

INSPIRATIONS- KATALOG

TIL CORONAVENTLIGE EVENTS
OG ARRANGEMENTER



DEL 1
SAMMENFATTER DE
ERFARINGER OG ANBEFALINGER,
DER ER GJORT UNDERVEJS

DEL 2
GIVER EKSEMPLER PÅ
ANDRE TYPER ARRANGEMENTER

DEL 3
GIVER EKSEMPLER
PÅ ARRANGEMENTER
GENNEMFØRT VED HJÆLP
AF DIGITALE PLATFORME



FORORD

Forberedelserne til sæsonens events og arrangementer er i fuld gang. Desværre igen i år med Corona som en ubuden gæst. Det stiller turismebranchen over for en række udfordringer og spørgsmål som "hvad må vi, og hvad må vi ikke"?

Da krisen ramte landet sidste år, stod det hurtigt klart, at den forestående højsæson ikke ville blive en typisk sæson. Selv om man håbede til det sidste, at det blev muligt at gennemføre sommerens events og arrangementer, var realiteten, at meget måtte aflyses, udskydes, nedjusteres, ændres eller gentænkes i helt nye former.

Med hensyn til det antal turister, der besøgte Destination Nordvestkysten og Destination Vesterhavet i 2020, så det ikke helt så slem ud, som det gjorde i andre af landets turistdestinationer. Mange danskere valgte at blive i Danmark i deres sommerferie, og en stor del valgte at holde deres ferie langs den jyske vestkyst, hvor afstandene mellem folk er noget større end i storbyerne. Sikkerhed og tryghed i forhold til håndtering af Corona viste sig at betyde meget for valg af feriested – og for at ville deltage i events, arrangementer og andre kultur- og naturoplevelser.

Folk i turismebranchen var heldigvis meget kreative og idérige anlagte, og var gode til at finde nye veje. Så trods de svære omstændigheder, kunne mange gæster alligevel rejse hjem med gode og uforglemmelige ferieoplevelser i rygsækken.

Dette inspirationskatalog samler et udpluk af de mange erfaringer og læringspunkter, som et bredt udsnit af arrangører af events og arrangementer har gjort sig, siden pandemien ramte landet. Forhåbentlig kan du bruge deres erfaringer, som inspiration til, hvilke overvejelser du kan gøre dig, hvis du vil lave et Coronavenligt event eller arrangement.

God læselyst



DEL 1

GODE RÅD OG LÆRINGSPUNKTER

På de næste sider kan du se en opsamling på de erfaringer, som arrangørerne af events og arrangementer har gjort sig, siden pandemien ramte landet. Forhåbentlig kan du bruge nogle af disse som inspiration til dit næste event eller arrangement.



SÅDAN SKABER DU SIKKERHED OG TRYGHED INDEN BESØGET

Inden din gæst besøger dig, er det vigtigt at signalere, at du har helt tjek på, hvordan du i praksis håndterer smitterisikoen. Dette bør fremgå som noget af det første på din hjemmeside og de sociale medier, da håndtering af Corona ifølge flere undersøgelser, hos mange – og især ældre - er en afgørende faktor for et besøg, og for gæstens beslutning om at deltage i et event eller arrangement. Overvej derfor følgende:

- Din hjemmeside og Facebook-side skal indeholde god information målrettet de mest nervøse
- Sørg for at de seneste Corona-restriktioner er korrekt oplyste
- Placer Corona-informationen et synligt sted på forsiden
- Signaler, at "Vi vil gerne have besøg af dig. Omstændighederne er følgende..."
- Hvis du udsender velkomstmails til dine gæster, er det en god idé, at den er opdateret med den aktuelle Coronainformation
- Oplys – hvis det er muligt – hvad du har tænkt dig at gøre, hvis der sker stramninger som f.eks. skærpet forsamlingsstæthed
- Fortæl, hvor ofte der bliver gjort rent
- Skriv, hvor mange, der må være det pågældende sted ad gangen
- Oplys om reglerne for aflysning pga. Corona, og om gæsten får pengene retur
- Er der f.eks. tale om en udstilling, kan billetbestilling ske via time slots, der angiver et tidsrum for, hvornår din gæst kan ankomme.



SÅDAN SIKRER DU SIKKERHED OG TRYGHED UNDER BESØGET



Når din gæst ankommer til et indendørs arrangement, er det vigtigt at du også holder, hvad du har lovet inden ankomst. For eksempel:

- At der er tilgængelig håndsprit alle steder
- At de fysiske rammer er indrettet, så der er plads til at kunne holde afstand
- Et synligt personale, der har fokus på afstand og hygiejne, og som kan skabe tryghed
- Mulighed for kontaktløs betaling
- Sæt evt. en skærm op mellem frontmedarbejderen og gæsten
- Tydelig skiltning med pile placeret i øjenhøjde
- Afstandsmærker på gulve
- Informer om, at her skal du bruge mundbind m.m. og gerne på en alternativ måde
- "Safe to enter"- iPad, der registrerer, hvor mange der går ind og ud – og placeret, så man ikke kan undgå at se den.

HVORDAN STYRER DU EN FOLKEMÆNGDE?

Det er en stor udfordring at styre en folkemængde inden for rammerne af Corona-restriktionerne. Selv om der står skilte med angivelse af, hvor mange der må være de forskellige steder, bliver de sjældent overholdt, når musikken spiller og folk er i feriehumør. Derfor er det værd at fokusere på, hvad du som arrangør af et event kan gøre. Overvej derfor følgende:

- Få enten ansatte eller frivillige til at guide gæsterne rundt. Det er vigtigt at det tydeligt fremgår, at disse arbejder enten som ansatte eller frivillige, og at deres funktion er at hjælpe. Det kan gøres ved, at de f.eks. bærer gule veste, en kasket med et logo, en badges eller lignende.
- Det kan være en god ide, at medarbejdere/frivillige bruger visirer fremfor mundbind. Med visir er det lettere at vise venlighed og hjælpsomhed, da gæsten kan se et smil og opleve tryghed.
- Når gæsten skal guides, for at undgå for mange på ét sted, bør de ansatte/frivillige ikke agere politi i deres adfærd – men i stedet være den servicefunktion, der hjælper med at skabe sikkerhed og tryghed ved at sikre, at alle regler overholdes.
- Overvej, om ensretning eller anden opdeling af mennesker, er en mulighed. F.eks. med tydelige pile på jorden, i øjenhøjde eller afskærmninger, så det kun er muligt at gå i én retning. Det afhænger selvfølgelig af arrangementets karakter.
- Time slots er også en metode til at sikre sig mod store folkemængder – men det egner sig mest til større arrangementer. Er der tale om et fysisk event, kan en tracker f.eks. i form af en chip, være en god måde at holde styr på, hvor ens gæster befinder sig, og til at dokumentere, at gældende retningslinjer overholdes.



SPRED SÆSONEN TIL HELE ÅRET



Turistaktørerne langs vestkysten har sit kapacitetsmaksimum i højsæsonen. I lyset af den ændrede gæsteadfærd og gæsternes ønske om at undgå steder med for mange mennesker, er det ikke hensigtsmæssigt at tiltrække flere gæster i højsæsonen. Mange danskere har udtrykt, at de forventer at holde ferie i Danmark uden for højsæsonen. Overvej derfor følgende:

- Som arrangør af events og arrangementer bør du overveje, om nogle af dine arrangementer i stedet kan placeres i skuldærsæsonen.
- Skal du lykkes med at tiltrække gæster uden for højsæson kræver det, at I er flere turistaktører, der går sammen for at tilbyde oplevelser for turisten. Det dur ikke, at størstedelen af turismevirksomhederne er lukkede, når gæsten ankommer til stedet
- Overvej derfor at gå sammen med andre virksomheder i dit område, om at skabe og markedsføre nye oplevelsesprodukter i efterårsferien, juleferien, vinterferien, påsken og helligdage i foråret.

ADFÆRD – TURISTER ER EVENTHUNGRENDE OG BLIVER GLADE FOR LIDT

Turister har aldrig før været så hungrende efter oplevelser som nu. Derfor bliver de også glade for lidt – set i relation til alternativet – som jo er ingenting. Tilbagemeldingerne fra stort set alle arrangører, der er kontaktet var, at gæsterne stort set ikke forventede noget som helst – og derfor blev taknemmelige, for det der blev arrangeret. Mange arrangører oplevede også at få en meget stor pressedækning på de arrangementer, de satte i gang. Overvej derfor følgende:

- Hvordan kan jeg udnytte en gunstig situation med overopsparet kapital, længsel efter forbrug, social længsel, og hvor penge og forbrugsvillighed kendetegner tiden.
- Kan jeg gentænke de arrangementer jeg plejer at lave, bare på en mere Coronavenlig måde
- Kan jeg bruge digitale løsninger, som hjælp til at gennemføre mit event og måske også kommercialisere digitale løsninger, da folk er villige til at betale herfor
- Kan jeg udnytte mediernes villighed p.t., til at markedsføre mine aktiviteter.

Det har aldrig været lettere at stille sine gæster tilfredse end nu – og aldrig lettere at få presse-dækning end nu. så det er bare om at komme i gang med at tænke kreativt og udnytte den gunstige situation, som man trods alt må konstatere, der også er trods omstændighederne.



VÆR OMSTILLINGSPARAT OG TÆNK NYT

En af de anbefalinger flere har nævnt, er evnen til at være omstillingsparat. Med dette menes der, at man hurtigt kan tilpasse sit arrangement til de ændrede omstændigheder – som f.eks. yderligere corona-restriktioner. Overvej derfor følgende:

- Hvilken værdi tilfører dit arrangement gæsten. Er det en spændings- eller konkurrenceoplevelse, en musik oplevelse, en kulturel/museums/teater oplevelse, en naturoplevelse, en sports- eller aktivitetsoplevelse, for blot at nævne nogle.
- Kan gæsten tilføres den samme værdi/oplevelse ved at du ændrer på rammerne for arrangementet. F.eks. ved at indføre time slots ved kulturarrangementer, så et mindre antal gæster besøger stedet ad gangen, ved at udvide åbningstider (måske tage natten i brug og skabe nye oplevelser) ved at digitalisere nogle oplevelser – f.eks. at vise teaterstykker, udstillinger, musikarrangementer, online, eller ved at sprede oplevelserne ud over et større areal.
- Tænk i før, under og efter et besøg, og skab fortællinger/oplevelser, der giver værdi.
- Brug gerne overraskelse og nysgerrighed som oplevelsesgreb. Hvis indholdet af et arrangement afviger positivt fra, hvad gæsten forventer, vil overraskelsesmomentet være med til at skabe en unik oplevelse, som gæsten husker.



PLANLÆG I GOD TID OG LAV EN PLAN A, B OG C



En god planlægning, som også tager højde for den værst tænkelige situation, er god at have liggende i skuffen. Det kan du gøre ved at lave en strategi for, hvordan du vil afvikle dit arrangement, lige fra der ingen restriktioner er og i takt med, at der indføres flere og flere restriktioner. Start med at planlægge ud fra, at der ingen restriktioner er. For bliver det nu alligevel muligt at gennemføre eventet uden restriktioner, så er det ofte for sent først at starte 1-2 måneder før. Overvej derfor følgende:

- Kan jeg lave en plan A, B og C, som jeg kan tage i brug, i takt med at restriktioner enten strammes eller lempes? Forestil dig, at den værst tænkelige situation er en realitet – f.eks. at alt er lukket ned, og folk er meget skræmte – Hvad ville du kunne tilbyde af arrangementer i den situation? Og omvendt. At alt igen er som i 2019 og folk bare skal ud og opleve. Hvad vil det kræve af planlægning? Virkeligheden bliver sandsynligvis ”et sted midt i mellem de to yderpunkter”.
- Find frem til den værdi, dit arrangement tilfører gæsten og forsøg at skabe den samme oplevelsesværdi – uanset om det bliver plan A, B eller C, der gennemføres. Og tilpas dit event efter disse ydre omstændigheder – tænk gerne i digitale løsninger.
- Vær opmærksom på, at dine gæster har forskellige måder at håndtere Corona-situationen på. Nogle er meget angste, hvor andre nærmest er ligeglade. Sørg for at tage godt hånd om de mest angste, når du laver dine planer.
- Vær opmærksom på at få forbeholdene skrevet ind i de kontrakter, du laver med f.eks. musikere og andre, der leverer oplevelser, så du ikke lider økonomiske tab, hvis det må aflyses.

BRUG NATUREN SOM SCENE FOR DIT ARRANGEMENT

Flere har nævnt naturen som en scene for deres arrangement. Gæsteundersøgelsen fra 2020 viste, at mange af de nye gæster var meget interesseret i natur og bæredygtighed. Flere har også nævnt, at små konkurrencer i naturen, som inddrager flere generationer, er i høj kurs. Kan man samtidig vinde noget ved enten at gætte rigtigt på en quiz, eller ved at finde "skatte" undervejs, øger det interessen. Overvej derfor følgende:

- Kan jeg bruge naturen til at afholde musiske og kulturelle arrangementer?
- Kan jeg bruge naturen til f.eks. at lave ruter, hvor der undervejs er overraskelser som boder med mad, kunsthåndværk, eller optrædende, konkurrencer, installationer i en skov og lignende? Flere har udtrykt, at turister gerne betaler for naturoplevelser i dag.



INDDRAG MYNDIGHEDER – POLITI, KOMMUNEN, BRANDMYNDIGHEDER



Det er, især nu – nødvendigt at lave et godt forarbejde og være forberedt på de restriktioner, lovgivninger og tilladelser, der måtte gælde, for at kunne gennemføre et arrangement. Der er øget bevågenhed med, at alle tilladelser er givet, og at afstandskrav m.m. overholdes. Derfor er det klogt, at du så tidligt som muligt inddrager de relevante myndigheder, og at du er på forkant med at kunne dokumentere, hvordan du har tænkt dig at håndtere forskellige situationer ved et event.

Her skal du være opmærksom på, at der kan være forskellige måder at tolke lovgivningen på, alt efter hvilken kommune eller politikreds du afholder sit event fra. Overvej derfor følgende:

- Sørg for, at du er løbende ajourført med myndighedernes retningslinjer om håndtering af Corona
- Undersøg hvilke retningslinjer der gælder for at holde arrangementer – set med beredskabets briller. Det kan f.eks. være grænsen for, hvor mange det må opholde sig et givent sted, i forhold til brandmyndigheder.
- Undersøg hos din kommune, hvilke regler der gælder for at bruge offentlige arealer til et arrangement. Her gælder der ofte forskellige regler alt efter, hvilken kommune du kommer fra.
- Sørg for altid at kunne dokumentere overfor politimyndigheder, hvordan du håndterer Corona-restriktionerne – og husk at efterleve dem.

NYTTIGE LINKS

POLITIETS CORONARÅD OG REGLER



www.coronasmitte.dk

RETNINGSLINJER FRA KULTURMINISTERIET FOR DELVIS ÅBNING AF KULTURLIVET



www.kum.dk/retningslinjer

RETNINGSLINJER FOR KULTURPRODUKTIONER OG KULTURARRANGEMENTER MED SIDDENDE PUBLIKUM



www.kum.dk/retningslinjer_siddende

SUNDHEDSSTYRELSENS PLAKATER – LIGE TIL AT DOWNLOADE



www.coronasmitte.dk/materialer

NORDJYLLANDS BEREDSKAB



www.nordjyllandsberedskab.dk/forebyggelse

BRAND OG REDNING MIDTVEST



www.brmv.dk

BRAND FOR VARDE-DELEN



www.svjb.dk

JAMMERBUGT KOMMUNE ER VIST SOM EKSEMPEL



www.landdistrikt.jammerbugt.dk

TILLADELSE TIL OFFENTLIGE ARRANGEMENTER



www.vardekommune.dk/tilladelse-til-offentlige-arrangementer



DEL 2

EKSEMPLER PÅ NYTÆNKNING AF EKSISTERENDE EVENTS OG ARRANGEMENTER

Kreativiteten har været stor fra krisen startede i 2020 og til nu. Mange aktiviteter blev med kreativ nytænkning og justeringer gennemført alligevel, trods de skærpede omstændigheder. I det følgende er samlet et udsnit af de aktiviteter, der blev gennemført i en Coronavenlig version.



Eksempel - Kunsthåndværk i Latinerkvarteret

Kunsthåndværkermarkedet i Ringkøbing har været en fast sommertradition, som er vokset støt siden det startede for 5 år siden. Markedet byder på mange stilarter og materialer – fra tekstil og træ til metal og glas - og man kan møde alt fra etablerede kunsthåndværkere til spændende projekter, af nye unge talenter fra den lokale designefterskole.

I 2020 blev Kunsthåndværkermarkederne om mandagen afløst af "Kunsthåndværk i Latinerkvarteret". Her blev 14 boder med kunsthåndværkere spredt ud i hele Latinerkvarteret, så der blev bedre plads. Ligeledes blev boderne bemanded alle dage fra mandag til lørdag i perioden 6. juli til og med 22. august. Ved at sprede Kunsthåndværkerne ud i hele kvarteret og over hele ugen, blev der god plads til at nyde de mange kunsthåndværkere. Det gavnede også handlen i byens forretninger, der hermed fik øget omsætning.



www.visitringkoebing.dk

Eksempel - Gademusikanter

Normalt holdes der mange koncerter på torvet i Ringkøbing med mange hundrede tilskuere. Da dette ikke var muligt i 2020, blev der i stedet entret med gademusikanter, der bevægede sig rundt i byen og optrådte undervejs. På den måde undgik man, at mange folk forsamledes foran musikken på ét sted. Således blev der skabt liv og musik i byen, til gavn for turister og borgere. Detailhandlen oplevede at få en større omsætning heraf.



www.visitringkoebing.dk





Eksempel - Hjerl Hede – Lys i mørkningen

Fra 13. til 28. februar kunne man som gæst på Frilandsmuseet Hjerl Hede få en helt unik oplevelse på det 20 ha store museum. Når mørket faldt på, blev der sat lys på museets mange bygninger, på finurlige og smukke måder. Det sneklædte museum blev oplyst af farverigt lys – et helt lille lysshow. Entreen var sat til 60 kr. for at opleve lysshowet.



www.hjerlhede.dk

Eksempel - Blokhus Vinterfestival

I Blokhus har Erhvervsforeningen Destination Blokhus gennem flere år stået bag en lang række forskellige aktiviteter i uge 7 og 8. Mange af disse kunne ikke gennemføres i 2021, og alligevel lykkedes det at sammensætte et alsidigt og alternativt program for alle aldre i de to ferieuger.

- Blokhus Skøjtebane havde åben hver dag – men der skulle bookes tid for at undgå store forsamlinger, og banen var ensrettet. Hver aften ved solnedgang holdtes Disco on Ice på banen.
- I fastelavnsweekenden kunne børn hente en gratis "kat" hos Spar i Blokhus. På den skrev de deres kontaktoplysninger, og smed den op i en tønde på Torvet, og der blev trukket lod om præmier. Der var også en rute på 1,9 km med familieopgaver undervejs. Når disse blev løst, fik børn en fastelavnsbolle hos Hune Bageri. På Valentines Day, kunne man gå en naturvandring på 3,5 km, hvor der undervejs var hjerter med gåder.
- På et 2 km langt refleksløb, skulle man følge reflekterende fodspor. For at åbne skatten til sidst, skulle opgaver om dyrefodspor løses undervejs. I skatten lå mønter der blev byttet til en præmie hos Spar Blokhus. Endvidere var der en onlinequiz, samt et Snapchat opgaveløb.
- Et andet tilbud var, at man skulle finde en sten og male den, hvorefter man på torvet i en sten-kiste kunne bytte sin sten ud med en anden. Vendsyssel Kunstmuseum stod bag uddeling af en gratis mulepose med en kreativ opgave for børn.
- Det var også muligt, efter en dukkert i Vesterhavet, at leje en saunahytte på stranden i en time. Man kunne også følge en afmærket vinterrute på 8-10 km gennem klitlandskab, skov og strand, og opleve MTB-træning i små hold, og leje af islandske heste fra Fårup Sommerland.



www.visitjammerbugten.dk

Det at arrangere en vinterfestival var ud fra en bevidst strategi om, at det er en god investering at lægge ressourcer i at lave events om vinteren, hvor der ikke sker så meget andre steder. På denne måde får gæsterne en god oplevelse og kommer måske igen senere, eller anbefaler det til andre. Tidspunktet var også optimalt ud fra den betragtning, at folk var virkelig oplevelseshungrende, efter en lang periode, hvor der ikke skete ret meget. Derfor blev festivalen en stor succes med mange besøgende og mange positive tilbagemeldinger, - og meget pressedækning. Succesen blev også gentaget i påskeferien.



Eksempel - Sct. Hans og bingo

Gennem årtier har Sankthansaften på Blokhus Strand været et enormt tilløbsstykke, hvor tusindvis af mennesker har fejret de lyse aftener med bål, midsommertale og musik. Men i 2020 måtte der tænkes kreativt. Det udviklede sig til et drive-in arrangement "Blokhus Bål og Bingo", hvor der udover sankthansbål også var mulighed for at vinde præmier, når der blev spillet bingo over bilradioen.

Arrangementet var flyttet til et lukket eventområde med plads til 150 biler. Ved indgangen købte hver bil en pladsbillet til 100 kroner, der også indeholdt bingoplader for op til fem personer. For at sikre et godt udsyn for alle biler, blev bålet placeret på havet på en flydeponon. Borgmesteren talte fra en lokal fiskerbåd, der blev transmitteret direkte over bilradio, hvor der også var bingo. Ved Bingo skulle der blinkes og dyttes med lygterne, hvorefter der kom en frivillig med præmien.



www.voresjammerbugt.dk

Eksempel - Blokhus Fly By

Blokhus Fly-In har de seneste år været et stort tilløbsstykke, hvor tusindvis af mennesker samles på stranden for at se de meget specielle fly helt tæt på. I 2020 blev der i stedet holdt "Blokhus Fly By", hvor 20 forskellige flytyper, indtog luftrummet i lav højde fra Saltum til Rødhus, men uden at lande på stranden.

De mange besøgende skulle finde et sted i klitterne langs strækningen, med god afstand til hinanden, hvorfra de, dagen igennem, kunne høre detaljer om flyene. Dette blev krydret med sjove anekdoter, speaket live på radiosignal fra arrangementet.

Eksempler – højskolerne har samlet 100 forslag til ideer

Højskolerne har samlet 100 nye idéer og tiltag, som blev gennemført forskellige steder i landet, for at vise, at ud af krisen kan der også skabes noget nyt og inspirerende. Ideerne er delt op i mange forskellige kategorier – lige fra alternative kultur-, og kunstaktiviteter, musik og sang, naturoplevelser og erfaringer, som turistvirksomheder og detailhandlere har gjort.



www.hojskolerne.dk

Eksempel - Løkken Turistbureau

I Løkken valgte man en strategi, der bestod i at understøtte mindre arrangementer, samt at sprede aktiviteterne til et større område end normalt. for eksempel:

- Produktionsskolen og to lokale firmaer producerede 6 træhuse med samme design som de berømte badehuse på Løkken Strand. Disse kunne flyttes rundt i byen og blev lejet ud til ud hele sommeren til arrangementer og var blandt andet scene for musikere, fødevaremarkeder og lign.
- En entertainer underholdt børn forskellige steder i byen
- En lokal gademusiker underholdt på forskellige scener i byen
- En danseskole optrådte med liveshow
- Restauranter og værtshuse lavede livemusik-arrangementer
- I efterårsferien blev der arrangeret skattejagt, hvor man skulle finde ting – og fik præmier
- Opsøgte gæster, med tilbud som f.eks. tegnekurrencer.

Eksempel - Tranum Lys og Glas

Hos Tranum Lys og Glas er ejeren vant til at folk kommer og laver deres eget glas i butikken, og henter det dagen efter. Da det ikke var muligt i 2020, udviklede hun i stedet konceptet "lav dit eget glas" take away. Det bestod i, at hun fyldte en kasse med en masse glas, værktøj og lim. Kassen tog man med til sit sommerhus, og brugte et par dage på at lave sin glaskunst. Bagefter skulle det afleveres i butikken, som brændte glasset, og kunden kunne hente det igen dagen efter. Kassen blev leveret tilbage og kunden betalte en grundpris for at lave glas, og resten var efter vægt.



www.tranumlysogglas.dk





Eksempel - Alfetræet i Ringkøbing

I anlægget i Ringkøbing skabte kreative sjæle et alfetræ, som tiltrak mange nysgerrige blikke fra store og små. Med alfe-træet fulgte også fem skovalfer, der flyttede ind i træet, som var udstyret med en alfeport, en bro, en rebstige i miniature og selvfølgelig også små døre til alferne. Hvis man scannede den QR-kode, der var på et skilt ved alfetræet, havde personerne bag, lagt opgaver ud til alle alfefans. Her kunne man for eksempel hjælpe de små væsner med at rime, at finde ingredienser til en opskrift, eller man kunne være med i en turbo-jagt.



www.facebook.com/dagbladetRS

Eksempel - Slukefter Kro – Gourmet på værelset

Slukefter Kro tilbød i perioden 2. marts til 7. maj 2021 sine gæster et gourmetophold, hvor der på værelserne blev dækket fint op med stofduge, servietter og stearinlys. Her serverede man en 5-retters gourmetmenu med tilhørende vine. Dagen efter, inden afrejse, blev der endvidere serveret en morgenanretning på værelset.

Den 16. marts var 1.500 værelser solgt, og de første 1.000 gæster havde allerede fået et gourmet-ophold.



www.slukefter-kro.dk

Eksempel - Holstebro Kunstmuseum – Kreativ påskeferie

Da Holstebro Kunstmuseum ikke kunne byde sine gæster indenfor i påskeferien, tilbød museet en to-go familieaktivitet – et krea-kit – som børnefamilier kunne hente ved museet eller ved feriehusområde.

Holstebro Kunstmuseum ville gerne tilbyde en social og kreativ aktivitet for de mange børnefamilier, der holdt påskeferie, men ikke kunne besøge de lokale kulturinstitutioner. Derfor tilbød museet en kreativ opgave, der kunne løses derhjemme, og som samtidig skabte et kunstnerisk, kreativt indhold. Krea-kittet var rettet mod børn i alderen 5-14 år. Opgaven var lavet med inspiration fra den aktuelle, men lukkede særudstilling med kunstneren Albert Mertz. Med materialerne kunne man eksperimentere med farver og former og designe sin egen Mertz-inspirerede mulepose.

Eksempel - Langelandsfortet – styring af folkemængde

På Langelandsfortet er der gjort erfaringer med at styre folkemængderne. Her er der forskellige udstillinger, ubåd med videre, som man kan komme ind i. Ved ankomst får hver gæst en klemme.

Uden for hver udstilling er der et skilt med lidt fortælling på. I kanten af skiltet er der f.eks. tallet 15, hvis der må være max. 15 personer på udstillingen. Ved indgangen sætter gæsten sin klemme på et tal. Hvis der er ledige tal, kan gæsten gå ind. Er der ikke ledige tal, må gæsten vente eller komme tilbage senere.



DEL 3

EKSEMPLER PÅ EVENTS MED BRUG AF DIGITALE PLATFORME

Mange af de events og arrangementer, der blev gennemført i 2020, blev gennemført ved hjælp af digitale løsninger, som f.eks. bestod i at tænke produkter og oplevelser sammen i fælles handelsplatforme. Destination Nordvestkysten og Destination Vesterhavet har i februar 2021 lavet et inspirationskatalog om digital forretningsudvikling i turismen. Overvej du at tage digitale løsninger i brug til dit kommende event, kan du her få gode råd til, hvilke digitale løsninger du kan anvende, og hvor du kan finde dem.



www.visitnordvestkysten.dk



Sådan inddrager og aktiverer du dine deltagere digitalt

Ved at inddrage og aktivere dine gæster digitalt, kan du skabe mange gode oplevelser. Med et online mødeværktøj, kan du f.eks. samle en lille gruppe til et videomøde, hvor du guider eller underholder dine gæster, mens du følger dem på din skærm, og de kan stille dig spørgsmål undervejs. Det kan f.eks. være madlavning, ølsmagning, yogaundervisning m.m.

Hvis du digitaliserer en fysisk aktivitet, som for eksempel en yogatime, er aktiveringen af dine deltagere en naturlig del af selve produktet. Derfor er live-undervisning af fysiske aktiviteter velegnede at digitalisere og kommercialisere. Sørg for at teste dit koncept på et par venner, inden du lancerer det, så sikrer du dig, at formatet fungerer, og du har taget højde for de rigtige ting.

Eksempler - Online-oplevelser på AirBnB

Airbnb.com baserer sædvanligvis deres forretningsgrundlag på rejser til ind- og udland, men under Coronakrisen har de måttet gentænke deres indtægtsmuligheder. Det har de blandt andet gjort ved at tilføje interaktive online oplevelser til deres produktportefølje. På tværs af nationaliteter og geografi kan man via AirBnBs online oplevelsesplatform tilmelde sig diverse digitale events lige fra et kursus i, hvordan man laver kaffe-cocktails med en spansk bartender til et virtuelt besøg på en fårefarm i New Zealand.

Eventen afvikles virtuelt med det online mødeværktøj Zoom, og i selskab med værten og de andre deltagere, får man dermed mulighed for at opleve eller lære noget nyt uden at forlade sit hjem. Konceptet er blevet taget godt imod i udlandet, men der er endnu ingen danske events på sitet, så her ligger der måske et potentiale fremover, for enten at koble sine events op på Airbnbs platform, eller blot lade sig inspirere af konceptet.



www.airbnb.dk



Eksempel - Online påskeudstilling på Pallisbjerg Herregård

Blomsterkunstneren Johnny Haugaard flyttede 5 uger op til påske ind på Pallisbjerg Herregård for sammen med frivillige at pynte hele herregården op til påske under temaet "Naturens stemme". Resultatet blev et online event, der forløb over 2 uger.

Den første uge blev gæsten inviteret med ind i hvert rum på herregården, og fik sammen med professionelle film- og lydfolk en unik oplevelse på nært hold, som gav gæsten en fornemmelse af selv at være til stede på påskeudstillingen.

Anden uge viste blomsterkunstneren genopstandelsen fra Palmesøndag til Påskesøndag i naturens materiale. Arrangementer var krydret med musik, blomster, dufte, historier og følelser. Gæsten kunne købe to pakker – en til mobil og en til TV, hvor flere kunne se med på én gang. Der kunne også tilkøbes en sansekasse, som blev leveret hos kunden, med alle duftende fra påskeudstillingen.



www.facebook.com/events/153530836616719

HVORDAN KOMBINERER DU FYSISKE PRODUKTER MED DIGITAL AFVIKLING

En måde hvorpå du kan gøre oplevelsen endnu mere attraktiv, er ved at kombinere et digitalt event med noget fysisk, der tages i brug under det digitale event. F.eks. et bagekursus, hvor deltagerne før kursets start modtager en pakke med de råvarer, der skal bruges til kurset - eller et tegnekursus med en lokal kunstner, der inkluderer en pakke med blyant og tegneblok. Et andet eksempel er digital banko, hvor deltagerne modtager plader og brikker inden start, og hvor præmien, f.eks. er lokale produkter eller gavekort til oplevelser i området, og bliver sendt eller kan hentes i lokalområdet.

Eksempler - e-Gastro – lige til døren - ølsmagning

e-Gastro er en webshop for madglade og kvalitetsbevidste forbruger i hele landet. Produkterne kommer primært fra producenter af specialfødevarer omkring Lemvig-egnen - men også fra andre steder. Produkterne leveres direkte til forbrugeren i form af enkeltprodukter, ugepakker, færdiglavede retter m.m.

Produktsortimentet omfatter også øl fra forskellige lokale bryghuse – blandt andet fra Nr. Nissum Håndbryg. Bryghuset, der ofte arrangerer ølsmagning, valgte i 2020, sammen med e-Gastro, at holde en virtuel ølsmagning.

Her leverede e-Gastro 5 øl fra Nr. Nissum Håndbryg sammen med nogle lækkerier fra nærområdet, hjem til forbrugeren. Brygmesteren præsenterede øllene og lækkerierne i en live stream på nettet, og fortalte historier og anekdoter om produkterne og bryghuset. Ølsmagningen foregik over fem aftener. Det var muligt efter live udsendelsen at se eller gense optagelsen på Facebook.



<https://egastro.dk/shop/ol-egastro/nr-nissum-handbryg/olsmagning-nr-nissum-handbryg-lille>

Eksempel - Madfestival - Smag på Destination Sjælland

I uge 42 plejer mange mennesker at spise ude i byen, når madfestivalen "Smag Lokalt" sætter fokus på de mange lokale producenter, og byder på egnsunikke smagsoplevelser. Baseret på de gode erfaringer skulle konceptet prøves i vinterferien. Men nedlukninger tvang Smag Lokalt til at tænke i nye baner.



Det er blevet til "Smag Lokalt Takeaway Edition", der løb fra uge 6-8 og gjorde det muligt at spise ude derhjemme. Der blev oprettet billetportalen www.smaglokalt.billetexpressen.dk, hvor gæsterne kunne gå på opdagelse i madfestivalens store udvalg af takeaway menuer.

Når de havde valgt den rette menu og afhentningstidspunkt, købte de deres takeaway billet. Herved kunne restauranterne styre mængden af menuer ud fra deres kapacitet.

Eksempel - James App - Overblik, bestilling og betaling lige ved hånden

James App er en innovativ bestillings- og betalingsløsning, der gør det muligt for gæsterne i en restauration at bestille direkte fra mobilen. Gæster, der bestiller via James App, skal hverken vente på en tjener eller stå i kø ved baren. På den måde øger restauratøren sin omsætning, reducerer sine omkostninger og får gladere gæster.

Når gæsten har bestilt og betalt, bliver bestillingen automatisk printet bag baren og i køkkenet. Det eneste som personalet skal gøre, er at klargøre og servere bestillingen. Ved bordservering fremgår gæstens bordnummer af den printede bon. Ved servering i baren får gæsten besked på sin mobil, når bestillingen er klar til afhentning.



www.jamesapp.dk





Eksempel - Ølgod juleevent

I 2020 var det ikke muligt at samle 300-500 mennesker foran Ølgods vandtårn til juletræstænding, som man plejede. Ølgod Handel og Erhverv tog i stedet initiativ til - med støtte fra Destination Vesterhavet - at producere nogle små videofilm der blev vist hver lørdag og søndag op til jul på Facebook. Målet var foruden at sprede julestemning, også at animere folk til at lægge deres julehandel i byen og ikke kun købe over nettet. Hver gang man handlede i en af byens forretninger, fik man et gratis lod.

Folk fra den lokale teaterforening lavede manuskript og spillede rollerne til lørdags-julekalenderne. To fotografer blev købt til at filme. Alle film bliver lagt ud på Facebook-siden Ølgod Netop Nu, og der blev markedsført på mange steder. Resultatet blev, at siden havde flere Facebook-følgere, end der var indbyggere i Ølgod. Hver lørdag blev der vist en hyggelig stedbunden lørdags-julekalenderfilm fra Ølgod, og hver søndag blev der vist lodtrækning med mange gaver fra byens forretninger.



www.facebook.com/olgod/

Eksempel - Tranum Mølle Destilleri – online ginsmagning

Tranum Mølle Destilleri lavede i påsken 2021 online ginsmagning. Det foregik på den måde, at gæsten fik tilsendt en kasse med 3x5 cl flasker gin samt 3 forskellige tonics. Når arrangementet startede, skulle gæsten logge ind på destilleriets livekanal på Facebook. Her startede ginsmagningen, krydret med hygge og gode historier, som varede ca. 1 time. Mange virksomheder bruger sådanne typer events, som et alternativ til firmaarrangementer.



www.tranummølle.dk



Eksempel - Juletræstænding og børnebanko i Ringkøbing

At lave et online event til erstatning for den traditionelle Juletræstænding hvor ca. 1500 deltagere normalt møder op, var en stor udfordring. Løsningen blev i stedet at sende juletræstændingen fra torvet LIVE. Det blev vist fra Ringkøbing Handelsstandsforenings Facebookside. Efterfølgende var der online Julebanko for børn med præmier for over 10.000 kr. De mange bankoplader blev delt gratis ud, når man handlede hos medlemmerne af Ringkøbing Handelsforening. Bankopladerne kunne afhentes i de butikker, der sponserede gaverne til bankospillet. Arrangementet gav en god branding af byen og øget omsætning i butikkerne.



<https://da-dk.facebook.com/events/4714685035271145/>

Eksempel - Bingo i vinterferien

Tre dage i vinterferien 2021 var der bingo for alle aldersgrupper i Varde. Det foregik online fra ugeavisernes Facebooksider og hjemmesider, hvorfra man de tre dage kunne se liveudsendelsen klokken 13.00. Lokale forretningsdrivende, virksomheder og kulturinstitutioner donerede gaver for over 10.000 kr., som erhvervsforeningen ProVarde samlede ind.

Fra hjemmesiden printede man det antal plader ud, som man ønskede. Ved bingo kom man - via et link på ugeavisernes facebook- eller hjemmeside - ind i et virtuelt studie. Her skulle spilleren holde pladen op foran sit webcam eller mobiltelefon - så den kunne tjekkes.



<https://ugeavisen.dk/varde/artikel/s%C3%A5dan-spiller-du-med-i-lokal-bingo-ballade>



HVORDAN SKABER DU DIGITALE OPLEVELSER I NATUREN ELLER BYRUMMET?

En digital oplevelse kan også være at flytte oplevelser ud i byrummet eller naturen og inddrage det digitale som et redskab til at gennemføre oplevelsen. Dette kan f.eks. gøres gennem guidede oplevelser i naturen eller i byen, hvor en naturvejleder eller kulturformidler har indtalt en podcast eller en audiowalk. Herved bliver gæsten guidet undervejs på sin gåtur. Konceptet gør det også muligt at designe ruten, så den fører gæsten forbi nogle af områdets forplejningssteder, som derved kan få en indtægt. Konceptet kan også bidrage til, at ikke alt for mange turister opholder sig det samme sted på én gang.

Eksempel - Audiowalks med BaggårdTeatret i Svendborg

BaggårdTeatret i Svendborg har med skuespillere som fortællere, lavet flere audiowalks, som bruger byrummet og naturen som ramme for det de kalder "usynligt teater". Konceptet er, at man downloader teatrets app, køber billet til forestillingen, og møder op det sted, hvor den givne audiowalk starter - lige når man har lyst. Med mobilen i lommen og høretelefoner i ørerne går man den angivne rute, mens man lytter til fortællerens stemme. På gåturen inddrages landskabet og kulturarven i fortællingen og skaber tilsammen en digital kulturoplevelse udendørs.



<https://www.baggardteatret.dk/audiowalk/>

Eksempel - Oplevelser med podcast i øret ved Testcenter Østerild

Hos Besøgscenter Østerild kommer man helt tæt på de gigantiske vindmøller med "Safari blandt giganter". Konceptet er, at man via QR-koder køber adgang til tre forskellige spor (Univers, Arena og Zone) via en podcast. De tre spor varierer fra 1,6 km til 10 km vandretur, hvor man får en guidet tur på egen hånd med podcasten på sin smartphone. Man bestemmer selv, hvor lang tid turen skal vare, og om man vil holde pauser undervejs, da man kan tænde og slukke, som man lyster. Podcasten er en blanding af fakta, lokalt forankret fortællinger, natur og selvfølgelig anekdoter fra møllecentrets og vindmøllernes levetid.



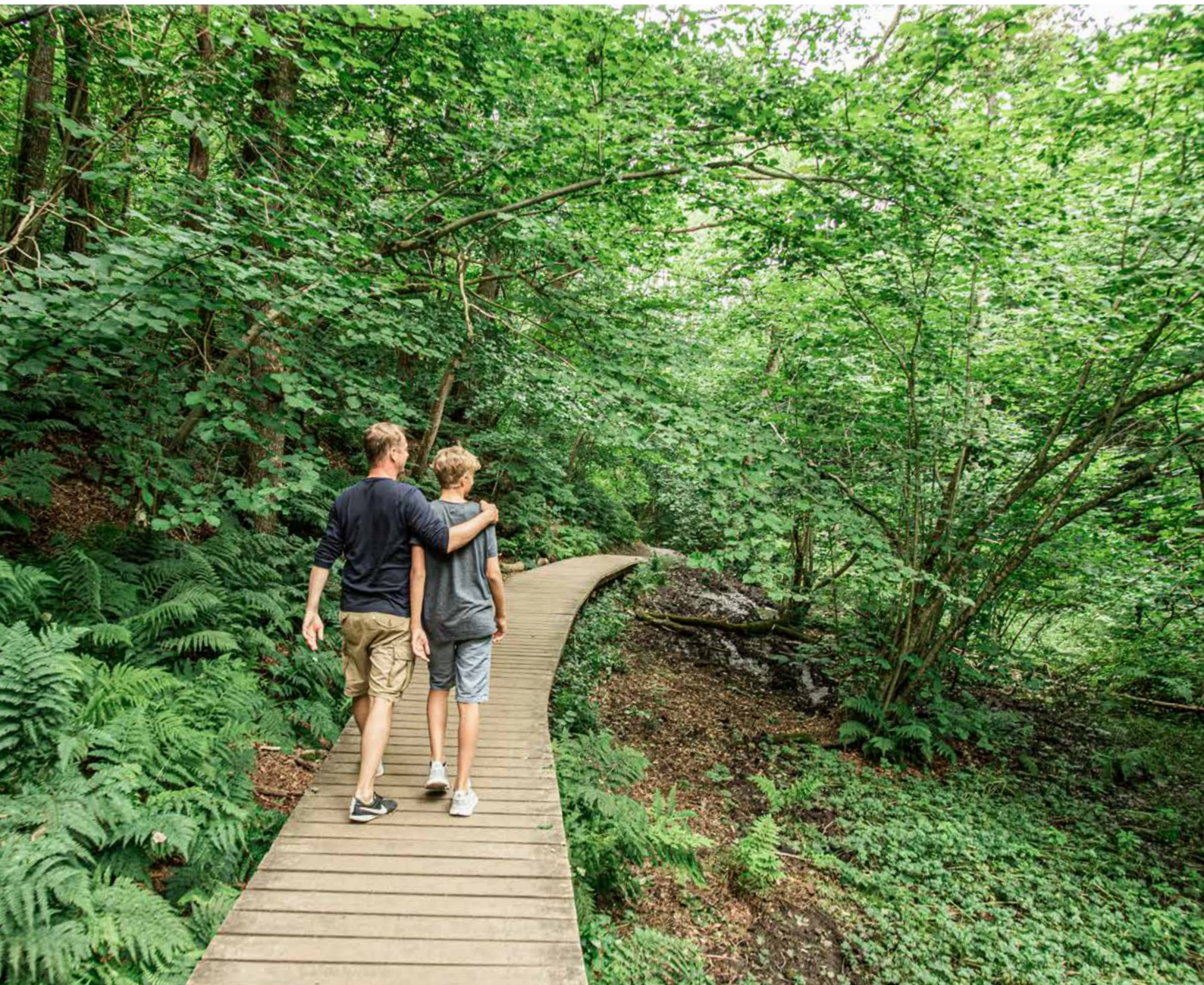
www.green-team-thy.dk

Eksempel - Naturvejledning via din egen bilradio

Natur&Kultur formidler viden om området i Nationalpark Thy via deltagernes egne bilradioer. Før turen starter, oplyser naturvejlederen, hvordan deltagerne finder den rigtige frekvens på deres egens bils radio. Herefter kører naturvejlederen forrest i sin bil, og deltagerne lytter til hans fortællinger via FM-båndet om de lokationer, der passeres på ruten.



www.naturogkultur.dk



Inspirationskataloget er udarbejdet i projekt Kickstart - Reframe og mersalg af Destination Vesterhavet og Destination Nordvestkysten.

Indsamling af materialer og inspiration er foregået i foråret 2021.

Projektet er støttet økonomisk af Erhvervsfremmebestyrelsen.

