

P R E S S E M E D D E L E S E

Digitale sommerekspirimerter hos den midtjyske turisme

Innovationshuset Seismonaut gennemfører i samarbejde med Midtjysk Turisme en række digitale forsøg henover sommeren som led i IT-projektet "Brugerdreven innovation".

Den midtjyske sommer vil hos en række turismeaktører være præget af en række digitale eksperimenter, der skal danne grundlag for mere viden om at arbejde med de nye digitale medier.

Campingvideoer på Youtube

På tre udvalgte campingpladser og hos flere turistbureauer afprøves en række forsøg med online video på Youtube. Formålet er at demonstrere for turisterhvervet hvor enkelt og hurtigt man kan profilere sin virksomhed på nye måder på nettet. Og samtidig ganske gratis nå en global målgruppe med sin markedsføring.

"Vi arbejder i forvejen med forskellige nye digitale værktøjer, og finder forsøget spændende og brugbart i vores arbejde hvor vores gæster i stigende grad researcher og vælger deres sommerferie online. Turisternes forventninger til informationsniveauet er stigende og det kræver nyt indhold og brug af nye medier." udtaler Camilla Dvinge, Dancamps.

Turisternes eget indhold skal ind på turistbureauernes hjemmeside.

For et par udvalgte turistbureauer gennemføres et forløb, hvor der sættes fokus på brugergenereret indhold og hvordan det kan udnyttes på bureauernes hjemmeside. Der er masser af danske og udenlandske turister der blogger, twitter og deler billeder på hjemmesider som Flickr og Picassa om deres ferieoplevelser, tips og anbefalinger. Men hvordan kan bureauet udnytte dette værdifulde indhold og dele det med nye og kommende turister?

De skjulte oplevelser

Brugerobservationer viser, at mange turister efterlyser de skjulte oplevelser som gemmer sig i enhver by. Det er ofte her lokalbefolkningen spiser frokost, tager på picnic eller måske en god vandretur. Som en ny og anderledes tilgang til at fremhæve de "skjulte" oplevelser, udvikles der en række forskellige Google Maps over det enkelte lokalområde, så man nemt og hurtigt kan finde de autentiske og ofte oversete oplevelser.

"Vi oplever i øjeblikket et skifte, hvor vi ser, at turister ikke længere er passive iagttagere men aktive deltagere, når de søger og bruger turismeinformation på nettet. Vi mener, at det er vigtigt at klæde turistaktørerne i Midtjylland bedst muligt på til at kunne navigere i den nye digitale virkelighed, og dermed realisere et enormt potentiale i arbejdet med at tiltrække flere turister til regionen" udtaler partner i Seismonaut Anders Mogensen.

De forskellige eksperimenter indgår alle som en del af Midtjysk Turismes IT-projekt "Brugerdreven Innovation", hvor innovationshuset Seismonaut er projektleder, og den opnåede indsigt skal bruges til at udvikle innovative eksempler og nye muligheder for turistinformation på medieplatforme som internettet og mobiltelefonen.

29. juni 2009

For yderligere oplysninger kontakt kommunikationschef Karin Buhl Slæggerup, Midtjysk Turisme, tlf. 8921 2282 / 2043 7254, eller partner i Seismonaut Anders Mogensen, tlf. 4030 4339.