

Flere, længere, igen og andre

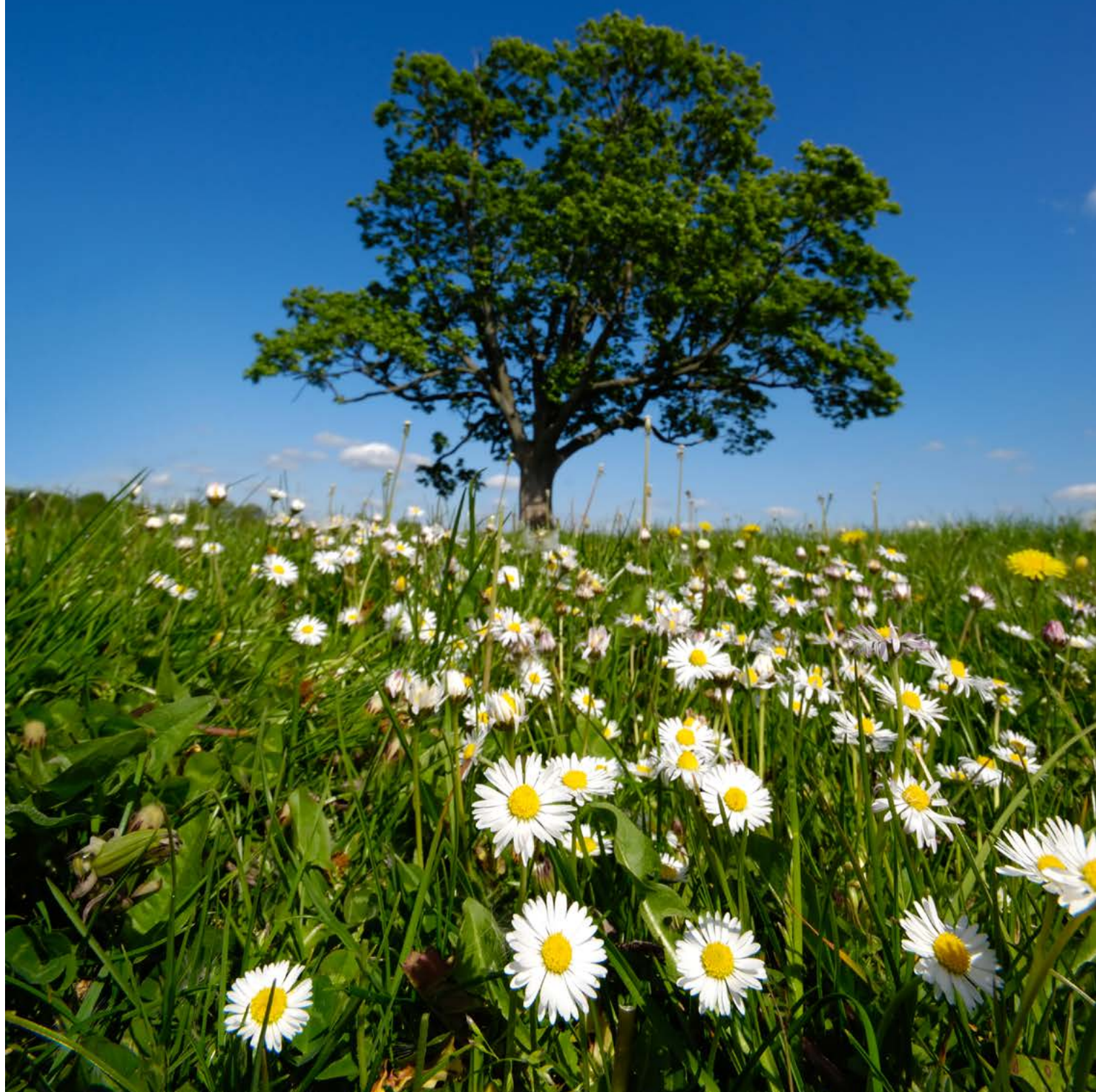
Guide til flere oplevelser i området



H^ØRESTA



Denne publikation er støttet med midler fra Miljøministeriets Idestorm i forbindelse med udarbejdelse af en national friluftspolitik. Læs mere på <http://idestorm.naturstyrelsen.dk/>



Guide til oplevelser i området

Vil I gerne have flere gæster? Have dem til at blive lidt længere? Eller til at komme igen? Og tage andre med?

Der er mange gode måder at gøre det på.

Naturligvis skal der være et attraktivt sted med atmosfære, god service, lækker mad og et passende prisniveau.

Men det kan også ske ved at øge og synliggøre de tilbud, der er udenfor virksomhedens døre – enten på egen grund eller i nærområdet.

Flere og flere gæster efterspørger aktiviteter og events i forbindelse med deres ferie eller ved møder.

Det er ikke længere nok at tilbyde den obligatoriske løberute eller have et bykort og folder over nærliggende attraktioner.

Hvis ikke der tilbydes mere, kan det være at I bliver fravalgt, at gæsten hurtigt rykker videre eller måske ikke kommer igen.

70 pct. af de turister, der året rundt holder ferie i Danmark har naturen som et hovedmotiv for at holde ferie i Danmark. En stor del af turisterne bruger naturen som basis for alle mulige aktiviteter strækkende sig fra cykel- og vandreture, lystfiskeri, svampeplukning, sejlads, surf, geocatching, fugle-kikkeri, mv.

Tiden, hvor turisten kun søgte oplysninger på turistkontoret er slut – og det er heller ikke altid at turistkontorerne kan give den rette eller opdateret information.

I bør være turisten adgangsportal til oplevelser.

Danmark har den natur, som turister efterspørger, og der findes masser som gerne vil afholde arrangementer og formidle deres passion og dele ud af deres viden – enten gratis eller i form af deltagergebyr.

I skal blot række hånden ud til dem og starte samarbejdet.

Denne publikation giver jer et hurtigt indblik i, hvordan I øger de tilbud og giver gæsterne nogle gode oplevelser. Den viser genveje til, hvordan I kommer i kontakt med de rigtige steder og mennesker. Samtidig gives, der nogle konkrete eksempler på, hvor det allerede er lykkedes.

Afsnit:

1. Hvorfor tilbyde oplevelser?
2. Hvordan kommer I i gang?
 - Hvilke kilder kan benyttes?
3. Lav jeres egen destinationshåndbog
 - Inspiration fra Det Sydfynske Øhav
4. Markedsføring af oplevelserne
 - Pakketering
 - Kundegrupper
5. Typer af aktiviteter
6. Udstyr
 - Omvandrede reklamesøjler
7. Madpakker og forplejning
8. Betaling, afbestilling og ansvar
9. Gode historier fra virkeligheden
 - Ribe Danhostel og Sort sol
 - Skallerup Seaside Resort og mobil apps
 - Sinatur – branding via naturen
 - Helenekilde Badehotel
 - Bymose Hegn og læring i naturen
 - Kragerup Gods og Go High

Mere information

I denne guide får du mange gode råd og inspiration til, hvordan I kan benytte jer af naturen og friluftsliv til at skabe flere oplevelser for gæsterne – og forhåbentlig give dem anledning til at blive længere.

For yderligere information kan I gå ind på www.horesta.dk under "Rådgivning/Miljø" eller få inspiration på Facebook: www.facebook.com/GreenKey.dk.

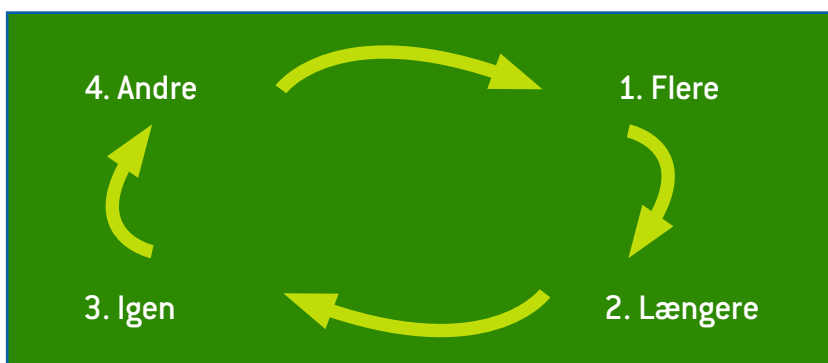
Afsnit 1

Hvorfor tilbyde oplevelser?

Vores branche lever af tilfredse gæster. Mange søger gode oplevelser og vil gerne se det område, som de besøger, hvad enten det er midt i byen eller ude midt i en nationalpark.



Ved at gøre oplevelsesmulighederne synlige kan I få flere gæster, der bliver længere tid, som kommer igen og tager andre med.



1. Flere

Flere og flere gæster dyrker friluft- og sportsaktiviteter og vælger ferie efter dem – enten som primærinteresse, af nysgerrighed eller fordi de ønsker oplevelser med deres familie eller venner. Hvis I som virksomhed er med til at tilbyde disse muligheder, er der større sandsynlighed for at de vælger jeres virksomhed og jeres destination.

2. Længere

Hvis der er flere aktiviteter og attraktioner i et område, er der større sandsynlighed for at gæsterne bliver lidt længere med flere overnatninger og måltider – og større forbrug.

3. Igen

Vi kender det selv. Har vi haft en god oplevelse eller et godt ophold, har vi tendens til at komme igen.

Det er forskellige ting, som man husker fra ferien eller mødet. Maden, den gode service og beliggenhed danner rammen for ferien, men ofte er det aktiviteter og oplevelser, som vi husker. Turen på cykel gennem skoven, krabberne der blev fanget på havnen, kajakturen i solnedgang eller rideturen langs vandkanten.

Undersøgelser viser at turister generelt er meget loyale. Har de haft nogle gode oplevelser og aktiviteter, er der større sandsynlighed for at de kommer igen.

4. Andre

Undersøgelser fra VisitDenmark viser, at vi i forbindelse med valg af ferie i høj grad bliver påvirket af vores venner, familie og kollegaer.

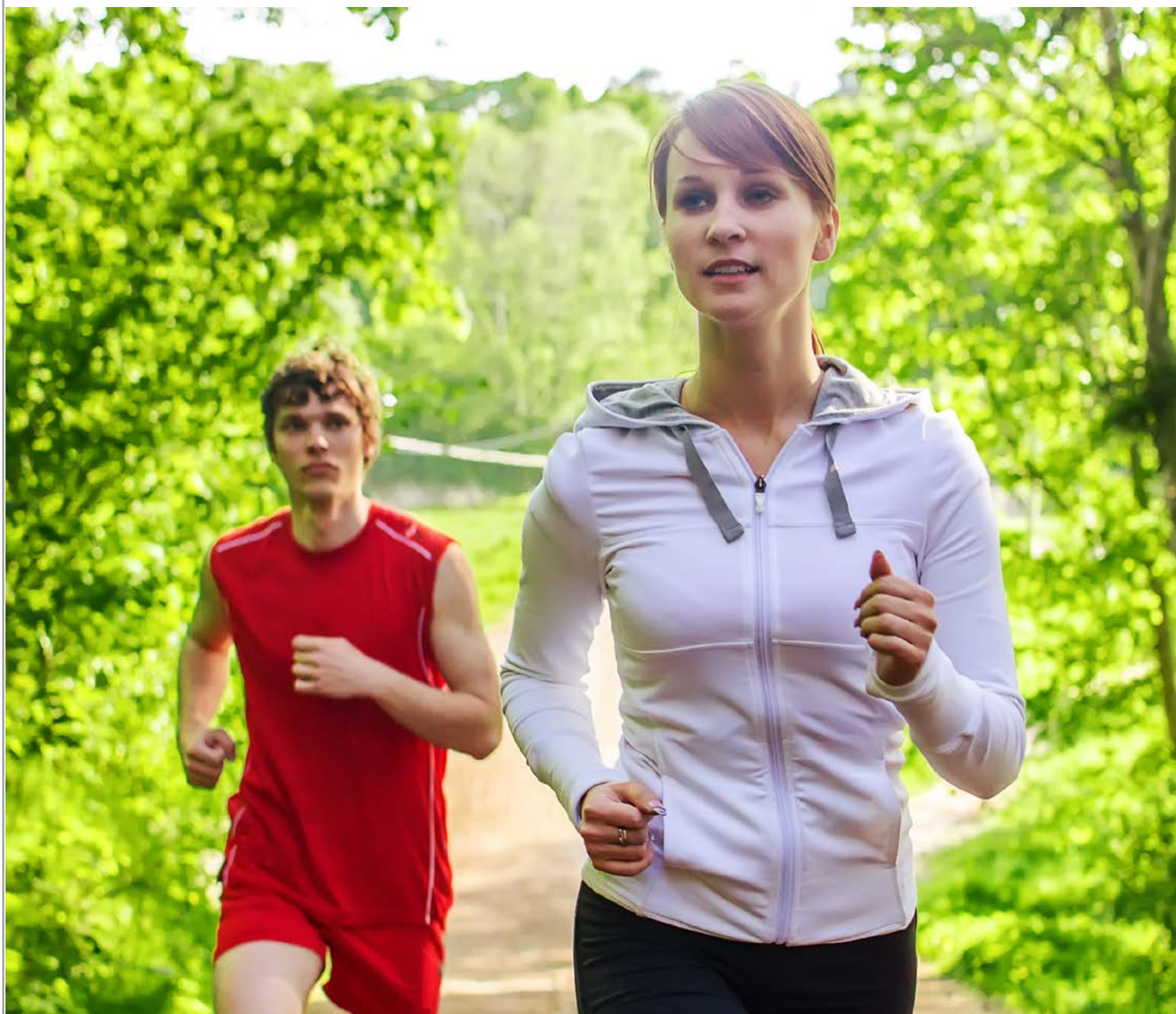
Hvis vi har haft en god ferie, tager vi hjem og beretter om den til alle i vores omgivelser. Ofte handler det om den store fisk, som vi fangede, hvilken rute vi tog på cykel, den nørdede naturvejleder, der på levende vis fortalte om ørne. Dermed kan de inspirere venner og familie til at vælge tilsvarende ferie eller mødested.

En turist kan være den bedste – og værste – ambassadør for et feriested.

Afsnit 2

Hvordan kommer I i gang

Det behøver ikke at være jer selv som udvikler og gennemfører naturaktiviteter. Heldigvis er der mange steder, I kan søge om hjælp og information, for eksempel via nogle af de hjemmesider, der er nævnt i dette afsnit.



Det behøver ikke at være jer selv som udvikler og gennemfører naturaktiviteter. Heldigvis er der mange steder, I kan søge om hjælp og information, for eksempel nedenstående hjemmesider.

Guide Danmark

Danmarks turistportal VisitDenmark.com har rigtig mange bud på aktiviteter og beskrivelser af område, men der kan også findes noget på regionale og lokale turist hjemmesider.

Ud i Naturen

Ud i Naturen samler mange af de tilbud, der er ude i den danske natur. Her kan du finde spændende oplevelser i naturen og forberede ture og udflugter i jeres område. På www.udinaturen.dk/ kan I finde naturruter til cykling, bil (Margueriteruten), MTB, Vandring, løb, ridning, aktivitetsbaner etc.

Informationerne ligger, så alle nemt kan lave apps, programmer og hjemmesider med dem. Formålet er, at få flere danskere og turister ud i naturen. Så brug dem endeligt i jeres egen markedsføring.

Naturvejleder

Over 300 naturvejledere arbejder med formidling og ture mange forskellige steder, fx i Naturstyrelsen, i kommuner, på museer, i organisationer, mv.

Naturvejledningen styrker befolkningens forståelse for natur og inspirerer til en sundere og mere bæredygtig livsstil.

Find en naturvejleder i dit lokalområde på: <http://www.naturvejleder.dk/naturvejlederekort>

Lokale foreninger

Mange sports- og friluftforeninger byder på sjove og skæve aktiviteter. Der er ofte også lokale ildsjæle, der kan fortælle sjovt og levende om alt fra svampe til oddere. Jeres henvendelse kan medvirke til, at de kan udbrede og fortælle om deres passion og måske kan lidt økonomisk kompensation bidrage til den lokale forenings økonomi.

Nogle foreninger har allerede gjort arbejdet for jer og lagt det på deres hjemmeside. Eksempelvis kan man finde et væld af orienteringsløb og podcastede ture på Dansk Orienteringsforbunds hjemmeside www.findveji.dk, hvor de ligger som pdf filer lige til at printe ud.

Lokal turarrangør og eventbureau

Det er muligt at tilknytte lokale turarrangører og eventbureauer, som kan stå for aktiviteten. Enten kan I hyre dem eller også kan de stå for det, mens I får procenter af antal deltagere, som I får sendt af sted.

Kultursider

En hjemmeside som 1001 Fortællinger på <http://www.kulturarv.dk/1001fortaellinger/> viser fortællinger om danske steder og ruter. Også lokale kultursider som Alt om København på www.aok.dk, Alt om Århus på www.aoa.dk og www.kulturbasen.dk i Roskilde giver inspiration til kulturelle oplevelser.

Samling

På de næste sider kan du se, hvordan det samles i et destinationskatalog.

Afsnit 3

Lav jeres egen destinationshåndbog

For at skabe overblik og for at være klar til gæsternes henvendelser, kan I udarbejde jeres egen destinationshåndbog.



Destinationshåndbogen er det værktøj, som receptions-, konference-, salgs- og marketingafdeling kan bruge, når de får henvendelser eller skal udarbejde salgsmateriale.

Aktive oplevelser i det sydfynske øhav

I Det Sydfynske Øhav har man i samarbejde med en række lokale hoteller udarbejdet et katalog, hvor de har samlet nogle af de ypperste oplevelser. Tilbuddene tager afsæt i områdets enestående natur og unikke kulturarv fordelt på kommuner.

Noget er for børn og noget for voksne, noget er for grupper og rigtig meget er for hele familien. Se kataloget på: <http://en.calameo.com/read/002503873221d2e19a2f3> (fra www.naturturisme.dk)



Det behøver ikke at tage lang tid og være et kæmpe arbejde at udarbejde bogen. Dan et overblik over hvilke tilbud, der er i området og sæt jer ind i, hvad der er interessant for gæsten – både for almindelige turister og for virksomheder.

Saml herefter den information I allerede har og send et "destinationsark" (se eksempel på side 10) ud til alle udbydere af aktiviteter og oplevelser og få dem til at sende det udfyldt retur. De fleste vil være glade for at stå på jeres liste. Prøv at tænke kreativt og få evt. lokale eller andre aktive til at komme med forslag.

Find skabelon på HORESTA.dk under "Rådgivning/Miljø".

Destinationsark

Eksempel på destinationsark fra Aktive oplevelser i det sydfynske øhav

Titel	En historisk cykeltur på Tåsinge
Kort beskrivelse	<p>Etnolog Karen Elberg guider jer på cykel fra Valdemars Slot gennem Nørreskoven og fortæller den gribende og dramatiske historie om kærlighedsforholdet mellem Grev Sixten Sparre og cirkusprinsesse Elvira Madigan.</p> <p>Turen ender ved Sixten og Elviras grav på Landet Kirkegård, som i 2013 er blevet renoveret for ½ million kr.</p> <p>Der er mulighed for at gøre et stop undervejs og nyde kaffe og kage i Bines Hus under den 400 år gamle Ambrosius Eg.</p>
Sæson:	April – oktober
Varighed:	To timers cykeltur
Ugedag:	Alle
Tid (Mødetid):	Efter aftale
Mødested:	Efter aftale
Udstyr:	Cykel
Instruktør:	Guide Karen Elberg
Forudsætninger:	Mindst 6 personer tilmeldt. Hvis færre er prisen 960 kr.
Evt. aldersgrænse:	Ingen
Tilmelding:	Til Karen Elberg, se kontaktinformation nedenfor
Pris inkl. moms:	160 kr. (excl. kaffe og kage som koster 65 kr. ekstra pr. person)
Rabat:	Nej
Påklædning:	Efter vejret.
Husk:	Det er muligt at tilkøbe kaffe og kage hos Jeanette i Bines Hus under Ambrosius-egen.
Kontakt:	<p>Telefon: 61 60 11 03 Mail: karenelberg@gmail.com Firmanavn: Meet the Locals.dk Frederiksgade 17, 5700 Svendborg www.meetthelocals.dk</p> <p>Priserne er med moms og gælder i 2013. Der tages forbehold for trykfejl.</p>
OBS:	Hvis man tilkøber kaffe hos Jeanette kan turen starte og slutte ved Bines Hus, Nørreskovvej 29, 5700 Svendborg, hvor man kan parkere eventuelle biler.

Afsnit 4

Markedsføring af aktiviteter

I har sikkert allerede forskellige salgskanaler, hvor I markedsfører de ting, som skal tiltrække gæsterne. Det er naturligt at benytte disse, herunder jeres egen hjemmeside, på Facebook, mm.



Receptionen

Receptionen er et naturligt sted for gæsten at søge information om hvad der kan opleves i området – både på egen hånd eller i grupper.

I kan samtidig benytte receptionsområdet til at inspirere. Det kan gøres ved at opsætte en lille udstilling, billeder eller præsentationsskærm, som viser, hvad gæsterne kan opleve i området. Oplevelserne bliver dermed gjort levende, og det gøres nemt at blive inspireret og planlægge via hotellets reception, turistbureauet eller direkte med udbyderen.

På værelset

Et lille indstik til gæstemappen eller information på velkomstskærmen kan gøre gæsterne opmærksom på aktiviteterne.

Tablet eller touchscreen

Aktiviteterne kan også synliggøres på tablet og touchscreen i reception, restaurant eller andre strategiske steder, hvor gæsten opholder sig. Det kan ske ved at benytte egen eller en lokal app eller hjemmeside med informationerne.

Opslag

Mange gæster har ikke planlagt hele deres dag eller ferie og er åbne overfor nye tilbud. Gæsterne kan informeres on-site fx via opslag strategiske steder.

Green Key har udarbejdet en skabelon til, hvordan aktiviteterne kan markedsføres overfor gæsterne. Se side 15.

Ugeplan

Det kan også være en god ide at vise aktiviteterne i en ugeplan. Den giver overblik for gæsterne og er især godt for de gæster, som bor hos jer i længere tid og som ønsker at planlægge ugen.

Personalet

Giv personalet en orientering eller liste over aktiviteterne, så de kan være med til at markedsføre dem. Det vi kender, er vi bedst til at markedsføre, så benyt jer af lavsæsonen til at vise personalet fx ved et personalearrangement, hvad der er af oplevelser i jeres nærområde. Det er også en sjov måde at skabe sammenhold og teamspirit på for jeres ansatte.

Tema- og pakkeophold

Pakkerejser kan være en uge på hotel med transport, fortæring og en række spændende aktiviteter, såsom vinsmagningstur, kameltur og sågar "grisefest".

Når vi tager til udlandet, bliver vi tilbudt alle mulige tema- og pakkerejser, som inkluderer for eksempel fiske-, cykel- eller golf turer inklusiv transport, fortæring og overnatning.

Flere steder i Danmark kan gæsterne også få en romantisk weekend med middag og champagne. Men det er muligt at gå videre end det.

Måske kan vi i branchen blive bedre til at tilbyde tema- og pakkeophold, som også inkluderer oplevelser i naturen.

Kundegrupper

Også i forhold til aktiviteter kan kunderne deles op i grupper, så markedsføring og tilbud målrettes deres behov.

Hvilke kunder har I? Og hvilke ønsker I at tiltrække? Det kan indgå i overvejelserne af tilbud og markedsføring heraf fx ved valg af medier.

Der er forskellige måde at dele målgrupperne op på, fx kulturarvstyrelsens på basis af Gallup Kompas undersøgelsen.

Midtjysk Turisme har også en del om personas på deres hjemmeside:

<http://www.midtjyskturisme.com/viden/kommunikation-digitalisering/maalgrupper-og-online-adfaerd.aspx>.

Eksempel på opdeling i målgrupper

1. Trendsættere eller first-moovers, som gerne vil være de første og som gerne dyrker noget ekstremt eller særligt. De bruger mange penge på deres passion og vælger steder med omhu i forhold til aktiviteter.
2. Wannabe'er, som dyrker aktiviteterne på hobbybasis, men som ofte også bruger mange penge og har udstyret i orden.
3. Familien som shopper lidt af hvert, men helst hvor det er børnevenligt.
4. Business i grupper eller individuelt, som ønsker at holde pause i forhold til arbejdet eller mødeaktiviteterne. Men også mange ønsker teambuilding, hvor man sammen skal løse opgaver og styrke sammenholdet.

Green Key

Green Dreams



We offer green activities

As a Green Key hotel, we make special efforts to preserve the environment. We can offer you a range of green activities in connection with your stay at the hotel. These include nature experiences, suggested hiking, cycling and jogging routes and general information about the scenic surroundings. See our website, the information in your room or ask at reception for information about these activities.

Vi tilbyder grønne aktiviteter

Som Green Key hotel gør vi en indsats for at passe på miljøet. Vi tilbyder jer nogle grønne aktiviteter i forbindelse med ophold på hotellet. Vi tilbyder naturoplevelser, har forslag til vandre-, cykel eller løberuter og informerer om områdets naturområder og naturcentre. Se på hjemmesiden, på værelset eller henvend dig i receptionen for mere information.

Green-key.dk

Afsnit 5

Typer af aktiviteter

Der er rigtig mange typer af aktiviteter til forskellige behov. Nedenstående liste giver inspiration, men er ikke udtømmende. Måske har I mulighed for at tilbyde nogle af disse aktiviteter i området.

Til lands:

- Bål
- Cykeltur
- Drage
- Faldskærm
- Geocatching
- Golf
- Jagt
- Klatring
- Løb
- Maling og tegning
- Mountainbike
- Naturlegeplads
- Paraglidning
- Rappelling
- Ridning
- Triatlon
- Vandring
- Åndelige aktiviteter (meditation, yoga, Tai Chi etc.)

Ture:

- Byvandring
- Bådtur
- Fugletur med fx ørne
- Guidede ture
- Naturens spisekammer
- Rollespil
- Snapsetur
- Svampetur
- Vikingetræf
- Vintur
- Øltur

Til vands:

- Badning
- Dykning
- Kano
- Kajak
- Fange krabber
- Fiskeri
- Roning
- Snorkling
- Svømning
- Surfing
- Vandski
- Vandscooter
- Windsurfing

Kombi:

- Teambuilding med forskellige aktiviteter såsom klatring, vandring etc.
- Loppemarkeder

Oplevelsescentre:

- Naturskoler, såsom Naturcenter Vestamager og Limfjordscentret Doverodde
- Blå Flag stationer på strande og lystbådehavne
- Museer, såsom Moesgård Museum og Vikingeskibsmuseet
- Oplevelsescentre som Kystcentret og Vadehavscen-tret
- Attraktioner som Den Blå Planet og Kattegatcentret Grenaa

Afsnit 6

Udstyr

Hvis virksomheden kan tilbyde lån eller udlejning af udstyr eller kan henvise til steder med udstyr, bliver det nemmere for gæsten at komme i gang med aktiviteterne.

Omvandrende reklamesøjler

Flere steder har hoteller sat deres logo på udstyret fx på cykler eller paraplyer. Dermed bliver gæsten en omvandrende reklamesøjle og gratis reklame for stedet. Det betyder noget, hvad andre turister gør og vil ofte kopieres af andre.

Så sæt jeres logo på cykelhelme, gummistøvler, regntøj, paraplyer, cykler etc. Hvis der bruges madkasser og vandflasker med køleelement i stedet for sølvpapir og kildevand, og hvis hotellet samtidigt udleverer affaldsposer, sender man samtidig et signal om sin miljøansvarlighed.



Grejbanker

Grejbanknetværket tæller i dag 24 aktive grejbanker som udlåner udstyr til friluftsliv.

Grejbankerne er typisk placeret i nærheden af de større byer, hvor der er nem adgang til bynær natur for især skoler og institutioner, eller i forbindelse med naturområder, hvor der er særlige gode muligheder for at dyrke friluftsliv.

Grejbankerne låner først og fremmest til skoler, institutioner, foreninger, mm. Selv om, at der ikke er tradition hos mange grejbanker for at låne ud til private og virksomheder, er der intet i deres bestemmelser, som siger at de ikke må. Ta' derfor en snak med den nærmeste grejbank for at lave en aftale om samarbejde.

Ved lån eller udlejning til private skal der være det nødvendige sikkerhedsudstyr som for eksempel redningsveste. Som udlejer (dvs. hotelvirksomhederne) skal man leve op til Søfartsstyrelsens regler for sikkerhed. De findes her: <http://www.soefartsstyrelsen.dk/regleroglove/Sport/Sider/default.aspx>.

Hvis det derimod drejer sig om lån eller udlejning til grupper, skal man være opmærksom på ikke kun at leve op til Søfartsstyrelsens regler, men også at man skal sørge for sikkerhedsinstruktioner. Hvis man booker en guide gennem grejbanken, er det typisk noget, som guiden har på forhånd eller kan hjælpe med.

Læs mere: www.grejbank.dk.

Tips- og Lottomidler til Friluftslivet

Tips- og Lottomidlerne til Friluftslivet støtter aktiviteter som forbedrer befolkningens muligheder for at opleve og forstå naturen. Tipsmidlerne giver bl.a. tilskud til lokale aktiviteter og faciliteter som forbedrer vilkårene for friluftsliv og øger befolkningens naturforståelse.

Det prioriteres at yde støtte til projekter, som er til gavn for offentligheden og som baserer sig på frivillig arbejdskraft. Det betyder, at der som regel er tale om støtte til materialeudgifter.

Støtten gives som hjælp til selvhjælp. Der gives typisk et tilskud svarende til 50% af materialeudgifterne. Der gives høj prioritet til projekter som bygger på partnerskaber, fx mellem forskellige foreninger eller mellem private og offentlige aktører.

Tilskud kan søges af alle – enkeltpersoner, grupper, foreninger, institutioner, offentlige myndigheder, m.fl. Det er også muligt for private virksomheder at søge tilskud, såfremt aktiviteterne er til gavn for offentligheden. Ligeledes bør det være klart i ansøgningen, at de aktiviteter eller faciliteter, der søges tilskud til, ikke gøres for at skabe profit for den enkelte virksomhed. Se mere på: www.friluftsradet.dk/indhold/tilskud-til-friluftsliv.aspx.

Afsnit 7

Madpakker og forplejning

Uden mad og drikke dur gæsterne ikke, og det samme gælder, når de bevæger sig ud i området. Derfor kan det være en god ide at tilbyde mad og drikke til deres aktiviteter ude i naturen.

Nogle overnatningssteder tilbyder madpakker og drikkevarer til individuelle eller grupper. Der kan også være at kok, maden og grill fragtes ud i naturen, så grupper får en ekstra madoplevelse i forbindelse med deres tur. Hvis kokken samtidig bruger nogle lokale råvarer og naturens egne produkter, mens der fortælles en historie om det, vil de fleste gæster sætte pris på det.

Fødevareregler

Madpakker med på tur o.l. betragtes som på linje med "salg over disk". Det vil sige, idet kunden/gæsten får udleveret madpakken, så er det gæstens ansvar.

Maden skal selvfølgelig være i orden, når den bliver udleveret. Men efterfølgende er det på linje med, når du køber mad fra take-away, slagter, købmand o.l., at så er det gæstens eget ansvar, at maden opbevares fornuftigt og spises, inden den bliver dårlig.

Hvis stedet bringer maden ud i naturen og serverer det der, skal de have styr på opbevaringen af maden, indtil de serverer den for folk.

Hold naturen ren

Det sender et godt signal, hvis I også hjælper gæsterne til at holde naturen ren. Det kan ske ved at udlevere affaldsposer, hjælpe dem af med affaldet og/eller benytte mere miljøvenlig emballage og service – for eksempel knap så megen sølv-papir og -bakker.

I kan udlåne feltflasker eller termokopper med logo jf. afsnit om udstyr, som gæsterne benytter på turen og tager med tilbage.

Henvisning til spisested

I kan også henvisning til madsteder, gårdbutikker eller tilsvarende i området, som er værd at besøge i forbindelse med deres aktivitet. I kan yde en ekstra service ved at reservere bord til dem. Dette er både en god service overfor gæsten og kan styrke sammenholdet mellem turistvirksomhederne på destinationen.

Afsnit 8

Betaling, afbestilling og ansvar

I forbindelse med aktiviteter i naturen bør der også være procedure for betaling, afbestilling og ansvarsforhold.



Betaling

Der kan benyttes forskellige metoder for betaling. Enten kan det være inkluderet i pakken eller gæsten kan afregne på stedet eller i receptionen. Afregning kan også ske direkte til udlejere af udstyr eller udbyder af aktiviteten.

Procenter af gebyr

Hotellet kan indgå en aftale med et eventbureau, som der henvises til, og hvor hotellet får en procentdel af deltagergebyret.

Afbestilling

Det er vigtigt, at der er fastsat klare retningslinjer for afbestilling, så gæsten ved, hvordan han/hun skal forholde sig i tilfælde af, at afbestilling bliver nødvendig. Der skal fastsættes en afbestillingsfrist, som angiver sidste frist for afbestilling, uden at der skal ske betaling (fx 24 timer før aftaletidspunktet, 2 døgn før, eller en anden frist, som er operationel for udbyderen).

Derudover skal det angives, hvad konsekvensen er, hvis man afbestiller senere end den ovennævnte frist. Skal man betale hele den aftalte pris, eller skal man betale en del af prisen?

Aftaler om, at man ikke skal betale ved afbestilling, hvis arrangementet kan afsættes til anden side, kan ikke tilrådes, da det ofte giver bevismæssige problemer.

Afbestillingsbestemmelserne skal være klart lagt frem for gæsten, så gæsten ved, hvilke aftalevilkår der er gældende, inden aftalen indgås.”

Ansvar fx ulykker

Naturligvis kan I ikke have ansvar for alt, hvad gæsterne laver. Men I kan gøre noget for at forebygge dem ved at vedligeholde udstyret eller fortælle dem om hvad de skal være opmærksom på, når de færdes i naturen. Ved vandaktiviteter kan I fx give en folder med baderåd.

Hvis gæsten selv kommer galt af sted, er det gæstens eget ansvar, men det kan være godt at have medbragt eller adgang til førstehjælpsudstyr og evt. hjertestarter.

For ulykker/uheld, som følge af defekt udstyr, vil det være udbyderens/ejerens ansvar, hvis gæsten kommer til skade. Det må derfor anbefales at tegne en forsikring.

Hvis der er en anden udlejere af udstyret, er det primært deres ansvar.

Hvis I har henvist til en turarrangør er det primært deres ansvar.

Regler i naturen

Det er gæsternes eget ansvar at holde sig orienteret om regler for brug af naturen. Men igen er det en god service at informere gæsterne om det, så de ikke kommer udfor en dårlig oplevelse eller i konflikt med andre aktive eller tilfældevis unødigt skade på natur og dyreliv.

Det kan være information om, hvor man kan købe fiskekort, hvor og hvor man ikke må køre med mountainbikes, have hunde og hvordan man undgår at forstyrre ynglende dyr.

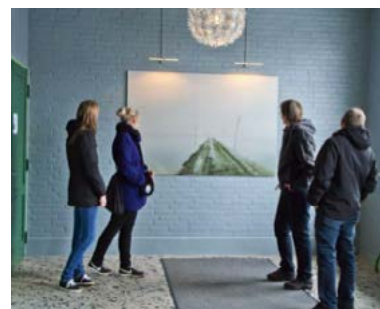
Afsnit 9

Gode historier fra virkeligheden

Oplevelsesguiden slutter af med at give en række eksempler, hvor overnatningsstedet har integreret aktiviteter oplevelser i deres produkt.

Danhostel Ribe

Danhostel Ribe ligger i Ribes centrum, direkte ud til Nationalpark Vadehavet. Dette giver rig mulighed for at være aktiv i naturen – og det benytter vandrehjemmet sig af med et væld af tilbud til deres gæster. Vandrehjemmet har også et tæt samarbejde med både offentlige og private udbydere for at skabe alsidige muligheder for oplevelser i naturen. For eksempel arrangerer Vadehavscentret ved Ribe ture i Vadehavet med professionelle guides. Der er muligheder året rundt, eksempelvis østersture om vinteren, Sea Explorer, en familietur på vadehavets havbund, om sommeren – for ikke at forglemme naturfænomenet Sort Sol, som tiltrækker mange gæster både om foråret og efteråret. Ca. 1 million stære samles i marsken og danner fantastiske formationer i luften – de næsten "danser".



For at give rig mulighed for at udforske nationalparken eller cykle langs Nordsøkystruten, udlejer Danhostel Ribe 30 citybikes, enkelte tandemer, børnecykler, mm. Vandrehjemmet er aktiv indenfor cykelturisme, har været med i Cykling Denmark i mange år og er for nyligt blevet en del af det internationale samarbejde Bed & Bike.

Naturen er ikke kun udenfor – den bringes også med ind i vandrehjemmet med udstilling af fotoart rundt omkring på væggene, som på billedet ovenfor til højre: "Vadehavet denne vej" taget af Gudrun Rishede, webmaster og fotograf på Danhostel Ribe.

Det handler om at skabe 'sense-of-place' og lokke turisterne til at udforske de mange oplevelser, der er på destinationen.

Natur og friluftsliv – kernen i turismen på Sydfyn

Fyn er fin – ikke mindst Sydfyn med øhavet og de Fynske Alper. Naturen danner ramme for et væld af friluftaktiviteter, bl.a. kajak, sejlads, dykning, fiskeri, vandring og cykling.



En af de organisationer som fremmer friluftsliv i turismen er Naturturisme I/S. Siden 2002 har de arbejdet på at forbedre infrastrukturen ikke kun til lands med ride- og vandrestier men også til havs bl.a. med en af Danmarks første officielle kajakruter. De har også arbejdet i mange år med formidling af naturen og kulturhistorien til skolebørn, borgere og turister.

De sidste to år har Naturturisme I/S haft en mere erhvervsorienteret tilgang. De har indgået partnerskab med ca. 75 lokale virksomheder og etableret 4 netværk med udgangspunkt i friluftaktiviteter. Ifølge projektleder Nina Brandt Jacobsen er det vigtigt for Naturturisme I/S at promovere det materiale og den infrastruktur, der allerede eksisterer, og skabe forretning heraf.

“Det er vigtigt at alle inddrages og bidrager,” understreger Nina Brandt Jacobsen. “Ikke ud fra laveste fællesnævner men ud fra en klar vision”. Hendes råd er, at man som turistvirksomhed tænker mere i at fremme og udvikle destinationen i fællesskab frem for kun at tænke på egen virksomhed. “Sælg dig selv som en del af en destination – et brand. Turisterne vælger først destination og derefter overnatningssted.”

En af samarbejdspartnerne er Best Western Hotel Svendborg, der i år vil skabe et udstillingsvindue for natur- og kulturoplevelser i Sydfyn. Ideen er at bruge hotellets atriumgård til at opstille forskellige artefakter og information om, hvad turisterne kan fornøje sig med som supplement til hotellets øvrige aktiviteter: En cykel med information om udlejning, en udstoppet hval for at lokke på hvalsafari eller brændevin fra Aqua Vitae med vejledning til destilleriet. Oplevelserne bliver gjort levende og er således lige ved døren, så de nemt kan planlægges enten via hotellets reception, turistbureauet eller direkte med udbyderen.

Hotel Christiansminde drager stor nytte af samarbejdet med Naturturisme I/S pga. beliggenheden midt i naturen, specielt i forhold til at skabe forbindelse til leverandører af friluftaktiviteter. *“Om det er foreninger, højskoler, eller lignende, så tager det ofte lang tid og meget arbejde at finde frem til de rigtige samarbejdspartnere. Enten har de for travlt eller også er de organisationer, hvis virke ikke er at arbejde professionelt med turismeaktiviteter. Men der er synergi i at benytte overnatningsvirksomheder som salgsled, og det er derfor vigtigt at finde frem til en fælles løsning om at skabe gode oplevelser af kvalitet,”* siger Holger Brodersen, direktør på Hotel Christiansminde. Samarbejdet med Naturturisme I/S har givet øget fokus på de mange muligheder, der er i naturen lige ude for døren, og har bl.a. resulteret i flere friluftstilbud til deres gæster så som dykning, morgenvandring, havkajak og kokkeskole med udgangspunkt i, hvad man kan finde i den omliggende natur.

Skallerup Seaside Resort

Som resort med over 270 helårs ferieboliger, tilbyder Skallerup vandland, legeland, spa, dyregård, bowling og mange andre aktiviteter. Ikke alle er indendørs og for at inspirere gæsterne til at komme ud i det blå, har Skallerup Seaside Resort udviklet sin egen App. For de yngre gæster kan nævnes:

Junglesti: I skoven ved fodboldbanen er der etableret en tarzanbane med udfordringer for alle aldre. Via Skallerups App kan gæsterne teste sin indre Tarzan og se, hvor hurtigt de kan gennemføre Junglestien.

Tampen brænder: Ved at bruge Skallerups App, skal gæsterne finde frem til 5 usynlige GPS poster. Når tampen brænder checkes de automatisk ind på posten og kan fortsætte jagten.

Teen Speed: Teenagerne er ikke en nem målgruppe at få aktiveret, men med Skallerups Teen Speed løb, kan de dyste mod andre teenagere om at være hurtigst til at checke alle QR poster ind på et stjerneløb. Driveren er en præmie til alle der gennemfører.



Ovenstående eksempler er bare et lille udvalg af de informationer, kort og bookingmuligheder Skallerups App indeholder. Div. cykel- og vandreruter, kunstruter, mm. er også lagt ind i Appen og så længe gæsterne befinder sig indenfor Skallerups WiFi dækningsområde er brugen uden omkostninger for danske såvel som udenlandske turister. For at give turisten sense-of-place allerede under planlægningen af deres ferie, har Skallerups hjemmeside en omfangsrig turistguide, med et væld af informationer bl.a. om havet og den omkringliggende natur – og ikke mindst om naturen som spisekammer.

Generelt set benytter Skallerup Seaside Resort sig meget af digitale platforme, for at inddrage omgivelserne i oplevelserne og formidle om stedets aktiviteter, historie og natur. Resortet bevæget sig mere og mere væk fra traditionelle brochurer og kort, og lægger så vidt mulig al information ud digitalt.

“Lad andre om at udvikle fancy spil og andet sjov – benyt de mobile platforme til at vise, hvad netop din destination har af unikke oplevelser og muligheder. Fokuser på det man er god til, og brug digitaliseringen til at øge tilgængeligheden for gæsten og forenkler processer”, råder multimedie udvikler Kira Clausen fra Skallerup Seaside Resort, som netop nu står overfor en udbygning af App'en.

Helenekilde Badehotel

Helenekilde er et klassisk badehotel direkte ud til Kattegat, hvor omgivelserne byder på mange muligheder for at opleve den uspolerede danske natur.



Som add-on til deres konference- og mødepakker, hjælper Helenekilde Badehotel med at sammensætte en række oplevelser, som bidrager til sammenholdet og til det sociale ved at stimulere deltagernes sanser samt udfordre kroppen og kreativiteten. Disse add-ons under navnet Out of The Box – Udendørs Aktiviteter kan for eksempel være:

- **Time Out:** En gå- eller løbetur med indlagte "lege", hvor fysiske udfordringer er med til at samle gruppen og give plads til nye tanker.
- **Helt i Hegnet med holdet:** Skattejagt i Tisvilde Hegn, hvor holdet bliver testet, området udforskes og opgaver løses på vejen.
- **Walk & Talk – En eventyrlig lille fodrejse:** En guidet gåtur med dybe indåndinger og luft til tankerne. Gæsterne ser og mærker havet, stranden og skoven omkring hotellet, samtidigt med at de får historier om lokalområdet og anden mental gymnastik.

Ifølge direktør Pia Remillard er der stor efterspørgsel efter disse add-on aktiviteter. Det drejer sig om at sætte sig i modtagerens sted: Hvad ønsker arrangøren? Hvad er formålet med mødet eller konferencen? Faciliteterne og servicen på hotellet skal være i orden, men det er også nødvendigt at tilbyde noget ekstra – i dette tilfælde Helenekildes Out of The Box aktiviteter.

Hendes råd er, *"Brug den viden, der er på hotellet om lokalområdet, og gøre det nemt for arrangører og turister at finde frem til de gode oplevelser."*

Bymose Hegn

Bymose Hegn er et hotel og kursuscenter ved Helsingør i Nordsjælland. Det er en del af foreningen Pindstrup Centret, der i særlige ferieuger afvikler kurser for familier med børn med handicap. Selv om deres virke som kursuscenter og som rekreativt værested ikke finder sted samtidigt, præger det Bymose Hegns værdier, hvor læring, bevægelse og samarbejde er i centrum.

Bymose Hegns kendetegn er deres læringsværktøjer: Forskellige gratis aktiviteter på en halv til en hel time, der understøtter overordnede formål som samarbejde, strategi, kommunikation osv. eller ren leg og hygge. Mange af værktøjerne kan godt udføres indendørs, men Bymose Hegn opfordrer gæsterne (om det er hotel-, selskabs- eller konferencegæster) til at benytte sig af stedets 7,5 hektar græs og skov.

”Jo mere vi inddrager naturen, jo større valgmuligheder er der for gæsten,” siger Salg og Marketingchef Signe Jørgensen.

Nogle af deres læringsværktøjer er:

- **Kreativitetskassen:** Et problemløsningsværktøj, der indeholder kreativitetsspil, rekvisitter, og fortælleterninger. Det virker, fordi hjernen tænker i billeder og vil finde (nye) måder at forbinde billederne og det spørgsmål deltagerne arbejder på at løse.
- **Ø’erne i Bymose:** Gruppen skal flytte sig fra A til B over et område med i alt 5 faste ”ø’er”. Til deres hjælp er der 2 brædder de må gå på, men øerne er små og der er sat grænser for, hvor mange der må være, hvert sted ad gangen.
- **Edderkop spindet:** Et spind af elastiksnore bliver udpændt mellem 2 træer. Nu gælder det om for holdet at alle personer skal igennem spindet – uden at røre – og hvert hul i spindet må kun bruges én gang.
- **Gruppeelastikken:** En kæmpeelastik (Lycra) som deltagerne står inden i, bruges til tillidskabende øvelser deltagerne i mellem, hvor de alle holder hinanden – hvis de tør. Og den kan anvendes som et ”lukket” rum, hvor et emne behandles på andre måder end samtale rundt om bordet.
- **Bymose Rundt:** Opstillede stander omkring stedet indeholder spørgsmål til henholdsvis individ, team og organisation.



Flere af Bymose Hegns aktivitetstilbud er også lavet i samarbejde med teambuilding virksomheder, for eksempel Sirius GPS Challenge (et teknologisk orienteringsløb), Ad Gandalfs veje (rollespil som teambuilding) og Mountainbike O-race.

Således kombineres Bymose Hegns læringsmetoder med teambuilding og et aktivt friluftsliv i stedets park såvel som den omliggende natur.

Maribo Søpark

Maribo Søpark ligger som navnet indikerer direkte ud til Sønder sø og Naturpark Maribosøerne. Naturparken er certificeret som bæredygtig naturpark, og destinationen er blevet tildelt det såkaldte Charter for Bæredygtig Turisme af organisationen Europarks. Dette støtter Maribo Søpark som en af 11 virksomheder gennem en partnerskabsaftale i henhold til det europæiske charter.

"I provinsen kan det være svært at trække folk til, men naturparken og Maribo Søerne i sin helhed er reason-to-go," siger direktør Yvonne Rasmussen.



Det at naturparken er blevet certificeret, har resulteret i mange forskellige tiltag med forbedret kort, skiltning og adgang til søen – også med kørestol. Hidtil har det været svært at skabe en oplevelse, men nu er det mere specifikt, hvad hotellets ansatte kan fortælle gæsterne. Det er blevet nemmere at finde rundt i naturen og få historierne fortalt.

Partnerskabet medfører også et fokus på miljøet. Selv om Maribo Søpark som et ældre hotel har svært ved at leve op til kravene i de forskellige mærkningsordninger, er flere miljømæssige tiltag på el og vand indført løbende, når der alligevel skal ske en udskiftning. Eksempelvis har udskiftningen af elpære medført en betydelig besparelse på elforbruget.

At være i et naturbeskyttet område har ligeledes betydet restriktioner på brugen af søen, som hotellet gerne så benyttet til forskelligartede aktiviteter, så gæsterne kan opleve søen på mange måder. Partnerskabet og hotellets deltagelse i brugerrådet giver imidlertid mulighed for at snakke sammen og komme frem til muligheder for flere aktiviteter.

"Vi bruger naturparken meget i markedsføringen," fremhæver Yvonne Rasmussen. "Den ligger lige herude for døren og giver nogle lækre billeder. Man kan være ægte i sin markedsføring – vise hotellet og omgivelserne som de er."



Så selv om det at være hotel i et naturbeskyttet område medfører krav og visse restriktioner, giver beliggenheden og partnerskabet med naturparken forbedringer i form af formidling og synlighed på markedet.

Kragerup Gods

Kragerup Gods er nok mest kendt for deres Go High, Danmarks største klatreanlæg med Danmarks længste svævebane på 410 meter. Forløbet er 3,5 km lang med 175 forskellige udfordringer fordelt på 5 forskellige baner med stigende sværhedsgrad. Kragerup Go High er en oplevelse for børn, kvinder, tøsedrenge, rigtige mænd og seje tøser. Det skaber et frirum og giver fornyet energi, om det er i den travle hverdag eller for konferencegæsten.



Til dem, som helst ikke vil oppe i højderne, lancerer Kragerup Gods en 18-hullers fodbold 'golfbane' her i 2014. Derudover er der mange flere udendørsaktiviteter, som skaber sammenspil mellem naturen og de historiske rammer, for eksempel:

- **Bue & pil** – konkurrence
- **Blind i kano** – en sjov samarbejdsøvelse baseret på tillid
- **Megapuslespil** – samarbejde, her kommer venstrehjernen i spil (det kan tage en time at stave til IB!)
- **Det lille savværk** – fysisk udfordring med langsav
- **Jacobsstigen** – for at komme til tops, kræver det planlægning, samarbejde, respekt for hinanden og tillid i uvante rammer.

Vejret er ingen hindring. Selv i vinterhalvåret er der mulighed for at Go High eller komme en tur ud på mountainbike i skoven.



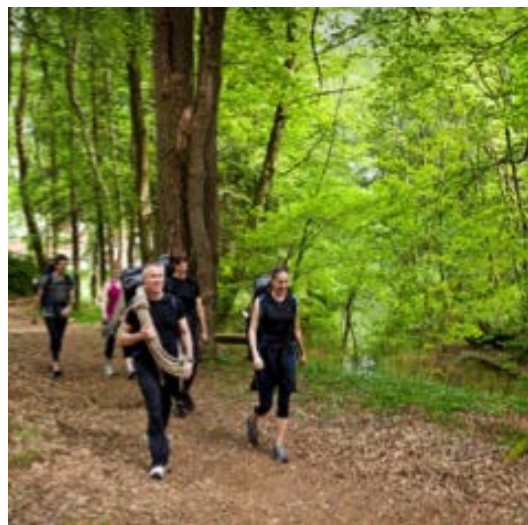
"Oplevelser har redet vores økonomi og binder vores forretning sammen," siger ejer Birgitte Dinesen. "Det handler om at videreudvikle på det eksisterende kundegrundlag – i vores område er det mødeturisme. De skal udfordres ikke kun til konferencen eller mødet. Go High og vores andre aktiviteter giver dem mulighed for at leve sig ind i en ny verden (eskapismen), komme ud af deres komfort zone og blive bekræftet i, at de kan mere end de tror. "

Sinatur hotellerne

Seks hoteller placeret i smukke omgivelser valgte i 2007 at oprette sig som kæde med udgangspunkt i naturen. Under fælles logo og navn, Sinatur, finder du hotellerne Skarrildhus, Harraldskær, Sixtus, Gl. Avernæs, Storebælt og Frederiksdal. Alle hotellerne ligger i naturskønne områder, omgivet af enten skov, park, vand eller hede.

“Når du besøger et af vores hoteller, er naturen altid lige i nærheden – og det er bestemt ikke et tilfælde. Vi ved nemlig at noget så enkelt som en gåtur i skoven eller langs vandet, kan give dig energien igen og hjælpe dig til at stresse af. Men naturen er svær at måle på – og gør det overhovedet en forskel, når man skal planlægge et møde eller en weekendtur? Giver det overhovedet mening at gøre ’natur’ til en kerneværdi i en hotelkæde? Det korte svar er et ja: for naturen giver inspiration og ro i hverdagen.” Citat fra Sinatur hotellerne.

Naturen drages ind i deres mødekoncepter i de fysiske rammer for dagen, om det drejer sig om en kortere pause i parken, en time rundt om bålet ved bålpladsen, en tur i baadfarten eller en dag i skoven. Turister på ferieophold opfordres til at tage kaffen eller en picnicurv med i hånden og opleve nogle af Danmarks smukkeste vandre- og cykelruter eller en dag på golfbanen.



Det der kendetegner Sinatur er, at naturen inddrages i alle aspekter af deres virke og er midtpunktet i kædes branding strategi. Naturen giver mulighed for nærvær og skaber rammerne for oplevelser og aktivitet. Med fokus på naturen følger interessen for at tænke grønt og bæredygtigt, både ved at indføre en klimaplan, ved at bruge lokale fødevarer og miljømærket med Green Key.

“Vi har gennem årene fastholdt vores værdier nærvær-klima-gastronomi-natur som bærende elementer for enhver handling i vores arbejde,” fortæller Kirsten Secher Villumsen, direktør for Skarrildhus og Miljø & Gastronomi ansvarlig for kæden Sinatur. *“Det har naturligvis en pris (tid og økonomi) at være en lille kæde og first mover. Vi tror på, at et afbræk i hverdagen med hygge hvor alle kan deltage, er vigtigt. Det sociale element at være sammen er vigtigt i en tid, hvor tiden er knap og alt går hurtigt. Vi tror på at virksomheder der har en grøn profil, i fremtiden vil vælge konferencehoteller med en grøn profil.”*

Naturen er ikke bare smukke omgivelser men en helhedsbetragtning i Sinatur hotellernes branding, drift og tilbud til deres gæster.

Udgivet af HORESTA

Juni 2014



HORESTA

HORESTA

Vodroffsvej 32
1900 Frederiksberg

Tel. +45 35 24 80 80
horesta@horesta.dk

www.horesta.dk