

# Myter & misforståelser om tilgængelighed



# Myter & misforståelser om tilgængelighed



## Hvad:

Der er masser af myter og misforståelser, når vi arbejder med tilgængelighed - særligt når det handler om, hvad det kræver, og om det kan betale sig. Her ønsker vi at komme de mest sejlivede til livs.

## Hvorfor - Hvad får jeg ud af dette værktøj?

Når du gør op med misforståelser, bliver det lettere at arbejde med tilgængelighed i hverdagen. Det øger gæstetilfredsheden, som er vejen til flere gæster og en bedre bundlinje. Du opnår også mere tryghed og forståelse i dit team.

## Sådan kan du bruge Myter & misforståelser?

Du kan bruge værktøjet på forskellige måder - afhængigt af, hvilken rolle du har. Vi har lavet tre bud, som du kan lade dig inspirere af.

Prøv selv værktøjet på ti minutter:

- Vælg en myte.
- Læs den højt for en kollega.
- Spørg: Er det noget, vi kender?
- Tal kort om, hvad vi vil gøre ved situationen.

## Er du medarbejder i en turismevirksomhed?

Læs myterne og tænk over, om det er noget, du har mødt i jeres daglige arbejde. Stil spørgsmål som:

- Hvordan møder vi gæster med forskellige behov?
- Er der situationer, hvor vi har været i tvivl om, hvordan vi skulle hjælpe?
- Er der små ting i vores service, som kan gøre oplevelsen lettere for flere?

Myterne kan give nye perspektiver på gæstemødet og hjælpe jer med at skabe en god oplevelse for flere.

## Er du ambassadør eller leder?

Brug myterne som udgangspunkt for dialog i teamet. Du kan fx:

- læse en myte højt på et personalemøde
- lade teamet diskutere, om de genkender situationen
- tale om, hvordan I håndterer den i praksis

Myterne kan også anvendes i onboarding af nye medarbejdere, så tilgængelighed bliver en naturlig del af jeres gæsteservice.

## Er du i en destination/laver erhvervstøtte

Anvend myterne som dialogværktøj i workshops og møder med virksomheder. Som fx:

- Vælg 2-3 myter, som I drøfter sammen.
- Brug dem til at åbne en samtale om gæsteoplevelser og tilgængelighed.
- Lad virksomhederne dele deres egne erfaringer.

Myterne kan være gode dialogstartere, fordi de tager udgangspunkt i situationer, som mange allerede kender.

# Myte 1

Opfattelse:

**“Tilgængelighed er et nichemarked - det kan ikke betale sig”**

**Svar:**

Turisme for alle handler ikke om en lille gruppe. 41 % af alle potentielle gæster har særlige fysiske, sensoriske eller kognitive behov, når de er afsted hjemmefra – eller rejser med én, der har. Det er altså ikke en niche. Det er en stor del af markedet.

Og den andel vil kun vokse. Om få år vil ca. hver fjerde være 65 år eller mere, og omkring 10 % vil være 80+. Samtidig får flere unge i dag en diagnose end tidligere. De har brug for ro, forudsigelighed og tryghed.

Derfor er Turisme for alle ikke et “ekstra hensyn” til få. Det er fremtidens gæsteservice: At gøre oplevelsen lettere at vælge, lettere at forstå og lettere at gennemføre for flere. Og de ændringer, du laver, kommer ikke kun personer med særlige behov til gode. For det, der er nødvendigt for nogle, er godt for alle.

# Myte 2

## Opfattelse:

**“At øge tilgængeligheden er komplekst, besværligt - og frem for alt dyrt!”**

## Svar:

Tilgængelighed kan virke uoverskueligt, men I gør sikkert allerede en masse godt uden at kalde det tilgængelighed. Det behøver ikke starte med dyre løsninger – små ændringer kan rykke meget.

Start med at lave en screening af jeres nuværende tilbud (både fysisk og digitalt) for at få et overblik over områder, hvor I gør det godt, og hvor I kan gøre mere. Brug gæsternes input til at vælge de vigtigste tiltag. Nogle ting kan I gøre her og nu. Andre kan tænkes ind i vedligeholdelse og renovering på længere sigt, så de bliver en naturlig del af planerne.

**Husk** - de forbedringer, I laver, kommer mange til gavn. Nu - og i årene fremover.

# Myte 3

## Opfattelse:

**“Vi har jo ikke nogen gæster med handicap!”**

## Svar:

Måske føles det sådan – men fravalg sker ofte før booking, især når information er uklar eller svær at finde. Derfor kan “manglende efterspørgsel” lige så godt være et tegn på, at I ikke formidler jeres tilgængelighed godt nok. Når I bliver tydelige, bliver I lettere at vælge til.

Samtidig er det svært at vide, hvor mange af jeres gæster der har tilgængelighedsbehov, fordi mange behov ikke kan ses – og fordi mange ikke siger noget. De klarer sig, planlægger ekstra, tilpasser sig, bider tænderne sammen eller fravælger dele af oplevelsen.

Med andre ord: I har sandsynligvis allerede mange gæster med tilgængelighedsbehov – spørgsmålet er bare, om de får den oplevelse, de håbede på, om de vælger jer igen, og om de vil anbefale jer til andre.

# Myte 4

Opfattelse:

**“Tilgængeligt design er ikke pænt”**

**Svar:**

Tilgængelighed og æstetik kan sagtens gå hånd i hånd. Gode løsninger, som er tænkt ind fra starten, kan blive næsten “usynlige”, fx en jævn adgang uden niveauforskel i stedet for en tydelig rampe. Akustikplader kan blive en udsmykning i et rum. En ny flisebelægning kan rumme en helt naturlig vejvisning frem mod din reception.

Somme tider kan løsninger virke klodsede, når de bliver lavet som en hurtig nødløsning uden at være tilpasset stedet. Men husk: hvis det er det, der er muligt lige nu, så er fx en midlertidig rampe stadig bedre end ingen – og kan være en måde at afprøve løsninger, der senere bliver permanente.

# Myte 5

## Opfattelse:

**“Gæster med tilgængelighedsbehov har ingen penge og bruger mindre end andre”**

## Svar:

Det passer ikke. Undersøgelser viser, at dagsforbruget blandt gæster med tilgængelighedsbehov ligger på niveau med andre danske turister.

Den vigtigste forskel er opholdslængden. Når tilgængeligheden ikke fungerer, så forkorter nogle deres ophold eller vælger færre overnatninger. Det betyder, at det samlede forbrug pr. rejse kan blive lavere. Ikke fordi lysten eller evnen til at bruge penge er mindre, men fordi rammerne afkorter rejsen.

Derfor investerer du i øget omsætning, når du fremmer tilgængeligheden. Du får flere, der vælger jer til. De bliver længere, oplever højere tilfredshed og giver bedre anmeldelser, som igen kan trække flere gæster til.

# Myte 6

Opfattelse:

**“Tilgængelighed.  
Det handler alene om  
kørestole og ramper”**

**Svar:**

Tilgængelighed handler om meget mere end fysiske ramper. Det handler også om sanser, orientering, kommunikation, ro, tempo og tryghed – altså hele oplevelsen. For mange gæster er det især jeres værtskab og jeres information (digitalt og på stedet), der afgør, om de føler sig velkomne og kan være selvstændige under besøget.

Små greb kan gøre en stor forskel – også uden at ændre én eneste mursten: tydelig skiltning, roligere alternativer, fleksibilitet i service og retvisende information om adgang, toiletter, trængsel, lydniveau og pauser.

Når I tænker i helhedsoplevelser, giver I gæsterne både tryghed og selvbestemmelse – det er værtskab med værdighed.

# Myte 7

Opfattelse:

**“Min virksomhed kører godt med faste og tilbagevendende kunder, så hvorfor skulle jeg ændre noget?”**

**Svar:**

Faste kunder er netop en god grund til at tænke tilgængelighed ind. Gæster ændrer sig over tid – især når de bliver ældre – og så kan små barrierer pludselig blive afgørende for, om de kommer igen. Samtidig ved vi, at der i fremtiden både kommer flere ældre, og flere ældre som har råd og lyst til at rejse.

Små tilpasninger kan derfor være med til at fastholde de gæster, der allerede skaber jeres omsætning i dag, og gøre det lettere for nye at vælge stedet til.

# Myte 8

## Opfattelse:

**“Vi kan ikke blive tilgængelige, for vores bygning kan ikke tilpasses.”**

## Svar:

Den 100 % tilgængelige destination findes ikke, det er nemlig ikke muligt at skabe et tilbud, der er fuldt tilgængelig og tilgodeser alles behov. Men I kan stadig gøre meget for, at flere kan være med. Hvis bygningen ikke kan ændres lige nu, kan tilgængelighed styrkes på andre måder – fx med tydelig information, gode pauserum eller mindre støj og bedre akustik. Det kan gøre en stor forskel for gæster med fx autisme eller hørenedsættelse.

Pointen er ikke at løse alt, men at fjerne de barrierer, der kan fjernes, og være ærlig om resten. Tænk tilgængelighed som en proces frem for som et slutmål.

# Myte 9

## Opfattelse:

**“Jeg vil ikke være akavet og støde nogen ved at spørge. Gæsten siger nok selv til”**

## Svar:

Det kan føles hensynsfuldt at holde sig tilbage – men det skaber afstand og utryghed for mange. En undersøgelse blandt mennesker med særlige behov viser, at 81 % foretrækker, at folk tager kontakt – også selv om mødet kan blive lidt svært eller akavet.

Og er du i tvivl, så mød mennesket først – ikke handicappet. 94 % foretrækker, at samtalen begynder med interesse for deres hverdag og liv frem for deres handicap. Det betyder, at I ikke behøver finde de “rigtige ord” om handicap. I skal bare møde gæsten som menneske og give en enkel mulighed for at sige til:

“Er der noget, vi kan gøre, så besøget bliver godt for dig?”

Når I spørger åbent og respektfuldt, skaber I tryghed uden at gøre et nummer ud af det – og I undgår, at gæster skal klare sig i stilhed eller på trods af rammerne.

# Myte 10

## Opfattelse:

**“Gæster med handicap er besværlige - og stiller store krav”**

## Svar:

Det kan godt være, at nogle gæster har særlige behov, de ønsker indfriet. Men det gør dem ikke besværlige.

Gæster med tilgængelighedsbehov ønsker sjældent særbehandling. De fleste er pragmatiske og vant til at tilpasse sig, så længe de bliver mødt som menneske og med respekt.

Det er bedre at spørge en ekstra gang end at gætte forkert. Det vigtigste er, at du spørger åbent og ærligt: Hvordan kan jeg hjælpe?

Har de først fået en god oplevelse, vender de ofte tilbage som loyale kunder.

# Turisme for Alle

## Vil du vide mere?

Danske Handicaporganisationer har lavet en undersøgelse om at møde mennesker med særlige behov. Den viser, at 80 % af alle danskere har følt sig usikre 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](#).

Se også Wilkes [rapport](#) om potentialet for mere tilgængelig turisme 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.

