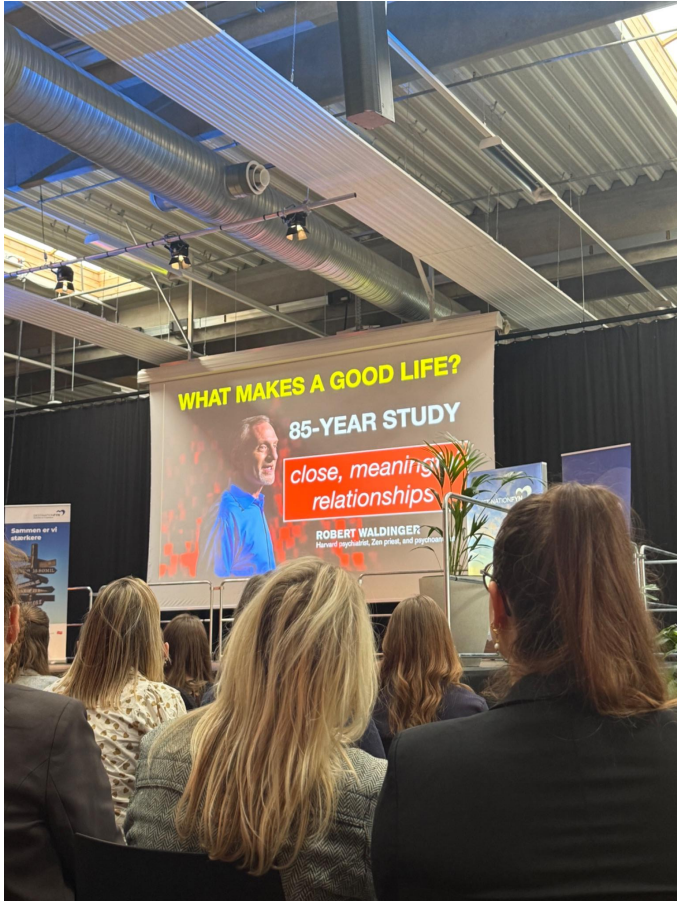




*Det er ikke mit handicap
jeg slås med
men verden omkring mig
fordi jeg elsker den
gentag efter mig:
Det er ikke mit handicap
jeg slås med
men mennesker omkring mig
fordi jeg elsker dem*

Caspar Eric

Stærke meningsfulde relationer og forventningsafstemning



Få **Det Til At Ske** med Destination Fyn

De små skridt, der gør den store forskel

Mikrohandlinger som nøglen til det
inkluderende værtskab

V. Henrik Dresbøll, CEO for adfærdsbureauet WElearn





- *Foredragsholder*
- *Forfatter*
- *Podcast-vært*
- *Direktør for kreativt adfærdsbureau med speciale i implementering*
- *Afholdsmand*
- *Far til tre sønner*



Min baggrund for at stå her i dag

Turisme for Alle

Jeg tror, at aktørerne skal over den barriere med at tænke tilgængelighed som en udgift

Joachim fra Wilke (19:11)

Konsortiet - hvem er vi?



Kim Gørlitz, Destinationsekspert



Emma Nielsen, ekspert i universelt design



Ea Schrøder, Adfærdsekspert og primær projektleder



Henrik Dresbøll, Adfærdsekspert

Den 17. nov 2024
kl. 13.28



Behaviour worth Spreading

Brug 1 minut

på at tænke over
hvor du/I sidst har
haft et særligt
behov for bedre
tilgængelighed



“

*Planlægning er 80% af mit liv, uden fis.
Hvis jeg ikke kan finde oplysninger
om tilgængeligheden,
så tager jeg slet ikke afsted*

—

Fra Universelt Design, Bevica Fonden

Største potentialer ved øget tilgængelighed ifølge Wilke



Mere end 40% af danskerne indgår i målgruppen for tilgængelig turisme, og ca. 30% har tidligere fravalgt ferie i DK pga. manglende tilgængelighed.



Hvis tilgængeligheden blev væsentligt forbedret, **ville 40% tage flere ferier i Danmark** – potentielt **3,7 ekstra ferier over 5 år pr. person** i målgruppen.



Ferieforbruget kan stige med op til **15-20%**, svarende til en national meromsætning på 5-10 mia. kr. årligt.



Størst uforløst potentiale findes inden for **overnatning**, mad ude samt oplevelser/aktiviteter, hvor målgruppen har stærk forbrugslyst, men stadig ofte fravælger grundet barrierer.



Bedre tilgængelighed handler om mere end ramper: Også ro, forudsigelighed, sensoriske og kognitive hensyn – især oplevelser med lavt lydniveau, tydelig information og respektfuldt møde.



Problemet

- Berøringsangst hos aktører
- Manglende opmærksomhed på potentialet
- De fleste aktører tænker i store/dyre anlægsarbejder, når tilgængelighed kommer på tale
- Fordomme trives - både på den ene og den anden side af skranken
- Der er med andre ord et enormt vidensgab
- Formidlingen af indsatser er mangelfuld



Potentialet

- Er stort, men uerkendt
- Stor accept af pragmatisme: Start lavt, og bliv ved med at børste tænder
- Mange hoteller og oplevelsesudbydere er allerede langt
- Alle har gjort noget
- Og alle kan få stor effekt med små investeringer
- Du kommer langt ved at formidle dine indsatser
- Tænk langsigtet - hvad skal du huske, når du skal renovere eller bygge næste gang?

Det første værktøj

Et eksempel på en TFA-screening

Det er ikke en kontrol eller en rating, men **en hjælp til at se dit sted med gæstens øjne**, udvikle dit tilbud og tiltrække flere.

Screeningen handler om **digital information, fysiske rammer og tilgængelighed samt organisering og service**

Og undersøger **sensoriske, kognitive og fysiske tilgængelighedsbehov**.

Digital information

Testversion 1

Tilgængelighed

Spørgsmål:

- Er relevant tilgængelighedsinformation udførligt beskrevet, opdateret og let at finde på hjemmesiden?
(fx information om adgangsforhold, offentlig transport, parkering, elevator, menuer)
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Er hjemmesiden og bookingløsningen tilgængelig?
(fx med regulierbar kontrast, laddor med skærmtaster og er billeder suppleret med billedbeskrivelser, der beskriver indholdet)
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Er sproget enkelt, og er informationen understøttet af billeder, piktogrammer eller video?
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Tilbydes information i flere formater og sprog?
(fx tekst + video, dansk + engelsk)
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Kan gæsterne selv tilpasse eller filtrere information?
(fx eller mobiltjeneste)
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød

Noter / eksempler:

Ankomstzone

Testversion 1

Spørgsmål:

- Har dere en min. bredde på 80cm? (dog anerkendes)
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Kan døre åbnes automatisk?
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Kan man færdes i ankomst- og gangarealer uden at skulle passere trin og trapper? (Vær opmærksom på hæsling på rampe, placering af elevator)
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Trinforhænke ved trapper markeret, så de er tydelige at se, og er gelænder ved trapper?
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Det nemt at se og overskue, hvor man skal hen?
(fx skiltning, arkitektur og indretning)
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Skilte markeret, så man kan se dem og undgår at gå ind i
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød
- Personale synligt og til stede til at hjælpe og svare på spørgsmål?
☐ Grøn ☐ Gul ☐ Rød

Eksempler:

Logos for Destination Fyn, Visit Fyn, and other partners are visible at the bottom of both sheets.

Mikrohandlinger med størst effekt



Spiseomgivelser: Skab områder med rolige spiseomgivelser uden høj musik og store menneskemængder – både på restauranter og attraktioner.



Stilleområder: Lav stilleområder, hvor det er muligt at trække sig tilbage og få ro på sanseapparatet - særligt ved oplevelser og aktiviteter.



Kommunikation: Gør det muligt at tjekke tilgængelighed digitalt før ankomst; brug billeder, kort og anmeldelser, og hav opdateret information om adgang, toiletter og støjniveau.



Træning: Træn personalet i at møde gæster med respekt, forståelse og værktøjer – især for usynlige behov som autisme, angst og ADHD.



Fysisk: Læg jævne og faste belægninger på gangarealer og stier; fjern barrierer som trapper uden gelænder, ujævne veje og manglende elevatorer.



Fleksibilitet: Tilbyd fleksible bookingmuligheder til særlige behov – fx allergiværelser, værelser med rolig beliggenhed, eller adgang til hjælpemidler.



Det mindste første skridt: INFORMÉR ÆRLIGT OG KLART OM TILGÆNGELIGHEDEN PÅ DIT STED.

Er I klar til at møde flere gæster på nye måder?

Tre spørgsmål starter samtalen om ændringer i adfærd, der kan hjælpe jer til et inkluderende værtsskab

Hvordan oplever gæster med forskellige behov (fysiske, sensoriske og kognitive) vores tilbud?

- Giver oplevelsen muligheder for at trække sig tilbage, finde tydelig information og møde forståelse – og er der barrierefri adgang for flest mulige?
- Er vores personale klædt på til at møde, støtte og kommunikere med gæster, der har særlige behov – både synlige og usynlige?
- Hvordan møder vi gæsten med respekt, fleksibilitet og viden – og har vi rutiner for at tilpasse oplevelser og service undervejs?
- Informerer vi aktivt og tydeligt om tilgængelighed på vores digitale kanaler, og opdaterer vi løbende informationen?
- Er det let for gæsten at planlægge besøget, og kan ressourcer som kort, billeder og konkrete fakta om adgang, toiletter og transport findes før ankomst?

Hvad er den ene ting du skal vide, hvis du vil praktisere et inkluderende værtsskab med mening, handling og resultat?

*“Du skal have **modet** til at tro på, at mikro er stort nok.”*

Fra bogen *Få Det til At Ske*

