

## Kommunikation

### Frågeställning 1)

#### **Ansvar för kommun att kommunicera utan att leda till överturism?**

Vilket ansvar kan vi inom besöksnäringen ta utifrån kommunikation?  
Inte alltid lätt att balansera platsens fysiska utmaning mot Näringens intäkter.

Viktigt också att ha nära kommunikation med invånarna på plats.

Nudga på större plan.

"hur kan vi balansera att ta ansvar för platsen samtidigt som vi tänker på näringen och levande landsbygd?"

### Diskussions input:

- 4 principer vid marknadsföring/utveckling: 1) Så lite miljöpåverkan som möjligt 2) bra för både boende och besökare 3) fler besökare när och där det inte är fullt 4) fler heltidsjobb och mer robusta verksamheter.
- Efter ändrade förhållningssättet så känns det så mycket bättre.
- Kan man styra i kapilärer ist för samma vandringsleder? Genom geotracking utflykter?
- Hur kan vi vara tacksamma för målgruppen vi redan har vid tex Hornborgarsjön – hur kan vi anspela på deras medvetenhet i kommunikationen?
- Kalmar- våga förflytta inrutade event från mitten på sommarn till för och eftersäsong.
- Glöm inte att kunna reaktivera insatser som gjordes tidigare – tex ett influenser samarbete år 1 som var live och grundläggande kan år 2 vara reaktiveringar genom att samma influenser använder samma material som bara kompletteras. En vinnande faktor har varit att marknadsföra inför.
- Hållbar kommunikation är att veta vad man startar igång från början...vad gör man på den platsen när eventet är etablerat och blir fullt? Är det hållbart då?
- Om man bor i ett område med mycket turism kan man själv utmana sig med att hitta sina egna nya platser där turisterna inte är.
- Hur kan man tänka tematiskt ist för geografiskt – tex trähusbygge. Så pass kan man sprida ut turisterna.
- Det som kommuniceras nu kan leva kvar länge – tänk därför på att uppdrag som ges till influencers så säkra ert avtal med att det är du som uppdragsgivare styr när inlägget för användas och hur.
- Kommunikation ses av många – medveten eller omedveten.

- "Min semester är ngn annans vardag" Tyvärr tar den glammiga resejournalistiken över...
- Hållbarhetsklivet rekommenderas att läsas.

## **Frågeställning 2)**

### **Hur nudgar vi gäster/besökare och hjälper dem att ta smarta beslut utan att skriva på näsan?**

Det ligger mycket ansvar på arrangören utöver destinationen.

Svinn för specialkost är väldigt stor – hur kan man göra det på ett skämtsamt sätt att nå ut till alla om det.

### Diskussions input:

- Högakusten/Korsika – som turist lever på ett visst sätt där
- Underbygg med argument "vi reser dit för att..." inte bara vackra bilder utan hitta storyn och brygga över till det hållbara. Får inte bli parallella spår.
- Förslag på lösning: quiz, lekar osv utöver tråkiga lappar.
- Hur kan våra hemsidor bli mer modiga med att inte enbart ha vår Hållbarhetspolicy längst ner utan istället vill vi våga vara loket som drar inspiration och utveckling. Troligtvis är det många turister som önskar mer information för att "göra rätt".
- Vill du slänga din fimp i krukan med AIK eller Michael Jackson – hur få in det till Hållbarhet
- Hållbarhets information/dialog/kultur = Välja/tips/vi har tagit beslut i förväg till gästen. Ex på kultur: så serverar ett hotell inget med exotisk frukt vilket blev en kultur och behövde inte skriva på näsan.
- Caters är ok med allergier MEN inte livsstilsval pga det leder oftast till matsvinn.
- Kan man ta betalt för specialkost?
- Hur kan vi ta reda på en specialkost önskas för tex fikor så att de slipper slängas?
- Åk kollektivt – prata gott om det och gör det som en del av upplevelsen
- Vart kan lappar på hotellrummen läggas för att gästerna skall uppmärksamma det bättre?
- Trangraf = röd/gul/grön på tidpunkter på dagen/veckan/året för besökarna att komma

- Hur kan man peka ut andra besöksmål ist för det besöket man tänkte göra för början men som var fullbokad. Hur kan man styra om utan att det blir överexploaterat på det stället`
- Hur kan parkeringskostnaden styra när man vill ha besökare