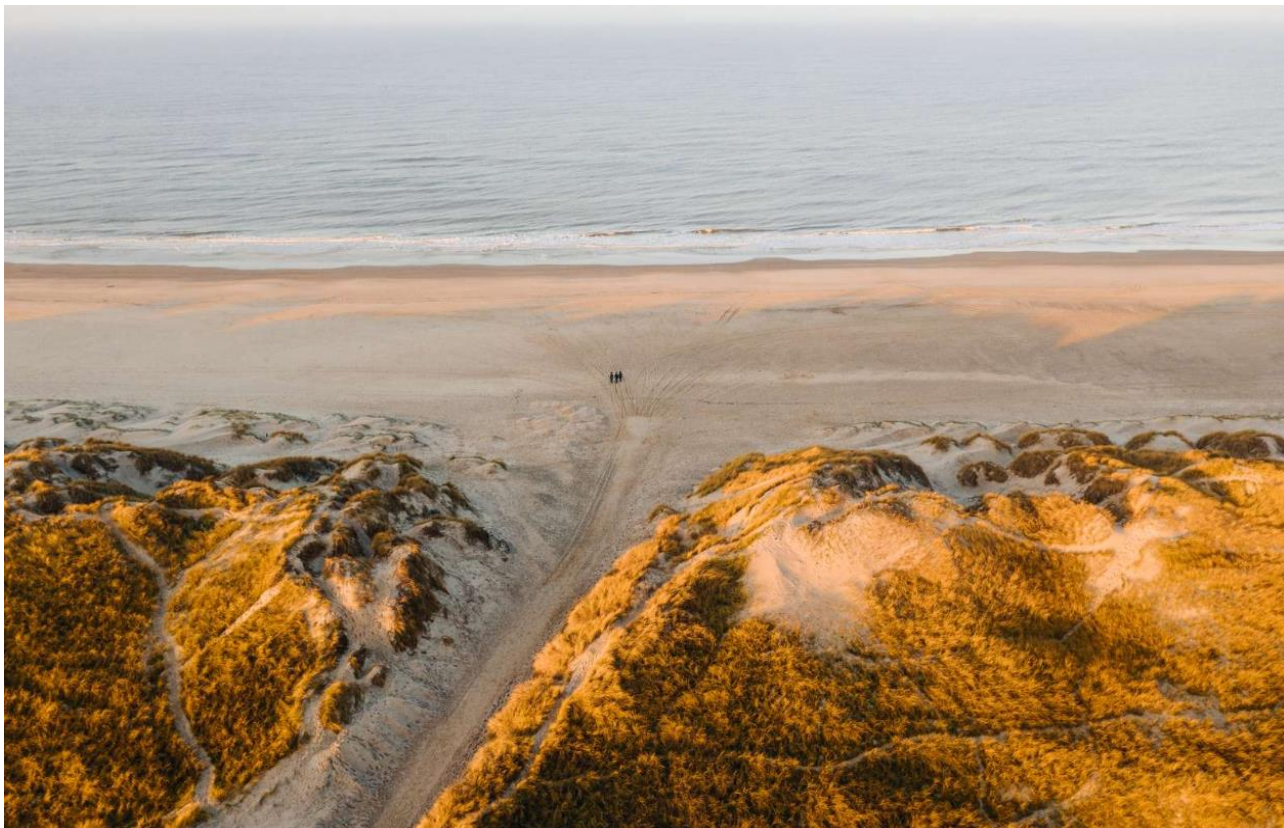


# Potentiale-briefs #1-11



## Hvad er et potentiale-briefs?

I arbejdet med oplevelsesudvikling på tværs af Ringkøbing-Skjern og Varde kommuner er der lavet en potentieleanalyse, som identificerer en lang række konkrete behov (indfrie som vel som uforløste), som områdets gæster har. For hvert gæstebehov, er der en mulighed for at udvikle nye relevante oplevelser, produkter og services, som gæsterne har brug for og derfor vil efterspørge.

For at sikre, at vi fokuserer indsatsen på de behov med størst potentiale, har vi identificeret de 11 mest central gæstebehov – dvs. de behov, det er forbundet med størst potentiale at finde løsninger på.

Hvis vi skal lykkes med at finde de bedste løsninger på de uforløste behov, er der brug for, at vi samarbejder og trækker i samme retning. Formålet med de følgende 11 potentiale-briefs er at skitsere gæstebehovet og de udviklingspotentialer det medfører, som inspirerer til handling og samarbejde.

## Indhold:

- #1. Hvordan kan vi fjerne hverdagens trummerum og skabe de bedste rammer for kvalitetstid?
- #2. Hvordan kan vi skabe og kommunikere flere små, unikke oplevelser på alle årstider og på tværs af geografien?
- #3. Hvordan kan vi skabe nye trækplastre og landmarks uden Bjarke Ingels-økonomi?
- #4. Hvordan kan vi aktivere naturen som en væsentlig kilde til gode oplevelser?
- #5. Hvordan kan vi skabe liv og stemning i kystbyerne om aftenen?
- #6. Hvordan overrasker vi gengangerne og forstærker deres "reason-to-go"?
- #7. Hvordan gør vi en ferie på Vestkysten så fleksibel som alt andet på internettet?
- #8. Hvordan skaber vi faciliteter i naturen, så naturen er tæt på 24/7 – og i al slags vejr?
- #9. Hvordan sikrer vi, at individuelle behov kan opfyldes, mens man er sammen?
- #10. Hvordan leder vi bedst gæsterne rundt til alle vores gode "skjulte" skatte?
- #11. Hvordan kan vi sætte "traditioner" i nye rammer og gøre dem attraktive for gæsterne?



## Potentiale-brief #1

### Hvordan kan vi fjerne hverdagen og skabe de bedste rammer for kvalitetstid?

**Vi har et stort uudnyttet potentiale i korttidsferier udenfor højsæsonen, men alene tanken om de mange praktiske opgaver, der følger med at leje et feriehus i få dage, afholder mange potentielle gæster fra at gøre det.**

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere:

- Feriehusudlejere
- Campingpladser
- Hoteller
- B&B og anden privat udlejning
- Leverandører af produkter, oplevelser og services som bidrager til at øge kvaliteten og serviceniveauet

## Potentialekontekst

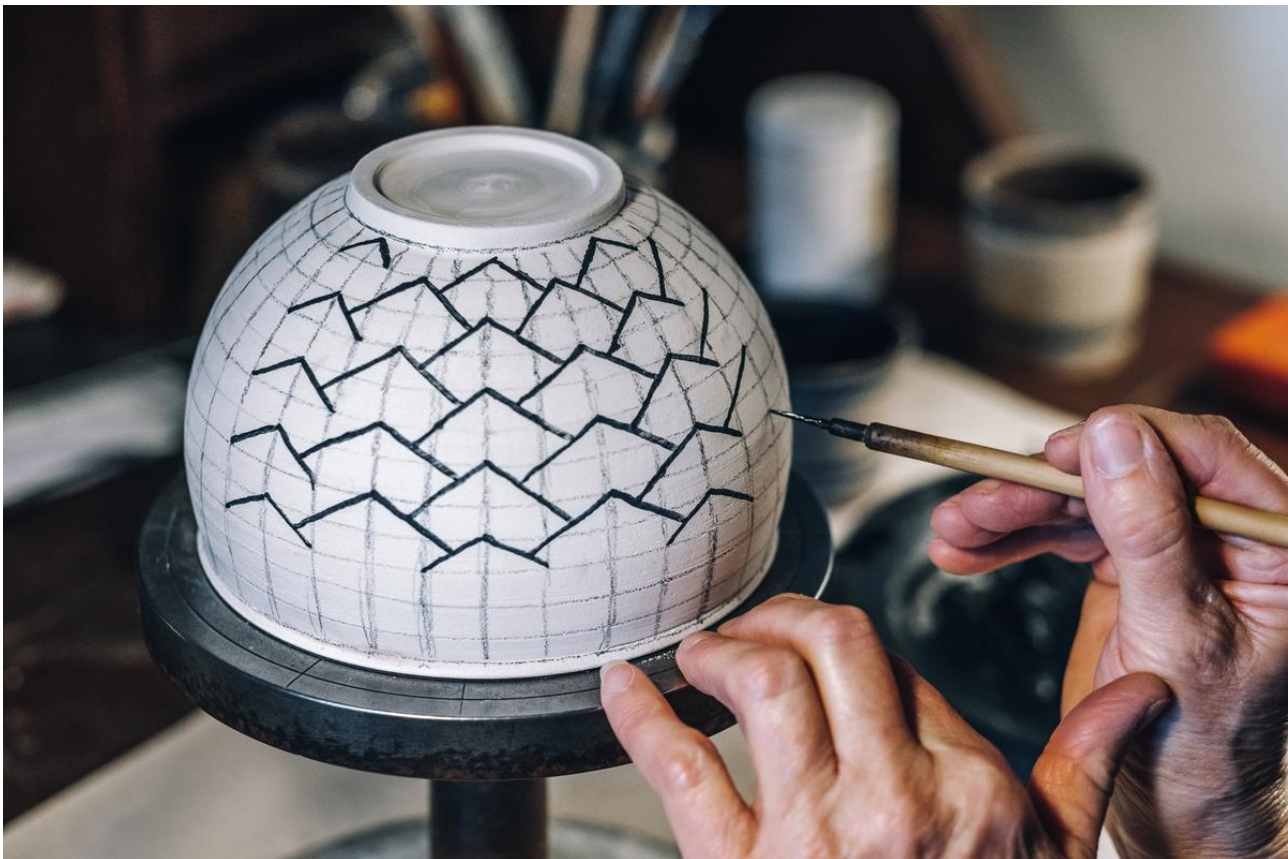
**Fjerne hverdagens bøvlg og praktik**→ I korttidsferierne er det endnu vigtigere at udnytte tiden maksimalt til at koble af. Man er i højere grad villig til at tilkøbe varer og services, som kan frigive den vigtige hygge- og afslapningstid.

**Sommerhus og kortferie**→ For en del korttidsferiegæster, er sommerhusferie en barriere for netop kvalitetstid. Denne ferieform er tværtimod i gæsternes øjne forbundet med en god del bøvlg og praktik. Der er behov for mere convenience, hvis sommerhuset skal være optimal til kortferie.

**Forskel på kortferie- og højsæson**→ Der er forholdsvis store forskelle mellem kortferie- og højsæson. Ikke bare i motivationen for at holde ferie, men også fordi der formodentlig er tale om forskellige gæstetyper. Man bør derfor forholde sig til de to grupper særskilt.

**Fleksibilitet**→ Korttidsferiegæsterne er vant til at planlægge selv og med fuld fleksibilitet i alle led. De forventninger tager de også med til Vestkysten. De efterspørger i højere grad destinationer, som er gearret til korte ophold – også i højsæson.





## Potentiale-brief #2

**Hvordan kan vi skabe og kommunikere flere små, unikke oplevelser på alle årstider og på tværs af geografien?**

**Gæsterne strømmer til vores signatur-oplevelser. Men de efterspørger også de helt nære lokale oplevelser med stort lokalt særpræg til at supplere "Must See, Must Do"-oplevelserne.**

### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Oplevelsesiværksættere
- Mindre oplevelsesudbydere
- Frontpersonale
- Kommunikationsmedarbejdere
- Ringkøbing Fjord Turisme og ProVarde
- Lokal borgere, foreninger og frivillige
- 

## Potentialekontekst

**Små lokale oplevelser** → En vellykket ferie er komponeret af de store signaturoplevelser, men også de små lokale oplevelser, som man falder over, når man bevæger sig rundt i ferielandet. Svampejagt, 'spøgelses-gårde' i Oksbøl eller noget helt tredje.

**Målgruppespecifik information** → Der er behov for målrettet information om området og områdets aktiviteter og muligheder. Fokus på målgruppens behov, og typisk leveret i eksisterende kanaler.

**Særlige lokale oplevelser** → Efterspørgsel efter oplevelser med synligt, lokalt særpræg. Gerne i samspil med hav og natur. Aktiviteter og oplevelser man ikke finder andre steder. Det kan være lokale madvarer, lokal kultur og de små unikke oplevelser.



### Potentiale-brief #3

## Hvordan kan vi skabe nye ikoner og landmarks uden Bjarke Ingels-økonomi?

**Signatur-oplevelser** er noget af det, der kan få gæsterne til at vælge os som destination for deres ferie. Men skal det være svært, tage lang tid og stille enormt store krav til økonomi at skabe noget, det er rejsen værd at besøge? Hvordan kan vi ikonisere eksisterende landmarks og oplevelser?

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Oplevelsesudbydere
- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- Ringkøbing-Skjern Kommune og Varde Kommune
- Partnerskab for Vestkystturisme og DKNT
- Realdania
- 

### Potentialekontekst

**Unikke koblinger** → Signaturoplevelser kan opstå via unikke koblinger fx mellem arkitektur & natur og mellem natur & mad. Konkrete eksempler er fugletårne ved Tipperne, Ellipsen ved Filsø, pumpestationer ved Ringkøbing Fjord og østersplukning i Vadehavet.

**Signaturoplevelser som driver** → Gæster vil gerne opleve noget nyt. En tur i autocamperen gennem Jylland er fantastisk. Men det er endnu bedre, hvis der også er en seværdighed at køre efter.

**Oplevelseskommunikation og synlighed** → Potentialet handler både om at skabe flere nye ikoner og om at styrke kommunikationen af dem vi har.





#### Potentiale-brief #4

### Hvordan kan vi aktivere naturen som en væsentlig kilde til gode oplevelser?

**Vores unikke natur er en af de primære årsager til, at gæsterne vælger os som destination for deres ferie. Den lægger selv fundamentet for den gode oplevelse, som vi kan bygge videre på.**

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Oplevelseseudbydere og -iværksættere
- Foreninger fx MTB og lystfiskere
- Naturvejledere både private og offentlige
- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- Ringkøbing-Skjern Kommune og Varde Kommune
- Partnerskab for Vestkystturisme og DKNT
- 

#### Potentialekontekst

**Det vante i det nye**→ Området fremhæves for sin storslåede natur, og rigtig mange medbringer cykler og løbesko, for at kunne flytte hverdagsinteresserne til de nye omgivelser. Der er behov for inspiration til hvordan man bedst løfter oplevelsen.

**Uden for sæson**→ Blandt de aktive naturturister er der stor åbenhed for at besøge området uden for den traditionelle hovedsæson. Der er behov for information og inspiration til at bruge naturen i lavsæson/kortferie. Potentialet ved at kombinere bevægelse med natur i eventform er stort – også gerne udenfor sæsonen.

**Fokus på individuelle behov**→ Aktiv naturferie er dejligt, men en god fisketur, et surfkursus eller en lang cykeltur har det med at tage en god bid af ferien. For medlemmer af rejseselskabet, som ikke nærer den samme passion, kan ferien pludselig føles lang. Hvordan kan vi skabe og kommunikerer en bred palette af differentierede oplevelser?



## Potentiale-brief #5

### Hvordan kan vi skabe liv og stemning i kystbyerne om aftenen?

Kystbyerne opfattes af mange gæster som værende lukket ned efter kl. 20 en almindelig aften. Men mens der ingen ønsker er om et vildt pulserende natteliv, udtrykker mange et ønske om, at der sker mere i byen om aftenen. Også udenfor sæsonen.

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Kystbyernes handelsstandsforeninger
- Restauranter og restauranter
- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- Grundejerforeninger
- 

## Potentialekontekst

**Nej tak til 'sommerhussoveby'** → Det er dejligt at slappe af, men det kan også blive for stille. Oplevelsen er, at flere af feriedestinationerne lukker ned efter 20:00. De savner muligheden for at hygge med en øl eller et glas vin om aftenen på en restauration.

**Informationsbehov** → Man er som udgangspunkt villig til at gå på kompromis med formen. Bare der sker noget. Der er brug for god information om arrangementer i nærområdet, gerne med 'varedeklaration': Type, hvem er det henvendt til, hvad kan jeg invitere mine gæster med til osv.?

**Feriehusgæster** → Et sommerhusophold er ofte anledning til at invitere gæster på kortere besøg, evt. med en overnatning. Det er en mulighed for at være sammen på en anden måde. Behov for inspiration til aktiviteter med besøgende: Frokost? Shopping? Museumsbesøg?





## Potentiale-brief #6

### Hvordan overrasker vi gengangerne og forstærker deres "reason-to-go"?

Vores gæster er for langt størstedels vedkommende meget loyale og vender tilbage år efter år. Netop derfor er det vigtigt, det aldrig bliver en sovepude for os, og vi hele tiden udvikler os med vores gæster.

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Oplevelsesudbydere
- Overnatningsvirksomheder
- Kystbyernes handelsstandsforeninger
- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme

## Potentialekontekst

**Få erkendte behov** → En meget stor del af gæsterne i højsæsonen er gengangere. Puls falder, så snart de ankommer, og de har set det der skal ses. Udfordringen er at give disse gæster nye og interessante oplevelser i et kendt miljø.

**Information på feriestedet** → For gæsterne i højsæsonen er få aktiviteter planlagt hjemmefra. Der er derfor et stort behov for information om aktiviteter på selve destinationen fx på overnatningsstedet.

**Genkendelighed** → Der er behov for innovation i det genkendelige og for ny rammesætning af ferietraditionerne altså de ting man bare skal nå på ferien fx en dukkert i Vesterhavet eller se solnedgangen.

**Hej igen** → En del kommer igen for det sociale fællesskab omkring destinationerne. På campingpladserne er det sociale let, i sommerhusområderne er det lidt sværere. Flere organiserer sig i Facebookgrupper. Andre ønsker sig en dedikeret hundestrand. Hvordan kan vi støtte op om social interaktion?



## Potentiale-brief #7

### Hvordan gør vi en ferie på Vestkysten så fleksibel som alt andet på internettet?

Internettet har givet vores gæster hidtil uanede mængder af fleksibilitet, når det gælder om at vælge tid, sted, overnatning, oplevelser m.m. for deres næste ferie. Imens kæmper vi stadig med gamle, fastlåste strukturer.

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Overnatningsvirksomheder
- Oplevelsesudbydere
- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- Ekspertviden – fleksible online platforme?
- 

## Potentialekontekst

**Målgruppespecifik information**→ Generelt ønsker mange gæster i højere grad end det sker i dag at blive ramt informationsmæssigt på deres specifikke interesser og livssituation. De her brug for målrettet information om området og områdets aktiviteter og muligheder. Typisk leveret i eksisterende kanaler

**Fleksibilitet**→ Særligt korttidsferiegæsterne er vant til at planlægge selv, og med fuld fleksibilitet i alle led. De forventninger tager de også med til Vestkysten. Destinationer, som er gearet til korte ophold – også i højsæson.

**Mindre praktik og planlægning**→Familier og feriegrupper har behov for hjælp til planlægning af den gode ferie. Mindre praktik, mere ferie.

**Inspiration efter interesse**→ Hvordan får jeg mest ud af min aktive ferie? Hvor kan jeg dyrke min interesse (f.eks. for vandsport)? Hvor er de bedste muligheder for at dyrke min interesse? Evt. på egen hånd. Hvad kunne ellers interessere mig?





## Potentiale-brief #8

### Hvordan skaber vi faciliteter i naturen, så naturen er tæt på 24/7 - og i al slags vejr?

**Vores unikke natur er og bliver det store trækplaster og bagtæppet for alt, hvad vi har at tilbyde. Men det kan udnyttes langt bedre og mere ud i ekstremer, end tilfældet er i dag – mens vi samtidig tager vare på naturen.**

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- Ringkøbing-Skjern Kommune og Varde Kommune
- Foreninger fx MTB og lystfiskere
- Naturvejledere både private og de offentlige
- Naturstyrelsen
- 

## Potentialekontekst

**Faciliteter i naturen**→ Rigtig mange er tilfredse med faciliteterne omkring aktiviteterne især den lette adgang til udendørsaktiviteter. Forbedringspotentialet ligger bl.a. i adgang til mad og drikke, toiletter og parkering. Samtidig bør man afsøge området for helt nye måder at bringe udendørsaktiviteter i spil.

**Det vante i det nye**→ Ferie ved vestkysten er for mange forbundet med aktiviteter i naturen. Der er dog behov for inspiration til hvordan man bedst løfter oplevelsen. Inspirationen kan være i form af nye faciliteter som i endnu højere grad understøtter naturoplevelser og skaber 'reason to go'. Konkrete eksempler er Bakkes dæmning eller Filsø Elipsen.

**Uden for sæson**→ Nye sæsoner giver mulighed for andre aktiviteter i naturen. Flere af sommerens gæster peger på, at det kunne være interessant at surfe om efteråret, hvor vindene er bedre, ligesom drageflyvning, løb, cykling mm. kan tilføjes nye elementer på andre tidspunkter af året.



## Potentiale-brief #9

**Hvordan sikrer vi, at individuelle behov kan opfyldes, mens man er sammen?**

**Gæsterne har alle forskellige behov. Også når de rejser sammen i grupper eller som familier. Men hvor der til daglig er meget fokus på den enkelte i familien, er ferien en oplagt mulighed for at gøre noget sammen.**

### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Oplevelsesudbydere og -iværksættere
- Museerne
- Overnatningsvirksomheder
- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- 

## Potentialekontekst

**Modstridende behov** → ferieaktiviteterne hos feriegrupper er ofte præget af en række kompromisser i forhold til egne behov især hos de modne generationer. Der er behov for oplevelser, der spiller på det, det enkelte familiemedlem har at tilbyde. Kan man lave aktiviteter der modsvarer de modstridende behov og giver mulighed for aktive børn og afkoblede voksne?

**Imødekomme forskelligartede behov** → Ferie i flere generationer er lig med forskellige erfaringer og behov. Der er oplevelser i en gruppe, og der er oplevelser i mindre gruppekonstellationer. Det er vigtigt, at alle disse forskelligartede behov imødekommes på ferien.

**Oplevelser til større børn** → Undersøgelser viser at flere gæsterne savner oplevelser i området som taler til de større børn, det er vokset fra legeland. Det kan være aktiv brug af naturen for de større børn og sociale aktiviteter.





## Potentiale-brief #10

### Hvordan leder vi bedst gæsterne rundt til alle vores gode "skjulte" oplevelser?

Selvom gæsterne gerne tager på ture for at komme ud og opleve ting, er der masser af gode lokale oplevelser, de aldrig nogensinde bliver opmærksomme på, og som hver især kan være med til at forstærke den gode oplevelse.

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- Oplevelsesudbydere og -iværksættere
- Museerne
- Overnatningsvirksomheder
- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- 

## Potentialekontekst

**Den lokale anbefaling**→ Tips og anbefalinger fra frontpersonalet kan være en stor hjælp til at finde de lokale oplevelser. Det kræver at personalet kender området og betragter formidlingen som en del af jobbet.

**Informationsmateriale**→ Der er behov for trykt/digitalt informations- og kortmateriale, som på inspirerende og neutral vis (uden reklamer) henviser til lokale oplevelser. '

**Målgruppespecifik information**→ Der er behov for målrettet information om området og områdets aktiviteter og muligheder. En del gæster udtrykker behov for information tilpasset deres interesser og livssituation. Informationen skal målrettet så der er fokus på målgruppens behov og typisk leveres i eksisterende kanaler.

**Særlige lokale oplevelser**→ Efterspørgsel efter andet end generiske oplevelser (mere af det samme). Interessen for lokalområdet natur, lokale madvarer, kulturhistorie og oplevelser er stor. Oplevelserne må gerne have lokalt særpræg fx via samspil med have og natur og gerne oplevelser og aktiviteter man ikke finder andre steder. Til gengæld kan en uventet lokal oplevelse have stor værdi.



## Potentiale-brief #11

### Hvordan kan vi sætte "traditioner" i nye rammer og gøre dem attraktive for gæsterne?

En ferie på Vestkysten er for mange forbundet med helt faste traditioner. Men selv gode traditioner har behov for at blive kommunikeret på en måde, der skaber begejstring.

#### Vigtige kompetencer og samarbejdspartnere

- ProVarde og Ringkøbing Fjord Turisme
- Kystbyernes handelsstandsforeninger
- Overnatningssteder
- 

## Potentialekontekst

**Ferietraditioner og lokale traditioner** → 'Traditioner' kan være de lokale traditioner i området som Skt. Hans bål, dansk jul, vinterbadning og søndagsgudstjeneste, som gæsterne et lille indblik i det liv der leves her. Men det kan også være gæsternes faste ferietraditioner, som bare skal opleves på en ferie ved vestkysten fx en tur op i fyrtårnet, en dansk hotdog.

**Genkendelighed** → Der behov for ny innovativ kommunikation af det genkendelige og af ferietraditionerne dvs. de ting man bare skal nå på ferien fx en tur til fiskehandleren, en dukkert i Vesterhavet eller se solnedgangen.

**Dejlige Danmark** → For mange gæster er Danmark og danskerne en attraktion i sig selv. Danmark er lig med mindre bøvl og smagfuldt indrettede feriehus, ingen kurtaxe og gratis internet. De efterlyser i højere grad at blive præsenteret for design, bæredygtighed og danske traditioner og mindre grad for pomfritter og plastik.