

Pressemeddelelse 2. juli 2015

Er den fysiske gæsteservice god nok?

Dansk Turismefremme sætter med ny undersøgelse fokus på bedre gæsteservice og fysisk formidling i de danske byer

At give gæsten en god oplevelse af en destination er en kerneydelse i turisme- og serviceindustrien. Den gode oplevelse kommer både fra kvaliteten af destinationens attraktioner, men handler i lige så høj grad om den service, gæsten oplever. Service skal ses i bred forstand som både oplevelsen af serviceniveauet på hoteller, restauranter, turistbureauer mv. men også tilgængelighed til information, oplevelser og attraktioner.

"I turismebranchen taler vi meget om at levere en bedre gæsteoplevelse. Vi skal hæve kvaliteten i dansk turisme. Men til kvaliteten af en gæsteoplevelse hører ikke kun produktkvalitet og personlig service, dertil hører også gæstens oplevelser af vores bykerner, deres evne til at finde rundt og til at finde vej til de mange oplevelser. I Dansk Turismefremme ser vi det som vores opgave at hjælpe vores medlemmer til at forbedre deres lokale gæsteserviceoplevelser og se de nye muligheder, som feltet rummer", udtaler Dansk Turismefremmes formand Anne-Mette Knattrup.

Dansk Turismefremme i front med den lokale turismeudvikling

Dansk Turismefremme ønsker at gå i front med den lokale turismeudvikling og give turismeorganisationerne redskaber til forbedret udnyttelse af deres turismepotentiale samt til at retænke byernes turismeprodukter. Vi skal tænke oplevelser og gæsteservice på nye måder. I regi af kvalitetsmærkningsordningen "Det grønne I" sikrer landets turistbureauer tilgængelighed af såvel fysisk som digital gæsteservice af høj kvalitet. *"Nu går vi skridtet videre og sætter udover tilgængelighed fokus på, hvordan vi i de danske byer giver gæsterne de bedst tænkelige oplevelser af byernes potentiale",* udtaler Anne-Mette Knattrup.

Til at løse opgaven har Dansk Turismefremme indgået samarbejde med landets førende rådgivningsvirksomhed indenfor byudvikling. Undersøgelsen vil bl.a. se på wayfinding i et helhedsorienteret perspektiv. For mennesker navigerer i og husker det byggede miljø. Således ser gæsternes mentale kort anderledes ud end det geografiske kort, som vi normalt navigerer efter. Wayfinding kan bruges til at vise turisten vej, men også til at formidle byens identitet og stemning. Dansk Turismefremme ønsker med undersøgelsen at sætte fokus på området, få afdækket muligheder og cases, så vi kan få en fælles forståelse af, at servicevejvisning ikke kun er fysisk skiltning.

Dansk Turismefremme er en interesseorganisation for aktører og organisationer, der arbejder med lokal turismeudvikling. Dansk Turismefremme arbejder med udvikling af turistbureauernes og destinationernes rolle i dansk turisme. Kerneområderne er gæsteservice, relationer og netværk samt markedsføring i regi af Aktiv Danmark. Samlet set har Dansk Turismefremme 330 medlemmer.

For yderligere information kontakt:

Dansk Turismefremmes formand Anne-Mette Knattrup på telefon 323 9228 eller sekretariatsleder Stine M. Pedersen på telefon 5353 3650.