjon av hva jeg hører og får bruk for og fra folk jeg kjenner, som jeg stoler på som jeg vet har den erfaringen og informasjonen jeg ønsker å, også går jeg som sagt å søker opp selv også. Jeg vil tørre å påstå at kan du bruke Internett så kan du være veldig selektiv og vite akkurat hva du, hva som er verdt å stole på og hva som ikke er verdt å stole på. Det er ikke nødvendigvis at du har rett, men da gjør du deg opp en mening hvertfall.

Hva slags informasjon fikk du da på Internett? Var det alt?

Jaa, alt., alt fra pris til hva du kommer til å se, hva du kommer til å oppleve. Hva slags sted det er, hva slags mennesker som er der.

Nå ble jeg veldig nysgjerrig på hva slags sider det er du går inn på..

Ja, det er, det vet jeg faktisk ikke, jeg prøvde å tenke på det, jeg kommer ikke på akkurat hvilke sider det er, men det er sånn, si at det er de 7 første treffene som kommer opp på google da, første siden, på google. Ikke sant. Så går du på den første og så ser du at det er store sider, sider du kanskje ikke har vært innom. Ofte uten å tenke over det, ikke sant og så bare.

Pleier du noen gang å gå på side 2 eller holder du deg?

Nei nei, assa jeg tar første siden på google, det er på en måte den du går gjennom, og hvis du ikke er tilfredsstillt før siden er over da, så går du til neste side, men det er sjelden assa. De største reisesidene, tripadvisor, kommer hvertfall opp, men det er jo ikke nødvendigvis at du tillegger de så mye vekt i din avgjørelse da.

Føler du at de bidrar til informasjon? Sånne brukererfaringer på Internett?

Ja, jeg legger ikke nødv., assa det kommer litt an på når du ser, noen ser du da, du må være litt selektiv, noen ser du er flinke, de er opptatt av de samme tingene du ønsker å se, det du ønsker å oppleve, også ser jeg at de er velformulerte og sånne ting da. Og da tar du kanskje det litt mer alvorlig da, andre ganger er det kanskje bare tre linjer hvor det er 39 utropstegn så er det en eller annen idiot

som har vært på fest ikke sant, da tar du ikke det så seriøst, han havner på tripadvisor han og, åå..

Ja.. så for at en sånn brukererfaring kommentar skal være seriøs, hva skal til for at den skal være seriøs?

Det..heheheheh. velformulert, eh, klarer å ha litt perspektiv på ting, ikke bare kaster ut at ”her var det mye fine damer, kom dette er et kjempe sted”, ikke sant, men fortell alt, her, settingen rundt det og såne ting da.

De må fortelle årsaken til hva som var bra?

Ja

Ser du noen fordeler med å benytte anbefalinger på Internett som en informasjonskilde?

Ja

Hvilke da?

Assa, det er jo som sagt, du må være litt selektiv selv. Det tror jeg går mye på at hvis moren din hadde gått inn på dette her så hadde hun sagt at ”ja det var en eller annen som sa på Internett at dette var kjempefint”, ikke sant. Men har du vokst opp og brukt det selv da, så vet du på en måte, du klarer å se at dette her er tull, heheh, eh, i forhold til Internett, har du brukt det nok så klarer du å se at dette er hotellet selv som har lagt inn såne here sinnsykt overhype ”dette er paradiset”, ikke sant.

Hvordan ser du det?

Fordi alle som legger inn brukerportal har noe negativt å si om det og hvis de ikke noe negativt å si om det så kan de si at det kan, du ser det da, hvordan måten de reflekterer hele innlegget sitt på, ikke sant. Hvordan de har, ja perspektivet da, rett og slett. Føler jeg da, hvertfall når du ser det. Mulig at jeg har vært litt for mye nerd å sitti å lest litt for mange såne, men .

Ser du noen ulemper da? Ved å benytte deg av anbefalinger på internett

Det blir jo det samme poenget da, at du kan, kommer jo bare an på hvor flinke de som jobber for den kjeden, det hotellet, den butikken, hvor flinke de er da, til å på en måte, legge inn såne ”ja, her var det kjempefint, ja var kanskje ikke

heelt” på et sånt dustepoeng som ingen bryr seg om, ikke sant, men alt annet var bra, så tar du det for god fisk, da. Det kan jo skje. Menneh

Men hva gjør du med sånne anbefalinger da? Hvis du har lyst til å dra til et sted også leser du sånn også er du litt?

Jo, men da går det igjen litt på mengden da, kanskje. Hvis du, hvis du er i, kommer i den lille sånne gråsonen og er usikker, ”det var bra også var det troverdig, men det var kanskje ikke helt”, ja da går du på side nr. 2 på google, så ser du, så leser du der, ikke sant. 3,4,5 så legger du sammen også ser du hva som faktisk er, gjør du deg opp en mening selv da.

Hvor mye vektla du sånn informasjon?

Nei, det er ganske mye egentlig. Assa, når du hører noen fortelle om hvor de har vært og sånne ting så vet du at det kommer til å bli annerledes for deg. Du må være gira på det selv da, så jeg, jeg bruker mye tid på å finne ut av hva jeg, hvor jeg har lyst til å dra og hvorfor jeg har lyst til å dra dit. Og det er den første siden på google, og jeg føler at de resultatene du får der, de blir et ganske bredt spekter da, av meninger og erfaringer. Så når man først har lest det så klarer man å gjøre deg opp en egen mening og det pleier å treffe ganske greit. Det er sjelden du har, hvis du gjør så mye research, det tar tross alt litt tid.

Følte du at du fikk nok informasjon fra anbefalingene du leste? Eller de negative kommentarene for den saks skyld.

Neiieh, det husker jeg ikke, for å være helt ærlig. Det kommer sikkert, det er veldig enkelt å finne ut, noen ganger ja, noen ganger nei. Jeg kommer ikke på noe spesifikt, for å være helt ærlig.

Men du søker hvertfall etter mer informasjon til du er trygg da?

Ja, til jeg er klar over hva jeg vil.

Hvilken betydning har negative kommentarer for ditt valg?

De har jo, hvis de er, hvis de virker ekte da, hvis det er noe substans i det så ville jeg jo selvfølgelig vektlegge det ganske mye, men hvis de, alle kan kaste litt dritt på Internett, siden det er den kilden jeg bruker mest da så, kan ikke ta det så seriøst, men hvis det er, asså, hvis det er, ja, er det reflektert er det velargumentert så vil jeg jo ta det i perspektiv da, bare se om dette faktisk er verdt å ta med i vurderinga.

Har du noen gang droppet et reisemål pga negative kommentarer?

Naaaei, jeg vet ikke jeg, som sagt så er det ikke reist såååå mye

Jo, dere har jo akkurat vært på tur!

Joo, det er for så vidt sant nok, men da har vi på en måte gjort oss opp en mening på forhånd da, vi skulle se alt, ikke sant, og så, når det kommer til et land så fjerner du noen av byene og noen av stedene, også velger du de andre, men.

Hvordan gjorde dere det når dere fjerna steder da? Hva fjernet dere?

Det gikk nok mye på, når vi var først ute og ikke hadde tilgang til så mye informasjon da, så gikk det nok mye på mennesker, assa hva de anbefalte, folk hadde sagt at vi har vært der, vi kom derfra, og såne ting, det må dere se, det må dere gjøre. Ehm, og det kunne faktisk gå begge veier, noen ganger så fikk vi ti erfaringer fra mennesker da som sa ”dit må dere dra”, så plutselig kommer det en som sier at han har hatt verdens verste opplevelse.

Hva gjorde dere da? Dro dere dit?

Godt spørsmål. Vi var en gruppe med mennesker da, så var litt sånn der, en hadde lyst, en hadde ikke lyst, så prøvde bare, nå husker jeg ikke akkurat om det var noen steder vi totalt droppa fordi noen sa at vi måtte det... nei, jeg trokke, vi dro vel innom de fleste stedene uansett, med forbehold om at vi kanskje ikke skulle være der såå lenge eller ikke bruke så mye tid og energi på stedet da, så bare dra videre.

Har noen gang én anbefaling vært avgjørende for valget ditt?

Må flere til.

Har du forandret din oppfatning om et reisemål etter at du har hørt andres mening om det? Hvis du har tenkt sånn ”å, dit har jeg lyst til å dra fordi ja, du tror f. eks. Tyrkia er et fint sted å reise til da så hører du andres oppfatning og da endrer du deg, eller omvendt, at du har negativ tanker om et sted også hører du noen..

Ikke som jeg kommer på egentlig. Ehm, nei, ikke noe håndfast som jeg kommer på at jeg virkelig har snudd mening om da.

Følte du at anbefalingene på Internett sparte deg for tid?

Jaja, absolutt. Jeg kommer aldri til å ta en telefon og ringe et reisebyrå for å begynne å pjatte med en av damene som bare skal selge et produkt, assa, det ikke snakk om da. Er det første sia så er det gjort.

Du tar ikke kontakt med selgere?

Nei, ikke snakk om.

Hvorfor tenker du..?

Fordi de skal selge, de gir deg for mye pjatt. Mange av dem er jo hyggelige, det er jo ikke det og sånne ting, ikke sant. Det er jo sånn med alle produkter. Jeg føler du får mer, det er lettere for deg selv å gjøre opp en objektiv mening da om hva du selv vil hvis du klarer å være selektiv selv da. Det er litt av poenget. Som sagt er jeg ganske sikker på at min mor hadde aldri klart å søke på google og så prøve å finne informasjon som faktisk er som er ordentlig da, som er verdt å ta med seg.

Hva gjorde du før du begynte å google?

Da var jeg en drittunge som ikke hadde lov til å reise til syden uten foreldrene mine uansett så. Hehehe.

Hvor tilgjengelig opplever du informasjonen på Internett å være? eller anbefalingene kanskje

Nei det, anbefalingene, tenker du da sånn tripadvisor hvor det er brukerbasert hvor folk har lagt inn sine egne oppfatninger. For det er jo mange sånne reisesider hvor du på en måte får folk, det kan være folk som jobber for et eller annet tidsskrift eller ett eller annet sånt no som skal prøve å være objektive da. De legger jo inn samme informasjonen de også. Det er ofte det du bruker. Brukerinformasjonen det, jeg har aldri tenkt at det er så stor forskjell på det, du tar bare alle de inntrykkene du får da så bruker du det.

Du stoler like mye på?

Jeg har aldri tenkt over på det på den måten at lissom her har du en bruker som har lagt in, som sagt hvis jeg leser det og synes at dette her virker fornuftig så tar jeg det for god fisk. Akkurat som en leser ett eller annet review fra en eller annen journalist som har vært der, kan godt hende han får betalt penger for å

skrive en kjempeartikkel lissom, men da bestemmer du selv om du tar det for god fisk eller ikke.

På en skala fra 1-10 hvor oppriktig anser du anbefalingene på Internett for å være?

Hvor oppriktige?

Ja, hvor mye stoler du på dem?

De fleste av dem antar jeg å være oppriktige, de trenger jo ikke å være godt argumentert eller vel gjennomtenkt en gang.

Men hvis du skulle si et tall fra 1- 10 hvor 10 er best?

Nei det er klin umulig, du må se an hvert enkelt. Og det kan jo være atte en har skrevet "this was fucking awesome" ikke sant, og ferdig med det, hvor seriøst skal du ta det, ikke sant. Det var jo fucking awesome, ikke sant, og ferdig med det. Det var jo ikke så velgjennomtenkt og velargumentert akkurat det, men det kan jo stemme, ikke sant. Og hvis det da viser seg at det er en fyr som er akkurat sånn som deg da, asså ja, da tar man det for god fisk da, samme mål, samme hensikten, assa, sånne ting kan du ikke vite, men, ja, du må se an.

Jeg vet egentlig svaret på det neste spørsmålet, hva du hører på av andres erfaringer og selgere, og det er vel andres erfaringer?

Ja

Hva vektlegger du mest av anbefalinger fra folk rundt deg eller Internett?

Hva jeg?

Hva du stoler på mest?

Ja, for å svare på begge da, det er egentlig ganske enkelt, så er det det atte jeg, et godt salgsargument kan fort få deg til å stille mer spørsmål til folk rundt deg, assa type hvis jeg leser en artikkel om ett eller annet eller kampanje eller ett eller annet no sånt no, så kan jeg komme til å gå til gutta og okei gutta vi skulle dit, men hør her, bare les om det her, la oss bare gå å gjøre litt research på det, ikke sant. Så gjør du akkurat samme prosedyren så er det like billig, like bra, kanskje er det ett eller annet som tiltrekker litt mer da.

Det kan skape et behov?

Det kan skape et behov, ja, det kan det. Får klargjort ting da, blir mer observant, sånne ting da, du må bare ta, du kanke la deg kjøpe med en gang, men det kan pushe over til å gjøre litt research og så faktisk bytte. Det kan det gjøre. Og da går vi til gutta også høre hva de sier, erfaringer, hvilken, hva har de hørt, ikke sant, og så går du på google også finner du

Kommer du til å benytte deg av anbefalinger på Internett neste gang du skal ut og reise?

Garantert.

Da har jeg noen spørsmål. Jeg fikk ikke med meg, pleier du å gå til noen reisebyråer?

Aldri

Er det noen grunn til det?

De gjør jo samme jobben som du kan gjøre selv, for å være helt ærlig. De har jo sikkert hatt noen sånne kampanjer og informasjon som du ikke er helt klar over, menneh, sånn som jeg ser det nå, sånn som jeg opplever det, så er det ikke noe du ikke kan finne med å søke og på en måte gjøre litt research selv da.

Tjener du mer på å gjøre det selv?

Ja, i verste fall så tjener du ikke no mer på det, på det samme produktet, assa det utgjør ikke noe forskjell da. Men du slipper å ringe og drive å snakke med en av damene som skal selge

Du sparer ikke bare tid, men også krefter ved å gjøre det selv?

Ja

Når du på en måte skal bestemme deg for et reisemål har du noen gang fått for eksempel tenkt for eksempel ja jeg vil dra til australia fordi noen har sagt at det var bra eller har du tenkt ut på forhånd selv og så hørt med hva folk syns?

Det er begge deler. Jeg er glad i å reise da, eller jeg liker å reise så da det ikke mange steder i verden du kan spørre om du har lyst til å dra og så sier jeg nei. Eehm, men sånn som Australia for eksempel da, det var jo åpenbart at vi måtte dra dit, vi måtte se det, så skal det sies da, at det var et par, når vi har reist nå, så var det faktisk et par steder jeg ikke hadde tenkt til å dra, jeg på en måte bare, disse gutta sa jeg har lest masse om det, det er dritkult, vi drar dit, også. Men nå

var vi i en annen setting også da, nå var vi på tur, vi var backpackere, så det krevde ikke så mye energi å bare si jeg bli med, det ikke en kostnad eller tid. Men da var det ene og alene de som faktisk TOK SHOWET OG sa nå drar vi dit. Det var veldig

Når du leser andres erfaringer på Internett, og du skal på en måte finne ut hva som er det mest seriøse, hva du skal stole mest på, har du noen sånne tegn eller no eller ting som du kan se og det her var bra eller nå ser jeg at du er seriøs er det noen sånne ting du legger merke til?

Hehehe. Ja, det er jo det. Ehh, uten at jeg egentlig har tenkt over det noen gang selv, assa, du gjør det bare automatisk. Menneh, som sagt hvis du ser en eller annen idiot som bare skriver i hytt og gevær, 39 skrivefeil, og 14 utropstegn. Det kan fortsatt hende at han har rett, ikke sant, det kan fortsatt hende at han er helt dønn seriøs, at han bare er retard eller ett eller annet, men det tar jeg ikke seriøst fordi det faller bare igjennom da. Det går litt på mengden også ikke sant, ikke bare, det ikke en og en, det er flere som på en måte har gitt samme tilbakemelding. Noen ganger så blir det for seriøst at det bare er sånn at noen har gått ned sømmene på alt. Kan hende at det er en dødsseriøs fyr som bare: hør her eller så er det hotellet selv som har skrevet atte hør her ikke sant, litt synsing, du vet jo ikke, men helhetsinntrykket det klarer du på en måte å samle sammen etter du har gått gjennom alle og brukt litt tid på det da.

Det er ikke noe sånn faresignal, at det uler, og det her kan jeg ikke høre på?

Nei, sånne ting det faller igjennom, folk som, hvis du leser igjennom og ser at det er ting som ikke henger på greip da. Et resort som tilbyr sånn og sånn, ikke sant, men han ene fyren som har gjort alt det og ikke bare var han på svømming, men han dykket hvaler, haier og, assa, det blir for mye på en gang da, ikke sant. Ikke bare var det dykking, hør her. Det tar jeg med en klype salt da, ikke sant. Det kan fortsatt hende at han har rett, det ikke det, menneh, sånne ting da. Så du må ehh, fornuft, ren fornuft, man må bruke folkeskikk og ren fornuft og tenke at dette her

Føler du at det å høre på hva andre har gjort gjør deg mer trygg eller føler du at de på reisebyråene, hva de sier gjør deg mer tryggere?

Jeg vet ikke helt. Kilroy og sånne ting tror jeg jeg aldri har reist med. Jeg har brukt Startour en gang tror jeg, da var jeg fjorten år og vi skulle på ett eller annet.

Har det vært på en måte en vanesak da, å benytte deg av Internett?

Ja. Det har jo vært turer hvor vi på en måte ikke har brukt, la oss si, at vi får låne en leilighet da, ikke sant, ett eller annet sted, i USA ett eller annet sted, såne ting. Hvor du på en måte bare har tatt jaja tatt muligheten fremfor at du hadde lyst til å dra til akkurat det stedet men du har nå mulighet til å bo gratis eller gjøre såne ting. eehhm. Jeg vet ikke jeg bruker ikke Startour og såne ting, jeg har aldri ringt dem og spurt det kult å dra dit for det da hadde jeg gått og funnet informasjon andre steder da.

Føler du at det å høre på andres erfaringer at det gjør deg mer trygg eller er det litt samma?

Ehh, nei jeg hører på hva andres erfaringer, det er uten tvil. Samme greia igjen egentlig. Bruke fornuften, bare se an litt.

Føler du at du ville ha savnet muligheten på hva andre syns hvis du, tenk deg at du lever i verden da hvor du kun måtte høre på salgspersonell, de som jobber i Ving og andre, de som skal prøve å selge deg ting, hadde du savnet muligheten til å hørt fra andre som hadde vært der?

Ja, uten tvil.

Hvorfor det?

Jeg kommer på en del ting, men igjen, det blir fornuften til slutt da. De selger deg et produkt og folk som har opplevd det allerede gir deg erfaringen. Det gjelder jo alle salgsprosedyrer, man får jo tilbakemeldinger og nye kunder virker jo

Jeg vil alltid bruke venner og kjente og erfaringene deres. Så du kan jo egentlig si det sånn da, eller vri det og si at de tingene du leser, artikler som ikke er brukerbaserte på internett men artikler som er skrevet av journalister da, at man kanskje anser det litt sånn ehh sånn erfaring det også, ikke fra kompiser nødvendigvis, du tar det kanskje litt mer med en klype salt fordi det er en journlist, det ekke, du vet ikke hvem det er, men.

Men føler du at de er litt mer objektive enn salgspersonell?

Ja, gitt at du vet at kan være en noe i bakgrunnen der (selgere). gitt at du vet det så er det grense på hvor mye disse menneskene kan jah, det blir det samme synet på alt da. Hvis det er et døds useriøst reisemål til Syria hvor en eller annen fyr

har bare lagt inn ett eller annet sånn derre hør her jeg har jobbet 39 år i bransjen og dette er konge, ikke sant. Du tar det med en klype salt da, ikke sant. Hvis det er New York hvor du vet at det er 400 andre journalister som har skrevet om det, alle har vært der og det er veldig kjent.

Så selv om det er en kjempebra anbefaling med masse gode grunner og han ser relativt på en måte ekspert ut så hører du ikke egentlig så mye på det så lenge det ikke er veldig mange andre som sier det, det må være flere enn én?

Nei, det blikke helt riktig det heller. Jeg var kanskje litt ekstrem med det Syria. Nei assa, det kan være en person som rett og slett du tar anbefalingen. Sånn var det på tur også, du møtte en person som bare har vært der og sier at det var kanonbra, men det var en personlig erfaring da og det er noe annet enn å bruke Internett og bruke reisebyråene og sånne ting det og. Det er ikke personlig folk du kjenner da. Personen som gir deg informasjon, hvordan han faktisk er, har mye å si da.

Men kan du finne ut på Internett om personene er litt lik deg selv, har du noen sånne kjennetegn eller no sånt at de snakker norsk eller at det er ett eller annet?

Jeg er helt sikker på at hvis en eller annen psykolog hadde stilt meg til veggs på det her så hadde det sikkert kommet frem masse sånne småting som jeg ikke legger merke til, men det tenker jeg ikke, det har jeg aldri tenkt over for å være helt ærlig. Så jeg vet ikke helt men det er jo noen småtegn. Du kan sammenligne det med en msn samtale. Du prater med jenter, den ene har mail sexybitch89 ikke sant, hun andre har theapettersen@hotmail.com osv osv , også begynner du å prate med dem så ser du at hun ene bruker de derre 39 utropstegna og alt er bare kaos, ikke sant, også har du hun andre som er helt sinnsykt tørr og kjip og det ikke måte på, uansett hva du sier så får du smiley og null respons tilbake. Osv osv ikke sant så får du en som kan prate og skjønner at dette er litt mer seriøst ikke sant. Sånn bruker du internett også. Du leser artikler og ser hvordan, er det mange artikler, er de referert til ofte, hva er det fornoe ikke sant. Det går veldig sjeldent på person, jeg har aldri sett navnet på han som skrev artikkelen, hvis du skjønner hva jeg mener, det går på siden som regel.

Hvordan kan du se at en side er seriøs?

Nei, det, ehh, ikke sant, det kan være.. design. Så enkelt som det. Førsteinstrykket kan det være. Ehh også informasjonen de bringer videre ellers, er de store på artikler innenfor reise og sånne ting, er de ofte refererte som sagt,

er de..., har du hørt om det før, noe så enkelt som det. Har det blitt referert til denne siden av venner av andre osv osv. det er mange sånne faktorer.

Hvis det er masse sånne bannere og reklame overalt, gjør det, har det noe å si eller hakke det noe å si?

Alt med måtehold. Er det kaos over hele siden så hadde jeg sagt at dette her er tull men det kan godt være mye reklame bare du ser at det er strukturert og at det er mening bak det, at kunden eventuelt vet at du er her fordi du ønsker å kjøpe hotell, kjøpe fly, kjøpe whatever, ikke sant. Og så lenge det ser greit ut så ville jeg ha tatt det for relativt god fisk hvertfall. Og så må du, ja, vurdere da.

Du sa atte det kan godt hende at de har fått betalt for å skrive det, men har du på en måte stolt på det litt for det og, fordi det høres jo logisk ut det de sier?

Jaja, Jaja, men det må man jo føler jeg, assa selv om du har blitt betalt turen dit, for den saks skyld, ikke sant. Gratis tur, gratis opphold selv om det sikkert kalles smøring og er ulovlig på 7 plan så kan det hende at det har skjedd, men likevel da, det man har opplevd, det man har sett, eller det hun eller han som har vært der har gjort da, du var jo der, du har jo sett på det med snille øyne istedenfor kritiske øyne, men allikevel. Det er begrensa hvor mye man kan jугe også, som sagt er det han derre fyren som skriver at ja, det er dykking men det vakke måååte på hvor mye dritt du så under vannet da, ikke sant. Du så alt da, ikke sant, det tar du, da skjønner du atte her er det skryting oppi skyene da

Men da stoler du ikke noe på det da eller litt?

Jeg ville tatt det i betraktning, okei så var det dykking der da, og det var, han hadde tydeligvis ikke en drittopplevelse. Jeg velger å tro at selv om du blir betalt for det så kan du ikke juge så mye at du på en måte finner opp, du kan ikke drive med ren propaganda. Velger jeg å tro da. Du kan selvfølgelig gjøre det men, igjen, det er helhetsinntrykket.

