



Berlin

Hannover

Bielefeld

Köln

Rotterdam

Amsterdam

Bremen

Hamborg

Rostock

Lübeck

Kiel

Søndersborg

Odense

København

Esbjerg

Aarhus

Aalborg

Göteborg

Kristiansand

Oslo



Søndersborg

Udsigt i verdensklasse

GlaGuldblad

Det Skandinaviske

Hovedpointer fra arbejdsgruppemødet på Scandic

- Velvilje til og interesse for Aktørdrevet Turistservice
- Et færdigt koncept udarbejdes - levering og installering hos aktørerne
- Mulighed for tilpasning til den enkelte aktør, men ensartet udtryk
- 'Regelsæt' der sikrer aftalerne for samarbejdet
- Netværk af aktører som skaber mulighed for sparring, nye tiltag samt service- og kompetenceudvikling

Elementerne i konceptet

1. Et antal turistaktører etablerer **turistinspirationer** i deres respektive 'butikker'. De er rettet mod egne gæster såvel som walk-in gæster, således bliver de lokalt Visit Sønderborgs forlængede arm.
2. **Formålet** er at løfte turistservicen, hvor gæsterne er. Vores gæster skal have følelsen af at være velkomne, de skal inspireres til flere aktiviteter og oplevelser når de er her, og disse informationer skal være lettilgængelige.
3. Aktørerne stiller **fysisk plads, strøm og internet** til rådighed til etablering af inspirationen, som præsenterer gæsterne for udbuddet af oplevelser i området. I installationen indgår **trykt informationsmateriale og digitale selvbetjeningsløsninger**. Turistinspirationen skal synliggøres og kommunikeres tydeligt og ensartet, men med mulighed for tilpasning til den enkelte aktør.

4. Turistaktørerne bør udnytte funktionen som turistinspiration og drage nytte af den **øgede gæstetrafik** til at skabe **omsætning**. Samtidig skal de aktørdrevne inspirationer bestræbe sig på, at **sende gæsterne videre til andre aktører og oplevelser** i området ud fra en værdikædetænkning.
5. Der udarbejdes et simpelt og **kortfattet 'regelsæt' med forventninger** til turistinspirationerne og samarbejdet med Sønderborg Kommune.
6. Aktørerne får en **færdig konceptpakke** med vores egen certificering og elementer med fælles grafisk udtryk samt det nødvendige inventar til at fungere som turistinspiration.
7. **Visit Sønderborg** er fortsat **officielt velkomstcenter**, som kommunens primære turistbureau, men vil blive mere **fleksibelt** og få en **større lokal forankring** ved oprettelsen af de aktørdrevne turistinspirationer. Visit Sønderborg yder **støttefunktion** til disse.

8. Udvalgt **fysisk informationsmateriale distribueres** til de aktørdrevne turistinspirationer af Visit Sønderborg – det sker via den eksisterende distributionsrute som udvides. Visit Sønderborg opdaterer desuden også **det digitale indhold** som er tilgængeligt på selvbetjenings-skærmene.
9. De deltagende aktører skaber et **formelt netværk**, som sammen med kommunen sætter rammerne for projektet og arbejdet heri. Ambitionen er, at **aktørnetværket** kan udvikles til at omfatte fælles **servicetræning** for aktørernes frontpersonale, løbende informationsarrangementer samt til at søsætte nye samarbejdsprojekter og bidrage til et **styrket offentligt-privat turismesamarbejde** parallelt med Aktørudvalget.
10. **Destination Sønderjylland** udbyder løbende en række **service- og opkvalificeringskurser**, som stilles til rådighed for aktørnetværket.

Turistaktørerne skal:

- aktivt påtage sig rollen som inspirationssted i en foreløbig 2-årig projektperiode i 2020 og 2021
- yde personlig service i det omfang det er muligt - dog med forventningen om, at personlig service af walk-in gæster er en del af rollen som turistinspiration
- montere et skilt på facaden, så rollen som turistinspiration synliggøres
- afsætte en central del af 'butikken' til etablering inkl. elementerne i konceptpakken.
OBS. Tager aktøren entré kan inspirationen etableres inden for billetteringen
- sørge for strøm og internet til tilslutning af den digitale skærm
- stille en repræsentant til rådighed til 2 årlige møder i netværket - *før og efter sæson*
- tage Destination Sønderjyllands online værtsskabskursus hvert år forud for turistsæsonen
- Evt. lade medarbejder(e) deltage i de kurser, som Destination Sønderjylland udbyder
- indgå i løbende dialog med Visit Sønderborg for forbedring og justering af konceptet
- evaluere projektet efter endt sæson – for optimering og tilpasning

Sønderborg Kommune skal:

- levere de fornødne materialer som der kræves for at være og fungere som inspirationssted
- sørge for løbende opfyldning heraf, så de nødvendige materialer og informationer er tilgængelige
- sikre service og evt. reparation af skærme/standere
- holde løbende opsyn, dialog og kvalitetskontrol med turistinspirationerne, så de fremstår, som de skal (ugentligt i højsæsonen)
- informationsdele og kommunikere med aktørerne omkring tiltag i netværket, vigtige datoer, tilbud om kompetenceudvikling mm.
- planlægge og afvikle 2 årlige samlinger – *før og efter sæson* – hvor netværksparterne mødes

Konceptpakken – *Mojn Sønderborg* (Fase 1)

For at sikre ensartethed og ét fælles udtryk leverer kommunen en færdig konceptpakke til de involverede turistaktører:

- **Stander** i træ med hjul indeholdende **touchskærm** (27') / alternativt en vægophængt skærm
- **Facadeskilt** og **Beachflag**, så det er synligt, at aktøren er turistinspiration
- Udvalgt **brochuremateriale** – løbende leverance og genopfyldning
- Mulighed for **ekstra brochurestander/-holder**, hvis aktør har plads hertil
- **Netværk** for de involverede aktører med tilbud om kompetenceudvikling, sparring mm.

Kriterier for udvælgelsen af turistinspirationer

- **Geografisk spredning** – alle dele af kommunen tilsigtes 'dækket ind'.
- **Turistflow** – mange mennesker/gæster.
- **Tilgængelighed og synlighed** – turistinspirationen skal ikke være gemt væk, men naturligt kunne findes. Også uden et kort.
- **Variation i aktørerne** – størrelse, type mm.

Borgen Shopping Center – her arbejdes der på en større løsning inspireret af den digitale løsning i Visit Sønderborg, da Borgen Shopping er en central besøgsagnet med mange daglige gæster. Elementerne bliver de samme, og de samme digitale kanaler benyttes, men de forsøges tilpasset centret. Inspirationen installeres på 1. salen (2.3 mio. gæster årligt)

Fase 2: Udendørs touchskærme:

Foruden aktørnetværket er der ønske om at etablere 6 udendørs pyloner. Disse vil være tilgængelige 24/7 og placeres på centrale pladser i *Sønderborg, Nordborg, Gråsten, Augustenborg, Broager og Sydals*, hvor der er et øget behov for turistservice og inspirationsmateriale.