



Resenärers Motivation och Upplevelser med Interrail

En Enkätstudie av Unga Vuxnas Resande och Attityder

Emma Colliander

Lärdomsprov

Företagsekonomi

2025

Lärdomsprov

Emma Colliander

Resenärers Motivation och Upplevelser med Interrail.

En Enkätstudie av Unga Vuxnas Resande och Attityder.

Yrkeshögskolan Arcada: Tradenom, 2025

Identifikationsnummer:

Skriv här identifikationsnumret som du får av din handledare

Sammandrag:

Denna studie undersökte vilka faktorer som motiverade unga vuxna i åldern 18–30 år att resa med Interrail, hur de upplevde resan samt i vilken grad resandet påverkade deras identitet och livsstil. Studien byggde på en kvantitativ metod, där data samlades in genom en webbaserad enkät med fasta svarsalternativ enligt en Likert-skala. Enkäten delades via sociala medier, huvudsakligen i Interrail-relaterade forum, och besvarades av 59 personer, varav 49 svar analyserades. Resultaten visade att motivationen hos unga vuxna består av en kombination av inre faktorer, såsom behovet av frihet, självutveckling och äventyr, samt praktiska faktorer som flexibilitet och kostnadseffektivitet. En hög andel respondenter uppgav också att resan hade bidragit till ökat självförtroende, kulturell förståelse, samt att den i vissa fall kunde ha bidragit till utveckling av sociala färdigheter. Flera resultat indikerade att Interrail-resandet kunde anta formen av en livsstilsmarkör snarare än en engångsupplevelse. Studien analyserades utifrån Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000), escape-seeking-teorin (Iso-Ahola, 1982) och Urrys (2002) begrepp om turistblicken. Trots vissa metodologiska begränsningar, exempelvis ett begränsat urval, erbjuder studien viktiga insikter om ungas motivationsmönster och potentiella identitetsskapande genom resande.

Nyckelord: Interrail, unga vuxna, motivation, turism, resande, identitet

Degree Thesis

Emma Colliander

Travelers' Motivation and Experiences with Interrail.

A Survey Study of Young Adults' Travel and Attitudes.

Arcada University of Applied Sciences: Business Administration, 2025

Identification number:

Write here the identification number that you will get from your supervisor

Abstract:

This study examined the factors that motivated young adults aged 18–30 to travel with Interrail, how they experienced the journey, and to what extent the travel influenced their identity and lifestyle. The study was based on a quantitative method, where data was collected through a web-based questionnaire with fixed response options on a Likert scale. The questionnaire was distributed via social media, primarily in Interrail-related forums, and answered by 59 individuals, of which 49 responses were analysed. The results showed that the motivation among young adults consisted of a combination of internal factors, such as the need for freedom, self-development, and adventure, as well as practical aspects like flexibility and cost-effectiveness. A high proportion of respondents selected options indicating that the journey contributed to increased self-confidence, cultural understanding, and, in some cases, the development of social skills. Several findings indicated that Interrail travel could take the form of a lifestyle marker rather than a one-time experience. The study was analysed using Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000), escape-seeking theory (Iso-Ahola, 1982), and Urry's (2002) concept of the tourist gaze. Despite certain methodological limitations, such as a limited sample, the study offers important insights into young people's motivational patterns and the potential identity-shaping effects of travel.

Keywords: Interrail, young adults, motivation, tourism, travel, identity

Innehåll

1	Introduktion.....	6
1.1	Interrail	7
1.2	Problemformulering	8
1.3	Syfte.....	9
1.4	Avgränsningar	9
2	Teori.....	9
2.1	Faktorer som påverkar upplevelsen	10
2.2	Resemotivation.....	11
2.2.1	Escape–Seeking och Self-Determination Theory	11
2.2.2	Push–Pull-teori.....	12
2.2.3	Interrail som livsstil	12
2.2.4	Identitet	13
2.2.5	Generation Z	13
3	METOD.....	14
3.1	Val av metod.....	15
3.2	Respondenter	15
3.3	Enkät.....	16
3.4	Tillvägagångssättet	16
3.5	Analys av data.....	17
3.6	Validitet och reliabilitet	17
3.7	Etiska frågor.....	17
4	RESULTAT	18
4.1	Respondenternas bakgrund	18
4.2	Motivation för att resa med Interrail	20
4.2.1	Vardagspaus och praktiska motivationsfaktorer	22
4.3	Upplevelser under resan	24
4.3.1	Generella upplevelser av resan	24
4.3.2	Kulturella och praktiska upplevelser	26
4.4	Interrail som en livsstil.....	27
5	DISKUSSION	30
5.1	Respondenternas bakgrund	31
5.2	Motivation för att resa med Interrail	31
5.2.1	Vardagspaus och praktiska motivationsfaktorer	32
5.3	Upplevelser under resan	33
5.3.1	Generella upplevelser av resan	33
5.3.2	Kulturella och praktiska upplevelser	33
5.4	Interrail som en livsstil.....	34

5.5	Metoddiskussion	35
6	SLUTSATSER.....	36
6.1	Studiens begränsningar	37
6.2	Förslag till vidare undersökningar	37
Källor	38
Bilagor	40

1 Introduktion

Turistbranschen anses vara en av världens största och snabbast växande industrier. Med en ökning av antalet resor ökar också resornas längd, där flyget är det främsta transportsättet för turister (Rodrigue, 2024). Även om turism kan ha positiva sociala effekter för samhällsgrupper, går det inte att bortse från de negativa miljökonsekvenser som turismen kan medföra (Guiver, 2013). Tågresa har generellt varit ett mer miljövänligt alternativ jämfört med flyg eller bil. Däremot erbjuder flyg och bil fördelar som lågprisalternativ (för flyg) och möjligheten att resa privat och flexibelt (med bil) (FasterCapital, 2023). Styrkorna med tågresa är dess miljövänliga natur och möjligheten till en rikare reseupplevelse.

Passagerartransport med tåg har långa traditioner i många europeiska länder. Idag ökar populariteten för både nationell och internationell tågresa i Europa, tack vare snabba förbindelser mellan större europeiska huvudstäder och stora tågnätverk. Mellan 2015 och 2019 ökade passagerartrafiken för tågresa stadigt, med en total ökning på 10,2 % under perioden. Pandemin påverkade dock resmöjligheterna, och i början av 2020 minskade antalet tågresor betydligt i alla EU:s medlemsländer, resandet minskade procentuellt med nästan hälften. År 2022 har järnvägspassagerartrafiken återhämtat sig i de flesta europeiska länder. (Eurostat Statistic, 2023)

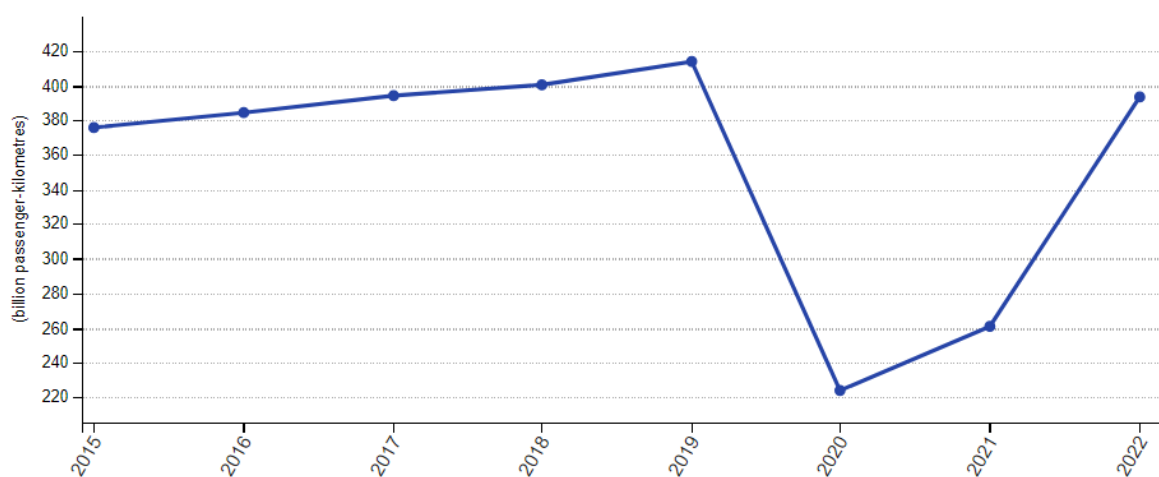
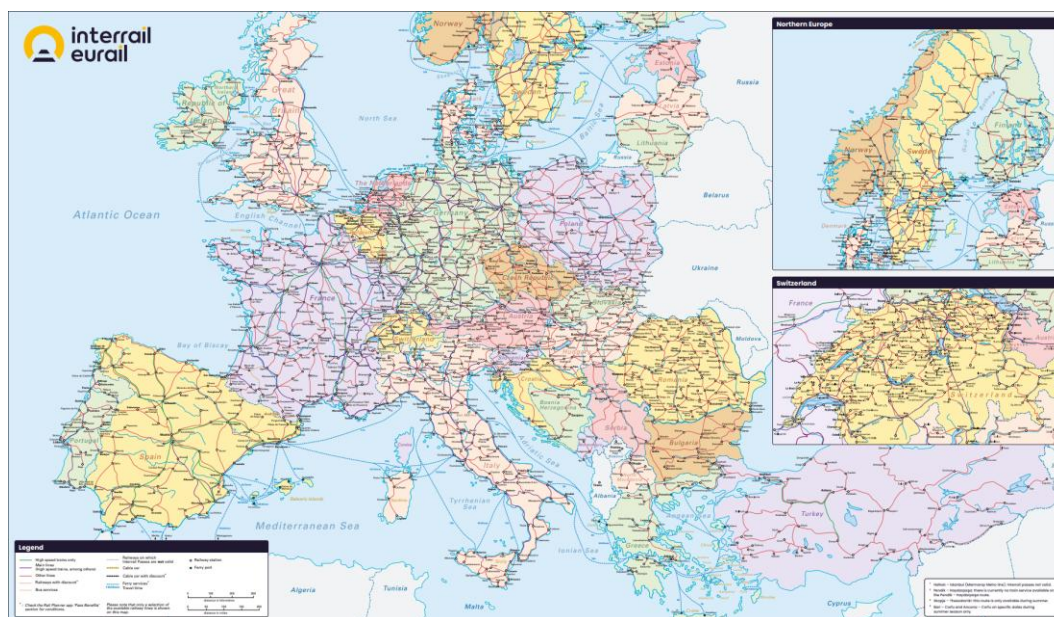


Figure 1. Rail passenger transport for main undertakings, EU, 2015-2022 (Eurostat Statistic, 2023)

1.1 Interrail

1972 skapade Europas Nationella Järnvägsoperatörer Interrail som ett sätt att locka unga europeiska resenärer (Gardner & Kries, 2012). Den grundläggande idén för Interrail inspirerades av den redan existerande Eurail-biljetten som såldes till utländska turister som reste i Europa. (Street, 2022) Under 1960-talet hade andra former av transport, som bilar och flyg, ökat i popularitet vilket överskuggade tågresande. (TRO, 2023) Interrail gav en möjlighet att öka turismen inom Europa, men också locka tillbaka resenärer som valt andra transportmedel (Street, 2022)

Ursprungligen var en Interrail-biljett giltig i en månad och kunde användas för att resa obegränsat för alla resenärer under 21 år. Biljetten täckte 23 järnvägsbolag i 21 länder och blev snabbt populär bland europeiska ungdomar. Proportionellt sett var biljetten populärast i Norge, Finland och Danmark i början av 1970-talet. Interrail lockade resenärer genom att erbjuda många destinationer till ett fast och lågt pris. (Manka, 2022)



Figur 2 Översikt över Interrails reseområden (Interrail.eu, u.å.)

Idag erbjuder Interrail-passet inte längre möjligheten att resa inom hela Europa utan begränsningar, men ger resenären möjlighet att välja hur stort område de vill utforska. Det finns enskilda landspass, som låter resenären fokusera på ett specifikt land, samt pass som ger olika antal resdagar inom en tidsperiod på 15 dagar upp till tre månader. Dessutom finns Interrail

Global Pass, som möjliggör resande i upp till 30 länder. Priserna för passen varierar från 140€ och 717€. Passen erbjuds både som elektroniska och fysiska biljetter. Eurail Group, en sammanslutning av representanter från alla nationella järnvägsoperatörer i Europa, ansvarar för Interrail-biljetterna (Interrail.eu, u.å.)

Interrail öppnade dörrar för ungdomar att utforska Europa och blev snabbt en symbol för den obundna ungdomskulturen på 1970-talet. Sedan dess har miljoner européer använt Interrail. Resenärerna, ofta kallade "Interrailare", kunde kännas igen på sina "uniformer" av vandringsryggsäckar och sportkläder, vilket skapade en känsla av gemenskap bland resenärerna (Den Boer, 2017).

För många var Interrail deras första långa resa och en unik möjlighet att upptäcka Europa. Järnvägsnätet gjorde det lätt att resa spontant och flexibelt. Interrailare kunde enkelt hoppa på ett tåg från många tågstationer och fortsätta sin resa. Resenärer kunde själva bestämma hur mycket de ville planera, allt från boende till resdagar och övernattningar, till hur länge de skulle resa och vilka destinationer de besöker. Friheten att skraddarsy sin resa efter egna önskemål gjorde Interrail till en övergång till vuxenlivet för många. Möjligheten att kunna sova på tåg gjorde också resandet med tåg till ett billigare alternativ. (Den Boer, 2017)

1.2 Problemformulering

Som konsumenter har turister fått ett ökat intresse för upplevelser, och de har skapat en efterfrågan på fler och större upplevelser (Bergstrom, 2021). Miljövänligare alternativ som uppfyller efterfrågan för upplevelser och möjligheter att utforska Europa, finns i formen av Interrail och tågresa. (Street, 2022) Det ökade intresset för Interrail bland unga vuxna gjorde ämnet till en aktuell studie. Denna studie undersöker unga vuxnas tankar och intresse för Interrail samt vilka faktorer som påverkar valet av och intresse för denna typ av resande. Fokus i studien är unga vuxna eftersom de utgör den största målgruppen för Interrail och de drivs av stävan för en global livsstil. (Hergesell & Dickinger, 2013) Syftet med undersökningen är att besvara:

- Vilka faktorer påverkar valet av Interrail?

1.3 Syfte

Syftet med detta arbete är att undersöka unga vuxnas attityder och erfarenheter av att resa med Interrail-tåg inom turism. Genom att analysera hur upplevelser, och praktiska faktorer, så som kostnader och flexibilitet vägs i resenärers beslut, kan studien ge en djupare förståelse för de faktorer som påverkar deras reseval. Att förstå vad som påverkar valet kan vara avgörande för turistindustrin vid utveckling av strategier för att locka och behålla unga vuxna som resenärer.

1.4 Avgränsningar

Studien avgränsades till personer i åldern 18–30 år som hade tidigare erfarenhet av att resa med Interrail. Respondenter utan denna erfarenhet användes inte i analysen. Enkäten erbjöds på svenska och engelska, men skillnader mellan språkgrupper och nationaliteter analyserades inte. Fokus låg på individers motivation och upplevelser snarare än på kulturella variationer. Studien baserades på en kvantitativ enkätundersökning, vilket innebär att resultatet ger en översiktlig bild av resenärers drivkrafter och upplevelser, men inte fångar mer djupgående aspekter som hade kunnat framkomma genom kvalitativa metoder.

2 Teori

För att förstå resenärers motivation och upplevelser av Interrail är det viktigt att utgå från teoretiska perspektiv inom turismforskning. Resebeteenden formas av en kombination av psykologiska, sociala och kulturella faktorer som påverkar både beslutet att resa och hur resan upplevs. Tidigare forskning har visat att Interrail inte bara är ett transportmedel utan också en plattform för personlig utveckling, social interaktion och identitetsskapande.

I detta kapitel presenteras de teoretiska utgångspunkterna för studien. Först diskuteras faktorer som påverkar reseupplevelsen, inklusive lärande, social gemenskap och den multisensoriska dimensionen av tågresa. Därefter behandlas motivationsteorier, såsom push- och pull-faktorer samt teorier om självbestämmande och flykt-sökande. Slutligen analyseras Interrail som en livsstil, där vissa resenärer ser tågresandet som en del av sin identitet och återkommer till denna reseform regelbundet.

2.1 Faktorer som påverkar upplevelsen

Interrail-resandet skiljer sig från andra reseformer genom sin flexibilitet, spontanitet och fokus på möten mellan människor och kulturer. Flexibiliteten uppmuntrar resenärer att vara spontana och öppna för nya intryck. Under resan möter man människor från olika länder, vilket skapar möjligheter till kulturellt utbyte och nya perspektiv. Därför kan Interrail ses som en form av lärande utanför klassrummet, en miljö där man utvecklas genom att upptäcka nya platser, möta andra kulturer och fatta egna beslut längs vägen (Schmiers, 2017; Källberg & Ryman, 2018).

Enligt Urry (2002) formas turismens upplevelse av en specifik "turistblick" där resenären inte bara observerar världen utan också tolkar sina upplevelser. I Interrail-sammanhang innebär detta att resenären inte bara ser nya miljöer, utan betraktar dem genom socialt och kulturellt formande filter. Resandet förstärker eller omformar därför individens tankar om sig själv och världen. Vidare beskriver Noy (2004) turismen som en kulturell praktik där resandet fungerar som en process, individen skapar och tolkar sin egen livsberättelse genom sina resor. Det är inte bara platser som upptäcks, utan också nya sidor av jaget.

För unga vuxna blir Interrail en lärande erfarenhet, där de utvecklar självständighet, skapar nya perspektiv och knyter sociala band. Enligt Schmiers (2017) och Nilsson (2023) fungerar Interrail även som en plattform för att stärka självförtroende och självständighet, vilket påverkar deras framtida beslut och livsval. Då kan Interrail inte bara ses som en resa, utan som en möjlighet till personlig utveckling och social förändring.

Slutligen lyfter Boström et al. (2008) fyra centrala faktorer i reseupplevelsen: frihet, spontanitet, sociala möten och personlig utveckling. Alla dessa delar syns tydligt i Interrail-resor. Resenärer tycker om att kunna resa i sin egen takt och bestämma själva vart de vill åka, vilket ger en känsla av frihet och möjlighet att vara spontan. Att träffa andra resenärer är också en stor del av upplevelsen, man kan lära känna nya människor på tåg, vandrarhem eller andra platser längs vägen. Att resa med Interrail kan dessutom få resenärer att växa som personer, eftersom de ofta får ta eget ansvar och lösa problem på egen hand. Manka (2022) förklarar att Interrail också kan skapa en känsla av gemenskap och samhörighet på tre nivåer: nationell identitet, transnationell tillhörighet och tillfälliga gemenskaper som uppstår på resan. Nationell identitet kan få resenären att känna sig som en del av sitt land, transnationell identitet förstärker tanken om tillhörighet i Europa, och tillfälliga gemenskaper framkommer från de vänskaper som skapas under resan.

2.2 Resemotivation

Att förstå vad som motiverar unga vuxna att välja Interrail kräver en fördjupad blick på motivationsforskningen. Flera teoretiska modeller samverkar här för att belysa olika aspekter av resebeslutet.

2.2.1 Escape–Seeking och Self-Determination Theory

Iso-Aholas (1982) escape–seeking-modell visar att resande både drivs av en vilja att fly vardagens stress, rutiner och ansvar (escape) och av en önskan att aktivt söka nya upplevelser, äventyr och personlig utveckling (seeking). För unga vuxna som reser med Interrail kan escape-motivet handla om att ta en paus från studier eller arbete, medan seeking-motivet kan handla om att upptäcka nya kulturer, stärka sin självständighet och få unika upplevelser. Dessa två drivkrafter samexisterar ofta, där resenärer både vill komma bort från något och samtidigt söka något nytt (Iso-Ahola, 1982).

Ryan och Deci (2000) Self-Determination Theory (SDT) identifierar tre grundläggande psykologiska behov som styr mänsklig motivation: autonomi, kompetens och social tillhörighet. Interrail möter dessa behov:

- Autonomi: Friheten att själv planera sin resa och utforska världen på egna villkor.
- Kompetens: Känslan av att klara av nya utmaningar, navigera genom okända platser och utveckla självständighet.
- Social tillhörighet: Möjligheten att skapa relationer och känna gemenskap med andra resenärer.

Interrail-resenärer drivs ofta av en kombination av dessa faktorer. För vissa är autonomin viktigast, eftersom Interrail erbjuder spontanitet och flexibilitet, medan andra ser resan som en möjlighet att utveckla självförtroende och problemlösningsförmåga (kompetens).

Sociala faktorer påverkar också, där unga vuxna reser för att träffa likasinnade och skapa starka band med andra resenärer (Ryan & Deci, 2000). Det sociala kan också knytas till Urrys (2002) begrepp om den "turistiska blicken", där resenären inte bara observerar världen, utan även förhandlar om sin egen identitet genom de sociala band de skapar under resan.

2.2.2 Push–Pull-teori

Push–Pull-teorin (Nikjoo & Ketabi, 2015) hjälper till att förklara varför unga väljer att resa med Interrail genom att skilja mellan inre behov (push) och yttre drivkrafter (pull). Push-faktorer är interna behov som att bryta vardagsmönster, söka äventyr eller utveckla personlig identitet. Pull-faktorer är de externa egenskaper som gör en viss resform eller destination attraktiv, exempelvis olika kulturer i Europa, enkelheten i Interrailkortet och tågets hållbara profil.

Vid Interrail lockas resenärerna alltså både av en vilja att lämna vardagen bakom sig (push) och av de möjligheter som resan erbjuder (pull). Teorin hjälper därmed att förstå att valet att resa med Interrail inte handlar om bara äventyr eller bara bekvämlighet, utan en kombination av båda.

2.2.3 Interrail som livsstil

För vissa resenärer blir tågresande en långsiktig passion och en del av deras livsstil. Stebbins' (1982) Serious Leisure Perspective beskriver hur vissa fritidsaktiviteter går från att vara enstaka nöjen till att bli en viktig del av individens identitet. Fritidsaktiviteter kan kategoriseras som antingen tillfälligt nöje (casual leisure) eller aktiviteter som kräver engagemang, lärande och långsiktig involvering (serious leisure). Interrail kan för många resenärer utvecklas från casual leisure till en form av serious leisure, där tågresandet blir en viktig del av deras identitet och självförverkligande. Detta kännetecknas av:

- Djup involvering: Resenären ser Interrail som mer än bara semester; det är en livsstil.
- Personlig utveckling: Resan bidrar till självständighet, kulturell förståelse och självförtroende.
- Gemenskap: Interrail blir ett sätt att tillhöra en global resandekultur.

Teorin kompletterar Iso-Aholas (1982) escape-seeking-modell, som fokuserar på varför människor reser, genom att gå ett steg längre och analysera hur resande kan utvecklas till en långsiktig livsstil. Det är inte längre bara ett sätt att "fly" eller "söka" nya upplevelser, utan en livsstil där resandet ger mening och personlig utveckling (R. Stebbins, 2016).

Forskning visar att unga vuxna i hög grad drivs av självförverkligande och en global livsstil, vilket gör Interrail till ett attraktivt alternativ (Hergesell & Dickinger, 2013). Resandet handlar inte bara om att koppla av, utan också som ett sätt att skapa mening och forma sin identitet. Genom att se Interrail som en identitetsskapande praktik snarare än en enskild resa kan vi bättre förstå varför vissa individer återkommer till denna reseform och gör den till en central del av sin livsstil (R. A. Stebbins, 1982).

2.2.4 Identitet

Hibbert m.fl. (2013) ser dagerns turism som ett sätt för individer att utforska och forma sin identitet. Mobilitet och rörlighet kan bekräfta och stärka en individs status i relation och självbild i relation till andra. Ur ett sociologiskt perspektiv blir mobilitet därför en viktig del av identitetsskapandet, där nya erfarenheter och möten bidrar till personlig utveckling. (Hibbert m.fl., 2013)

Chen och Huang (2017) beskriver turister som medvetna och reflekterande individer som söker efter värdefulla upplevelser. För många blir personlig utveckling en av den mest värdefulla delen av resan, särskilt när nya insikter och perspektiv leder till ökad självförståelse även efter att resan är över. (Chen & Huang, 2017)

Det här märks särskilt hos unga vuxna, där Interrail ofta blir ett första steg mot att bli mer självständig. Den flexibla resformen gör det lätt att fatta spontana beslut, träffa nya människor och upptäcka både nya platser och nya sidor av sig själv. Resan kan därför inte bara hjälpa en att förstå vem man är, utan också skapa en känsla av gemenskap med andra som reser på samma sätt, som en del av ett större Interrail-sammanhang.

2.2.5 Generation Z

Generation Z, även känd som Gen Z, är den demografiska grupp som föddes under mitten eller slutet av 1990-talet och växte upp under 2000-talet. (Wood, 2013) Seemiller och Grace (2018) använder födelseåren 1995 till 2010 i sin undersökning av Generation Z, vilket är den vanligaste definitionen för denna generation. Det har observerats att startåret för Generation Z har varierat mellan 1995 och 1997, medan slutåret har definierats som antingen 2010 eller 2012.

Det är viktigt att notera att de yngsta och äldsta medlemmarna av Generation Z troligen har olika perspektiv och erfarenheter av livet på grund av variation i ålder. Till exempel har de äldsta inom Generation Z, upplevt en värld både med och utan smarttelefoner. Kontrasten mellan de yngsta inom Generation Z, och äldre inom samma generation stor. Då denna grupp representerar något helt nytt kan marknadsförare och forskare inte enbart förlita sig på tidigare forskning och måste ta hänsyn till deras unika upplevelser och preferenser. (Seemiller & Grace, 2018) Det bör också noteras att Generation Z inte bara är en unik generation utan också den största generationen med den mest betydande framtida köpkraften.

Deras påverkan driver en förskjutning mot genuina upplevelser. Generation Z efter destinationer och aktiviteter som erbjuder kulturella upplevelser, kontakt med det lokala samhället och utrymme för personlig utforskning. De väljer också i högre grad avlägsna destinationer och engagerar sig i hållbara resvanor. Denna trend har gett upphov till en ökad efterfrågan på ekoturism, voluntarism och unika reseupplevelser. Folk från Generation Z värdesätter hållbarhet. Enligt Booking.com (2019) är denna demografi mer benägen att välja miljövänliga och hållbara resealternativ.

3 METOD

För att hitta den mest lämpliga metoden för denna undersökning är det viktigt att först förstå skillnaden mellan kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder. Syftet med undersökningen är att samla in och analysera information för att identifiera mönster i resenärers motivation och upplevelser. Empirisk forskning kan delas in i två huvudkategorier: kvantitativ och kvalitativ metod.

En kvantitativ undersökning innebär insamling av numerisk data som kan analyseras statistiskt för att upptäcka samband mellan olika faktorer. Kvalitativ forskning, fokuserar på djupare förståelse genom text- och innehållsanalys. Med kvantitativa metoder kan man undersöka mätbara variabler och relationer mellan dem, medan kvalitativa metoder syftar till att analysera processer och individers subjektiva upplevelser. (Bryman, 2016)

Först presenteras studiens övergripande forskningsstrategi, därefter beskrivs urvalsprocessen och datainsamlingsmetoden. Kapitlet avslutas med en diskussion om de etiska överväganden som beaktats under studiens genomförande. Syftet är att på ett transparent och systematiskt sätt visa hur insamlingen och analysen av data genomförts för att säkerställa studiens trovärdighet och relevans.

3.1 Val av metod

Denna studie använder en kvantitativ forskningsmetod i form av en enkätundersökning för att analysera motivation och upplevelser bland Interrail-resenärer. En kvantitativ metod valdes eftersom den möjliggör insamling av data från ett stort antal respondenter, vilket ökar möjligheten att dra generaliserbara slutsatser om resenärers beteenden och val (Creswell & Creswell, 2018). Enkäter är särskilt användbara för att mäta specifika variabler såsom motivationsfaktorer och reserelaterade erfarenheter med hjälp av strukturerade frågor. (Bell, 2010)

3.2 Respondenter

Målgruppen för studien är unga vuxna mellan 18 och 30 år som har rest med Interrail under de senaste fem åren. Urvalet görs genom icke-slumpmässigt bekvämlighetsurval, där deltagare rekryteras via Interrail-grupper online. Bekvämlighetsurval är en lämplig metod när syftet är att snabbt samla in data från en specifik målgrupp (Etikan, 2016)

För att rekrytera deltagare delades enkäten via sociala medier, främst i forum på Facebook och Reddit som är inriktade på Interrail-resenärer. Innan enkäten publicerades togs kontakt med administratörerna för respektive grupp för att få tillstånd att lägga ut inlägget. I vissa grupper nekades utlägg, medan andra godkände publiceringen.

Deltagande var helt frivilligt och anonymt, och ingen personlig information som kan identifiera respondenterna samlades in. I början av enkäten informerades deltagarna om syftet med studien samt att de när som helst kunde avbryta sitt deltagande utan att ange någon orsak.

Totalt svarade 59 personer på enkäten. Endast de 49 respondenter som uppfyllde kriterierna för ålder och tidigare Interrail-erfarenhet inkluderades i analysen.

3.3 Enkät

Enkäten är det huvudsakliga verktyget för datainsamling i denna studie. En enkät är en strukturerad metod för att samla in data genom en serie förutbestämda frågor (Denscombe, 2010). Frågorna i enkäten har utformats baserat på studiens teoretiska referensram för att säkerställa att de fångar de relevanta aspekterna av resenärers motivation och upplevelser. Den fullständiga enkäten finns i bilaga 1 och 2.

Enkäten består av 22 frågor, varav 16 besvaras med en Likert-skala (1–5) där respondenterna anger i vilken grad de instämmer i olika påståenden. Enkäten är indelad i fyra huvudavsnitt. Första avsnittet fokuserar på respondenternas demografi, frågorna samlar in information om respondenternas kön, ålder, antal resor med Interrail och senaste resår. Till näst har vi tre avsnitt som baserar sig på teori. Resemotivation, som fokuserar på varför individer väljer att resa med Interrail. Frågorna behandlar hur resenärerna ser resan som en möjlighet att fly vardagen eller som en chans att söka nya upplevelser och personlig utveckling. Reseupplevelse undersöker hur resenärerna upplevde sin Interrail-resa utifrån aspekterna underhållning, estetik, utbildning och engagemang. Interrail som livsstil analyserar om tågresa ses som en återkommande och identitetsskapande aktivitet. Frågorna undersöker om respondenterna planerar att resa med Interrail igen och om de ser resandet som en del av sin livsstil. Den fullständiga enkäten, både den svenska och den engelska versionen, finns i bilaga 1 och 2.

3.4 Tillvägagångssättet

Studien genomfördes genom en webbaserad enkätundersökning som skapades med Google Forms. Enkäten delades via två online-forum där potentiella respondenter befann sig: Reddit-gruppen *r/interrail* och Facebookgruppen *Interrail & Eurail Travelers*. Deltagandet var frivilligt och anonymt, och respondenterna informerades om studiens syfte och anonymitet både i enkäten och i inlägget som postades på sociala medier. Enkäten var öppen under en period på två veckor, och totalt svarade 59 personer på enkäten. Efter att ha rensat bort de respondenter som inte uppfyllde de förutbestämda kriterierna, ålder (18–35 år) och tidigare erfarenhet av att resa med Interrail, kvarstod 49 respondenter som användes i analysen.

3.5 Analys av data

Eftersom enkäten huvudsakligen använde en femgradig Likert-skala för att samla in data, fokuserades analysen på att sammanställa de generella svaren på denna skala, utan att utföra mer komplexa analyser som korrelationsanalyser. Svaren hanterades direkt i Google Forms, som erbjuder grundläggande grafer och statistik för att underlätta analysen. Inget ytterligare statistikprogram användes för att bearbeta data.

3.6 Validitet och reliabilitet

Validitet och reliabilitet är avgörande faktorer för att säkerställa studiens trovärdighet. Validitet avser i vilken utsträckning studien mäter det den avser att mäta, medan reliabilitet handlar om studiens reproducerbarhet (Bryman, 2016).

I pilotstudien deltog fyra personer som testade enkäten för att säkerställa att den fungerade korrekt och att frågorna var tydliga och lättförståeliga. Deras svar användes inte i den slutliga studien. För att öka validiteten har frågorna i enkäten baserats på teorier inom turismforskning, vilket bidrar till att säkerställa att undersökningen mäter det den avser att mäta. Eftersom studien inte använde avancerade statistiska analyser, utan enbart beskrivande statistik och Likert-skala, har reliabiliteten främst stärkts genom att använda standardiserade mätinstrument.

3.7 Etiska frågor

Enkäten var anonym, och deltagarna informerades om detta både i början av enkäten och i det sociala medieinlägg där enkäten delades. Respondenterna gav sitt samtycke genom att frivilligt delta i enkäten, och de informerades om att de när som helst kunde avsluta sitt deltagande utan några konsekvenser. Data samlades in via Google Forms, och ingen personlig information som kunde identifiera deltagarna samlades in. Enkätsvaren analyserades enbart genom de automatiska grafer och sammanställningar som genererades av Google Forms. All data har hanterats strikt för forskningssyfte och har inte lagrats längre än nödvändigt för att genomföra studien.

4 RESULTAT

I detta kapitel presenteras resultaten från den enkätundersökning som genomfördes i syfte att undersöka resenärers motivation, upplevelser och attityder kopplade till Interrail. Enkäten besvarades av totalt 59 personer, varav 49 respondenter uppfyllde kriterierna för att ingå i studiens urvalsgrupp. Frågorna var indelade i fyra huvudkategorier: demografiska uppgifter (såsom kön, ålder samt tidigare erfarenhet av Interrail), motivation för att resa med Interrail, upplevelser under resan samt Interrail som en livsstil. Resultaten presenteras med denna struktur, med fokus på att identifiera mönster i respondenternas svar.

4.1 Respondenternas bakgrund

Innan respondenterna fick ta ställning till huvudfrågorna i enkäten fick de ange kön, ålder samt om de tidigare rest med Interrail. Enkäten riktades till personer i åldern 18–30 år som hade tidigare erfarenhet av att resa med Interrail. Totalt deltog 59 personer i studien. Deltagare som angav att de var äldre än målgruppen eller som inte hade rest med Interrail tidigare kunde inte gå vidare till enkätens huvuddel, och dessa exkluderades från analysen. Analysen baseras därför enbart på svar från de 49 respondenter som uppfyllde dessa kriterier.

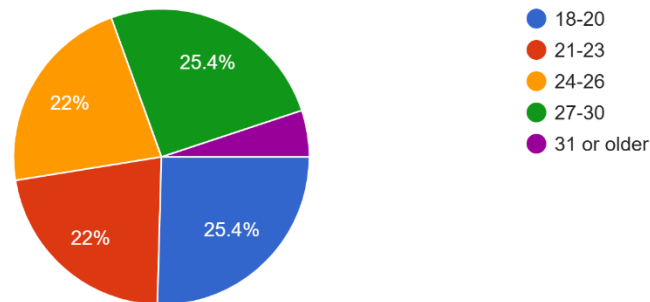
Figur 3 visar att samtliga deltagare befann sig inom den avsedda målgruppen 18–30 år. Majoriteten uppgav att de tidigare rest med Interrail (Figur 4), vilket bekräftar urvalets relevans i relation till studiens syfte.

Figur 5 redovisar könsfördelningen bland deltagarna. Totalt identifierade sig 59,3% som män, 23,7% som kvinnor, och 17% som icke-binära eller valde att inte ange könstillhörighet.

För att få in så många svar som möjligt erbjöds enkäten på både svenska och engelska, detta resulterade i att respondenterna kom från flera olika länder och talade olika språk. Eftersom studiens fokus ligger på motivation och upplevelser snarare än kulturella skillnader, har språk- och nationalitetsaspekter inte analyserats närmare i resultatredovisningen.

How old are you?

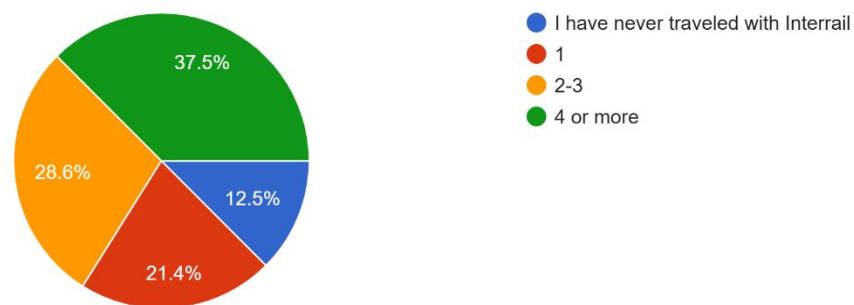
59 responses



Figur 3. Respondenternas åldersfördelning. Enkäten riktade sig till personer i åldern 18–30 år, och endast de som uppfyllde detta kriterier kunde gå vidare i enkäten.

How many times have you traveled with Interrail?

56 responses



Figur 4. Har respondenterna tidigare rest med Interrail? Enkäten riktade sig till personer som rest med Interrail, och endast de som uppfyllde detta kriterier kunde gå vidare i enkäten.

How do you identify?

59 responses

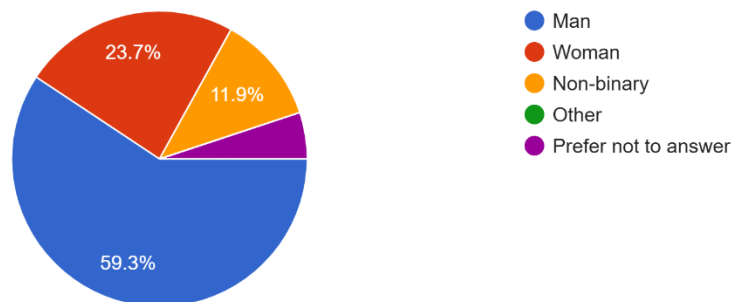


Figure 5. Könsfördelning bland respondenterna.

4.2 Motivation för att resa med Interrail

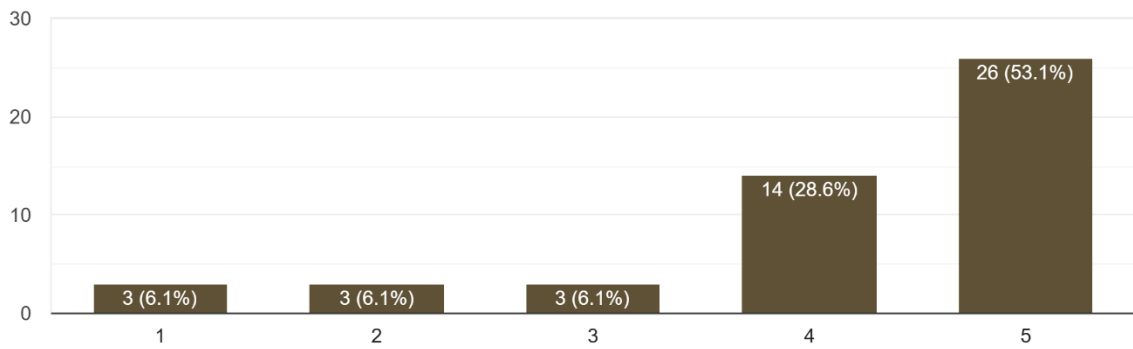
Motivation undersöktes genom sex påståenden. Respondenterna fick ange i vilken grad de instämde i varje påstående på en femgradig Likert-skala (1 = instämmer inte alls, 5 = instämmer helt). Tre av påståendena berörde inre motivationsfaktorer kopplade till frihet, äventyr och självutveckling:

- “Att känna frihet och spontanitet var en viktig faktor i mitt beslut att resa med Interrail”
- “Jag valde Interrail för att uppleva nya äventyr”
- “Jag ville utmana mig själv och testa min självständighet”

Resultaten visade starkt stöd för dessa inre drivkrafter. 26 instämde helt i påståendet om frihet och spontanitet, och ytterligare 14 respondenter valde alternativ 4 (Figur 6). Påståendet om att resa för äventyrets skull (Figur 7) fick liknande resultat, där 31 respondenter valde 5 och 11 respondenter valde 4. Påståendet om självständighet visade en något större spridning: 21 respondenter valde 5, medan 7 respondenter valde 4 och 9 respondenter valde 3. 8 respondenter angav lägsta betyg, vilket antyder att självständighet inte var en lika universell drivkraft (Figur 8).

Feeling freedom and spontaneity was an important factor in my decision to travel with Interrail.

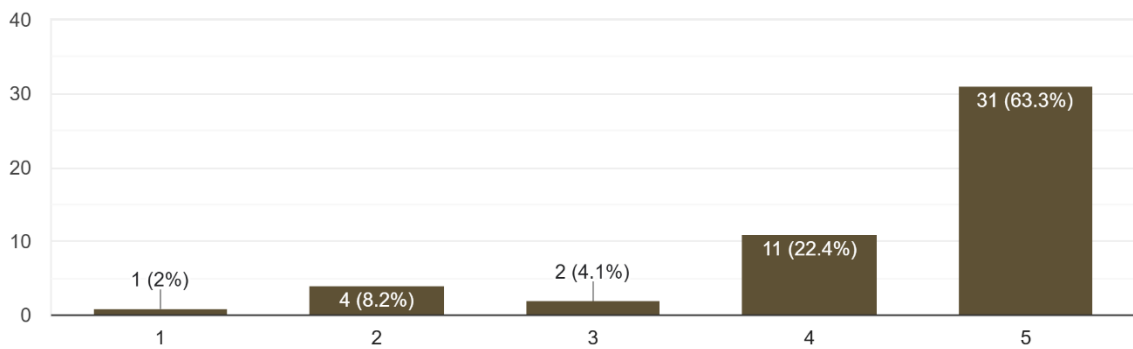
49 responses



Figur 6. Svarsfördelning: "Att känna frihet och spontanitet var en viktig faktor i mitt beslut att resa med Interrail."

I chose Interrail to experience new adventures.

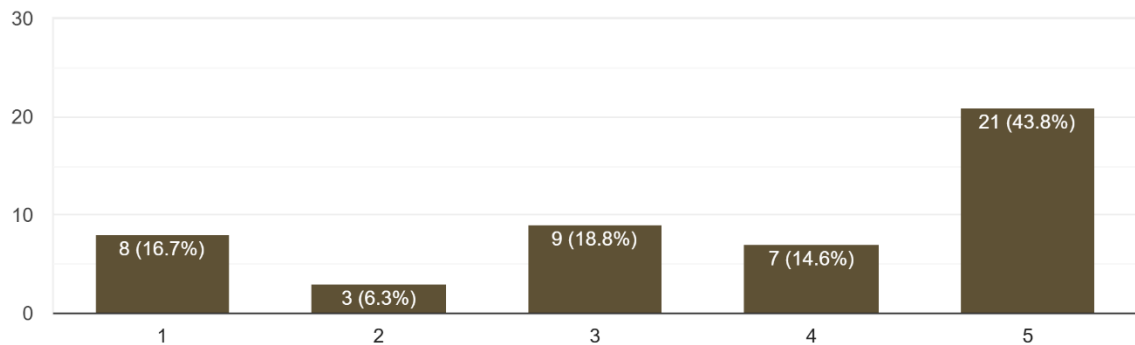
49 responses



Figur 7. Svarsfördelning: "Jag valde Interrail för att uppleva nya äventyr"

I wanted to challenge myself and test my independence.

48 responses



Figur 8. Svarsfördelning: "Jag ville utmana mig själv och testa min självständighet"

4.2.1 Vardagspaus och praktiska motivationsfaktorer

Utöver äventyr och självutveckling visar resultaten att många valde Interrail som ett sätt att ta en paus från vardagen. Ett påstående berörde vardagspaus:

- "Jag valde Interrail för att ta en paus från vardagen"

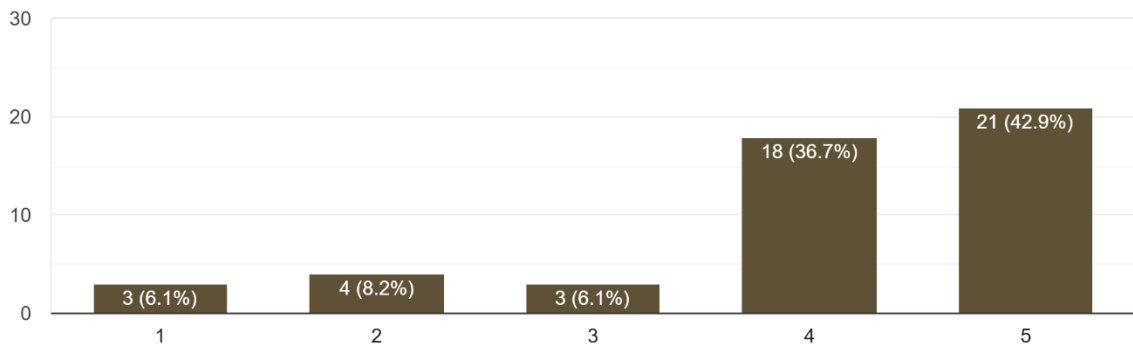
21 respondenter instämde helt, och 18 respondenter valde alternativ 4. Endast 3 respondenter instämde inte alls (Figur 9), vilket visar att en stor del av deltagarna använde Interrail-resan som ett sätt att bryta med vardagen. Två påståenden berörde praktiska motiv:

- "Jag ville resa på ett kostnadseffektivt sätt"
- "Jag valde Interrail eftersom det är ett flexibelt sätt att resa"

För det första påståendet angav 21 respondenter högsta betyg och 15 respondenter betyg 4, medan bara en respondent valde alternativ 1 (Figur 10). Flexibilitet som drivkraft (Figur 11) fick ännu högre instämmande: 31 respondenter valde 5 och 14 respondenter valde 4.

I chose Interrail to take a break from everyday life.

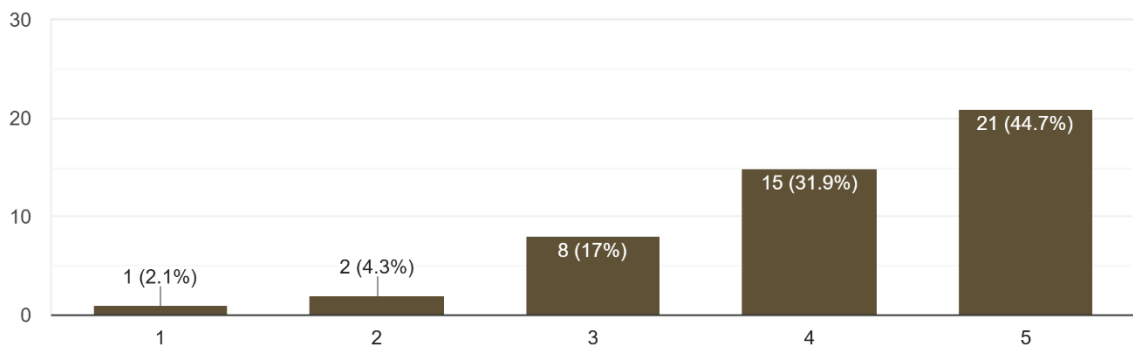
49 responses



Figur 9. Svarsfördelning: "Jag valde Interrail för att ta en paus från vardagen"

I wanted to travel in a cost-effective way.

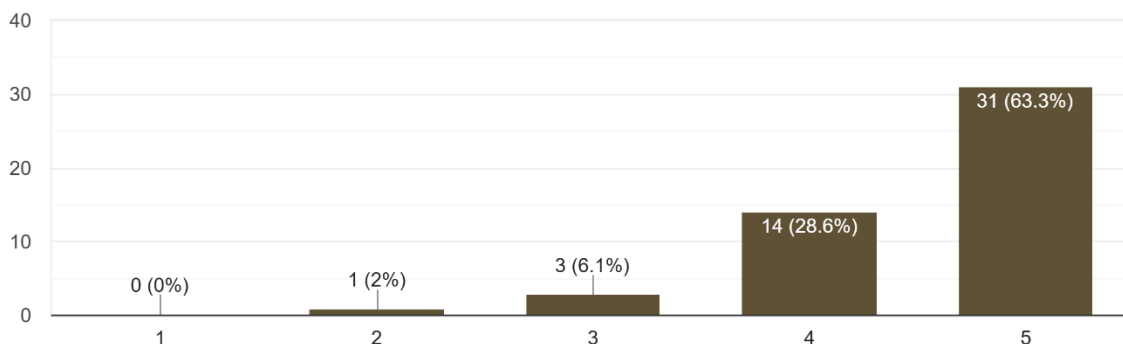
47 responses



Figur 10. Svarsfördelning: "Jag ville resa på ett kostnadseffektivt sätt"

I chose Interrail because it is a flexible way to travel.

49 responses



Figur 11. Svarsfördelning: "Jag valde Interrail eftersom det är ett flexibelt sätt att resa"

4.3 Upplevelser under resan

Syftet med denna del av enkäten var att undersöka hur deltagarna upplevde själva resan med Interrail. Respondenterna fick ta ställning till fem påståenden kopplade till underhållning, estetik, lärande och planering.

4.3.1 Generella upplevelser av resan

Påståenden som undersöktes var:

- "Jag upplevde Interrail som en underhållande resa."
- "Jag uppskattade de estetiska aspekterna, som vackra landskap och arkitektur."

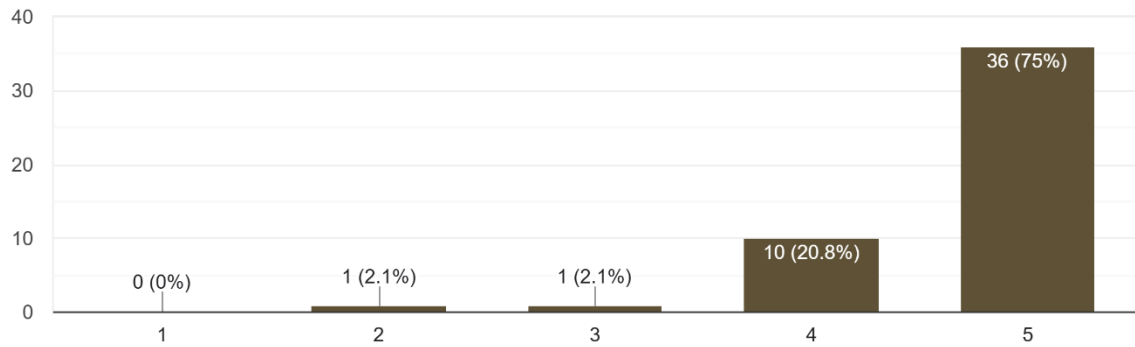
Figur 12 visar att 36 av respondenterna helt instämde (5) i påståendet att resan var underhållande, medan ytterligare 10 respondenter valde alternativ 4. Ingen respondent valde alternativ 1. Resultatet visar att en stor majoritet av deltagarna upplevde resan som underhållande, vilket bekräftas av den höga koncentrationen av svar i den övre delen av skalan.

Påståendet om estetiska aspekter visar ett liknande mönster. Resultaten i Figur 13 visar att 34 helt instämde (5), och 12 respondenter valde alternativ 4. Detta tyder på att resenärerna i hög grad uppskattade landskapen och arkitekturen som de stötte på under sin resa. Inga

respondenter valde alternativ 1 eller 2. De negativa svaren var ytterst få, resultaten visar att landskap, arkitektur och andra estetiska inslag uppskattades i hög grad av deltagarna.

I found Interrail to be an entertaining trip.

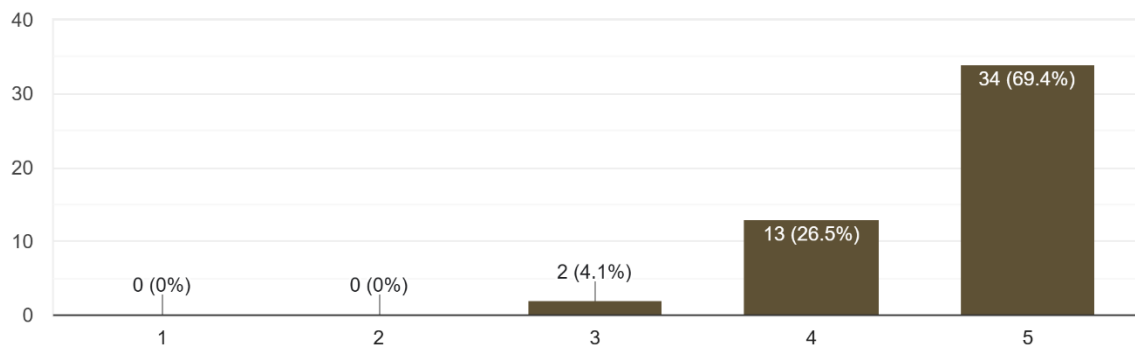
48 responses



Figur 12. Svarsfördelning på påståendet om resans underhållande aspekt. En majoritet av deltagarna instämde helt eller delvis i att deras Interrail-resa var underhållande.

I appreciated the aesthetic aspects, such as beautiful landscapes and architecture.

49 responses



Figur 13 Svarsfördelning på påståendet om de estetiska aspekterna under resan. En stor majoritet av respondenterna uppskattade de landskap och den arkitektur de mötte på sin Interrail-resa.

4.3.2 Kulturella och praktiska upplevelser

Nästa påstående undersökte ifall deltagarna kände att de lärde sig om andra kulturer under sin resa:

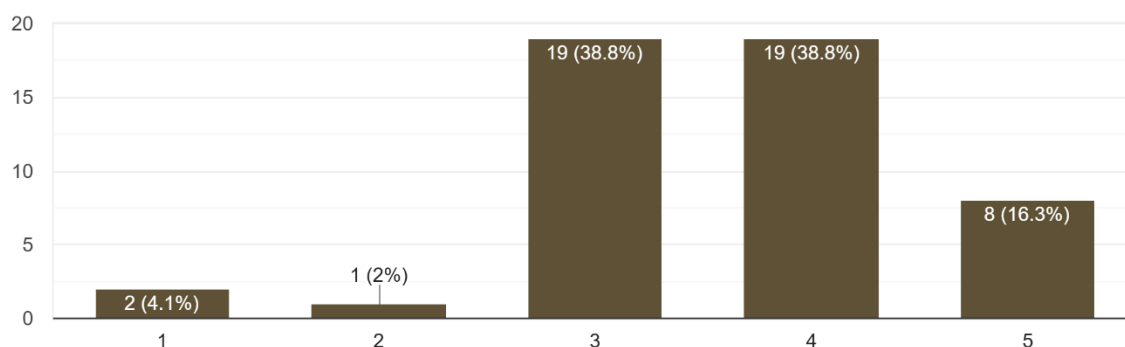
- ”Jag lärde mig mycket om andra kulturer under min resa”
- ”Jag deltog aktivt i planeringen av min resa”

Figur 14 visar att 8 av respondenterna helt instämde (5) i att de lärt sig mycket om andra kulturer, medan 19 respondenter valde alternativ 4 och 19 respondenter valde alternativ 3. Endast 2 respondenter valde alternativ 1 och 1 respondent valde alternativ 2. Resultaten visar att en majoritet av deltagarna i någon grad instämde i att resan bidrog till ökad kulturell förståelse.

Figur 15 visar fördelningen av svar på påståendet *"Jag deltog aktivt i planeringen av min resa"*. Av respondenterna valde 45 alternativ 5, 3 respondenter valde alternativ 4 och 1 respondent valde alternativ 3. Inga deltagare valde alternativ 2 eller 1. Resultaten visar att en stor majoritet av deltagarna uppgav att de varit mycket involverade i planeringen av sin Interrail-resa.

I learned a lot about other cultures during my trip.

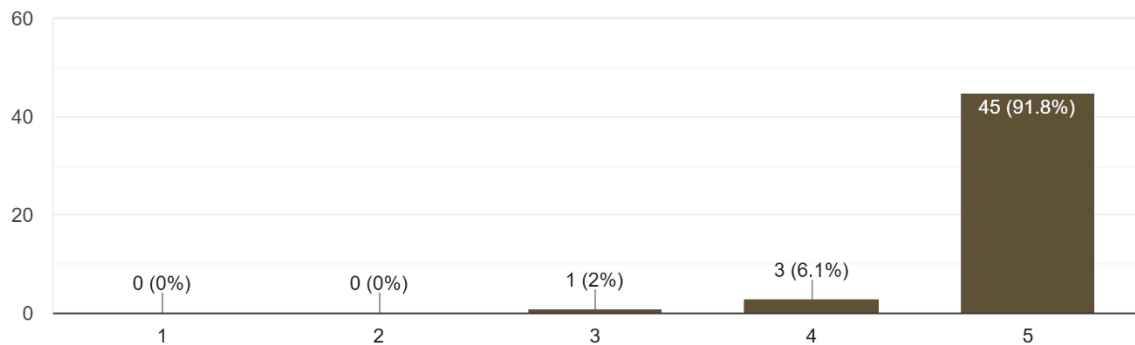
49 responses



Figur 14 Svarsfördelning på påståendet om lärande om andra kulturer. Majoriteten av deltagarna kände att de fått en ökad förståelse för andra kulturer under sin Interrail-resa.

I was actively involved in planning my trip

49 responses



Figur 15 Aktivt deltagande i planeringen av resan. Majoriteten av deltagarna var starkt involverade i planeringen av sin Interrail-resa.

4.4 Interrail som en livsstil

Det sista avsnittet i enkäten behandlade i vilken grad deltagarna upplevde Interrail som en del av sin livsstil. Fyra påståenden undersökte sociala kontakter, känslan av global tillhörighet, upplevelsen av stärkt självförtroende samt intresset att resa med Interrail igen.

Figur 16 visar svarsfördelningen på påståendet "*Jag skapade nya vänskaper under resan*". Totalt 18 av deltagarna valde alternativ 5 och 6 respondenter valde alternativ 4. Samtidigt angav 15 respondenter alternativ 1 och 5 respondenter alternativ 2, vilket visar att upplevelsen av att skapa vänskaper varierade mellan respondenterna.

Figur 17 visar svaren på påståendet "*Jag identifierar mig som en del av en global resandekultur*". Här angav 19 respondenter alternativ 5 och 10 respondenter alternativ 4. 7 respondenter valde alternativ 3, medan 8 respondenter valde alternativ 1 och 5 respondenter alternativ 2.

När det gäller påståendet "*Min Interrail-resa har stärkt mitt självförtroende*" (Figur 18), angav 20 respondenter det högsta instämmandet (5) och 17 respondenter valde alternativ 4. En mindre andel valde 3 (6 respondenter) och 2 (5 respondenter) medan endast en valde alternativ 1.

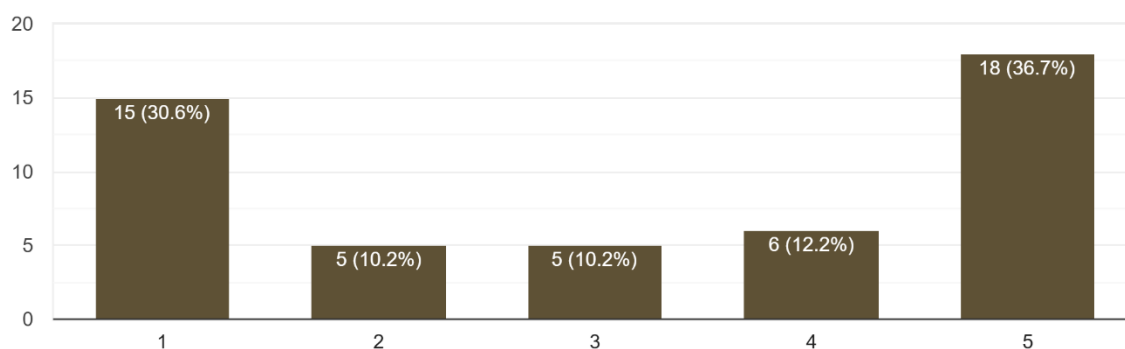
Figur 19 att 38 av deltagarna helt instämde (5) i att de planerar att resa med Interrail igen, och 11 respondenter valde alternativ 4. Inga respondenter valde alternativ 1, 2 eller 3.

Sammanfattningsvis visar resultaten att många av deltagarna i viss utsträckning associerade Interrail med livsstilsrelaterade aspekter som vänskap, identitet och framtida resplaner.

Respondenterna fick även ange hur sannolikt det är att de skulle rekommendera Interrail till en vän (Figur 20), resultatet visar ett tydligt positivt mönster: 38 av 44 deltagare svarade 5, vilket tyder på mycket hög rekommendationsvilja. Ytterligare 8 personer valde alternativet 4, medan endast 2 personer svarade 3 och en person svarade 2. Ingen av respondenterna valde 1. Detta tyder på att Interrail generellt upplevs som en positiv och minnesvärd reseform som deltagarna gärna rekommenderar till andra.

I made new friendships during the trip.

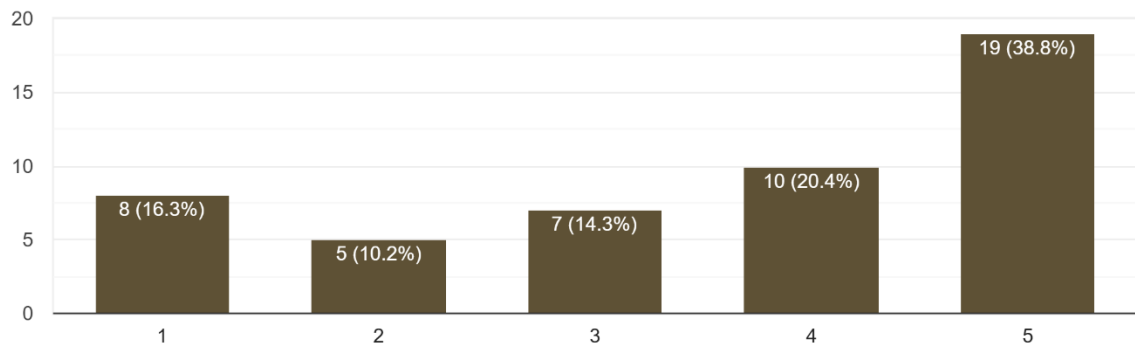
49 responses



Figur 16. Svartsfördelning på påståendet "Jag skapade nya vänskaper under resan".

I identify as part of a global travel culture.

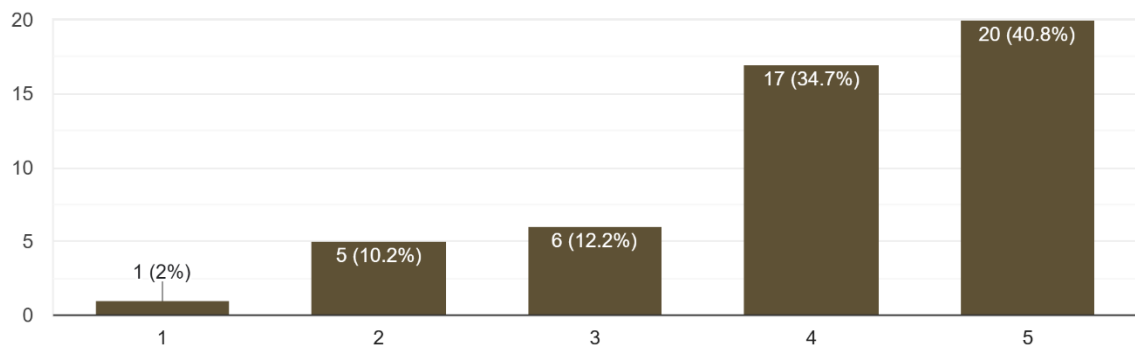
49 responses



Figur 17. Svarsfördelning på påståendet "Jag identifierar mig som en del av en global resandekultur".

My Interrail trip has boosted my self-confidence.

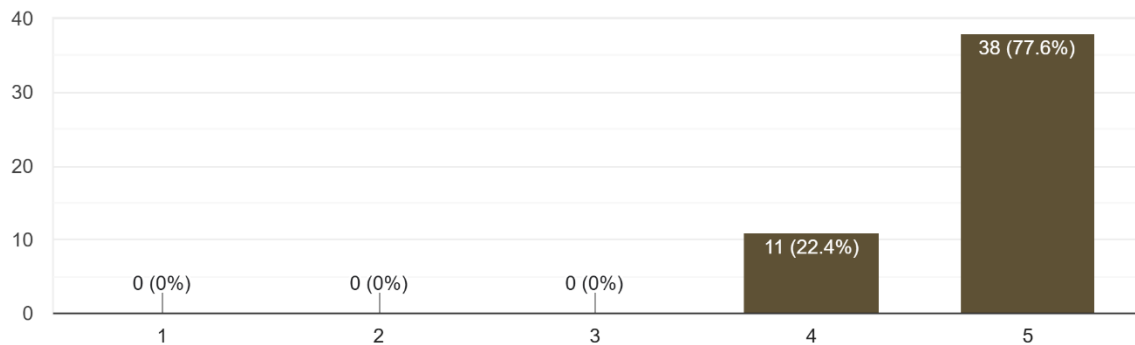
49 responses



Figur 18. Svarsfördelning på påståendet "Min Interrail-resa har stärkt mitt självförtroende".

I plan to travel with Interrail again in the future.

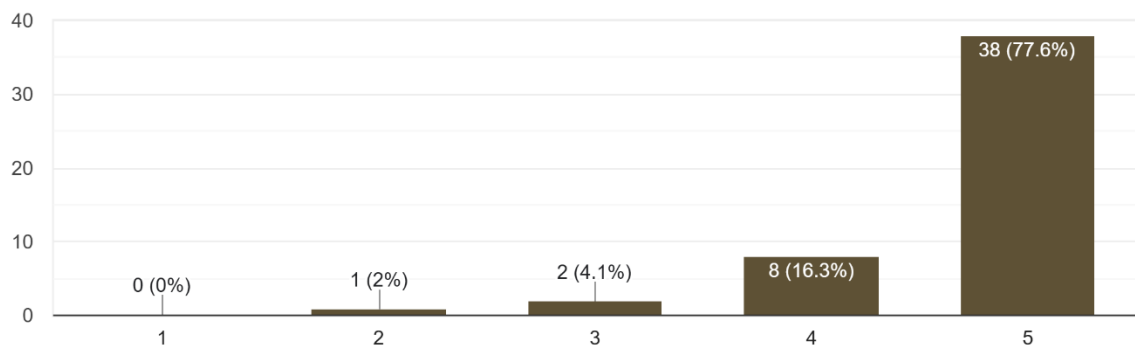
49 responses



Figur 19. Svarsfördelning på påståendet "Jag planerar att resa med Interrail igen i framtiden".

How likely are you to recommend Interrail to a friend?

49 responses



Figur 20. Sannolikhet att rekommendera Interrail till en vän

5 DISKUSSION

I detta kapitel diskuteras resultaten i relation till tidigare forskning, studiens syfte samt det teoretiska ramverket. Genom att koppla respondenternas upplevelser till relevant litteratur ges en fördjupad förståelse för hur unga vuxna motiveras att resa med Interrail, hur de upplever resan och i vilken utsträckning resan påverkar deras identitet och livsstil.

Resultaten visar att Interrail-resor för unga vuxna främst motiveras av en kombination av självutveckling, äventyr och praktiska faktorer som flexibilitet och prisvärdhet. Resan upplevs

ofta som en transformerande erfarenhet som bidrar till identitetsutveckling och i vissa fall blir en del av individens livsstil.

5.1 Respondenternas bakgrund

Resultatet visar att respondenterna begränsades till unga vuxna i åldern 18–30 år. Denna åldersgrupp befinner sig i en fas av identitetssökande, vilket gör dem särskilt mottagliga för de former av lärande och erfarenhet som Interrail erbjuder. Detta bekräftar tidigare forskning av Schmiers (2017) som visar att unga vuxna ofta söker erfarenheter utanför traditionella utbildningsramar för att forma sin personliga och sociala identitet.

Flera svar i studien (Figur 4) visade att respondenterna hade rest med Interrail vid upprepade tillfällen, vilket stödjer Nikjoo & Ketabis (2015) modell om pull-faktorer. Tidigare positiva erfarenheter från resor fungerar som en motivationsfaktor för att resa med Interrail igen, och dessa upplevelser kan även påverka beslut att rekommendera resan till andra (Figur 20). Genom att återkommande välja Interrail och dela sina erfarenheter med andra skapas en positiv feedback-loop som förstärker valet att resa med Interrail.

5.2 Motivation för att resa med Interrail

Studien visar att motivationen till Interrail-resor är mångsidig och att drivkrafterna ofta samverkar. Enkäten angav olika psykologiska, sociala och praktiska påståenden som påverkar beslutet att resa.

En motivationsfaktor för många respondenter var att uppleva frihet och spontanitet under resan, vilket framkom vid påståendet ”Att känna frihet och spontanitet var en viktig faktor i mitt beslut att resa med Interrail”. Friheten att själv välja resmål och spontanitet var viktig för många, vilket stämmer överens med Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000), som betonar vikten av autonomi i motivationsprocessen. Genom Interrail får resenärerna möjlighet att ta egna beslut och skapa sin egen upplevelse, vilket stärker känslan av autonomi och inre tillfredsställelse.

Respondenternas svar uttryckte att de valde Interrail för att “uppleva nya äventyr,” vilket återspeglar behovet av att söka nya, spännande upplevelser. Detta kan kopplas till Iso-Aholas

(1982) escape-seeking-teori, där resenärer söker både en paus från vardagens rutin (escape) och en möjlighet till personlig utveckling och utmaningar (seeking). Genom Interrail får de möjlighet att utforska nya platser, utmana sig själva och utvecklas på ett sätt som inte är möjligt i vardagen.

När det gäller personlig utveckling och självständighet visade svaren en större variation. Även om många respondenter instämde i att de ville "utmana sig själva och testa sin självständighet", fanns det en större spridning på svarsskalan jämfört med andra påståenden. Detta tyder på att självständighet inte var en lika universell drivkraft bland deltagarna. Detta kan delvis ifrågasätta hypoteser inom teorier som Self-Determination Theory, där självständighet ofta betraktas som ett centralt behov, och istället tyder på att behov som gemenskap, äventyr eller kulturella upplevelser i vissa fall är viktigare än självständighet när unga väljer att resa.

Studien visar att det främst var kombinationen av autonomi och äventyr som avgjorde valet att resa med Interrail.

5.2.1 Vardagspaus och praktiska motivationsfaktorer

En motivationsfaktor bland respondenterna var att ta en paus från vardagen. Stor andel respondenter uppgav att de valde Interrail för att ta en paus från vardagen, vilket överensstämmer med "push"-delen i Nikjoo & Ketabis (2015) modell, där individer söker sig bort från ex. stress eller vardagskrav. Samtidigt framkom att praktiska faktorer som kostnadseffektivitet och flexibilitet hade betydelse i valet att resa med Interrail. Respondenternas svar visade att de värdesätter möjligheten att kunna resa billigt och ha friheten att spontant ändra planer under resans gång, vilket kan ses som en "pull"-faktor, dvs. en attraktiv egenskap som Interrail kan erbjuda resenärer. Kombinationen av ett inre behov att fly vardagen och konkreta fördelar med Interrail visar hur både push- och pull-faktorer samverkar i beslutsprocessen att resa.

Här spelar även Self-Determination Theory en roll, när resenärer själva får styra över sin resa, uppleva frihet och göra egna val, ökar känslan av tillfredsställelse i upplevelsen. Denna självbestämda frihet tycks vara central i varför Interrail upplevs som ett särskilt givande sätt att resa. (Ryan & Deci, 2000).

5.3 Upplevelser under resan

Resultaten visar att Interrail-resan för många respondenter var en mycket positiv och berikande erfarenhet. Många svar tyder på känslor av frihet, äventyr och autonomi som centrala delar av upplevelsen, vilket stämmer väl överens med Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000).

5.3.1 Generella upplevelser av resan

Resultaten visar att majoriteten av respondenterna upplevde Interrail som både underhållande och visuellt tillfredsställande. Detta bekräftar Urrys (2002) syn på turism som starkt kopplad till nöje och visuell stimulans, det som kallas ”turistblick”. Enligt Urry söker turister efter det estetiskt tilltalande och det annorlunda i landskap, byggnader och kulturer. Detta emotionella engagemang verkar ha varit en central del av Interrail resan för många deltagare.

Utifrån Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000) kan dessa positiva upplevelser även kopplas till inre motivation. När resan upplevs som rolig och visuellt stimulerande ökar den personliga tillfredsställelsen, vilket stärker resandets betydelse som identitetsskapande och meningsfullt.

Att inga respondenter gav låga betyg på dessa aspekter visar hur viktig underhållning och estetik är för reseupplevelsen och stärker bilden av Interrail som en reseform där sinnesintryck och känslomässigt engagemang står i centrum.

5.3.2 Kulturella och praktiska upplevelser

Resultaten från enkäten visar att nästan alla respondenter aktivt deltog i planeringen av sin resa, vilket återspeglar en hög grad av engagemang och självbestämmande. Att nästan alla deltagare själva planerade sin resa tyder på ett högt mått av autonomi, vilket enligt Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000) är avgörande för att uppleva meningsfullhet. Samtidigt visar det hur dagens turister inte bara konsumerar upplevelser, utan också skapar dem aktivt genom sina val, ett perspektiv som också finns i Urrys (Urry, 2002) teori om ”turistblick”. Resenärer tar inte bara passivt in sin omgivning utan också aktivt tolkar sina upplevelser genom socialt och kulturellt formade filter. Genom att själv forma sin resa får individer möjlighet att skapa en mer personlig och engagerad upplevelse, vilket i sin tur främjar lärande och självreflektion.

Vidare visade resultaten att en majoritet av respondenterna instämde i någon grad att deras resa bidrog till ökad kulturell förståelse. Detta bekräftar tidigare forskning om turismens roll som en källa till informellt lärande (Schmiers, 2017). Genom att resa till nya destinationer och interagera med olika kulturer får individer en möjlighet att utmana sina förutfattade tankar och utveckla nya perspektiv. Resenären deltar inte bara i resan fysiskt, utan också i en kognitiv och social process som främjar en ökad förståelse för andra kulturer och livsstilar.

Sammanfattningsvis visade respondenterna en stark koppling till både kulturella och praktiska upplevelser under sin Interrail-resa, där resan inte bara handlade om att vistas på nya platser utan också om att aktivt delta i lärande och reflektion, både om andra kulturer och om sig själva.

5.4 Interrail som en livsstil

Resultaten visar att resandet ofta leder till positiva, långvariga förändringar. Flera respondenter tyckte att Interrail stärkte deras självförtroende och i viss mån även deras sociala förmågor. Påståenden som "Min Interrail-resa har stärkt mitt självförtroende" reflekterar denna aspekt av resan som en utvecklingsprocess. Däremot var upplevelsen av att skapa nya vänskaper mer varierad bland deltagarna, vilket indikerar att denna aspekt i högre grad påverkas av individuella resmönster och sociala sammanhang.

Det handlar inte bara om att ta en paus från vardagen, utan att genom resandet skapa personlig identitet. Flera respondenter upplevde att deras Interrail-resa hjälpte dem att känna sig som en del av en större global gemenskap. Detta bekräftas genom påståenden som "Jag identifierar mig som en del av en global resandekultur", vilket visar på en kulturell och social identifikation som ofta växer genom upprepade resor.

Detta leder också till en framtida engagemang i resandet, där många respondenter uttryckte en vilja att resa med Interrail igen, vilket betonar att upplevelsen för många inte bara är en engångshändelse utan ett återkommande inslag i deras livsstil. Starka samtycket med påståendet "Jag planerar att resa med Interrail igen i framtiden", bekräftar Stebbins' (2016) begrepp om serious leisure, där aktiviteter som resande blivit viktig i resenärens liv.

5.5 Metoddiskussion

Den valda metoden, en enkätundersökning baserad på påståenden med svar på en Likert-skala, visade sig vara en praktisk metod för att samla in data från Interrail-resenärer. Enkäten distribuerades via Interrail-relaterade grupper på Reddit och Facebook, vilket gjorde det möjligt att nå ut till en målgrupp som passade studiens syfte.

Datainsamlingen fungerade i huvudsak enligt plan. Totalt deltog 59 personer i studien, varav 49 svar bedömdes som användbara i den slutliga analysen. Trots en relativt liten svarmängd gav materialet värdefulla insikter i resenärernas motivationer och upplevelser. Den begränsade storleken på urvalet innebär dock att resultaten måste tolkas med försiktighet och att några definitiva slutsatser inte kan dras.

Respondenterna visade generellt ett gott samarbetsvilligt beteende och tycktes besvara frågorna på ett genomtänkt och seriöst sätt. Eftersom datainsamlingen skedde via självskattning i en enkät finns dock alltid en risk att vissa svar påverkats av social önskvärdhet, det vill säga att respondenter väljer svar som uppfattas som mer accepterade. Denna risk bedöms dock vara något reducerad eftersom enkäten genomfördes anonymt, vilket kan ha uppmuntrat till ärligare och mer autentiska svar.

Valet av metod var i linje med studiens syfte att identifiera övergripande trender och mönster i Interrail-resenärers motivation och upplevelser. Enkäten möjliggjorde en effektiv och strukturerad datainsamling. Dock hade en kompletterande metod, exempelvis kvalitativa intervjuer, kunnat ge en djupare förståelse av vissa teman som enkäten endast berörde på en yttlig nivå.

Studiens reliabilitet bedöms som relativt god, då enkätens påståenden formulerades tydligt och kopplades direkt till forskningsfrågorna och den teoretiska referensramen. Validiteten påverkas dock av det lilla urvalet och det faktum att endast individer aktiva på vissa sociala medieplattformar nåddes. Detta innebär att resultatens generaliserbarhet till hela populationen av Interrail-resenärer är begränsad.

Sammanfattningsvis var enkätmetoden ändamålsenlig för att samla in relevant data till studien, men urvalets begränsningar och antalet svar innebär att resultaten måste ses som indikativa snarare än definitiva.

6 SLUTSATSER

Syftet med denna studie var att undersöka unga vuxnas motivationer för att resa med Interrail, de upplevelser de har under resan och hur dessa resor påverkar deras identitet och livsstil. Studien fokuserade på att förstå de psykologiska, sociala och praktiska faktorer som motiverar individer att resa med Interrail, samt att analysera upplevelser och långsiktiga effekter av dessa resor på individens personliga utveckling.

Resultaten visar att resandet med Interrail för unga vuxna inte endast handlar om att besöka och upptäcka nya platser, utan om att uppnå personlig utveckling och skapa meningsfulla upplevelser. Respondenterna motiverades främst av en kombination av behovet av självutveckling, äventyrlust och praktiska faktorer som flexibilitet och kostnadseffektivitet. En central del av resandet var känslan av frihet och autonomi, vilket kan förstås i ljuset av motivationspsykologiska teorier, särskilt Self-Determination Theory (Ryan & Deci, 2000). Många resenärer upplevde också att Interrail inte bara var en semester, utan en transformerande upplevelse som stärkte deras självförtroende och identitet.

Studien bekräftar tidigare forskning som visar att unga vuxna ofta söker upplevelser som bidrar till personlig och social identitet, vilket stöds av Schmiers (2017) forskning om att unga vuxna söker erfarenheter utanför traditionella utbildningsramar för att forma sin identitet. Dessutom visade resultaten att resandet med Interrail kan bli en del av individens livsstil, där det inte bara är en enstaka upplevelse utan en återkommande aktivitet som stärker deras koppling till en global gemenskap och personlig utveckling. Detta förhållandevis unika sätt att uppleva resande stämmer med Stebbins' (2016) koncept om serious leisure, där aktiviteter som resande blir centrala för individens livsnarrativ.

Sammanfattningsvis visar studien att resandet med Interrail fungerar som en process för personlig utveckling och identitetsskapande hos unga vuxna. Resan framstår inte endast som en tillfällig paus från vardagen, utan som en aktiv form av långsiktig självutveckling. Interrail kan därmed ses som en viktig komponent i unga vuxnas livsstilsutveckling och globala tillhörighetskänsla.

6.1 Studiens begränsningar

Trots att enkäten gav värdefulla insikter, finns det vissa begränsningar i studiens design. En av de största begränsningarna var det relativt lilla urvalet på 59 deltagare, vilket innebär att resultaten inte är helt generaliserbara till hela populationen av Interrail-resenärer. Dessutom var respondenterna primärt aktiva på sociala medier, vilket kan ha påverkat urvalet och resultaten.

En annan begränsning är metodvalet. Enkäten med fasta svarsalternativ, huvudsakligen i form av Likert-skalar, möjliggjorde inte en djupare kvalitativ förståelse av resenärernas personliga upplevelser. Kvalitativa metoder, såsom intervjuer, hade kunnat ge mer nyanserade och djupgående insikter om emotionella och subjektiva aspekter av Interrail-resandet.

6.2 Förslag till vidare undersökningar

Framtida forskning skulle kunna bygga vidare på denna studie genom att inkludera fler deltagare från olika bakgrunder för att få en bredare och mer representativ bild av Interrail-resenärer. Kvalitativa metoder, exempelvis djupintervjuer eller fokusgrupper, skulle också kunna användas för att fördjupa förståelsen av de emotionella och personliga aspekterna av resandet. Dessutom skulle en longitudinell studie kunna ge insikter i hur dessa upplevelser påverkar individer på lång sikt, exempelvis genom att följa upp resenärer ett antal år efter deras Interrail-resa för att se om och hur resan har påverkat deras livsstil och identitet över tid.

Källor

- Bell, Judith. (2010). *Doing your research project : a guide for first-time researchers in education, health and social science*. McGraw-Hill Open University Press.
- Bergstrom, N. (2021, april 19). *How the Rise of Experience Tourism is Changing Travel*. TravelOffPath. <https://www.traveloffpath.com/how-the-rise-of-experience-tourism-is-changing-travel/>
- Booking.com. (2019, september 25). *Gen Z and the Future of Sustainable Travel*. Booking.com News. <https://news.booking.com/gen-z-and-the-future-of-sustainable-travel>
- Boström, S., Dimovski, B., Duthoit, A., & Nilsson, J. H. (2008). *Creating Traveller Experiences-Travellers' Perspective-Masters thesis, spring 2008* [Master's Thesis]. Lunds universitet.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Chen, G., & Huang, S. S. (2017). Toward a theory of backpacker personal development: Cross-cultural validation of the BPD scale. *Tourism Management*, 59, 630–639. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.09.017>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Den Boer, A. (2017). *45 years of InterRail posters and advertising*. Retours. <https://retours.eu/en/43-interrail-posters/>
- Denscombe, M. (2010). *The Good Research Guide: For Small-scale Social Research Projects*. McGraw-Hill Education.
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Eurostat Statistic. (2023, november). *Railway passenger transport statistics-quarterly and annual data Statistics Explained*. Eurostat. <https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/>
- Gardner, N., & Kries, S. (2012, juli 16). *Europe by Rail | Freedom to roam: 40 years of InterRail*. <https://www.europebyrail.eu/freedom-to-roam-forty-years-of-interrail/>
- Guiver, J. (2013). Debate: Can sustainable tourism include flying? *Tourism Management Perspectives*, 6, 65–67. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/J.TMP.2012.10.005>
- Hergesell, A., & Dickinger, A. (2013). Environmentally friendly holiday transport mode choices among students: The role of price, time and convenience. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(4), 596–613. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.785555>
- Hibbert, J. F., Dickinson, J. E., Gössling, S., & Curtin, S. (2013). Identity and tourism mobility: An exploration of the attitude-behaviour gap. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(7), 999–1016. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.826232>
- Interrail.eu. (u.å.). *Travel through Europe by Train | 33 Countries with 1 Rail Pass*. Interrail Official Website. <https://www.interrail.eu/en>
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256–262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)
- Källberg, S., & Ryman, L. (2018). *Kan Interrail få en comeback? - En undersökning om ungdomars attityder och intresse för Interrail* [Master's thesis]. Södertörns högskola.
- Manka, M. (2022). Interrail youth travel (re)producing communities of belonging—memories of Finnish travellers 1972–1991. *Journal of Tourism History*, 14(2), 215–237. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2022.2065366>

- Nikjoo, A. H., & Ketabi, M. (2015). The role of push and pull factors in the way tourists choose their destination. *Anatolia*, 26(4), 588–597. <https://doi.org/10.1080/13032917.2015.1041145>
- Nilsson, E. (2023). *Tåget är halva berättelsen*. Södertörns högskola.
- Noy, C. (2004). This trip really changed me: Backpackers' narratives of self-change. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 78–102. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2003.08.004>
- Rodrigue, J. P. (2024). The geography of transport systems. *The Geography of Transport Systems*, 1–402. <https://doi.org/10.4324/9781003343196>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Schmiers, T. (2017). *Getting Europe back on Track? Learning Experiences during Interrail and how a free Interrail Ticket could foster Global Citizenship* [Master's thesis]. Uppsala Universitet.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2018). *Generation Z: A Century in the Making*. Taylor & Francis.
- Stebbins, R. (2016). *Serious Leisure: A Perspective for Our Time (paperback edition)*. Transaction Publishers. <https://www.researchgate.net/publication/279449202>
- Stebbins, R. A. (1982). Serious leisure: A Conceptual Statement. *Sociological Perspectives*, 25(2), 251–272. <https://doi.org/10.2307/1388726>
- Street, F. (2022, maj 25). *How the Interrail pass revolutionized European train travel | CNN*. CNN Travel. <https://edition.cnn.com/travel/article/european-interrail-pass-50-year-history/index.html>
- FasterCapital. (2023). *Travel and Tourism: The Growth Potential of Travel and Tourism Industries*. FasterCapital. <https://fastercapital.com/content/Travel-and-Tourism--The-Growth-Potential-of-Travel-and-Tourism-Industries.html>
- TRO. (2023, juni 8). *Popular Travel Trends by Decade*. Travel Research Online. <https://www.travelresearchonline.com/blog/index.php/2023/06/popular-travel-trends-by-decade/>
- Urry, John. (2002). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies* (2nd ed.). SAGE Publications Ltd.
- Wood, S. (2013). *Generation Z as Consumers: Trends and Innovation*.

Bilagor

Bilaga 1. Enkätfrågor (svenska versionen)

Demografiska frågor

Vilket kön identifierar du dig som?

- Man
- Kvinna
- Icke-binär
- Annat
- Föredrar att inte svara

Vilket land bor du i för närvarande?

Your answer _____

Vad är ditt modersmål?

Your answer _____

Hur gammal är du?

- 18–20 år
- 21–23 år
- 24–26 år
- 27–30 år
- 31 år eller äldre

Har du rest med Interrail?

Hur många gånger har du rest med Interrail?

- Aldrig rest med Interrail
- 1
- 2-3
- 4 eller fler

Vilket år reste du senast med Interrail?

Your answer _____

Motivation för att resa med Interrail

Vad motiverade dig mest att välja Interrail?

Jag ville resa på ett kostnadseffektivt sätt.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag valde Interrail eftersom det är ett flexibelt sätt att resa.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Att känna frihet och spontanitet var en viktig faktor i mitt beslut att resa med Interrail.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag valde Interrail för att ta en paus från vardagen.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag valde Interrail för att uppleva nya äventyr.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag ville utmana mig själv och testa min självständighet.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Upplevelser under resan

Hur upplevde du din Interrail-resa?

Jag upplevde Interrail som en underhållande resa.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag uppskattade de estetiska aspekterna, som vackra landskap och arkitektur.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag lärde mig mycket om andra kulturer under min resa.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag deltog aktivt i planeringen av min resa.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag kände mig trygg under resan.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Interrail som en livsstil

Hur påverkade Interrail din identitet och sociala upplevelse?

Jag skapade nya vänskaper under resan.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag identifierar mig som en del av en global resandekultur.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Min Interrail-resa har stärkt mitt självförtroende

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt

Jag planerar att resa med Interrail igen i framtiden.

	1	2	3	4	5	
Instämmer inte alls	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Instämmer helt



Hur sannolikt är det att du skulle rekommendera Interrail till en vän?

	1	2	3	4	5	
Inte alls sannolikt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Mycket sannolikt

Bilaga 2. Enkätfrågor (engelska, översatt)

Demographic

How do you identify?

- Man
- Woman
- Non-binary
- Other
- Prefer not to answer

Which country do you currently live in?

Your answer _____

What is your native language?

Your answer _____

How old are you? *

- 18-20
- 21-23
- 24-26
- 27-30
- 31 or older

Have you traveled with Interrail?

How many times have you traveled with Interrail? *

- I have never traveled with Interrail
- 1
- 2-3
- 4 or more

What year did you last travel with Interrail?

Your answer _____

Motivation for traveling with Interrail

What motivated you the most to choose Interrail?

I wanted to travel in a cost-effective way.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I chose Interrail because it is a flexible way to travel.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

Feeling freedom and spontaneity was an important factor in my decision to travel with Interrail.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I chose Interrail to take a break from everyday life.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I chose Interrail to experience new adventures.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I wanted to challenge myself and test my independence.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

Experiences during the trip

How did you experience your Interrail trip?

I found Interrail to be an entertaining trip.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I appreciated the aesthetic aspects, such as beautiful landscapes and architecture.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I learned a lot about other cultures during my trip.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I was actively involved in planning my trip

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I felt safe during the trip.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

Interrail as a lifestyle

How did Interrail affect your identity and social experience?

I made new friendships during the trip.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I identify as part of a global travel culture.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

My Interrail trip has boosted my self-confidence.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

I plan to travel with Interrail again in the future.

	1	2	3	4	5	
Strongly disagree	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Strongly agree

How likely are you to recommend Interrail to a friend?

	1	2	3	4	5	
Not at all likely	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Very likely