

# ***Danish Homosexual Men in a Tourism Context***



***– An Empirical Study of Holiday Preferences and Motivations  
of Danish Homosexual Men and Homosexual Identity Construction  
through Tourism Consumption***

Tourism,  
Aalborg University  
June 2008



# ***Danish Homosexual Men in a Tourism Context***

*– An Empirical Study of Holiday Preferences and Motivations of  
Danish Homosexual Men and Homosexual Identity Construction  
through Tourism Consumption*

Master's Thesis

Tourism,

Aalborg University

June 2008

Supervisor: Anette Therkelsen

---

Anita Thomsen

Number of keystrokes: 189,106

Normal pages: 78.8



## PREFACE

---

In this preface, I would like to thank my supervisor, Anette Therkelsen, for her guidance and inspiration in the genesis of this thesis. Furthermore, I would like to thank GayNord, Pink Viking Adventures and Pride Radio Jylland for their help in the search for homosexual men who would participate in the interviews and for linking to the questionnaire survey on their respective websites. Last but not least, I would like to thank the homosexual men who have participated in the interviews and the questionnaire survey, which combined constitute the empirical data in this study.

---

**Anita Thomsen**



## ABSTRACT

---

During recent years, the focus on homosexual tourists has been, and still is, increasing, which is a result of the tourism industry's pursuit of the so-called Pink Dollar. Homosexual men are in particular interesting seeing as they apparently have a higher purchasing power than their lesbian and heterosexual counterparts. Also Danish homosexual men experience this increasing attention, however, the field of Danish homosexual men in a tourism context, thus far, seemingly is an unexplored field of study meaning that the tourism industry knows little, or perhaps nothing, about these men.

This thesis is partly a theoretical and partly an empirical study of the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men, and the role of holiday consumption in the creation of a homosexual identity. The purpose of the thesis is to generate knowledge that can be used by Danish tourism actors in their pursuit of Danish homosexual men.

Both qualitative and quantitative data constitute the empirical data that will be used in the study – interviews with five Danish homosexual men and a questionnaire survey, respectively.

The results of the analysis show that Danish homosexual men have more holiday preferences and that they share some preferences, whereas they do not share others. For instance, a vast majority of the participants in the study prefer to holiday in big European cities such as Berlin, London, Paris and Amsterdam, while only few of them prefer active holidays. Additionally, the analysis shows that the holiday motivations of Danish homosexual men vary according to the type and purpose of the holiday; the destination; and according to who the men travel with. Consequently, it is difficult to make some conclusive statements about the holiday motivations of Danish homosexual men. Regarding what role tourism consumption play in the construction of a homosexual identity the findings in the analysis indicate that the men mainly use holidays with the purpose of identifying with certain groups of people, while they simultaneously differentiate themselves from other groups. It is important to notice though that this is only an indication seeing as it is based on the narratives of merely five Danish homosexual men. Lastly, it can be concluded that Danish homosexual men are just as diverse as heterosexual men and consequently they do not constitute a homogenous market segment.





## **TABLE OF CONTENTS**

<b>CHAPTER 1 – INTRODUCTION</b>	<b>1</b>
1.1 PROBLEM FORMULATION	5
1.2 STRUCTURE OF THE THESIS	5
<b>CHAPTER 2 – METHODOLOGY</b>	<b>7</b>
2.1 A HERMENEUTIC METHODOLOGY	8
2.2 CHOICE OF EXAMINATION DESIGN	10
2.3 QUALITATIVE RESEARCH INTERVIEWS	11
2.4 LIMITATIONS TO QUALITATIVE INTERVIEWS	12
2.5 THEMATIC ANALYSIS	13
2.6 INTERVIEW SAMPLE	13
2.6.1 EXPERT INTERVIEWEE	14
2.6.2 DANISH HOMOSEXUAL MEN INTERVIEWEES	14
2.7 QUANTITATIVE QUESTIONNAIRES	15
2.8 COMPILATION OF EMPIRICAL DATA	17
2.9 RELIABILITY, VALIDITY AND GENERALISABILITY	18
2.10 THEORETICAL APPROACHES TO THE THESIS	21
<b>CHAPTER 3 – BACKGROUND</b>	<b>23</b>
3.1 HOMOSEXUALITY – ITS NATURE AND CHARACTERISTICS	23
3.1.1 THE ESSENTIALIST VIEW ON HOMOSEXUALITY	23
3.1.2 THE CONSTRUCTIONIST VIEW ON HOMOSEXUALITY	24
3.2 A HISTORICAL PERSPECTIVE ON HOMOSEXUALITY	25
3.3 A HISTORICAL PERSPECTIVE ON HOMOSEXUAL TOURISM	27
<b>CHAPTER 4 – THEORY</b>	<b>31</b>
4.1 CONSUMPTION AND IDENTITY CONSTRUCTION	31

<b>4.2 IDENTITY CONSTRUCTION THROUGH TOURISM CONSUMPTION</b>	<b>34</b>
<b>4.3 HOMOSEXUAL IDENTITY CONSTRUCTION THROUGH TOURISM CONSUMPTION</b>	<b>36</b>
<b>4.4 A HOMOSEXUAL MARKET SEGMENT?</b>	<b>38</b>
<b>4.5 HOLIDAY MOTIVATIONS OF HOMOSEXUAL PEOPLE</b>	<b>42</b>
4.5.1 MARRIAGE AND PARTNERSHIPS	43
4.5.2 CIRCUIT PARTIES	44
4.5.3 PARADES AND FESTIVALS	44
4.5.4 SEX	46
<b>4.6 HOLIDAY PREFERENCES OF BRITISH HOMOSEXUAL MEN</b>	<b>47</b>

## **CHAPTER 5 – INTRODUCTION TO THE ANALYSIS** **51**

<b>5.1 INDIVIDUAL PROFILES OF THE INTERVIEWEES</b>	<b>51</b>
<b>5.2 CHARACTERISTICS OF THE QUESTIONNAIRE RESPONDENTS</b>	<b>54</b>

## **CHAPTER 6 – ANALYSIS** **57**

<b>6.1 IDENTIFICATION OF THEMES</b>	<b>57</b>
<b>6.2 HOLIDAY PREFERENCES AND MOTIVATION</b>	<b>57</b>
<b>6.3 HOMOSEXUAL ENVIRONMENTS ON HOLIDAYS</b>	<b>63</b>
<b>6.4 HOLIDAYING AND SEXUALITY</b>	<b>64</b>
<b>6.5 TYPICAL HOMOSEXUAL DESTINATIONS</b>	<b>65</b>
<b>6.6 IDENTITY CONSTRUCTION</b>	<b>66</b>
<b>6.7 HOLIDAY PREFERENCES OF DANISH AND BRITISH HOMOSEXUAL MEN</b>	<b>69</b>

## **CHAPTER 7 – CONCLUSION** **73**

## **CHAPTER 8 – IMPLICATIONS FOR FURTHER RESEARCH** **77**

### **BIBLIOGRAPHY**

### **LIST OF APPENDIX**

### **APPENDIX**

## CHAPTER 1 – INTRODUCTION

---

Concurrently with the rising globalisation, which, among other things, means easier access to even remote places and reduced travel costs, the tourism industry is in growth. With an increase in the number of International tourism arrivals on 5.4 percent over the year of 2005 the industry recorded a third year of sustainable growth [WTO 2007: 1]. Additionally, the UNWTO<sup>1</sup> estimates that the worldwide profits from international tourism in 2006 increased with US\$ 57 billion bringing it to a total of approximately US\$ 733 billion [WTO 2007: 3].

The fact that the tourism industry is such a lucrative industry and because of the rising globalisation more and more destinations are emerging on the market and thus the competition for tourists has increased significantly. Along with the continuously growing number of tourism destinations the need for differentiation among the destinations has emerged [Månsson & Østrup 2007: 1]. In the differentiation effort many tourism destinations have resorted to branding [Therkelsen 2006: 2], which is a phenomenon adopted from the commercial industry where it has been used for decades as a marketing measure by which extra value can be added to otherwise generic products – values that go beyond the functionality of specific products.

In the pursuit of the profitable tourists more and more tourist destinations have started to brand themselves as being homosexual-friendly destinations [Pritchard *et al.* 1998: 276], which means that they are welcoming and tolerating homosexuals and their lifestyles. These are destinations such as Copenhagen, Sydney, Amsterdam and Gran Canarias. A reason why destinations have started to appeal openly to the homosexual segment might be due to the fact that there in the Western world seems to have been a shift in attitudes towards homosexuality in recent years. Concurrently with the development of more homosexual-friendly tourism destinations, the homosexual segment has become more visible in the tourism context and today homosexual tourism is seen as being a viable niche market [Pritchard *et al.* 1998: 276]. However, it might also be due to the homosexual lifestyle, especially the lifestyles of homosexual men living in relationships with other men. The reason for this might be because of the division of leader positions in today's society where it is a known fact that a

---

<sup>1</sup> United Nations World Tourism Organisation

vast majority of top positions are possessed by men who correspondingly have higher incomes than women. Consequently, two men living in a relationship combined have a higher disposable income than a heterosexual couple has [<http://www.lbl.dk/nyheder/arkiv/2001/august/artikel/boessers-forbrugsmoenster-under-lup.html>]. Furthermore, few homosexual men who are living in a relationship with another man have children, which means that not only can these men spend their money on themselves, they also have more discretionary time which can be spend on travelling for instance. In relation to market segmentation, which is a measure that has been used by marketers for decades to divide an overall market into smaller relatively homogeneous sub-groups in which people share some common characteristics and/or behavioural patterns [Weaver & Lawton 2002: 176], this means that sexual orientation also can be used as a market segmentation criteria.

Just like heterosexual people homosexuals have a long history of travelling. However, homosexual travel was ignored by the tourism industry for years and was hardly visible or advertised [Weaver & Lawton 2002: 182]. This was, according to Lück<sup>2</sup>, due to the Western society's view on homosexuals, which caused tourism actors to fear boycotts from the rest of their clientele along with the possibility of negative connotations and images [Lück 2005: 3]. But as a consequence of the liberalisation of sexual attitudes which occurred in the Western world in the 1980s [Weaver & Lawton 2002: 182], the homosexual segment has become more and more visible in the tourism industry and as various tourism actors became aware of the formidable purchasing power of homosexual people the industry began an actual pursuit of this specific segment during the 1990s [Weaver & Lawton 2002: 182], and today homosexual tourism constitutes a lucrative niche market [Clift & Forrest 1999: 615].

The purchasing power of homosexuals is known as the Pink Pound or the Pink Dollar and is by many recognised as being **"... much higher than average purchasing power"** [Lawton & Weaver 2006: 417]. Also Roth<sup>3</sup> & Luongo<sup>4</sup> have recognised this and state that **"... gay men usually have a higher disposable income and are more willing to spend money on branded products, than the average citizen"** [Roth & Luongo in Lück 2005: 3ff]. Tourism destinations can benefit greatly from the fact that homosexual men possesses some degree of brand loyalty if the destinations are able to create and manage strong brands that appeal to this specific market segment. Many tourism actors

---

<sup>2</sup> Ph.D. student at Brock University, Canada

<sup>3</sup> President of Community Marketing, Inc. San Francisco, USA

<sup>4</sup> Freelance writer, editor and photographer

including destinations, travel agents and tour operators among others have recognised this, which can be seen from the increasing focus on the homosexual segment and the emergence of more and more homosexual-friendly destinations. Ivy<sup>5</sup> states that the segment of homosexuals is **“one of the fastest growing niche markets in the international travel industry”** [Ivy 2001: 338], which is substantiated as homosexual travel is **“increasing at, or above, the rate of mainstream travel”** [Wood 1999: 110]. From this it becomes evident that the niche market of homosexual tourism is worth focusing on seeing as it can be very profitable for tourism actors if they ‘win’ these customers.

Gay spaces, which are perceived as the **“physical manifestation of gay community”** [Hindle in Hughes 2002: 299], consist of bars, clubs, restaurants, cafes, shops, residences and public spaces all usually gathered in spatially discrete concentrations [Hughes 2002: 299]. However, these gay spaces are limited and often located in larger cities and consequently the fulfilment and achievement of a homosexual identity involves travelling to unfamiliar places [Hughes 2002: 299]. This means that holidays might play a central role in the construction of a homosexual identity, which is substantiated by Hughes<sup>6</sup> who states that homosexual holidays **“are likely to make a very significant contribution to the creation and validation of identity for many gay men”** [Hughes in Clift & Forrest 1999: 616]. Because holidays present the opportunity for constructing a homosexual identity they may have large impact on the consumption of holidays among homosexual people – homosexual men consume holidays with the purpose of indicating to the surrounding world who he is, but also in order to construct a social identity, which makes him feel like he belongs to a group.

Despite the liberalisation of sexual attitudes in the Western world and thereby an increasingly acceptance of homosexuals there are still those who oppose this kind of sexuality and consequently some homosexuals are still exposed to hate crimes and the like. Thus, the possibility of travelling to unfamiliar areas that have gay spaces and which are homosexual-friendly and where one thereby can be open about one’s sexuality and mingle with other people who also are homosexuals might serve as great travelling motivations among this specific segment. Casual and anonymous sex has also been suggested as a holiday motivation of homosexuals [Hughes 2002: 299]. Some studies show that the homosexual segment travels for the same reasons as the heterosexual segment [Clift & Forrest 1999: 622], but conversely other studies show that there are some motivations that are particularly important to the homosexual segment [Hughes 2002: 301]. These are the motivations of being able

---

<sup>5</sup> Dr. at Florida Atlantic University’s Department of Geosciences

<sup>6</sup> Professor of Tourism Management at Manchester Metropolitan University

to 'escape' and the need for 'safety' [Hughes 2002: 300]. This discrepancy between the studies of holiday motivations of homosexuals serves as a problem for actors in the tourism industry who are interested in attracting this segment seeing as it is difficult for the tourism actors to know which study present the most accurate holiday motivations of homosexuals. This is a great problem for the tourism actors because it makes the planning of strategies on how to attract the homosexual segment more difficult.

In my research on the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men I have not been able to find any studies that are concerned with this subject, which might mean that there is a great lack in knowledge about this specific subject or just that this knowledge has not been documented. Consequently, Danish tourism actors interested in attracting the homosexual segment only have studies that focus on the holiday motivations of foreign homosexuals to lean against in their planning strategies if they do not have the resources to conduct their own studies on Danish homosexuals. However, Danish homosexuals do not necessarily go on holiday for the same reasons as homosexuals from other countries do and thus it will be illogical and precarious to base strategies on the foundation of studies dealing with foreign homosexuals. With the purpose of finding out whether Danish homosexual men travel for the same reasons as foreign homosexuals do, I will make an empirical study on the holiday motivations of Danish homosexual men, which I will compare to the findings from a study conducted on the holiday motivations of British homosexual men.

In this thesis I will restrict myself to focus on Danish homosexual men, which is partly due to the time and space frameworks of the thesis but also because little research has been done on the subject of lesbians in a tourism context and consequently little has been written on the subject. According to Hughes, the lack of market research on lesbian women in a tourism context is, among other things, due to the low number of lesbians who actually respond to the surveys being conducted, nevertheless, it is also due to a general lack of interest from market researchers who perceive the lesbian segment as being less economically powerful than the segment of homosexual men, which means that the lesbian segment is less worth pursuing [Hughes 2006: 18]. The lack of knowledge and market research on lesbian women in a tourism context does, on the other hand, make the subject of lesbian women in a tourism context very interesting and thereby also an obvious subject for examination, however, because of the time and space limitations of the thesis, the limited documented knowledge about the lesbian segment and because of the lack of knowledge about

Danish homosexual men in a tourism context I will only focus on the latter mentioned segment in this thesis.

The knowledge generated in this thesis is interesting for the tourism industry in general seeing as it can provide the industry with information about the segment of Danish homosexual men in a tourism context, which, as mentioned earlier, I have not been able to find any information about. Considering the great competition from innumerable destinations all over the world that Denmark is competing with in terms of attracting tourists, and in particular homosexual men, the knowledge generated in this thesis will be especially interesting to tourism actors in Denmark because these actors can use the knowledge in order to plan strategies that perhaps can 'persuade' the Danish homosexual men to spend their holidays in Denmark instead of travelling to foreign countries.

### 1.1 Problem Formulation

Summed up on the above, the problem formulation in this thesis is as follows:

- *What are the holiday preferences of Danish homosexual men and what are their motivations for holidaying?*
- *What role does the construction of a homosexual identity play for Danish homosexual men when holidaying?*

### 1.2 Structure of the Thesis

The thesis is divided into seven overall chapters starting with chapter 1; the just presented *Introduction*, which also includes the problem formulation and this exposition of the structure of the thesis.

In chapter 2, *Methodology*, I will account for the scientific theoretical considerations I have had during the compilation process of the thesis. Additionally, I will account for the choice of methods used in the thesis and in continuation of this I will present and discuss different problematics regarding the chosen methods.

Chapter 3 is a *Background* section, which presents the nature and characteristics of homosexuality along with a historical perspective on homosexuality. Seeing as this is a thesis that is

concerned with homosexual tourism, a section presenting homosexual tourism in a historical perspective will constitute the last section of this chapter.

Chapter 4, *Theory*, constitutes the theoretical foundation of the thesis. In this chapter general theory on consumption and identity construction is presented and with the purpose of putting this in a tourism context this section is followed by a section on identity construction through tourism consumption. To relate this to the specific subject of the thesis, homosexual men, a section on homosexual identity through tourism consumption will be presented. Because of the increasing focus on the Pink Dollar a section made up by considerations of whether homosexuals can be perceived as constituting a homogenous market segment is included. This is followed by a section on holiday motivations of homosexual people and the chapter is rounded off with a presentation of a study conducted on the holiday motivation of British homosexual men.

In chapter 5, *Introduction to the Analysis*, I will present the themes that have been identified in the interviews with Danish homosexual men. These themes will be included in an overall analysis design whose purpose is to create a greater connection to the problem concurrently with the themes will ensure a more thorough and detailed analysis. Additionally, I will make individual profiles of each interviewee in which background information about the interviewees is presented. This will be followed by a group profile in which homosexual men are described as a group. The last section in this 'pre-analysis' chapter will present the characteristics of those Danish homosexual men who have participated in the internet based questionnaire survey prepared for the thesis.

In chapter 6, *Analysis*, I will analyse the interviews with Danish homosexual men along with the responses to the questionnaire in relation to the theoretical framework presented in chapter 3 and the themes identified in chapter 4, which will be done with the purpose of answering the problem formulation.

The *Conclusion* will constitute chapter 7 and here I will draw some conclusions in relation to the questions presented in the problem formulation and lastly, in chapter 8, I will make some *Implications for Further Research*.



## CHAPTER 2 – METHODOLOGY

---

In this chapter, I will present the considerations I have had in relation to philosophy of science during the compilation of the thesis and which are important for the overall understanding of the thesis. Additionally, I will present the methodological considerations I have had in relation to the preparation of the thesis.

For more than a century different theoretical approaches and methods of science have been frequently discussed seeing as there is a disagreement about the fundamental view on science and research [Andersen (red.) 2002: 157]. Overall, the positivistic paradigm has been in opposition to the hermeneutic paradigm. Where positivism seeks to put forward and test hypotheses about casual connections through the use of empirical observations, the hermeneutic paradigm seeks to interpret subjective actions seeing as any given action is seen as a subjective meaningful expression and not as a result of a universal regularity, which is the case in positivism [Andersen (red.) 2002: 157].

In this thesis, I will examine and interpret the actions of a number of Danish homosexual men in a tourism context and thus generate an in-depth knowledge about this subject. This means that I will take my point of departure in the hermeneutic paradigm. It is hermeneutic in the sense that my findings will not represent a universal regularity about Danish homosexual men – they are not conclusive. Rather my findings should be seen as indications of how Danish homosexual men behave in a tourism context. The knowledge generated about this subject can be re-interpreted in the light of new knowledge and theories on the subject and thus the understanding of the actions of Danish homosexual men's actions in a tourism context is an ongoing process.

Because the purpose of the thesis is to explore and to generate an in-depth knowledge of Danish homosexual men's holiday motivations and what role the construction of a gay identity through holidaying plays for these men, this thesis is exploratory [Kvale 1996: 97]. According to Andersen, the purpose of exploratory studies is to explore phenomena that are less known or perhaps even completely unknown [Andersen 2003: 23]. Homosexuals have a long history of travelling, however it was not until the 1990s that the homosexual segment started to receive attention from the travel industry. Thus, literature written about the subject of homosexual tourism and more particularly the holiday motivations of homosexuals is still limited, which means that this specific phenomenon has not been fully explored.

## 2.1 A Hermeneutic Methodology

In this thesis I have used the hermeneutical methodology with the purpose of interpreting the theory used in the thesis and the interviews I have conducted in order to generate an in-depth knowledge of Danish homosexual men in a tourism context and the role of the construction of a gay identity through holidaying.

The hermeneutic philosophy referred to as *'philosophical hermeneutics'* originates from the German philosopher, Hans-Georg Gadamer, who states that hermeneutics seeks to **“clarify the conditions in which understanding takes place”** [Askehave & Norlyk 2006: 41] – or in other words; how do people understand?

In hermeneutics the process of understanding and interpreting a text is referred to as the hermeneutical circle, which can be described as having a spiral structure. The reason for this is that the understanding of a text takes place through a process in which it is necessary to understand the separate parts in order to understand the overall whole and yet the overall whole is a result of the understanding of the separate parts. Therefore, the way in which a person understands part of a text may lead to a change of the overall whole, which again leads to a change in the understanding of the separate parts [Kvale 1996: 47]. Thus, the hermeneutical circle allows for a continuous critical understanding of texts.

If this is put in relation to this thesis, the holiday motivations of Danish homosexual men and the construction of a gay identity through holidaying can be perceived as the overall whole – what I am trying to understand – and the theory along with the interviews conducted specifically for this thesis can be perceived as the separate parts, which I need to understand in order to understand why Danish homosexual men travel and what role the construction of a gay identity play for these men when holidaying. But the parts and the whole can also be seen in relation to the interviews alone seeing as I try to understand the different parts of the interview – the interviewee's answers – by putting them in the overall context. This is also the case with the theory used in the thesis – I understand the different parts of the theories by seeing them in a broader context, namely the entire theory. Additionally, the different theories can be seen as individual parts that I understand by relating them to the other theories used.

Gadamer's hermeneutic approach to understanding is a circularity of understanding and interpretation, which relies on the concept of pre-understanding [Askehave & Norlyk 2006: 41] meaning that understanding is always from within a lived human context, both individual and social. For instance, when two people communicate, either face to face or through writing, they both have a pre-understanding of what the subject is going to be and a pre-understanding of how

they are going to talk about the topic. According to Askehave<sup>7</sup> & Norlyk<sup>8</sup>, such pre-understandings stem from a previous experience the people communicating have had [Askehave & Norlyk 2006: 41ff]. Thus, knowledge and understanding is developed through personal experiences that we have previously experienced in our lives. These previous experiences provide people with ‘templates’ that differ from the situations and conversations they enter, and consequently these ‘templates’ and pre-understandings are continuously readjusted, transformed and nuanced by people in order for them to understand a new situation [Askehave & Norlyk 2006: 42]. Thus, understanding is about moving back and forth between one specific communicative event and similar communicative events experienced earlier. In doing so, people challenge and let go of their perhaps strong pre-understandings and open up to more suitable ones, which is stressed by Gadamer: **“Interpretation begins with fore-conceptions [pre-understandings] that are replaced by more suitable ones. This constant process of new projection constitutes the movement of understanding and interpretation.”** [Gadamer 2004: 269]. However, according to Gadamer, this does not mean that people have to forget about their pre-understandings but rather that they have to stay open to new meanings and understandings of others [Askehave & Norlyk 2006: 43].

According to Gadamer’s approach to understanding, my previous encounters with homosexual men and the media’s depiction of these have resulted in some pre-understandings, or perhaps stereotypical prejudices, of homosexual men. However, the hermeneutic circle allows me to process and perhaps change these during the encounters with my interviewees – the hermeneutical circle allows me to re-interpret my pre-understandings of homosexual men, which might leave me with more suitable understandings of these men.

For this thesis the above means that I met my interviewees with some pre-understandings about homosexual men and about how to communicate with them, which were based on some personal encounters with homosexual men that I have had earlier but additionally, perhaps on a more subconsciously level, some of my pre-understandings were based on the many stereotypical understandings of homosexual men that exist in our society. My personal experience, or pre-understanding, was that homosexual men are, more or less, just like heterosexual men. Obviously their sexual orientation differs from that of heterosexual men, but when all comes to all homosexual men, in my opinion, are not all that different from heterosexual men. But then there are the stereotypical understandings of homosexual men that flourish in our society some of

---

<sup>7</sup> Leader of the Institute of Language and Culture at Aalborg University

<sup>8</sup> Associate professor at the University of Southern Denmark, Kolding

which being that all homosexual men are vain; self-centred; have many feminine characteristic; have 'loose wrists'; make passes on all men – including heterosexuals, etc. These are just a few of the many stereotypical understandings of homosexual men, which obviously are not universal truths about how homosexual men are – some are like this, but it is my impression that the majority of homosexual men are, more or less, just like heterosexual men. However, some stereotypical understandings of homosexuals seem to appear every time the subject of homosexuality is raised and even though I on the basis on my own personal experiences believe that most homosexual men are like heterosexual men I still, for unexplainable reasons, 'imagined' that all my interviewees would be like the stereotypical homosexual, which was certainly not the case. On the contrary, my perception that homosexual men are like heterosexual men was re-affirmed.

Just like I met my interviewees with some pre-understandings the interviewees also met me with some pre-understandings based on their previous experiences. Thus, as pre-understandings continuously are readjusted, transformed and nuanced by people in order for them to understand a new situation, both the interviewees and I might have changed our understandings of each other during the interview situation.

The spiral-like structure of the hermeneutical circle means that the understanding of a text in principle is an infinite process whereas this process in practice ends when a person has reached a valid meaning that is free of inner contradictions [Kvale 1996: 47]. This means that there is no universal truth of how 'things' are seeing as one's perception of 'things' depends very much on the interpretations of the single individual.

## **2.2 Choice of Examination Design**

An examination design is the term used to describe the way in which we wish to explore a given phenomenon which is subject for examination. This means that the examination design more specifically constitutes the combination of the approaches that are used in the compilation, analysis and interpretation of data [Andersen 2003: 139].

Seeing as the main purpose of the thesis is to explore the holiday motivations of Danish homosexual men and whether or not they have some specific criteria that holiday destinations have to fulfil in order for the homosexual men to choose one destination over others, it is important to find a research method that can access this within an open framework and thus the choice of examination design fell on qualitative research interviews.

### 2.3 Qualitative Research Interviews

According to Kvale<sup>9</sup>, **“The qualitative research interview attempts to understand the world from the subjects’ point of view, to unfold the meaning of peoples’ experiences, to uncover their lived world prior to scientific explanations.”** [Kvale 1996: 1].

Additionally, Kvale emphasise that **“If you want to know how people understand their world and their life, why not talk with them?”** [Kvale 1996: 1]. This becomes very relevant when exploring a personal issue such as the holiday motivations of Danish homosexual men. Thus, the methodology of qualitative interviews is a useful tool seeing as it is **“... a uniquely sensitive and powerful method for capturing the experiences and lived meanings of the subjects’ everyday world.”** [Kvale 1996: 70] In relation to this thesis this means that interviews enables me to obtain an in-depth understanding not only of the interviewees but also of their holiday motivations.

An interview can be described as a conversation between two or more people, however it differs from an everyday life conversation as the interview has a structure and a specific purpose, but also because it is the interviewer who introduces the subject of the conversation and guides the interview [Kvale 1996: 6].

One of the great benefits of using interviews as a research tool is that they are open meaning that the interviewer can ask follow-up questions to interesting answers, which is not possible when using the methodology of questionnaires for instance. In fact, according to Kvale, **“The very virtue of qualitative interviews is their openness.”** [Kvale 1996: 84] Another benefit of using interviews is that the interviewee is not forced to choose between predetermined fixed answers, which is often the case when using questionnaires. Because the interviewer, as mentioned above, serves as a guide during the interview s/he is leading the interviewees to discover and elaborate on their answers and thus it can be argued that qualitative interviews enables researchers to discover answers and to obtain knowledge that perhaps would not become obvious in a predetermined questionnaire.

Qualitative interviews for research can be conducted in different ways – Andersen<sup>10</sup> distinguishes between five different types of interviews, namely those of the informant; the open; the partly structured; the focus group and lastly the standardised interview. In this thesis I have used a combination of the open interview and the partly structured interview. The open interview is by Kvale defined as an interview that has the purpose of describing the interviewees’ life-world, which will make it easier for the interviewer to understand this life-world [Kvale in Andersen

---

<sup>9</sup> Professor of Educational Psychology and Director of the Centre of Qualitative Research at the University of Aarhus, and adjunct faculty at Saybrook Institute, San Francisco

<sup>10</sup> CEO of CBS Learning Lab at Copenhagen Business College

2003: 212]. However, as there were some specific areas that I needed enlightened in relation to the purpose of the thesis, I had prepared an interview guide<sup>11</sup> that could be used as a checklist in order to make sure that all areas were covered, which is something that characterises a partly structured interview [Andersen 2003: 212]. All interviews have been recorded and transcribed and the transcriptions have been enclosed in the appendix.

## 2.4 Limitations to Qualitative Interviews

Having presented the positive aspects of qualitative interviews, it has to be mentioned that there are also drawbacks to this method. One drawback that has been frequently discussed is that the method is lacking objectivity, which in particular is due to the personal contact inherent in the interview situation [Kvale 1996: 64], which is what Andersen refers to as ‘interviewer bias’ [Andersen 1990: 225]. However, Kvale states that the strength of qualitative interviews is exactly subjectivity and moreover he questions whether it is possible to completely exclude the notion of subjectivity when doing research [Kvale 1996: 64].

Regarding the interviews that I have conducted in relation to this thesis I perceive the subjectivity in my way of asking questions as something positive seeing as it allowed me to adjust my way of asking questions to each individual interviewee and his personality – one way of asking one interviewee a question might offend another interviewee. I believe that the personal interaction between the interviewees and me as researcher and the informal atmosphere in which the interviews took place helped the interviewees to ‘lighten up’ and feel comfortable in the interview situation, which might have influenced them open up and tell more than they perhaps would have if the interview had been more structured or took place in a different surrounding.

Another frequently discussed aspect of qualitative interviews is that these are time-consuming, which thus reflects the number of people interviewed. In relation to this the quantitative criticism is that no reliable results can be based on such a limited sample. Opposing this, Kvale argues that **“the sheer number of observers reporting the same phenomenon is no guarantee of truth, the success of stage magicians being one of many possible counterexamples”** [Kvale 1996: 65]. Briefly it can be said that where the qualitative research interview emphasises the quality of the interviews the quantitative research interview emphasises the number of interviewees. That qualitative research methods take their point of departure in relatively few people who possess unique knowledge that can help to uncover a given issue is exactly what characterises these research methods [Kruuse 2007: 44].

---

<sup>11</sup> See appendix 1 + 2

Because I am using qualitative interviews as research method in this thesis, my research is characterised by the inclusion of a relatively low number of interviewees.<sup>12</sup> Nevertheless, I do not believe that this will affect the reliability<sup>13</sup> of my findings seeing as I by interviewing will obtain a more in-depth knowledge about my interviewees than I believe would be possible with the use of quantitative methods.

## 2.5 Thematic Analysis

In opposition to questionnaires there are no fixed categories that the data from qualitative interviews can be placed in, which makes it more difficult to analyse interviews. Conversely, a qualitative analysis allows for a more in-depth and critical understanding of the empirical data than a quantitative analysis does seeing as this places people in predetermined categories, which, as mentioned above, is not the case with a qualitative analysis. However, it is necessary to identify some categories when analysing qualitative interviews but in opposition to the quantitative analysis these categories take their point of departure in the interviewee's experiences – they are not predetermined.

In this thesis I will seek to identify tendencies within the segment of homosexual male tourists and their holiday motivations, which necessitates that patterns and/or general themes in the empirical data are identified [Strauss & Corbin 1990: 62]. Themes derive from patterns such as **“conversation topics, vocabulary, recurring activities, meanings, feelings, or folk sayings and proverbs”** [Taylor & Bogdan 1989: 131]. The themes identified in the interviews conducted for the study will be presented in section 5.1.

## 2.6 Interview Sample

In this study, I have interviewed five Danish homosexual men in order to get an understanding of their holiday motivations. Furthermore, with the purpose of gaining insight in how Danish travel agencies with focus on the homosexual segment perceive the segment and to hear why they think that Danish homosexual men go on holiday, I have also interviewed a representative from the Danish travel agency Pink Viking Adventures in Copenhagen, which is the only travel agency in Denmark that solely focuses on the homosexual segment. Although there are a few other travel agencies in Denmark that, to some extent, focus on the homosexual segment, however, these agencies did not reply to my request for help and thus, I only have the

---

<sup>12</sup> The interviewees will be presented later in the methodology

<sup>13</sup> Reliability will be considered in section 2.11

one interviewee who is occupied within the field of homosexual tourism. This interviewee will be referred to as expert interviewee in the thesis.

### **2.6.1 Expert Interviewee**

With the purpose of gaining knowledge about how Danish travel agencies perceive the homosexual segment and what efforts these make in the pursuit of the more and more desirable segment I interviewed a representative<sup>14</sup> from Pink Viking Adventures, who is referred to as an expert interviewee in this thesis. The reason for this is firstly because of her employment in Pink Viking Adventures in which she is working specifically with the homosexual segment meaning that she possesses certain background knowledge about the segment. Secondly, the expert has been arranging events specifically aimed at the homosexual segment for the past 30 years. The past 10 years she has also worked more specifically with the city of Copenhagen, the Pride (red. Copenhagen Pride Festival), and Copenhagen Gay and Lesbian Chamber of Commerce (CGLcc), which **“is an independent organisation working to improve the gay life of tourists and Copenhageners”** [<http://www.copenhagen-gay-life.dk/>]. Because of her many years of experience with the homosexual segment I thus believe that she can be perceived as being an expert in this specific area.

Seeing as the expert interviewee is working for the travel agency it is necessary to address the issue of validity of the answers given in the interview in question. There are more reasons for this one of these being that there is a risk that the interviewee’s opinion is biased because of considerations about what consequences her answers might have for her personally. The measure taken in order to avoid this and thereby ensuring a credible interview was to offer the interviewee full anonymity, which she declined. This indicates that the interviewee did not fear that her answers would have any personal consequences which thus allowed for honesty and credibility in her answers. Additionally, as a subject concerning peoples’ sexual orientation and their holiday motivations are somewhat precarious, I ensured not to ask questions that were offensive and of judgemental character.

### **2.6.2 Danish Homosexual Men Interviewees**

The second category of interviewees in the study is Danish homosexual men. I got in contact with the interviewees mainly through the organisation called GayNord, which is an organisation for gay men and lesbians in Northern Jutland, but also through the representative from Pink

---

<sup>14</sup> A Sales and Marketing Manager in Pink Viking Adventures



Viking Adventures. The fact that I reached the interviewees through the aforementioned organisation and travel agency located in northern Jutland and Copenhagen respectively, means that the interviewees also are from these areas and thus homosexuals located in other parts of Denmark have been excluded from the study. I did try to contact other homosexual organisations located in other parts of the country which I hoped could help me getting in contact with possible interviewees, however, none of these organisations responded to my request. Nonetheless, I still do believe that my research findings can be used with the purpose of identifying some patterns in the holiday motivations of Danish homosexual men. Another aspect of the way in which I have reached my interviewees that should be considered is that because I have established contact to the interviewees through a gay organisation I have only been able to reach homosexuals who are open about their sexuality and not those who are still closeted. Because there may be a significant and interesting difference in the holiday motivations of those homosexuals that are open about their sexuality and those who are not, I consequently prepared a questionnaire<sup>15</sup> in the hope of reaching those homosexuals who are still closeted. I contacted several organisations that are somehow involved with the homosexual segment as I hoped that they would help me reach my target group. These were actors such as gay organisations, gay dating sites and a gay travel agency, however, only few of these replied and were willing to help me by posting my questionnaire on their websites and by passing it on to others in the homosexual environment.

For the same reasons as with the expert interviewee, the homosexual men interviewees were also offered full anonymity, which they declined. Again this opened for honesty and credibility in the interviewees' answers. Especially with these interviewees I ensured not to ask questions that were offensive and of judgemental character as I did not want to offend interviewees in any way.

## 2.7 Quantitative Questionnaires

As mentioned in section 2.4, I, before conducting the interviews, prepared an interview guide seeing as there were certain areas that I needed covered in order to answer the problem formulation. This interview guide was used as the foundation of the questionnaire meaning that the questionnaire included the same areas as the interview guide did. Even though the questionnaire was prepared after I had started to conduct the interviews I did not use any of the knowledge obtained from the conducted interviews in the questionnaire. The method of quantitative questionnaire has not only been applied this thesis in order to reach the still closeted

---

<sup>15</sup> See appendix 3

homosexual men. The questionnaire will also be used in order to create a higher level of generalisability of my findings – a level that would not have been able to reach with the interviews alone because of the low number of interviewees. But the two methods complement each other well seeing as the interviews will generate a more in-depth knowledge about Danish homosexuals and their holiday motivations and the questionnaire will provide a more generalised knowledge about the segment of Danish homosexual men.

Where one by using the method of qualitative interviews is able to create a deeper understanding of the phenomenon or problem one is studying by interviewing a relatively low number of people quantitative methods such as questionnaires are concerned with the number of people who take part in the survey. Quantitative methods are more formalised, structured and controlled by the researcher who defines what is interesting in relation to a given problem or hypothesis [Andersen (red.) 1990: 14]. Additionally, it is the researcher who defines the answers that the respondents can choose between. This is in opposition to qualitative interviews which are more open and less structured and thereby allows the interviewees to go into depth of, and elaborate on, their answers. Standardisation and formalisation is necessary for the researcher before s/he is able to conduct formalised analyses and compare and test whether or not the results are true for all the units that one wishes to say something about. Thus, statistics and analyses techniques are central parts of quantitative methods [based on Andersen 1990: 13ff].

For years researchers who advocate either qualitative or quantitative methods have disagreed on which methods are most valid and reliable. However, within recent years more and more writers have tried to combine the qualitative approach with the quantitative approach so that it is in accordance with the purpose of the survey [Andersen 1990: 15]. There are more terms for the combination of methods which are used to examine the same phenomenon some of which are convergent methodology, multi methodologies [Campbell & Fisher in Andersen 1990: 15], convergent validation or method triangulation [Webb *et al.* in Andersen 1990: 15]. This corresponds to what I will do in this thesis – I will combine qualitative interviews with questionnaires for more reasons one of which being that I am unable to reach those homosexuals that are still closeted by interviews. I find them interesting because their holiday motivations might differ greatly from the holiday motivations of homosexuals that are open about their sexuality. Moreover, I think that the two methods complement each other in a favourable way meaning that they not only contribute to a deeper understanding of different phenomena they also ensure a high level of validity and reliability of the research results. The reason for this is that where the interviews give me a more in-depth knowledge about a few Danish homosexual men

and their holiday motivations the replies to the questionnaire give me knowledge about a fairly large number of Danish homosexual men and their holiday motivations.

A total of 260 Danish homosexual men have responded to the questionnaire conducted for this study. The questionnaire was made in a program called Survey Xact and was distributed via the Internet. A large number of homosexual organisations were contacted in the hope that they would help distribute the questionnaire. Many of these did not reply to my request, but again GayNord and Pink Viking Adventures but also Pride Radio Jylland kindly helped me by linking to the questionnaire survey on their respective websites. Because the questionnaire was put on the Internet I cannot possibly know who have answered it, however, I do believe that since it was only distributed via websites that are interesting to homosexuals there is a great possibility that the majority of the responses, if not all, have been made by homosexuals. The reason for this is that I do not believe that heterosexuals actively browse homosexual websites as the content of them is directed at homosexuals and if heterosexuals by incident should come across one of these pages I do not believe that they would take the time to answer a questionnaire about the holiday motivations of homosexuals. Yet, it is still important to keep in mind that there is a risk that heterosexuals have answered the questionnaire. Additionally, there is a risk that some of the responses to the questionnaire have not been made by 'serious' people meaning that there might have been some people who have answered the questionnaire just for fun and that they have not answered the questions truthfully. However, these are risks that are difficult to make reservations of when using online questionnaires.

All the responses to the questionnaire are stored in Survey Xact and because the program enables me easily to make different analyses based on what I want to examine I will also use this program for my analysis. By doing so it will be easier for me to get an overview of the answers given to the questionnaire and thus it might save me time.

## **2.8 Compilation of Empirical Data**

The empirical data used for this thesis was, in agreement with my supervisor, collected in collaboration with a fellow student who is also interested in the subject of homosexual men's holiday motivations. However, we are not writing the thesis together and thus the data collected will be used for different purposes. The reason for us collecting empirical data together was to ease the workload for both of us which thereby could save us time. I do not believe that this has any consequences for my thesis seeing as the two of us have different approaches to the subject. Moreover, we are two different individuals with different predispositions and backgrounds,

which will influence the way in which we understand texts and analyse the data and thereby also the results we get.

## 2.9 Reliability, Validity and Generalisability

Qualitative interviews have often lost its scientific status because they hardly fulfil the traditional methodological requirements of reliability and validity, among other things [Andersen 1990: 233, Fog & Kvale 1995: 27]. According to common conceptions of method it would, for instance, **“be a source of error if interviewers using the same interview guide should vary in their sensitivity to the themes investigated and obtain different aspects and levels of the interviewee’s relation to these themes”** [Andersen 1990: 233ff, Fog & Kvale 1995: 27]. Conversely, the varying level of sensitivity in interviews would be an advantage within a phenomenological-hermeneutic understanding seeing as it allows the interviewer to get a broader and more nuanced picture of the interviewees [Andersen 1990: 234, Fog & Kvale 1995: 27]. Despite the fact that varying interviewer sensitivity may reduce the reliability of the interviews in the traditional sense [Andersen 1990: 234, Fog & Kvale 1995: 27], I agree with the latter view on sensitivity in interviews exactly because it gives a broader and more nuanced picture of the interviewees.

In every given interview situation it is important to remember that the interviewer is the research instrument [Kvale 1996: 147]. According to Kvale a good interviewer is a person who masters not only the interview situation but also human interaction that takes place during an interview. As interviewer one continually has to make quick decisions about what to ask the interviewee and how to ask them. Furthermore, the interviewer has to be aware of which aspects of the interviewee’s answers that should be elaborated on and which should not [Kvale 1996: 147].

There are certain criteria for interviewer qualifications that are important seeing as they can lead to good interviews [Kvale 1996: 148]. These criteria state that the interviewer should be knowledgeable; structured; clear; gentle; sensitive; open; steering; critical; remembering and interpretative [Kvale 1996: 148ff]. However, it is important to notice that **“there are no absolute standards for interviewer qualifications”** [Kvale 1996: 150] but that the aforementioned criteria can function as guidelines in the quest for good interviews. With the purpose of making the interview situation as comfortable as possible for the interviewee it was consequently my intention to follow Kvale’s above-mentioned qualification criteria. In addition to this, Bente

Halkier<sup>16</sup> states that it is of great importance that the interviewer does not know the interviewees seeing as this can make it easier to ask ‘stupid questions’, which is often necessary in order to get the interviewee to exemplify the understandings and matter of courses that the interviewee is talking about [Halkier 2003: 43ff]. In this study I have solely interviewed people that I do not know and hence the aforementioned risk has been avoided.

When conducting qualitative interviews there is the risk of asking leading questions, which might influence the interviewee’s answers. The interviewer’s role is “to lead the interviewee towards certain themes in his life-world but to avoid leading him in the direction of expressing specific meanings about these themes.” [Fog & Kvale 1995: 28]. Leading questions are easier to avoid in interviews seeing as the interviewee him-/herself has the opportunity to elaborate on the answers given and comment on the formulation of the question. When preparing the interview guide I was conscious about the risk of leading questions which I thus tried to avoid. Therefore, and because of the open structure of the interviews, I do not believe that leading questions are a problem for my research findings. However, the risk of leading questions is higher when using questionnaires seeing as it is difficult to examine how the respondents have understood the questions [Fog & Kvale 1995: 28]. Thus, I also here tried to avoid leading questions and additionally I left some space open in which the respondents could comment and/or elaborate on their answers. A third issue concerning the method of qualitative interviews is the issue of interview analysis seeing as the interview material can be interpreted in various ways. There are no common methodological principles to be used when analysing interviews and consequently it is difficult to determine whether or not the interpretations made on the basis of the interview material are superficial, one-sided or perhaps contorted [Andersen 1990: 235]. The theoretical framework of the thesis will help prevent my interpretations of the interview material from being either of the afore-mentioned seeing I understand the interviews in relation to the theoretical framework. Additionally, because I have applied a hermeneutical approach to the thesis, I will continuously return to the interviews in order to understand them, which means that the interviews will be interpreted several times and thus it can be prevented that the interviews are superficial, one-sided or contorted.

I have applied a hermeneutical methodology to the thesis with the purpose of interpreting the theory used and the interviews conducted for the thesis in order to generate an in-depth knowledge of Danish homosexual men in a tourism context and the role of the construction of a gay identity through holidaying. As mentioned in section 2.1, the spiral-like structure of the

---

<sup>16</sup> Lecturer at Roskilde Universitetscenter

hermeneutical circle means that the understanding of a text in principle is an infinite process and that the understanding process in practice only ends when a person has reached a valid meaning that is free of inner contradictions [Kvale 1996: 47].

Reliability is a prerequisite for validity. The reason for this is that the achieved knowledge cannot be valid if the completion of the interviews and the processing of empirical data have not been done in a reliable and transparent way – that is in a way that allow others to follow one's argumentation for the choices made and on the basis of this determine the value of one's research [Halkier 2003: 11]. Given that I make a detailed description of the research process and present the different sources of error there might be in relation to conducting interviews and because I discuss what influence these sources of error might have had on the conduction of the interviews for this thesis I believe that the level of transparency is high thus ensuring a high level of validity. According to Kvale, transparency equals reliability, which thereby means that the reliability of the interviews is high.

A fourth issue that needs to be considered in relation to the interviews conducted for the thesis is that the whole subject of homosexuality in itself is rather precarious, which might have influenced both the interviewees and myself as researcher. In terms of the interviewees the precariousness of the subject might have affected them not to answer openly to my questions – they might have withheld some information from me seeing as they were not comfortable telling me about them. In term of myself the precariousness of the subject might have affected me in the sense that I perhaps did not ask certain questions that I actually wished the interviewees to answer seeing as I might have perceived them as too personal. However, my perception of the interview situations is that the interviewees were actually quite comfortable telling me about themselves and their holiday experiences and motivations – also the more personal ones, which helped me 'lighten up' and thus made it easier for me to ask the more personal questions. The interviewees were told from the beginning that it was up to them how much information they wanted to share with me and that they could refrain from answering a question if it was too personal. But, as mentioned above, the interviewees did not seem to mind telling me about themselves and their holiday motivations and experiences and thus I believe that the interviews have a high level of reliability.

Statistically speaking I cannot attain a high level of generalisability from the relatively low number of interviewees from the homosexual segment in Denmark. However, these interviewees enable me to make some more in-depth generalisations about Danish homosexual men and their holiday motivations [Halkier 2003: 13]. Conversely, the responses to my questionnaire will enable

me to attain a fairly high level of generalisability about the Danish homosexual men and their holiday motivations because of the large number of respondents, which is 260. Considering the three aspects of the problem formulation – preferences, motivations and identity construction – I can only use the responses to the questionnaire to make some generalisations about the first two aspects seeing as the questionnaire did not encompass questions relating to the somewhat more complex aspect of identity construction. Furthermore, I cannot make generalisations about the role of identity construction based on the answers of five interviewees only – this is simply not enough. Rather the answers of these five interviewees can give an indication of what role identity construction plays when Danish homosexual men are holidaying. In my opinion, the two research methods in combination will make my research more reliable and valid than if I had only used one of the methods.

### **2.10 Theoretical Approaches to the Thesis**

With the purpose of examining what role consumption plays in relation to the construction of identity, I will draw on Østergaard & Jantzen's four ideal types of approaches to the behaviours of individuals in consumption situations. These four approaches describe the development of the understanding of the consuming individual during time and thus they will allow me to understand the role of consumption in identity construction.

To understand how people can construct an identity through tourism consumption, I will draw on an article by Therkelsen & Gram in which they studied how mature Danish tourists use holidays as a means of identity construction in their new life situation. In continuation of the theory on the role of consumption in identity construction, this article will provide me with concrete knowledge on how people can use holidays as a means of identity construction.

With the purpose of focusing the theoretical considerations on holiday consumption and identity construction on the subject of the thesis, namely homosexual men, a section on homosexual identity and tourism consumption will be presented. This section will be based on work by Hughes, who has composed extensive studies on homosexuals in a tourism context.

A section on market segmentation will be included and will serve as background knowledge in a discussion of whether homosexual people can be perceived as a homogenous market segment. This will be followed by a section dealing with holiday motivations of homosexual men. The primary theoretical source in this section will again, because of his extensive work on homosexuals in a tourism context, be Hughes.

With the purpose of examining whether Danish homosexual men holiday for the same reasons as foreign homosexual men, the theoretical section will be rounded off with a presentation of a study by Clift & Forrest conducted on the holiday motivations of British homosexual men. This study will serve as a frame of reference in relation to the holiday motivations of Danish homosexual men. This comparison will show whether there are differences and/or similarities between the holiday motivations of Danish and British homosexual men. The findings might be interesting to the Danish tourism industry because they can indicate whether Danish tourism actors can base their strategies on British studies seeing as there is a lack of Danish studies on the subject. My initial intention was to compare the holiday motivations of homosexual men from different countries in order to see whether there are any similarities and/or differences between them. However, it has not been possible to find any studies on the subject other than a study on the holiday motivations of British homosexual men and consequently this study constitutes the only frame of reference. The comparison of holiday motivations of Danish and British homosexual men is partly based on secondary data due to the time and space limitations of the thesis. It could also be interesting to compare the holiday motivations of Danish homosexual men with those of Danish heterosexual men with the purpose of identifying possible similarities and differences in their holiday motivations. However, again due to time and space limitations, this has not been possible.



## CHAPTER 3 – BACKGROUND

---

Before presenting the theoretical background of the thesis, I find it important to present the nature and characteristics of homosexuality seeing as homosexuality in a sense is the whole basis for the thesis – obviously homosexuality in a tourism context could not have been a subject of examination if homosexuality did not exist.

### 3.1 Homosexuality – its Nature and Characteristics

One of the more simple and straightforward ways of defining homosexuality is in terms of **“individuals having a desire for, or sexual activity with, persons of the same biological sex”** [Hughes 2006: 15]; however, these individuals might not necessarily perceive themselves, or identify, as homosexuals. Amongst sociologists there is a common agreement that the notion of homosexuality as an identity is something rather new [Schuyf in Hughes 2006: 15], and that it thus is socially constructed.

Since the term homosexual was first introduced there has been an ongoing debate about the nature of homosexuality, which Weeks<sup>17</sup> has defined as a difference between two different views on sexuality – namely those of ‘essentialism’ and ‘constructionism’ [Osteen 2003: 2].

#### 3.1.1 The Essentialist View on Homosexuality

Essentialist theories on homosexuality originate from the 19<sup>th</sup> century where sexuality was established as a field of empirical study [Osteen 2003: 3]. The essentialist view on sexuality suggests that sexuality is not a matter of choice but rather that it is innate and thus not something an individual can control [Hughes 2006: 16]. Based primarily on biological and psychological theories of etiology the essentialist view recognises heterosexuality as the ‘natural’ and ‘normal’ human condition, whereas homosexuality, on the contrary, is perceived as the result of ‘faulty’ biology and/or ‘pathological’ and ‘maladaptive’ psychological development [Osteen 2003: 2]. Homosexuality has, until the end of the 20<sup>th</sup> century, been perceived as a mental illness that could be treated in order to cure people from the disorder [Hughes 2006: 16ff].

According to numerous studies conducted on homosexuality there is a variety of mechanisms that causes and/or explains homosexuality – for instance genetic origins; hormonal imbalances; abnormal hormonal levels during pregnancy which result in the feminisation of male brains or

---

<sup>17</sup> Jeffrey Weeks: British sociologist

masculinisation of female brains; morphological differences ranging from skeletal ratios to muscularity to body fat and even to masculine versus feminine pubic hair configuration; birth order; and the personality characteristics of the parents, which means that male homosexuality for instance is an outcome of the resolution of the Oedipal complex – out of fear for retribution and castration by the father caused by the male child’s desire for the mother the male child comes to identify with the father and develops a libidinal interest in the same sex [Suppe in Corvino 1997: 167ff, Osteen 2003: 3].

One of the major criticisms of biological theories on homosexuality is that despite of a century’s worth of research, which spans over a thousand studies and biological theories on homosexuality, have failed to identify any plausible biological mechanisms causing homosexuality [Suppe in Corvino 1997: 168].

### 3.1.2 The Constructionist View on Homosexuality

In contrast to the essential view on homosexuality is the view of social constructivism, according to which sexuality is a learned way of thinking and behaving [Seidman 2003: 187]. There are different degrees of social construction of a homosexual identity but all social constructionist approaches agree that, at a minimum **“physically identical sexual acts may have varying social significance and subjective meaning depending on how they are defined and understood in different cultures and historical periods”** [Vance in Nardi & Schneider 1998: 163].

Some constructivists implicitly accept that sexual desire is innate but that the sexual desire is constructed in terms of acts, identity and community [Vance in Nardi & Schneider 1998: 163]. Another approach to social construction of sexuality posits that the choice between being heterosexual or homosexual is not intrinsic in the individual, but rather that it is constructed [Vance in Nardi & Schneider 1998: 163], which means that homosexuality here is perceived as being a matter of choice – the individual him- or herself decides whether s/he wants to be homosexual, heterosexual, and so forth. Not all constructionists agree on this seeing as some believe that an individual’s desire and sexual orientation is fixed and that it is the behavioural form of these that are constructed by cultural frames [Vance in Nardi & Schneider 1998: 163]. Hence, homosexual identity – lifestyle, behaviour, consumption patterns, among other things – are constructed in relation to the surrounding world. A somewhat more radical approach to the construction of sexuality is that sexual desire is constructed by culture and history, which means that an individual does not have an essential, undifferentiated sexual impulse that is due to physiological functioning [Vance in Nardi & Schneider 1998: 163].

From the presented approaches to essentialism and constructionism it becomes evident that constructionists may share views on sexuality, but additionally it becomes evident that they also share some views with the essentialists. Personally, I believe that a combination of the essentialist and constructionist view on homosexuality is most plausible. I perceive sexual desire and orientation in accordance to the essentialist view – that an individual is born with a given sexual desire and hence is intrinsic in an individual. But regarding sexual identity I agree with the constructionist approach that a homosexual identity is something that is constructed in relation to the culture and society one lives in. However, it is important to remember that homosexuality is not within my area of study and thus I have no in-depth knowledge about homosexuality to base my view on.

The debate on the nature of homosexuality between the essentialist and constructionist view will not be part of my analysis – I will not examine whether the interviewees or the questionnaire respondents see themselves in relation to the essentialist or the constructionist view. This debate has merely been presented with the purpose of providing the reader with some basis knowledge on the nature of homosexuality.

### 3.2 A Historical Perspective on Homosexuality

The term homosexual was coined by the German-Hungarian Károly Mária Kertbeny<sup>18</sup> in 1868, and is a contraction of Greek *homo*, same, and Medieval Latin *sexualis*, sexual [Hughes 2006: 16, <http://www.infopt.demon.co.uk/social14.htm>]. This does not mean, however, that there were no instances of same-sex behaviour prior to the year of 1868. It is commonly assumed that same-sex behaviour has existed since the dawn of humanity, however, the first instances of same-sex sexual behaviour were documented in the writings of Ancient Greek societies and can for instance be seen in Plato's *Symposium* and in plays by Aristophanes [<http://plato.stanford.edu/entries/homosexuality/>].

One interpretation of same-sex behaviour in Ancient Greece, which is in fact based on Aristophanes' speech in Plato's *Symposium*, implies that there were men who had lifelong partnerships with other men, however, these partnerships were generally discouraged because of the lack of age asymmetry [Osteen 2003: 6]. Another interpretation of same-sex behaviour, also from Ancient Greece, suggests that the practice of same-sex behaviour should, on the contrary,

---

<sup>18</sup> Born: Karl Maria Benkert (1824-1882)

be seen as an ‘initiation rite’ of pederasty – that is sex between an older and a younger man [Osteen 2003: 6].

Although the Ancient Greek society is often referred to as the most accepting of same-sex behaviour there were certain aspects of homosexuality that were not tolerable. For instance, it was accepted that men were attracted to both females and males, however, it was not accepted that some men only were attracted to other men, which might have been due to the recognition that society has to be able to reproduce in order to survive: **“After the age of nineteen or so, the young man was expected to marry and establish a family. Those who did not, or who continued to engage in homosexual relations exclusively, were subject to ridicule, or worse.”** [<http://history.inclusivechristians.org/>,<http://www.androphile.org/preview/Culture/Greece/greece.htm>].

This illustrates that there since early days have been some degree of resistance towards homosexuals, which was only strengthened when the Church in the 14<sup>th</sup> century expressed its negative view on homosexual practices [Osteen 2003: 6], or sodomy, which was based on interpretations of the Bible. In today’s society the Bible plays a vital role in the discussion of homosexuality and the legal rights of homosexual people seeing as many opponents to homosexuality base their arguments on biblical interpretations.

In Europe during the middle centuries, homosexuality was associated with paganism and any person suspected of engaging in sodomy was executed, which was legitimated by the Church’s view sodomy [[http://www.glcsnsw.org.au/documents/Infopack/03\\_history.pdf](http://www.glcsnsw.org.au/documents/Infopack/03_history.pdf)]. There have been periods in history where the repression of homosexuals has been more severe than in other periods. An example of this can be seen in the period of Hitler’s regime during which an estimated 500,000 homosexuals died in the Holocaust [<http://www.mtsu.edu/~baustin/laska.html>]. Just like the Jews were marked by the six-pointed, yellow Star of David with the word ‘Jew’ inscribed homosexual men were marked by a pink triangle, which today is regarded as a symbol of gay and lesbian liberation [<http://www.remember.org/educate/elman.html>].

The Stonewall Riots in New York in 1969, in which the police clashed with homosexual people in a bar in Greenwich Village [<http://www.columbia.edu/cu/lweb/eresources/-exhibitions/sw25/case1.html>], is seen as a turning point in homosexual politics seeing as this incident led to the creation of numerous homosexual rights groups all over the world, which all have contributed to the strengthening of local, national and international homosexual communities [[http://www.glcsnsw.org.au/documents/Infopack/03\\_history.pdf](http://www.glcsnsw.org.au/documents/Infopack/03_history.pdf)].

As mentioned earlier, there seems to be a shift in the attitudes towards homosexuality in the Western World, which is evident in the fact that homosexuals obtain more and more legal rights. Where Denmark for instance, allows homosexual people to enter into Civil Partnerships, which in many ways are seen as equivalent to marriage though with a few exceptions, Canada, Belgium, Netherlands, South Africa, and Spain have actually legalised same-sex marriages [<http://en.citizendium.org/wiki/Homosexuality>]. However, it is important to remember that the opposite is also the case – homosexuality is for instance illegal in many Muslim countries seeing as Islam is considered to be against both homosexuality and homosexual people [<http://en.citizendium.org/wiki/Homosexuality>].

### 3.3 A Historical Perspective on Homosexual Tourism

**“Homosexuality has existed throughout history. But what have varied enormously are the ways in which various societies have regarded homosexuality, the meanings they have attached to it, and how those who were engaged in homosexual activity viewed themselves... As a starting point we need to distinguish between homosexual behaviour, which is universal, and homosexual identity, which is historically specific.”** [Waitt & Markwell 2006: 41].

Because of the different meanings attached to the term homosexual it is rather difficult to discuss homosexual tourism in relation to historical periods of time. However, this historical exposition of homosexual tourism will begin in the nineteenth century seeing as it was here the term homosexual was coined.

Throughout the nineteenth century, being homosexual and finding sexual partners was associated with great risk and danger seeing as homosexual behaviour in some countries like England, Germany and the Netherlands was regarded as a heinous crime, which was punished by death or life in prison – in fact there were no opportunities for meeting men for sex in Northern Europe at this point, which meant that travel became an important means of sustaining a (homo)sexual life if only for a limited time [Waitt & Markwell 2006: 41]. Homosexual men from Northern European countries travelled to the Mediterranean, to Greece and in particular Italy [Waitt & Markwell 2006: 41, Lück 2005: 3]. Because of the absence of an organised tourism industry it has been argued that expatriate and self-exiled homosexual artists, writers and photographers played an essential role in circulating myths of homosexual utopia – that their works helped to feed and shape the homosexual traveller’s imagination just like guidebooks do

today. Thus, the visitors to the southern Mediterranean regions, southern Italy in particular, may have been influenced by the search of places where love and lust could be expressed without fear of being persecuted and tried for sodomy [Waitt & Markwell 2006: 44ff]. Apparently, **“[I]n the eyes of the northerners, the Italians – little different from primitive people overseas – were natural, spontaneous, open and able to love out their sexuality, just as in ancient Greece or Rome.”** [Aldrich 1993: 167].

In the early 1900s, cities like Buenos Aires and Rio de Janeiro became popular homosexual travel destinations because of their subcultures, which had their own venues, dress codes, slang and carnivals. Especially, did the Carnival in Rio de Janeiro, which can be traced back to the 1880s, provide homosexuals with the possibilities of cross-dressing and sexualised fun. From the 1930s, Rio as a homosexual destination was also promoted through a special genre of film, namely *chanchadas*, from which Carmen Miranda, known for her headdresses of tropical fruit, became an icon, especially among drag queens all over the world. Popular film stars such as Liza Minelli, Rita Hayworth, Marlene Dietrich and Raquel Welch were frequent tourists in Rio, which contributed to the perception that Rio de Janeiro was a place of glamour, excess and pleasure. In the 1950s and 1960s, Rio particularly attracted homosexual men from the United States, which is also the case today. Hence, it can be said that Rio played the same role to Northern American homosexuals as the Mediterranean played to northern European homosexuals [based on Waitt & Markwell 2006: 54].

Following World War I, European cities such as Berlin, Paris and Amsterdam developed reputations as places with an emerging homosexual subculture. During the 1920s and 1930s, Berlin became a major destination for homosexual men and between the end of World War I and 1933 the city had a vibrant and flourishing homosexual subculture, and nearly 300 homosexual bars and cafés. However, this subculture was decimated by the Nazi's regime between 1933 and 1945 [Waitt & Markwell 2006: 54ff]. Even though Paris by the early 1900s had a growing number of bath-houses, bars and restaurants that catered to homosexual men the city was slower than Berlin to achieve status as a center for homosexual subculture. In Paris the district of Montmartre became known as a **“center of anarchism, bohemianism and illicit sexuality including prostitution, lesbianism and male homosexuality.”** [Sibalis 1999: 25]. The homosexual subculture became even more visible in Paris between the two World Wars and every year thousands of homosexual men were attracted to the masquerade balls that were held during Carnival on Mardi Gras and Mi-Carême. After World War II, the district of Saint Germain des Prés, which was described by homosexual guides as the world's center for homosexual activities and the kingdom

of homosexuals, became the center of the homosexual bar and club scene. However, the increased visibility of the homosexual subculture led to criticism from the tabloid press, among others, which demanded the police to clean up the area [Waitt & Markwell 2006: 56ff].

In the 1920s, Morocco also became a popular homosexual holiday destination, which continued until the mid-1980s. However, a growing conservatism stemming partly from Islamic fundamentalist attitudes toward Western tourists in general and homosexuality has transformed Morocco into a place of considerable risk and danger for homosexuals [Waitt & Markwell 2006: 52].

Amsterdam, today by many referred to as the gay-capital of Europe, has only had a diverse and visible homosexual subculture since the late 1950s and the early 1960s, where homosexual bars, saunas, hotels, etc. started to appear. The opening of homosexual-specific tourist accommodations in combination with the increasing number of commercial venues and the liberalisation of political and community attitudes towards homosexuality meant that Amsterdam was becoming one of Europe's most visible and significant homosexual tourism destinations. In the mid-1960s, city authorities reacted angrily because of the large number of homosexual men visiting the city and thus proposed to slow down the rapidly growing idea of Amsterdam as a homosexual tourism destination. Nevertheless, in the 1980s and 1990s, the Amsterdam Tourist Office actively marketed to American and British homosexual tourists, but this was followed by Amsterdam's tourism authorities' downplay of the city's identity as homosexual capital in the late 1990s [Waitt & Markwell 2006: 57ff].

In North America, **“gay enclaves, clusters of commercial establishments and residential neighbourhoods”** [Wright in Waitt & Markwell 2006: 59] had already been established in San Francisco by the 1930s. However, due to public cynicism; reactions against the increased visibility of homosexuality; the Great Depression; and public scandals, the homosexual community went underground in the late 1930s. Throughout the late 1940s and 1950s, great efforts were done in order to shut down homosexual bars and venues, and many homosexuals lost their jobs, were shunned by families and harassed publicly, which resulted in more discrete and secretive homosexual lives. Nevertheless, although homosexual harassment was still occurring in the 1960s, the public homosexual subculture in San Francisco began to flourish again and in 1964 the city was identified as the gay capital of the United States [Waitt & Markwell 2006: 59ff].

New York was an early epicenter of homosexual culture and community, which was partly fueled by the waves of immigration from Europe. By the beginning of the twentieth century, the city had developed a cosmopolitan and bohemian character and especially Greenwich Village

became a tourist attraction to both mainstream and homosexual tourists. As all over the United States there was an increased politicisation of the homosexual community in New York, which in 1969 resulted in the Stonewall Riots. The riots have come to symbolise an important event in the homosexual liberation movement and is today commemorated by homosexual 'Pride Parades' taking place all over the world one of these being the Sydney Mardi Gras and Festival that began in 1978 and which have played a crucial role in the construction of Sydney as an international homosexual destination [Waitt & Markwell 2006: 60ff].

In the 1970s, the Western homosexual culture had become increasingly visible, politically astute and commercialised, which have helped to form the tourism industry that we know today. The beginning of the 1970s coincides with the beginning of the homosexual liberation social movements in many parts of the Western world, which helped homosexual communities into political action and has resulted in homosexuals gaining political rights such as marriage. In the 1970s and 1980s, homosexual men with relatively high discretionary incomes constituted a niche market for a wide range of leisure and lifestyle products and services, among them pleasure travel. This market was initially catered to by homosexual-owned or operated businesses, but in the early 1990s, non-homosexual businesses also started to target this specific market, which have led to the partial mainstreaming of homosexual tourism we know today [Waitt & Markwell 2006: 65ff].



## CHAPTER 4 – THEORY

Having presented the nature and characteristics of homosexuality, and the historical perspective on same-sex behaviour and having put these in a tourism context, I will now present general theory on consumption and identity construction seeing as a main purpose of the thesis is to generate an in-depth understanding of the Danish homosexual men and their consumption of holidays and how they use holidays in the construction of a homosexual identity. This will be followed by a section on holiday motivations and lastly, theory on market segmentation will be presented along with considerations of whether one can talk about an actual homosexual market segment.

### 4.1 Consumption and Identity Construction

The perspective on how the consuming individual should be perceived has changed during the last 40 years and thus, with the purpose of focusing on and presenting the epistemological aspects of the different approaches towards consuming behaviour, Østergaard<sup>19</sup> & Jantzen<sup>20</sup> have developed a categorisation that includes four ideal types of approaches to the behaviours of individuals in consumption situations. This categorisation is necessary seeing as the perception of the consuming individual differs significantly from approach to approach.

The approaches that Østergaard & Jantzen distinguish between are those of: *Buyer Behaviour*; *Consumer Behaviour*; *Consumer Research* and *Consumption Studies* [based on Østergaard & Jantzen 2000: 10 ff.]. The main differences between the four approaches are presented in the following table:

Perspective	Buyer behaviour	Consumer behaviour	Consumer research	Consumption studies
The consumer metaphorically	Animal	Computer	Tourist	Tribe Member
Ontology of consumption	Mechanical Instinct Driven	Electronic Rational	Emotional Narcissistic	Metaphysical Symbolic
Character of the subject matter	The Stomach's Needs	The Brain's Wants	The Hearth's Desires	The Eye's Recognition
Primary method	Experiments	Questionnaire	In-depth Interviews	Fieldwork
Scientific foundation	Behaviourist Physiology	Cognitive Psychology	Existential Psychology	Cultural and Social Theories

**Table 1:**  
Approaches towards Consumption Behaviour [Østergaard & Jantzen 2000: 19]

<sup>19</sup> Associate Professor at the Institute of Marketing and Management at the University of Southern Denmark

<sup>20</sup> Head of the Institute of Communication at Aalborg University

Researchers in the *buyer behaviour* approach try to reduce human beings to characteristics that are usually associated with animals and thus the metaphorical concept of the buyer is that of an animal. With the purpose of generating results that are universal explanations of human behaviour the buyer behaviour researchers try to design laboratory experiments in which the researchers can control all variables. Additionally, the fundamental needs of the human being are, according to this approach, perceived as being the mechanisms directing the individual's behaviour and seeing as the consumption of food, for instance, both can be based on the need for food – physiological need – and/or on a rigid dogmatic the ontology of consumption can be perceived as being mechanical and instinct driven [based on Østergaard & Jantzen 2000: 13ff].

There is a fundamental difference between the just presented approach of buyer behaviour and that of *consumer behaviour*, which is based on the perception of the stimuli-response relation. Where the afore-mentioned approach was not concerned with how responses are created or what happens between the stimuli and the response the latter-mentioned approach tries to develop theories about how consumers will react to different stimuli from the outside world. The theories developed in this approach are mainly tested by using survey techniques such as questionnaires meaning that consumers are studied more in their everyday life situation than it is the case with the laboratory experiments used in the buyer behaviour approach. It is assumed that all consumers will answer properly and truthfully to the questionnaires seeing as they are perceived as rational individuals. The theoretical basis and scientific foundation of the consumer behaviour approach is taken in cognitive psychology and the metaphorical expression used about the consumer in this approach is that of a computer [Belk in Østergaard & Jantzen 2000: 15]. That this approach is based on cognitive psychology means that the interaction between the human being and the world should be perceived as ongoing information processing in which human beings learn attitudes towards the environment. The consumer behaviour approach, contrary to the buyer behaviour approach, states that it is not the physiological needs that determine the behaviour of the consumer and that these needs only arise repeatedly due to physiological conditions meaning that the subject matter metaphorically has been moved from the stomach to the brain – where the stomach has needs, the brain has wants [based on Østergaard & Jantzen 2000: 15ff].

The third approach in Østergaard & Jantzen's categorisation of an individual's behaviour in consumption situations is that of *consumer research*. According to this approach, the consuming individual is not rational, which is the case with the two afore-mentioned approaches. On the

contrary, it is assumed that the consuming individual is emotionally and narcissistically determined and moreover the consuming individual is seen as a tourist who is searching for new experiences through consumption. The consuming individual uses consumption of products and services as foundations in the construction of a meaningful life, and thus the search for new experiences is based on a desire for a meaning in life. The answer to how the consuming individual selects the products and services that help him/her in the meaning construction process has to be found in the heart of the consumer seeing as this is where all feelings and emotions are located. In the consumer research approach it is believed that the consuming individual talks about experiences and emotions in an ideographic and natural way [Hirschman in Østergaard & Jantzen 2000: 18] and thus the research method used in this perspective is that of in-depth interviews. Despite their differences the consumer research approach shares an important characteristic with the consumer behaviour approach, which is that the main focus of research is the individual consumer. However, the two approaches differ in their perceptions of how the consumer actually consumes. In the consumer behaviour approach the consuming individual is perceived as a rational decision-maker, whereas s/he in consumer research is believed to be consuming on the basis of emotions. Seeing as the consuming individual in the consumer research approach is believed to be a person to whom consumption is a prerequisite for existence, the scientific foundation of the perspective is existential psychology [based on Østergaard & Jantzen 2000: 16ff].

The last of the four approaches in Østergaard & Jantzen's categorisation is *consumption studies*. This approach has been introduced with the purpose of defining a new way of conceptualising how the consuming individual comprehends the buying situation. The three afore-mentioned perspectives – buyer behaviour, consumer behaviour and consumer research – all agree on the assumption that the consuming individual is a single individual who can be determined by different forces and who is studied through experiments, questionnaires and in-depth interviews, respectively. According to Østergaard & Jantzen, there are seminal aspects of the consuming individual's consumption pattern that cannot be completely understood by having the single individual as the topic of research. Instead they suggest that the consuming individual should be seen as a member of a group who is not viewed as an independent self trying to gather experiences. On the contrary, the consuming individual should be seen as a member of a group where the symbolism of the products and services consumed creates a universe for the entire group. Thus, the individual should not be seen as an emotionally based narcissist searching for new experiences, which is the perception in the consumer research perspective. The members of

a group search for the ‘right’ symbols by which they can be recognised by the other members of the same group meaning that consumption is guided by the eye – the consuming individual does not consume on the background of any psychological needs, rather s/he is guided by the symbolism of the products. Fieldwork by which the researchers can observe how the consuming individuals are interacting by means of, and through, consumption is the research method used in this approach. Cultural and social theories that have been derived from sociology and anthropology are the scientific foundation of the consumption studies approach [based on Østergaard & Jantzen 2000: 18ff].

#### 4.2 Identity Construction through Tourism Consumption

Because this thesis partly is concerned with what role identity construction through holidaying plays to Danish homosexual men it is, in Østergaard & Jantzen’s terminology, placed within the consumer research tradition. As mentioned in the previous section, researchers in this tradition see the consuming individual as an emotional human being who consumes products and services with the purpose of constructing a meaningful life. However, the thesis is also partly placed within the tradition of consumption studies, where the consuming individual is not seen solely as an individual but, on the contrary, as a member of a group who consumes products and services because of their symbolism, which thus will make the individual feel like a member of a certain group. Consequently, the emotional and symbolic purpose of consumption is the primary reason for consuming, which thus degrades the functional purpose of consumption to a secondary reason [Therkelsen & Gram 2008: 3]. Levy<sup>21</sup> recognises this as he argues that even though consumers still consider sensible traditional values such as price, quality and durability of products, they find that other factors affecting them, such as the symbolism of products, legitimate the purchase – **“the consumer is not as functionally oriented as he used to be...”** [Levy 1959: 118]. Hence, Levy does not deny that products can be of functional value to the consumer, but moreover he also emphasises that these functional values are not enough to make people buy products – **“People buy things not only for what they can do, but also for what they mean”** [Levy 1959: 118]. This corresponds to how the consumer is perceived in what Østergaard & Jantzen refer to as consumption studies seeing as the consuming individual here is perceived as being guided by the symbolism of products.

Consumption practices are shaped by both individual and social forces, which means that negotiations, and often tensions, are ongoing between the consumer’s individual identity

---

<sup>21</sup> Sidney J. Levy: Professor of Marketing at the Eller College of Management of the University of Arizona

construction and the consumer's need for belonging to a social group and adhering to social prescriptions. This consequently means that cultural boundaries limit the individual [Therkelsen & Gram 2008: 3]. Levy states that modern goods are recognised as essentially psychological things which symbolise personal attributes, goals, and social patterns and strivings. This means that the consumer will spend time and money on a purchase when the symbolism of the purchase is appropriate and thus can reinforce the consumer's image of him-/herself [Levy 1959: 119]. Where Therkelsen & Gram focus on both individual and group identity formation through consumption, Levy is more focused on the construction of an individual identity through consumption. However, there are some aspects of group identity formation in Levy's theory seeing as he states that the things people buy both have personal and social meanings in addition to their functions [Levy 1959: 119].

The fact that there is a division between individual and social forces means that private experiential and common culturally institutionalised meanings co-exist in various contexts, which consequently means that consumption-based identity formation is characterised by internal and external processes that serve the purpose of helping an individual to understand him- or herself. Additionally, these processes also help the individual sending signals to the surrounding world and thus telling who he or she is [Therkelsen & Gram 2008: 3].

To exemplify this with the subjects of examination in this thesis, namely Danish homosexual men, this means that a homosexual man arranging a holiday to Gran Canaria, for instance, where the main purpose of the holiday is to relax and socialise with other homosexual men uses this holiday to strengthen his self-understanding as a homosexual and to confirm his homosexual orientation. At the same time, social conformity can be present seeing as the homosexual man might be influenced by what is prescribed as the 'norm' in his social group, which means that holidays in Gran Canaria with a relaxation and social content may be preferred in his social group. On a private level, relaxation and socialisation with other homosexual men provides the consumer, the homosexual man, with the experiences necessary to strengthen his self-understanding and to confirm his sexual orientation, whereas relaxation and socialisation, on a collective level, becomes a reflection of social prescription, which signals openness about one's sexuality and desire for meeting new people. Simultaneously, as an individual affiliates with certain social groups s/he also differentiates him- or herself from other social groups [Therkelsen & Gram 2008: 3] meaning that the homosexual man may construct his identity in opposition to those who go on holidays that are characterised by visits to cultural attractions, for instance, and

**“Hence non-consumption of certain products may also add to the consumer’s identity”** [Therkelsen & Gram 2008: 4].

For long, personal identity has by researchers been perceived as a static core that would be completely developed after adolescence [Therkelsen & Gram 2008: 4]. On the contrary, in newer work identity is perceived as an ongoing process in which the sense of ‘who am I’ is constantly defined and redefined through perceived contrasts to others [Thompson & Haytko 1997: 21]. This means that an individual constantly defines and redefines his/her identity in relation to the differences between the individual him-/herself and other individuals hence making personal social identity construction a dynamic, never-ending process.

Individuals naturally gain more and more experience and knowledge as they grow older and consequently the continuous identity creation process of a 60 year-old will be different from that of a 17 year-old [Therkelsen & Gram 2008: 4]. In continuation of this it has to be mentioned that many researchers consider an individual as having more identities and that the significance of these vary according to the different contexts the individual might find him- or herself in. Consequently, life phase will play a significant role in some consumption contexts, whereas ethnicity, gender or nationality will be the most significant identifying factor in other contexts [Therkelsen & Gram 2008: 4].

### **4.3 Homosexual Identity Construction through Tourism Consumption**

Having presented the role of tourism consumption in identity construction, I will now examine particularly what role tourism consumption plays in the construction of a homosexual identity.

Because the term homosexual was not coined until 1868<sup>22</sup>, it has been argued that even though homosexuality did exist prior to this, ‘the homosexual’ did not. Thus, a homosexual sexual identity may be seen more as a social construction rather than a biological issue [Hughes 1997: 4].

The homosexual segment constitutes a subculture, which has been defined as **“[...] a distinctive group that self-selects itself on the basis of a [...] shared consumption activity”** [Schouten & McAlexander 1995: 146]. Hence, consumption is a key conceptual component of identity construction in subcultures, which means that it might be possible to identify the homosexual segment on the basis of socio-cultural trends, values, lifestyle variables and

---

<sup>22</sup> Section 3.2: A Historical Perspective on Homosexuality

demographics, and accordingly assess how these factors affect consumption behaviour of homosexuals [Haslop *et al.* 1998: 318]. According to Hughes, it is a personal choice whether a person identifies him- or herself as homosexual, which is supported by the suggestion that the homosexual segment **“[...] is a self-selecting market that can choose or not choose to identify itself”** [Fugate 1993: 48] and thus some homosexuals chooses a heterosexual lifestyle over a homosexual lifestyle [Hughes 1997: 4].

In Østergaard & Jantzen’s terminology, Hughes is placed within the research traditions of consumer research and consumption studies seeing as he recognises that identity, and in this case sexual identity, is constructed partly by the individual him- or herself but also partly in relation to other people who have to validate this identity [Hughes 1997: 4]. Before other people can validate an individual’s homosexual identity the individual has to be open about his/her sexuality, which has been emphasised by Cass who has argued that **“[...] gay identity exists only at the point when one’s homosexual identity is actively presented to others and when affiliation within the gay community occurs”** [Cass in Haslop *et al.* 1998: 319].

Holidays have a particular significance for the construction and affirmation of a homosexual identity [Hughes 2006: 182]. The reasons why homosexuals holiday may be many, but one of the most obvious reasons is that holidaying has become an identification of the ‘good life’, which both hetero- and homosexuals aspire to in order to form and consolidate their identities [Hughes 1997: 6]. Moreover, holidays provide homosexuals with the opportunity of leaving one’s usual surroundings in order to be oneself seeing as there might be fewer restrictions on their behaviour when on holiday, which consequently means that they can be more open about their sexual orientation [Hughes 2006: 182]. This may especially be true to those homosexuals who are still closeted or still uncertain about their sexuality, and who therefore do not identify themselves as homosexual. The reason for this is that travelling to a foreign place where there is a great chance that nobody knows you gives you the opportunity to explore your sexuality among other homosexuals – holidays in general provide all people with the opportunity of behaving ‘out of character’ [Hughes 1997: 6]. On the contrary, those people who are more comfortable with their homosexuality and who have adopted a homosexual identity may perceive holidays as an opportunity for confirming this identity. However, there are places in which homosexuality is not approved of – in fact it is seen as a criminal offence in some countries, especially in Muslim countries, for instance, and in some countries where it is actually legal, homosexuals may still be subjects of harassments and hate crimes [Hughes 1997: 6].

That the homosexual identity is socially constructed in relation to how one wishes to be perceived by the surrounding world and in relation to what group(s) the individual wishes to be part of means that numerous homosexual identities exist, which differ from each other. Nevertheless, there seems to be a common assumption among marketers that homosexual people can be perceived as a homogenous market segment. Thus, I will, in the next section, give a brief introduction to market segmentation, which will be followed by a discussion on whether homosexual people actually can be placed in the same market segment just because of their sexual orientation.

#### 4.4 A Homosexual Market Segment?

Market segmentation is the strategic tool used by marketers when identifying target groups that might be responsive to specific marketing efforts. Hence, the term market segmentation refers to the process of dividing an overall market into smaller relatively homogeneous sub-groups in which people share some common characteristics and/or behavioural patterns [Lawton & Weaver 2002: 173]. By dividing the consumer market into sub-groups marketers obtain an in-depth knowledge of the consumers and thus come to know which sub-group(s) perhaps will be most profitable to focus on.

The most commonly used market segmentation criteria used in the tourism sector are those of *geographical* -, *sociodemographic* -, *psychographic* -, and *behavioural segmentation*. Where *geographical* segmentation considers spatial criteria such as region or country of origin, sub-national origins and the distinction between urban and rural, *sociodemographic* segmentation considers gender, age, family lifecycle, education, occupation and income, among others. *Psychographic* segmentation, which is the most difficult to identify, considers the psychological characteristics of a market segment such as motivation, personality type, attitudes and perceptions, and needs, whereas *behavioural* segmentation considers factors such as travel occasion, the number of destinations visited during a trip, activities and repeat patronage and loyalty [based on Lawton & Weaver 2002: 176ff].

As mentioned in the introduction, the tourism industry's interest in the Pink Dollar is increasing and thus more and more tourism actors have started to focus on the homosexual segment, and in particular the segment of homosexual men [Hughes 2006: 152].

In the previous section, the most commonly used market segmentation criteria and their considerations were presented, but because of the increasing interest in the Pink Dollar more and



more tourism actors have also started to use sexual orientation as a segmentation criterion. But can the perception that such a segment exists be justified? There are those marketers who believe that a viable homosexual segment does not exist and that homosexual people can be segmented into more appropriate target groups by the means of the most commonly used segmentation criteria [Fugate and Stuber in Hughes 2006: 153]. Hughes does not support this viewpoint and adds that this perception might be due to a lack of knowledge about the needs and demands of the homosexual segment and the great potential of the segment [Hughes 2006: 153]. This discussion of whether homosexual people constitute a viable niche market or not might confuse those actors who are considering targeting the homosexual segment and hence further and more in-depth examination of the homosexual market is necessary.

The fact that homosexual people, because of their estimated higher purchasing power, have received increasing attention from tourism actors [Lawton & Weaver 2002: 197] clearly shows that a large number of actors in the tourism industry support Hughes' viewpoint that the segment is of high economic potential.

There are a number of different segmentation requirements that an identified market segment must fulfil before it can be established whether this market segment actually exists or not. These criteria can be placed under the overall criteria of *identifiability*, *sufficiency*, *stability* and *accessibility* [Hughes 2006: 153, Fugate 1993: 47]. Identifiability is concerned with whether market needs can be determined and measured; sufficiency refers to the number of people in a segment and their purchasing power – does the segment justify the cost of a separate marketing effort? – stability is concerned with whether or not the segment will remain stable or grow in the future thus securing profit; and lastly accessibility concerned with whether the segment can be reached effectively through various marketing media [Hughes 2006: 153, Fugate 1993: 47].

There are some difficulties regarding the *identifiability* of a homosexual market segment. One of these is concerned with the definition of a homosexual person – when is a person homosexual and thus fit into the homosexual market segment? Perhaps it can be defined in terms of holiday motivations – a person fits into the homosexual market segment as soon as his/her holiday behaviour is influenced by the person's sexuality. However, this is also very complex seeing as the holiday motivations of the person might, to some extent, be subconscious, which consequently makes it difficult to determine a person's primary holiday motivations. Generally seen, this has a great influence on the size of the segment given that it makes it rather difficult to measure and determine the exact size of the segment. Another difficulty is that not all homosexuals are open about their sexuality and thus their needs may be more difficult to determine. Not only does this

influence the actual size of the segment it also gives a distorted image of the needs of the homosexual market segment seeing as the closeted homosexuals might have different needs than those who are open about their sexuality.

The problem of size also occurs with respect to the segmentation requirement of *sufficiency*. It is practically impossible to determine the accurate size of the homosexual market segment. A large number of international surveys have tried to establish the number of homosexuals; however, these reached different results with numbers ranging from 1 percent to 21 percent of the population [<http://da.wikipedia.org/wiki/Homoseksualitet>]. In Denmark it is estimated that 12 % of the Danish men are homosexual, however, it is not certain that this estimation is correct. [<http://www.sexogsamfund.dk/Default.aspx?ID=4954>]. But nevertheless, if one manages to make an accurate estimate of the number of homosexual people, s/he cannot possibly know how many of these people will comprise a homosexual market segment seeing as this market segment, just like other segments, is not uniform. Regarding the aspect of sufficiency that is related to the purchasing power of a segment, homosexuals, particularly gay men, reportedly have higher purchasing power and tend to spend more on holiday than lesbians and heterosexual people [Pritchard *et al.* 1998: 276], which is why this segment is seen as a viable niche market. Thus, this can be used as an argument in favour of targeting the homosexual segment because even though the segment might not be as large as other segments the purchasing power within it is high, which thus might justify the pursuit of this particular segment.

In relation to the segmentation criteria of *stability*, which is concerned with the stability and future growth of a market segment, there is a common agreement that the homosexual segment is likely to be stable [Hughes 2006: 154]. However, as the Western society, in particular, becomes more and more accepting of homosexuality, there is a possibility that the number of homosexual people will increase in the future seeing as the increasing acceptability might cause more homosexuals to come out and be open about their sexuality.

Lastly, there is the criteria requirement of *accessibility*, which is concerned with how effectively a segment can be reached through marketing media. During recent years it has become easier to target and reach homosexual people seeing as there has been a large increase in the number of magazines, websites, organisations, etc.<sup>23</sup> that are targeted specifically at homosexuals. Especially, the Internet has made it easier to reach the homosexual segment; first of all because of the countless opportunities the Internet offers but also because of the explosive use of the Internet –

---

<sup>23</sup> In Denmark: Out & About, Fusion, PanBladet, Boyfriend.dk and LBL, among others.

in 2007, 83 % of the Danish population had an internet connection in their homes [[http://www.dst.dk/upload/se\\_-\\_befolkningens\\_brug\\_af\\_internet\\_2007\\_\(revideret\\_udgave\).pdf](http://www.dst.dk/upload/se_-_befolkningens_brug_af_internet_2007_(revideret_udgave).pdf)]

My perception is that an increasingly growing number of these people use the Internet when searching for information of various kinds. Hence, the Internet offers an opportunity of reaching those people who are not open about their sexuality seeing as these people in private can search for information regarding homosexual issues without anyone finding out about it. Furthermore, the development of gay spaces such as bars, clubs, cafés, etc. has made it easier to target homosexuals more directly with flyers, billboards, in-venue advertising, etc. [Hughes 2006: 154].

From the above it can be seen that the homosexual market segment, to some extent, lives up to the four segmentation requirements of identifiability, sufficiency, stability and accessibility, and thus it can be argued that an actual homosexual market segment exists. However, it is important to keep in mind that just because people have the same sexual orientation it does not mean that they necessarily belong to the same market segment. As mentioned in section 4.3, there are several criteria such as country of origin, gender, age, position in the family lifecycle, income, personality type, needs, etc that should be considered when a market is divided into smaller segments seeing as they all play a significant role in the consumption patterns of people. This is obviously also the case for homosexual people and thus it is not sufficient enough to divided homosexual people into one market segment solely based in their sexual orientation. This viewpoint is supported by Schofield & Schmidt<sup>24</sup> who state that the homosexual market is far from homogenous and that conventional niche and target marketing strategies might be perceived as clumsy and insincere while they at the same time alienate the mainstream market. Hence, using these strategies may not be the most suitable and effective approach for reaching homosexual consumers [Schofield & Schmidt 2005: 311].

Regarding holiday preferences and motivations of Danish homosexual men, it cannot be assumed that all these men holiday for the same reasons. There might, for instance, be a difference between what the younger and the older men want from their holidays – an assumption could for example be that some holiday motivations of younger homosexual men are those of parties and social, and perhaps even intimate, intercourse with other men, whereas older homosexual men might holiday because they want cultural experiences. There might also be a difference between what single men want in comparison to what men living in a relationship want. Additionally, the holiday motivations of an individual are also influenced not only by the

---

<sup>24</sup> Retail Management Subject Group, Manchester Metropolitan University Business School

individual's personal identity, but also by the identity that has been constructed in order to part of a group.

In the next section, I will present theory on why people generally holiday along with some aspects of tourism that might serve as holiday motivations especially for homosexual men.

#### 4.5 Holiday Motivations of Homosexual People

Where holiday purpose reflects why people go on holiday – for recreation/leisure, to visit friends and family, etc. – holiday motivation reflects the intrinsic reason why an individual goes on a particular holiday, which means that a person might be holidaying for recreation purposes but that the intrinsic motivation might be to escape everyday routines. The apparent holiday motivation may be based on fundamental physiological needs such as the need for good health, emotional satisfaction, etc. [Lawton & Weaver 2002: 189]. Thus, motivation is what leads to a certain behaviour, which is supported by theorists and tourism researchers who assert that motivations are the fundamental reasons for behaviour; critical to understanding the vacation decision-making process; and foundational for assessing satisfaction from the experience [Snepenger *et al.* 2006: 140]. With the purpose of marketing tourism services and destinations in the most suitable ways, it is crucial that marketers understand the motivating factors that lead to holiday decisions and consumption behaviour [Fodness 1994: 555].

One theory that can be used in relation to holiday motivation is Maslow's<sup>25</sup> Hierarchy of Human Needs, which ranges from basic psychological needs to the need for safety; love and belonging; self-esteem to the need for self-actualisation, and is commonly depicted as a pyramid:



Figure 1:  
Maslow's Hierarchy of Needs<sup>26</sup>

The pyramid should be 'read' from the bottom-up meaning that the physiological needs should be met before the next layer of needs comes into play, and so forth.

<sup>25</sup> Abraham Maslow (1908-1970), American psychologist

<sup>26</sup> <http://www.ruralhealth.utas.edu.au/comm-lead/images/Maslows-needs-Pyramid.jpg>

Within tourism studies Maslow has been interpreted to imply that people, especially in the Western World, engage in tourism because their more basic needs have already been met [Lawton & Weaver 2002: 189]. This may be due to a rising prosperity in this part of the world, and thus it can be said that the pyramid has been turned upside down and that the pyramid now should be read from the top and down. However, I find this rather misleading seeing as, in the case of holiday motivations of homosexual men, not all homosexual men necessarily holiday with the main purpose of self-actualisation, which, according to Maslow, corresponds to ultimate psychological health [Heylighen 1992: 41]. On the contrary, more basic needs such as sex; escape from everyday life; the sense of belonging to a group; etc., which are all placed in the bottom levels of the pyramid might serve as holiday motivations for some homosexual men.

There are numerous factors that can influence an individual's holiday motivations, however, one of the dominating paradigms used to formulate and test the motivations of tourists is the *push-pull* theory [Snepenger *et al.* 2006: 140]. Where the *push* factors focus on the demand side of tourism the *pull* factors focus on the supply side of tourism [Lawton & Weaver 2002: 97]. *Push* factors can be characterised as an individual's needs and they are the ones that metaphorically speaking push people to go on holiday. A push factor could thus be an individual's need for relaxation, for instance. On the contrary, *pull* factors are factors from the external environment that can awaken an individual's needs and thus these factors allure and motivates individuals to go on holiday – metaphorically speaking these factors pull the individual to a given destination. Pull factors can for instance be certain attractions such as the Eiffel Tower, the Grand Canyon, etc. A destination's pull factors are specific to that destination, whereas the push factors are more general and can be fulfilled at a variety of different destinations [Snepenger *et al.* 2006: 140].

According to Hughes, homosexual people holiday for many of the same reasons as heterosexuals and they visit many of the same attractions. However, Hughes also suggests that there may be other 'attractions' that appeal particularly to the homosexual market some of these being marriage and partnership; circuit parties; parades and festivals; and sex [Hughes 2006: 135].

#### **4.5.1 Marriage and Partnerships**

During recent years, there has been a legalisation of marriage and partnerships between same-sex couples in different parts of the world, which Hughes states has created a new market in tourism [Hughes 2006: 137]. This new market thus consists of homosexual people who travel to other parts of the world to get married to their partners. Canada is a good example of a country that has benefited from legalising same-sex marriage. For instance, it was reported that nearly half

of the 2000 marriage licenses issued to homosexual couples since the legalisation of same-sex marriages in 2003 have been to couples from the USA and other countries [Hughes 2006: 138].

The opportunity for legal marriage and partnership can be a pull factor meaning that some people travel to other countries with the main purpose of getting married to their respective partners. Nevertheless, it can also be a push factor, which might be a result of oppressed sexuality in their home environment and/or perhaps because same-sex marriage and partnerships are not legal in their home environments.

As the first country in the world Denmark legalised registered partnerships between same-sex couples in 1989 giving these couples the rights and obligations of full marital status with few exceptions, these being the right to adopt children and the right to a church wedding [<http://www.murdoch.edu.au/elaw/issues/v1n3/lauw131.html>]. Because it is possible for Danish homosexual men and their partners to have their partnerships legally registered in their home country, I do not believe that same-sex marriages constitute a crucial holiday motivation for Danish homosexual men.

#### **4.5.2 Circuit Parties**

Circuit parties are typically annual events of discos, parties, pool parties, club nights, dinners, concerts and entertainment, but they can also take the form of ski weeks. These parties are held over several days in certain resorts or major cities all over the world. The name circuit originated from the observation that the people attending these parties often attend a specific party every year and perhaps even more parties in a year [Hughes 2006: 142]. Despite the fact that there is little knowledge on where the people attending circuit parties come from assertions that the participants come from different countries around the world have frequently been put forward by party organisers and the press. Additionally, the party organisers and the press have the impression that these circuit parties are significant tourist 'attractions' [Hughes 2006: 142].

Although they also take place in other parts of the world, circuit parties are especially widespread in the USA and thus, when giving examples of such parties, Hughes often refers to such American parties. Because of the level of acceptance of homosexuality in Denmark, I believe that it is possible to arrange and host circuit parties in Denmark, but my impression is that these are fairly rare. Hence, foreign circuit parties might serve as pull factors for Danish homosexual men.

### 4.5.3 Parades and Festivals

**“The innumerable Gay Pride events which now take place all over the world provide their own impetus for international gay travel”** [Russel in Hughes 2006: 144]. ‘Gay Pride events’ is a term that covers LGBT<sup>27</sup> events such as marches, parades and festivals, which according to Hughes undoubtedly are elements of homosexual tourism [Hughes 2006: 144]. This view is supported by Markwell & Waitt who state that homosexual **“... events and festivals have grown and multiplied in a reciprocal relationship with the gay tourism industry.”** [Markwell & Waitt 2006: 217].

Contemporary gay parades are believed to be results of the Stonewall Riots seeing as a large number of the earliest gay pride marches and festivals were to celebrate these riots, but also to demand equal rights for homosexual people. However, many of these protest-parades have become more festive and are no longer just a means of proclaiming ones dissatisfaction with the rights of homosexual people and today the gay parades and festivals are also seen as being important to the creation of a group identity seeing as they can generate a sense of inclusion in a group [Hughes 2006: 144], thus such events may be important pull factors to some homosexuals. Moreover, homosexual parades and festivals can be pull factors to some homosexual men seeing as these events offer the men the opportunity to publicly display and celebrate their homosexuality in environments that approve of this. In relation to this it is stated **“[...] they [parades and events] are a means by which the imagined gay community can be materialised in space through publicly celebrating their culture, pride, traditions, symbols, and mythologies, which for much of the time remain hidden from public view.”** [Markwell & Waitt 2006: 217].

There are numerous homosexual pride events taking place all over the world and also Copenhagen has an annual homosexual pride called the ‘Copenhagen Pride’ [<http://www.copenhagenpride.dk/dk/>] and in the summer of 2009, Copenhagen is to host the World Outgames, which is a homosexual sports tournament combined with cultural events such as performances, exhibitions and parties [[http://www.copenhagen2009.org/World\\_Outgames/World\\_Outgames\\_2009.aspx](http://www.copenhagen2009.org/World_Outgames/World_Outgames_2009.aspx)]. Overall, it will be interesting to see whether gay pride events serve as holiday motivations for Danish homosexual men and if they do it will be interesting to see if the Danish homosexual men will travel to foreign countries to participate in, or perhaps just to be spectators at, such events. But, with the fact that this thesis aims at generating a deeper knowledge of Danish homosexual men that can be used in a Danish context in mind, it is perhaps even more interesting to see whether

---

<sup>27</sup> LGBT is an acronym that refers to Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender/Transsexual people

homosexual men from Jutland, for instance, will travel to Copenhagen because of the Copenhagen Pride.

#### 4.5.4 Sex

**“One of the great myths of gay lifestyle [is]... that it is full of single gays and lesbians who are seeking casual sex”** [Ryan & Hall 2001: 103]. Hence, it is easy to form the impression that homosexual men who are holidaying in destinations that are known as gay or gay-friendly destinations have rich opportunity to meet new partners and to have sex with these. This impression may be strengthened by the fact that a large number of gay travel guides, the *Spartacus* for instance, explicitly focus on destinations and contexts where there is great opportunity for homosexual men to indulge in sexual encounters with other men [Clift & Forrest 1999: 616, Hughes 2006: 64ff]. In general, the homosexual press underlines the sexualised nature of the homosexual culture and additionally it indicates that this sexualised nature of homosexuality becomes even more exaggerated when homosexual people are on holiday [Clift & Forrest 1999: 616].

Even though the homosexual media and various travel guides make such a strong connection between homosexual culture and holidaying, little research has actually been done on the subject of sexual behaviour of homosexual men in a tourism context. However, some of the research that has been done on the subject suggests that the pursuit of sexual encounters serves as an important holiday motivation to some homosexual men [Clift & Forrest 1999: 616].

Sex can both function as push and pull factors in relation to the holiday motivations of homosexual men – it can be a push factor in the sense that not all communities approve of homosexuality. Repressed sexuality at home means that some homosexual men have to leave their usual surroundings in order to act on their sexuality and sexual needs. On the contrary, sex can also be a pull factor seeing as **“holidays offer a liminal environment away from the constraints of home, which reduce inhibitions and provide increased opportunities for sex”** [Clift & Forrest 1999: 616].

In the questionnaire survey on the holiday motivations of Danish homosexual men the aspect of sex was included under the questions: “What do you look for in a holiday?” referring to holiday motivations, and “Why have you chosen this destination?” referring to the respondent’s next holiday if it has already been planned. Unfortunately, the questionnaire respondents were not asked to elaborate further on aspect of sex and thus it will not become evident to what extent the search for sex influences the holiday motivations of Danish homosexual men.



The subject of sex on holidays was also brought up during some of the interviews with homosexual men that were conducted in relation to the thesis. However, because of the limited number of interviewees, it is not possible to draw any conclusions about whether or not sex serves as a holiday motivation of Danish homosexual men. On the contrary, in correlation with the interviews, the questionnaire with its relative high number of respondents can present some indications of the importance of sex when travelling.

#### **4.6 Holiday Preferences of British Homosexual Men**

With the purpose of examining whether there are any similarities and/or differences between the holiday preferences of Danish homosexual men and British homosexual men, I will in this section present the findings of a study conducted on the holiday preferences of British homosexual men. Thus, this section will serve as the comparative basis for the part of the thesis concerned with actual holiday preferences of homosexual men.

The study of the holiday preferences of British homosexual men was quantitative and, as it also is the case with the study conducted for this thesis, the study did not encompass questions relating to identity construction through tourism consumption and thus it does not conclude whether this plays a role to British homosexual men.

One of the first studies on the holiday preferences and destinations of homosexual men was undertaken in 1996 by Clift<sup>28</sup> & Forrest<sup>29</sup> [Hughes 2002: 300]. The study consisted of a questionnaire survey carried out in Brighton, UK, and had a total of 562 respondents [Clift & Forrest 1999: 618].

In the questionnaire sixteen different destinations world-wide, though with an emphasis on well-know homosexual destinations, were listed and the respondents were asked to indicate whether they had visited each of the destinations within the last five years. Those destinations that scored highest in the survey were London (more than 75 %), Amsterdam (46.6 %), Paris (44.7 %) and the USA (40.7 %), whereas the destinations that scored lowest were India (5.7 %), Sub-Saharan Africa (6.6 %), Central/South America (6.9 %) and Prague (7.1 %). Overall, these numbers suggest that British homosexual men mainly spend their holidays at destinations within Europe and the United States for holidays even though there were few of the respondents who had travelled to North Africa, Australia, South East Asia, and Central and South America. Thus,

---

<sup>28</sup> Stephen Clift: Center for Health Education and Research, Canterbury Christ Church University College

<sup>29</sup> Simon Forrest: Department of Sexually Transmitted Diseases, University College London Medical School

Clift & Forrest suggest that there probably are no essential differences between the general holiday patterns of British homo- and heterosexual men.

The total number of places visited within the last five years was taken to be a rough measurement of the respondent's travel experiences in those years. The responses were divided into five groups and were as follows: 0-1 place: 21.7 %; 2 places: 17.6 %; 3 places: 18.5 %; 4-5 places: 21.9 %; and 6 places or more: 20.3 %. Income was a significant factor related to the travel experiences of the respondents meaning that those with higher income had more travel experience than those with lower income. Those with higher income were also more likely to have visited a larger number of the sixteen predetermined destinations than those with lower incomes. Older men in the survey had wider travel experience than the younger men, however, this may be due to differences in income rather than being a direct result of age. There was no indication that relationship status had any influence on the extent of travel experience.

A list of sixteen possible aspects of a holiday was provided in the questionnaire with the purpose of establishing what homosexual men look for in a holiday. The following table presents the percentage-wise distribution of the responses to this:

	Very important	Fairly important	Not important
Comfort and good food	70.9	25.1	4.0
Opportunities for rest and relaxation	70.2	22.5	7.3
Guaranteed sunshine	51.4	31.8	16.8
Good night-life	47.9	39.6	12.5
Opportunities to socialise with gay men	36.6	40.2	23.2
Gay culture and venues	39.1	41.1	19.7
Dramatic or beautiful landscapes	38.4	45.0	16.6
Opportunities to see local culture	37.5	46.3	16.2
Opportunities to have sex	29.3	35.3	35.4
Getting away from other people	27.6	36.6	35.8
Getting of the beaten track	27.5	39.1	33.4
Convenient and cheap holiday package	24.9	36.7	38.4
Seeing well known tourist sights	21.1	50.2	28.7
Visiting art galleries and antiquities	17.7	33.5	48.8
Opportunities to see wildlife and nature	13.3	39.1	47.6
Good sporting facilities/exercise	10.1	23.5	66.5

Table 2:  
Holiday preferences of British homosexual men [Clift & Forrest 1999: 620]

As it can be seen from the table, the most important factors in planning a holiday were “Comfort and good food”; “Opportunities for rest and relaxation”; “Guaranteed sunshine”; and

**“Good night-life”**. With section 4.5.5 in mind, it is interesting to see that a larger number of the respondents found **“Opportunities to socialise with gay men”** and **“Gay culture and venues”** more important than **“Opportunities to have sex”**.

With the purpose of exploring the patterns in the reposted holiday preferences, the list of the sixteen possible aspects of a holiday were divided into three categories with the overall headlines of *“Gay social life and sex”*; *“Culture and sights”*; and *“Comfort and relaxation”*. Unattached and younger men had higher scores on the “Gay social life and sex” category, whereas men in relationships were more interested in the “Culture and sights” aspects of holidays. Additionally, it became evident that older men in a relationship were more interested in the “Culture and sights” aspects than their single counterparts.

The questionnaire survey also showed be seen that a significantly high number of men who had visited Gran Canaria, Mykonos and Ibiza found that the “Gay social life and sex” aspect was important compared to those men who had not visited these places. A differentiation between the responses can also be seen in relation to those men who had visited the destinations of Amsterdam, Prague, Paris, sub-Saharan Africa and Australia and those who had not seeing as the first group of men found the aspect of “Culture and sights” important whereas the latter of the groups did not. Additionally, those men who had visited Gran Canaria found the “Culture and sights” aspect significantly less important that those men who had not.

Summing up on the findings in their research, Clift & Forrest state that the survey confirms that a large number of homosexual men had spent their holidays in well-known homosexual tourist destinations within the previous five years and consequently these men were likely to have had some sort of contact, social and perhaps sexual, with other homosexual men visiting the same destinations. Nevertheless, the survey also indicates that a substantial number of homosexual men spend their holidays on destinations that cannot be characterised as being specific homosexual destinations, which, according to Clift & Forrest, is likely not only to reflect these men’s values and preferences in relation to holidaying, but also to indicate whether these men while on holiday are likely to get in contact with local homosexual men and other homosexual tourists. Because of the limited number of specified destinations and because no information on the number of times the homosexual men had visited these destinations was available, Clift & Forrest stress the fact that their research findings are quite crude [the section is based on Clift & Forrest 1999: 619ff]. However, the findings in the British survey can still be compared to the findings in this thesis with the purpose of examining whether Danish and British homosexual men holiday for the same reasons.



## CHAPTER 5 – INTRODUCTION TO THE ANALYSIS

---

For the study of the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men I have interviewed five Danish homosexual men and one expert interviewee, and have received a total of 260 questionnaires all completed by Danish bi- or homosexual men. In the following, the men interviewed for this study will be referred to as **interviewees**, whereas the respondents to the questionnaire will be referred to as **questionnaire respondents**.

Seeing as the study is based on the method of a random sample of Danish homosexual men and it can be difficult to control whether the respondents constitute a representative cross section of Danish homosexual men, and thus I will present the background characteristics of both the interviewees and the questionnaire respondents in order to find out whether the study presents a representative picture of the travel preferences and motivations of Danish homosexual men.

### 5.1 Individual Profiles of the Interviewees

#### Interviewee # 1:

Interviewee # 1 is a 35 year-old homosexual man who lives in Skagen, Northern Jutland. He is single, has no children and is open about his sexuality in the sense that his family, colleagues and social circle know that he is homosexual, but he does not introduce himself as a homosexual when first meeting new people. He has a higher education and is employed in the air force.

Every summer, interviewee # 1 takes a two-week active holiday on Bornholm where he is an instructor for socially vulnerable children from Copenhagen whose parents cannot afford to take the children on holiday. In contrast to this, interviewee # 1 also likes to go on holidays just to relax and do absolutely nothing – just sit in the bar at the swimming pool all day long. However, he also enjoys city breaks, to Rome for instance, where he can experience antique history. He goes to Bornholm every summer and if his job allows it he tries to go on the two other types of holidays within a period of one and a half year.

Besides the holiday on Bornholm obviously, interviewee # 1 prefers to travel alone seeing as he does not want to depend on anybody else's pace – he want to be free to do what he wants to do and see exactly what he wants to see. He has never travelled outside of Europe but if he is

ever going to his 'dream' holiday will be to Australia partly because of the aborigines but also because he believes that Australia has a kind of pureness to it.<sup>30</sup>

### **Interviewee # 2:**

Interviewee # 2 is a 20 year-old unemployed, homosexual man who lives in Hadsund, south of Aalborg, with his partner whom he has been together with for approximately five months. He has no children and has been open about his sexuality for about 3-4 years.

Growing up on an institution means that interviewee # 2 has done most of his travelling with this institution hence he did not have any influence on the holiday destinations or the frequency of travelling. He has been to France, Poland, Czech Republic, Greenland, the Faroe Islands, Norway and Sweden. He would like to go to China to experience its culture, people and attractions, but additionally he would like to go to Paris, Disneyland and the USA because these destinations offer the opportunity of being anonymous – not because of his sexuality just because he finds it fascinating. His reasons for travelling are to relax; see attractions; to experience other cultures and amusement parks. Having moved away from the institution, interviewee # 2 mostly travels to Århus and Copenhagen on long weekends and sometimes on one-day trips with the purpose of partying or just to forget about things – to unwind and enjoy that he can do whatever he wants to.<sup>31</sup>

### **Interviewee # 3:**

Interviewee # 3 is a 39 year-old homosexual man who lives in Aalborg with his partner whom he got registered to in 2001. He is open about his sexuality in the same sense as interviewee # 1, but ever since he came out he has never made a secret of it. He has no biological children but two grown-up stepchildren seeing as his partner previously lived in a heterosexual partnership in which he had the children.

Together with his partner interviewee # 3 primarily travels to European capital cities such as Berlin, Paris and London seeing as he does not feel comfortable with 'sun and beach' holidays. Besides numerous trips to Copenhagen where one of the step-children lives the couple does not spend their holidays in Denmark. Usually they travel to a foreign country once a year and to Copenhagen perhaps 2-3 times a year to primarily to visit the stepdaughter but also to see a show on the 'Ny Teater'. Interviewee # 3 likes musicals, which have been the pull factor for many of

---

<sup>30</sup> See appendix 4 for transcription of the interview with interviewee # 1

<sup>31</sup> See appendix 5 for transcription of the interview with interviewee # 2

his holidays in London. He has been to London, Paris, Berlin, Gothenburg and Malmö, and would like to go to Vienna and Rome, but he would also like to revisit those places he has already been to.<sup>32</sup>

#### **Interviewee # 4:**

Interviewee # 4 is a 27 year-old homosexual man who lives in Aalborg where he studies at the University. He is single, has no children and has been open about his sexuality for almost 5 years. Because he is a student interviewee # 4 cannot afford to travel as much as he would like to, however, he does find money for some holidays – he has for instance been in Gothenburg, Paris, London and Amsterdam. Generally he travels with friends and from his holidays he seeks something that can expand his horizon and provide him with the type of experiences he wants, which are cultural and historical experiences. The more party-oriented holidays on Gran Canaria and Mykonos do not appeal to him – he would like to go to Greece though but then it would be to see historical things and ruins and not to party and/or meet another man.<sup>33</sup>

#### **Interviewee # 5:**

Interviewee # 5 is a 49 year-old bisexual man who lives in Copenhagen. He is single but has been registered/married both in the homosexual world and the heterosexual world and has a stepson from his heterosexual marriage. He finds it easier to be with a partner of the same sex because they think alike. However, he does not reject the thought of finding an amazing woman. He is a self-employed real estate agent who sells real estates in foreign countries. Hence he travels a lot and normally combines business with pleasure meaning that he prolongs a business trip with 2-3 days for tourist purposes.

When travelling in his spare time interviewee # 5 prefers that he can be impulsive, which means that he normally only books a hotel for the first couple of days and then awaits to see what the holiday brings. He usually goes on holiday with two to four friends because then they have the option of ‘splitting up’ in accordance to interests.

The type of holiday interviewee # 5 prefers is the type where he can get to experience many things – he is interested in buildings and architecture, which typically are found in big cities. Thus he likes city breaks but he also likes to relax on the beach and enjoy the sun and the water.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> See appendix 6 for transcription of the interview with interviewee # 3

<sup>33</sup> See appendix 7 for transcription of the interview with interviewee # 4

<sup>34</sup> See appendix 8 for transcription of the interview with interviewee # 5

## 5.2 Characteristics of the Questionnaire Respondents

This is a study of the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men, and thus all the questionnaire respondents and the interviewees, with exception of the expert interviewee, are men. 242 of the 260 questionnaire respondents<sup>35</sup> are homosexuals whereas the remaining 18 are bisexual. When asked whether they are open about their sexuality 209 of the questionnaire respondents answered 'yes', 10 answered 'no' and 41 answered 'partly open'. Those who answered 'partly open' were asked to elaborate on this and there was a convergence of answers seeing as large parts of the questionnaire respondents answered that they are open about their sexuality towards their families and friends but not at their jobs; and that they are not the types who display their sexuality but that they are open if people ask or the subject is brought up.<sup>36</sup>

With the purpose of establishing the geographical dispersion of the questionnaire respondents they were asked about which municipality they live in. In total the questionnaire respondents represent 55 different of Denmark's 98 municipalities, which have been roughly divided in accordance to different parts of the country and all the respective parts of Denmark are represented in the study. However, there is a vast majority of homosexual men from Zealand, and in particular from the capital area, whereas Central-/West Jutland, Southern Jutland and Funen are slightly underrepresented.<sup>37</sup> The large difference in the numbers of questionnaire respondents from Zealand and other parts of the country means that a comparison of the questionnaire respondents based on where they live will result in a distortion of the data. Consequently, I will not examine whether homosexual men from the province go on holiday for the same reasons as men from Copenhagen for instance.

All age groups are fairly even represented in the study, though with the exception of older men between the age of 46 and 61+ who are very much underrepresented in comparison to the questionnaire respondents between the age of 26 and 45. Despite this difference it will still be interesting to see if there are any holiday preferences that appeal more to a specific age group than another, which will be examined in section 6.1. The younger men between the age of 15 and 20 are those with the lowest income – less than DDK 100,000 – whereas the questionnaire respondents between the age of 26 and 50 are those with the highest income.<sup>38</sup> The obvious reason for this division in income between younger and older men is that the younger men are

---

<sup>35</sup> Where the number of respondents exceeds 260 the respondents could give multiple answers

<sup>36</sup> See appendix 15 pp. 3-4 for all elaborations on this

<sup>37</sup> See appendix 15 pp. 1-2 for complete list of municipalities and the number of respondents living in them

<sup>38</sup> See appendix 11



still under education and/or have little experience on the labour market, whereas the older men most likely have finished their educations a long time ago and thus have years of work experience.

As mentioned in the introduction to the thesis, Weaver & Lawton state that the Pink Dollar is “... **much higher than average purchasing power**” [Weaver & Lawton 2006: 417] and Roth & Luongo supports this view by stating that “... **gay men usually have a higher disposable income...**” [Roth & Luongo in Lück 2005: 3ff]. Thus, it is interesting to see that 119 questionnaire respondents have annual incomes that exceed DDK 300,000 seeing as this can support the just mentioned statements, which seem to be general assumptions among marketers. In this survey the average homosexual respondent is 36 years-old and has an average income of DDK 250,000, which is higher than the average Danish 36 year-old male whose annual income is DDK 197,900.<sup>39</sup> The relatively high income combined with the fact that only 20 of the questionnaire respondents have children<sup>40</sup> further emphasises the assumption that homosexual men have a high purchasing power.<sup>41</sup>

The questionnaire respondents were asked how many holidays they in average take every year with the purpose of finding out whether income has an influence on this number and the answers showed that there is a difference in how often the Danish homosexual questionnaire respondents travel. Averagely, the respondents in the two first income groups – DDK 0-100,000 and DDK 100,000-200,000 – holiday 2.2 times a year, those in the third income group – DDK 200,000-300,000 – holiday 2.7 times a year, whereas the respondents in the last income group – DDK 300,000+ holiday 3.1 times a year. The fact that the respondents with the highest income, in average, holiday more than those with the lowest income clearly indicates that income do have an influence on the number of annual holidays taken by Danish homosexual men.

With regard to examining how much money Danish homosexual men in average spend on one holiday the questionnaire respondents were asked to mark some pre-determined answers. Because this amount can vary a lot according to the length and destination of the holiday – for instance Australia compared to Germany – the questionnaire respondents could mark off more answers hence the number of answers exceeds 260. 108 questionnaire respondents spend between DDK 5000-10,000 on a holiday and 103 questionnaire respondents spend more than

---

<sup>39</sup> <http://www.dst.dk/pukora/epub/upload/10670/headword/dk/221.pdf>

<sup>40</sup> See appendix 15, p. 4

<sup>41</sup> It has to be mentioned that the average age and income of the average homosexual respondent are not exact, which is due to the group categorisation

DDK 10,000 – only 31 spend less than DDK 1000-2500 and 83 spend between DDK 2500-5000.

When asked who they generally travel with the questionnaire respondents had six predetermined answers to choose between including an open option so that they could state their answer if it was not on the list. This was also a multiple-answer question seeing as the one(s) one travels with may vary according to the purpose and destination of the holiday. The majority, 173 questionnaire respondents, generally travels with friends and acquaints, but a relatively high number of questionnaire respondents (122) has answered that they generally travel alone. 101 questionnaire respondents generally travel with family; 99 with partner without children; 7 with partner with children and lastly 10 questionnaire respondents have answered that they travel with others.

## CHAPTER 6 – ANALYSIS

---

### 6.1 Identification of Themes

There are more themes in terms of conversation topics that repeat themselves in the respective interviews conducted for the study on the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men. The themes will serve as the point of departure for the analysis and thus this chapter will be divided in sub-sections based on each theme, namely: Holiday Preferences and Motivations; Homosexual Environments on Holidays; Typical Homosexual Destinations; and Holidaying and Sexuality. Following this, there will be a section on Identity Construction in which I will examine how the interviewees use holidays in the construction of a homosexual identity and the analysis will be rounded off with a comparison of the holiday preferences of Danish and British homosexual men.

### 6.2 Holiday Preferences and Motivation

Seeing as the study is concerned with the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men these aspects have obviously been a primary theme in the interviews.

When asked what they look for in a holiday all five interviewees answered that they look for city breaks, which is based on their search for experiences, and on personal interests such as culture, history and architecture. However, interviewee # 1 and # 5 specifically stated that they also, in contradiction to city breaks, like to go on holidays where they can just lie on the beach and relax all day – **“I would also like a ‘relax’, ‘do nothing’, ‘lie in the sun’ or ‘sit at a barstool’ holiday and not be activated at all”<sup>40</sup>; “... but I also like to go to the water and the beach and just relax”<sup>41</sup>.**

The questionnaire respondents were also asked what they look for in a holiday and to answer this, a list of 12 pre-determined options were provided. A total of 238 questionnaire respondents have answered that they look for ‘City Breaks’ in a holiday thus making this aspect of holidaying the major holiday preference for the Danish homosexual men who have participated in the survey.<sup>42</sup> This is followed by ‘Sun and Beach’ (164) and ‘Nature Experiences’ (136). The holiday aspects that got the lowest scores are ‘A Partner’ (13), ‘Ski Holiday’ (42) and ‘Sex’ (60). The

---

<sup>40</sup> Interviewee # 1 – appendix 4

<sup>41</sup> Interviewee # 5 – appendix 8

<sup>42</sup> See appendix 15, p. 5

answer option 'Other' was an open option in which the questionnaire respondents could give their own reasons for holidaying.<sup>43</sup>

When comparing the interviewees' statements with the findings from the questionnaire study it becomes obvious that a vast majority of Danish homosexual men prefer city breaks. However, they also look for other aspects such as 'Sun and Beach', 'Nature Experiences' and 'Cultural Events' when holidaying. Interviewee # 3 especially looks for cultural events such as musicals: **"It is musicals that pull us to London so we spend a lot of money and time on them when we visit the city"**.<sup>44</sup> Interviewees # 2 and # 4 also gave specific examples on cultural events that they have travelled for – the Pride in Copenhagen, and a Madonna concert in Paris and the Swedish Song Contest in Gothenburg, respectively, which support the perception that Danish homosexual men look for holidays in which they get some cultural experiences.

That both the interviewees and questionnaire respondents prefer city breaks may, in accordance to Maslow's Hierarchy of Needs, be based on a need to escape daily routines or hostile home environments. However, I do not believe that the latter is the case seeing as homosexuality is widely accepted in the Danish society and seeing as all the interviewees are open about their sexuality this does not seem to be an obvious motivation for holidaying either. Seeing as a large number of the men who have participated in the survey, for instance interviewee # 4 and # 5, mainly travel with homosexual friends, their holiday motivation may be based on the need for belonging to these groups of friends, whereas interviewee # 1 who prefers to travel alone does not seem to have this need. With the reasoning for going on city breaks in mind – the search for experiences and because of personal interests in culture, history and architecture – it can be argued that their holiday motivation thus is based on the need for self-actualisation seeing as this is concerned with personal growth, which experiences and learning indeed can contribute to.

Considering the weather in Denmark an obvious reason why some of the men who participated in the survey, such as interviewees # 1 and # 5, like sun and beaches holidays may be based on the physiological need for warmth. This is, to some extent, true, however, I believe that the main motivation for these holidays are based on the need for belonging to a homosexual environment and I base the argument on a statement made by interviewee # 1 who said that:

---

<sup>43</sup> See appendix 15, pp. 5-7 for complete list of answers to the question

<sup>44</sup> Interviewee # 3 – appendix 6

**“Gran Canaria is the place where Scandinavian and Northern European homosexuals spend their holiday during winter. We might as well meet in Copenhagen or Hamburg [...], but it happens to be on Gran Canaria... a few years ago we met on Mykonos – we follow the trend. Then one meets with other homosexuals from Denmark, Sweden, Norway, Britain and Germany – so it has a lot to do with being together with other homosexuals.”<sup>45</sup>**

City breaks can be seen as a combination of both push and pull factors where the push factor consist of the interviewees’ need for escaping everyday lives and their need for self-development in terms of gaining knowledge on other cultures, history and architecture, and the specific attractions, for instance the Eiffel Tower, comprise the pull factor. On the contrary, I believe that the beach holidays function as a push factor seeing as these are based on the individuals’ need for belonging to a group and to socialise with other homosexuals. The socialisation does not depend on a specific place – as it can be seen from the quote above the place where homosexuals meet varies – and thus, if an individual already has the need for belonging and socialising, there is no real pull factor in this case.

In section 4.5, four ‘attractions’ – Marriage and Partnership; Circuit Parties; Parades and Festivals; and Sex – which Hughes suggests may be particularly appealing to the homosexual segment, were presented and of these ‘Parades and Festivals’ and ‘Sex’ were the only aspects on the list of pre-determined options that the questionnaire respondents could chose between when indicating what they look for in a holiday. 81 of the 260 questionnaire respondents look for ‘Parades and Festivals’. However, it should be noticed that this number might not be exact seeing as parades and festivals also can be interpreted as cultural events. Mere 60 questionnaire respondents look for ‘Sex’, which clearly indicates that these in general are not of very high importance to Danish homosexual men when they are on holiday. This is supported by the statements of the interviewees – only two of them have travelled in order to experience a gay parade, whereas none of the interviewees find sex an important reason for holidaying. However, this does not mean that they reject the idea of sex on holidays: **“No that is not why I go on holiday, but if I do meet one then why not?”<sup>46</sup>**, **“Is it to meet a partner or just to have sex – for me it is the latter. I would never dream of going abroad to find a partner for life...”<sup>47</sup>**, and more

---

<sup>45</sup> Interviewee # 1 – appendix 4

<sup>46</sup> Interviewee # 4 – appendix 7

<sup>47</sup> Interviewee # 1 – appendix 4

concretely interviewee # 5 told that he himself had experienced a holiday flirt. Seeing as sex is a rather personal and precarious subject there is a risk that some questionnaire respondents have not answered the question concerning sex truthfully, which, if this is the case this, obviously would have had an effect on the number of questionnaire respondents who do look for sex in a holiday.

Seeing as sex is placed in the lowest level of Maslow's Hierarchy of Needs, the travel motivation of those homosexual men who look for sex in a holiday are based on a basic psychological need, which very much contradict the perception that people in the Western World engage in tourism because their basic needs have already been met.<sup>48</sup> From the two quotes above it is obvious that sex is not the primary holiday motivation for those two interviewees, but that they are open to the possibility of having sex while on holiday and thus sex becomes a secondary motivation. On the contrary, there might also be some homosexual men who go on holiday based on the need of having sex and thus sex becomes the primary holiday motivation. Because sex is a psychological need it functions as a push factor. The questionnaire respondents were not asked whether sex is a primary or secondary holiday motivation to them and thus, even though this becomes obvious in some of the interviews, generalisations about this cannot be made seeing as such generalisations cannot be based on such a few numbers of interviewees.

None of the questionnaire respondents mentioned the last two 'attractions', 'Marriage and Partnership' and 'Circuit parties', and were not mentioned under 'Other' in the questionnaire hence it can be concluded that these have no actual influence on the holiday preferences of Danish homosexual men in general. In relation to parties there is a risk that the questionnaire respondents did not want to give the stereotypical impression that they are 'party animals' and that they thus have not answered the question truthfully.

There are no major differences between what the younger Danish homosexual men look for in a holiday in comparison to the older.<sup>49</sup> Rather the answers to the question indicates that Danish homosexual men regardless of age in particular look for 'City Breaks', 'Sun and Beach', and 'Nature Experiences'. Hence, it can be concluded that age do not seem to have an impact on what Danish homosexual men look for in a holiday. The expert interviewee had a clear idea of what especially younger homosexual men look for in a holiday: **"The young men do not have that much money and they choose to go to places where there are other young people – they want to**

---

<sup>48</sup> Weaver & Lawton 2002: 189 – section 4.5

<sup>49</sup> See appendix 13

go to Ibiza or Gran Canaria. They choose large cities or the beach where they know there are parties”<sup>50</sup>, which does not correspond to the finding in this survey.

Likewise there is no major difference between the holiday preferences of single Danish homosexual men and for those living in partnerships – ‘City breaks’, ‘Sun and Beach’ and ‘Nature Experiences’ are still of main importance to all the questionnaire respondents.<sup>51</sup> However, in relation to some holiday aspects there are some slight differences between the preferences of single men and men in a relationship; ‘Cultural events’, ‘Socialisation with the local population’, ‘Socialisation with other homosexuals’, and ‘Sex’. The largest difference is seen in relation to the ‘Sex’ aspect, which 26.8 % of the single homosexual men look for in a holiday compared to 17.5 % of the men in a relationship. The reason why single men to a larger extent look for sex in a holiday might be due to them being unattached and because holidays might reduce inhibitions and thus increase the opportunity for sex, but regarding why some questionnaire respondents who are in relationships look for sex is a bit more difficult to explain. This might be due to the missing definition of the sex aspect meaning that some questionnaire respondents might have interpreted it in terms of them having sex with their partners while on holiday. On the contrary, it might also be an indication that some homosexual couples have open relationships thus making it acceptable to have sex with other men than one’s partner. The expert interviewee supports the latter perception: **“Homosexual men are still men and outgoing and they ‘want action’... we want something here – even though they may have a partner it is not all homosexuals who are just as faithful – it varies a lot.”**<sup>52</sup>

There are no significant differences between what the interviewees look for in a holiday, neither in relation to age nor civil status – their answers to the question are very much in line with the findings in the questionnaire. Consequently, it can be concluded that Danish homosexual men travel for the same reasons and that these are not influenced by age or civil status.

The questionnaire respondents were asked why it is important for them to travel and the answers to this were many. The most often given reason to this was ‘Recreation’, which was answered by 216 questionnaire respondents. Also ‘Experiences’ (35); ‘To be open about my sexuality’<sup>53</sup> (31); and ‘To experience new cultures’ (15) was important reasons for holidaying. The answers to this question vary greatly, which is due to the open option that the questionnaire

---

<sup>50</sup> Expert interviewee – appendix 9

<sup>51</sup> See appendix 14

<sup>52</sup> Expert interviewee – appendix 9

<sup>53</sup> This aspect will be elaborated on in section 6.3

respondents were provided with meaning that the questionnaire respondents themselves had to write why it is important for them to travel.<sup>54</sup>

Regarding why it is important to the interviewees to travel one interviewee said: **“To relax – and see attractions, other cultures and amusement parks”**<sup>55</sup>, whereas another interviewee answered:

**“Experiences. I am interested in culture and experiences in that way – and in social conditions and history too, and therefore I would like to experience some of these things when I travel. So I also look for cultural or historical things when I travel. When visiting London for instance one would like to experience some of the historical things one has read about or visit some museums in order to get that perspective into the holiday.”**<sup>56</sup>

These two quotes underline the findings from the questionnaire hence indicating that the general holiday purposes of Danish homosexual are ‘Recreation’, ‘Experiences’ and ‘To be open about homosexuality’. Due to the open option it has not been possible to analyse the answers to why it is important to travel in accordance to age.

Where holidays for recreational purposes may be based on more physiological needs such as the need to relax and ‘recharge’, and escape routines of everyday life, holidays taken in the search for experiences may be based on a need for personal growth, self-fulfilment and learning about certain things, which are all aspects of self-actualisation.<sup>57</sup> Hence, holidaying for recreational purposes is a push factor, whereas holidaying for self-actualisation purposes may be a combination of push and pull factors where the push factor consists of an individual’s various needs and the pull factor consists of certain ‘attractions’ that ‘pull’ the individual to a specific place – in order to see the Eiffel Tower you have to go to Paris, for instance.

The travel motivation of those homosexual men who travel with the purpose of being open about their sexualities may both be based on a need for feeling that they belong to the homosexual environment, but the motivation may also be based on a need for safety – they travel because they cannot be open about their sexuality in their home environments due to homophobia and violent acts against homosexuals. However, I do not believe that this is the case with the Danish homosexuals seeing as homosexuality is widely accepted in Denmark.

---

<sup>54</sup> See appendix 15, pp. 5-7 for complete list of answers to the question: “why is it important for you to travel?”

<sup>55</sup> Interviewee # 2 – appendix 5

<sup>56</sup> Interviewee # 4 – appendix 7

<sup>57</sup> <http://www.businessballs.com/maslow.htm>



### 6.3 Homosexual Environments on Holidays

Another topic that was brought up during all interviews was whether the interviewees find that homosexual environments on the holiday destination are important to them and if they would actively search for these environments. To this one interviewee said: **“No, actually I do not. But if it is possible to get some information about them then it is natural to go to these places, but it is not something I put a lot of effort into – I can have just as good times in the other places.”**<sup>58</sup> The interviewee clearly states that homosexual environments are not important to him when on holiday but at the same time he does not refuse the idea of visiting homosexual environments. Another interviewee told that when on holiday he does not really go out – to pubs and the like – but that he has walked through the homosexual neighbourhoods – Soho in London and Schönberg in Berlin for instance.<sup>59</sup> When asked whether he would choose a holiday destination based on the possibility of meeting other homosexuals interviewee # 2 answered: **“If you want to meet other homosexuals there is Copenhagen, Århus, Aalborg and GayNord.”** Additionally, the subjects of gay-friendly destinations and the illegality of homosexuality in some countries were brought up and here there were split matters of opinions seeing as one interviewee when asked if the illegality of homosexuality would refrain him from travelling to specific countries answered: **“As a tourist, yes! Egypt probably will not benefit from my income. For my own safety’s sake I will not travel to such a place”**<sup>60</sup>, which is supported by another interviewee to the same question answered:

**“I would like to see the Pyramids in Egypt and then I will have to go there, but otherwise it is not places like that I would like to visit [...] Not because it is illegal or because I am afraid of the consequences cause as tourists and citizens within the European Union I believe that we are not at risk if only we are a bit discrete. On the other hand, I do not feel like supporting those regimes with my tourist money – why should I if they do not accept me? [...]”**<sup>61</sup>

On the contrary, one interviewee answered that illegality of homosexuality will not at all keep him from travelling to such countries.<sup>62</sup>

---

<sup>58</sup> Interviewee # 5 – appendix 8

<sup>59</sup> Interviewee # 3 – appendix 6

<sup>60</sup> Interviewee # 1 – appendix 4

<sup>61</sup> Interviewee # 4 – appendix 7

<sup>62</sup> Interviewee # 5 – appendix 8

The questionnaire respondents were asked whether it is important to them that their holiday destinations are gay-friendly and to this 93 answered 'yes', 58 'no' and 109 'some times'. Those who answered 'some times' were asked to elaborate on this and the answers to this are many, but the most common answer is that it depends on the purpose and the length of the holiday and who they travel with.<sup>63</sup> There are, however, answers that support those of the interviewees' seeing as one respondent for instance write:

**"I do not see any reason to visit places in which I do not feel comfortable, free and unrestrained because of fear from the surrounding's reactions. Neither do I see any reason why I should spend money in a country that discriminates homosexuals or other minorities."**<sup>64</sup>

Another questionnaire respondent writes: **"[...], I travel to experience and if not being gay-friendly is part of a country's culture then that is how that country should be experienced [...]"**<sup>65</sup> Nevertheless, the overall stance on gay-friendly or gay-hostile destinations is that the questionnaire respondents, to a large extent, prefer gay-friendly destinations seeing as these display some degree of respect towards same-sex behaviour and because it will make the homosexuals feel more safe and comfortable. Having said this it is important to notice that some homosexuals are willing to spite some destinations' gay-hostility because of specific attractions they would like to see.

#### 6.4 Holidaying and Sexuality

A third topic that was brought up during the interviews was whether the interviewees go on holiday with the purpose of being open about their sexuality to which one interviewee answered: **"This is by far the case! The homosexual life in Denmark is more open and easily accessible. It is not difficult to be homosexual in our country."**<sup>66</sup> The four other interviewees did not answer this question but seeing as they all are open about their sexualities it must be assumed that this is not the case for them either. However, they did talk about this in relation to homosexuals in general and here there was a common assumption that there are some homosexual men who go on holidays with the purpose of being open about their sexuality and to live a homosexual life – at least for a short while:

<sup>63</sup> See appendix 15, pp. 13-19 for complete overview of responses to this question

<sup>64</sup> See appendix 15, p. 16 – quote marked in bold letters

<sup>65</sup> See appendix 15, p. 18 – quote marked in bold letters

<sup>66</sup> Interviewee # 1 – appendix 4

**“I definitely believe that! [that there are some people who travel to be open about their sexuality] [...], but I also think that exactly these people will be difficult for you to reach, and talk to, exactly because their homosexual identity is hidden in their everyday lives. They will typically travel to places like Gran Canaria because such places provide the opportunity to live out their sexuality.”<sup>67</sup>**

This is supported by another interviewee who said: **“I believe that there are many who behave differently when they are abroad than they do at home, but then I think that that is more like Ibiza and Gran Canaria – that is party places where it is okay to be ‘naughty’.”<sup>68</sup>** In relation to this the expert interviewee said: **“Yes, perhaps they just toddle about at home and then they go to Sietges or Barcelona and disappear among all the other homosexual men, because they do not know them.”<sup>69</sup>**

However, it is only a minority of the questionnaire respondents (31) who responded that it is important for them to travel because it enables them to be open about their sexuality,<sup>70</sup> thus it can be concluded that this is not an important reason for holidaying among Danish homosexual men.

## 6.5 Typical Homosexual Destinations

During the interviews the cities of Berlin, London, Paris and Amsterdam were brought up numerous times and most often because these are cities that most of the interviewees have been to: **“... it has primarily been to capital cities; that is, we have been to Berlin, Paris and London.”<sup>71</sup>** In relation to previous holidays one interviewee said: **“Amsterdam... We really wanted to see the city of Amsterdam – it is the homosexual capital of Europe after all – there is a lot going on down there.”<sup>72</sup>** Later in the interview he says: **“I have also been to Paris and London. I was in Paris to get a cultural experience – we saw Madonna’s concert in Paris.”<sup>73</sup>** Especially interviewee # 3 likes to holiday in large cities and in the interviews he indicates that he has been to London and Berlin more times: **“In London it is musicals that that pull us in that direction so we spend a lot of time and money on that when we are over there.”<sup>74</sup>**, **“It was one of the trips to Berlin...”<sup>75</sup>**

---

<sup>67</sup> Interviewee # 3 – appendix 6

<sup>68</sup> Interviewee # 5 – appendix 8

<sup>69</sup> Expert interviewee – appendix 9

<sup>70</sup> See appendix 15, p. 5

<sup>71</sup> Interviewee # 3 – appendix 6

<sup>72</sup> Interviewee # 4 – appendix 7

<sup>73</sup> Interviewee # 4 – appendix 7

<sup>74</sup> Interviewee # 3 – appendix 6

<sup>75</sup> Interviewee # 3 – appendix 6

These quotes all substantiate the finding above that Danish homosexual men generally prefer city breaks. However, as it can be seen from the quotes, this has also something to do with the 'products' these cities can offer.

A total of 193 questionnaire respondents answered 'yes' to having planned their next holiday. With the purpose of examining where Danish homosexual men travel to, the questionnaire respondents were asked to answer where they are going for their next holiday. From appendix 13 it can be seen that Danish homosexual men travel to a wide variety of destinations – in fact a total of 91 destinations are represented in the answers of the questionnaire respondents.<sup>76</sup> Those destinations that most of the Danish homosexuals who have already planned their next holiday are going to visit are: Berlin (19); London (12); Paris (8); and Barcelona (8). However, it has to be mentioned that some of the questionnaire respondents have named the cities they are going to visit, whereas others have named the countries. Hence, the exact number of questionnaire respondents who are going to visit the respective destinations is not known but still the aforementioned numbers can still give some indication as to where the majority of Danish homosexual men like to spend their holidays, which very much seem to be to capital cities in Europe. It is my perception that Danish homosexual men prefer destinations such as Berlin, London, Paris and Amsterdam, which is supported by the expert interviewee who states that these destinations along with Rome are those destinations that Pink Viking Adventure's customers prefer the most.<sup>77</sup>

## 6.6 Identity Construction

As mentioned in section 4.2, identity construction is about affiliating with certain social groups and is thereby also about differentiating from other groups.<sup>78</sup> Thus, the quotes presented in section 6.3 obviously encompass some aspects in identity construction seeing as the interviewees in these quotes clearly distance themselves from those homosexual men who go on holiday with the purpose of being open about their sexuality. The reason for this is that they are all open about their sexuality and consequently it is not necessary for them go on holiday for this purpose. Hughes states that holidays provide homosexuals with the opportunity of leaving their usual surroundings in order to themselves seeing as there might be fewer restrictions on holidays on their behaviour and that they consequently can be more open about their sexual orientation.<sup>79</sup>

---

<sup>76</sup> See appendix 15, pp. 26-28 for complete list of destinations

<sup>77</sup> See appendix 9

<sup>78</sup> P. 35

<sup>79</sup> P. 37

This may very well be the case, however, it do not seem as though this played an important role for the interviewees in their identity construction.

With the statements: “[...] **homosexual people are probably funnier and happier people who understand to party**” and **“The homosexual world is probably more critical because they have the extra energy in everyday life. They want quality for their money”**, interviewee # 5 makes some clear distinctions between homosexual and heterosexual men, which he may use in the construction of his own homosexual identity, given that he first of all states that homosexual men are funnier and happier followed by the insinuation that heterosexual men do not care about quality to the same degree as homosexual men.

Three of the interviewees specifically state that they do not want others to perceive them as stereotypical homosexuals and thus they differentiate themselves from the group of homosexual men who live up to the stereotypical images, which can be seen from the statements: **“I do not wish to participate in the Pride as such – as stereotypical glitter-dressed homosexual in Denmark [...]”**<sup>80</sup>; **“The media portray us [homosexual men] as vain, screaming drags, but us who are ordinary are not so interesting”**,<sup>81</sup> and **“Of course there are many homosexuals with ‘loose wrists’ [...]”**<sup>82</sup>

According to the interviewees the reason why they prefer city breaks is because they are interested in culture, history and architecture, however, there might be a reason why exactly Berlin, London, Paris and Amsterdam seem to be typical homosexual destinations, which may be that holidaying in these cities enables the interviewees to identify with the group of other homosexual men who have also visited these cities and thereby the homosexual identity can be validated.<sup>83</sup> This is very much in accordance with Østergaard & Jantzen’s statement that the consuming individual should be perceived as a member of a group and that the members of a group search for the ‘right’ symbols by which they can be recognised by the other members of the same group<sup>84</sup> – in this case holidaying in the aforementioned cities can be seen as symbols in the homosexual environment.

In section 4.3 it was stated that an individual can have many different homosexual identities and the reason for this is that homosexual identity is socially constructed in relation to how one wishes to be perceived by the surrounding world and in relation to what group(s) the individual

---

<sup>80</sup> Interviewee # 1 – appendix 4

<sup>81</sup> Interviewee # 2 – appendix 5

<sup>82</sup> Interviewee # 5 – appendix 8

<sup>83</sup> P. 37

<sup>84</sup> Pp. 33-34

wishes to be part of.<sup>85</sup> Interviewee # 1 serves as a good example of this seeing as he aims at going on three very different types of holidays – active, recreation/relax and city break – within a year and a half time span and these holidays may indicate that he wishes to identify with different groups who go on these types of holidays. Especially the earlier presented statement by interviewee # 1<sup>86</sup> clearly indicates that he spends some holidays in homosexual destinations, which follows the trend, in order to socialise with other homosexuals, which very much indicates that he has a need to identify with the group of homosexual men who holiday in these places. Thus, the emotional and symbolic purpose of these holidays becomes the primary reason for holidaying in the homosexual destinations.<sup>87</sup>

With regard to those homosexual men who go on holidays in destinations such as Gran Canaria or Ibiza with the purpose of partying and socialising with other homosexual men it was interesting to hear that the interviewees had disagreed about how old these men are. To this interviewee # 5 who is 49 years-old said: **“I still believe that those who go to Ibiza or Gran Canaria are the young men, however, there are also older men who go on these holidays.”** The expert interviewee shares the point of view that it is the young men who go on these holidays, and when interviewee # 2 who is 20 year-old was presented with this perception he interestingly said: **“I am of a different opinion about this – I can better imagine an old man lying on the beach with a drink in his right hand [...]”** Obviously these two men, belonging to different age groups, do not wish that their age groups, and thereby themselves, are perceived as people who will travel to certain destination with the sole purpose of partying with other homosexual men, which additionally might lead to the strengthening of the stereotypical perception that homosexual men are promiscuous.

As it can be seen from the quotes presented above, which only constitute part of the total number of quotes that encompass aspects of identity construction, the interviewees to a large extent use holiday consumption in the construction of their homosexual identity with the main purpose of being able to identify with certain groups of homosexual men while they at the same time differentiate themselves from other groups of both homosexual and heterosexual men. However, it is important to notice that this is only general for the interviewees and that it cannot be determined whether this is the case for all homosexual men in Denmark, which is due to the fact that the five interviewees only constitute a small fraction of all homosexual men in Denmark.

---

<sup>85</sup> Pp. 37-38

<sup>86</sup> P. 59

<sup>87</sup> P. 34

Likewise it is not possible to make some generalisations about the role of identity construction through holiday consumption based on the responses to the questionnaire seeing as this did not encompass questions relating to the aspect of identity construction.

### **6.7 Holiday Preferences of Danish and British Homosexual Men**

In section 4.6, a survey on the holiday preferences of British homosexual men was presented. In this section I will compare the findings from that survey with my findings with the purpose of establishing whether Danish homosexual men go on holidays for the same reasons as British homosexual men. The reason for this is that more surveys on homosexuals in a tourism context are conducted in Britain than in Denmark meaning that the Danish tourism industry does not know much about this specific market. Hence, if there are similar patterns between the Danish and the British homosexuals the Danish tourism industry might gain knowledge from British surveys.

On a list of 16 destinations world-wide, the questionnaire respondents to the British survey were asked to indicate which cities they had visited within the last five years. The destinations that most of the British respondents had been holidaying in were: London (more than three quarters of the respondents), Amsterdam (46.6 %) and Paris (44.7 %).<sup>88</sup> With the exception of Berlin these are exactly the destinations that the Danish interviewees told that they at one point had visited. Thus, it can be concluded that both Danish and British homosexual men prefer city breaks and that the aforementioned large cities are preferred holiday destinations among homosexual men from Denmark and Britain.

The British survey examined income in relation to travel experiences of the respondents and it was concluded that those with higher income had more travel experience than those with lower income. The survey conducted for this thesis did not seek to determine the respondents' travel experiences, however, it did seek to determine what influence income has on the frequency of holidaying. In average a vast majority of Danish homosexual men go on holiday 1-3 times a year, more or less regardless of income. There is a large difference in the total number of respondents constituting the different income-groups, which makes it impossible to analyse across income-groups seeing as this will result in a distortion of the data. Even though Danish homosexual men's number of annual holidays seems to correspond well with the number of heterosexuals' annual holidays it is interesting to see that a somewhat large group of respondents have replied that they go on holiday more than five times a year.

---

<sup>88</sup> Clift & Forrest 1999: 619

According to the British survey, British homosexual men look for ‘Comfort and good food’; ‘Opportunities for rest and relaxation’; ‘Guaranteed sunshine’; and ‘Good night-life’ in a holiday, whereas the survey conducted for this thesis indicates that Danish homosexual men generally look for ‘Recreation’, ‘City Breaks’, ‘Sun and Beach’, and ‘Nature Experiences’. It has to be mentioned though that the Danish homosexual men were provided with different pre-determined options than the British homosexuals thus the findings of the two surveys cannot be directly compared. However, they still give an indication of what homosexual men with the two respective nationalities look for when holidaying.

It is common for Danish and British homosexual men that they, when holidaying, partly look for the opportunity to relax/for recreation and for nice weather – guaranteed sunshine and beach weather. Where the Danish homosexuals to a fairly high degree look for ‘Nature Experiences’ these are not important to British homosexuals.<sup>89</sup> This difference in holiday preference might be due to the fact that the respondents of the two different surveys were provided with two different lists of pre-determined options that they could mark. Though, it has to be stressed that the Danish respondents had the opportunity of formulating their own answers in relation to holiday preferences and none of them mentioned comfort and good food as being important to them. Thus it seems like there are differences between the holiday preferences of Danish and British homosexual men.

In the British survey it was concluded that unattached and younger men had higher scores on the ‘Gay social life and sex’ category, whereas men in relationships were more interested in the ‘Culture and sights’ aspect of holidays. This survey concluded that there is no major difference between the holiday preferences of single Danish homosexual men and for those living in partnerships seeing as ‘City Breaks’, ‘Sun and Beach’ and ‘Nature Experiences’ still are of main importance to a majority of the respondents. However, the number of single Danish homosexual men who look for ‘Sex’ when holidaying is larger than those men who are in relationships, whereas more men in relationships look for ‘Cultural Events’, which was also concluded in the British survey. Thus, Danish and British homosexual men in that respect have similar priorities in relation to what they look for in a holiday.

Concluding, there are both similarities and differences between Danish and British homosexual men, but I do not think that it can be concluded from the two surveys conducted on the holiday preferences of the two nationalities respectively whether it is reasonable for actors

---

<sup>89</sup> Clift & Forrest 1999: 620



within the Danish tourism industry to lean against British surveys in their search for knowledge on homosexuals and their holiday preferences. However, there might be cultural differences between the nationalities beneath the surface, also between western cultures, that can have an influence on the holiday preferences of people and thus I recommend Danish tourism actors who will pursuit the homosexual segment to conduct thorough examinations of homosexuals according to what nationality the actors wish to pursue.



## CHAPTER 7 – CONCLUSION

---

The purpose of this thesis was to generate knowledge on the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men. Additionally, it was the purpose to examine what role holidaying play for these men in their construction of a homosexual identity. Seeing as the research of this study has been exploratory the results of the analysis, and thus the conclusions drawn in this section, should be seen as indications rather than conclusive regularities.

In the problem formulation presented in chapter 1, the following questions were outlined:

- *What are the holiday preferences of Danish homosexual men and what are their motivations for holidaying?*
- *What role does the construction of a homosexual identity play for Danish homosexual men when holidaying?*

From the interviews and the responses to the questionnaire survey, I have learned that the main holiday preference of Danish homosexual men is holidays in big European cities, such as Berlin, London, Amsterdam and Paris. Additionally, there is a large number of the men who likes to holiday in destinations with warm climates where they can enjoy the sun and beach, and in destinations where they can obtain nature and/or cultural experiences. These are the general main holiday preferences of Danish homosexual men that were revealed in the survey, however, it has to be mentioned that numerous other holiday preferences also were revealed. Thus, it can be concluded that with regard to some holiday preferences Danish homosexual men are very similar, but also that they with regard to other preferences are very diverse.

Generally, whether an individual is homosexual, heterosexual, etc., a basic holiday motivation for all holidays may very well be based on the physiological need to escape one's usual surroundings in favour of foreign destinations where one can relax and enjoy him-or herself.

Regarding the holiday motivations of Danish homosexual men it can be seen from the analysis that these vary according to the type and purpose of the holiday; the destination; and according to who they travel with.

What I have learned from the analysis is that the main holiday motivation of those Danish homosexual men who prefer city breaks is related to the need for self-actualisation. This is based

on the fact that these men are mainly looking for experiences, but also for the opportunity to increase their knowledge on certain personal interest areas such as culture, history and architecture. New experiences along with learning can lead to self-development and growth, which indeed are aspects of self-actualisation. Because the majority of the participants in the survey has visited, or is going to visit, the same big European cities like Berlin, London, Paris and Amsterdam in particular, it can be concluded that these are typical homosexual destinations. This could mean that a holiday motivation of those Danish homosexual men who have spent, or are going to spend, holiday in these cities is based on the need of feeling that they belong to the group of homosexual men.

The holiday motivation of those Danish homosexual men who enjoy holidays in warm climates may simply be based on the physiological need for warmth. However, this cannot be concluded on the basis of the findings in the survey seeing as only two of the interviewees reasoned for why they go on these holidays, which in their case was with the purpose of socialising with other homosexual men and thus feel like they belong to this group of homosexual men.

The above are just a few examples of the holiday motivations of Danish homosexual men and seeing as these vary greatly according to a variety of holiday aspects such as holiday destination; the purpose of the holiday; etc. it can be concluded that the holiday motivations of Danish homosexual men in general are very diverse.

Regarding what role homosexual identity construction play for Danish homosexual men when holidaying, it has to be emphasised that I cannot draw any conclusions. The reason for this is that this aspect was only included in the interviews and not in the questionnaire survey. Consequently, my findings are based on the narratives of merely five Danish homosexual men and it is far from enough to make any conclusion about all Danish homosexual men on the basis of these. Rather, the findings based on the narratives of the five interviewees can make some indications about what role homosexual identity construction play for Danish homosexual men when holidaying.

From the interviews, I learned that although holidays in foreign destinations offer opportunities of being open about one's sexuality this is not important to the homosexual interviewees and their homosexual identity. The reason for this is that they are all open about their sexuality in everyday life. Additionally, they find it easy to be homosexual in Denmark seeing as the Danish society, generally seen, is very tolerable towards homosexuality and because

of the fairly large homosexual community – most widespread in Copenhagen though. Consequently, the interviewees do not find it necessary to travel to foreign places to be open about their homosexual. However, I also learned that the homosexual interviewees, to a large extent, use holiday consumption in the construction of their homosexual identity and that the main purpose of this is because they wish to identify with certain groups of homosexual men while they simultaneously differentiate themselves from other groups of both heterosexual and homosexual men.

From the analysis it becomes obvious that Danish homosexual men, as well as their holiday preferences and motivations in many aspects are very diverse. Consequently, it can be concluded that these men do not constitute a homogenous market segment, which otherwise seems to be a common assumption among marketers today. There are numerous aspects of an individual's life that have an influence on what s/he wants from her/his holidays and thus it is not enough to divide homosexual people into one common segment just because of their sexual orientation. Accordingly, and because of the findings in the analysis, I support Fugate and Stuber's statement that homosexual people, and in this case Danish homosexual men, can be segmented into more appropriate target groups by the means of the most commonly used segmentation criteria [Fugate and Stuber in Hughes 2006: 153] such as demographics, age, interest, etc. and consequently, I do not recommend that homosexual people are divided into one segment solely based on their sexual orientation. This viewpoint is further supported by theorists such as Schofield & Schmidt who additionally state that the use of conventional niche and target marketing strategies might be perceived as clumsy and insincere while they at the same time alienate the mainstream market [Schofield & Schmidt 2005: 311].



## CHAPTER 8 – IMPLICATIONS FOR FURTHER RESEARCH

---

In my research on Danish homosexual men in a tourism context – their holiday preferences and motivations, and what role homosexual identity construction plays to these men when holidaying – I was not able to find any studies that were concerned with this specific subject. This might be due to a lack in knowledge about the Danish homosexual men in a tourism context or just that this knowledge has not been documented. Regardless, this clearly indicates that the subject far from has been fully explored, which consequently leaves the tourism industry with no, or little, knowledge about the Danish homosexual men and thereby also with the obvious reason of conducting further research on this specific field – at least for those tourism actors who are interested in focusing on Danish homosexual men.

Generally, the knowledge generated in this thesis can help tourism actors who are targeting, or who plan to target, Danish homosexual men to better accommodate and understand these men. More specifically, tourism actors that are concerned with domestic tourism in Denmark can use the knowledge in the attempt of ‘persuading’ Danish homosexual men to spend their holidays in the country, whereas those actors concerned with tourism on the international level – with arranging holidays for homosexual men abroad such as Pink Viking Adventures – can use the knowledge to adjust their products and marketing measures to fit the needs and wants of Danish homosexual men. Thus, the knowledge generated in this thesis can be used by tourism actors in the increasing competition for male homosexual tourists.

In the previous chapter, I concluded that homosexual men do not constitute a homogenous market segment and that these men consequently should be segmented in accordance with the same segmentation criteria that are used for heterosexual people. However, seeing as this conclusion is solely based on my findings in this thesis, which has been limited by both time and time, I will recommend a more thorough examination of Danish homosexual men in a tourism context, which ought to be combined with an examination of Danish heterosexual men. By comparing the two groups of men it can be determined whether these holiday for the same reasons – whether they have the same preferences and motivations – or if there are any differences between them. If they are comparable it can be assumed that all the men can be

targeted with the same products and marketing measures, whereas it might be considered whether the men should be targeted by different measures if the contrary is the case.

Despite the indications and conclusions that have been drawn in this thesis regarding the holiday preferences and motivations of Danish homosexual men and how they use tourism consumption in the creation of a homosexual identity, the subject has far from been fully explored, which leaves the Danish tourism industry with little, or no, knowledge about the Danish homosexual male tourists.



## BIBLIOGRAPHY

---

### Books and Articles:

- [Aldrich 1993]: Aldrich, R. *The Seduction of the Mediterranean: Writing, Art and Homosexual Fantasy*. Routledge, London, England.
- [Andersen 1990]: Andersen, Ib (red.). 1990. *Valg af Organisations sociologiske Metoder – et Kombinationsperspektiv*. Blue Print. København, Danmark.
- [Andersen 2003]: Andersen, Ib. 2003. *Den Skinbarlige Virkelighed – Vidensproduktion inden for Samfundsvidenskaberne*. Forlaget Samfundslitteratur. Frederiksberg C, København, Danmark.
- [Askehave & Norlyk 2006]: Askehave, Inger & Norlyk, Birgitte. 2006. *Meanings and Messages – Intercultural Business Communication*. Academia. Danmark.
- [Binnie 2000]: Binnie, Jon. 2000. *Cosmopolitanism and the Sexed City* in Bell, D. & Haddour, A. (eds.): *City Visions*. Pearson, Harlow, UK.
- [Clift & Forrest 1999]: Clift, Stephen & Forrest, Simon. 1999. *Gay Men and Tourism: Destinations and Holiday Motivations* in *Tourism Management* vol. 20.
- [Cohen]: Cohen, Eric. 2004. *Contemporary Tourism – Diversity and Change* in *Tourism Cultures & Intercultural Encounters* compendium from 2006.
- [Corvino (ed.) 1999]: Corvino, John. (Ed.). 1999. *Same Sex: Debating the Ethics, Science, and Culture of Homosexuality*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- [DeLamater & Hyde 1998]: DeLamater, John D. & Hyde, Janet S. *Essentialism vs. Social Constructionism in the Study of Human Sexuality* in *The Journal of Sex Research*, vol. 35, 1. 1998
- [Fodness1994]: Fodness, Dale. *Measuring Tourist Motivation* in *Annals of Tourism Research*, vol. 21, 3. 1994.
- [Fog & Kvale 1995]: Fog, Jette & Kvale, Steinar. 1995. *Artikler om Interviews*. Center for kvalitativ metodeudvikling. Psykologisk Institut. Aarhus Universitet, Danmark.
- [Fugate]: Fugate, D. L. *Evaluating the US Male Homosexual and Lesbian Population as a Viable target Market Segment* in *Journal of Consumer Marketing*, vol. 10, 4.
- [Gadamer 2004]: Gadamer, Hans-Georg. 2004. *Truth and Method*. The Continuum Publishing Company. London, England.
- [Halkier 2003]: Halkier, Bente. 2003. *Fokusgrupper*. Samfundslitteratur & Roskilde Universitetsforlag. Roskilde, Danmark.

- [Haslop *et al.* 1998]: Haslop, Craig, Hill, Helene & Schmidt, Ruth A. *The Gay Lifestyle – Spaces for a Subculture of Consumption* in *Marketing Intelligence & Planning*, vol. 16, 5. 1998
- [Heylighen 1992]: Heylighen, Francis. *A Cognitive-Systemic Reconstruction of Maslow's Theory of Self-actualisation* in *Behavioural Science*, vol. 37. 1992.
- [Hughes 1997]: Hughes, Howard L. 1997. *Holidays and Homosexual Identity* in *Tourism Management*, vol. 18, no. 1. Elsevier Science Ltd.
- [Hughes 2002]: Hughes, Howard L. 2002. *Gay Men's Holiday Destination Choice: A Case of Risk and Avoidance* in *The International Journal of Tourism Research* vol. 4, 4.
- [Hughes 2006]: Hughes, Howard L. 2006. *Lesbians as Tourists: Poor Relations of a Poor Relation* in *Tourism and Hospitality Research*, 2007, vol. 17, 1.
- [Ivy 2001]: Ivy, Russ. *Geographical Variation in Alternative Tourism and Recreation Establishments* in *Tourism Geographies* vol. 3, 3. 2001.
- [Kruuse 2007]: Kruuse, Emil. 2007. *Kvalitative Forskningsmetoder – i Psykologi og Beslægtede Fag*. Dansk Psykologisk Forlag. Danmark.
- [Kvale 1996]: Kvale, Steinar. 1996. *InterViews – An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Sage Publications, Inc. Thousand Oaks, Californien, USA.
- [Lück 2005]: Lück, Michael. 2005. *Destination Choice and Travel Behaviour of Gay Men*. Unpublished Summary Report. Department of Recreation and Leisure Studies. Brock University, St. Catharines, ON, Canada.
- [Månsson & Østrup 2007]: Månsson, Maria & Østrup, Josefine H. 2007. *Producing Borders of Sexuality – The Complexity of Gay Destination Marketing*. The 16<sup>th</sup> Nordic Symposium in Tourism and Hospitality Research. Helsingborg, Sverige.
- [Vance in Nardi & Schneider 1989]: Vance, Carol S. 1989. *Social Construction Theory: Problems in the History of Sexuality*. In Nardi, Peter M. & Schneider, Beth E. 1998. *Social Perspectives in Lesbian and Gay Studies – A Reader*. Routledge. London, England.
- [Osteen 2003]: Osteen, Philip. 2003. *The Formation of a Homosexual Identity: Moving Beyond Essentialism to Constructionism*.
- [Peter *et al.* 1999]: Peter, Paul J., Olson, Jerry C. & Grunert, Klaus G. 1999. *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. McGraw-Hill. Berkshire, England.
- [Pritchard *et al.* 1998]: Pritchard, Annette, Morgan, Nigel J. & Sedgely, Diane. *Reaching Out to the Gay Tourist: Opportunities and Threats in an Emerging Market Segment* in *Tourism Management*, vol. 19, 3. 1998.
- [Rosenthal 1993]: Rosenthal, Gabriele. 1993. *Reconstruction of Life Stories*. Sage Publications, 1.
- [Ryan & Hall 2001]: Ryan, Chris & Hall, Colin Michael. 2001. *Sex Tourism: Marginal People and Liminalities*. Routledge. London, England.

## BIBLIOGRAPHY

- [Schofield & Schmidt 2005]: Schofield, Kate & Schmidt, Ruth A. *Fashion and Clothing: The Construction and Communication of Gay Identities* in *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33, 4. 2005.
- [Schouten & McAlexander 1995]: Schouten, John W. & McAlexander, James H. *Subcultures of Consumption: An Ethnography of the New Bikers* in *Journal of Consumer Research*, vol., 22, 1. 1995.
- [Sibalis 1999]: Sibalis, M. D. *Paris* in Higgs, D. (Ed.) *Queer Sites: Gay Urban Histories Since 1600*. Routledge, New York, USA.
- [Snepenger *et al.* 2006]: Snepenger, David; King, Jesse; Marshall, Eric & Uysal, Muzaffer. *Modeling Iso-Abola's Motivating Theory in the Tourism Context* in *Journal of Travel Research*, vol. 45, 140. 2006.
- Strauss, Anselm & Corbin, Juliet. 1990. *Basics of Qualitative Research : Grounded Theory Procedures and Techniques*. Sage Publications. Newbury Park, Californien, USA.
- [Taylor & Bogdan 1989]: Taylor, S.J., & Bogdan. 1989. *Introduction to Qualitative Research Methods: The Search for Meanings*. John Wiley & Sons. New York, USA.
- [Therkelsen 2006]: Therkelsen, Anette. "Destinationbranding – kan det lade sig gøre?". Working Papers from the Tourism Research Unit, Aalborg University, number 3. 2006. Danmark.
- [Therkelsen & Gram 2008]: Therkelsen & Gram, 2008. *The Meaning of Holiday Consumption. Construction of Self among Mature Couples* in *Journal of Consumer Culture*, vol. 8, 2. Sage Publications. (In press).
- [Waite & Markwell 2006]: Waite, Gordon & Markwell, Kevin. 2006. *Gay Tourism – Culture and Context*. The Hayworth Press, Inc. Binghamton, NY, USA.
- [Weaver & Lawton 2002]: Weaver, David B. & Lawton, Laura. 2002. *Tourism Management*. John Wiley & Sons Australia, Ltd. Milton, Australien.
- [Wood 1999]: Wood, L. *Think pink! Attracting the pink pound* In *Insights*, January, 1999.
- World Tourism Organisation. 2007. *Tourism Highlights 2007 Edition*. <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>
- [Østergaard & Jantzen 2000]: Østergaard, Per & Jantzen, Christian. 2000. *Shifting Perspectives in Consumer Research: From Buyer Behaviour to Consumption Studies* In: *Interpretive Consumer Research: Paradigms, Methodologies & Applications*. Red. Susanne C. Beckmann og Richard H. Elliott. København 2000: Handelshøjskolens Forlag. København, Danmark.

### Websites:

<http://en.citizendium.org/wiki/Homosexuality> – accessed 05.06 2008

<http://history.inclusivechristians.org/> – accessed 04.04 2008

<http://www.androphile.org/preview/Culture/Greece/greece.htm> – accessed 04.04 2008

- <http://www.businessballs.com/maslow.htm> – accessed 23.05 2008
- <http://www.columbia.edu/cu/lweb/eresources/exhibitions/sw25/case1.html> – accessed 21.04 2008
- <http://www.copenhagen-gay-life.dk/> – accessed 29.03 2008
- <http://www.copenhagenpride.dk/dk/> – accessed 21.04 2008
- [http://www.copenhagen2009.org/World\\_Outgames/World\\_Outgames\\_2009.aspx](http://www.copenhagen2009.org/World_Outgames/World_Outgames_2009.aspx) – accessed 21.04 2008
- <http://www.dst.dk/pukora/epub/upload/10670/headword/dk/221.pdf> – accessed 30.05 2008
- [http://www.dst.dk/upload/se\\_-\\_befolkningens\\_brug\\_af\\_internet\\_2007\\_\(revideret\\_udgave\).pdf](http://www.dst.dk/upload/se_-_befolkningens_brug_af_internet_2007_(revideret_udgave).pdf) – accessed 11.05 2008
- [http://www.glcsnsw.org.au/documents/Infopack/03\\_history.pdf](http://www.glcsnsw.org.au/documents/Infopack/03_history.pdf) – accessed 06.05 2008
- <http://www.infopt.demon.co.uk/social14.htm> – accessed 04.04 2008
- <http://www.lbl.dk/nyheder/arkiv/2001/august/artikel/boessers-forbrugsmoenster-under-lup.html> – accessed 06.05 2008
- <http://www.mtsu.edu/~baustin/laska.html> – accessed 06.05 2008
- <http://www.murdoch.edu.au/elaw/issues/v1n3/lauw131.html> – accessed 21.04 2008
- <http://www.remember.org/educate/elman.html> – accessed 06.05 2008
- <http://www.ruralhealth.utas.edu.au/comm-lead/images/Maslows-needs-Pyramid.jpg> – accessed 22.05 2008
- <http://www.sexogsamfund.dk/Default.aspx?ID=4954> – accessed 29.04 2008

## LIST OF APPENDIX

---

1. Interview guide for Expert Interview
2. Interview Guide for Homosexual Interviewees
3. Questionnaire for Internet Survey
4. Transcription of Interview with Interviewee # 1
5. Transcription of Interview with Interviewee # 2
6. Transcription of Interview with Interviewee # 3
7. Transcription of Interview with Interviewee # 4
8. Transcription of Interview with Interviewee # 5
9. Transcription of Expert Interview
10. Age of Respondents Divided by Municipalities
11. Age and Annual Income
12. Number of Annual Holidays and Income
13. Age/What do you look for in a holiday?
14. Civil status/What do you look for in a holiday?
15. Complete List of Responses to the Questionnaire



**Appendix 1: Interview guide for Interview with the Expert Interviewee****1. Præsentation af rejsebureauet:**

- a. Baggrunden for rejsebureauet? – antal medarbejdere (nogle homoseksuelle?), hvornår blev det bureauet etableret?
- b. Hvorfor er der et behov for et rejsebureau, der udelukkende henvender sig til homoseksuelle?

**2. Primære målgruppe?**

- a. Hvem typisk Jeres rejser? Hvem er Jeres primære kunder – bøsser eller lesbiske? Par/singler? Alder?
- b. Hvordan er fordelingen mellem jyder og sjællændere?
- c. Hvad tror du, grunden til dette er?
- d. Har I statistikker over kunderne, som vi må få?

**3. Tager I særlige hensyn til denne målgruppe, når I udvælger rejsedestinationer?**

- a. Har I eksempelvis kun rejsemål/destinationer, der er kendte for at være gay-friendly? F.eks. Amsterdam, Key West, Berlin, Sydney, etc.?
- b. Kunne I finde på at arrangere rejser til et sted, der er kendt for at være imod homoseksualitet, f.eks. muslimske lande?

**4. Hvad ligger til grund for de destinationer, som I arrangerer rejser til? Hvorfor har I valgt disse?**

- a. Er der en/nogle rejsedestination(er), der er mere foretrukne end andre?
- b. Hvis ja, hvad tror du, grunden til dette er?
- c. Fører I statistikker over, hvor Jeres kunder rejser hen?

**5. Hvilke(n) slags rejser arrangerer I primært, og hvad bliver mest efterspurgt af Jeres kunder?**

- a. Rekreation – afslapning/komme til hægterne igen?
- b. Se bestemte seværdigheder?
- c. Sol og strand?
- d. Storbyferie?

e. Gay-events?

**6. Hvad søger/forventer Jeres kunder at få ud af deres ferieophold?**

**7. Hvor stor er efterspørgslen på Jeres rejser?**

a. Ser I en stigende eller faldende tendens?

b. Hvad tror du, grunden er til dette?

**8. Tror du, at mange homoseksuelle tager på ferie for simpelthen at være sig selv? –  
altså at skabe sin egen identitet fordi det ikke er muligt derhjemme?**

a. Er det noget, I tænker over → på hvilken måde, hvad gør I i forhold til  
markedsføring f.eks.?

**9. Er I men til at brande København som en gay-friendly destination?**

a. Hvis ja, hvordan?

**10. Hvad er din holdning til at Københavns Pride Parade ser ud til at blive nødt til at  
'lukke'?**



**Appendix 2: Interview Guide for Interviews with Homosexual Men****1. Præsenter venligst dig selv:**

- a. Alder?
- b. Uddannelse?
- c. Arbejde?
- d. Civil stand? – hvor længe har I været sammen?
- e. Seksuel præference?
- f. Er du åben omkring din seksualitet? → hvor længe har du været det?

**2. Hvornår har du sidst været på ferie?****3. Hvor lang tid varede denne ferie?****4. Hvem rejser du på ferie med?:**

- a. Partner?
- b. Venner?
- c. Grupper på arrangerede ture?

**5. Hvad var formålet med ferien?****6. Hvorfor valgte du lige præcis den destination, du gjorde → hvad søger du, når de feriedestination?**

- a. Rekreation – afslapning/komme til hægterne igen?
- b. Se bestemte seværdigheder?
- c. Sol og strand?
- d. Storbyferie?
- e. For at møde andre bøsser/lesbiske?
  - i. Fandt du evt. en partner?
- f. Gay-events?
- g. At destinationen brander sig som gay-friendly destination som f.eks. Amsterdam, Key West, Berlin, Sydney, etc.?
  - i. Kunne du finde på at rejse til et sted som er kendt for at være imod homoseksualitet, eks. mange muslimske lande?

**7. Hvorfor er det vigtigt for dig at rejse?**

- a. Kan du bedre være dig selv og være åben omkring din seksualitet, når du er på ferie?
- b. Ser du ferier som en måde at være dig selv? Slippe væk fra fordømmende kiggeri?
- c. Synes du at samspillet med lokalbefolkningen er en betydelig faktor, når du er på ferie?

**8. Hvordan finder du din ferie? F.eks. via internet, kataloger, opsøger rejsebureau (mainstream eller homoseksuelle), venner, familie og kollegaer?****9. Har du nogensinde rejst til en gay-friendly destination? Hvis ja, levede destinationen så op til sit image?**

- a. Kan du nævne en god ferie?
  - i. Hvis ja, hvad gjorde den god?
- b. Har du haft en dårlig ferieoplevelse?
  - i. Hvad gjorde den dårlig?

**10. Har du planlagt ferie i den kommende sommer?**

- a. Hvis ja, hvortil?
- b. Hvad er formålet med ferien?
- c. Hvorfor lige denne destination?
- d. Hvem skal du på ferie med?

**Appendix 3: Questionnaire for Internet Survey****Køn?**

- (1)  Mand  
(2)  Kvinde

**Alder?**

- (1)  15-20  
(2)  21-25  
(3)  26-30  
(4)  31-35  
(5)  36-40  
(6)  41-45  
(7)  46-50  
(8)  51-55  
(9)  56-60  
(10)  60+

**Seneste uddannelse?**

- (1)  Folkeskole  
(2)  Gymnasiet el. Erhvervsuddannelse  
(5)  Kort videregående uddannelse (1-3 år)  
(3)  Mellemlang videregående (3-4½år)  
(4)  Lang videregående uddannelse (4 år +)

**Indkomst?**

- (1)  Under 100.000 kr.  
(2)  100.000 - 200.000 kr.  
(3)  200.000 - 300.000 kr.  
(4)  Over 300.000 kr.

**I hvilken kommune har du fast bopæl?**

---

**Seksuel præference?**

- (1)  Bøsse
- (2)  Lesbisk
- (3)  Biseksuel

**Er du åben omkring din seksualitet?**

- (1)  Ja
- (2)  Nej
- (3)  Delvist

**Hvis delvist - uddyb venligst**

---

---

---

**Civil stand?**

- (1)  Single
- (2)  I et forhold
- (3)  I et registreret partnerskab

**Har du barn/børn?**

- (1)  Ja
- (2)  Nej

**Hvor ofte rejser du i din fritid? (*antal gange om året*)**

- (1)  0-1 gang
- (2)  1-2 gange
- (3)  2-3 gange
- (4)  3-4 gange
- (5)  4-5 gange
- (6)  5 gange +

**Hvem rejser du med? (sæt gerne flere krydser)**

- (1)  Alene
- (2)  Med partner med børn
- (3)  Med partner uden børn
- (4)  Med venner og bekendte
- (6)  Familie
- (5)  Andet: \_\_\_\_\_

**Hvad søger du, når du rejser? (sæt gerne flere krydser)**

- (1)  Sol og strand
- (2)  Storby
- (3)  Naturoplevelser
- (4)  Skiferie
- (5)  Kulturelle events - f.eks. teaterforestilling, koncerter, etc.
- (6)  Store attraktioner - f.eks. EuroDisney, Det skæve tårn i Pisa, etc.
- (7)  Socialisering med lokalbefolkningen
- (8)  Gay events - f.eks. Pride, Sydney Mardi Gras, etc.
- (9)  Socialisering med andre homoseksuelle
- (10)  Sex
- (11)  En partner
- (12)  Andet: \_\_\_\_\_

**Hvorfor er det vigtigt for dig at rejse? (sæt gerne flere krydser)**

- (1)  For at kunne være åben omkring min seksualitet
- (2)  Rekreation
- (3)  Andet: \_\_\_\_\_

**Hvordan finder du din(e) ferie(r)? (sæt gerne flere krydser)**

- (1)  På nettet
- (2)  Via rejsebureauer
- (3)  I kataloger/aviser/Tekst-TV
- (4)  Gennem venner og bekendte
- (5)  Andet: \_\_\_\_\_

**Vil du foretrække at rejse med et selskab, der henvender sig specifikt til homoseksuelle?**

- (1)  Ja
- (2)  Nej

**Begrund venligst ovenstående svar**

---

---

---

**Hvor lang tid i forvejen planlægger du din(e) ferie(r)? (sæt gerne flere krydser)**

- (2)  I sidste øjeblik
- (1)  1-2 mdr. i forvejen
- (3)  3-6 mdr. i forvejen
- (4)  6-12 mdr. i forvejen
- (5)  12 mdr. +

**Hvor rejser du generelt? (sæt gerne flere krydser)**

- (1)  Europa
- (2)  Nordamerika
- (3)  Sydamerika

- (4)  Asien
- (5)  Afrika
- (6)  Oceanien (Australien)
- (7)  Antarktis
- (8)  Mellemøsten

**Hvor lang(e) er din(e) ferierejse(r) generelt?**

- (1)  Weekend
- (2)  Forlænget weekend
- (3)  1 uge
- (4)  10 dage
- (5)  14 dage
- (6)  Over 14 dage \_\_\_\_\_

**Hvor mange penge bruger du på din(e) ferie(r)?**

- (1)  1000 - 2500 kr.
- (2)  2500 - 5000 kr.
- (3)  5000 - 10.000 kr.
- (4)  10.000 kr. +

**Er det vigtigt for dig at destinationen er gay-friendly?**

- (1)  Ja
- (2)  Nej
- (3)  Nogle gange

**Uddyb venligst, hvis du har svaret 'Nogle gange' på ovenstående spørgsmål:**

---

---

**Kunne du finde på at rejse til en destination, hvor homoseksualitet er forbudt (f.eks. Muslimske lande)?**

- (1)  Nej
- (2)  Ja

**Uddyb venligst ovenstående svar:**

---

---

---

**Har du planlagt din næste ferie?**

(1)  Nej

(2)  Ja - hvortil: \_\_\_\_\_

**Hvorfor har du valgt netop den destination? (sæt gerne flere krydser)**

(1)  Sol og strand

(2)  Naturoplevelser

(3)  Storby

(4)  Skiferie

(5)  Kulturelle events - f.eks. teaterforestilling, koncerter, etc.

(6)  Store attraktioner - f.eks. EuroDisney, det skæve tårn i Pisa, etc.

(7)  Socialisering med lokalbefolkningen

(8)  Gay events – f.eks. Pride, Sydney Mardi Gras, etc.

(9)  Socialisering med andre homoseksuelle

(10)  Sex

(11)  En partner

(12)  Andet: \_\_\_\_\_

**Hvem skal du rejse med? (sæt gerne flere krydser)**

(1)  Alene

(2)  Med partner med barn

(3)  Med partner uden barn

(4)  Med venner og bekendte

(6)  Familie

(7)  Andet: \_\_\_\_\_



**Yderligere kommentarer:**

---

---

---

---

---



**Appendix 4: Transcription of Interview with Interviewee # 1**

**Præsenter venligst dig selv:**

**Alder?** 35 år

**Uddannelse?** Teknisk Officersuddannelse i Flyvevåbnet – en halvakademisk femårs uddannelse med vægt på teknik – det hedder teknonomuddannelse og har en elektronik-fagteknikker uddannelse også.

**Arbejde?**

**Civil stand?** Single

**Seksuel præference?** Bøsse

**Er du åben omkring din seksualitet? → hvor længe har du været det?** Ja, ikke at jeg kommer ind i et rum og siger: 'goddag, jeg er homoseksuel', men der er ikke nogen i min omgangskreds eller på mit job, som ikke ved, jeg er homoseksuel.

**(02.01): Generelt om mine ferier:** Pr. tradition holder jeg altid 14 dages aktiv ferie på Bornholm, hvor jeg er instruktør for nogle københavnferiebørn – det er et krav hvert eneste år – det skal jeg! Så tager jeg også på storbyferier – sidst var jeg i Rom i en uges tid. Det bliver til nogle storbyferier, men gerne sådan nogle steder, hvor der er noget... antikhistorie – for at tage ud og se og opleve. Kunsthistorie interesserer mig ikke, men at tage til Rom for at se Peterskirken, er for så vidt også kunsthistorie... Jeg vil godt aktiveres mentalt, når jeg tager af sted.

**Hvornår har du sidst været på ferie?**

**Hvor lang tid varede denne ferie?** En uge

**Hvem rejser du på ferie med?:** Alene. Af princip rejser jeg ikke sammen med nogen, da jeg ikke vil være afhæng af andres tempo eller at de skal være afhængige af mit. Tror ikke, jeg magter

at rejse med andre på den type ferie. Jeg vil meget gerne også have en slap-af, nu-skal-jeg-lave-ingenting-, ligge-i-solen eller sidde-på-en-barstol-ferie, og overhovedet ikke være aktiveret.

Det er to yderligheder af det at holde ferie, men jeg forsøger, så vidt mit arbejde tillader det, at jeg kan finde tid til at holde det ferie jeg gerne vil, når det passer mig. Og gerne begge slags ferie på en periode af halvandet års tidshorisont – samt min faste sommerferie.

**(04.48): Nu nævnte du lige Gran Canaria – er det et sted du har været mange gange? To gange.** Gran Canaria er stedet hvor skandinaviske og nordeuropæiske homoseksuelle rejser til i vinterhalvåret. Vi kunne lige så godt mødes i København eller Hamborg, men det er det lidt afslappet forhold – og det er så bare på Gran Canaria det er... for nogle år siden var det Mykonos... det er trenden der bestemmer... så mødes man med nogle her fra landet, svenske, norske, engelske og tyske homo'er – så det er meget for at være sammen med andre homo'er.

**(05.54): Er det for at møde andre på et mere intimt grundlag?** Det kunne det godt være for mig. Er det for at mødes med en partner eller bare for at have sex – for mig er det den sidste del. Jeg kunne ikke drømme om at tage til udlandet for at finde en partner for livet – jeg er bundet til Danmark via min uddannelse.

**(08.02): En britisk undersøgelse viser, at mange homoseksuelle rejser på ferie for at være åbne omkring deres seksualitet – er det tilfældet for dig?** Det er ingeniende tilfældet! Den homoseksuelle tilværelse i Danmark er mere åben og lettilgængelig. Det er ikke svært at være homoseksuel i vores land. Men jeg kan godt se det, fra andres side, hvis de kommer fra mindre samfund.

**(11.18): Ellers bor jeg jo selv i et af vores egne ferieparadiser, hvilket betyder, at jeg har en vintersæson nu, hvor der ikke er nogen turister, men i sommerhalvåret vælter turisterne ind. Så der kan jeg ikke undgå at møde danske homoseksuelle, der vælger at holde ferie i Skagen. Er der mange, der gør det?** Ikke specielt, men vi har jo også et internetfællesskab, hvor man skriver sammen og da jeg er åben omkring min seksualitet og hvor jeg bor henne, så er der mange, der kontakter mig bare for at mødes – ikke for at grubbe maveskind med hinanden.

**(12.41): Du snakkede om, du helst rejser alene – hvad hvis du havde en partner?** Vedkommende måtte gerne komme med, men jeg tror, at jeg vil opsætte nogle betingelser op

hjemmefra om hvordan ferien skulle foregå. Jeg kunne sikkert godt være på ferie med en anden, men så skulle det være aftalt, at i det og det tidsrum, gør jeg sådan og sådan... om det tager 4 eller 6 timer er op til mig... om du så vil med må være op til dig, men jeg går først, når jeg er færdig. Så det kunne nok godt lade sig gøre, men at gå hånd i hånd og ”nu skal vi tage familiebilleder” – nej! Solferier tager jeg også helst på alene.

**(45.27): Betyder det noget for dig som turist, at du har noget med lokalbefolkningen at gøre?** Lokalbefolkningen som sådan, nej, det gider jeg ikke. Men jeg vil gerne væk fra de mest turistbefærdede områder og sætte sig ind på en lokal taverna eller restaurant og opleve, hvad lokalbefolkning egentlig spiser. **Du søger gerne det autentiske frem for det iscenesatte?** Ja, de første tre km væk fra bykernen – gerne for at opleve det kulinariske. Men at komme ud et eller andet sted for at prøve, at sådan spiser en græker, osv. Det er ikke for at snakke med de lokale.

**Hvordan finder du din ferie? F.eks. via Internet, kataloger, opsøger rejsebureau (mainstream eller homoseksuelle), venner, familie og kollegaer?** Bureauerne er jo også på nettet så det er et spørgsmål om at gå på nettet og se, hvad de kan tilbyde. Pga. mit arbejde ved jeg, hvornår jeg er låst på mit job og hvornår jeg kan tage på ferie. Derfor har jeg mulighed for at finde ’sidste-øjebliksrejser’ og dermed spare penge, hvilket gør det muligt for mig at rejse det mere. Storbyferier er som regel planlagt længere tid i forvejen. Så kan jeg planlægge, hvad jeg vil se, hvor jeg vil bo osv. Det kræver mere planlægning. Sommerferierne er pakkerejser.

**(18.50): Når du køber en sidste-øjebliksrejse, vælger du så en bestemt destination, du vil til eller er det prisen, gay-friendly, osv., der er afgørende for dit valg?** Lige nu hedder det Gran Canaria, så derfor går jeg bare ind og søger på det – om det er den ene eller anden udbyder eller om det er det ene eller andet sted, er mig lige meget. Så det er trenden, der ’bestemmer’. Der kunne godt være et pride-arrangement på en af destinationerne, men det er ikke det der lokker... det ville være en tilfældighed.

**(20.57): Hvordan ser din ferie ud, når du lander sådan et sted?** Jeg sætter mig ned i baren og så går den derfra... der er ikke noget indhold i den slags ferie! Der er ikke indlagt ture til noget som helst ud over til baren... Indtil videre har jeg kun været af sted i en uge på denne slags ferie – i år vil jeg gerne af sted i 14 dage. Det bliver måske til Gran Canaria, Tenerife eller ... – et sted hvor der er mere end 14 grader. Bornholm er i sommerferien. Storbyferier er mere tilfældigt – der

er november lige så godt som december. Nu kan man jo komme billigt til London fra Aalborg, så det er bare noget med at køre i lufthavnen...

**(25.24): Rejser du mest i Europa?** Jeg har aldrig været uden for Europa. Hvis jeg skulle have en drøm om noget i den retning, så skulle det være Australien. Asien gider jeg ikke, USA kunne måske... nej. Australien ikke fordi de har en lang historie, men fordi de stadig har deres oprindelige indbyggere – Australien har en eller anden form for renhed og uberørthed knap så kommerciel som USA, folket virker som et mere oprigtige, ærlige og mere oplyste end amerikanere – der er selvfølgelig også kloge amerikanere, men jeg har ikke mødt dem. USA er for mig plastik og papmache hele vejen igennem – landet har ikke noget at byde mig, så det har jeg ikke noget ønske om. **Er Australien en blanding af det hele eller er det natur eller storby?** Sidney kunne sikkert være et meget fedt sted, men jeg ville sikkert ikke bruge meget tid på at køre ud og se den der orange klippe. Og australske fyre ser heller ikke værste ud, så... jeg ville ikke tage til Mardi Gras i Sydney, men hvorfor rejse så langt for at deltage i noget, jeg kan deltage i i London, Berlin eller København. Hvis jeg rejste så langt, ville jeg planlægge det sådan, at jeg ikke bare kan se Sydney Operaen ude fra – så vil jeg have billet til at komme ind og se en forestilling.

**(30.12): Er du med til Priden i København?** Jeg har været med til lige godt halvdelen af dem – de har været siden 1996. Jeg har både været med som deltager på en vogn i meget små hot-pants og glimmer, men også bare som almindelig tilskuer. Jeg har ikke noget ønske om at deltage som sådan i Priden, som glimmer-udklædt stereotyp homoseksuel i Danmark – men det er meget sjovt at se på.

**(31.39): Har du hørt om Pink Viking?** Nej. **Kunne du overveje at rejse med dem?** Jeg kender ikke det pågældende rejsebureau, men jeg har været inde og kigge på et tilsvarende engelsk rejsebureau, men næ... sådan en arrangeret tur egner jeg mig ikke til! Jeg bruger Google til at finde info om de homoseksuelle områder i andre byer...

**(35.48):** For tre år siden, var jeg i Rom og gik ind på et turistkontor og spurgte efter et gay-map... det havde de sandelig ikke!! Jeg endte med, at få en forklaring på det af en lesbisk pige, som fortalte mig, at det var pga. Rom og den katolske kirke osv. Men hun gav mig en brochure, som hun hev op af tasken – der er nogle steder, hvor homoseksualitet ikke er lige accepteret. Derfor skal man som homoseksuel turist være opmærksom på, hvilke regelsæt der gælder...

**(39.04): Vil det at homoseksualitet er forbudt i visse lande afholde dig fra at rejse til disse?**

Som turist, ja! Egypten får nok ikke glæde af min indkomst. For min egen sikkerheds skyld, ville jeg ikke rejse sådan et sted hen. Men som led i mit arbejde, kan jeg risikere at jeg skal udsendes til Sudan, Irak, Kuwait, osv., hvor det er forbudt og så må jeg bare gøre det!

**Har du planlagt ferie i den kommende sommer?** Nej, ikke endnu. Men vil til et varmt sted gerne i 14 dage.

**(50.28): Har du én ferieoplevelse, som fremstår som en rigtig god ferie?** Så er det Bornholm! Der er ikke noget for mig som at holde ferie på Bornholm. Jeg er lidt aktiv og mødes med gamle venner. Den bornholmske natur er rigtig flot i efteråret, så nogle gange tager jeg gerne af sted i september også!

For mig er ferie det at gøre noget andet end det jeg er vant til! Derfor betegner jeg også bornholmerturen som ferie på trods af jeg gør noget for andre – det er en kæmpe oplevelse for mig, at se drengene have det sjovt!





**Appendix 5: Transcription of Interview with Interviewee # 2**

**Præsenter venligst dig selv:**

**Alder?** 20 år

**Uddannelse?** Ingen uddannelse

**Arbejde?** Hjemmegående – venter på at komme i aktivering

**Civil stand? – hvor længe har I været sammen?** Har en kæreste på 37 år, som han har været sammen med i knap 5 måneder.

**Seksuel præference?** Homoseksuel

**Er du åben omkring din seksualitet? → hvor længe har du været det?** Er åben omkring min seksualitet og har været det siden jeg var 16-17 år. Jeg har vidst, at jeg var homoseksuel siden jeg var 14 år, men sprang først ud et par år efter.

**(02.05): Hvornår har du sidst været på ferie?** I august sidste år – weekendferie. Jeg kan godt lide at rejse til udlandet. Jeg vil gerne til Paris, Disneyland, USA. Jeg vil gerne derhen, fordi det er storbyer. Jeg vil gerne være en lille myre i en stor myretue fordi det er fascinerende og samtidig er man anonym – der er ingen, der ved, hvem man er i et andet land.

Det er ikke så meget på grund af min homoseksualitet, da der er mange, der kan se på folk, om de er anderledes og skiller sig ud på en eller anden måde – om de er homoseksuelle, metroseksuelle, osv. Hvis folk spørge mig, så siger jeg selvfølgelig at det er det, jeg er, det står jeg gladelig ved... Men altså sådan nogle ferier til udlandet, kan jeg godt tænke mig. Jeg har da også været i Frankrig, Paris og Eiffeltårnet. Men nu er det hovedsagligt til København og Århus, jeg tager til – enten på forlænget weekend eller bare på en endagstur – for at feste eller for at glemme tingene... koble fra og bare nyde at man kan gøre det, man har lyst til.

**Hvor lang tid varede denne ferie?** Weekendferie.

**Hvem rejser du på ferie med?:** De gange jeg har været af sted, har det været med den institution, jeg boede på, da jeg var yngre.

**(04.22): Hvem kunne du godt tænke dig, at rejse med i fremtiden:** Jeg vil gerne rejse med min kæreste – jeg har da venner, men de er ikke så vilde med at rejse.

**Hvad var formålet med ferien?** Jeg var med i en af vognene fra Comedy Fight Club i Priden – der var jeg alene af sted.

**Hvorfor valgte du lige præcis den destination, du gjorde → hvad søger du, når de feriedestination?** Jeg valgte ikke selv destinationerne, da jeg rejste sammen med institutionen.

**(05.20): Kunne du finde på at tage til EuroGames i Barcelona?** Ikke sådan sport, men mere for at komme væk fra det derhjemme og koble fra – for at slappe af.

**(05.44): Hvad med Ibiza, Gran Canaria?** Det kunne jeg godt tænke mig, men det er ikke det vigtigste for mig lige nu. Jeg kan godt tage til USA, men jeg behøver ikke se det, som det første fordi det ikke er mennesker – homoseksuelle som heteroseksuelle – der trækker mig, det er mere kulturverdenen og historien bag landet, der trækker mig. Seværdighederne og attraktionerne – jeg kan rigtig godt lide at komme i forlystelsesparker!

**(06.37): At møde andre homoseksuelle, er ikke noget, du vil vælge feriedestination ud fra?** Nej, det er for at koble af, slappe af og for at opleve noget. Hvis man vil møde andre homoseksuelle, så er der København, Århus, Aalborg og GayNord.

**Hvorfor er det vigtigt for dig at rejse?** For at slappe af – koble fra – og se attraktioner, andre kulturer og forlystelsesparker.

**(08.45): Vil du gerne have noget med lokalbefolkningen at gøre, når du rejser?**

Noget jeg godt kunne tænke mig, var noget som en bondegårdsferie i et andet land, hvor der er slanger i kornet f.eks. – at opleve at her skal man være lidt forsigtig, at her er det anderledes! Museer kan jeg også godt lide – vil gerne se de steder, der er allermest berømte... det er det, der trækker mest! Men det der bliver talt mindst om, vil jeg også gerne se... det tiltrækker også lidt.

**Hvad med teater eller opera?** Mere dramateater – ikke så meget musicals. Jeg kunne godt finde på at se et teaterstykke i London, men så skal det ikke koste ret meget – jeg vil hellere give penge for at se film. Min kæreste er meget kulturel – han er helt vild med dyr osv.

**(12.19): Dem på 49-50 år, snakkede om, at det er din aldersgruppe, der vil tage til Ibiza eller Gran Canaria, hvor de selv føler sig for gamle til det.** Der har jeg det omvendt – jeg kan bedre se en gammel mand ligge på solstranden med en drink i højre hånd.. så kører bussen!

**(13.13): De steder jeg har været er Sydfrankrig, Frankrig, Polen, Tjekkiet, Grønland, Færøerne, Norge og Sverige.**

Grønland var en skoleferie med institutionen. Færøerne var en almindelig sommerferie – med institutionen.

Jeg vil f.eks. gerne til Kina – de ting de har derovre, ikke porcelæn – for at se deres kultur og menneskene og seværdighederne. Jeg tror, at amerikanerne og os selv ligger meget tæt på hinanden, derfor kunne jeg godt tænke mig at komme til Kina. Det kunne godt betegnes som min drømmerejse. Jeg kunne godt tænke mig, at tage en rejse hvor man hopper fra land til land osv. for at prøve forlystelsesparker.

**(18.05): Hvordan finder du din ferie? F.eks. via Internettet, kataloger, opsøger rejsebureau (mainstream eller homoseksuelle), venner, familie og kollegaer?**

Jeg vil selv sammensætte min rejse – ikke bestille noget gennem et bureau. Man hører så meget om dem og man kan næste finde det lige så billigt selv, hvis man leder længe efter det og bestiller i god tid. Jeg vil ikke på arrangerede rundtur, hvor der er mange med og man har et bestemt tidsrum til at se en bestemt attraktion.

Jeg vil gerne kunne fordybe mig og udforske sammen med en med samme interesser og ikke har for travlt. Jeg vil gerne have tiden til at se de ting, jeg synes er spændende.

**Har du planlagt ferie i den kommende sommer?** Pt. har vi ingen penge til det, men jeg får snart nogle flere penge og så bestiller jeg en rejse til København til min kæreste og jeg, så vi kan hygge os sammen og være sammen et andet sted.

**(21.32):** Du søger altså ikke så meget det, at destinationen skal være gay-friendly eller fester – du vil gerne opleve kultur, forlystelsesparken, for at slappe af og være fri – slippe tøjlerne løs og have det godt.

**(22.02): Britisk undersøgelse viser, at mange bøsser i UK rejser for at kunne være åbne omkring deres seksualitet, da de ikke har mulighed for det derhjemme – er det noget du kan genkende fra dine kammerater eller noget?** Nej, det har jeg ikke set – jo måske en – man kunne godt forestille sig, at det er sådan, men det er måske at gøre sig endnu mere bøsse end man er. Men behøver ikke spille en rolle, for at blive godkendt – man skal bare være sig selv.

### Rejser slut.

---

#### Generelt:

**(26.06): Fordomme:** Jeg var i byen i Brønderslev og kendte bartenderen, som fortalte en af de andre kunder, at jeg var bøsse. Så kom kunden over og sagde, at ”hvis du nogensinde rører min røv, så får du bank”. Jeg sagde så til ham, at for det første horer vi ikke 24 timer i døgnet, for det andet er du tudegrim og for det tredje så tager jeg ikke bare hvem som helst. Derefter blev jeg accepteret! Men det fornærmer mig, at folk siger sådan noget til mig.

**(28.35):** Til en fest ved en klassekammerat trak jeg en rødvinflaske op og bad om et rødvinglas, hvortil min kammerat sagde, at det kun var for bøsser, hvilket jeg så sagde, at det er jeg også... og straks skulle jeg med pigerne ud og shoppe... og lægge make-up!

**(30.30):** Det medierne udstiller os som er forfængelige skrigende drags – men os som er almindelige, er ikke så interessante.

**(31.32): Er det let nok at være homoseksuel i Nordjylland?** Ja, det synes jeg. I starten efter jeg sprang ud brugte jeg meget tid på at skilte med, hvem jeg var, men stoppede med det igen, da jeg ellers ville blive sådan en, som folk gerne vil have, man skal være... eller ikke være. Så stoppede jeg med det.



**Appendix 6: Transcription of Interview with Interviewee # 3**

**Præsenter venligst dig selv:**

**Alder?** 39

**Arbejde?** Bibliotekar på Hjørring Gymnasium på halv tid

**Civil stand? – hvor længe har I været sammen? (00.28):** Jeg bor i Aalborg sammen med XX, og vi blev registreret i 2001. Han er sælger ved noget, der hedder XX; noget der sælger kontormøbler ude ved møllen derude. Jeg er vokset op i en lille by, der hedder Bjergby udenfor Hjørring og har tre yngre brødre.

**Hvor lang tid har du boet i Aalborg?** Det har jeg siden 98 sammen med XX.

**Hvor lang tid har I kendt hinanden?** Vi traf hinanden i 98, og vi flyttede sammen her i februar 2000.

**Er du åben omkring din seksualitet? → hvor længe har du været det? (01.43):** Ja, altså fra jeg ligesom sagde til mig selv, at det var sådan, det var og sprang ud, der har jeg sådan set sørget for, altså ikke sådan at jeg er gået hen til folk og har sagt ”goddag jeg hedder XX og jeg er bøsse”, men at det er kommet ind, hvis det er som en naturlig del. Hvis jeg omtaler, vi har været noget, jamen så har det jo været ”min mand og jeg” eller ”XX og jeg”. Jeg har aldrig lagt skjul på det som sådan.

**Hvor gammel er XX?** Han er 55, så han er noget ældre end jeg – 15 år.

**Når I rejser, hvor tager I så gerne hen? Og rejser I sammen?** Ja, det gør vi. Altså, det har primært været hovedstæder; altså vi har været i Berlin, Paris og London.

**Ikke sådan noget sol og strand?** Nej, det har jeg det ikke så godt med. Jeg vil helst have byferier.

**Hvordan kan det være?** Altså, jeg er ikke den der til at ligge ved stranden og stærk sol og sådan – jeg døjer lidt med at tåle det også. Så derfor er det primært byerne. Og så er vi jo begge to meget glade for musik. I London i hvert fald der er det jo musicals, der trækker i den retning, så det bruger vi meget tid og penge på, når vi er derovre i hvert fald.

**Så I kunne godt finde på at rejse til et sted, fordi der var en god musical? (03.18):** Ja, altså når nu det Ny Teater sætter op og spiller 'Kongen og jeg', så tager vi tit derover, for simpelthen at se dem som det primære mål. Og der har også været nogle gange, hvor vi har sagt at nu skal det være London, fordi den eller den musical er kommet op derovre. Så den interesse spiller en hel del ind på, hvor vi vælger at skulle hen.

**Så dvs. I kunne godt finde på at tage af sted efter events? Ja.**

**Hvad med koncerter?** Nok ikke så meget som det andet.

**Er det så primært i Europa eller udenfor Europa I rejser? (04.01):** Det har været i Europa.

**Så det er ikke en tur til New York til Broadway for eksempel?** Nej. Jeg har faktisk været det, men det var før, jeg traf XX. Men det var så også fordi jeg havde en onkel derovre, så jeg havde mulighed for også at besøge ham i Boston, og derfra så kunne man køre op til New York.

**Har dine ferier ændret sig meget efter at dig og XX har fundet hinanden?** Nej, det tror jeg egentlig ikke. Der tror jeg mere, det for XXs vedkommende har ændret sig lidt, for nu har han jo været gift og haft børn og sådan noget, og det har jo nok været meget traditionelt Mallorca og Grækenland og sådan nogle ferier, de har haft. Hvor det nok er skiftet lidt mere over til storbyferierne. Når vi er i København, så besøger vi jo tit hans datter; hun bor derovre og læser på universitetet derovre. Så det kombinerer vi som regel, så vi også får hende set.

**Han har så én datter?** Ja, og så en søn der bor her i Aalborg. Og han er jo lige blevet bedstefar (viser billede).

**Hvad ser I, når I er ude at rejse? Opsøger I de homoseksuelle områder eller scene? (05.40):** Nej, altså vi har ikke rigtig gået i byen, når vi har taget til... på klubber og den slags, men

altså vi har da gået igennem kvarterene. I Berlin var vi da rundt og se i Schönberg, hvor der er ikke også. Og i Berlin er der også et lille homo-museum, eller et museum for homoseksuelle og det har vi selvfølgelig også været henne og se. I Paris var vi også inde i, altså der er jo flere restauranter, hvor vi var inde og prøve at spise der, og ligesådan i Soho i London har vi været inde og spise på nogle af restauranterne der. Jo, og så er der jo boghandlere og butikker, dem har vi også være inde og besøge.

**Så det er ikke sådan for at socialisere med andre homoseksuelle?** Nej, egentlig ikke. Det er mere bare for at opleve. Og selvfølgelig også lige fordi at netop med bøger er der jo et helt andet udvalg, end der er i Danmark.

**Da du var yngre og single, der var det heller ikke det der talte? (06.45):** Nej. Altså, der har det nok været som alle andre for at se nogle ting og have ferie simpelthen.

**Når I vælger ferier, tænker I så på at tage til nogle steder som er gay-friendly? Kunne I finde på at tage til et muslimsk land, hvor homoseksualitet simpelthen er decideret forbudt?** Nej! Selv sådan et land som Tyrkiet tror jeg, vi ville sige nej til. Der er en lærer på Hjørring Gymnasium, som arrangerer nogle ture til Rusland – til Moskva. Men der må jeg nok ærligt indrømme, at der har vi nok heller ikke sådan, at vi har lyst til det. Fordi hun har tit spurgt, om vi ikke har lyst til at komme med, og jeg tror da som heller ikke, at hvis vi kom i det selskab der, at der ville være noget problem. Men det har ligesom aldrig rigtig sagt os noget på den måde der.

**Er det fordi, det ikke har noget at tilbyde Jer?** Det var der jo sikkert nok. Men der ligger nok det der i baghovedet, at Rusland er et meget anti-homoland efterhånden. Altså, man hører jo, at der er ret store problemer derovre efterhånden.

**Så det er en faktor der spiller ind? Måske ikke den primære...** Jo, altså det ville det jo nok et eller andet sted være. Hvis vi sagde, at vi ville prøve et nyt sted, så skulle det nok ikke være et af dem. Og nok slet ikke hvis vi rejste alene.

**Kunne I finde på at tage på nogle ture, der er specifikt rettet mod bøsser og lesbiske? F.eks. rejse med et homo-freindly rejsebureau som Pink viking?** Så tror jeg, det var fordi, de

havde et godt tilbud, eller vi kunne se, at det ville blive en god ferie. Jeg tror ikke, vi ville vælge det, fordi at det var sammen med andre homoseksuelle. Det ville mere være et eller andet med, at det så ud som værende et godt tilbud, eller de havde nogle ting, som vi godt ville med på, eller det vil være sjovt at komme ind og se.

**Hvad med Pride parader og specielle sportsbegivenheder som nu til sommer i Barcelona? (09.54):** Det har vi egentlig aldrig gjort. Vi har været i København et par gange i forbindelse med Priden. Den ene gang jamen der tog vi så derover for decideret at se den ikke også, og den anden gang det var så lidt tilfældigt, at det lige faldt sammen med, at vi lige skulle derover.

**Betyder lokalbefolkningen meget for Jer, når I er på ferie? F.eks. at snakke med dem?** Nej, det gør det nok ikke. Det er mere at være der som turister. Og ud at se de seværdigheder der er og i teatret, ud at spise.

**Hvad så med det lokale liv, kan I godt lide at observere det fra en fortovscafe for eksempel?** Jo, på den måde. Og jeg vil nok sige, at når vi er ude, så bruger vi utrolig meget tid på at gå. Altså, kan vi gå til nogle steder i stedet for at tage undergrunden, så gør vi nok det. Vi nyder det med at kunne gå stille og roligt og kan gå og kigge og se bybilledet og befolkningen og det. Men nok som du siger, som nogle der observerer mere end deltagende i det.

**Hvad med ferier her i Danmark, er det noget I gør i?** Vi har været i København en hel del gange. Ellers har vi ikke sådan gjort en helt masse i det.

**Hvad med skiferier?** Nej, det tror jeg ikke der var nogle af os, der skulle ud at prøve. (vi snakker en smule om skiferier)

**Hvordan finder I Jeres ferier?** Det har været lidt forskelligt. Nogle af turene til London der har det jo så været det der, at der har været en eller anden musical, vi gerne ville over og se, og så har vi fundet ud af, jamen hvornår er det så sommerferien er, og fundet ud af hvor er det billigt at komme af sted, og det er som regel via nettet. Og så booke flybilletter og hotel over nettet. Det har vi faktisk stort set gjort altid. Og er det en musical vi rigtig gerne vil se, jamen så plejer vi også



at booke billetterne på forhånd. Men vi har efterhånden rimelig god erfaring med, at når vi kommer derover, og hvis man første dag går ned til teatret og siger: ”vi vil ind og se den her forestilling, og det er lige meget hvad aften. Vi er her indtil den og den dag.” Jamen så kan de næsten altid finde to billetter, og faktisk synes jeg, at langt de fleste gange er vi kommet til at sidde helt fint. Vi har ikke siddet dårligere af den grund. Berlin, det var nok fordi, at dels har vi nogle tysklærere på gymnasiet, der har været meget begejstrede for det, og så blev vi enige om, at vi ville egentlig gerne prøve at se, hvad det var, og den blev vi meget begejstret for. Jeg synes, det er en skøn by at være i – en hyggelig by, og der er jo masser at se dernede. Der tog vi så med tog – der bestilte vi en togrejse og så hotel dernede.

**Så I kunne godt finde på at tage dertil igen? (13.53):** Det kunne vi helt sikkert, og det ved jeg også, vi gør. Altså, på et eller andet tidspunkt, så vil vi tilbage dertil. Og det gælder nok dem alle sammen.

**Så det er ikke så meget med at se så mange forskellige storbyer som muligt?** Altså, det tror jeg da også gerne, vi ville. Nogle af de andre; vi snakker om Wien og Rom, og det kan også være, vi gør det. Men det er også ligesom, at vi er slet ikke færdige med de andre endnu. Sidst vi var i London, der fandt vi da stadig nogle nye ting, selvom vi har været der en 5-6 gange. Og der gjorde vi også det, at vi tog simpelthen en dag, hvor vi stod op tidligt om morgenen, og så tog vi toget ud til Oxford, og så havde vi en hel dag i Oxford, og så tog vi ind igen om aftenen. Og der havde vi snakket om en anden gang, at vi måske ville prøve at gøre det der med, at vi er i London, men så hive en dag ud af ferien derovre, og så finde et sted og tage med toget ud til. Og så se hvad der er der.

**Hvor lang tid er I normalt der? (14.56):** En 5-6 dage plejer vi at være der. Vi gjorde lidt det samme, her dengang vi var i Berlin. Der tog vi så ud til Potsdam, og så de ting der var derude.

**Hvad med naturoplevelser, er det noget der tiltaler Jer? (15.11):** Nej, der tror jeg nok, vi er lidt for meget stueplanter. Altså, camping og teltferier, det er nok ikke os. Og nok heller ikke ude i Grand Canyon eller ude i vildmarken eller sådan noget. Nej, det er storbyen der trækker. Jeg vil ikke sige, at det ikke er sådan, at vi ikke synes, det er dejligt at være i naturen, men det er mere, jeg tror bare ikke, at vi ville som sådan bruge penge på at tage en ferie derude som sådan.

**Er I af sted flere gange om året? (15.58):** Nej, det plejer at være én gang om året til udlandet og så måske 2-3 gange til København.

**Når I er i København, bor I så på hotel eller hos XXs datter?** De fleste gange der har det været på hotel derovre. Hun har sådan en lille lejlighed. Vi kan være der, men det er nok også at være sig selv.

**Udover XXs datter er der så nogle specielle grunde til, at I tager derover?** Nej, nok ikke andet end at vi sommetider gerne vil ind på det Ny Teater og se det. Der har også været nogle udstillinger og noget, hvor vi sommetider har sagt, at det vil vi gerne over og se, og så er det da også, at når vi er derovre, så er vi som regel også lige rundt og se hvordan det er på de forskellige steder derovre. Jeg tror da ikke, vi kunne tænke os en tur i København, uden at vi da lige har været en tur nede på Central Hjørnet, fordi den er ligesom blevet sådan et must for folk, at når de kommer, den skal de lige omkring. Og den første gang vi skulle derover, hvor vi skulle over og se Priden, der gik vi jo lige efter at vælge den weekend, hvor der var Gay Pride derovre. Og så har vi en kammerat, der er flyttet herfra Nordjylland derover også, så sommetider har vi også været rundt og besøge ham.

**Kender du nogle, eller gør I det selv, rejser for at være åbne omkring Jeres seksualitet? Tror du generelt det er sådan for nogle?** Det tror jeg helt sikkert. Nu er det her nogle helt private tanker, og jeg har ingen belæg for at kunne sige det, men jeg tror også at netop de personer, vil være lidt svære for eksempel for Jer at få fat i og snakke med, fordi at netop deres identitet som homoseksuelle er ligesom lukket land i hverdagen. Og det er så på rejser til Gran Canaria, fordi de vil nok typisk vælge de steder, fordi der vil være mulighed for at udleve deres seksualitet.

Vi snakker videre om, hvordan vi skal få fat på dem.

Vi snakker om Boyfriend.dk

Vi snakker om mund-til-mund markedsføring, og Interviewpersonen konkluderer ganske kort at det vælger de også ofte ferie ud fra.

**Hvilke storbyer har I været i?** Paris og London og Berlin har nok været de primære. Der var et år vi tog op til Göteborg og var nogle dage, og så kørte nedover til Malmö og så var der et døgn og så over broen til København.

**Har I planlagt Jeres næste ferie?** Ikke endnu nej. Så nu må vi se, hvad der sker.

**Hvor lang tid i forvejen plejer I at planlægge det? (22.18):** Nogle gange har det været, hvor vi har planlagt det længe i forvejen. Men vi har haft et par gange, hvor det nærmest har været sådan i løbet af fire uger eller sådan noget. Det var den ene af turene til Berlin: ”Jamen skal vi ikke det igen? Jo, det skal vi.” Og så tjuhej blev det arrangeret.

**Det er måske også lettere, når man har været der én gang tidligere?** Ja, det er det jo. For så ved man, man har sådan nogenlunde en ide om, hvad der er dernede og hvordan. Men jeg vil sige, at det er specielt spændende at være der de år her, fordi jamen bare fra vi var der første gang, til vi kom der anden gang, var det to år efter? Jamen, der havde de jo nærmest bygget det hele om. Det går så hurtigt med den der ombygning af Østberlin. Ja, spændende at følge med i. Det var lidt sjovt, for der kunne man virkelig se, hvordan en by forandrer sig. Det er jo ikke så meget det samme med London, den ligner sig selv, og det er jo så også godt nok.

**Er I af sted hvert år?** Det prøver vi så vidt muligt at være.

**Har I nogensinde rejst med XXs børn?** Nej, men nu er de jo også rimelig store. XX er 31 år, og XX er 29.

**Kunne det være noget at skulle af sted med barnebarnet om 10 år for eksempel?** Jamen, det kunne godt være. Det er lidt svært at sige hvordan og hvorledes. Det er slet ikke sikkert, at hun har lyst til at rejse sammen med os. Men det tror jeg da nok, man kunne.

**Har du én bestemt ferie, du har lyst til at fortælle om?** Jamen, jeg synes jo egentlig, at alle de ferier vi har været, de har været gode på hver sin måde, for vi har jo oplevet noget forskelligt hver gang. Men jeg synes da nok, og det er nok især for mig, fordi jeg er så musical tosset, så er nogle af de der London-ture, der har været store oplevelser.

**Hvad laver I så om dagen, når I er ovre for at se en musical? (24.59):** Jamen, så er vi jo nok ligesom alle andre turister; inde og se Tower of London, Eye, jamen museerne.

**Hvad med shopping?** Jo, altså jeg kan jo ikke gå forbi en boghandel, uden at jeg lige skal rundt og kigge, så det er vi, og XX kan også godt lide at kigge på tøj. Og ligesådan har vi da både i London og Berlin været inde i homo-kvarterene, Schönberg i Berlin og Soho i London og kigge i boghandler og de steder de har der.

**Men ikke så meget med pubber om aftenen?** Nej, egentlig ikke. Der har vi jo så tit været i teatret, og så er aftenen jo ligesom gået med det.

**Plejer I gerne at være i teatret hver aften?** Nej, altså hvis vi er derovre en 5-6 dage så gerne hver anden aften, for det er jo en bondegård, det koster at komme ind og se dem. Men der har vi det så også sådan lidt, at når vi er derovre, og når vi gerne vil ind og se det, så vil vi altså også have nogle billetter, der er ordentlige. Det koster os en del.

**Hvad med dårlige ferieoplevelser, har du eller I haft nogle af dem? (26.46):** Nej, ikke sådan jeg kan sige, at det er... Nej, jeg synes ikke, der er nogle, hvor jeg vil sige, at det ville jeg ikke have gjort. Det synes jeg egentlig ikke. Jeg tror egentlig nok, vi er gode til sådan at planlægge, og hvis der er et eller andet, der kikser, så tror jeg også, vi er rimelige gode til at sige, jamen så er det ikke det, vi skal, så gør vi det der i stedet for. At vi ligesom har nogle alternativer, eller nogle ting vi gør i stedet for.

**Hvad med vejret, spiller det en faktor?** Hvis det regner, jamen så må vi jo prøve at pakke os ind, og så måske prøve at sige, at det kan godt være, at der er nogle af museumsbesøgene, der lige bliver lidt længere end de måske ellers ville have været, og så ellers håbe på at det går over. Men vi har været i London, hvor at det har været vinter, og det har sneet. Og ja, sidst vi var i Berlin, der var der 37 grader. Der var det virkelig noget med at hver eneste gang, vi kom til en købmand eller til et supermarked eller noget, så var det ind og få købt nogle vandflasker, og hvis vi så ellers havde nogle vandflasker, så se efter om der var nogle steder, hvor vi kunne komme hen og få dem fyldt op, fordi det var hedt. Men det var ikke noget, der sådan ødelagde det for os. Men det gjorde selvfølgelig at vores T-shirt løb tør i løbet af kort tid, vi var jo gennemblødte, så jeg ved ikke, hvor mange nye T-shirts vi fik købt.

Lidt snak om at for nogle ødelægger dårligt vejr ens ferie

**(28.42):** Jeg vil da også sige, at der har da været dage, hvor det har været meget flot vejr, hvor vi måske ville have været på det og det museum i dag, men med sådan et vejr, vil vi egentlig hellere gå ude i byen. Der er jo den der meget store park, Tiergarten i Berlin, så vil man nok hellere rundt der og nyde den, eller i London ind og se nogle af parkerne, eller ud på Tower fordi der kan du jo gå meget ude også. Og det er jo nok den frihed, at storbyferierne giver, at du godt kan veksle mellem at være inde og ude. Hvor at hvis det er helt baseret på en friluftsferie, eller på en solferie, jamen så er du meget mere afhængig af vejret.

**Har I en form for drømmeferie – hvis I f.eks. vandt en million i Lotto.** Altså, jeg ville gerne prøve New York igen. Det er helt sikkert. Det kunne jeg godt tænke mig. Og måske så prøve at komme lidt rundt i USA, det synes jeg kunne være spændende. Men i det hele taget bare prøve at være i New York og opleve det hele.

**Er det så bare Manhattan eller er det det store New York?** Det store New York vil jeg tro, det skulle være, men igen også, jeg tror nu nok, vi er rimelig gode til, når nu vi vælger et sted, så at vi ligesom prøver at sætte os ind i, jamen hvad er der. Jeg tror også, vi er blevet rimelige gode til at lave nogle realistiske skøn over, hvad kan vi nå i løbet af de der dage og sige, at der skal også være plads til at bruge en halv time på en café med en kop kaffe, og at vi også lige kan sætte os på en bæk og slappe af, inden vi går ind der eller der. At vi ikke tager fem museer på en dag men måske kun tre.

**Tager I gerne på guidede ture? En sejltur på Seinen for eksempel?** Det har vi gjort både i London og i Berlin med guide på. Og da vi var i Oxford, fordi vi kun lige havde den ene dag, der var jo sådan nogle turistbusser, hvor man kunne hoppe af og på, hvor der var guide på, og dem brugte vi så en hel del, fordi så fik man alligevel noget med og viden med, samtidig med at man havde den der relative korte tid til at nå rundt. Men vi har gjort det i København også; både med sejlturene der, men vi har også prøvet at være på Nationalmuseet med guide på ved nogle af udstillingerne.

**Har I ellers rejsehåndbøger med?** Ja, dem plejer vi nok lige at have og lidt kort, så vi kan finde rundt.

**Tror du Jeres ferier repræsenterer meget godt, hvilke ferier homoseksuelle i Jeres aldersgruppe har?** Jamen, jeg tror der er en meget stor gruppe, der gør ligesom vi gør. Men jeg tror helt klart også, men det er nok den gruppe, der ikke rigtig i hverdagen lever ud; jeg tror også, der er en meget stor gruppe af mænd i vores alder, som slår sig løs på Gran Canaria eller lignende. Måske nok også som par, men jeg vil nok sige mere singler.

**Helle fortæller om, at vores interviewpersoner tror, det er forskellige aldersgrupper, der tager til Gran Canaria.** Interviewpersonen fortæller om et vennepar, han har, som gerne tager til Gran Canaria for at være i homo-miljøet.

**Når I er på ferier, går dig og XX så rundt hånd-i-hånd? (40.26):** Nej, men det gør vi så egentlig heller ikke herhjemme.

**Hvordan kan det være?** Ja, jeg ved det egentlig ikke.

**Fortæller om en undersøgelse der engang blev lavet, der viste at det gør de ikke.** Om det er en eller anden form for selvcensur, det ved jeg ikke. Og jeg tror specielt, hvis I snakker med folk fra Nordjylland, der er det nok endnu mere udpræget end det ville være i København.

**Appendix 7: Transcription of Interview with Interviewee # 4**

**Præsenter venligst dig selv:**

**Alder?** 27

**Uddannelse:** Studerende

**Arbejde?** Studerende

**Civil stand?** Single

**Seksuel præference?** Bøsse

**Er du åben omkring din seksualitet? → Hvor længe har du været det?** Ja. Det har jeg været siden jeg startede på universitetet for ca. 5 år siden. Jeg har vidst, jeg var homoseksuel siden 10-12 års-alderen. Jeg har ikke haft nogle negative reaktioner på min homoseksualitet – selvfølgelig blev mine forældre lidt chokeret.

**Hvornår har du sidst været på ferie?** I sidste weekend var jeg i Göteborg med en ven – ikke en kæreste.

**Hvor lang tid varede denne ferie?** Weekendtur

**Andre rejser:** Amsterdam for fem år siden, hvor jeg var af sted med nogle venner. Vi ville gerne se Amsterdams by – det er jo de homoseksuelles hovedstad i Europa – der sker rigtig mange ting dernede. Som vi f.eks. har gaden her i Aalborg, så har Amsterdam også en gade med ene af gay-discos. **Så det var mest det, der lokkede jer til Amsterdam?** Det ved jeg ikke om det var for vi så også mange andre ting i Amsterdam, men det var måske en af de ting, der gjorde, at vi valgte Amsterdam.

**Hvem rejser du generelt på ferie med?:** Venner

**Hvad var formålet med ferien?** Göteborg var formålet at se det svenske Grand Prix

**Hvorfor valgte du lige præcis den destination, du gjorde?** Pga. det svenske Grand Prix

**Hvorfor er det vigtigt for dig at rejse?** Oplevelser. Jeg interesserer mig for kultur og oplevelser på den måde – og samfundsforhold, historie også, så derfor vil jeg også gerne opleve nogle af de ting, når jeg rejser. Så det er også gerne kulturelle eller historiske ting, jeg går efter. F.eks. når man er i London, så vil man gerne opleve nogle af de historiske ting, man har læst om eller besøge nogle museer for at få det perspektiv ind i det.

**Hvordan finder du din ferie? F.eks. via internet, kataloger, opsøger rejsebureau (mainstream eller homoseksuelle), venner, familie og kollegaer?** Nogle gange gør vi det over nettet andre gange arrangerer vi det selv – det kommer an på ferien.

**(05.08): Kunne du finde på at rejse med Pink Viking Adventures f.eks.?** det kunne jeg som nok finde på, men så vigtigt er det heller ikke for mig, at mine rejser skal have en homoseksuel vinkel. Jeg rejser for at udvide min horisont og få nogle oplevelser. Nogle gange kan der måske være nogle ting, som man kan kalde homoseksuelle ting, som vil være ekstra interessant for os, som vi så ser.

**Har du nogensinde rejst til en gay-friendly destination? Hvis ja, levede destinationen så op til sit image? (06.00):** Amsterdam: ja det synes jeg nok, men ved egentlig ikke, hvad mine forventninger var. Der var den der gade med alle de der diskoteker og en masse pornobutikker, men det er jo, som det er.

**Har du planlagt ferie i den kommende sommer?** Nej, det sker meget spontant nogle gange. Turen til Amsterdam f.eks. fandt vi først på omkring en uge før vi rejste. Da vi var i Göteborg, var det planlagt et stykke tid, da vi skulle se det svenske Grand Prix og skulle købe billetterne i oktober.

**(07.18):** Så har jeg været i Paris og London. Jeg var i Paris for en kulturoplevelse – vi så Madonnas koncert i Paris. Det var den samme tour som hun var på i Danmark, men i stedet for at stå på en pløjemark med 80.000 mennesker, hvor man alligevel ikke kan se noget, valgte vi at tage til Paris og få nogle dage dernede – under lidt andre forhold.



**(08.05): Har du en grænse for hvor meget du vil bruge på dine rejser?** Det kommer an på, hvor mange penge jeg har. Selvfølgelig vil jeg ikke bruge en million, men når man er ude og rejser, skal det ikke være sådan, at man kun har penge til transport og hotelophold – der skal også være nogle lomme penge, så selvfølgelig bruger man flere penge i de dage end man gør tilsvarende, hvis man bare er hjemme hos sig selv.

**(08.54): Snakker om the 'pink dollar'.** Men nu er jeg ikke nået så langt i mit livsforløb – jeg er jo stadig studerende og har ikke fået det fede job med en fed hyre endnu.

**(09.30): Har du overvejet, at rejse til destinationer, der ikke er gay-friendly?** Jeg vil gerne se pyramiderne og de ligger jo i Egypten og så er man jo nødt til at tage derhen hvor de er. Men ellers er det ikke lige sådanne steder, jeg har lyst til at besøge. Men omvendt så er det nok heller ikke lige der, hvor de oplevelser jeg gerne vil have, er.

**(10.20): Det er altså ikke, fordi det er forbudt at være homoseksuel?** Det er ikke fordi det er forbudt eller fordi jeg er bange for nogle konsekvens, for som turist og EU-borger tror jeg ikke, vi er i farezonen, hvis bare man er lidt diskret. På den anden side har jeg heller ikke lyst til at støtte de regimer med mine turistpenge – hvorfor skal jeg det, hvis ikke de accepterer mig, hvorfor skal jeg så ligge mine penge der. **Snakker videre om Mohammed-tegningerne.**

**(11.40): Har du på en ferie nogensinde mødt en anden fyr?** Nej, det er ikke derfor, jeg tager på ferie – men skulle jeg møde en, hvorfor så ikke??

### **Snakker om Gran Canaria og Mykonos.**

**(12.21):** Hvis jeg skal til Grækenland, hvilket jeg gerne vil, så vil jeg ikke tage til Mykonos, men jeg vil hellere se de historiske ting og ruiner, som passer til de oplevelser, jeg gerne vil have. Jeg kan altid møde en fyr i Danmark, hvorfor skal jeg tage helt til Grækenland for det?

**(13.02): Tager du tit til København f.eks.?** Det gør jeg da en gang imellem, men det er mest for at besøge venner og bekendte eller hvis der er nogle oplevelser eller koncerter, der ikke er i Aalborg. Og så går jeg da i byen på et gay-sted. Men jeg er aldrig taget til København bare for det homoseksuelle.

**(13.50): Snakker om Priden:** jeg har aldrig set den, hvis jeg er i byen, ville jeg da nok se den eller hvis jeg boede i København, ville jeg da også. Jeg har haft mulighed for at tage med over og opleve den, men har ikke gjort det. Jeg synes måske, at den er med til at underbygge de fordomme der er i samfundet om homoseksuelle – vi er jo ikke noget særligt på den måde, vi er bare ganske almindelige.

**(15.25): Snakker om homo-miljøet i Århus og Aalborg.**

**(18.49): En rigtig go' ferie oplevelse?:** jeg havde en fantastisk tur til Paris – dels fordi vi oplevede en fantastisk koncert, men også fordi jeg fik set noget af byen og nogle af de historiske og kulturelle ting, jeg gerne ville se. Det var helt fantastisk at se Triumfbuen og den Nye Triumfbue... og nogle af de andre ting.

**(19.45): Dårlig ferieoplevelse?** Det har jeg sikkert nok, men så har jeg fortrængt den – der er ikke noget, jeg synes, jeg må fortælle, når du spørger.

**(20.50): Interviewpersonen fortæller mere om selve undersøgelsen.**

**Appendix 8: Transcription of Interview with Interviewee # 5<sup>1</sup>**

**Præsenter venligst dig selv:**

**Alder?** (01.04.58) 49

**Arbejde?** (00.00.00) Jeg handler ejendomme, primært i udlandet, hvor jeg repræsenterer en Schweizisk bank og laver en hel del ejendomsinvesteringer og godkender andre projekter og investeringer for dem. Så laver jeg noget finansiell rådgivning og noget virksomhedsrådgivning, og så laver jeg engang imellem nogle lidt specielle events; bl.a. ??? (00.00.55) cafe hvor vi her den anden aften lavede sådan en Valentines aften – altså specielle ting udover den almindelige drift. Jeg var med til sammen med en lesbisk DJ at starte en natklub op i foråret, eller sidst på sommeren, men hvor lokalerne så blev solgt og den nye ejer og os, vi var ikke sådan helt enige om hvordan det sådan helt skulle køre, så det trak jeg mig ud af, men hun spiller der stadigvæk.

**Uddannelse?** (00.01.38): Jeg har været bankbestyrer og så har jeg været selvstændig ejendomsmægler i 20 år her i København, men hvor jeg så har solgt alt det danske fra for 6 år siden nu. Og så går jeg og hygger mig med sådan andre forskellige ting. Ikke noget hvor jeg har sådan et 8-16 job. Men jeg laver det, som jeg synes er spændende at arbejde med. Laver en masse sådan mere velgørenhedsagtigt; både for mennesker som måske har et handicap, hvor jeg så hjælper dem med noget. (Fortæller videre om sin ordblinde ven og hvordan han hjælper sin kammerat, der er kunstmaler med administrative opgaver)

**Civil stand? – hvor længe har I været sammen?** Jeg er single. Men jeg har været gift – både i hetero-verdenen og homo-verdenen. Men det er jo så ikke rigtig at være gift – man er jo bare registreret.

**Seksuel præference?** (00.24.22): Jeg er nok, fordi jeg har levet i den anden verden, så vil jeg ikke sige, at jeg ikke kunne finde en fantastisk pige, som kunne gøre et eller andet ved mig, der siger at det skulle være det. Men jeg synes bare, det er meget nemmere at være sammen med en af samme køn, fordi man tænker ens. Det gør hverdagen meget nemmere. (snakker lidt videre om

---

<sup>1</sup> Because interviewee # 5 is a friend of the expert interviewee and she was the contact person between him and me he was interviewed along with the expert interviewee thus there are some places in the interview where the two of them are talking to each other. Where nothing else is noted it is interviewee # 5 who is talking.

dette, og eksperten begynder at snakke om programmet ”Den lille forskel”. Interviewperson # 5 begynder at snakke om, at man har mere overskud i homo-verdenen pga. der ikke er børn i forholdet.)

**Har du børn?** Jeg har en stedsøn fra et tidligere heteroseksuelt forhold. Han er så 22 og bor i New York, så jeg ser ham ikke så meget. Jeg er meget derovre, fordi jeg er medejer af ??? kultur, så derfor er jeg derovre ca. hvert halve år sådan rent arbejdsmæssigt. (vender tilbage til at homoer har mere overskud i hverdagen) Men jeg tror også, at homoer i princippet rejser mere – prøver på at opleve noget.

**Ekspert:** Ja, hvis de har friheden til det, så er det i hvert fald det, mange de vælger. Og så bruger dem til at rejse. Hver gang du siger homoer, så vil jeg så sige at langt hen ad vejen, så er der bøsser og lesbiske; at der kan være forskelle mht. børn, arbejde og penge. De har ikke så mange penge. (Snakker begge to videre om hvilke fag homoseksuelle ofte er ansat i. Fører over i en snak om homoseksuelle af anden etnisk herkomst)

**Hvornår har du sidst været på ferie? (00.04.40):** Jeg har været i Dubai her i Januar, men det er primært forretningsmæssigt. Det er sjældent, jeg holder regulær ferie i udlandet; der er kombineret noget forretning ind i det. Det er meget ofte, hvor man så lige tager en to-tre dage, og altså laver knapt et så stramt program, hvor man så lige kan nå nogle forskellige ting; få set lidt og oplevet lidt.

**Hvordan var det forretningsmæssigt? (00.05.00):** Det er ejendomme, så der har jeg et firma dernede.

**Er det så boliger du udelukkende sælger, eller udlejer du også?** Vi køber og sælger i eget regi og bygger også dernede. Min partner han bor så fast dernede, eller hans kone bor her i Danmark, så han er lidt on-off. (Vi snakker lidt videre om Dubai: visum, hvordan det er prismæssigt at spise og bo der, trafikken)

**Vil det sige at du ikke rejser sådan på den typiske ”turist-ferie”? (00.07.28):** Nej, det er meget sjældent. Altså, jo hvis jeg så endelig rejser, så er det noget hvor det er planlagt, og hvor der måske er bestilt hotel hjemmefra i hvert fald til den første nat, eller de første to-tre nætter, og så tager vi den ligesom derfra. Jeg kan godt lide det der lidt impulsive: når man er et sted og synes

der er rart at være, jamen så bliver man der en dag mere, og er der noget, hvor man har fået oplevet det, man vil opleve, jamen så kan du cutte en dag der, og så bruge en dag mere et andet sted.

### **Hvem rejser du på ferie med?**

**Rejser du meget alene – det gør du selvfølgelig med forretning men... (00.08.01):** Rent forretningsmæssigt, ja. Men ellers så er det som regel altid at vi rejser en 2-3-4 stykker sammen.

**Venner?** Ja, jeg synes mange gange det er rart, hvis man rejser fire sammen, fordi så kan man sådan mikse lidt. Jamen, okay den ene har lyst til at slappe af i dag, og så er der to eller tre andre, der vil noget andet. Man kan gøre tingene to og to, eller hvordan man nu finder ud af tingene.

### **Hvad var forskellen på dine rejser da du var gift hhv. heteroseksuelt og homoseksuelt?**

**Var der stor forskel? (00.08.43):** Nej. Ikke for mit vedkommende. Jeg vil gerne opleve noget og se noget, men jeg er også den, der godt kan lide bare at ligge på en strand og bare nyde sol og vand. Nogle gange vælger jeg en storbyferie, og så er det dét. Og jeg er helt klart et storbymenneske, men jeg kan også godt lide at komme til vandet og stranden og bare sådan slappe af.

### **Kan du godt finde på at tage en uge i storbyen og så en uge et andet sted? (00.09.15):**

Sagtens. Men mange gange så bliver det sådan, at man enten tager på det ene eller det andet, fordi det har lidt at gøre med, hvem du rejser med. Også fordi en af mine fritidsinteresser det er bygninger og arkitektur, så det er jo sådan typisk storbyting, hvor man lægger mærke til tingene. Så er jeg samtidig også amatør fotograf, og det gør jo at jeg sådan tager stemningsbilleder, men også meget af bygninger og detaljer ved bygninger, hvor man kan få nogle spændende billeder ud af sådan nogle ting. I homoverdenen, der er der mange, der sådan tager til Ibiza eller Gran Canaria, hvor det bare skal være fest og farver det hele, og der er der jo også arealer, som er meget homobaseret, men det vil jeg sige, det er ikke noget, der siger mig så meget. Nogle synes, det er fantastisk, at det bare er fest og farver, og jo mere fuld man er hver aften jo bedre. Men det foregår jo også i heteroverdenen. Jeg mener faktisk ikke, der er nogen forskel. Der hvor den store forskel er, og det er den jo uanset, om du er ude, eller du er i København, det er jo at homoer er nok lidt sjovere og gladere mennesker, og de forstår lidt bedre at feste igennem, og det gør så også at mange af de der steder som er homobaseret, der kører man også nogle andre priser end

man gør andre steder. Her der koster en stor fadøl de der 38 kr. Går du ned på Europa så koster den 56 kr. Men det er jo netop fordi at homoer de går ud måske 2-3-4 gange om ugen, hvor heteroer de går måske ud fredag-lørdag eller én af aftenerne. Jeg tror, det er dét, der er forklaringen på at priserne er anderledes. (snakker videre om homofeststederne i København – fordelingen af homoer og heteroer på disse steder. Hvordan det er med hate crimes: adgangskort til Cozy bar i København)

**Hvad kigger du efter, når du tager på en ferie – en ”turistferie”?** (00.15.02): Jamen, så kigger jeg meget på, hvad er der at opleve. Igen, er det det ene eller det andet, eller er det en kombination. Jeg prøver at sætte mig sådan rimeligt meget ind i tingene; det og det har jeg lyst til at opleve, og der er som regel... så har jeg nogle, som jeg plejer at rejse med, som jeg ligesom har fundet ud af, når man har været på ferie nogle gange, at man har nogenlunde samme indlevelselsesønsker. Man behøves ikke at sige, at nu har man set nok at det her, nu skal vi videre. Nu har vi ligesom set det og oplevet det nok.

**Kan du fortælle om nogle af dine ferier?** (00.16.08): Jeg havde en periode, hvor jeg tog tre måneder sammen med en kammerat og lå og kørte på må og få rundt i USA: lejede biler, kørte rundt og oplevede en masse. Fløj til et nyt område og kørte rundt, og det var en meget, meget god og behagelig måde at opleve tingene på. Og der må man sige, at det var meget på må og få, for du kan sige, når man tager sådan tre måneder, så er der nogle hovedpunkter, man skal nå at opleve, og alt andet det bliver sådan... Lige pludselig var vi tæt på den Mexicanske grænse, og så kørte vi ned og var i Mexico også, selvom vi ikke måtte i en lejet bil, men det gik nu godt nok. Så fik vi lige det oplevet også. Den samme kammerat, som er en hetero fyr, ham og jeg vi har også taget to måneder, hvor vi lå og sejlede rundt i Caribien rundt til de forskellige øer. Vi havde lejet sådan en... boede sammen med nogle andre, som vi kendte fra USA, hvor vi så havde en båd med en kaptajn og en kok på, og sejlede rundt og oplevede en masse af de der ubeboede øer og de dansk Vestindiske øer og en hel masse forskellige typer øer. Men det var også, hvor vi de første to nætter havde booket hoteller, og derfra så tog vi den bare sådan. Vi startede på St. Croix, og så skulle vi have de andre øer. Vi var der i halvanden uge, inden vi så skulle på båden. Jeg overvejede, om vi så skulle tage sådan et krydstogt, og det var egentlig meningen, at vi skulle det i den sidste ende, men det droppede vi. Dels fordi vi mente, vi var kommet fint rundt og set en hel masse, men også de der krydstogter; du lægger til kl. 8 om morgnen og sejler ud igen kl. 4 om eftermiddagen. Du får slet ikke det der natteliv, og meget af det du kommer ind til, det kan

godt være, der er nogle, der synes, det er sjovt, men det var jo sådan en basar, der var stillet op – når bådene kom ind så var der åbent, ligeså snart at folk tog tilbage til bådene, så var der lukket igen, så det var slet ikke en del af det lokale liv. Og der tror jeg faktisk, at der er mange heteroer, der har det på den måde, men jeg tror også, der er rigtig, rigtig mange homoer, der har det på den måde, at de vil gerne opleve noget; altså de er der for at opleve nogle ting og også tager rigtig mange forskellige steder hen; altså det er ikke sådan, at de tager det samme sted hen hver gang.

**Nu sagde du også, at det betyder meget at opleve det lokale betyder det meget – samspillet med lokalbefolkningen? (00.19.16):** Meget, meget! Det er jo den måde, du kommer til at lære noget af alt det forskellige på, ikke? Altså, jeg er ikke så meget, eller jo jeg har da været på Gran Canaria mange gange og sådan noget, men jeg nyder det der med at lære de lokale at kende og snakke med dem og hænge ud med dem om aftenen på barene. Og spørge dem hvad skal vi opleve i aften, og mange gange så er de jo søde og flinke og siger: ”jamen du kan følge med os”, og så kommer man lige pludseligt rundt med dem de lokale steder. Specielt var det spændende der rundt på de Vestindiske øer, for det var jo hvor folk stod og spillede på olietønder og alt; sådan rigtig Caribbean stemning; fester på stranden og alt muligt forskelligt. Det var super, super fedt. Og det var sådan nogle ting, man aldrig ville have oplevet, hvis man ikke havde mødtes med lokalbefolkningen. Der er jo så også mange ting, og det er en af de ting, som jeg synes, København bliver bedre og bedre til er jo den der citymap med homosteder, og hvor der er en beskrivelse af, hvad man ligesom kan opleve, når man kommer hertil som turist. Både af hvad man måske kan opleve af homosteder, men også hvad der er af seværdigheder, for man har jo samme behov for at opleve seværdigheder, så er det bare et spørgsmål om, hvor går du hen og drikker din cafe latte.

**Når du er på ferie, opsøger du så sådan nogle ”homo-steder”?** Nej, det gør jeg faktisk ikke. Men det er da klart, hvis der er sådan, at man kan indhente noget information, jamen så er det meget naturligt, at man går sådan nogle steder hen, men det er ikke noget, jeg lægger et stort stykke arbejde i. Jeg hygger mig ligeså godt de andre steder.

**Så det er ikke noget, der betyder så meget for dig, at der er det der homo-miljø?** (00.21.17): Jo, altså tager man til Berlin, jamen så ved man, at det er et sted, der er rigtig meget homo-liv: Barcelona, Madrid, Toronto. Så ved man, at der er et stort homo-liv. Men der er også mange steder, hvor der ikke er, eksempelvis Dubai, jamen der er det jo totalt bandlyst i forhold til

deres religion, men der er en homo-verden dér også – selvfølgelig er der det. Den er bare meget, meget lukket. Det [homoseksualitet] er dybt strafbart; altså det er ikke ret lang tid siden, hvor der var en, han fik ti års fængsel, fordi to fyre havde kysset hinanden på gaden og var blevet taget i det. Og turisterne må heller ikke.

**Det er egentligt utroligt, når de gerne vil være så Vesterniserede...** Jo, jo. Men problematikken passer ikke ind i deres religion. Men der er kun 15 % lokale i Dubai – 85 % er tilflyttere udefra. (snakker videre om Dubai og hvordan samfundet er der).

**Men det er så ikke noget der vil fraholde dig fra at rejse til sådan et land?** Nej, overhovedet ikke.

**Heller ikke hvis du var i et forhold med din partner?** Nej, overhovedet ikke. Altså, det tror jeg, der er meget normalt; man indlever sig efter hvordan forholdene er. Og altså, jo det sker da nogle gange, at man ser to fyre eller piger kysse offentligt eller holde i hånd, men det er ikke ret meget, når man tænker på hvor mange homoer der er, så er det jo rigtig, rigtig mange der ikke aner, at folk de er til det ene eller til det andet. Altså, der er selvfølgelig mange med de løse håndled, men der er jo også rigtig mange, der er ”almindelige”, hvor du slet ikke kan se det. Og der er jo også mange der er biseksuelle.

### *Springer op til seksuel præference her*

**Kender du nogle som rejser for at være åben omkring deres seksualitet?** Jeg tror, der er rigtig mange, der opfører sig anderledes, når de er på udebane, i forhold til når de er på hjemmebane, og der tror jeg nok igen, at det er mere Ibiza, Gran Canaria – altså det der party-uartig-ferier. Hvor jeg tror, altså dem der planlægger at de skal til Rom for at se en masse, der tror jeg ikke, man opfører sig så forfærdelig meget anderledes dér. Der er områder, hvor det er meget homo-agtigt og så er der andre områder, hvor det stadigvæk er meget pænt og ordentligt, hvor de er måske for at opleve byen og sådan.

### **Amsterdam er det sådan lidt gået af mode igen?**

**Ekspert:** Nej, altså de har stadig en masse, men vi er på samme omdrejninger. Jeg ved ikke, om de har mere natteliv til hverdag, end vi har. De var ligesom først med at lukke homo-steder op.



**Interviewperson # 5:** Jeg tror også, det er fordi Berlin er meget nemt at komme til fra Danmark, og det er noget nyt og spændende, og så er Berlin nok også kendt for det der mere rå natteliv, sexliv fordi tyskere måske er på en lidt anderledes måde. Hvor Amsterdam det er sådan lidt sværere at komme til fra Danmark – det er lige den tur længere. (snakker lidt videre om Berlin).

**Har I nogensinde taget på ferie for decideret at komme ned til ”homo-kulturen”?**

**Interviewperson # 5:** Jeg har aldrig gjort det.

**Ekspert:** Jeg har. Barcelona er én ting, der er ”de” jo samlet.

**Interviewperson # 5:** Jeg vil heller ikke afvise, at jeg kunne finde på at gøre det, men det kommer meget an på, hvem jeg skulle rejse med også.

**Ville du foretrække at rejse med et mainstream rejsebureau eller ville du hellere vælge et homo-friendly rejsebureau, som f.eks. Pink Viking?** (00.38.00) Jeg tror, jeg nok selv ville arrangere det, eller i hvert fald undersøge nogle muligheder, før jeg besluttede, om det skulle være det ene eller det andet.

**Hvad skulle grunden være til, at du ville vælge Pink Viking for eksempel?** Ja, men det kunne sagtens være fordi jamen så er det fedt, fordi så er man en hel flok på rejse sammen, men jeg ville stadigvæk have, at der skulle være nogle, som jeg ved, jeg går godt i spænd med. Men det kunne da være sjovt at være en stor gruppe af sted sammen og også tilhøre et fælles arrangement.

**Men du ville ikke melde dig til et sådant arrangement helt individuelt?** Jeg vil ikke sige, jeg ikke kunne finde på det, men det var ikke dét, der var allerførst for mig. Altså, jeg rejser meget, meget tit alene og nyder at rejse alene, og derfor der tror jeg også, at hvis jeg skulle rejse alene, så skulle jeg, altså jeg ved godt, at der foregår alle de der ting, men jeg ved ikke, om jeg synes, det kunne være fedt at rejse med en hel masse mennesker, jeg ikke kender i forvejen. Men altså hvis jeg vidste, at der var andre, der skulle af sted som jeg kendte, ikke nødvendigvis nogen jeg kender godt, men nogen jeg ved, at dem kunne jeg da altid tale med. Altså, man lærer jo også hurtigt nogle andre at kende, det er slet ikke det, men jeg vil ikke sådan lige sige, at det var noget jeg ville sådan sige, ja det er bare okay. Men sådan er vi jo alle sammen så forskellige. Men jeg synes, det er fint, at der er nogle, der arrangerer de der forskellige ting, også fordi der er jo rigtig, rigtig mange, som egentligt meget gerne vil være med i noget fælles og lære nogle andre mennesker at kende, hvor de ikke rigtig tør at gå ud alene ellers, hvor man så bruger sådan en mulighed.

**Interviewperson # 5** fortæller om et arrangement, han var med til at arrangere med et singlebord.

**Ekspert** snakker om speed dating, som fører over i, at de vender tilbage til forskellen på bøsser og lesbiske og at det er lettere at være sammen med nogen af samme køn.

**Interviewperson # 5** fortæller om, at der er en person, som er ved at arrangere en tur til Berlin, hvor man kører til Berlin, fester natten lang og kører hjem tidligt næste morgen. De konkluderer, at de nok begge to skulle være yngre for at ville med på sådan en tur.

**(00.45.38):** Homo-verdenen er nok mere kritisk fordi de har det ekstra overskud i hverdagen. De vil have kvalitet for pengene. Det betyder ikke nødvendigvis, hvad tingene koster, men det skal bare være i orden i forhold til, hvad det er man betaler, eller hvad det er man melder sig til.

#### **Tænker du på hotellerne, stjerner?**

**Interviewperson # 5:** Hotellet, maden, generelt der skal være styr på tingene.

**Ekspert:** Ja, eller måske skal det ikke vær luksus inden for hotel og rejse, men det skal bare være, hvis de har et bestemt emne, så skal dét være i orden. Så kan de måske godt bo 1-stjernet, men hvis de skal til et arrangement, så skal dét arrangement være i orden.

**Interviewperson # 5:** Hvis man er ude at spise, så skal den blomst der står på bordet også være frisk. Det er de små detaljer, som gør, at oplevelsen bliver det større, hvor mange andre, måske ikke går så meget op i det. Det tror jeg betyder rigtig meget.

#### **Planlægger og researcher I meget, inden I tager af sted?**

**Interviewperson # 5:** Ja, altså jeg har sat mig ind i stedet, og hvad jeg gerne vil opleve rundt omkring, men lige hvilket tempo jeg oplever tingene i, det kommer sig så ikke så nøje. Det kan også være, der er fire forskellige ting, jeg gerne vil opleve, noget er måske lidt vildt, og noget er lidt afslapning. Så passer man det ind i, hvad stemning man ligesom er i. Trænger man til lidt afslapning og puste ud i et par dage, jamen så tager man noget af det, hvor man kan bikse lidt rundt på rækkefølgen. Jeg har som regel lige været inde på nettet og undersøge nogle ting, og læst ”Turen går til ...” og ligesom lige fundet ud af, hvad jeg kunne tænke mig her. Jeg kan leve på en sten, hvis det skulle være. Jeg kan da godt lide at have det godt, men det betyder ikke noget for mig, altså har jeg en seng at sove i, jamen så er det fint. Jeg kan huske på et tidspunkt, hvor vi var i San Diego og lige pludselig besluttede vi... Vi skulle tilbage til LA den aften, men så besluttede vi, dengang vi var på vej tilbage til bilen, og der var et hotel; vi var allerede bakked ud af

parkeringspladsen, men så bakkede vi tilbage igen og blev enige om at prøve, om vi ikke lige kunne komme til at bo der, og så blive og hygge der om aftenen, og så gjorde vi det. Og det var virkelig et totalt fattigt hotel med en stor kraftig neger bag et gitter, og værelserne var absolut ikke noget som helst, men det var pænt, og det var rent. Det kostede heller ikke ret meget, men der var en seng at sove i, og det var pænt, og det var rent. Men det var på ingen måde nogen luksus. Men så fik man lige pludselig en fantastisk aften og det ud af det. Bare det er pænt og rent, så er det ikke afgørende, at det skal være ren luksus.

**Ekspert** fortæller om en oplevelse hun havde, hvor der var rent, da hun var ude at sejle.

**Interviewperson # 5** fortæller bagefter om besværligheden ved at komme til og fra Long Island, hvilket resulterede i at de flyttede til et hotel på Manhattan, hvilket viste sig at være Moon bevægelsens.

Anita fortæller om sin oplevelse med Moon-hotellet. Fører over i en snak om New York er en forholdsvis sikker by at færdes i.

Jeg kan bedst lide, hvis man bor længere tid et sted, at bo i de der hotellejligheder, hvor du selv har et køleskab, og lige så du kan koge et æg og lave en kop kaffe og sådan nogle ting. Men det bliver jo også mere normalt, at du har et køleskab og en kogekande på hoteller.

**Hvad får I ud af at tage på ferie? Er det ren afslapning, eller for at komme væk fra hverdagen derhjemme.**

**Ekspert:** For det meste ja. Nu skal jeg jo til Barcelona, hvor det er både ferie og arbejde. Og så ville jeg måske have valgt noget andet, hvis det ikke havde været arbejde. Jeg har ikke været i Barcelona, så jeg vil selvfølgelig gerne tage derned alligevel. Men det er at slappe af og hænge ud. Det er fire dage og fem nætter.

**Overvejer du at forlænge det nogle dage i den ene ende?**

**Ekspert:** Jo, måske. Jeg kunne tage derned før, for lige at være sikker på, hvad det er de andre kommer ned til. Ellers kunne jeg blive, og så tage ud til Sitges, som er et populært sted, som ligger lidt udenfor. Men sådan en event, når man nu tager til den, så kan det være lidt af hvert, hvor man både møder en masse mennesker, man får en ny kæreste måske eller bare nye bekendtskaber, som bliver nære, eller bare at man har lyst til at rejse frem og tilbage. Det kunne være en del af det, for der er meget mere i det her.

**Interviewperson # 5:** Jeg har da også lært en masse at kende. Mange af de homoer jeg kender, det er ligeså meget nogen, jeg har mødt her i København.

**Ekspert:** Og så møder man dem fandme igen, når man rejser.

**Interviewperson # 5:** Ja. Men så har man måske kontakt til en, og hvis man så skal dertil, så ringer man lige og siger, jeg kommer til byen i den og den periode. Så kommer man dertil og så viser de lige en rundt. Men det er nok ikke specielt for homo-verdenen, tror jeg. Altså, det sker da også i hetero-verdenen, men jeg tror, det er mere udpræget i homo-verdenen, fordi man har den der positive holdning og vil gerne gøre noget godt for andre mennesker. (Snakker lidt videre om dette) Du kan bo godt og billigt, og du kommer til at bo sammen med de lokale, og du får oplevet tingene på en helt, helt anden måde.

**Ekspert:** Og det er selvfølgelig dårligt for min forretning, fordi der er mange, der kender nogen derude.

**Interviewperson # 5** begynder at snakke om Dansk gæstfrihed vs. Amerikansk gæstfrihed. (01.03.38)

Vi snakker om, om homoseksuelle er bedre til at hold kontakten end heteroseksuelle.

**Hvor gamle er I? (01.04.58): Interviewperson # 5:** Jeg er 49, **ekspert:** Jeg er 50

**Det er mest for at se om der er aldersmæssig forskel på, hvad det er I rejser for.**

**Ekspert:** Det vil der jo naturligt være. Mere fest og farver.

**Interviewperson # 5:** Jeg tror stadigvæk, at den der Ibiza eller Gran Canaria tur, det er meget sådan de unge, men der er også mange ældre, der tager på de ferier?

**Ekspert:** Har du været på Gran Canaria på det der lækre gay place, der er dernede?

**Interviewperson # 5:** Altså, jeg har været der og sådan noget, men jeg har ikke været der bare pga. det.

**Ekspert:** Jeg har fået noget information dernedefra, og det er godt nok lækkert. Der ville jeg gerne bo.

**Interviewperson # 5:** Dem der har den danske bar dernede, dem kender jeg. Det er et homo par, der er i midten af 50'erne, og det fungerer ufattelig godt for dem. Og der kommer rigtig mange også modne homoer der, så det er ikke nødvendigvis de unge.

**Er der nogle af jer, der har fået en partner, når I har været på ferie?**

**Interviewperson # 5:** Nej, ikke mig.

**Ekspert:** Ikke en jeg har taget med hjem, vil jeg sige. Men sådan noget langdistance i noget tid, men det er jo umuligt at holde ved lige.

**Interviewperson # 5:** Det er utroligt svært, hvis man har sin normale verden to forskellige steder, at få det til at fungere. Så derfor er det nok bare, noget som man betragter som en ferie flirt. Det kan da godt være, man ses igen.

**Så du har altså oplevet en ferie flirt?**

**Interviewperson # 5:** Ja, ja.

**Ekspert:** Jeg tror, der er mange, der har mødt hinanden til sådan nogle arrangementer, og de er stadigvæk sammen i dag eller har været sammen i flere år.

**Kender I nogle, eller gør det måske selv, der tager på ferie for at få den her ferie flirt eller finde en kæreste?**

**Ekspert:** Nu som single, kan jeg da være åben for hvad der sker, men det er ikke sådan formålet.

**Men det er det jo også i hetero-verdenen, når man tager til Lloret de Mar eller Ibiza som ung.**

**Interviewperson # 5:** Ja, hvor mange kan man nå at score på en aften.

**Ekspert:** Så kan det godt være, at drengene når at score flere.

**Jeg har læst et sted, at nogle tager på ferie med formålet at finde en, fordi de har svært ved at finde en derhjemme, men det har så nok igen noget at gøre med om man er åben eller ej.**

**Interviewperson # 5:** Ja, det tror jeg også. Hvor åben man er, hvor mange måske tør lidt mere, når man er ude. (Snakker om hvis man finder en, at det er svært at få en med til Danmark)

**Ibiza er det meget internationalt dernede, eller er det lidt en dansker koloni?**

**Interviewperson # 5:** Meget internationalt. Det er meget alle. Der er mange Skandinaviere og mange Englændere. Frankrigs sydkyst er meget Tyskere og Hollændere.



## Appendix 9: Transcription of Expert Interview

### Ekspertens baggrund:

Min baggrund for at være i Pink Viking er, at jeg laver events. Det har jeg gjort i 30 år, men i homoseksuelle sammenhænge. De sidste 10 år har det været meget omkring Priden og København, og nu er det så det der hedder Copenhagen Gay and Lesbian Chamber of Commerce (CGLCC), som er Gayguiden til København. Den har vi lavet i fem-seks år nu – den bliver stadig udviklet og bliver lavet i samarbejde med VisitDenmark nu, da VisitDenmark har prøvet at lave noget homo-relateret materiale fordi de godt ved, at der kommer mange af dem til København – men deres materiale er intet værd, da de ikke har fat i, hvad der foregår. Og derfor spurgte vi, hvorfor de ikke fik os til at lave det – og det gør vi så nu. Det synes jeg, er rigtig godt, da vi får noget mere 'main-stuff' om hele Øresundsregionen – de skal selvfølgelig også se den lille Havfrue – men også alt 'gay-stuff'et', som vi ved en masse om.

Det vil sige, at det er et samarbejde mellem CGLCC og VisitCopenhagen. CGLCC har 50 medlemmer fra organisationer og business fra hele København og omegn. Vi dækker alle dem, der skal have besøg og alle de turister der skal komme hertil. Så det handler meget om markedsføring hele tiden – hvordan markedsfører man København udadtil? Og vi har så markedsført gay-København udadtil og så har vi fodret VisitDenmarks kontorer i udlandet og turistmesser og andet med vores kort. Nu har vi indgået et samarbejde hvor de indtil videre køber 10.000 af kortene og selv sender dem ud – de tager dem med i deres distribution... hvorfor gøre arbejdet flere gange, når de allerede er derude? De har jo kontorer mange steder og de ved godt, at vi tiltrækker mange. Og det er ikke noget, de ikke vil have noget med at gøre mere – det er længe siden. De ved godt, at det er et attraktivt marked og kan se, at når vi har Pride f.eks., hvor der er 50.000 mennesker i København, så bliver der brugt penge hver gang.

**(03.52):** Så vores arbejde fra nu af er, at tiltrække endnu flere udefra til de her arrangementer, hvor det mere har været os selv, der har holdt noget og haft København med. Og så kan det også være, at der kommer nogen fra Aalborg og Århus fordi der var Priden... 'nej, nu skal vi til København og se det der, det er fedt'. Men nu vil vi gerne have dem fra London, New York, Sydney, whatever, til at komme til København lige der, for der er noget at se på. Plus at vi har Outgames næste år, som er den store. Stadigvæk Pride og Filmfestival i oktober. Vi har faktisk sport næsten hver anden måned – større eller mindre – men der kommer nogle folk til Danmark på den måde. Som regel er vi så involveret på kryds og på tværs.

**(04.53):** CGLCC, som jeg er i bestyrelsen af, er medlem af International GLCC, som har hovedsæde i Montreal hvor der skal være konference til april. International GLCC spurgte i en mail, hvor mange medlemmer vi er og om vi har business to business – og det har vi stort set fordi Oscar-bar f.eks. spørger, om vi vil sponsorere et eller andet når der er fodbold... og jo, for så kommer vi jo ned og bruger nogle penge derefter. Så jeg synes, det hele tiden kører sådan business to business. Mest for organisationerne men måske også for barerne imellem til andre arrangementer.

**(05.47):** Man kan også sige til medlemmer af Pink Viking, om de vil være med til at lave et eller andet. Og det har vi så gjort med Barcelona sammen med Pan Idræt og World Outgames, som er sportsorganisationerne. Men der er det oplagt at sige, at vi kan transportere dem derned og så på den måde få flere af organisationerne til at bruge os, når de skal rejse eller når de skal lave et event – så man giver lidt business to business.

#### **Præsentation af rejsebureauet (Baggrunden for rejsebureauet?)**

**(06.30):** Pink Viking blev lavet i 2006, så det er rimeligt nyt. Men det rejsebureau der ligger i forvejen, der hedder View Point Specialrejser, har han (ejereren, red.) haft i i hvert fald 10-15 år. Og før det arbejdede han selv i rejsebureauer og har boet forskellige steder i verden – f.eks. i Japan. Han og en anden havde nogle ideer, som ikke kunne lade sig gøre i deres gamle jobs og derfor besluttede de sig så for at starte deres eget. De havde begge mange forbindelser til Japan og kunne derfor se muligheder i at lave noget erhvervsinteresseret både den ene og den anden vej.

Og en dag snakkede han så med en guide der er bøsse, og spurgte om ikke de skulle lave homorejser sammen – som de kalder det.

#### **Hvor mange medarbejdere har I?**

**(07.57):** I Pink Viking er der kun chefen og mig. Men fordi vi sidder sammen med View Point Specialrejser og Travel Art, så hvis jeg skal bruge et hotel i Aalborg, så sender jeg den over til hende, der sidder og booker hoteller. Vi er en del af hinandens specialer og derfor kan vi 'mikse' hinanden. Der er ingen grund til, at jeg f.eks. arrangerer operarejser, når Travel Art er specialiseret inden for det.



Alt i alt er vi 20 ansatte. Der er kun mig, der er homoseksuel, men de andre er nært tilknyttet nogle. Så det er helt åbent, at jeg er homoseksuel og i dag kender de fleste, en der er homoseksuel...

**(10.28):** Pink Viking har eksisteret i ca. to år – har tendensen i efterspørgselen af homoseksuelle rejser været stigende? Ja, først skulle det etableres og folk skulle finde ud af, hvad det var. 'Tage ud til rejsekonferencer – der findes også rejsekonferencer kun henvendt til homoseksuelle i International Lesbian Gay Travel Association, IGLTA – der var de ude i starten for at gøre opmærksom på dem selv og skabe nogle kontakter og spørge dem, om ikke de skulle have nogle gæster til Danmark – så det var mest incoming i starten. Siden er det så bygget op – markedsføring, markedsføring, markedsføring – og fået det spredt og få lavet nogle pakker, ind eller ud, og få lavet noget på websitet, nogle kalendere, osv. Og så har der siddet nogle før mig, som har prøvet at fodre de der med stof for at få dem til at sende folk til Danmark... men der har ikke været ret mange henvendelser – det er svært at få hul igennem – det tager rigtig lang tid.

**(11.57):** Jeg har punktet dem siden sidste år, og også markedsført i vores medier – vi har fire magasiner tilbage – og i andre medier, som er relateret til at vi selvfølgelig læser Politiken eller et eller andet lokalblad, men hvad er mest relevant at ramme folk i? Og på websites – indenlands og udenlands. Nu kan jeg mærke, at der er mere hul igennem, hvilket er en blanding af, at vi har eksisteret i et par år og at vi har lavet en masse markedsføring... og så at der er Outgames, der gør, at de hører om København og derfor går ind og tjekker og så pludselig finder frem til os eller CGLCC.

**(12.55):** Og sidste havde vi to cruiseskibe i København fyldt med bøsser. Kvinder har andre cruiseture. Der var først 400 bøsser om bord på det ene skib, som vi (Pink Viking og CGLCC, red.) havde lavet en velkomst til og givet dem nogle velkomstbags og så havde vi lavet pub-crawls, hvilket de var meget glade for. Det følte sig taget godt imod, men de er her så kort tid. Det er sjældent Pink Viking laver noget alene, da de er afhængige af hinanden – noget af det kan vi godt køre selv.

**(14.04):** Det andet skib – der var ca. 1500-2000 personer. Men de skulle så afsejle fra København og kom tre dage inden. Der er et andet firma, der tager sig af dem, når de er her. Vi nåede lige at høre, at de kom, så de fik også den der velkomstbags, hvilket de var meget glade for bortset fra,

at der var noget porno i – et postkort fra de butikker der sælger sexlegetøj med nogle nøgne mænd. Det er de meget generte over, men de var alle taget ned for at købe sexlegetøjet. Det var hovedsageligt folk fra USA, men også fra England, Sydamerika og Mellemamerika.

Skibene er alle Bahamas skibe, men det var en californisk firma, der arrangerer turene og som så lejer skibene.

**(15.42):** De var rigtig mange i byen, men vi nåede ikke rigtig at arrangere noget for dem udover sailor-nights og så kunne de ellers futte rundt og se på det hele. Men i år har jeg ringet til firmaet, der 'handler' dem for at få noget mere indflydelse på hvad der sker, så de får en gay-oplevelse, da det mest er heteroseksuelle, der arbejder for firmaet, som ikke tænker det homoseksuelle ind... Og vi vil gerne give dem en god oplevelse, så vi er med fra starten denne gang. Måske kan Pink Viking nå at fange nogle kunder i farten og fra CGLCC side for at give et godt indtryk af København.

**(17.44):** I arrangere altså mest rejser for turister der kommer til Danmark og ikke så meget for danskere ud af landet? Ideen var incoming i starten, men vi vil også gerne sende nogle ud. Og det gør vi så f.eks. med Barcelona.

**(18.10):** Sælger i 'sol og strand-' og storbyrejser? Der er henvendelser. Nogle henvender sig for at høre, om vi kan gøre det billigere. Men hvis jeg skal bruge flere oplysninger kan det ofte være lige meget.

**(18.49):** Er det dit indtryk at danske bøsser og lesbiske gør ligesom alle andre danskere – vælger det der er billigst f.eks.? Nogle gør, men der er også nogen som har en meget speciel ide om, hvad de vil. Nogle siger f.eks., at nu vil jeg til Thailand og så tager jeg det der er og finder det jeg skal finde. Men andre siger f.eks. også, at nu skal jeg til New York i den uge og jeg vil gerne se det og det og det. Og da jeg ved, at jeg kun er der i en uge, kan det måske være en god ide at planlægge det. Og så er der mange, der tager på businessrejser. **Hvorfor vælger de jer frem for et andet dansk rejsebureau?** Fordi de har hørt om os og gerne vil være bare en lille smule solidariske og for at høre, hvad vi kan. De fleste har hørt om Stig Elling, som er lidt bøsse, og Star Tour og derfor er det jo lidt det samme... og han kan gøre det billigere fordi han er så stor, men vi kan til gengæld arrangere noget mere specielt. Du kan f.eks. tage til Paris, men du kan også tage til Paris og tage ud til en anden by – og få noget mad, vin eller wellness, eller vandre

rundt i nogle bjerge – det er der nogen, der gerne vil, især når de kommer lidt op i alderen og så kan vi komme på banen.

**(20.54): Er de specielle ting I arrangerer, er de specielt rettet mod homoseksuelle?** Det er homoseksuelle, der arrangerer de ting, jeg finder – f.eks. en restaurant der er ejet af homoseksuelle. Så ved de, hvem der kommer og hvordan de skal behandle gæsterne.

**(21.19):** Hvis jeg bare hopper på en charterrejse, så bliver jeg betragtet som heteroseksuel ligesom som alle andre. Og hvis jeg så spørger guiden, som måske tilfældigvis er bøsse – det er der mange af dem, der er – om han/hun ved, hvor der er sådan noget, så kan de sige, 'det kender jeg ikke noget til'. Men som regel er der bøsser alle adre imellem, 'nå men det ved jeg da godt', siger de så – 'vi kan følges senere'. Men i de fleste tilfælde vil jeg ikke kunne få de oplysninger, hvor man tænker jamen de oplysninger kunne man da også godt få med. Ellers vælger vi måske, at tage turene selv.

**(21.56):** Og så er der spots – så I det der med Stig Elling, som jeg sendte til jer, hvori han nævner nogle spots? Mykonos stadig, Sydney, Rom, Phuket, Cape Town. Men det er meget bøssesteder. F.eks. Mykonos i Grækenland er et bøssested, hvor de lesbiske tager til Lesbos. Selvom det er to meget forskellige steder. På Mykonos er der mange luksushoteller og man kan ligge på stranden og sove, hvorimod man på Lesbos bare finder et værelse – der er et hotel, men ikke den store luksus, bare et sådan 1-2 stjernet arrangement, som man selv finder ned til og så ligger man på stranden og mødes på cafeer og barer – det er meget mere primitivt. Der er hovedsagligt en lille by, men også nogle der er flyttet ud til andre byer – mange tyskere og hollændere og også et par danskere, som har slået sig ned og åbnet en restaurant eller pensionat. Men det hører man ikke – Stig Elling nævner kun bøsseture, men det er selvfølgelig også hans reference. Men det betyder så bare, at han heller ikke ved, hvor han skal sende pigerne hen.

**(23.44):** Drengene har været synlige i længere tid end vi (lesbiske, red.) har været og på en anden måde. Historisk har der været mænd og mænd sammen, krige og sport osv., i lang tid. Kvinderne har altid bare været gemt væk – lav noget mad og fød nogle børn – og da kvinderne begyndte at komme frem i sidste årtusinde, begyndte lesbiske også at komme lidt på banen selvom de også har været der i længere tid – sådan ser jeg det.

**(24.33):** Bøsser har højere indkomst fordi de er mænd og har højere stillinger, ingen børn og ingen forhindringer osv. Så derfor er de mere profitable. De har altid været derude og rejser mere, bruger flere penge og har været mere på... og det gør de stadigvæk. De prioriterer også anderledes end kvinderne. Naturligt er kvinderne samlerne hvorimod mændene er sprederne. Kvinderne skal lige tænke over, om de skal tage til New York, hvor mændene allerede er taget af sted – der er ikke så meget at tænke over... om de har råd til det, finder de ud af, når de kommer hjem. Kvinderne er alt for fornuftige nogle gange. Men hvis man har pengene til at slå ud med armene, så er det selvfølgelig meget nemmere. Men der sker det samme for lesbiske som for kvinder i særdeleshed.

**(25.57): Er det noget, I kan se på jeres målgruppe – at det primært er bøsser i har?** Ja, helt sikkert! Selvom jeg er kommet ind som lesbisk og kvinde og derfor kan henvende mig mere til det kvindelige publikum. Selvom de stadig er mere forsigtige, så kan de se, at jeg når jeg er i det, så kan de vel også. Så på den måde, kan jeg ramme lidt mere.

**(26.20):** Der var et arrangement i Århus, der hed ?? (homudvendt), hvor hele Ridehuset var fyldt med boder med mad og drikke. Der havde vi fra Outgames, Pan Idræt, CGLCC og Pink Viking en bod. Og så skulle alle de andre også vise, hvad de duede til – det var rigtig spændende! Blandt andet var Tribaderne der. Tribaderne er en organisation i Jylland, der laver en fest hvert år i oktober, hvor de samler lesbiske fra hele Jylland hvor de tager til Århus og spiser, drikker og holder fest og så kører de hjem igen, fordi de måske ikke er i byen så tit.

**(27.14): Får I nogensinde henvendelser fra jyder, der gerne vil bestille rejser?** Ja, pga. det der arrangement en der ringede til mig, ikke så meget pga. en homotur, men fordi hele familien skulle til Lissabon og nu ville hun så bruge mig. Så noget troværdighed kan jeg så aflevere derude. Hvad hun så bruger det til er lige meget – man behøver ikke nødvendigvis finde et gay-hotel...

**(27.53): Kan det tænkes, at nogen vælger jeres rejsebureau for at støtte den sag?** Det kan man godt! At de ligesom siger, at så kan vi ligeså godt bruge jer og efterhånden som vi har vist, at vi kan arrangere god ture, så... den her (mundten, red.) er jo bedst.

**(28.20):** I september ringede et udenlandsk filmselskab, som gerne ville lave et reklamespot for København f.eks. – om hvordan det er at være homoseksuel i København – til Pink Viking. Reklamespottet skulle vises på TV stationer og turistmesser og de ville høre, om vi ville være med

og det ville vi gerne. Jeg producerede så hele turen, lejede en bil og kørte dem rundt i fire dage. De fik turen, opholdet, mad og drikke – de fik ikke brugt ret mange penge. Og så filmede de og havde en host med, som spurgte til forskellige steder i byen. Spottet har vi lige fået på DVD. Man kan købe det på Bump-TV eller Podcast'en og så kan man hente det ned på sin telefon, som man så kan tage frem, hvis man skal til byen og se hvad de anbefaler – den er faktisk rigtig god!

**(32.06): Det lyder til, at I er rigtig meget med til at brande København?** Fuldstændig – det er også derfor VisitDenmark kan se, at vi arbejder hårdt for det! Det er også derfor, de gerne vil være med nu – nu har vi gjort deres arbejde. Fint, men så skal de også betale for det! Vi har dem (gayguiden, red.) stående henne i turistinformationen, hvor de går som varmt brød.

**(33.05):** Der er kommet henvendelser fra USA, som vil sælge ture på en uge til Skandinavien, hvor de skal have både København, Oslo og Stockholm. Det vil de rigtig gerne for så har de set alt. Hvor vi er mere sådan, at vi rejser til ét sted og udforsker det.

**(33.57): Hvad er baggrunden for valget af jeres destinationer? Kunne I finde på at arrangere rejser til destinationer, der er kendt for ikke at være gay-friendly?** Jamen det har vi faktisk gjort nu i og med vi har valgt Tokyo, Japan. Min chef har fundet frem til nogle bøsser derovre og vil prøve at etablere noget... man kan ikke bare tage til Tokyo og så spørge dig frem for at finde ned til et gay area. Det er der, men det er meget stort og der er ikke nogle skilte på engelsk og de taler helst heller ikke engelsk med dig, så man kan godt være lidt lost.

De har en Pride i Tokyo, så vi vil prøve at sende folk dertil på det tidspunkt, hvor der foregår noget. Det er en ny destination, som vi vil prøve. Og så er min chef ved at åbne op for Rusland, Ukraine og Østeuropa – og vi ved at det i mange østlande er svært at være homoseksuel. Så vi vil prøve at lokke dem til Danmark – nogle af dem har jo penge... så er der bare visumreglerne. Så der vil være anderledes destinationer og ikke kun de sædvanlige. Måske i virkeligheden de andre, fordi alle jo kan tage til Barcelona og det er en stor destination. Nogle events vil være at foretrække fordi de ligger et andet sted.

**(36.28):** Sydney har 30 års præmiere i år, så der er fuld knald på i denne måned og så kommer paraden her i marts. Det er der mange, der tager ned til, men jeg kender kun et par stykker, der har gjort det – det ligger for langt væk og så skal man mindst blive der i tre uger til en måned.

**(37.06): Hvorfor tror du, at homoseksuelle tager på ferie?** Der er den almindelige: nu har jeg ferie tre uger til sommer, hvor skal jeg tage hen? Skal det være alene, sammen med nogen, men kæresten? Da jeg var sammen med min eks tog vi sammen med vores barn ned på et ferieresort – det var meget hyggeligt fordi vi havde et barn, men der var ikke for de voksne... der var ikke nogen, der snakkede med os – alle lå og passede sig selv og deres egne familier.

**(39.44):** Hvis man har børn, vælger man noget børnevenligt for børnenes skyld – Lesbos er f.eks. ikke særlig børnevenligt – så på den måde har de lesbiske også et andet problem.

**(40.19):** Da der var filmfestival for nogle år siden, blev der lavet en film om to danske lesbiske, som gerne ville have et barn. De snakker så med deres bøssevenner – den ene vil gerne, men den anden vil ikke – og begrundende det med, at så kunne de ikke tage til Ibiza mere. Men jo, det kan de jo godt, det bliver bare på en anden måde. Der er mange bøsser, der har den holdning, fordi det er det de går efter mange af dem – så kan jeg ikke være fri og gøre ligesom jeg vil.

**(41.30): En Britisk undersøgelse viser, at mange bøsser rejser for at finde deres egen identitet og være åben omkring den.** Ja, for derhjemme tuller de måske bare rundt og så tager de til Sietges eller Barcelona og bliver væk mellem alle de andre bøsser for de kender dem jo ikke. Men det er der også nogen, der er åben omkring deres seksualitet herhjemme, der gør. De tager derhen, hvor de ved, alle de andre er, for så er der fest. Bøsser er stadigvæk mænd og udadvendt og der skal ske noget... vi skal have noget her – selvom de måske har en partner, er det ikke alle, der er lige tro – det er meget forskelligt. De er ligeglade med at tage til fest om så det er onsdag, tirsdag eller lørdag, bare der er fest. Kvinder skal tænke på, at de har et barn at tage sig af dagen efter, om de har penge til det eller fordi de har fundet en kæreste og så skal jeg ikke ud. Mændene kan også gøre det, men når der så er gået en måned, så skal de ud! Kvinder med børn vil vælge noget børnevenligt, men der findes ikke så mange rejser for lesbiske og børn. Dog er der Olivia Rejser, der er amerikansk, som laver cruises for lesbiske. Et af dem var et familiecruise, hvor man kan komme som bøsse eller lesbisk med sine børn og så bliver der lavet noget for børnene – underholdning også for børn. Jeg ville gerne selv gøre det med min datter, men prisen var alt for høj – 20.000-25.000 kr. og så flybilletterne for to oveni.

**(45.00): Kunne I (Pink Viking, red.) finde på at arrangere sådan noget?** Jeg har overvejet at forhåndsbestille 10-20 pladser og så prøve at sælge dem til damerne. Det er med at få fat i dem,

der vil noget forskelligt. Og der har jeg prøvet at få fat på nogle bestemte grupperinger – nogle vil til sport, andre vil noget andet. Vi kan hjælpe dem med at finde det rigtige. Min chefs andet rejsebureau arrangerer cykelrejser på den Kinesiske Mur med dansk seniorcykelunion – den er meget populær. De er 20-30 der tager af sted og hvis de synes, det var sjovt, så er der nogle andre, der melder sig til den næste tur. Det vil jeg også gerne gøre – f.eks. for de lesbiske.

**(47.51): Hvis man ser bort fra par med børn, tager homoseksuelle så af sted for at socialisere sig med andre homoseksuelle?** Hvis du er single, så tager du enten ud, hvor der er mange af de andre eller man tager til et sted, hvor man bare har lyst til at være. Mange tager til større arrangementer eller events og er sammen med de andre der. Parrene kan godt finde på at tage af sted alene, hvor der er ingen, der ved, hvem de er – de skal på honeymoon. Og andre vælger at tage på en bar de kender fordi de har været alene sammen hele ugen. Der er også flere par, der rejser sammen og vælger et rejsemål – det er meget forskelligt!

**(49.14):** Men hvis jeg skal af sted – business eller pleasure – så vil jeg tjekke ud, om der er noget homoseksuelt miljø i den pågældende by, så jeg kan smutte og være mig selv igen.

**(49.46): Er det ikke mere i det homoseksuelle miljø, man opsøger byen alene?** Som heteroseksuel regner man med, at alle steder er åbne for en. Det er de selvfølgelig også for homoseksuelle, men jeg ved bare, hvor jeg gerne vil hen og derfor bliver jeg nødt til at opsøge det. På homoseksuelle steder, kan det godt føles som om, at nu er jeg hjemme.

**(51.44): Sælger I flest rejser til par eller singler?** Til Barcelona er det singler. Der har været forespørgsler fra seks drenge, som ville høre til vores pris, men de fandt noget andet – det var to par og to singler. Det er blandet, om de kommer i grupper eller om de kommer alene. Tit går man sammen, hvis man skal rejse og så kan man pludselig være ti i en gruppe.

**(54.55): Hvilke destinationer er mest foretrukne blandt jeres kunder?** For bøsserne så er det dem, Stig Elling nævner. Gran Canaria, Ibiza, Mykonos og af storbyer er det Berlin, Rom, Paris, London og Amsterdam – men København og Amsterdam kæmper lidt om pladsen. Engang skulle man til Amsterdam for at opleve det, men nu kan man også opleve det i København. Stockholm er også kommet meget godt med. Det vokser også i alle de andre byer. Men dem der er nævnt, er de steder hvor man ved, at her er fest hver aften. Især for bøsserne – hvis man tager

til nogle af de steder Stig nævner, så er der fest hver aften. Vi har prøvet at sælge København som en gay-destination – den er jo blevet nummer et, kåret af et magasin. Vi har ikke fest hver nat hele ugen igennem, hvilket kan være en ulempe. Men så har vi markedsført os på, at vi er meget tolerante og har masser af andet at byde på. Hvis du er partyabe kan du tage til Berlin i stedet for. Og så har vi mange events og når de finder sted, er der til gengæld fest. Så er det mere byens afslappethed, naturlighed, arkitektur, vand og parker, og at man kan få lov til at rende rundt og kysse på hinanden. Det vil jeg gerne prøve at sælge til udenlandske kvinder, fordi de sommetider leder efter sådanne steder. Den unge afdeling vælger måske at sige, 'jamen vi skal til fest', og så tager de derhen hvor der er fest. Og dem med børn vælger noget andet.

**(59.19):** Vi har ikke noget gayhotel eller guesthouses for ellers kan kvinderne sagtens bo der – men der må ikke bo børn. F.eks. Finns Pension i Skagen, der må der ikke bo børn. Måske er det forståeligt på en måde, men så skal det også meldes klart ud! Men han har sikkert glemt, at homoseksuelle nu kan få børn.

**(61.36): Hvilken aldersgruppe har jeres kunder?** Der er ikke de yngste. Men jeg prøver at blande mig alle mulige steder – f.eks. som at tage til arrangementer og vise mig der og evt. have en sponsorgave med. Der er så mange valg, når man går på nettet og søger en rejse. Men de unge har ikke så mange penge og de vælger noget, hvor der er unge – de vil til Ibiza eller Gran Canaria. De vælger storbyen eller stranden, hvor de ved der er fest. Eller også skulle det være fordi de spiller badminton og derfor tager til Lanzarote.

**(64.41): Er I synlige de steder, hvor de unge mødes – div. organisationer, barer, etc.?** Vi prøver at få noget igennem. Vi sender til dem og er med til arrangementer. De bruger ikke plakater på stederne.



## Appendix 10 – Age of Respondents Divided by Municipalities

Age group	Northern Jutland	Central-/West Jutland	Eastern Jutland	Southern Jutland	Funen <sup>1</sup>	Zealand	Total
15-20	5	2	7	2	5	8	29
21-25	3	1	2	1	5	16	28
26-30	4	1	5	1	2	26	38
31-35	7	1	2	0	1	31	42
36-40	0	1	4	3	1	23	32
41-45	5	2	1	1	1	28	38
46-50	4	0	0	3	1	9	17
51-55	0	1	1	0	1	7	10
56-60	4	0	0	1	0	7	11
61+	3	2	1	1	0	6	13
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>11</b>	<b>23</b>	<b>13</b>	<b>17</b>	<b>161</b>	<b>258<sup>2</sup></b>

---

<sup>1</sup> Including Lolland and Falster

<sup>2</sup> Two respondents do not live in Denmark – they live in Malmo and Brussels, respectively



## Appendix 11 - Age and Annual Income

Age group/ income	0 – 100,000	100,000 – 200,000	200,000 – 300,000	300,000 +	Total
15-20	26	3	0	0	29
21-25	8	11	4	4	27
26-30	4	8	17	10	39
31-35	2	2	11	27	42
36-40	0	2	5	26	33
41-45	0	5	11	22	38
46-50	0	0	3	14	17
51-55	0	1	5	4	10
56-60	0	2	3	7	12
60+	0	5	3	5	13
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>62</b>	<b>119</b>	<b>260</b>



## Appendix 12 – Number of Annual Holidays and Income

Number of annual holidays/income	0 – 100,000	100,000 – 200,000	200,000 – 300,000	300,000 +	Total
0-1	8	7	7	2	24
1-2	17	15	19	28	79
2-3	5	10	14	40	69
3-4	4	1	7	14	26
4-5	3	1	9	15	28
5 +	3	5	6	20	34
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>39</b>	<b>62</b>	<b>119</b>	<b>260</b>



### Appendix 13 – Age/What do you look for in a holiday?

What do you look for in a holiday? – Age	15-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	60+
Sun and Beach	21	14	21	31	19	25	13	6	8	6
City Breaks	26	25	38	42	30	36	15	8	8	10
Nature Experiences	16	13	21	20	16	21	8	5	7	9
Ski Holiday	7	8	8	7	6	4	0	1	1	0
Cultural Events – e.g. Theatre, Concerts, etc.	15	16	19	15	15	15	8	4	5	6
Large attractions – e.g. EuroDisney, the Leaning Tower of Pisa, etc.	16	8	11	14	9	5	4	1	1	3
Socialisation with the local population	9	6	13	9	8	5	3	4	3	4
Gay Events – e.g. Pride, Sydney Mardi Gras, etc.	8	5	14	16	9	11	7	5	3	3
Socialisation with other homosexuals	9	6	15	15	12	16	6	6	7	3
Sex	2	4	10	11	7	11	7	3	3	2
A Partner	3	0	2	0	3	2	1	1	0	1
Other	2	1	1	0	0	4	0	0	1	2
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>39</b>	<b>42</b>	<b>33</b>	<b>38</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>13</b>





### Appendix 14 – Civil status/What do you look for in a holiday?

Civil status – What do you look for in a holiday?	Single	Relationship/Registered partnership	Total
Sun and Beach	100	64	164
City Breaks	145	93	238
Nature Experiences	83	53	136
Ski Holiday	26	16	42
Cultural Events – e.g. Theatre, Concerts, etc.	67	51	118
Large Attractions – e.g. EuroDisney, the Leaning Tower of Pisa, etc.	42	30	72
Socialisation with the local population	34	30	64
Gay events – e.g. Pride, Sydney Mardi Gras, etc.	46	35	81
Socialisation with other homosexuals	62	33	95
Sex	42	18	60
A Partner	11	2	13
Other	3	8	11
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>103</b>	<b>260</b>



## Appendix 15: All Responses to the Questionnaire

<b>Køn?</b>	Respondenter	Procent
Mand	260	100,0%
Kvinde	0	0,0%
I alt	260	100,0%

<b>Alder?</b>	Respondenter	Procent
15-20	29	11,2%
21-25	27	10,4%
26-30	39	15,0%
31-35	42	16,2%
36-40	33	12,7%
41-45	38	14,6%
46-50	17	6,5%
51-55	10	3,8%
56-60	12	4,6%
60+	13	5,0%
I alt	260	100,0%

<b>Seneste uddannelse?</b>	Respondenter	Procent
Folkeskole	17	6,5%
Gymnasiel el. Erhvervsuddannelse	63	24,2%
Kort videregående uddannelse (1-3 år)	47	18,1%
Mellemlang videregående (3-4½år)	52	20,0%
Lang videregående uddannelse (4 år +)	81	31,2%
I alt	260	100,0%

<b>Indkomst?</b>	Respondenter	Procent
Under 100.000 kr.	40	15,4%
100.000 - 200.000 kr.	39	15,0%
200.000 - 300.000 kr.	62	23,8%
Over 300.000 kr.	119	45,8%
I alt	260	100,0%

<b>I hvilken kommune har du fast bopæl?</b>	Respondenter
Assens	2
Bruxelles	1
Brønderslev	2
Frederiksberg	17
Frederikshavn	6
Gentofte	3
Gladsaxe	1
Greve	1
Gribskov	1
Guldborgsund	2
Haderslev	1
Helsingør	1
Herlev	2
Herning	2

Hjørring	4
Holstebro	3
Hvidovre	1
Høje Taastrup	1
Ikast-brande	1
Ishøj	1
Kolding	2
København	108
Lemvig	2
Lyngby-Taarbæk	2
Malmø	1
Mariagerfjord	1
Middelfart	2
Morsø	1
Norddjurs	1
Nyborg	2
Næstved	4
Odder	1
Odense	6
Odsherred	2
Randers	4
Rebild	2
Ringsted	1
Ringkøbing-Skjern	1
Roskilde	1
Rudersdal	3
Skanderborg	1
Slagelse	1
Solrød	2
Svendborg	2
Syddjurs	2
Sønderborg	3
Tønder	1
Tårnby	3
Taastrup	3
Vanløse	1
Varde	1
Vejle	4
Vesthimmerland	1
Viborg	2
Aabenraa	1
Aalborg	18
Århus	14
<b>I alt</b>	<b>260</b>

<b>Seksuel præference?</b>	Respondenter	Procent
Bøsse	242	93,1%
Lesbisk	0	0,0%
Biseksuel	18	6,9%

I alt	260	100,0%
<b>Er du åben omkring din seksualitet?</b>	Respondenter	Procent
Ja	209	80,4%
Nej	10	3,8%
Delvist	41	15,8%
I alt	260	100,0%

### Hvis delvist - uddyb venligst

Hvis folk spørger så får de det at vide, ellers ikke.
ikke åben ar arbejdsmæssig årsager - fleste venner ved besked - altid været sgl. og aldrig haft pige-kærester ( wonder why )
VENNER OG FAMILIE.
et par af vennerne ved det og min lillesøster
for de fleste venner
Jeg præsenterer mig aldrig som værende bøsse. Det er noget jeg fortæller hvis emnet kommer op. Jeg har ikke et behov for at skilte med det.
Min fars side forstår ikk "konceptet" homoseksualitet. ifølge dem ka ma kun leve på en måde. gider ikk deres drama så snakker aldrig om forhold eller hvis jeg har været sammen med nogen hvis jeg er i deres selskab
Folk får det at vide, når det falder naturligt at fortælle det. Det er kun en del af mig. Ikke det afgørende.
Nogle ved det og andre ikke. Jeg går ikke og skjuler mig og hvis folk spørger svarer jeg da ærligt.
Dem der spørger, får et ærlig svar
Åben overfor venner, familie, naboer og nære kollegaer. Men ikke overfor klienter, kunder og samarbejdspartnere i det offentlige rum.
venner og familie
går ikke og fortæller hvad jeg er til
Er ikke noget jeg har travlt med at sige, det må komme naturligt. Svarer dog ærligt, når jeg bliver spurgt.
Da jeg ikke føler at min seksuelle orientering ændrer mig som person, finder jeg det absolut uinteressant for andre mennesker at vide om jeg er det ene eller det andet. I debatter og samtaler engående mindretallets rettigheder er jeg ret tydelig i mine udtalelser, og fremstår en person der støtter ægestilling.
Har fortalt mor og søster om præferencer - derudover folk jeg møder i miljøet...
snakker ik meget om det - men er åben hvis emnet kommer på bane....
Enkelte i min familie er ikke bekendt med min seksualitet endnu. Det har ikke været vigtigt...
Mine venner ved det. Og min familie ved det delvist.
åben overfor familie og venner På arbejde delvist åben overfor visse kollegaer
Jeg er åben omkring det, hvis jeg bliver spurgt, eller det falder naturligt at fortælle, men jeg er ikke typen, som vil fortælle alle og enhver alting i mit liv eller mine personlige forhold - jeg værner om mit privatliv!
Hvorfor vil den godtage mine 50 år?
For venner, ikke familie.
jeg er sprunget ud for venner og familie, men ikke på arbejdet og jeg vinker generelt ikke med det regnbuefarvede flag.
Jeg åbner mig kun til dem jeg kender.
Ikke åben over for alle, kun dem jeg mener det er relevant for har fået det at vide.
Folk der spørger får ærligt svar dvs. at især familiemedlemmer, som ikke har spurgt, endnu ikke ved det. Der er ingen grund til at skille sig mere ud end nødvendigt
Jeg er åben homoseksuel overfor venner og familie. Jeg har endnu aldrig fortalt om min seksualitet på nogle af mine arbejdspladser. Dette skyldes forskellige forhold, til dels synes jeg ikke at det burde betyde noget for mine kolleger og chefer hvem jeg dater og/el dyrker sex med. Til dels har jeg

arbejdet som lærer for specialelever i en periode, og det ville umiddelbart bare være for svært at skulle forklare min seksualitet overfor eleverne. Synes ofte der mangler en lejlighed eller grund til at "springe ud" på jobbet...
Heteroseksuelle går vel ej heller og udbasunerer deres seksualitet. Delvist - ja for snakkes der kærlighed, venskaber og parforhold - så snakkes der som alle andre.
Ikke på arbejdet
Gode venner ved det godt men fortæller det ikke uopfordret
Ikke alle i min omgangskreds ved det. Eller de ved det sikkert, men jeg har ikke selv fortalt det. hvis andre spørger mig om jeg er, så vil jeg være ærligt.
Er åben omkring det overfor venner, men endnu ikke overfor familien.
Nogen ved det, andre ikke..
Overfor venner, men sjov nok ikke familie
Nogle venner ved det, familien gør ikke.
Alle mine nære venner og de jeg taler mest med på arbejde kender mit privatliv. Jeg deler dog ikke ud af det til alle.
det er ikke alle som ved hvad jeg er til, nogen få venner
Åben over for venner og familie. Ikke åben på job.

Civil stand?	Respondenter	Procent
Single	157	60,4%
I et forhold	75	28,8%
I et registreret partnerskab	28	10,8%
I alt	260	100,0%

Har du barn/børn?	Respondenter	Procent
Ja	20	7,7%
Nej	240	92,3%
I alt	260	100,0%

Hvor ofte rejser du i din fritid? (antal gange om året)	Respondenter	Procent
0-1 gang	24	9,2%
1-2 gange	79	30,4%
2-3 gange	69	26,5%
3-4 gange	26	10,0%
4-5 gange	28	10,8%
5 gange +	34	13,1%
I alt	260	100,0%

Hvem rejser du med? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
Alene	122	46,9%
Med partner med børn	7	2,7%
Med partner uden børn	99	38,1%
Med venner og bekendte	173	66,5%
Familie	101	38,8%
Andet:	10	3,8%
I alt	260	100,0%

Hvem rejser du med? (sæt gerne flere krydser) - Andet:
venner
arbejdsrelateret
som alle andre med børn og familie
sport

skole
med partneren - skiferie dog med veninde af hunkøn
fodbold
samlever
Arbejde
Sport

Hvad søger du, når du rejser? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
Sol og strand	164	63,1%
Storby	238	91,5%
Naturoplevelser	136	52,3%
Skiferie	42	16,2%
Kulturelle events - f.eks. teaterforestilling, koncerter, etc.	118	45,4%
Store attraktioner - f.eks. EuroDisney, Det skæve tårn i Pisa, etc.	72	27,7%
Socialisering med lokalbefolkningen	64	24,6%
Gay events - f.eks. Pride, Sydney Mardi Gras, etc.	81	31,2%
Socialisering med andre homoseksuelle	95	36,5%
Sex	60	23,1%
En partner	13	5,0%
Andet:	11	4,2%
I alt	260	100,0%

Hvad søger du, når du rejser? (sæt gerne flere krydser) - Andet:
Aktiv ferie
byture hvis aldersgrænsen tillader det
familie venner
yoga
arbejdsrelateret
socialisering med andre rejsende,
Det er ikke skemalagt - og varierer meget fra år til år - men der er elementer af alle livets strømninger i mine rejser.
Venner
mad/vin
Eventyr
Dykker
sport

Hvorfor er det vigtigt for dig at rejse? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
For at kunne være åben omkring min seksualitet	31	12,2%
Rekreation	216	85,0%
Andet:	76	29,9%
I alt	254	100,0%

Hvorfor er det vigtigt for dig at rejse? (sæt gerne flere krydser) - Andet:
se familie + venner i udlandet, opleve ting + steder
for at opleve ting, man ikke kan i hverdagen, som klatring, vandring, rafting osv
Kultur, inspiration
godt vejr - nye oplevelser
opleve noget andet
At se så meget af verden som overhovedet muligt og afprøve så meget som muligt
Bare for at komme ud og se verdenen
At søge nye grænser, blive udfordret og opleve mangfoldighed

ny inspiration
slappe af
almindelig
Selve oplevelsen
at se andre livsformer og kulturer end de danske, tale andre sprog mm.
for at se verden
dannelse
For di Danmark er for kedeligt i længden
for hyggenes skyld
sociale kontakter
At opleve verdenen
Frihed i andre byer og lande
at opleve andre kulture
oplevelser
Samvær m. familie
opleve andre kulturer
Inspiration
kultur
for at se nye kulture
oplevelser
Frihedsfølelse
Familien bor i 3 forskellige lande, og jeg selv bor i et fjerde.
oplevelse
Oplevelser
Oplevelsen af et andet land og blot for at få udvidet min horisont
Oplevelser
Socialisering
møde mennesker
opleve verden, udvide min horisont
Det er afslappende
besøge min kæreste, som bor i udlandet
oplevelser
For at opleve andre kulturer; og for at opleve mig selv i disse andre kulturer.
kulturoplevelser
for at komme lidt væk og se noget andet. Og for teateroplevelser i london
oplevelser
Oplevelser - Der sker for lidt inden for landets grænser
oplevelser
Oplevelser
Shopping
En slapper
Naturoplevelser
input fra stedet og fra livet
Oplevelser
Oplevelser
Oplevelsen i sig selv og at kunne slappe af og opleve anden kultur
For at opleve!
At lære og opleve
lære om andre lande/byers kultur og historie og sprog
Afslapning fra en stresset hverdag
oplevelser
Afslapning, - se noget andet end det man ser hjemme.



oplevelser, socialisering, opnå højere kulturel forståelse
Vejret
oplevelser
Eventyrlyst,uddannelse,udfordringer
bare slappe af
OPLEVELSER
Oplevelser
Oplevelser
Opleve andre kulturer
Oplevelser og udvidelse af min horisont.
fagligt
Det er vigtigt for mig at komme ud og se andre steder af verden.
Oplevelser
Oplevelserne, se rejsemålet
Kulturelle og naturoplevelser
oplevelser, udfordringer,
oplevelser
oplevelser
oplevelser
opleve andre kulturer
for at deltage i store sportsturneringer

Hvordan finder du din(e) ferie(r)? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
På nettet	235	90,4%
Via rejsebureauer	73	28,1%
I kataloger/aviser/tekstTV	58	22,3%
Gennem venner og bekendte	134	51,5%
Andet:	13	5,0%
I alt	260	100,0%

Hvordan finder du din(e) ferie(r)? (sæt gerne flere krydser) - Andet:
fra venner på boyfreind
Arbejder indenfor luftfart
planlægger selv
gode kontakter
Andre inviterer
Udbydes ofte gennem mit forenings liv.
TV, radio, tidsskrifter, bøger
Har selv interesser som jeg går efter
køber bare en flybillet og finder ud af rejsens indhold under opholdet.
flyver til et land og planlægger derfra
arrangerer gerne feien selv.
Conde Nast, Wallpaper osv.
gennem homosider

Vil du foretrække at rejse med et selskab, der henvender sig specifikt til homoseksuelle?	Respondenter	Procent
Ja	71	27,3%
Nej	189	72,7%
I alt	260	100,0%

**Begrund venligst ovenstående svar**

vælger det der er billigst
vil føle en frihed ved at være sammen med andre bøsser
Kunne da fristes til at rejse sammen med andre homoseksuelle, men om jeg vil fortrække??
Både ja og nej, JA, hvis det er udelukkende Homoseksuelle, så ved man at man er accepteret, og man kan have sjov på en anden måde.. her mener jeg at humoren kan være en lidt anden, end hvis der er hetroseksuelle tilstede, der nok ikke altid kan se det sjove i det homoer taler om. Plus man kan være mere sig selv, ikke alle hetro (nogle er ligeglade, men man ved jo aldrig hvem det er) der kan tåle at se hvis man skulle få lyst til at holde kæresten i hånden eller kysse ham. Men som opvokset i jylland, vil jeg nok vælge det billigste alternativ
Føler ikke at mine rejser + rejsemetoder skal ha' noget at gøre med min seksualitet. Og foretrækker "blandet selskab" :P (Hvilket selvfølgelig vil sige både homo,hetero,bi, whatever)
Selve rejsen har ikke noget med seksuelle præferencer at gøre. Opholdet overvejes om der er lokalt "homo-hoteller"
Det kommer meget an på hvilken ferieform, jeg vælger. Er det dase,sol og fest ferie, så ville det være okay, men i de fleste tilfælde ville det være lige meget!
Jeg vælger rejsemål ud fra en mere kompleks sammensætning end homoseksualitet i sig selv
Jeg foretrækker selv at vælge mine rejsepartnere. Men vil dog ikke udelukke en grupperejse med andre homo'er en gang.
Ikke afgørende hvem der udbyder rejsen - plejer at at rejse ud på egen hånd Alt kan jo planlægges hjemmefra via nettet
Synes det ville være en tand for meget for mig, nu er det ikke sådan at jeg absolut skal være sammen med homoseksuelle eller bi- for at have det godt/sjovt.
Jeg føler ikke noget behov for udelukkende at omgås med andre homoseksuelle - hverken hjemme eller på ferie.
Jeg er sådan set ligeglad med hvordan og hvorledes og hvem jeg rejser med... Så længe jeg bare kommer af sted, så er jeg tilfreds. Jeg finder altid de steder jeg gerne vil hen, tager den billigste afgang og findet er pænt sted at bo... Så ved jeg at det er min egen fejl, og ikke rejseselskabets
KU SIKKERT BLIVE RART...
Betyder ikke noget
Egentlig søger jeg ikke efter selskaber, der henvender sig specifikt til min seksualgruppe.. Blander ikke min seksualitet SÅ meget med mine rejser. Selvfølgelig vil jeg også gerne opleve dén side af en lokalbefolknings kultur; men jeg styrer ikke efter det. Synes ærlig talt det kan blive småkrukket, som homo-, bi og transseksuelle søger at isolerer sig i egne rejseselskaber og lignende. Men det er da stadig en spændende variation.... :) :]
Eftersom jeg ikke er åben om min seksualitet, ville det at rejse med et selskab der primært henvender sig til homoer ikke være det mest optimale :o)
da vil jeg føle mig mere fri hvis det er ligesindede
Det afhænger af hvad der kan tilbydes og om det matcher mine ønsker, mere end om det er for homoseksuelle.
Min seksualitet afspejler ikke mine rejsevaner. Gor jeres
Det spiller ikke en stor rolle for mig at være homo. Og jeg rejser heller ikke med et specifikt bureau pga. det. Jeg vælger det sted, der tiltaler mig mest. Mere er der vel ikke i det.
Som single vil der være større chance for at møde en partner eller det kan bare blive mere socialt måske.
Åbenheden kommer an på hvorfor jeg rejser - samt om det er en lang eller kort ferie. Finder og booker rejser direkte på nettet - bokker selv direkte fly og hotel/lejlighed. Bureauer påasser dårligt på mine ønsker Om et bureau henvender sig til homoer - underordnet - benytter heller ikke en speciel frisør, advokat eller bank baseret på sexualitet. Benytter ud fra proffesionalisme
Jeg kan ikke umiddelbart se, hvad der skulle være et foretrække ved et sådant selskab - tværtimod.
Det er ikke afgørende for mig, om rejseselskabet henvender sig specifikt til homoseksuelle. Ville naturligvis tjekke et sådant selskabs tilbud, men ville nok mest gøre brug af deres tilbud i forbindelse

med rejse til pride-events eller lignende. Andre ferier bliver normalt planlagt på egen hånd uden brug af rejseselskab.
Rejser sjældent med rejseselskaber - og kunne ikke forestille mig at rejse sammen med en flok skrigende bøsser!
Der er jo ikke særlig mange rejseselskaber som specifikt henvender sig til homoseksuelle, -og det er heller ikke specielt vigtigt.
det kunne gøre ting mindre bøvet, mere "trygt"
Hvorfor i alverden skulle jeg dog foretrække det. Det meste der specifikt henvender sig til homoseksuelle, især bøsser, virker overgearet. Hvem de, i forbindelse med rejser, henvender sig til interesserer mig ikke. Det interesserer mig at de kan tilbyde de ting jeg vil have. Og rejser for specifikt at opsøge homo miljøer eller at rejse til steder der specifikt er for homo'er kunne ikke interessere mig mindre. Generelt bruger jeg sjældent rejsebureauer, men finder og booker selv.
Betyder ikke noget for mig hvilket selskab jeg rejser med.
Jeg er lidt ligeglad om de er homo friendly.. så længe de passer deres arbejde og ikke taler ned til mig så er jeg sådan set glad og tilfreds... Desuden er alle stewarder homoer alligevel :P
Mener ikke det gør den store forskel, da jeg tager på ferie på samme måde som alle mulige andre og ikke rejser efter noget homospecifikt.
Det er ikke derfor, jeg vil rejse. Det har intet med min seksualitet at gøre.
arrangerer selv rejserne uden om selskaber
De ved hvilke steder man kan færdes uden at blive truet osv.
Jeg ønsker at være fuldkommen fri både ang. min seksualitet og min rejsevirkosomhed
jeg vil gerne rejse til homovenlige destinationer hvor man kan være mere afslappet og ikke skiller sig ud fra mængden
Jeg er af den opfattelse, at selskaber, som "henvender sig specifikt til homoseksuelle", bruger meget tid på, at man skal opleve homoseksualiteten i andre lande - dette er dog ikke det eneste jeg rejser for. Jeg kan bedst lide, at jeg selv "konstruerer" min rejse :)
Kan se fordelene i at et rejsebureau, ikke kunne finde på at sende én afsted til en destination, som havde homofobi eller lign.
Har ingen betydning.
Udbudet er vigtigst. Vi rejser alligevel som regel ikke som homoer, men bare som turister (men er åbne).
Det betyder ikke noget for mig. Jeg - og mine rejsefæller - plejer ikke at have problemer med at "falde i hak"
Jeg er først og fremmest mig selv og selv om jeg er åben bøsse er det ikke så vigtigt for mig at manifestere det på nogen måde
men udelukker det bestemt heller ikke
Valg af selvskab afhænger kun af pris og destination
man slapper bedst af med folk, som accepterer en.
Min seksualitet er irrelevant i forhold til mit valg af rejsemål/selskab. Det er rejsemålet, der betyder mest. Ved valg af selskab er det vigtigste kundeservice og viden om rejsemålet.
efter 42 års samliv med en fyr, som døde sidste år, vil jeg helst være alene. Foreløbig!!
Det betyder ikke det store for mig om selskabet henvender sig til homoseksuelle...
Det er rejsemålet, pris og komfort der er vigtigt for mig og jeg sammensætter gerne selv mine rejser. Oplever ikke at de eksisterende selskaber diskriminerer pga seksualitet, så jeg har ikke grund til at benytte selskab der specifikt henvender sig til homoseksuelle.
Jeg ville gerne kunne svare ja, når rejse er til specielle homo steder. Men nej hvis det er mere kulturelle steder.
Det er ikke altafgørende for os at være sammen med eller i selskab med bøsser, men være åbne over for alle vi møder på vores ferier
Jeg rejser fordi jeg søger oplevelser, ikke fordi jeg er bøsse...
Fordi hovedformålet med min rejser i min fritid, aldrig er af en homoseksuel karakter
Det synes jeg ikke jeg ser nogen grund til.

Min mand og jeg arrangerer normalt vores rejser selv.
Jeg ser ikke min seksualitet som noget der danner grobund for mit valg af f.eks. destination, rejseform, restaurant-type, logi-form, oplevelser m.m. Tværtimod finder jeg det til dels trist, at nogle homoseksuelle ekskluderer sig fra samfundet i mange henseender og at mange samtidig ønsker lige samfundsvilkår. Det nytter ikke noget at forfølge en subkultur, hvis man gerne vil anses som en del af et samfund.
Ja, fordi man er sikker på at man bliver accepteret, man får ikke underlige øjne, hvis f.eks. at man har en mandlig partner man skal dele seng sammen med.
Har nu aldrig fundet et såkaldt Gay-travel-agency. Men kan da levende forestille mig, at det ville give en anderledes og åben fornemmelse at rejse sammen med ligestillede. Eller til sådanne gay-friendly destinationer. Du risikerer ikke at møde snerpede eller intolerante mennesker.
fordi man er sikker på at der bliver accepteret og der er ikke en masse "øjne" der hele tiden kigger på en når man går hånd i hånd (for det meste ihvertfald)
Mine rejsevaner har ikke noget med min seksualitet at gøre, og jeg rejser ikke specielt med andre homoseksuelle bortset fra min kæreste.
Det kommer ikke flyselskabet ved som så hvilken seksualitet jeg har.
ligesindede, mere afslappet
kan godt lide man er blandet
Det kommer an på pris og ikke med hvem der arrangerer. Hvis det skal smage af homo, så skal jeg nok selv spice det op med byliv etc.
Fordi jeg gerne vil opleve andet end en "lidt krukke opfattelse" af begrebet homosexualitet.
Det er ikke vigtigt for mig. Jeg rejser og så kommer jeg fra A til B på den måde der nu falder mig ind. Er ikke for fin til business og for beskidt til Euroline. Det er kunne rejse, se og opleve er det vigtigste for mig.
Bare så meget nemmere.....se f.eks. charterselskaber der har rejser til f.ex. Gran Canaria eller Ibiza...de nævner ikke med et ord at det er et gay rejsemål
Det er mig ligegyldigt. Jeg skal ikke have ferieprodukter tilpasset min seksualitet!
Så kunne man være åben omkring det, måske møde andre at snakke med (:
Finder ikke, det er en særlig vigtig del af min personlighed og mit liv
giver ofte mulighed for at møde andre homoseksuelle Bureauer som henvender sig til homoseksuelle har som oftest et særligt kendskab til destinationen
men et homovenligt selskab som KLM, der har støtte CPH pride
Finder altid rejsemål og varighed først inden udbyder findes, udbyderen vælges som den der giver mest kvalitet for færrest penge.
Det er ikke vigtigt for mig, for jeg rejser ikke for at få sex. De fleste af mine venner er hetero.
Det er mere destinationen der er vigtig for mig.
Når vi rejser, rejser vi ikke som bøsser, men kun som to mennesker, der vil ud at opleve. Vi tænker i vores daglige tilværelse overhovedet ikke over, at vi er bøsser. Det er vi bare, og sådan er det!
Rejser oftest ikke med selskab
Jeg køber normalt kun en flybillet og ordner selv overnatning, derfor er det irrelevant
Min seksualitet bestemmer ikke hvordan jeg lever mit liv. Jeg lever med det - ikke efter det.
Har ikke stødt på rejser kun for bøsse/lesbiske. Så vil være interesseret i høj grad endda.
Min seksualitet har intet at gøre med mine valg af rejsemål - det eneste, der kunne få betydning, ville være, hvis jeg behøvede rådgivning i forhold til bestemte destinationers forhold til homosexualitet. I det tilfælde ville jeg dog nok søge min information selv og ville ikke behøve et rejsebureau, der henvendte sig specifikt til homoseksuelle...
At rejse med et selskab, der henvender sig specifikt til homoseksuelle, ville jeg bestemt kunne finde på i visse tilfælde. Det ville være en sjov måde at rejse på. Afslappet fordi vi alle kender hinandens seksuelle præference, ville kunne gå i byen sammen osv. På den anden side ville det aldrig kunne blive det primære valg. Der er andre præmisser, der kan være vigtigere, f.eks. at der i turen indgår specifikke kulturelle begivenheder. Her tænker jeg især på opera og klassiske koncerter. Her er selskabet underordnet, hvis programmet er i orden. Man er jo i forvejen i det daglige vant til at omgås "almindelige mennesker", altså heteroseksuelle. Det er i sig selv ikke noget problem. Med

dem kan man også have det morsomt!
bruger kun "selskaber" til transport
Jeg fravælger selskaber og destinationer, der retter sig specifikt til børn og familier. Selvom de fleste selskaber og destinationer er meget åbne overfor homoer (eksempelvis to mænd, der ønsker en dobbeltseng), foretrækker jeg generelt homo-orienterede selskaber. Når selskabet for eksempel viser to mænd der spiser middag sammen, ved du, at du ikke kommer ud for dumme situationer og misforståelser ...
Hvis jeg skal bruge en rejse arrangør, skal det være en der har LGBT kompetancer og kan tage højde for de behov og ønsker lgbt segmentet har. Foretrækker dog at arrangere rejser selv, men planlægger så at bo på gay guesthouses/ gay friendly guesthouses.
Det at være homo er kun en del af mig, og ikke det samme som min identitet
Det er vigtigt at få en god rejse ... om det selskab jeg benytter henvender sig specifikt til homoseksuelle er sekundært for mig. Det primære at finde et sted jeg gerne vil hen
Er ligeglad om det er homoseksuelt eller ej.
Koster altid mere med homorejsebureau, gider ikke være til grin for mine egne penge :o)
Behøver ikke nødvendigvis at være sammen med andre homoseksuelle.
for stereotyp at rejse med homoseksuel rejseselskab.
Det vil være en del af at støtte en generelt åbenhedskampagne - at gøre homoseksualitet til noget velkendt og ok for flere
Min seksualitet er ikke det primære fokud.
Har aldrig gjort det før.. men hvis muligheden var der, og prisen var det samme - så ville jeg formentlig vælge et rejseselskab der henvendte sig til homoseksuelle.
Jeg rejser ikke for udelukkende at møde andre homoseksuelle, man kan jo altid opsøge det miljø på destinationen, men det er ikke formålet med rejsen
Jeg undersøger altid selv mulighederne for bøsse det sted jeg skal hen, jeg syntes det er en stor del af det at skulle afsted at jeg selv også planlægger. Så jeg har ikke nødvendigvis brug for et selskab med færdigarrangerede rejser
Hetero rejsefirmaer kan ikke forstå mine ønsker
Jeg har ikke brug for at være sammen med andre blot fordi de er homoseksuelle
Det er ikke vigtigt om rejseselskabet prioriterer mig som homo. Jeg tager hen de steder jeg vil, det behøver ikke dikteres at jeg _skal_ tage til fx San Fransisco fordi jeg er homo - det skal jeg nok selv finde ud af.
Det er ikke afgørende hvordan jeg kommer frem til stedet eller hvilken type hotel jeg bor på.
lige meget
Valgmuligheden er for låst, mit svar er: Ikke Nødvendigvis kommer an på om det selskab har den rejse jeg søger
Det er ikke afgørende for mig, hvem der arrangerer rejsen - gerne et homoforetagende - gerne noget andet
Dette vil jeg kun, hvis jeg skal rejse med en homoseksuel ven/kæreste. Jeg tager på ferie for at hygge mig, slappe af og have det sjovt. Ikke nødvendigvis for at udforske seksuelle ting osv.
Den eneste grund skulle være hvis jeg rejste udelukkende med andre homoseksuelle, men som regel rejser jeg med mine venner, dvs. vi er en broget forsamling af heteroer og homoer. Desuden forbinder jeg ikke det at rejse med at skulle dyrke min seksualitet. Det kan jeg gøre herhjemme.
det meste af min rejseaktivitet er en blanding af job og fritid, og egentlig bruger jeg ikke rejseselskaber mere men planlægger mit rejseri selv
Jeg tager ikke på ferie baseret på min seksualitet, så jeg har ikke noget behov for at min seksualitet hævdes, fremhæves eller på nogen måde tages hensyn til under min ferie.
Føler jeg ikke har brug for.. Endnu
Det kunne være sjovt at prøve et homorejseselskab, men det betyder ikke så meget for mig.
På den måde sikrer man sig at besøge steder (hoteller mv), som er indstillet på at have bøsser som gæster
Fordi de ofte har nogle rét gode bud på hvilke steder der er åbne over for homoseksuelle, og fordi man sagtens - Som homoseksueltpar, kan risikere at støde på rét ubehagelige mennesker hvis man

blot vælger et ofte heterobrugt selskab.
kan sagen finde ud af at underholde mig selv, behøves ikké andres indblanding på det pkt
Begrundelsen for nej ligger allerede i de foregående svar, hehe Med mindre I med 'henvender sig specifikt' mener 'ikke forskelsbehandler', og det gør I næppe Med mindre I dermed skulle mene, 'sørger for at tilknyttede hoteller o.l. ikke forskelsbehandler'? For dette ville for mange rejsemåls vedkommende være et plus i selskabets favør Kort sagt - som rejsearrangør alene, et ja, men nej til tanken om rejse-udbud arrangeret specifikt for homoseksuelle
Bruger ikke rejseselskaber
jeg rejser for afslapning, oplevelser mm og ikke for at få sex
Jeg vil ikke foretrække det fremfor andre selskaber, og jeg vil måske endda fravælge et selskab, hvis det decideret henvender sig til homoseksuelle, da jeg synes, at der re tale om en unødvendig gruppering. Jeg har ligeså meget tilfælles med folk med en anden seksuel orientering end jeg selv - i hvert fald når det gælder rejser.
Jeg er ligeglad, når jeg rejser så spørger jeg ind til det hvis jeg har lyst til at det skal være en homo-rejse. men meget kan jo findes på nettet..
Ved det valg kan jeg opleve en anden homoseksuel kultur ift. Danmarks homoseksuelle kultur og det danske homoseksuelle miljø, hvilket kan være både inspirerende, frastødende, erfaringsgivende og ikke mindst give stof til eftertanke.
Har ikke mange homoseksuelle venner, så det ville virke dumt at skulle rejse med et særligt selskab... Men hvis jeg var seriøst kæreste/partner-søgende kunne det måske være en mulighed...
frihed til at kunne det andre ikke homo'er kan
det har ikke den store betydning, jeg skal nok selv finde de gode ting
Har ingen behov for et selskab som dette. De homoseksuelle aktiviteter jeg evt. kunne have behov for på et rejsemål, kan jeg selv opsøge.
Jeg rejser for at opleve verden. Ikke for at score.
Både ja og nej. Ja - hvis jeg ville på ferie og feste og møde nye mennesker, nej - hvis formålet med rejsen var at opleve kulturbegivenheder eller natur, så er det ikke vigtigt at selskabet henvender sig til homoseksuelle.
Kunne ikke svare "ved ikke" ! Og rejser med et , hvilket som helst selskab - så længe udbuddet, tilbuddene og værdien er tilstede.
do not have to pretend to be someone else...
pris er langt vigtigere
Fordi jeg ikke har behov for, at skilte med min seksualitet og at skille mig ud. Hvorfor kan vi ikke bare være som alle andre?
Rejser ikke med selskaber, foretrækker frihed og individualitet.
Næh, for min seksualitet er ikke det eneste jeg er + at jeg tror at jeg er bedre til at finde de gode steder sammen med mine venner, istedet for via et selskab
Både og. Men det ville i så fald være legitimt at være afsted sammen med en kæreste
Jeg mener ikke det har nogen betydning, hvilket selskab jeg rejser med. Det vigtigste er de personer jeg rejser med, og så selvfølgelig prisen på rejsen :o)
Det er for meget. Jeg vil helst ikke rejse sammen med en grup HOMO.
Jeg vælger som oftest ikke rejsemål der taler specifikt til min seksuelle orientering, men snarere til faglige eller andre interesser. Derfor er det heller ikke så vigtigt om selskabet henvender sig til homoseksuelle. Dog skal det ikke være diskriminerende over for denne gruppe.
jeg er lidt ligeglad... det vigtigste for mig er at få en ordentlig betjening og en god oplevelse/rejse og det kan et "heterobaseret" bureau sagtens klare for mig... har intet behov for at gøre alting til "homo" - men tager heller ikke afstand fra det..
Jeg rejser stort set aldrig med et selskab, men planlægger derimod selv min ferie..
Ville være rart fra tid til anden med et udbud rettet specielt mod denne gruppe, ikke så meget fordi jeg/vi rejser for at være sammen med andre bøsser, men mere i forhold fx hotel- og værelsesudbud. Vi kan fx godt lide at rejse Bed and Breakfast og DER ville det være dejligt at vide at stedet du kommer til er gay-friendly.
Ville gerne opleve homo miljøet andre steder

Vil meget gerne rejse med et selskab, der henvender sig direkte til homoseksuelle, da man så måske kunne "slippe" for at ende et sted med udelukkende børnefamilier osv... mange, specielt charterrejser, henvender sig hovedsageligt til børnefamilier.
Jeg vil gerne benytte et rejseselskab til homoseksuelle, hvis de kan tilbyde nogle gode rejsemål som bøsser vil finde interessante. Søger dog iomokke bevidst efter et homorejseselskab, - som regl er priserne for visse homorejsebureauer i overkanten af hvad jeg har råd ti lat betale. Men vil sikkert i fremtiden benytte mig af sådan et selskab, hvis der var et godt tilbud.
Jeg kunne ikke drømme om at tage med et rejsebureau, der specielt henvender sig til bøsser og/eller lesbiske. De kan i mine øjne ikke arrangere en bedre rejse end et "almindeligt"
Jeg kunne sagtens finde på det i selskab med bekendte homo'r, men det betyder ikke det store for mig.
Betyder ikke noget for mig.
Jeg finder selv de homoevents, klubber osv jeg ønsker at besøge... når jeg rejser bruger jeg aldrig et rejseselskab, kun et flyselskab
Alm. rejseselskab, kan vel være lige så godt.
behøver ikke udelukkende være sammen med homoseksuelle - har det fint med variationen både i vennekredse og arbejde og rejseliv
Disse rejser er ofte alt for dyre!
Rejsens kvalitet er afgørende.
INTERESSERER MIG FOR HOMOLIV I ANDRE LANDE, OMGÅS LIGESINDEDE OVERORDNET SLIPPE MEST MULIGT FOR BØRNEFAMILIER OG HETEROER
det bliver let for centreret omkring sex
Jeg er ikke interesseret i pakke-rejser kun for bøsser. Jeg vil gerne selv stykke min rejse sammen.
Jeg foretrækker ikke at rejse med et selskab som henvender sig specifikt til homoseksuelle, da det som udgangspunkt ikke rejser for at møde andre homoseksuelle, men jeg kunne godt tænke mig at prøve det en gang.
med et selskab som henvender sig specielt til bøsser, kan man tillade sig at være "sig selv". Jeg foretrækker at besøge cafeer, barer, disko og restauranter som henvender sig til bøsser.
Vil nødigt sættes i bås på grund af min sexualitet
Det er meget svært at finde gay-kontakter i udlandet, selv i/på udråbte gay-destinationer
fordi rejsen som regel bliver dyrere
Jeg har ikke et specifikt behov for at rejse med andre homoseksuelle, men en ting jeg kunne ønske var at vide om fx hoteller er gay friendly.
Kan ikke se nogen grund til at tage på "homo"-rejser. Jeg kan selv finde ud af hvor homostederne er det pågældende feriemål. Det kan også blive for gay :)
Man kan være mere sig selv, hvis det er openlyst at alle er homoseksuelle og at der ikke bliver set "skævt" til mig som person fordi jeg holder min kæreste i hånden vel poolen eller på vej ned til morgenmad...
Det er mere afslappende at have andre homoer omkring sig - som blandt de heteroseksuelle (tror jeg) er der blandt de homoseksuelle en masse indforståetheder; det er simpelthen lettere og mindre kompliceret.
Synes det er rart med diversitet
Rejser sjældent på planlagte charter tours - så jeg ville ikke foretrække det, men ville heller ikke have noget imod det.
Jeg rejser ikke hovedsageligt fordi jeg er bøsse. Men for at komme ud og se noget andre steder end de hjemlige egne.
så er man ikke altid alen,er nok andre som har det lige så svært som mig
Burde have svaret både og. Det vigtigste for mig er at jeg bliver akcepteret som homoseksuel og ikke så meget andet.
Jeg har endnu ikke oplevet det som værende et problem at jeg er homoseksuel, når jeg har været ude at rejse. Det at være åben om det betyder ikke at jeg ligefrem skilter med det
Det er en forsimpning, at stille spørgsmålet sådan. De fleste rejser i flere forskellige kontekster; en forlænget week-end til en storby hvor der er et klart homoelement (butikker, diskoteker, osv.) en

kontekst hvor det er rejsemålets kultur der er det centrale - og "homoelementet" en biting. Valg af rejseselskab afhænger selvflg. af konteksten! Rejser derudover nu også sjældent m rejseselskaber
Socialisering med andre homoseksuelle i ferien er fint nok, men det er sekundært for mig.
Jeg har intet imod at rejse med selskaber der henvender sig specifikt til homoseksuelle, men det er heller ikke noget jeg decideret foretrækker - det gør med andre ord ingen forskel.
Jeg vil ikke risikere at være omgivet af en flok hysteriske "tøzer" med løse håndled som skal tiltrække sig max opmærksomhed. Har ikke noget behov for at udstille mig selv eller min seksualitet
Det der betyder noget er god service. At hotelet er godt og turen går efter planen
Syndes det ville være et "press" hvis det kun var et selskab der henvender sig til homoer. Fordet ville da gøre en til et dyr i zoo
det har jeg ikke et behov for
Det betyder ikke noget hvilket selskab jeg rejser med. Finder selv mine rejser på nettet, da det er billigst. De forskellige ting jeg søger på ferie kan jeg sagtens finde selv.
Som forbruger er jeg ikke homoseksuel så jeg er ikke interessret i at blive markedsført imod på den konto. Jeg går hellere efter udbydere der tilbyder kvalitet og design.
Hvis omkostningerne var de samme, og de havde samme destinationer, ville jeg foretrække at rejse med et selskab der henvender sig til homoseksuelle af to grunde: - Støtte miljøet - Slippe for at lægge "beslag" på mig selv overfor andre rejsende
Jeg er ikke viser ikke min homoseksualitet offentligt herhjemme, og derfor heller ikke når jeg er på ferie.
Jeg vælger stort set aldrig pakkedløsninger
er ikke getto orienteret
Jeg gider ikke at rejse med et skilt i panden der siger "homo" - og det ville aldrig komme rejseselskabet ved om jeg er homo. Bortset fra når jeg går på barer og natklubber har jeg ikke andre behov end heteroer der rejser uden børn.
Jeg er grundlæggende ligeglad om selskabets målgruppe, så længe den ikke er direkte diskriminerende.
De finder hoteller med bedst placering og uden snerpethed blandt de ansatte.
Har førhen oplevet homofobi med traditionelle rejseselskaber, og gider ikke bruge MIN ferie-tid på den slags
Der er forskel på at være en homo på rejse og så at rejse som homo. Ligesom i så mange andre sammenhænge er det at være homo kun en del af hvem man er og hvad man gør. Med mindre man tager af sted for at opleve en gay pride eller lignende er en 100% "homo-rejse" en ensformig og flad oplevelse.
Kunne slappe af, hvis man havde en kæreste / fandt en kæreste
Jeg rejser primært på egen hånd. Jeg bryder mig generelt ikke om, at andre arrangerer mine rejser.
Har prøvet men foretrækker blandet selskab, for mange løse håndlede.
Så vigtig er min seksualitet heller ikke, når jeg rejser, at jeg ville føle det nødvendigt at rejse med et sådant rejseselskab.
Kunne skabe muligheden for at udvide mit netværk blandt andre homoseksuelle i Danmark

Hvor lang tid i forvejen planlægger du din(e) ferie(r)? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
I sidste øjeblik	103	39,6%
1-2 mdr. i forvejen	164	63,1%
3-6 mdr. i forvejen	134	51,5%
6-12 mdr. i forvejen	39	15,0%
12 mdr. +	7	2,7%
I alt	260	100,0%

Hvor rejser du generelt? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
Europa	253	97,3%



Nordamerika	77	29,6%
Sydamerika	25	9,6%
Asien	63	24,2%
Afrika	16	6,2%
Oceanien (Australien)	27	10,4%
Antarktis	2	0,8%
Mellemøsten	11	4,2%
I alt	260	100,0%

Hvor lang(e) er din(e) ferierejse(r) generelt?	Respondenter	Procent
Weekend	35	13,5%
Forlænget weekend	121	46,5%
1 uge	148	56,9%
10 dage	73	28,1%
14 dage	84	32,3%
Over 14 dage	64	24,6%
I alt	260	100,0%

Hvor lang(e) er din(e) ferierejse(r) generelt?
Over 14 dage
90
mellem 2 uger og en måned
4
4 uger
3 uger
op til en måned
3-8 uger
Flere måneder
en årlig tur på 1-2 måneder, derudover lange weekender
3 uger
3 uger
4 mdr. rejser
21 dage
30 dage
1 måned
4 uger
1-2 måneder
hvis AUS.
3 uger
3 uger

Hvor mange penge bruger du på din(e) ferie(r)?	Respondenter	Procent
1000 - 2500 kr.	31	11,9%
2500 - 5000 kr.	83	31,9%
5000 - 10.000 kr.	108	41,5%
10.000 kr. +	103	39,6%
I alt	260	100,0%

Er det vigtigt for dig at destinationen er gay-friendly?	Respondenter	Procent
Ja	93	35,8%
Nej	58	22,3%
Nogle gange	109	41,9%

I alt	260	100,0%
<b>Uddyb venligst, hvis du har svaret 'Nogle gange' på ovenstående spørgsmål:</b>		
Storby og strand må gerne være gay-friendly Kultur og af og til storby behøver ikke at være gay-friendly		
Hvis jeg rejser med en kæreste er det vigtigere for mig at den er gay-friendly. Ved familie-besøg knap så vigtig.		
Kommer an på rejsens formål. Rejse med homovenner er typisk for at gå ud og feste på gayfriendly steder.		
Jeg ville ikke vælge et rejsemål, hvor bøsser ikke er velkomne		
Det kommer an på, hvad der ansporer mig i forhold til den pågældende ferie.		
Der findes et Gaylife i det fleste større byer, man kan opsøge eller la være Er det solferie, foretrækker jeg steder hvor Nudisme/Gaybeach er tilladt, hvilket man må researche lidt på i forvejen		
Er egentlig ret så ligeglad =D har ikke løse hådnled eller noget, så folk er ligeglad med lille mig tror jeg...		
Jeg har ikke lyst til at rejse til steder, hvor mit "sande jeg" med stor sandsynlighed ville kunne bringe mig i fare.		
Jamen det kommer an på i forbindelse med hvad... Jeg ville fx ikke besøge et muslimsk land, da jeg ved hvordan de er overfor homoseksuelle dernede. men ellers ville jeg gerne tage andre steder hen, men det vigtigste er bare hvordan stedet er generelt. Er heller ikk lige den der skildre med at jeg er homoseksuel		
Det kommer an på hvad jeg skal		
Det kommer an på den kulturelle baggrund. Er ikke nervøs for at skulle rejse i Europe, Amerika eller Australien -- for det betyder da noget for mig, at jeg kan være mig selv. Ville nok ikke bare springe ud i bylivet i Riyadd eller Baghdad uden videre omtanke :-/		
Hvis det vigtigste er selv rejsemålet, betyder det ikke så meget, fx. ville jeg gerne se Sardinien, men der er ikke noget specielt homo miljø på øen, men derfor tager jeg stadig afsted. Vil jeg bare gerne på en forlænget weekend med noget sjov i en storby, så må det der gerne være et godt homo miljø der.		
Hvis man er sammen med en kaereste er det, ellers er det lige meget.		
Hvis jeg rejser med min kæreste, vil jeg ikke smides i fængsel eller overbeskues af homofobiske fjolser, bare fordi vi har den frækhed at holde i hånden offentligt.. Hvis jeg bare er på ferie med vennerne, betyder det ikke meget. Så er det bare for fest og farver.		
Kommer an på om det er en kort eller lang ferie. En lang ferie er hvor jeg prioriterer homo venlighed - en forlænget weekend - er det mig underordnet.		
Hvis det er vigtigt for mig på min ferie også at kunne være åben omkring min same-sex-tiltrækning, er det nogle gange vigtigt. Men det er ikke et must.		
Det er ikke en afgørende faktor, men det er jo rart, hvis man kan finde steder på destinationen, der er Gay-friendly. Vi bor oftest på almindelige hoteller/ferielejligheder, men undersøger altid hvilke gay eller gay-frindly spisesteder mv. der er på stedet. Men behovet for gay-friendly varierer jo efter feriens formål.		
Der kan være steder, som ikke er gay-friendly, som man bare vil se. Ex. vil vi gerne en tur til Armenien, Georgien, som ikke er kendt for tolerance.		
Hvis det er den lange sommerferie, vil jeg gerne et sted hen som har en homoseksuel scene. De korte ture er som regel til storbyer jeg ikke har besøgt tidligere, hvor det er mere sightseeing det gælder.		
der behøver ikk være parade eller homofestival eller noget i den stil, men vil heller ikk være på ferie et sted hvor homoer ikk er accepteret fx mellemøsten!!		
Vil helst steder hen der er venlige. Men hvis det er noget jeg gerne vil se er jeg ligeglad.		
Det kommer an på formålet med rejsen, men jeg er selvfølgelig altid bevist om, om jeg er et gay-friendly sted.		
Det vigtigste er selvfølgelig, at de agerer gay-friendly - det er mindre vigtigt om de brander sig sådan.		
Jeg er mest tryk hvis jeg tager til en gay-friendly destination		
<b>Jeg ser ikke nogen grund til at besøge steder hvor jeg ikke ville føle mig godt tilpas og fri og</b>		

<b>uhæmmet pga frygt for omgivelsernes reaktioner. Ser heller ikke nogen grund til at lægge mine penge i et land der diskriminerer homoseksuelle eller andre minoriteter.</b>
Går rejsen til Gran Canarias sol og strand, er det vigtig. Men er det f.eks. Skt. Petersborgs slotte er gay-friendly uinteressant.
Det kommer an på om jeg rejser med min familie eller med venner eller kæreste.
I udgangspunktet ønsker jeg ikke at opholde mig et sted, hvor jeg er i fare pga. min livsform, og jeg foretrækker også, hvis jeg ikke behøver at foregive noget andet end virkeligheden. Visse destinationer har vi dog valgt for indholdets skyld, selv om vi vidste, at de måske ikke var udpræget "gay-friendly".
Vil gerne kunne føle sig tryk og afslappet når jeg er på ferie.
Afhænger af hvad jeg ønsker at opleve på ferieturen. Den seneste rejse gik til New Zealand og Australien. Her var det primært landets natur og seværdigheder, der var i centrum. Gay-life kun sekundært. Men holdte da øje med og opsøgte da også lokale mødesteder, barer for at mærke stemningen mm. Som bøsse opleves det generelt lettere at komme i snak med ligesindede fremfor med heteroseksuelle. Det er mere afslappende og hyggeligere.
det kommer an på hvem jeg rejser med, er det mine forældre og søster er det ikke så vigtigt at det er Gay-friendly, men er det derimod mine venner er det af høj prioritet at man kan gå og pjatte og holde i hånd som man lyster
Selvfølgeligt er det at foretrække, hvis jeg skal kunne være mig selv i f.eks. byen. Så er det osse godt hvis at destinationen har nogle steder der henvender sig til mig.
Hvis man kommer for at opleve et specielt sted, så er det ikke alfa omega for mig og de er gay-friendly eller ej, så må man passe ind.
Hvis det f.eks er en bade/dase i solen - ferie, vil jeg foretrække at rejsemålet accepterer nøgenbadning og nudisme generelt.
hvis det f.eks. er skiferie så betyder det ikke så meget ....men det er da dejligt at der en gay beach hvis man skal på stranden
Af politisk overbevisning ville jeg have det svært med at rejse i lande, som ikke accepterer homoseksualitet - eller hvor det måske ligefrem er ulovligt!
Det afhænger af hvad der er formålet med ferien. Er det en sommerferien i 10 dage, så skal det være en gay friendly destination hvor man kan gå i byen osv. Hvis det bare er en weekend hvor jeg vil opleve noget kultur eller lign, så har det mindre betydning.
forståes som at destinationen må ikke ha' straffe for homoseksualitet, f.eks. som mange mellemøstlige lande, der derfor ikke kan komme i betragtning som rejsemål.
Det kommer jo an på, hvem man rejser med. Er det med sin kæreste er det trøls ikke at kunne være sig selv. Men er det med vennerne betyder det ikke så meget.
Ønsker ikke at rejse til lande hvor homoseksualitet anses som kriminelt
afhænger af situationen.. støtter f.eks op omkring Moskva Pride.. og gør det igen og igen.. og de er jo ikke særlige gay-friendly
Det er altid en attraktion at rejse et sted hen, der er gay-venlig. Men det er ikke altid det primære. Se f.eks. mine begrundelser i forrige rubrik. Det er altid vigtigt, at stederne har kulturelle attraktioner. På den anden side set vil der altid være steder i verden, som jeg ville undgå at rejse hen, fordi de enten er decideret gay-fjendtlige, eller fordi graden af gay-venlighed simpelthed er for lav.
På korte ture (lange weekender) vil jeg typisk vælge en homovenlig destination. På lange ture (1-2 måneder) rejser jeg typisk til flere destinationer, hvoraf flere ikke er specielt homovenlige.
Det er som hoved regel vigtigt for mig at destinationen er gay friensly, men der kan være steder jeg ønsker at se, hvor jeg går på kompromi, lige som det at besøge venner der måtte bo et ikke så gay friendly sted, kan få mig afsted.
Det er selvfølgelig mest behageligt at det er et sted hvor man ikke risikerer at blive chikaneret pga sin seksualitet. Ikke at jeg umiddelbart skilter med den men vil ikke risikere unødige diskrimination
det betyder ikke noget fro valget af feriestedet, men det er rart at komme steder hvor man kan være sig selv
Igen, er ligeglad... har ikke behov for at søge seksuel aktivitet i udlandet, da der er masser i Danmark :)

Kommer an på sammenhængen - rejser man med familie er det mindre vigtigt end hvis man er alene afsted eller sammen med kæresten og/eller homovennerne fra sportsklubben.
det kommer jo lidt an paa formalet med rejsen. Hvis det er med hetrosexuelle venner gör det som regel intet. Der vil jeg typisk ikke opsøge de homoseksuelle miljø Hvis jeg er alene af sted (eller med homoseksuelle venner) vælges gerne et gay-friendly sted
Hvis jeg vil se Peterskirken forventer jeg ikke paven er gay-friendly.... Der er steder jeg godt vil se, kultur og natur, trods at de ikke er gay-friendly - men det trækker da opad på rejseglæden, når stederne er..
Har rejst til Indien som var en stor oplevelse og der er det strafbart at være homoseksuel, så man skifter ikke med det når man rejser der. Oplevelsen var stor, og ville gerne gøre det igen. Behøver jo ikke rende rundt med et regnbue flag fordi man er på 14 dages ferie.
Det afhænger hvad jeg rejser efter.
kan skabe tryghed - men ikke ultimativt krav.
Som sagt er min seksualitet ikke hovedprioritet når jeg rejser, men tværtimod det at opleve andre kulturer. Så hvis jeg kommer til en kultur, som ikke er gayfriendly, så er jeg heller ikke så åben omkring min seksualitet.
det kommer an på hvad der menes med gay-venlig. selvfølgelig har jeg brug for at min partner og jeg bliver respekteret, og nogle gange benytter vi også B&Bs som drives af og for bøsser og lesbiske, men kommercielle koncepter gearret mod bøsser har jeg aldrig benyttet mig af, og gør det næppe.
Har jeg ikke brug for. Endnu?
Det kan være rart at bo et sted hvor der ikke bliver kigget skævt til en - men det er ikke noget jeg plejer at undersøge, inden jeg køber rejser, men vi bor også ofte hos venner. Derudover kan det være rart at vide om der er et godt homomiljø, hvis et af formålene med ferien er byture kan.
Hvis det er storby ferie fortrækker jeg homovenlige byer, men hvis det er naturoplevelser jeg rejser for, er det ligegyldigt.
Det kan godt være, at landet som sådan har diskriminerende lovgivning måske ligefrem forbud, men det skal naturligvis ikke forhindre mig i at besøge mine bøsse-venner i fx Malaysia.
kommer an på, hvad formålet er med ferien
Som tidligere skrevet.. Så er det ikke altid at oplevelsen har fokus på homo så det kommer an på hvad jeg har af mål med rejsen
<b>Det er ikke det springende punkt, jeg rejser for at opleve, og hvis det er en del af et lands kultur ikke at være gay-friendly, så er det jo sådan det skal opleves. Ikke fordi jeg ikke synes at de burde være det, men det er jo ikke mig der skal ændre dem... Andre gange er det rart at kunne rejse ud og opleve og møde andre homoseksuelle i deres egen kulture.</b>
ikke nødvendigvis altid mit behov
det kommer an på hvad jeg rejser til, det er meget rart hvis det er sol ferie hvor man måske vil score, så er det en fordel at det er gay friendly, da folk så er åben om deres seksualitet
Igen kommer det an på hvad formålet med min ferie er.
Kommer jo an på, hvad man er der for. Jeg er ikke en, der behøver at skille mig ud.
Nogle gange gider jeg ikke homosteder
jf. rejsebureau der henvender sig til homoseksuelle
Stort set er det ligemeget, men hører jeg, at et bestemt sted er direkte homo fjendsk, så vælger jeg stedet fra.
Der skal ikke være decideret diskrimination af homoseksuelle det sted jeg rejser hen, men der behøver ikke være særlige hensyn til den gruppe.
det er en fordel på et etableret homosted som fx Berlin eller Cran Canaria - andre steder, som fx mellemøsten er det ligemeget - der vil jeg hellere bare "falde ind" blandt de andre gæster
Kan godt finde på at tage til Kina eller andre destinationer, hvor homoseksuelle ikke har samme muligheder og rettigheder som i DK/EU, så jeg er ikke fuldstændig hellig. Men som tidligere skrevet vil jeg gerne i forbindelse med visse former for ferie, naturoplevelser, vandreferie, etc vide at det sted jeg skal bo accepterer min seksualitet.
Det er klart en fordel, hvis det er OK at være homo på destinationen og fint hvis der er et par homo-barer/diskoteker...Men ikke noget must!

Kommer an på formålet med rejsen. Hvis jeg søger store naturoplevelser er jeg ligeglad, men hvis jeg har tænkt mig at tage ud og feste, synes jeg det er en faktor. Dog prøver jeg ikke at rejse til lande, der direkte er i mod homoseksualitet.
Skulle jeg for eksempel beslutte mig for at tage til for eksempel Rusland eller Mellemøsten, så er det jo klart at det at være bøsse/lesbisk foregår på ganske andre vilkår, som jeg så selvfølgelig skal rette mig efter. Jeg, dvs. vi vælger et rejsemål ud fra, hvad vi gerne vil se der, og tager så det eventuelle bøsselev med, der måtte være.
Nogle lokaliteter er attraktive selvom de er tydeligt gay-(un)friendly.
vi rejser så tit så det er ikke nødvendig
Jeg tager ofte storbyferie, og i den sammenhæng er det ofte kultur / historie der er det vigtigste. Jeg ville dog ALDRIG rejse til destinationer der er decideret homofjendske såsom feks islamiske lande ( Teheran, Kabul, Jeddah et cetera... )
Det kommer an på, hvad der er formålet med rejsen. Hvis jeg gerne vil opleve noget specielt, betyder det intet, om det er gay-friendly. Vil jeg gerne slappe af med en kæreste eller feste, betyder det mere.
Hvis jeg er med familie, er sex henvist til tilfældigheder, så da går jeg ikke op i gay-miljø
Hvis jeg rejser med min kæreste, er det da rart at vide at vi ikke skal frygte skæve blikke, men hvis jeg rejser med familie eller (hetero)venner er det fuldstændig ligegyldigt.
Nogle gange er "gay-friendly" ikke så stort et must hvis det er en storbyferie
Det kommer an på ferietypen. Når det er fritid så er det vigtigt, når det er i forbindelse med mit job ikke så vigtigt.
helt ærligt, stil et spørgsmål, det er ret svært at uddybe nogle gange, uddyb fx "måske"..?
Rejser alle mulige steder - ikke med homo tema som det primære, men det er da rart hvis et sted er homo-venligt!
Jeg vil gerne af og til kunne gå hånd i hånd med min kæreste uden tilråb eller andet.
Jf. tidligere spm. - kommer helt an på konteksten
Det afhænger af feriens karakter. Om jeg besøger stedet for attraktioner eller pga nattelivet.
Det afhænger af ferieformen. Storby ferie betyder det noget, hvis jeg skal på stranden er det ligegyldigt. Dog besøger jeg ikke lande der åbenlyst bryder menneskerettigheder i forhold til homoer, f.eks. Egypten.
Oftest rejser jeg ikke for homolivet, men for at se en storby eller rekreere, men ingen regler uden undtagelser, og ved f.eks. homosportsstævner er det udelukkende sport og homoliv som jeg rejser for, og derfor er det rart at sådanne steder er gay-friendly.
Når jeg er på mere end en weekend tur er jeg som regel afsted i 4-5 uger, og så vælger jeg som regel at komme forbi et sted der er gay friendly, men det er ikke et mål at min ferie skal ske et sted der er gay friendly
Nogle destinationer er i sig selv interessante og hvis det er oplevelsen jeg går efter må jeg indordne mig under den lokale kultur.
Det kommer an på, om det er en afslappende ferie, så det er rart at kunne holde min partner i hånden.. Men hvis det er en ferie, hvor det kulturelle er det primære mål, så gør det ikke så meget..
Nogle af mine rejsemål er valgt primært fordi der er et godt homomiljø på destinationen.

Kunne du finde på at rejse til en destination, hvor homoseksualitet er forbudt (f.eks. Muslimske lande)?	Respondenter	Procent
Nej	128	49,2%
Ja	132	50,8%
I alt	260	100,0%

<b>Uddyb venligst ovenstående svar:</b>
hvis jeg rejser for at en speciel ting i det land
Hvis det er kultur jeg rejser efter...så har jeg ikke problem med det
Nej aldrig nogensinde!.. kunne aldrig falde mig ind at støtte så intollerante lande, eller mennesker. Så

jeg vil hellere give mine penge til nogle der har fortjent dem.! Vil ikke engang sende penge til dem i Ulands hjælp hvis jeg altså kunne undgå det..
Ligesom jeg heller ikke vil rejse til bestemte lande af politiske grunde.
Jeg ville ikke bryde mig om at være i et land, hvor jeg blev anset for at være kriminel blot på grund af min seksualitet
Det kunne jeg, hvis der var en historisk eller kulturel begrundelse til at rejse til det pågældende sted
Ja, de muslimske lande er skønne rejselande. Meget venlig befolkning og stor gæstfrihed, åbenhed og nysgerrighed. Jeg er dog mere tilbageholdende med at vise min seksualitet her. Men i muslimske lande er der jo også mange homoseksuelle man kan møde.
Et land kan på alle måder være interessant og spændende uanset gældende love.
Ville ikke foretrække dette i disse utrygge tider m/danske had
Kan ikke se det vildt store problem, men ville nok ikke vise min kæreste frem i al offentlighed hvis jeg rejste med ham...
Selvom det sikkert kunne være berigende på det intellektuelle og kulturelle plan, er det nok min egen form for "boycott"...
Af frygt for måske at blive opdaget og hvad konsekvenserne så ville være
Jeg behøver jo ikke råbe og skribe med det, og jeg elsker andre landes kulture
Men ikke ofte !
Det ville nok ødelægge min oplevelse at skulle have øjne i nakken. Der vil være en konstant paranoia omkring turen.
Det er mere et princip om ikke at rejse til lande der ikke respekterer grundlæggende menneskerettigheder
jeg vil ikke støtte de lande og jeg vil ikke gøre noget der er ulovligt der hvor jeg er
Fordi jeg i alt sin enkelthed ikke er ønsket i et sådant land, så hvorfor skulle jeg så tage dertil og leve undercover! Og støtte dem. Ikke på vilkår.
Ja, muslimske lande har gæstfrihed og man behøver jo ikke at skilte med sin seksualitet, der gør man da heller ikke så meget i Danmark. Men ville da frygte mere at tage til visse steder i Karibien, hvor der også er love mod homoer.
Der er tilpas mange muslimer i Danmark til at det er usikkert for min kæreste og mig at gå hånd i hånd på Strøget. Hvorfor opsøge problemerne ved at rejse til deres middelaldersamfund og derved risikere stening?
Jeg hader de fucking muslimer.
en forlænget weekend for fx at dykke eller for at se en gived seværdighed eller event - gør sexualitet underordnet.
At besøge en destination, hvor man ikke er enig med eller nødvendigvis tolereret af landets lovgivning, er ikke ensbetydende med, at destinationen er uden turistattraktionsværdi. De fleste destinationer/byer/lande har en-eller-anden form for restriktioner og/eller normer og/eller lovgivning, som vil begrænse min personlige frihed som dansker/individ/ryger etc etc etc., så muligheden for at være turist/individ og agere med 100% af sin personlighed er ikke-eksisterende, hvad ikke afskille sig fra resten af eksistensen.
Der er steder i verdenen, som jeg gerne vil se, og visse af disse findes netop i lande, hvor homoseksualitet er forbudt eller bare ikke velset. Det vil selvfølgelig betyde, at jeg må lægge visse restriktioner på min fremfærd - dvs. ikke holde kæresten i hånden og deslige. Men så er det jo heller ikke værre en som så.
Selvfølgelig er jeg for bøssers rettigheder - men det kræver altså et vist mål af demokrati og civilisation at nå så langt. Jeg behøver ikke at skilte med at jeg er bøsse og kan sagtens rejse i et land hvor homoer er forbudt - har f.eks. været i Ægypten.
Ja det skulle ikke afholde mig at rejse til et bestemt land, men det er bestemt ikke noget jeg syntes om at skulle tænke på.
Se forrige svar.
Hvorfor skulle jeg dog gøre det? Det kan godt være at jeg ikke har behov for at rejse til gay destinationer, men jeg har endnu mindre behov for at støtte den slag regimer.
Jeg har rejst i Kina og sydøstasien inklusive Singapore hvor homoseksualitet er ulovligt. Det er ikke

et problem for mig, da jeg ikke er bøsset i min måde at handle på eller mit udseende. Og hvis jeg rejser med min partner, så er man jo bare "venner" hvis nogen kommer ind på emnet. Så jo, jeg kunne sagtens finde på at rejse til lande hvor homoseksualitet er forbudt.
Man kan jo også rejse bare for rejsens ( destinationen ) skyld. Så må man respektere landets regler.
har ikk den store lys til at dø... så ka stedet være nok så smukt og specielt og gammelt.. hvis jeg ricikere at blive forfulgt, tæsket, bortført, tortureret eller dræbt så blir den destination fjernet fra min "to go" liste
Nej da jeg ikke ønsker at rejse til et land, hvor jeg ved det er et problem med min seksualitet.
Mine rejser har intet med min seksualitet at gøre. Vi kysser og har sex på hotelværelset og ikke på åben gade - hvilket vi nu heller ikke gør herhjemme! Det er en privat ting.
jeg dyrker ikke sexturisme og kan sagtens klare mig uden "aktivt" sexliv i en periode. En kontakt til lokalbefolkningen, der ikke inkluderer sex, kan være meget vanskelig at forfølge som homoseksualitet forudsat at man træffer sine forholdsregler.
Jeg ville helst steder hen hvor jeg kan være mig selv.
Jeg rejser kun i Europa, da jeg helst ikke flyver og slet ikke til muslimske lande, da jeg ikke ønsker at udsætte mig for at blive kidnappet eller lign.
Jeg ville overveje det, men også være meget opmærksom på, hvad det betød for mig, og hvor strikst lovgivningen følges
Altså - i et katolsk land er homoseksualiteten heller ikke specielt velset, men dertil rejser jeg alligevel, da jeg mener, at de kun ser det som etiske problemer (hvilket jeg selvfølgelig ikke er enig i), men det gør trods alt ikke noget synderligt ved, at du er bøsse/lebbe. Til gengæld kan jeg ikke drømme om at sætte min fod i et land, hvor jeg rent faktisk kan blive straffet for noget, jeg ikke selv er herre over!
Hvorfor lege med ilden?
Jeg vil ikke gå i skabet på min ferie, og jeg vil ikke støtte den slags lande. (Og så er det altså ikke alle muslimske lande, hvor homoseksualitet er forbudt! Pas på de signaler I sender.)
Kunne ikke drømme om at rejse til et land og bruge mine penge, hvis de hellere vil se min hæl end min tå! Og med muslimske landes regeringer og imamers attitude overfor os, ville det være utopi for mig at rejse dertil. Ingen af mine sædvanlige rejsefæller (ca. 20 stk.) kunne heller drømme om det!
Har været i Ægypten og mellemlandet i et hav af steder hvor man kunne blive stenet for det
dette af hensyn til egen sikkerhed, og fordi jeg ikke vil lægge mine penge der
Jeg vil ikke kunne udelukke det
Det er ikke helt udelukket at jeg i nogle tilfælde kunne finde på at besøge et muslimsk land, og har også gjort det. Jeg foretrækker dog homovenlige rejsemål. Muslimske lande kunne besøges fx ui forbindelse med arbejde eller med et homorettighedsarbejde relateret sammenhæng.
Jeg har set hvordan man behandler homoseksuelle i muslimske og nogle katolske lande og derfor kunne jeg ALDRIG finde på at ligge penge i deres lande!
Jeg rejser for at opleve fremmede kulturer og derfor accepterer jeg selvfølgelig de gældende regler i de forskellige kulturer.
Ville højst sandsynligt ikke turde hvis det fx var Iran eller Jamaica.
Vil ikke lægge penge i et land som diskriminerer og vil ikke rejse et sted hen hvor jeg ikke føler mig fri. Det ville jo være et skridt tilbage ind i skabet. Der har jeg været, og ønsker ikke den følelse igen.
Har været i de lande, og kender deres uærlighed og dobbeltmoral.
Hvorfor udfordre skæbnen, og måske blive indkvarteret uden at kunne bo sammen med min mand, men ellers ville jeg nok kunne begå mig i muslimske lande hvor homoseksualitet er forbudt, da vi ikke er et par med løse håndled, eller absolut skal gå med hinanden i hånden, og reklamere om vores seksualitet
Rejser gerne til muslimske lande. Igen rejser jeg for oplevelsen skyld ikke fordi jeg er bøsse
For det første er der altid homoseksuelle i alle alle, bare ikke alle steder de er åbne omkring det - ligesom i DK i princippet! Dernæst er det jo heller ikke det en rejse går ud på! Det kan jo også handle om kultur og oplevelser, som mange muslimske lande jo har en del af!
Ser det som for stor en trusel.
Pga. min kulturelle og historiske interesse vil jeg godt kunne finde på at rejse til lande, hvis lovgivning er problematisk på dette og andre områder.

<p>Forði jeg ikke har behov for at gå med homoseksuelle bluser, øreringe el andet som indikerer min seksualitet. Jeg rejser for at opleve noget nyt - ikke for at vise, hvem jeg er.</p>
<p>Jeg er parat til at dø for min seksualitet, ej det er gas...! Selvfølgelig kunne jeg ikke det.</p>
<p>Ja, men ville nok overveje det nøje, for umiddelbart ville det ikke tiltale mig. Men landet kan have en særlig natur eller historie og befolkning, at kulturelle ville komme i højsædet. Men hvis der vil være en reel risiko for at der kan opstå problemer med de lokale myndigheder, blev landet nok fravalgt.</p>
<p>vil helts ikke dø!</p>
<p>Ikke his det er sammen med min kæreste</p>
<p>Jeg er nogle gange tvunget til at rejse til et land hvor homoseksuelle bliver halshugget på åben gade, fordi mine forældre bor der. Men det er som regel intet problem, da jeg 1. Ikke er vildt bøsset, 2. Det er mere accepteret hvis det er hvide mennesker der er homoseksuelle, fordi Jamaicanere tror meget nemt på at det er en moralsk sygdom fra Vesten af.</p>
<p>det er jo ikke for at være sammen med homoseksuelle</p>
<p>Hvis der er et eller andet jeg gerne vil opleve/se - er det ikke styret af min sexualitet - mit valg af transportmiddel er heller ikke styret af min sexualitet, mine madvalg er heller ikke styret af min sexualitet, mit valg af sexpartner er styret af min sexualitet.</p>
<p>Ikke ferie , men gør det tit erhversmæssigt</p>
<p>overvejer da at skulle se fx. pyramider eller Thai Mahal... En sådan rejse ville ikke være med formål at flirte som i fx. Paris</p>
<p>"Vil ik støtte 'sådan et' land"....</p>
<p>Alle rejser man foretager behøves jo ikke at være homoseksuelt relateret (: Har været i Tyrkiet med familie , og skal snart igen (: så kunne jeg sagtens finde på !</p>
<p>Det ville skabe lidt ekstra spænding i tilværelsen.</p>
<p>Jeg kunne fire på principperne, hvis der var en kulturel begivenhed, som var af stor vigtighed</p>
<p>Jeg skriver nej fordi jeg ikke har lyst til at støtte disse lande og heller ikke vil føle mig tryk som gæst. Jeg vil dog ikke afvise at jeg kunne rejse dertil i forbindelse med job eller andet.</p>
<p>Vil ikke føle mig velkommen i et land, hvor det er forbudt at være den jeg er.</p>
<p>Jeg kunne bare ikke finde på at rejse til et muslimsk land.</p>
<p>Men det er mere pga. deres religion og kultur. Er ikke særlige tryk ved at rejse til et muslimsk land efter Muhammed Krisen.</p>
<p>Som jeg skrev før, rejser vi ikke ud som bøsser. Vi skilter ikke med det. Det har vi overhovedet ikke behov for. Vi er bare to helt almindelige mænd, der ligeså godt kunne være brødre, hvad vi tit bliver antaget for at være, og så lader vi bare "folk" tro det. Vores seksualitet er vore helt egen. Den kommer overhovedet ikke andre mennesker ved. Vi opfatter ikke det at være bøsser som noget særligt. En af vore meget gode venner, som vi har kendt gennem mange år, blev meget overrasket, da han fik at vide, at vi var bøsser. Det havde han da aldrig spekuleret over.</p>
<p>Ønsker ikke at støtte disse lande</p>
<p>Jeg ville normalt ikke rejse til steder, hvor der er dødsstraf, men ellers er der jo ofte et undergrundsmiljø selv i lande, hvor homoseksualitet er forbudt</p>
<p>det skal ikke afholde mig fra at se verdenen...</p>
<p>Jeg vil ikke føle mig tryk i et land, hvor jeg ved, at jeg risikerer at blive straffet, hvis jeg gør ting, der er helt naturlige for mig.</p>
<p>Var 14 dage i Tunesien sidste år. Fin afskappende ferie.</p>
<p>Men jeg ville sætte mig ind i destinationens forhold til homoseksualitet inden afrejse, så jeg var klar over i hvilken grad, det ville være passende at være omkring det, at jeg er bøsse.</p>
<p>Nu har jeg svaret nej til ovenstående. Men jeg kan ikke stå inde for det 100%. Der er lande, som forbyder homoseksualitet i lovgivningen, som er så meget indrettet efter at tage imod turister og samtidig har meget store attraktioner, så Jeg ved ikke om homoseksualitet er forbudt i Egypten, men det kunne være et eksempel på et land, jeg godt kunne finde på at rejse til alligevel. Så der er gråzoner.</p>
<p>Ja hvis der er andre atraktioner der er vigtigere end sex!</p>
<p>Jeg har besøgt venner i muslimske lande(for eksempel Tyrkiet og Malaysia), der tolererer homoseksualitet. Men man er selvfølgelig nødt til at være mere opmærksom på sin opførsel.</p>



Ja se foranstående svar. Men jeg vil tænke mig godt om først. Ligeledes vil jeg være mere forsigtig end ellers.
Vil ikke støtte et regime/land som ikke vil acceptere mig, som jeg er. Kan sammenlignes med et forbruger-politisk standpunkt (som f.eks. køb af øko-varer).
Gider ikke have ødelagt ferien hvis nogle mennesker ser skævt til én og begynder at genere det fanger ikke min interesse
Hvis der er seværdigheder som ikke findes andre steder
Uanset officiel lovgivning mener jeg at mange muslimske rejsemål er sikre for homoer - især steder hvor der er mange vesterlændinge, f.eks. Tyrkiet, Egypten og Dubai
Endnu engang... er ligeglad, i og med jeg ikke har behov for at være åben omkring min seksualitet i udlandet.
Kulturrelativisme giver ingen mening, hvis man bliver stenet! :o)
Fordi jeg ikke ønsker at udsætte mig for ubehageligheder.
ja- nej- maaske. Ville typisk slet ikke rejse til muslimske lande, men skal ikke kunne afvise at jeg kunne finde paa at besøge et muslimsk land, hvis selskabet var heteroseksuelle venner
For at se kulturen eller kulturmindesmærker - jeg ville dog tænke på hvorvidt jeg i for høj grad ville støtte et for korupt regime med mine rejsepenge...
Hvis interessen er der, så skjuler jeg bare min seksualitet.
Har gjort det. Men der er forskelle på lande og deres mentalitet. Der er lande som jeg aldrig ville sætte mine fødder i pga. min seksualitet.
Ville ikke bryde mig om at rejse til en destination hvor jeg ikke ville være velkommen som den jeg er
Jeg ser ikke nogen grund til at rejse et sted hen hvor jeg ikke være mig selv
Generelt vil jeg gerne være accepteret hvor jeg kommer hen, men hvis der er noget specielt jeg gerne vil se, så rejser jeg dertil alligevel
Jeg vil have lov at være mig selv, og det er der ingen der skal straffe mig for.
Jeg har ikke lyst til at skulle passe på hele tiden.
rejser dertil for at se på land og miljø
Rejser pt. konsekvent ikke til muslimske lande uagtet homoseksualitet eller ej.
Det er da spændende at udforske land ligegyldigt hvad de mener .. Så får man måske endda et andet syn på, hvorfor de har de fordomme de har ..
Oplevelserne ved andre kulturer kommer i første række.
jeg ville vælge stedet med omhu. jeg har kollegaer og venner i lande, hvor homoseksualitet enten ikke er tilladt eller kan under visse omstændigheder straffes, men jeg er bevidst om at støtte lokale initiativer, der kæmper mod disse forhold.
Hvis jeg tog på ferie i et land hvor homoseksualitet er forbudt ville det - formoder jeg - også være et land man besøger primært fordi det er kulturelt anderledes. Jeg rejser således for at opleve deres kultur, ikke for at skilte med min egen. Et besøg i et land hvor homoseksualitet er ulovligt ville måske give mig et indtryk af hvorfor det er sådan, hvordan man lever med det etc, som kan udvide min horisont. Hvem ved...
Hvorfor ikke?
Jeg rejser pga. nysgerrighed og ikke for at være politisk aktivist.
Jeg har aldrig været i et land med forbud, men jeg kunne nok godt finde på det hvis det var nogle attraktioner jeg ville se.
ja - fordi jeg har mange nære og dejlige venner der
Så længe det med familie eller andet, hvorved min seksualitet ikke oplyses eller skal være et problem for mig. Hvis jeg når jeg bliver ældre får mig en mand, så er chancen dog ikke så stor.
kommer igen an på, hvad formålet er med ferien
Nej af principielle grunde - lige som jeg heller aldrig har brugt diktatorlande som rejsemål, hverken de højre- eller de venstrefascistiske, så altså: Jeg vil heller ikke ferierejse til kristenfundamentalistisk anti-gay områder i USA
Jeg er jo bevidt om det når jeg evt. rejser til et land hvor homoseksualitet ikke er lovligt eller accepteret. Det er et valg, og man får jo ikke en oplevelse af verdenen hvis man kun rejser der hvor

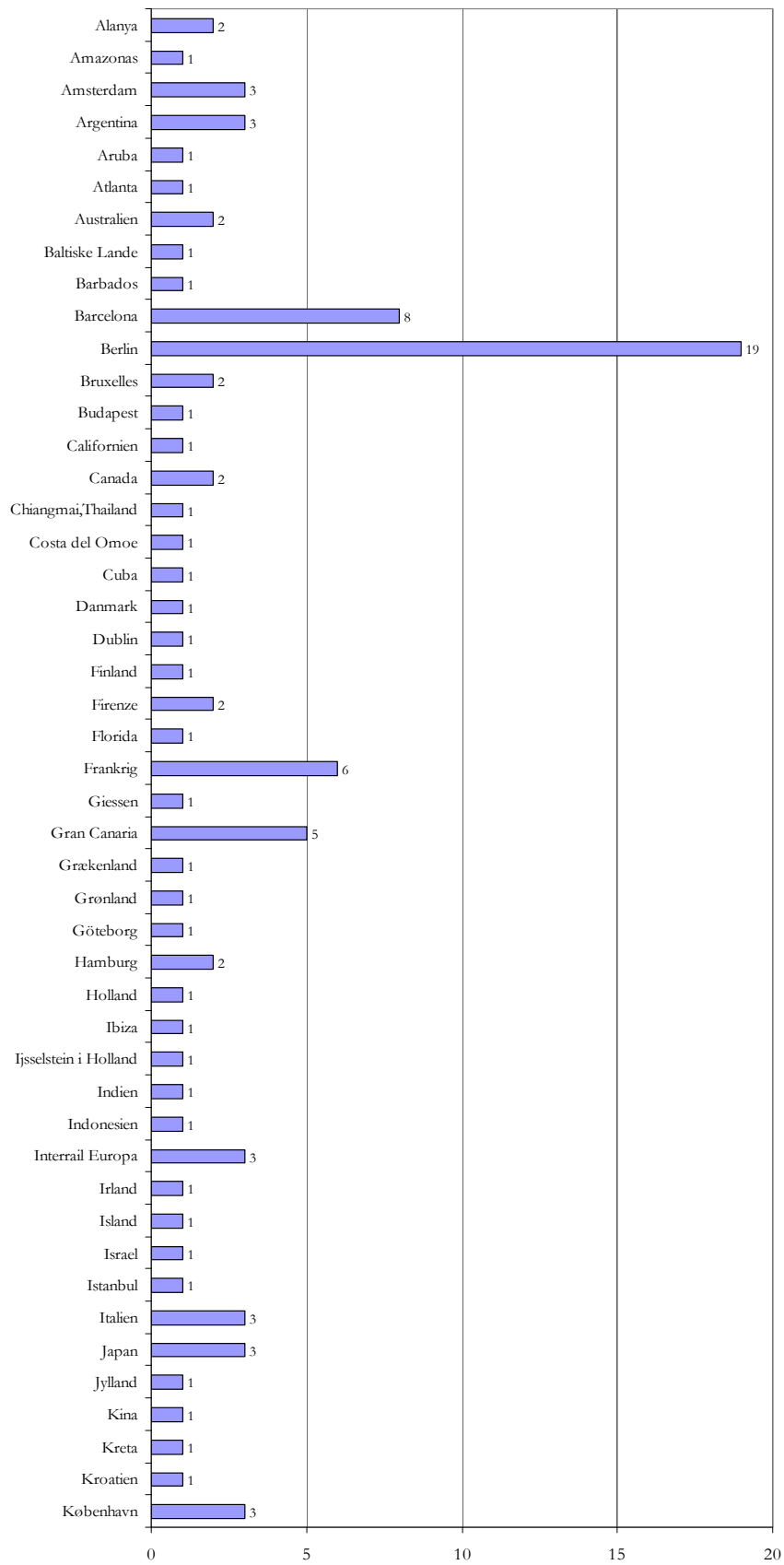
det er muligt at være åben homo. Det er jo desværre ikke nok steder endnu ;)
Det kommer helt an på, om jeg er der for kulturens, religionens og sprogets skyld. Jeg er utrolig meget interesseret i de tre ting, selv om jeg er ateist, men jeg føler det som en menneskelig pligt at stræbe mod en større selvforståelse, accept (af andre og ej at forveksle med andres accept af mig!), tolerance og vide noget om den verden, som jeg lever i.
Hvis turen har et specifikt formål
Det er ikke det vigtige! Når jeg rejser vil jeg se verden, hvis "verden" forbyder homoseksualitet så er det jo sådan det er... Jeg vil se den alligevel!! Jeg synes bestemt at det burde være anderledes, men nu er det sådan, og jeg er nysgerrig alligevel!! Men jeg vil meget gerne være med til at ligge et pres på regeringerne i disse lande, men vil hellere gøre det hjemmefra end derude...
min sexualitet er ikke alt
fordi jeg i princip er imod at forbyde sådan noget, og så vil jeg ikke støtte dem med mine turist penge
Jeg er meget åben om seksualitet og derfor er det helt grundlæggende for at jeg føler mig tilpas at jeg kan være den jeg er. Jeg skal ikke kunne afvise at jeg en gang via job skal befærde mig i et land med lav tolerance overfor homoseksuelle, men for rekreation vil det altid været et sted der er åbent overfor homoseksuelle.
Det er ingen hindring,- har intet behov for at skildre med min seksualitet, Lever åbent og kan derfor sagtens gå stille med dørene under en ferie. Tænk, alt det jeg ikke ville opleve, hvis jeg lod min seksualitet sætte begrænsninger for mig.
Forbud og forbud - mennesket kan ikke kontrolleres!
man skal bare være klar over det og tage hensyn
For at opleve landet. Skik følge eller land fly..
Det har ikke noget med homoseksualitet at gøre. Jeg tager af principelle årsager aldrig til destinationer som jeg omfatter som totalitære, og det er de fleste muslimske tilfældigvis. Hvorfor skulle jeg støtte dem økonomisk?
Hvis jeg rejser for at se kultur
I så fald ville jeg ikke gøre noget, der kunne skabe problemer
Hvis jeg vælger et sådant land, er det for at opleve landet. Hvis homoseksualitet er forbudt, kan jeg sagtens vente til jeg kommer hjem igen, med at dyrke den side af mig selv.
Hvis jeg ikke skal lave noget med HOMO at gøre, så er de steder også fint.
Mange muslimske lande har seværdigheder, som jeg anser for spændende og betydningsfulde (pyramiderne fx) og ville sætte det højere end evt. forbud. Måske ville jeg så ikke vælge det pågældende land som rejsemål med min partner.
har ikke problemer med at skulle rejse til et homofrit land - jeg kan godt finde ud af at holde lav profil og opleve en masse alligevel - incl at grine i skægget bagefter over at jeg har været der og helst knæppet halvdelen af landets befolkning - he he
Nej, kunne ikke finde på at rejse til regimer der forbyder homoseksualitet! Det har ikke noget med min egen seksualitet at gøre..
Ja jeg har ikke noget princip om kun at rejse til destinationer hvor homoseksualitet er tilladt. Det ville dog være afhængigt af den geopolitiske situation generelt i landet, om der har været optøjer på det seneste etc. Og igen så har jeg brug for at vide, at det sted jeg bor ikke som sådan vil se "skævt" til mig...men det er som oftest ikke noget problem på de store internationale hotelkæder. Så ja, jeg kunne godt finde på at vælge en sådan destination...faktum er dog, at vi har tendens til at rejse til steder, hvor holdningen til homoseksuelle er afslappet...så det har jo nok en indflydelse
For at opleve en helt anden kultur
Tror ikke at jeg ville turde. Man er vant til at gøre så mange ting, som man ikke tænker over herhjemme. Var homoseksualitet forbudt på destinationen, skulle man hele tiden gå og tænke på sin egen opførsel...og så ville det jo ikke være ferie!
Da den muslimske kultur har et negativt syn på homoseksuelle, fravælger jeg bevidst rejser til muslimske lande.
Det har jeg lige gjort ved forrige spørgsmål.
Jeg skifter ikke med min sexualitet, og afhængigt af rejseselskabet er det ikke en trussel.

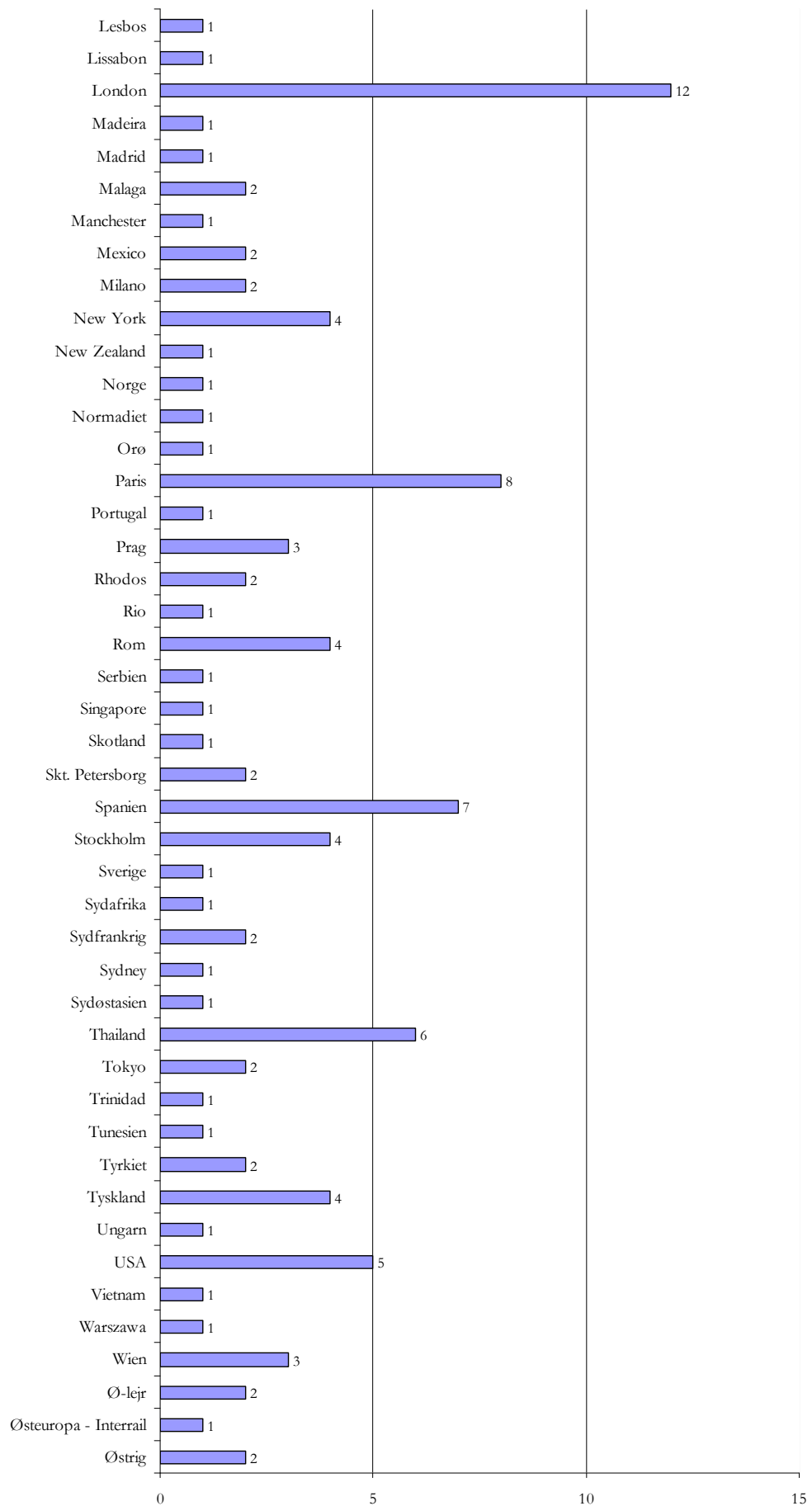
Siger sig selv, jeg lever i et registreret partnerskab og er derfor ikke interesseret i at tage på ferie et sted hvor min livstil er forbudt...
Jeg ønsker ikke at begrænse mit liv eller mine indtryk på grund af min seksualitet... ville da være fedest hvis jeg kunne være åben omkring det, hvor end jeg befinder mig, men sådan er det desværre bare ikke, og det må jeg finde mig i. Og homoseksualitet findes jo også i muslimske lande, de homoseksuelle lever jo bare under andre vilkår. Mener det er sundt at opleve disse vilkår så jeg ikke glemmer homokampen.
Aldrig i livet, hvorfor skulle jeg bruge mine penge, i et land, hvor jeg ikke er velkommen ?
en af de ting jeg kan lide ved rejser er at opleve anden kultur.... rejser ikke for at fremhæve min seksualitet
Ser ingen grund til at udsætte sig for den risiko - der er lande nok at rejse til.....
SELVOM DET ER FORBUDT DYRKER DE JO OGSÅ HOMOSEKSUALITET,SÅ DER ER IKKE NOGET PROBLEM
VIL GODT KUNNE FÆRDES RIMELIG FRIT FOR MANGE EKSEMPLER PÅ OVERGREB PÅ HOMOER INKL. TURISTER, ØNSKER IKKE AT STØTTE DOBBELTMORAL - OK AT LÆGGE PENGE, BARE MAN IKKE SKILETER MED HVAD MAN ER
Jeg gider ikke opholde mig i en så mentalt inkrænket miljø
Jeg mener ikke, at min seksualitet skal betyde, at jeg ikke vil rejse bestemte steder hen.
Jeg ville ikke føle mig tryk ved at rejse til et land hvor homoseksualitet. Dette synes jeg virker ret indlysende.
Jeg vil ikke gå på kompromis med min seksualitet, og derfor kunne jeg ikke finde på at besøge lande, som ikke kan acceptere bøsser. Muslimske lande ligger for langt fra mit menneskesyn, og derfor ønsker jeg ikke at støtte dem. Jeg har heller ingen ønske om at rejse til Færøerne p.g.a. deres syn på bøsser. Jeg er åben med min seksualitet, og jeg har ingen problem med at vise min kærlighed til min kæreste, og hvis det ikke kan accepteres i landet, så ønsker jeg ikke at besøge det.
Jeg vil ikke udsætte mig for unødige risici, så jeg rejser ikke til muslimske lande.
kan godt lide det forbudte
I de muslimske land jeg har besøgt, har er alligevel været et vist homoliv, dog meget skjult. Hvilket er med til at gøre sammenholdskraften endnu stærkere.
Jeg har ikke noget behov for at skilte med min seksualitet. Det gør jeg heller ikke i Danmark. Jeg har rejst flere gange i bl.a. Tyrkiet og har på intet tidspunkt følt mig uvelkommen.
Hvorfor skulle jeg støtte et land som åbenlyst hader andre mennesker så meget at de ville slå dig ihjel fordi du bare er dig selv... De skal ihverfald ikke have mine penge og min interesse. Der er så mange andre steder på denne jord som er mere interessante end lande med et indesnævret menneskesyn
Jeg vil ikke udsætte mig selv for nedladende behandling eller risiko - og heller ikke støtte kulturer, der ikke accepterer homoseksuelle.
Rejser ikke for at få bekræftet min seksualitet, men for at opleve. Iøvrigt er der homoseksuelle alle vegne forbudt eller ej.
jeg er ikke kun min seksualitet, når jeg rejser, så jeg kunne have interesse for historiske, kulturelle, sociale, politiske osv. forhold på rejsen
Har været i mange lande hvor det er tilfældet. Senest i Marocco.
Sådanne indskrænkede kulturer og samfund, der straffer noget ganske naturligt på grund af simpel uvidenhed har jeg ikke de store ønsker om at besøge.
har det lidt svært med at nogen bestemmer hvad man må og ikke må
Rejser ikke på ferie for at blive udsat for negative oplevelser. Ønsker ikke at lægge penge i lande, som hellere ser mig død end levende.
Jeg har haft mange homofobiske oplevelser og de har stort set alle sammen været i forbindelse med muslimer. Jeg kan ikke tolerere den opførsel de har over for os og den måde det hele skal omhandle hvad deres religion siger. Jeg kan ikke klare snævertsynede mennesker som muslimerne. Derfor
Hvis selve destinationen er meget interessant (kulturhistorisk) kunne jeg godt gøre det ud fra den betragtning at en nutiddigt styre ikke kan holde et kulturhistorisk element som gidsel - hvilket jo ville være konsekvensen af ikke at tage afsted. Men det skulle være et meget spændende sted. Jeg ville

være meget bevidst om ikke at signalere positiv opbakning til det politiske styre - ved eks. at begrænse min forbrug. I en konkret afvejning spiller det selvflg også ind hvor dogmatisk et forbud der er tale om - og om - og hvordan - det håndhæves.
Det er da ikke særlig fedt at risikere ballade når man er på ferie.
Hvis der er tale om et land jeg ønsker at besøge, så betyder det i princippet ikke så meget om homoseksualitet er tilladt eller ej. Jeg rejser ikke for at cruise, men for at se nye steder, opleve andre kulturer og lokalliv, og det kan jeg lige så godt gøre i et land hvor homoseksualitet er forbudt.
Jeg har generelt ikke noget behov for at rejse til steder, der væsentlig afviger fra de vesteuropæiske lande. Foretrækker at være steder hvor man kan "aflæse" sine omgivelser og være nogenlunde sikker på at man kan være i fred
Jeg vil ikke på nogen måde støtte lande der ikke tillader homoseksuelle.
Syndes at det er vigtigt at stå vdet man er og så måman jo tage den derfra
hvis du ikke vil ha homo ind i ders land skal de heller ikke ha mine penge
Så opsøger jeg blot andre kuturelle ting.
Nej det tror jeg ikke jeg har lyst til - ikke endnu der til er muslimer vidst for tillukket endnu
Det behøver jeg vist ikke uddybe!
Har tidligere været i f.eks. Singapore hvor homoseksualitet heller ikke er velset / lovligt. Jeg rejser dertil for at opleve noget, ikke for at have sex(!) så derfor har jeg ikke noget problem med at være diskret. Men jeg vil meget hellere støtte lande og områder som accepterer homoseksuelle, men oplevelserne trækker nogle gange mere end hensynet til min seksualitet.
I fx Malaysia, i teorien er det forbudt, i praksis er der dog en ret livlig gay scene. Men fx Saudi hvor det er totalt undertrykt kunne jeg ikke finde på at komme, ud af rent princip
Ser ingen grund til at støtte sådanne lande
Jeg ville føle mig meget ufri, og ville ikke turde kontakte andre homoer af frygt for hvad konsekvenserne ville være. Jeg ønsker heller ikke at støtte disse lande ved at lægge mine penge der. af faglige grunde kunne jeg eksempelvis godt tænke mig at se dele af Iran og Afghanistan.
Jeg gider ikke opholde mig et sted, hvor jeg er forbudt, og jeg gider ikke lægge mine penge i en stat, der forbyder homoseksualitet.
Hvorfor sætte mit liv på spil i lande hvor moralens vogtere regerer?!
Det er da selvfølgelig ærgeligt at man ikke kan rejse åbent som hvem man er overalt i verden men jeg har ikke noget problem med at spille lidt skuespil hvis jeg har sat mig for at opleve et specifikt sted (har helt konkret gjort sådan under et besøg i Damaskus).
Ville ikke støtte et land, der ikke ville acceptere mig
Hvis formålet er at opleve det kulturelle eller andet..
Jeg har rejst i et muslimsk land med min kæreste (af samme køn). Det var ikke noget problem. Vi lod bare som om, vi var gode venner, når vi var blandt andre, og så havde vi masser af sex på hotelværelset.
Fordi jeg har lyst til også at opleve disse landes særegne kultur

Har du planlagt din næste ferie?	Respondenter	Procent
Nej	67	25,8%
Ja - hvortil:	193	74,2%
I alt	260	100,0%

## Hvis ja, hvortil?





Hvorfor har du valgt netop den destination? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
Sol og strand	71	27,5%
Naturoplevelser	56	21,7%
Storby	129	50,0%
Skiferie	3	1,2%
Kulturelle events - f.eks. teaterforestilling, koncerter, etc.	58	22,5%
Store attraktioner – f.eks. EuroDisney, det skæve tårn i Pisa, etc.	26	10,1%
Socialisering med lokalbefolkningen	46	17,8%
Gay events – f.eks. Pride, Sydney Mardi Gras, etc.	26	10,1%
Socialisering med andre homoseksuelle	54	20,9%
Sex	24	9,3%
En partner	11	4,3%
Andet:	85	32,9%
I alt	258	100,0%

Hvorfor har du valgt netop den destination? (sæt gerne flere krydser) - Andet:
Familiebesøg
skal besøge en ven
Ingensteder
Jeg søger en lejlighed i Paris, skal se til min nuværende i Barcelona og har forretningsmøde i Malaga. Tunesien er ren ferie.
Camping i Danamrk
Aktiv ferie med vennerne hvor der skal opleves meget!
Bare for at komme langt væk! :D
Sprogskole
Har en lejlighed der.
Familie
Forretningsrejse
Besøge ven
har ikke planlagt ferie endnu
ikke valgt
min svigerfamilie bor der
Ikke planlagt noget
SHOPPING :D
ikke planlagt
besøge venner
Enten Spanien eller Brasilien - igen!
Yoga
Familiebesøg
Arbejdsrelateret
evt. for flytte dertil
Optagelsesprøve på skole
elsker bare tyrkiet og særligt Alanya
Min familie er fra Island, og jeg skal til Reykjavik Gay Pride
Har været der før og det er det vildeste!
IKKE PLANLAGT - Kodningsfejl
Besøge min søster
mad og vin
ikke planlagt
venner på besøg fra udlandet skal se synderjylland.
Sommerhus

et vennepar bor der
Ven
Skal til bryllup hos venner
Sammen med en ven, der skal på tjenesterejse dertil.
Gå-i-byen
Skoleophold
besøge venner
Ikke planlagt
Studie
Er selv medaranger.
(se tilsvarende noter, et par sider tilbage)
Besøge venner og bekendte
Dyrkning af forskellige kampsporter som jeg i forvejen underviser i.
Gruppe ferie med en stor gruppe venner
Sport
jeg svarede jo nej
Har boet der i et år og vil gerne genopfriske minder. Er selv ved at skrive speciale og trænger blot til afslapning sammen med min kæreste. Tilfældigt, at det lige bliver London
dette spørgsmål burde være overflødig når forie svar er nej
N/A
skal i zoo med min kæreste - bare en enkelt overnatning
Besøge venner
Familie
Hjemme i år.
har boet der og har venner der
studietur med klassen.
Familie
Cykeltur
Videreuddannelse
VI HAR HUS DER
Rekreation
Sejlsport
Nej
fejl i spørgeskemaet, dette spørgsmål kræves besvaret, men det foregående spørgsmål burde betinge dette, når jeg svarede "nej"
inviteret af familie
En livslang lyst til at se Nordamerika
Shopping men skal ikke bo i en storby
ikke planlagt
Tur med venner
en familiebolig
Familie
ikke en partner, men en MULIG partner
Sport

Hvem skal du rejse med? (sæt gerne flere krydser)	Respondenter	Procent
Alene	59	22,8%
Med partner med barn	3	1,2%
Med partner uden barn	77	29,7%
Med venner og bekendte	84	32,4%
Familie	31	12,0%
Andet:	39	15,1%



I alt	259	100,0%
-------	-----	--------

<b>Hvem skal du rejse med? (sæt gerne flere krydser) - Andet:</b>		
Ingen		
Firma		
Min svigerfamilie bor der		
Ikke planlagt noget		
ikke planlagt		
Arbejdsrelateret		
Igen må der være en kodningsfejl		
Ved ikke endnu		
Vores kirke		
ikke planlagt		
ved endnu ikke...		
Ikke fundet ud af endnu		
Ikke planlagt		
Sport		
jeg svarede jo nej		
dette spørgsmål burde være overflødig når forie svar er nej		
N/A		
klassen fra gymnasiet.		
GRUPPE PÅ CA. 20		
Nej		
igen, dette spørgsmål kan jeg ikke besvare, når jeg to spørgsmål tidligere svarede "nej"		
Kender et par af deltagerne lidt - bekendte vil jeg sige.		
Skal bo hos bekendte		
ikke planlagt		

<b>Yderligere kommentarer:</b>		
Jeg skal besøge folk jeg kender på rejsen.		
Turen er ikke fastlagt, men ligger på tegnebrættet :)		
Familie		
Har ikke planlagt egen ferie endnu, gør det som regelt meget kort tid inden, jeg rejser.		
Det virker ikke til at I kender mange homoer, ellers er det bare mig		
Hmmm, kunne I overveje at ændre på spørgsmålet "hvorfor er det vigtigt for dig at rejse"...? Med det minimale antal eksempler, der findes til spørgsmålet, ligger spørgsmålet lige på grænsen til at være "seksuel exotisme". Mellem linjerne virker spørgsmålet lidt på denne måde: Hvorfor er det vigtigt for dig at rejse? 1) For at dyrke sex? 2) For at slappe af? 3) Andet? (underforstået, vi kan kun forestille os et begrænset antal øvrige motivationer...) Komisk, men ikke nødvendigvis sjovt... ;-)		
Held og lykke med opgaven!		
Besøge dansk kammerat der bor i London		
Her er en fejl i spørgeskemaet: Man skal udfylde de to sidste spørgsmål selvom man svarer net til det første.		
Kan sagtens tænkes at der pludselig dukker en 2-3 dages tur op, hvorfor jeg så tager uventet afsted. Derfor et "nej" til næste rejse. Men Brasilien i efteråret er sædvanligvis på programmet.		
Jeg rejser nogen x sammen med en veninde, nogen gange alene.....de her yogakurser i en pinjelund er dejlige og det er 4 x vi tar derned i år		
min partners familie bor i cape town		
Har aldrig været der, men vil gerne opleve "østens mystik". Har hørt landet omtalt meget positivt. Smuk og anderledes kultur. Vil gerne derover inden landet bliver helt spoleret af turismen. Ved også at der er mange både piger og drenge derovre der lever af, at sælge sex og den slags. - Det tager jeg klart afstand til. Frygteligt at tænke på, hvor mange der dagligt bliver HIV smittet.		

Udemærket undersøgelse - men jeg synes der mangler en kategori i "Hvor rejser du generelt?", da I har fremhævet Mellemøsten som et særrområde, men har glemt at fremhæve Caribbien. De er ofte mere homofjendlige end muslimer, og der er langt større chance for at homoseksuelle rejser dertil end Mellemøsten tror jeg.
...
Det var en gave fra min partner *S* Jeg vil gerne kontaktes af jer. Jeg arbejder som sportschef på World Outgames 2009 <a href="http://www.copenhagen2009.org">www.copenhagen2009.org</a> Jeg vil gerne spørge jer om forskellige ting og have jeres undersøgelse. Skriv til <a href="mailto:tommy@copenhagen2009.org">tommy@copenhagen2009.org</a> Måske kender jeg også nogle som vil være interesseret i at høre jeres resultater. På forhånd tak.
spændende undersøgelse, glæder mig til at høre om resultatet.
Vi har aldrig kunnet se, at der skulle være noget særligt ved at være bøsser. Sådan er vi nu engang født, og sådan bliver vi derfor nødt til at leve, for at have gode liv. Vi har boet sammen i over 27 år. Og det er ikke én eneste dag for meget.
er lige kommet hjem fra vinterferie så har ikke planlagt sommerferie endnu, men bliver sammen med partner
De allerfleste rejser foregår som forlængede weekendrejser til de nærmeste store kulturstorbyer. Derfor mange gange til København eller som fo nylig til Hamborg.
jeg opholder mig uden for landet 90% af tiden, og har både hjem i italien og frankrig foruden officel bopæl i dk. min kæreste er italiener.
Pas på. De ovenstående svar "andet" er givet fordi skemaet ikke tillader at man springer spørgsmålene over selv om man IKKE har planlagt sin næste ferie.
spørgeskemaet er dårligt - hvis man svarer "nej" skal man udfylde resten
Svarmuligheder passer ikke til hvis man svarer nej til at have planlagt næste ferie
De 2 foregående spørgsmål er jo misvisende , idet jeg har skrevet jeg ikke har valgt næste ferie. Alligevel skal jeg svare på, hvor ferien går hen og med hvem jeg skal rejse.
Jeg er meget naturinteressert, det er min mand ikke i samme grad.
Rejser med venner på storby ferie, for koncert, teater og opera oplevelser.