

Guide til inkluderende content produktion



Kom godt i gang med dit nye content

En vej til flere gæster på nye måder

Her får du en række konkrete råd til en mere inkluderende stil og tone i din contentproduktion.

Når du er inkluderende i sprog, billeder og budskaber, vil du:

- få flere gæster.
- styrke dit brand.
- skabe større tryghed.
- øge chancen for et besøg.

Derfor virker det

Med en inkluderende markedsføring:

- skaber du tillid – fordi gæsterne kan spejle sig selv i jeres kommunikation.
- sænker du barrieren for besøg – især for dem, der har brug for at planlægge mere grundigt
- styrker du jeres brand – som et sted, hvor forskellige mennesker er velkomne.
- viser du, at du har hjertet med på arbejde.

Det handler ikke om at ændre alt – men at opbygge stærkere relationer og få bedre rækkevidde ved at justere lidt på det, du allerede gør.

Her vil du opleve, at små greb gør en stor forskel.

Brug værktøjet som...

- baggrundsviden, når du skriver til dit site, poster på dine SoMe-kanaler m.v.
- fælles reference i jeres so-me-indsatser.
- onboarding af nye kommunikationsmedarbejdere, så I får en fælles linje for inkluderende kommunikation.

Guide til inkluderende content



- Se mennesket – ikke diagnosen**

Personer med handicap er ikke deres handicap. Skriv fx "en person med nedsat syn" – ikke "en blind". Du skal ikke se handicappet som et problem. Fokusér på muligheder i stedet for begrænsninger.
- Vær ærlig og præcis**

Undgå ord som "handicapvenligt". Det lover for meget og siger for lidt. Hvis du fx vil fortælle om et nyt toilet, så skriv: "Døren til vores toilet åbner udad. Der er en fri passage på 85 cm. Og plads til at vende rundt: Venderadiusen er 1,75 m." Vær ærlig. Hvis døren har en fri passage på 75 cm, så skriv det. Så kan gæsten selv afgøre, om dit sted er tilgængelig for ham eller hende. Jo mere konkret, du er, jo større tryghed skaber du – og det øger chancen for, at gæsterne vælger dig.
- Vis virkelige mennesker i virkelige situationer**

Alle gæster vil gerne se rigtige mennesker - ikke glansbilleder. Det gælder også her. Brug billeder, hvor mennesket og oplevelsen kommer først – og hvor særlige behov måske først opdages i anden omgang. På den måde gør du tilgængeligheden til en naturlig del af oplevelsen.
- Vis mangfoldigheden på tværs af al jeres kommunikation**

Undgå klassikeren, hvor det alene er på tilgængelighedssiderne, du viser mennesker med særlige behov. Når du viser mennesker med særlige behov på tværs af dine sider, signalerer du, at tilgængelighed er en naturlig del af jeres sted. Og du gør det lettere for gæsterne at spejle sig i jeres kommunikation.
- Husk gruppen - ikke kun individet**

Mange med særlige behov rejser ikke alene. De tager af sted med deres partner, børn, venner eller ledsagere. Når I viser billeder, hvor personer med og uden særlige behov oplever noget sammen, sender I et klart signal: "Alle er velkomne her – også jer, der rejser sammen."

Guide til inkluderende content



- Tænk i mangfoldighed – også i billeder**
Mange gange bruger steder en person i kørestol, når de vil vise tilgængelighed. Men der findes mange andre behov. Så vis forskellige slags kroppe, aldre, hudfarver, køn, hjælpemidler og energiniveauer. Husk også usynlige behov som fx solsikkesnore, høretelefoner, pauser og solbriller.
- Brug ikke opstillede billeder af 'den glade handicappede'**
Det virker opstillet, utroværdigt og ofte lettere nedladende.
- Brug derimod gerne gæsternes egne ord og billeder**
Få lov til at dele gæsteoplevelser, der viser, hvordan forskellige behov bliver mødt hos jer. Citat fra en gæst eller et billede fra et besøg er stærk dokumentation – og skaber tillid. Brug det efter aftale på din hjemmeside og i dine øvrige kanaler.
- Stærke gæsterelationer kan give adgang til brugernes kanaler**
Gæster med særlige behov er meget ofte aktive i forskellige onlinet fora og -grupper, hvor de anbefaler oplevelser og meget andet til hinanden. Jo bedre oplevelse, du giver, jo større er chancen for at blive nævnt her. Så dyrk relationen med gæsten.
- Gør det nemt at tage kontakt**
Sørg for, at det er tydeligt, hvordan gæsterne kan stille spørgsmål – i kommentarer, på beskeder eller via jeres kontaktoplysninger. Skriv fx: "Er du i tvivl, om vores sted passer til dine behov? Skriv til os – så svarer vi." Menneskelig, åben dialog er din vej til flere gæster.
- Byg bro til jeres tilgængelighedsside - og husk alt-tekster**
Når du kommunikerer på dine forskellige kanaler om jeres tilgængelighed, så link direkte til jeres side med tilgængelighedsinformation. Husk også alt-tekster, hvor du beskriver indholdet af de billeder, du poster eller lægger op på din side. Den tekst læser skærmlæsere op, så en person med nedsat syn får glæde af indholdet.
- Af samme årsag så undlad brug af emojis**
Skærmlæsere læser billedet op. Og det kan let blive forstyrrende for modtageren. Jeg ❤️ juice bliver fx til Jeg rødt hjerte juice.

Guide til inkluderende content



Opsummering i 5 do's and dont's

5 do's

Brug konkret og ærligt sprog

Skriv fx: "Der er 85 cm fri passage ind til toiletet".

Vis mangfoldighed

Brug billeder med forskellige kroppe, aldre, behov og energiniveauer.

Sæt mennesket først

Lad dine opslag handle om oplevelsen, ikke om diagnosen.

Del virkeligheden fra jeres sted

Brug fotos fra hverdagen, ikke stockbilleder.

Vis, hvordan I møder behov

Gør tilgængelighed til en naturlig del af oplevelsen.

5 don'ts

Undgå ord som "handicapvenligt"

Det siger for lidt og lover (som regel) for meget.

Brug ikke opstillede billeder af "den glade handicappede"

Det virker utroværdigt og nedladende.

Gør ikke gæsten til en særlig case

Vis fællesskab, ikke særbehandling.

Hold jer til facts, når det gælder tilgængelighed

Det værste, du kan gøre, er at love noget, du ikke kan holde.

Glem ikke jeres alt-tekster

Uden dem er dine billeder og film usynlige for mange.

Turisme for Alle

Vil du vide mere?

Bemærk, at vi ud over dette værktøj, også har værktøjet **Formidl din tilgængelighed** til brug for din formidling på din hjemmeside. Læs også den undersøgelse, som Danske Handicaporganisationer har lavet om at møde mennesker med særlige behov. Den viser, at 80% af alle danskere har følt sig usikker i mødet med en person med særlige behov. Det behøver du ikke lade dig afskrække af. For som undersøgelsen slår fast: Hellere et akavet møde end intet møde.

Hovedreglen er: Mød mennesket, ikke handicappet. Spørg ind til interesser og personens liv. Ikke: "Hvorfor går du med krykker?" Find undersøgelsen [her](#).

Find inspiration her

Museer:

[Accessibility – Skansen](#)

[Accessibility – British Museum](#)

Turistorganisationer:

[Accessible travel – Visit Finland](#)

[Accessible travel guide – Visit Norway](#)

[Accessible Holidays – Visit England](#)

Natur for alle - projekt for [tilgængelig natur for alle](#) i Danmark

Kunstig intelligens (så som ChatGPT) kan hjælpe dig med at:

- få overblik over din hjemmeside og den information, du giver dine gæster.
- formulere tydelig og tryk information om tilgængelighed.
- omsætte din screening til konkret indhold, der gør det lettere for gæster at vælge dig.

Bliv klogere på, hvordan du kan bruge kunstig intelligens i netop din virksomhed. Tag fat i dit destinationsselskab og få sparring og konkrete input til, hvordan AI kan understøtte dit arbejde med turisme for alle og strategisk gæsteservice.

