

KOMMUNIKATION MÅLRETTET DE GRØNNE IDEALISTER

21-05-2021

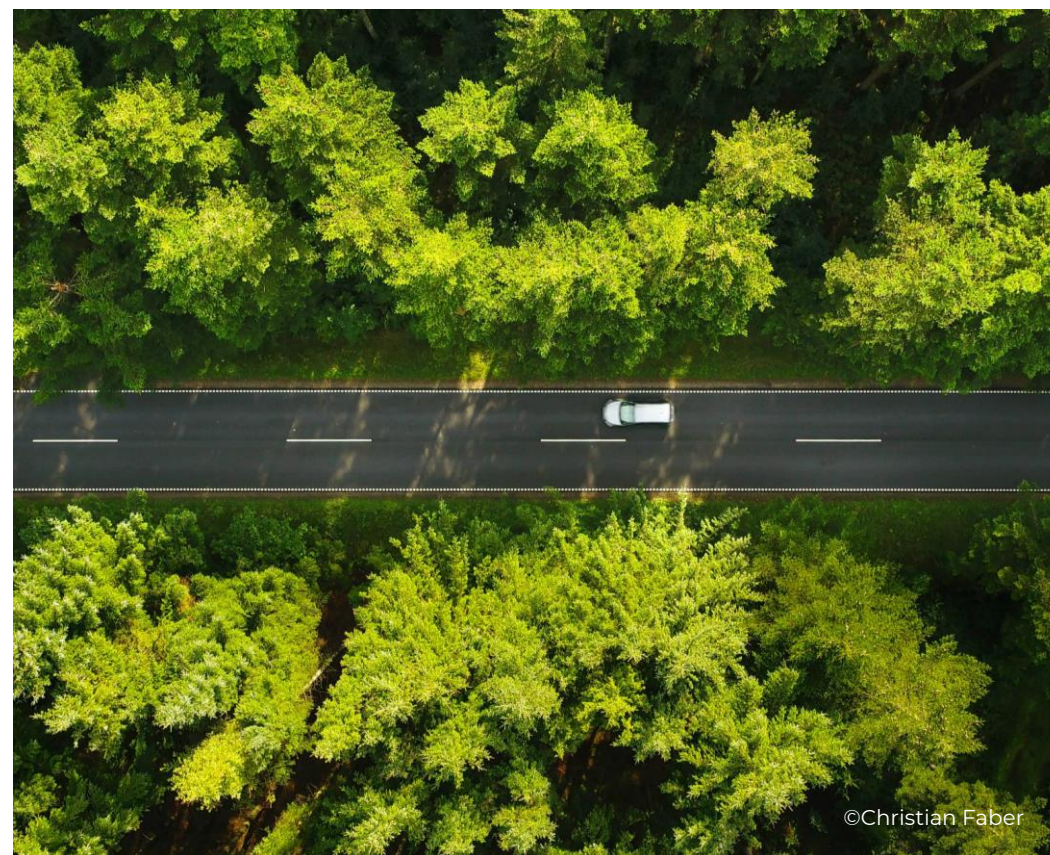
Forord

Flere og flere turister forventer, at bæredygtighed vil påvirke deres fremtidige rejsevalg. Det viser en stor undersøgelse, som VisitDenmark har gennemført i 2020.

For disse ”grønne idealister” er bæredygtighed ikke et rejsemotiv i sig selv, men de har en forventning om, at der bliver arbejdet med bæredygtighed på destinationen. De vægter en ren destination højt, og det er også vigtigt for dem, at det er nemt at sortere affald, og at destinationen passer på miljøet og naturen.

I VisitDenmark ønsker vi at være på forkant med turisternes øgede efterspørgsel på området og derfor har vi gennem flere år arbejdet med bæredygtighed i vores kommunikation.

I denne publikation deler vi vores erfaringer med at integrere bæredygtighed i kommunikationen med de internationale turister.



©Christian Faber

Hvem er de grønne idealister?

De grønne idealister er defineret ved, at de i høj eller meget høj grad forventer, at **bæredygtige hensyn vil præge deres fremtidige rejseadfærd**.

Segmentet udgør et solidt potentiale for dansk turisme. De betragter i stigende grad Danmark som et attraktivt rejsemål og en bæredygtig destination. Samtidig tilstræber de en ferieadfærd, som tager hensyn til miljøet på destinationen og gavner den lokale økonomi.

Vi har udarbejdet personaer i Danmark, Norge, Sverige, Tyskland, Holland, Paris, Rom/Milano og London, og det er blandt andet på denne baggrund, at vi har formuleret konkrete tips til B2C kommunikation målrettet de grønne idealister.

Beskrivelser af personaerne kan downloades på vores [hjemmeside](#) og er baseret på vores Image- og Potentialeanalyse fra 2020.



VisitDenmarks tilgang til bæredygtighed

- Det behøver ikke være kedeligt at fortælle om bæredygtighed, og det handler ikke kun om klimaudfordringer, CO2 udledning og kilowatt.
- VisitDenmarks tilgang til bæredygtighed bygger på synergien mellem bæredygtighed og nydelse, glæde og fornøjelse. Således er det en naturlig forlængelse af brandfortællingen The Land of Everyday Wonder, der afspejler den danske kultur og livsstil.
- Vores ambition er at understøtte Danmarks position som en bæredygtig rejsedestination i vores kommunikation og at give turisterne den inspiration, som gør, at de tilvælger Danmark.
- Vi vil ikke være formynderiske, men derimod inspirere og gøre det let for turisterne at træffe bæredygtige valg på deres ferie. Denne tilgang er også i overensstemmelse med vores tone of voice, som fordrer, at vores kommunikation skal være imødekommende, inkluderende, personlig og med et glimt i øjet. Folk skal have en følelse af, at vi taler direkte til dem, og at vi er i øjenhøjde. Derfor er bæredygtighed et subtilt integreret element i kommunikationen med turisterne.
- Budskaber om miljø- og klimavenlighed skal være korrekte, afbalancerede, præcise og relevante, og for at undgå *greenwashing* skal kommunikationen bygge på fakta og evidens.

Tips til kommunikationen

Sådan kan du kommunikere bæredygtig ferie i Danmark.

- De grønne idealister vil gerne vide, hvordan de hver især kan bidrage til at gøre en positiv forskel. Gør det nemt at træffe bæredygtige valg på ferien, og giv turisterne mulighed for at blive de helte, vi alle gerne vil være i kampen for en mere bæredygtig verden ved at tydeliggøre, hvor nemt det er at vælge de grønneste løsninger.
- Fremhæv oplevelser, der inspirerer til bæredygtige rejser – fra transport til overnatningssteder, naturoplevelser, cykling, shopping osv.
- Budskaber om miljø- og klimavenlighed skal være korrekte, afbalancerede, præcise og relevante.
- Du må ikke vildlede eller overdrive dine budskaber, og du skal kunne dokumentere dine påstande.
- Skriv levende, autentisk og positivt - gerne med et humoristisk sprogbrug.
- Benyt gerne top 10 lister og inspirerende guides samt visuel kommunikation med billeder og video som omdrejningspunkt.
- Anvend gerne billeder af den flotte, rene, danske natur – brede sandstrande, grønne skove, ø-livet osv. samt billeder af rene byrum, havnebade, cykelkultur i byerne og "clean spaces" uden for mange turister.



Affaldssortering og grønne initiativer

De grønne idealister lægger vægt på en ren destination og påskønner miljøbevidsthed. Fremhæv derfor gerne konkrete lokale initiativer og gør opmærksom på, hvor let det er at affaldssortere, hvordan vi sikrer mindre plastik osv.



Transport

Tydeliggør hvor let det er at komme fra A til B med offentlig transport. Hvilke transportformer er tilgængelige (bus, tog, letbane, båd), hvilke områder og oplevelser giver den offentlige transport adgang til at udforske og hvor findes der ladestandere til elbiler?



Cykling

Sæt fokus på cykling - alt fra gode cykelruter til info om, hvor der udlejes cykler. Synliggør også særligt cykelvenlige overnatningssteder, hvor man kan servicere sin cykel, opbevare den sikkert og oplade elcykler. Fremhæv i det hele taget cykelvenlige initiativer og tilbud på destinationen.



Lokale økologiske råvarer

Fortæl om lokale gårdbutikker og vejsideboder, hvor der kan købes gode, lokale råvarer og måske en lille souvenir.

Lav en guide til gode sanketure på destinationen. Hvor kan man finde og samle spiselige planter, bær, blade, svampe og blomster?

Udvalget af økologiske varer i de danske supermarkeder er generelt større end i mange andre lande. Det er især værd at fremhæve overfor sommerhusgæster og campister.



Bæredygtige restauranter

Interessen for økologisk mad er stor. Derfor er det en god idé at gøre opmærksom på, hvilke restauranter, der leverer økologisk mad af høj kvalitet - og gerne med en god historie bag de lokale råvarer.

Sæt fokus på spisesteder, hvor økologi er i højsædet, og hvor der anvendes lokale og sæsonaktuelle råvarer.

Lav også gerne en oversigt over steder med et stort udbud af vegetarisk/plantebaseret kost.



Outdoor oplevelser

Fremhæv oplevelser i naturen, de danske strande, nationalparker, øer osv. og gør opmærksom på outdoor oplevelser - særligt vandreture, vandsport, cykling og fiskeri, gode picnic spots, badesteder osv.



Attraktioner

Fremhæv konkrete projekter og attraktioner med en bæredygtig vinkel som eksempelvis havnebade i storbyerne, Naturkraft, GreenKayak, GoBoat, CopenHill, østerssafari og Thomas Dambos trolde.



Shopping

Tips til hvor man kan købe lokalt producerede souvenirs og produkter (fx kunsthåndværk, design, vin, spiritus, fødevarer osv.) samt hvor man finder de bedste secondhand shops og kræmmermarkeder.



Overnatningssteder

Fremhæv hoteller, hostels, shelters og campingpladser med fokus på bæredygtighed, hvor der tænkes grønt hele vejen fra check in til check out vedr. sengelinned, vand, mad, amenities osv.

Lav eventuelt en guide til de 5 bedste shelters på din destination, hvor man kan opleve en anderledes og populær form for overnatning i naturen under åben himmel.

Tjekliste

Vi har udviklet en bæredygtighedstjekliste, som kan bruges i forbindelse med udvikling af nyt indhold til hjemmesiden, nyhedsbreve og pressemeddelelser. Værkøjet er med til at sikre, at bæredygtighed er integreret i kommunikationen.

I VisitDenmark har vi et mål om, at der som minimum skal indgå tre elementer per artikel eller guide, men jo flere elementer der indgår i teksten, desto stærkere er indholdet.

Bæredygtighedstjekliste

- ✓ Et tydeligt bæredygtighedselement
- ✓ Et fun fact om bæredygtighed
- ✓ Et tip til en grønnere ferie
- ✓ Offentlig transport eller cykling
- ✓ Oplevelser i skuldersæsonen
- ✓ Natur og outdoor oplevelser
- ✓ Skjulte perler og mindre besøgte steder
- ✓ Bæredygtige og miljøvenlige muligheder ift. overnatning, oplevelser og forbrug
- ✓ Et billede, der viser noget af ovenstående



Tips til billed- og videoproduktion

- Billeder og film skal afspejle, at Danmark er en ren destination med god plads, ingen skrald, rent vand, ren luft og med rig mulighed for oplevelser på to hjul både i naturen og i byerne.
- Undgå så vidt muligt papkrus og plastic service, sugerør og plasticposer, og brug i stedet termokopper, genanvendeligt service, muleposer og lignende ifm. billed- og videoproduktion.
- Hvis du køber rekvisitter til optagelsen, så overvej, om de kan genanvendes efterfølgende.
- Køb så vidt muligt danske råvarer og lokale, sæsonaktuelle produkter.

Vil du vide mere?

Kontakt Kathrine Lind Gustavussen klg@visitdenmark.com