



Danmark som tilgængelig feriedestination for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse

- med fokus på den oplevede tilgængelighed til ferietilbud og -oplevelser

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	3
Rapportens indhold og opbygning	5
1. Sammenfatning	7
2. Oplevelse af fysisk tilgængelighed til Danmark som rejsemål	11
2.1 Efterspørgsel efter ekstra service og assistance.....	13
2.2 Barrierer for deltagelse.....	13
3. Rejseintensitet og -planlægning	16
3.1 Planlægningshorisont	19
4. Efterspørgsel efter information.....	21
5. Valg af ferietilbud og -oplevelser.....	23
5.1 Rejsemønstre og valg af destination	23
5.2 Rejseoplevelser og efterspørgsel.....	28
6. Potentiale og rejseønsker	32
6.1 Markedsstørrelse og -potentiale	32
6.2 Rejseønsker og økonomisk formåen	34
7. Konkurrencesituationen	35
7.1 De danske turister	35
7.2 De udenlandske turister	38
8. Metode	44
Appendiks	46
Appendiks A: Desk research	46
A.1 Eksempler og erfaringer fra ind- og udland	46
Appendiks B: Kvalitativ fase – spørgeguider og deltagere	51
B.1 Spørgeguide til fokusgrupper	51
B.2 Spørgeguide til dybdeinterview med turoperatører	52
Appendiks C: Kvantitativ fase – spørgeskemaer	54
C.1 TCI Research	54
C.2 VisitDenmarks undersøgelse blandt danskere	57
Appendiks D: Litteraturliste.....	68

Danmark som tilgængelig feriedestination for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse

- med fokus på den oplevede tilgængelighed til ferietilbud og -oplevelser

Forsidebilleder:

DenmarkMediaCenter

Musholm, ferie – sport - konference

Følgegruppe:

Navn	Virksomhed
Charlotte Rømer Rassing	VisitDenmark
Helle Damkjær	VisitDenmark
Niels-Henrik Larsen	Erhvervsministeriet
Sidse Grangaard	Statens Byggeforskningsinstitut
Tony Bech	Danske Handicaporganisationer
Ulla Kramer	God Adgang

Indledning

Fokus i denne rapport er den oplevede tilgængelighed til de danske ferietilbud og -oplevelser blandt mennesker, der enten selv har eller er pårørende til nogen med en fysisk funktionsnedsættelse.

Rapporten er udarbejdet af VisitDenmark på opdrag af Det Nationale Turismeforum. VisitDenmark har i dialog med en følgegruppe og udviklingsselskaberne (WoCo og Dansk Kyst- og Naturturisme) været tovholder på gennemførelsen af analysen.

Tilgængelighed er en helt basal forudsætning for, at mennesker med en fysisk funktionsnedsættelse kan deltage i samfundslivet.

I artikel 9 §1 i FN's Handicapkonvention om rettigheder for mennesker med handicap står der:

”Med henblik på at gøre det muligt for mennesker med handicap at få et selvstændigt liv og deltage fuldt ud i alle livets forhold, skal deltagerstaterne træffe passende foranstaltninger til at sikre, at mennesker med handicap på lige fod med andre har adgang til de fysiske omgivelser og transportmuligheder, den information og kommunikation, herunder informations- og kommunikationsteknologi og -systemer, og de øvrige faciliteter og tilbud, der er åbne for eller gives offentligheden både i byområder og i landdistrikter.”

FN-konvention af 13. december 2006 om rettigheder for personer med handicap

I juli 2009 ratificerede Danmark ovenstående FN konvention og skal herefter sikre, at mennesker med funktionsnedsættelse kan nyde de rettigheder, som konventionen foreskriver. Som deltagerland skal Danmark således fremstå som en tilgængelig feriedestination for alle befolkningsgrupper uanset alder eller funktionsnedsættelse.

Studier i ind- og udland viser, at markedet for tilgængelige ferietilbud og -oplevelser er lukrativt og i vækst. Når dette ses i lyset af Danmarks image som en feriedestination, hvor tingene fungerer, er der et godt fundament at bygge videre på i forhold til at tilgængeliggøre de danske ferietilbud og -oplevelser og dermed få del i det voksende marked.

En række danske organisationer og udbydere af ferietilbud og -oplevelser har fokus på tilgængeligheden til det offentlige rum for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse. Der er udarbejdet mærkningsordninger, idékataloger til motivation og inspiration og specifikke ferietilbud og -oplevelser rettet mod mennesker med fysisk funktionsnedsættelse. Et er dog mærkeordninger, idékataloger og retningslinjer for tilgængelighed. Noget andet er, hvordan de danske og udenlandske turister oplever tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser. Netop **den oplevede tilgængelighed er fokus i denne analyse.**

Ingen har i dag et samlet overblik over de danske turistprodukters egnethed i forhold til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse. Der eksisterer heller ikke viden om de udfordringer og muligheder, som de demografiske ændringer med flere ældre vil stille dansk turisme over for i fremtiden. Med ratificeringen af FN konventionen om rettigheder for mennesker med handicap og den demografiske udvikling i tankerne giver det således rigtig god mening at afdække oplevelsen af Danmark som en tilgængelig feriedestination for mennesker med mobilitetsudfordringer.

Målet med analysen er:

- at give en status for oplevelsen af den fysiske tilgængelighed til de danske ferietilbud og -oplevelser for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse
- at tegne et billede af Danmarks konkurrencesituation på markedet for tilgængelige ferietilbud og -oplevelser i et internationalt perspektiv
- at afdække kommercielle udviklingsmuligheder, som fysisk tilgængelighed til de danske ferietilbud og -oplevelser kan rumme

Til belysning af ovenstående vil blive inddraget både eksisterende danske og udenlandske data og analyser samt nye kvalitative og kvantitative data indhentet i forbindelse med projektet.

VisitDenmark

- med tak til følgegruppe og udviklingsselskaber samt de mange eksperter og aktører, som har bistået med værdifulde input til projektet

Rapportens indhold og opbygning

Rapporten består af otte kapitler og fire appendiks (A – D).

➤ **Kapitel 1: Konklusioner og anbefalinger**

Kapitlet indeholder udvalgte konklusioner og anbefalinger fra analysen. Anbefalingerne omfatter både initiativer, som kan gennemføres på den korte bane, og mere strategiske og omkostningstunge tiltag.

➤ **Kapitel 2: Oplevelse af fysisk tilgængelighed til Danmark som rejsemål**

Her ses på, hvordan erhvervet og forskellige turister - med og uden fysisk funktionsnedsættelse - oplever tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser.

➤ **Kapitel 3: Rejseintensitet og -planlægning**

I kapitlet ses nærmere på, hvor ofte mennesker med fysisk funktionsnedsættelse rejser på ferie i Danmark og udland, samt hvilke overvejelser de gør sig, når de skal vælge rejsemål. I kapitlet ses desuden på rejseplanlægning og planlægningshorisont.

➤ **Kapitel 4: Efterspørgsel efter information**

Her ses på målgruppens behov for og afhængighed af information i forbindelse med målgruppens rejseplanlægning og destinationsvalg.

➤ **Kapitel 5: Valg af ferietilbud og -oplevelser**

I kapitlet ses på konkrete rejseoplevelser blandt mennesker med fysisk funktionsnedsættelse, og hvilke rejseoplevelser og destinationer, der typisk efterspørges af målgruppen.

➤ **Kapitel 6: Potentiale og rejseønsker**

I kapitlet ses både på nuværende markedsstørrelse og fremtidigt markedspotentiale samt ønsker i forhold til målgruppens fremtidige ferieafholdelse.

➤ **Kapitel 7: Konkurrencesituationen**

I kapitlet ses på den konkurrence, som Danmark står over for blandt danske og udenlandske turister i målgruppen. Data for udenlandske besøgende sammenholdt med resultater for Nordeuropa og Europa.

➤ **Kapitel 8: Metode**

Dette kapitel beskriver hvilke metoder, der ligger til grund for dataindsamlingen til projektet.

Som appendiks A er vedlagt de overordnede resultater af desk research. Appendiks B og C indeholder spørgeguider, -skemaer, m.m. fra de kvalitative og kvantitative dataindsamlinger, der danner baggrund for projektet. I appendiks D er vedlagt listen med litteratur, der er indhentet i forbindelse med desk research og refereret til i projektet.

Tabel 1: Definitioner og afgrænsninger

<u>Fysisk funktionsnedsættelse</u> Betegnelsen 'mennesker med funktionsnedsættelse' anvendes ofte som betegnelse for mennesker med en fysisk funktionsnedsættelse relateret til kropslige funktioner. I denne analyse defineres fysisk funktionsnedsættelse noget bredere. Begrebet omfatter ikke kun mennesker med kroniske fysiske funktionsnedsættelser, men også ældre og andre, som kan være udfordret mobilitetsmæssigt, når det gælder om at færdes i det offentlige rum. I de kvalitative og kvantitative undersøgelser, som er inddraget i projektet, er tilhørsforholdet til målgruppen selvevalueret. Dvs. respondenterne angiver selv, om de opfatter sig selv som tilhørende målgruppen 'mennesker med fysisk funktionsnedsættelse'. Betegnelsen 'målgruppen' er i projektet anvendt som betegnelse for mennesker, der enten selv har eller er pårørende til nogen med en fysisk funktionsnedsættelse.
<u>Tilgængelighed</u> Tilgængelighed til ferietilbud og -oplevelser forstås i projektet som fysisk tilgængelighed/adgang. I projektet ses udelukkende på den oplevede fysiske tilgængelighed til de danske ferietilbud og -oplevelser, når turisterne er i Danmark. Det betyder, at der eksempelvis ses bort fra den faktiske tilgængelighed til og fra landet og de enkelte feriedestinationer i form af fly-/færgetilgængelighed, transportmuligheder, m.m.
<u>Tilgængelig turisme</u> Begrebet tilgængelig turisme - også kaldet turisme for alle - baserer sig på begrebet 'universelt design' (design-for-alle), som har fokus på at (re-)designe faciliteter, produkter og services, så alle har mulighed for at deltage¹. I dette projekt betyder tilgængelig turisme således, at alle – fysisk funktionsnedsættelse eller ej - skal have mulighed for at rejse til et hvilket som helst område, attraktion eller event, som de ønsker².

¹ European Concept for Accessibility (ECA), 2003

² Nordiska Handikappolitiska Rådet, 2004

1. Sammenfatning

Potentiale nu og fremadrettet

- Baseret på data fra SFI³ og VisitDenmark⁴ kan **antallet af overnatninger foretaget i Danmark af danskere med fysisk funktionsnedsættelse** (selvevalueret) estimeres til 4,8 – 5,8 mio. årligt. **Antallet af udenlandske overnatninger** i Danmark foretaget af mennesker med fysisk funktionsnedsættelse er af TCI Research estimeret til at være 3,3-3,9 mio. årligt⁵. Samlet set foretages der således mellem 8,1 og 9,7 mio. overnatninger årligt i Danmark af mennesker i målgruppen. Det svarer til omkring 8 pct. af samtlige overnatninger i Danmark.

Tallet er et **forsigtigt skøn**, og målgruppen er formentlig reelt større. Nærværende analyse omfatter således kun personer, som selv anfører, at de eller personer, som de hyppigt rejser med, har en fysisk funktionsnedsættelse. Antallet viser dermed, hvor mange der i større eller mindre udstrækning er afhængige af tilgængelige ferietilbud og -oplevelser, men ikke hvor mange, der vil hilse tiltagene velkomne uden reelt at tilhøre målgruppen – herunder både børnefamilier og ældre medborgere

- Godt hver fjerde dansker i alderen 16-64 år vurderer selv, at de har en fysisk funktionsnedsættelse³. Markedet for tilgængelige ferietilbud og -oplevelser henvender sig imidlertid ikke kun til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse, men også til et **stigende antal rejselystne ældre i ind- og udland** samt **pårørende og venner**, som planlægger ferie sammen med mennesker med fysisk nedsat mobilitet. De vil alle have glæde af øget fysisk tilgængelighed til det danske ferieland
- Nationale og internationale undersøgelser⁶ viser, at **markedet for tilgængelig turisme er i vækst**. Det hænger både sammen med en erkendelse af, at mennesker med fysisk funktionsnedsættelse skal kunne deltage i og opleve det samme, som alle andre i forlængelse af ratificeringen af FN's Handicapkonvention og en stigende ældrebefolkning. Hvis Danmark skal få andel i det voksende marked, skal der arbejdes på en forbedring af oplevelsen af Danmark som et tilgængeligt rejsemål for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse.
- Generelt foretrækker målgruppen at holde **ferie i eget land** og vil gerne afholde flere ferier i Danmark, hvis tilbuddene er der. Baggrunden for dette er ikke kun økonomi, rejsetid og nemhed i forhold til transport og planlægning, men også hjemmevanthed, tryghed og kendskab til udbuddet. Tendensen i forhold til ferieafholdelse i eget land genfindes i internationale analyser.

Internationale studier understreger, at mennesker med funktionsnedsættelse især efterspørger ferier i eget land og nærmarkederne. En undersøgelse fra EU Kommissionen⁷ viser, at hele 87 pct. af rejserne blev foretaget i eget hjemland og 10 pct. i EU, mens kun knap 3 pct. blev foretaget uden for EU. Dette understreger, at **udfordringerne i forhold til at rejse med en funktionsnedsættelse stiger jo længere**

³ Handicap og beskæftigelse, Udviklingen mellem 2002 og 2012, SFI

⁴ Data indsamlet i januar 2017 af VisitDenmark i samarbejde med Userneeds

⁵ TCI Research. Spm.: Have you or has someone travelling with you disabilities or special needs for moving?

⁶ Kilder fremgår i de efterfølgende kapitler

⁷ Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe, 2014

man kommer væk hjemmefra⁸. Trækkes paralleller til de danske ferietilbud og -oplevelser, er tilgængeligheden for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse afgørende for især danskere og turister fra nærmarkederne.

- Det er ikke lysten til at rejse til udlandet, der mangler, men en generel **utryghed i forhold til at rejse med en fysisk funktionsnedsættelse til et sted, man ikke kender**. Samtidig er en del af målgruppen afhængig af medicin og/eller udstyr. Det betyder, at der er **behov for detaljeret planlægning** for at undgå at støde på problemer i forhold til at medbringe hjælpemidler, medicin, m.m. på ferien. Alt andet lige er udfordringerne større, hvis man skal til udlandet med fly end på ferie i hjemlandet i bil.
- Mennesker med fysisk funktionsnedsættelse **rejser sjældent alene, er loyale og holder typisk lidt længere ferier**. Samtidig efterspørges i lidt større udstrækning **rejser uden for hovedsæsonen** for at undgå for høj koncentration af mennesker og sikre tilgængelighed til ekstra service og assistance.
- Målgruppen **vil benytte ferietilbuddene og -oplevelserne i Danmark mere**, hvis flere bliver gjort fysisk tilgængelige. En del af målgruppen har **måtte afholde sig fra ferie i Danmark** pga. manglende tilgængelighed. Det er den oplevede tilgængelighed, der bestemmer målgruppens rejseaktivitet fremadrettet.
- Ny data indsamlet i forbindelse med dette projekt viser, at der i målgruppen er en vis **betalingsvillighed**, når det gælder tilgængelige ferietilbud og -oplevelser. Det gælder såvel en villighed til at betale mere for fysisk tilgængelige faciliteter som køb af ekstra service og assistance på ferien.
- Der er **potentiale for øget rejseaktivitet**, hvis udbuddet tilpasses målgruppens særlige ønsker og behov. Mennesker med fysisk funktionsnedsættelse vil gerne på ferie, men oplever generelt mangel på tilgængelige ferietilbud, hvor tilgængeligheden er til stede i alle elementer af rejsen – både transport til og fra feriestedet, indkvartering, besøg på attraktioner og deltagelse i aktiviteter, m.m.
- Såvel nationale som internationale erfaringer og studier viser, at der er **god økonomi i tilgængeliggørelse af ferietilbud og -oplevelser**, og at mindre, ikke-omkostningstunge tiltag kan gøre en stor forskel for målgruppens rejseaktivitet og tilfredshed med ferien. Det gælder blandt andet muligheden for at tage et hvil undervejs, når der ventes i kø eller lignende, og muligheden for at deltage i guidede ture i 'nedsat' tempo.
- Der er et ønske om at rejse i målgruppen, og undersøgelser viser, at **ferier er noget, der prioriteres**.

⁸ Tips og tricks til ferie og udflugter, Dansk Handicap Forbund

Rejseadfærd, -erfaringer og -intensitet

- Mennesker med fysiske funktionsnedsættelser ønsker – ligesom alle andre – at rejse på ferie, og der er **ikke forskel på målgruppens og andres ønsker til ferieafholdelse⁹, -tilbud og -oplevelser**. Der er potentiale for yderligere rejseaktivitet, hvis flere ferietilbud og -oplevelser gøres tilgængelige.
- Generelt bevæger beslutnings- og bookingtidspunktet for turister sig tættere og tættere på afrejse-tidspunktet. Mennesker med fysisk funktionsnedsættelse opererer dog ofte med en **lang planlægnings-horisont** og er ude i god tid. Desuden skal der ofte i forbindelse med en rejse sættes lidt længere tid af til selve ferieopholdet, da der kan være behov for ekstra hvile og derfor ofte på forhånd sættes ekstra tid af.
- Målgruppen er generelt tilfreds med Danmark som rejsemål. Samlet set er 20 pct. dog meget enige eller enige i, at **andre lande gør mere end Danmark** for at tilgængeliggøre sine ferietilbud og -oplevelser til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse.
- Det er vigtigt, at de danske ferietilbud og -oplevelser i sin markedsføring har **fokus på at informere om den fysiske tilgængelighed**, da manglende information kan være årsag til fravalg. Oplevelsen af, at en feriedestination er fysisk tilgængelig og imødekommer de rejsendes behov, betyder ofte tilbagevenden og anbefaling af stedet til venner, familie og andre.
- Der er i målgruppe en accept af og forståelse for, at **ikke alt kan og skal være tilgængeligt for alle**, og at tilgængeliggørelsen af de danske ferietilbud og -oplevelser er en proces, der er i gang, men kræver såvel tid som investeringer. Samtidig er der et udtalt ønske om, at **ferietilbuddene skal tilfredsstille mange forskellige målgrupper**. Det betyder, at ferietilbud og -oplevelser skal være inkluderende i forhold til mennesker med fysiske funktionsnedsættelser, men også kunne tilfredsstille pårørendes og andres krav til indhold på ferien.
- Mennesker med fysisk funktionsnedsættelse efterspørger de samme ferietilbud og -oplevelser som alle andre. De **ønsker ikke at blive 'pakket væk'** på feriesteder, der er målrettet og dermed i stor udstrækning tiltrækker mennesker med fysiske funktionsnedsættelser. Målgruppen fravælger generelt grupperejser rettet mod mennesker med fysisk funktionsnedsættelser. De rejser ofte sammen med familie og venner og vil ikke være en begrænsende faktor i forhold til den øvrige rejsegruppes destinationsvalg og ferieoplevelser.
- Service, imødekommenhed og information er en stor del af ferieoplevelsen. **Beredvilligt og hjælpsomt personale er afgørende** for ferieoplevelsen, anbefalingen og loyaliteten – ved fælles hjælp og fleksibilitet kan mindre forhindringer nemt accepteres og overkommes.
- I arbejdet med fysisk tilgængeliggørelse af ferietilbud og -oplevelser er det vigtigt at have **fokus på hele kunderejsen**. En brist undervejs kan ødelægge ferien og hindre tilbagevenden samt anbefalinger til venner og positiv omtale på sociale medier.

⁹ VisitDenmark, januar 2017, BMWi 2008

International konkurrencesituation

- Udenlandske besøgende i målgruppen, der har besøgt Danmark, er **signifikant mindre tilfredse end udenlandske besøgende generelt, når det gælder indkvartering** herunder både service og overordnet kvalitet.
- Udenlandske turister i målgruppen efterspørger ligesom andre turister i Danmark naturoplevelser. Netop i **forhold til naturoplevelser er der et stykke vej, før Danmark** – målt på tilfredshed blandt udenlandske turister med fysisk funktionsnedsættelse – når op på samme niveau som Danmarks nordeuropæiske konkurrentfelt og Europa. Det er et vigtigt område at prioritere, da netop natur er et vigtigt parameter for både danske og udenlandske turister i Danmark. Ifølge målgruppen kan der blot være tale om enkelte, udvalgte steder, hvor belægningsen gør det muligt at færdes i naturen.
- Ifølge udenlandske turister halter Danmark bagefter sit nordeuropæiske konkurrentfelt, når det gælder **udbud af kulturelle og historiske aktiviteter samt ekskursioner og guidede ture** til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse. Efterspørgslen og lysten til at deltage er stor i målgruppen, men udbuddet og mulighederne opleves som begrænsede.

Målgruppens forslag til tiltag

- Der er stor efterspørgsel efter **online information om tilgængeligheden til de danske feriemål og -oplevelser**. Mange i målgruppen oplever, at det er svært at finde informationen og efterspørger en samlet oversigt. Manglende rejsefrekvens er delvist underlagt manglende information og en utryghed i forhold til, hvad rejsen kan byde på af hindringer, oplevelser og udfordringer.

Øget kendskab til God Adgangs mærkeordning vil sandsynligvis kunne imødekomme en del af det informationsbehov, som målgruppen efterspørger. Hvert sted, der har mærket God Adgang, har et faktaark med oplysninger om tilgængelighed. Arkene findes på godadgang.dk, men kan med fordel også lægges de steder, hvor målgruppen søger efter information om tilgængelighed: attraktionernes og overnatningsstedernes hjemmesider, visitdenmark.com, destinationssites, mv.
- Der er mange spørgsmål og forhold, der skal afdækkes, når mennesker med fysisk funktionsnedsættelse arrangerer og booker ferier i ind- og udland. Det opleves som **uoverskueligt og svært at finde information** og svar på spørgsmål om tilgængelighed. Konkret efterspørges **en samlende hjemmeside med FAQ og brugeranmeldelser** og meget gerne med en specialist tilknyttet til at svare på uddybende spørgsmål. Det behøver ikke at være en hotline, da ferien ofte planlægges i god tid, og der dermed er tid til at vente på svar.
- Der er en efterspørgsel efter **steder, hvor man kan tage sig et hvil** dvs. stole, bænke m.m., når man f.eks. står i kø til billetkøb, går tur i naturen, opholder sig på stranden, deltager i guidede ture eller ser på, mens børnene prøver forlystelser. Dette er **afgørende for, at ferien bliver en succes** for både menneskerne med fysisk funktionsnedsættelse og deres rejsegruppe.

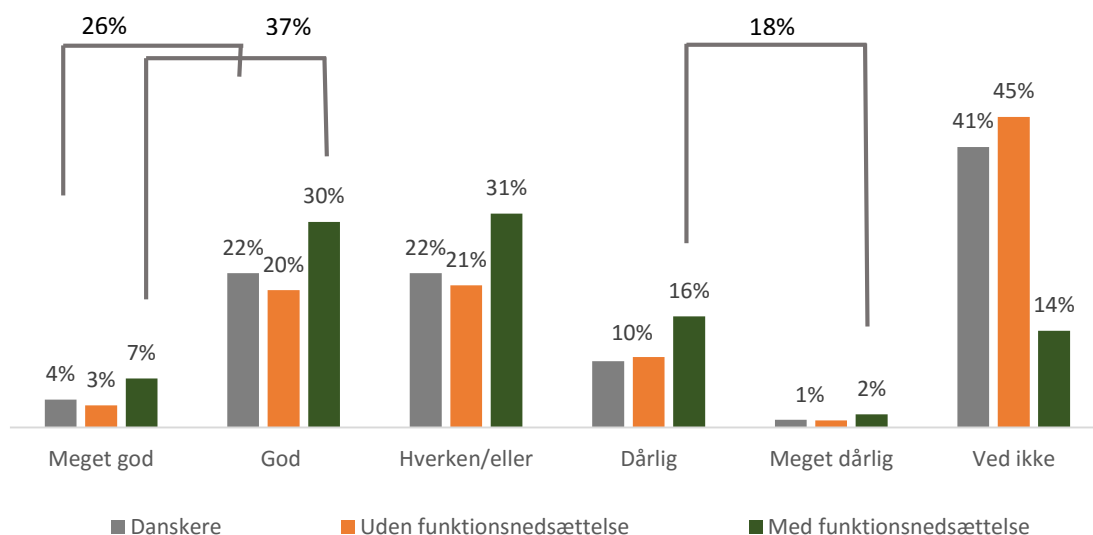
2. Oplevelse af fysisk tilgængelighed til Danmark som rejsemål

Tabellerne i dette kapitel viser resultaterne af en undersøgelse gennemført af VisitDenmark i samarbejde med Userneeds i januar 2017 for¹⁰:

- (1) den danske befolkning samlet set (repræsentativ stikprøve)
- (2) mennesker uden for målgruppen (uden fysisk funktionsnedsættelse)
- (3) mennesker i målgruppen (med fysisk funktionsnedsættelse)

Figur 1 neden for viser oplevelsen af tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser overordnet set, blandt mennesker uden funktionsnedsættelse og blandt mennesker i målgruppen.

Figur 1: Oplevelse af tilgængelighed til danske ferietilbud og -oplevelser



Spm.: Overordnet set, hvad er din oplevelse af tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?

Base: Danskere n=1.084, Uden funktionsnedsættelse n=1.482, Med funktionsnedsættelse n=477

Kilde: VisitDenmark 2017, januar 2017

Som det fremgår af figuren, synes godt en fjerdedel (26 pct.) af samtlige danskerne, at der er god eller meget god tilgængelighed til de danske ferietilbud og -oplevelser. Ganske mange (41 pct.) svarer 'ved ikke' på spørgsmålet.

Blandt mennesker med fysisk funktionsnedsættelse oplever knap fire ud af 10 (37 pct.), at tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser er god eller meget god. Knap en femte del (18 pct.) i målgruppen oplever tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser som meget dårlig eller dårlig. Andelen af såvel positive som negative ligger i målgruppen signifikant over andelen i den samlede befolkning, hvor flere svarer 'ved ikke' på spørgsmålet.

¹⁰ Målgruppen er defineret ud fra følgende spørgsmål: Er der i den gruppe, som du typisk tager på ferie med, en eller flere personer, der er berørt af en fysisk funktionsnedsættelse eller har specifikke behov som f.eks. gangbesvær eller lign? (1. Jeg har selv en funktionsnedsættelse, 2. Jeg rejser ofte med en eller flere personer med funktionsnedsættelse, 3. Nej)

Tabel 2 viser oplevelsen af tilgængeligheden til de danske strande, den danske natur, de danske kulturtilbud og forlystelsesparkerne i Danmark. De farvede bokse viser, der hvor målgruppen adskiller sig signifikant fra den samlede befolkning. En grøn boks viser, hvor målgruppen er mere positiv end den samlede befolkning, mens en rød boks viser, hvor målgruppen er mere negativ end befolkningen som helhed.

Tabel 2: Tilgængelighed til strande, natur, kulturtilbud og forlystelsesparker i Danmark

Hvad er din oplevelse af tilgængeligheden til..		Danskere i alt (n=1.084)	Uden fysisk funktions- nedsættelse (n=1.482)	Med fysisk funktions- nedsættelse (n=477)
.. de danske strande for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?	Meget dårlig	4%	4%	7%
	Dårlig	25%	25%	28%
	Hverken/eller	25%	24%	26%
	God	19%	18%	22%
	Meget god	5%	4%	8%
	Ved ikke	23%	26%	11%
.. den danske natur for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?	Meget dårlig	2%	2%	3%
	Dårlig	18%	16%	22%
	Hverken/eller	28%	29%	32%
	God	27%	25%	32%
	Meget god	4%	4%	5%
	Ved ikke	21%	24%	6%
.. de danske kulturtilbud for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?	Meget dårlig	1%	1%	2%
	Dårlig	6%	10%	18%
	Hverken/eller	18%	20%	25%
	God	41%	31%	29%
	Meget god	13%	7%	9%
	Ved ikke	21%	31%	16%
.. forlystelsesparker i Danmark for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?	Meget dårlig	2%	1%	2%
	Dårlig	12%	7%	14%
	Hverken/eller	20%	24%	36%
	God	32%	34%	32%
	Meget god	8%	6%	6%
	Ved ikke	27%	28%	9%

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Der er forskel på oplevelsen af de danske strande og kulturtilbud i målgruppen og befolkningen generelt. Mennesker med fysisk funktionsnedsættelse er signifikant mindre positive i opfattelsen af tilgængeligheden til de danske strande og kulturtilbud end tilfældet er i den samlede befolkning. Målgruppen er signifikant mere positiv, når det gælder tilgængeligheden til den danske natur, end tilfældet er i befolkningen som helhed.

2.1 Efterspørgsel efter ekstra service og assistance

Målgruppen udtrykker, at der er mange følelser forbundet med at være afhængig af hjælp fra andre, være tvunget til at påkalde sig ekstra opmærksomhed og efterspørge supplerende service og assistance. Følelser som skam, flovhed og ydmyghed gør det vanskeligt for målgruppen at bede om hjælp.

For mange er den fysiske funktionsnedsættelse ikke umiddelbar synlig, og netop derfor opleves det som grænseoverskridende og vanskeligt at bede om og få den ekstra hjælp og omsorg, der er behov for. Målgruppen efterlyser et mere observant og opsøgende servicepersonale, der selv tilbyder hjælp i stedet for, at målgruppen skal efterspørge hjælpen.

”Jeg skal nogle gange overkomme min stolthed og så sidde nogle timer i rullestol, så jeg kan være sammen med min familie. Det er enormt grænseoverskridende, for jeg er jo ikke afhængig af kørestol, og når jeg rejser mig fra den, føler jeg, at folk kigger og tænker ”han snyder, han sidder ikke i kørestol”.”

Mand 65 år, gigtpatient

”Det værste for min mand er at være hjælpeløs og tanken om, hvad folk tænker om ham. Når man ikke kan se, at han er syg, og han samtidig lader mig, hans kone, slæbe alle de tunge kufferter. Det er en udfordring og en diskussion, vi skal igennem, hver gang vi er på ferie.”

Kvinde 47 år, pårørende

Flere af deltagerne i fokusgrupperne italesætter ubehaget ved og frygten for at være til besvær for sin rejsegruppe og sine omgivelser. De oplever, at personalet på de danske turistdestinationer er for dårligt til at spotte, anerkende og imødekomme behovene hos gæster med nedsat fysisk mobilitet. Viden om, hvordan man skaber en god oplevelse for målgruppen, opleves som mangelfuld, og personalet er sjældent proaktivt i forhold til at aflaste og hjælpe. Dette har indflydelse på, om målgruppen vælger at holde ferie i Danmark eller udlandet, hvor serviceniveauet og opmærksomheden generelt opleves som bedre.

”Min søster kan godt have svært ved at spørge om hjælp hele tiden. Hun ønsker ikke at være til besvær. Det ville være bedre, hvis de ansatte spurgte, om hun skulle have hjælp i stedet for, at hun altid selv skal spørge. Disneyland Paris var fantastisk. Tingene var lavet til handicappede. Folk var venlige og hjalp os alle steder. Det ser man ikke herhjemme.”

Kvinde 32 år, bipolar og pårørende til skleroseramt

2.2 Barrierer for deltagelse

Flere i målgruppen fortæller, at det kan være en barriere for dem, hvis de ikke har mulighed for at trække sig tilbage og hvile sig, når de er på ferie. Dette kan betyde fravalg af børnevenlige attraktioner i højsæsonen, da målgruppen typisk søger efter mere rolige oplevelsestilbud som museer, historiske seværdigheder, wellness- og fødevareoplevelser, hvor der er mulighed for at tage sig et hvil undervejs. Flere pointerer, at de ofte fravælger guidede ture, da de ikke kan holde til at stå op og gå rundt under hele turens varighed. De vil dog meget gerne deltage og også betale ekstra, hvis de ved, at turen er tilrettelagt med indbyggede pauser og foregår i et – for dem – komfortabelt tempo.

”Jeg ville tage mere på museer og andre kulturelle tiltag, hvis de foregik i et lidt langsommere tempo. Jeg har tit brug for pauser, hvis jeg har stået op i længere tid. Det ville betyde, at jeg kunne tage en hel rundvisning sammen med min familie. Normalvis forlader jeg en rundvisning undervejs for at finde et sted at sidde, og så går jeg jo glip af en hel masse.”

Mand 45 år, nyresvigt

I forhold til ovennævnte problematik er der umiddelbart en mismatch mellem målgruppens behov og de tilbud, som turoperatører udbyder til målgruppen. Målgruppen efterspørger således specifikt steder, hvor de kan tage et hvil, når de står i kø, bevæger sig rundt i naturen eller venter ved forlystelser, mens rejsegruppens øvrige deltagere er aktive.

“Jeg kunne godt tænke mig et rum, hvor jeg kan sidde ned i ro og fred. Lidt ligesom et ammerum, så skulle det være et sted uden larm. Det har jeg tit brug for, når jeg rejser, især hvis der er meget uro og mange mennesker.”

Kvinde 60 år, KOL og maniodepressiv

Turoperatørerne udbyder imidlertid vandreture og rundvisninger, hvor det forudsættes, at deltagerne kan være med i samme tempo som for almindeligt gående.

“Hvis gæsterne ikke kan deltage, må de finde et sted at vente til turen er færdig. Vi skriver i vores materialer, at vi forventer, man kan følge med på samme vilkår som almindeligt gående.”

Turoperatør

Målgruppens behov for pauser og hvile honoreres således ikke i udbuddet fra turoperatørerne.

Udover behovet for pauser har målgruppen et stort behov for fleksibilitet og for – alt efter dagsformen - at kunne melde til og fra i sidste øjeblik.

“Jeg synes, det er svært at planlægge en rejse, for selvom jeg har brugt lang tid på at finde det helt rigtige tilbud, så kan jeg risikere, at jeg må droppe det helt, hvis jeg er for dårlig på den dag, vi skal afsted.”

Mand 29 år, narkolepsi

For nogle i målgruppen fylder dette forhold så meget, at det afholder dem fra at rejse og fra at deltage i oplevelser på ferien. For dem er der behov for mere fleksibilitet i forhold til afbestilling og fordelagtige billettyper, der gør det mindre problematisk kun at gøre delvist brug af en ferieoplevelse.

“Det er for dyrt for mig at købe billetter til alt muligt, når jeg godt ved, at jeg kun kan være der ganske kort og så må ud og finde et sted, hvor jeg kan hvile.”

Mand 44 år, organsygdom og pårørende

Relativt små tiltag kan være afgørende for, at mennesker med fysisk funktionsnedsættelse ikke oplever, at de begrænser den øvrige rejsegruppes oplevelser og deltagelse i aktiviteter på ferien og dermed ikke føler sig som en hæmsko for den øvrige rejsegruppe. Netop følelsen af at være til besvær er vigtig at minimere, så det ikke opleves som om, at rejsegruppen skal tage særlige hensyn til den funktionshæmmede og fravælge feriesteder og -oplevelser.

Tabel 3 viser, hvorvidt mennesker med fysisk funktionsnedsættelse har måtte afholde sig fra deltagelse i aktiviteter eller overnatningssteder pga. manglende fysisk tilgængelighed. Tabellen viser, at en tredjedel (33 pct.) af målgruppen flere eller mange gange på en ferie i Danmark har måtte afholde sig fra en aktivitet pga. en manglende fysisk tilgængelighed. Kun en femtedel siger, at dette aldrig har været tilfældet. Også når det gælder tilgængeligheden til overnatningssteder, opleves der problemer. Således siger knap en femtedel (19 pct.) af målgruppen, at de på ferier i Danmark mange eller flere gange har måtte afholde sig fra et overnatningssted pga. den fysiske tilgængelighed.

Meget tyder således på, at der i målgruppen er et uudnyttet potentiale, hvis ferietilbud og -oplevelser gøres mere tilgængelige.

Tabel 3: Tilgængelighed til strande, natur, kulturtilbud og forlystelsesparker

Har du været ude for, på ferier i Danmark, at du selv eller din rejsegruppe har måtte afholde jer fra..		Med fysisk funktionsnedsættelse (n=477)
.. en aktivitet pga. den fysiske tilgængelighed?	Mange gange	7%
	Flere gange	26%
	Få gange	35%
	Aldrig	20%
	Ved ikke	12%
.. et overnatningssted pga. den fysiske tilgængelighed?	Mange gange	6%
	Flere gange	13%
	Få gange	24%
	Aldrig	43%
	Ved ikke	14%

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Konkret blev der i fokusgrupperne stillet forslag om og efterspurgt et diskret men synligt 'diagnosekort', som kan udløse ekstra service som f.eks. mulighed for standsning og afsætning tæt ved indgange til attraktioner og aktiviteter, gunstige forhold (hvilepladser) i køer, adgang til hvilerum og prisfordele ved behandlinger hos lokale kiropraktorer, massører og lign. Et sådant kort kunne afvæbne følelsen af, at omgivelserne mistænkeliggør målgruppen.

3. Rejseintensitet og -planlægning

Mennesker med fysiske funktionsnedsættelser ønsker – ligesom alle andre – at rejse på ferie. Udmeldinger fra både eksperter og målgruppen er, at der ikke er forskel på målgruppens og andres ønsker til ferietilbud og -oplevelser. Målgruppen rejser lige så hyppigt på ferie som mennesker uden fysisk funktionsnedsættelse¹¹, og der er et potentiale for yderligere rejseaktivitet, hvis flere ferietilbud og -oplevelser gøres tilgængelige.

Tabellen neden for understreger, at der ikke er forskel på hyppigheden af ferieafholdelse i målgruppen og befolkningen generelt. Heller ikke når det gælder formål med rejsen, er der forskel mellem målgruppen og den samlede befolkning.

Tabel 4: Ferieafholdelse i Danmark og/eller udland samt formål

			Danskere i alt (n=1.084)	Uden fysisk funktions- nedsættelse (n=1.482)	Med fysisk funktions- nedsættelse (n=477)
I Danmark	Været på kortere eller længere ferier (seneste år)		72%	69%	74%
	Primære formål (seneste rejse)	Storbyferie	13%	13%	15%
		Byferie til mindre by	14%	14%	12%
		Kyst- og naturferie	29%	28%	29%
		Familiebesøg	21%	21%	21%
		Møde og/eller konference	4%	4%	4%
		Andet	16%	16%	17%
		Ved ikke	4%	4%	3%
I udlandet	Været på kortere eller længere ferier (seneste år)		70%	70%	70%
	Primære formål (seneste rejse)	Storbyferie	26%	26%	27%
		Byferie til mindre by	13%	11%	18%
		Kyst- og naturferie	25%	25%	25%
		Familiebesøg	9%	8%	10%
		Møde og/eller konference	3%	3%	1%
		Andet	23%	25%	17%
		Ved ikke	2%	2%	3%

Spm.: "Hvor mange gang har du afholdt kortere eller længere ferier eller familiebesøg med overnatning i Danmark / udlandet inden for det sidste år?" (svar=>0)

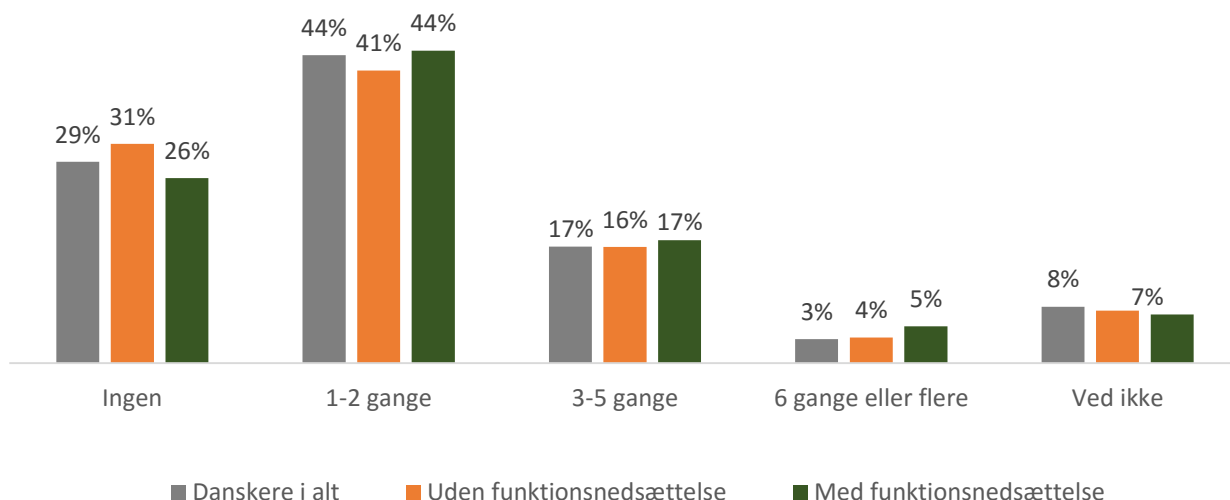
"Hvad var det primære formål med din seneste ferie i Danmark / udlandet?"

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

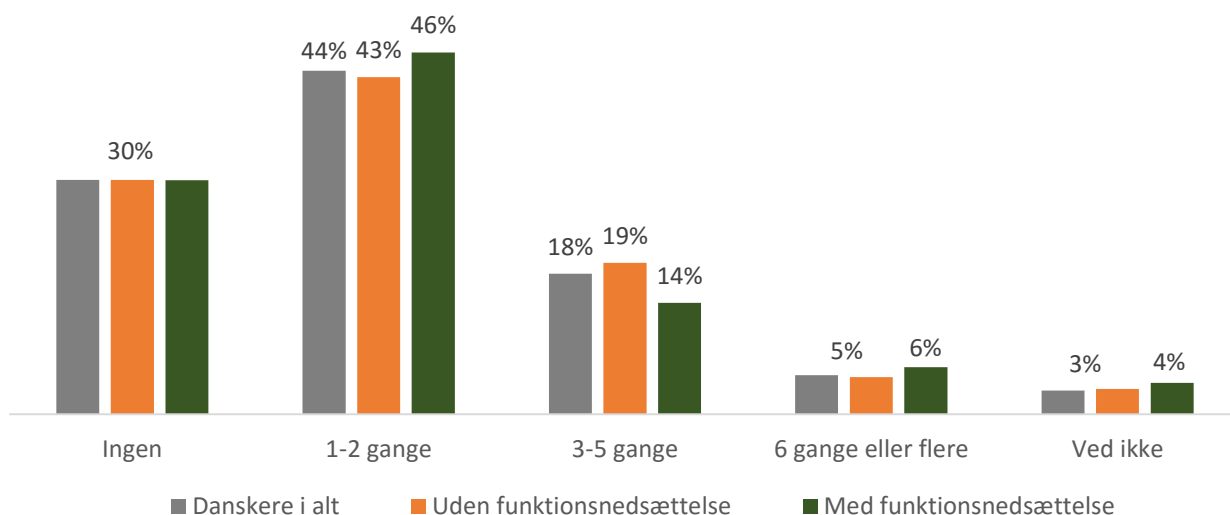
Figur 2 og 3 viser rejsehyppigheden i henholdsvis Danmark og udlandet generelt, blandt mennesker uden fysisk funktionsnedsættelse og i målgruppen. Tallene viser, at rejsehyppigheden i og uden for målgruppen ikke adskiller sig nævneværdigt fra den samlede befolkning, hverken når det gælder rejser i Danmark eller udland.

¹¹ VisitDenmark, januar 2017, BMWi 2008

Figur 2: Rejsehyppighed i DANMARK



Figur 3: Rejsehyppighed i UDLANDET



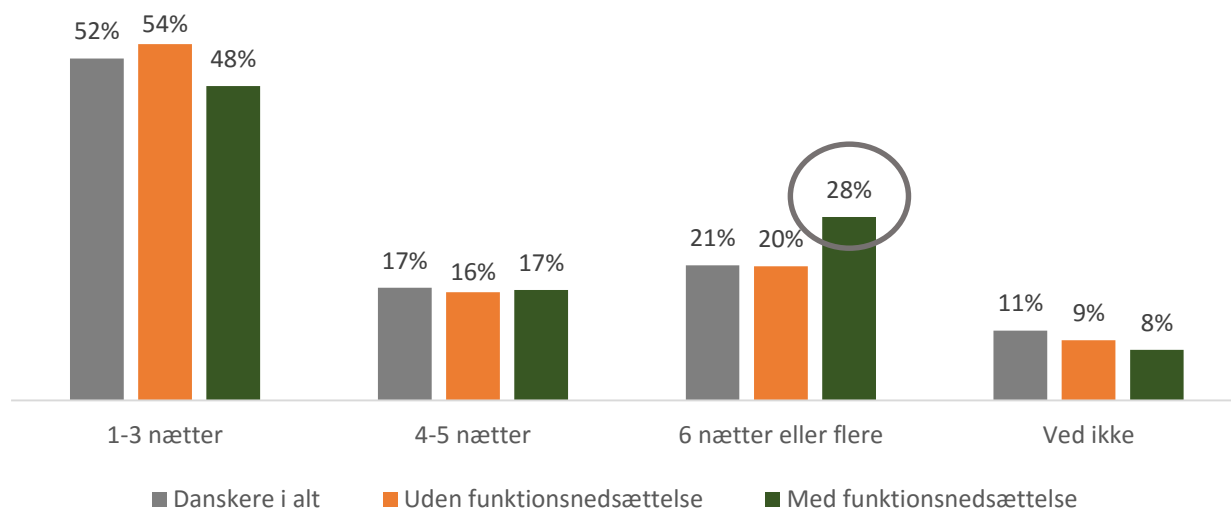
Spm.: Hvor mange gange har du afholdt kortere eller længere ferier med overnatning i Danmark / udlandet inden for det seneste år?

Base: Danskere n=1.084, Uden funktionsnedsættelse n=1.482, Med funktionsnedsættelse n=477

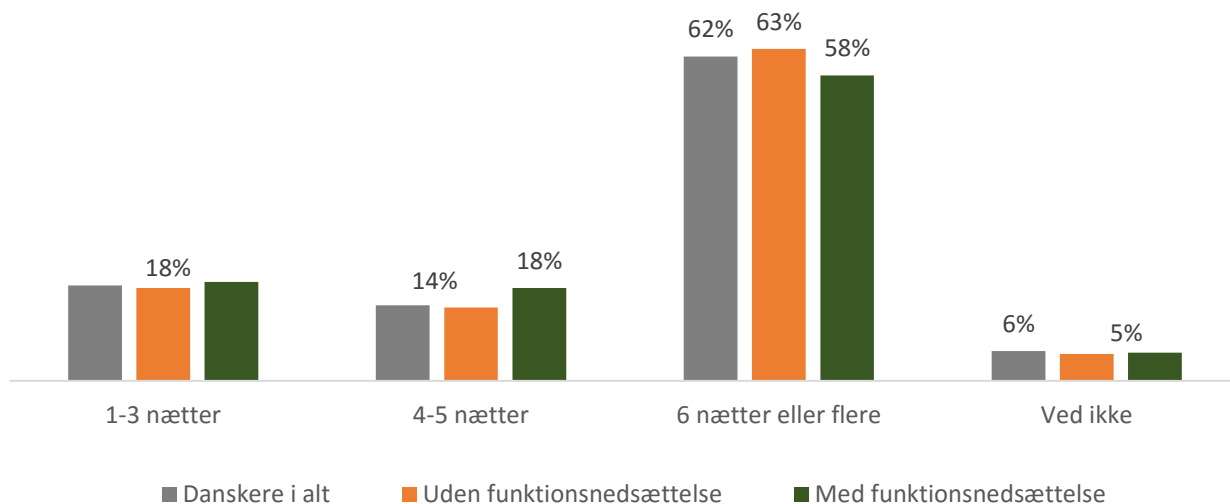
Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Efterfølgende er respondenterne blevet bedt om at oplyse, hvor mange overnatninger de havde på den seneste ferie (figur 4 og 5). Ikke overraskende foretages der flere overnatninger, når ferien går til udlandet end ved ferieafholdelse i Danmark. Det gælder både i og uden for målgruppen. Tallene viser, at målgruppen generelt tager lidt flere overnatninger, når de rejser i Danmark, end tilfældet er i den samlede befolkning. Når det gælder udlandsferier, er der ikke signifikant forskel på opholdslængden i målgruppen og befolkningen generelt.

Figur 4: Antal overnatninger i DANMARK



Figur 5: Antal overnatninger i UDLANDET



Spm.: Hvor mange overnatninger havde du alt i alt på din seneste udlandsferie?

Base: Danmark: Danskere n=600, Uden funktionsnedsættelse n=1.022, Med funktionsnedsættelse n=352

Udland: Danskere n=608, Uden funktionsnedsættelse n=1.308, Med funktionsnedsættelse n=334

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Da en række fundamentale forhold omkring tilgængelighed skal være i orden, før målgruppen påbegynder en ferie, er der ifølge fokusgrupperne en tendens til, at målgruppen vælger kendte og trygge destinationer og er loyale i forhold til valg af feriedestination. Målgruppens loyalitet underbygges af tal fra TCI Research, der viser, at udlændinge i målgruppen, som har holdt ferie i Danmark, i større udstrækning end udlændinge generelt på ferie i Danmark vil vende tilbage til Danmark inden for de kommende år.

En undersøgelse fra Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)¹² underbygger resultaterne om rejseintensiteten i målgruppen og viser, at mere end 50 pct. af de europæer, der lever med en fysisk funktionsnedsættelse, rejser på ferie. Ydermere viser undersøgelsen, at 48 pct. af dem, der rejser, ville rejse mere, hvis der fandtes flere tilgængelige turistdestinationer. Hele 37 pct. har måtte afstå fra en rejse, fordi man ikke kunne finde egnede, tilgængelige produkter¹³.

3.1 Planlægningshorisont

Målgruppen opererer ofte med en lang og tidskrævende planlægningshorisont, når der skal planlægges ferier. Der er mange faktorer, som skal afdækkes, og der skal ikke mange brist til i kunderejsen, før ferien ikke bliver vellykket. Flere i målgruppen nævner, at de ville rejse mere, hvis det var lettere at planlægge ferien fra start til slut.

Det udtalte behov for detaljeret planlægning betyder, at målgruppen er loyal, og dermed at de kommer igen, hvis et tilbud har fungeret. Loyaliteten gælder også i forhold til turoperatører og deres valg af samarbejdspartnere.

“Vi ved jo, hvad der fungerer. Det har vi opbygget en ekspertise i over en masse år, og det kræver rigtig meget af vores organisation, når vi introducerer nye produkter.”

Turoperatør

Planlægningsfasen opleves af både rejsende med fysisk funktionsnedsættelse og turoperatører som krævende, da det er vanskeligt at danne sig et samlet billede af tilgængeligheden til ferietilbud og -oplevelser på en given destination. Erfaringerne i målgruppen er, at tilgængelighedsmærkningen i Danmark hverken er fyldestgørende eller tilstrækkelig. Ingen af fokusgruppedeltagerne kender den danske mærkningsordning God Adgang¹⁴, og eftersom målgruppen generelt ikke opfatter sig selv som handicappede, orienterer de sig ikke efter handicapmærker.

I planlægningsfasen gør målgruppen stor brug af både drøftelser i eget netværk, gentagne telefonsamtaler med udbydere af oplevelser og overnatning, dybdestudier af sociale medier og anbefalinger, hjemmesider mv.

“Jeg planlægger i god tid, når jeg skal rejse med min mor. Det er svært at finde alle de informationer, jeg skal bruge. Jeg læser alle de kommentarer og anmeldelser, jeg kan finde, kigger på billeder fra brugere og sørger også selv for at lægge anmeldelser og billeder op på Tripadvisor, når vi har været et sted. Ud af 100 hoteller er 15 brugbare for mig.”

Mand 35 år, pårørende til gangbesværet og overvægtig kvinde

Hvor beslutnings- og bookingtidspunktet for turister generelt bevæger sig tættere og tættere på afrejsetidspunkt, kræver ferie for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse typisk en lang planlægningshorisont. Der er flere elementer, der skal afsøges og afklares for, at ferien kan foregå så problemfrit som muligt. Desuden skal der ofte i forbindelse med en rejse sættes længere tid af til selve ferieopholdet.

¹² Economic Impulses of Accessible Tourism, BMWI 2008

¹³ Darcy, 2003: HarrisInteractive Market Research, 2005

¹⁴ Den danske mærkeordning GodAdgang blev stiftet i april 2003 af VisitDenmark, HORESTA og Danske Handicaporganisationer. På godadgang.dk findes detaljerede oplysninger om adgangsforholdene til de steder, som er medlem af mærkeordningen.

"Når jeg planlægger en ferie for mig selv og min partner, tager jeg altid højde for, at der skal være tid til at tage hele eller halve dage ud af ferien, hvor vi kan trække os tilbage til værelset og slappe af. Der er gode dage, hvor vi kan klare det meste, og dårlige, hvor vi stort set intet magter."

Kvinde 47 år, pårørende

4. Efterspørgsel efter information

I målgruppens søgen efter information om den fysiske tilgængelighed til feriesteder og -oplevelser, besøger de destinationernes hjemmesider og læser blogs samt brugeranmeldelser og -anbefalinger på sociale medier.

Det er afgørende, at de danske ferietilbud og -oplevelser i sin markedsføring har fokus på at informere om den fysiske tilgængelighed, da manglende information kan være årsag til fravalg. Oplevelsen af, at en feriedestination er fysisk tilgængelig og imødekommer de rejsendes behov, betyder ofte tilbagevenden og anbefaling af stedet til venner, familie og andre via blogindlæg, anmeldelser på sociale medier, m.m.

I dag oplever målgruppen udfordringer i forhold til at finde information om de forskellige attraktioners og aktiviteters tilgængelighed. En dansk turoperatør med speciale i ferier for målgruppen uddyber:

“Der kan gøres meget mere på onlinekanaler og i de interessebaserede digitale communities, som målgruppen orienterer sig i. Særligt hvis man vil ramme den yngre målgruppe. Og så skal man lave noget på engelsk også i stedet for på dansk, for så rammer man meget bredere.”

Turoperatør

I afsøgningen efter fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser søger målgruppen typisk efter information om afstande fra parkering til indgange, kvalitet af belægning, tilstedeværelse af elevatorer, toiletforhold, stole- og sengetyper, muligheder for at medbringe og opbevare medicin samt afstand til nærmeste sygehus. Når det gælder oplevelser på ferien søges typisk information om køforhold, særligt travle perioder og forekomsten af hvilepladser. Anstrengelserne for at finde information om hvileforhold skal ses i lyset af, at målgruppen på en ferie ofte går og står mere end de plejer. Dette stiller nogle særlige krav til målgruppen og gør det ønskeligt, at der f.eks. er mulighed for og information om leje af enten rollator eller kørestol.

“Det ville være super godt, hvis man kunne leje en kørestol på hotellet eller andre centrale steder i byen. Så ville det være lettere at komme rundt på sin ferie. Min mor bruger ikke normalt kørestol, men når vi er på ferie, går vi meget, og så har hun brug for at sidde ned flere gange om dagen.”

Kvinde 51 år, pårørende

Som tidligere nævnt er det for mange forbundet med personlig overvindelse at skulle benytte hjælpemidler, som typisk forbindes med deciderede fysiske handicap. Alligevel peger flere på, at det at bevæge sig rundt inden for et større geografisk område og dermed kunne deltage på lige fod med den øvrige rejsegruppe, er ønskeligt og kan muliggøres via bedre kørsels- og transportmuligheder med indbygget oplevelseskvalitet.

“I Malaysia brugte vi golfbiler, hvor der var plads til 6-7 mennesker. Det kunne min mand rigtig godt lide. Så kunne vi komme rundt og se nationalparker, noget han normalt aldrig ville komme ud og opleve.”

Kvinde 47 år, pårørende

“Måske kunne man bruge cykeltaxi. Jeg har været i Belfast, hvor man havde noget, der hed Blacktaxi tours. Der sad vi i en cykeltaxi og kom ud og så byen. Der var hele tiden mulighed for at slappe af.”

Mand 29 år, narkolepsi

Ovenstående viser, at målgruppen ikke er låst fast på en bestemt løsning på deres udfordringer med manglende fysisk tilgængelighed. De er åbne og positive over for alternative muligheder og oplever det som spændende og forfriskende med nye løsninger, så de kan deltage i forskellige ferietilbud og -oplevelser på lige fod med den øvrige rejsegruppe.

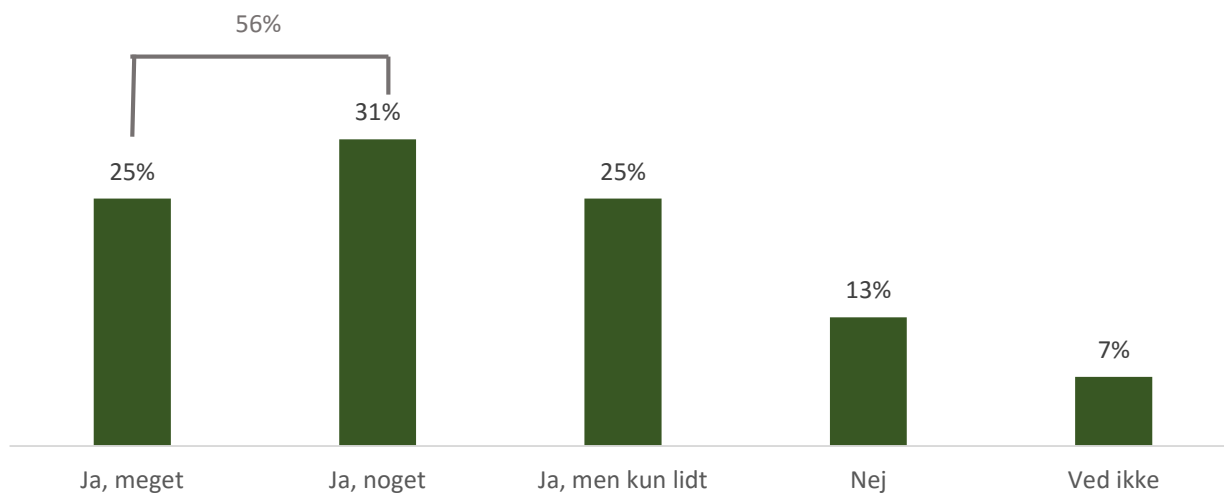
5. Valg af ferietilbud og -oplevelser

En undersøgelse fra det tyske Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), 2008, viser, at navnlig tilgængeligheden til overnatningsformer er vigtig for valg af destination blandt tyskere med fysisk funktionsnedsættelse, men også mulighederne for at deltage i udflugter og kulturelle aktiviteter er afgørende¹⁵. En af de overordnede konklusioner fra undersøgelsen er, at der eksisterer meget få tilgængelige tilbud til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse, hvor tilgængeligheden er til stede i alle led af turistens rejse. På en række områder er der stor afstand mellem udbud og efterspørgsel. Det gælder specielt i forhold til at komme omkring udendørs, deltage i udflugter og kulturelle aktiviteter samt til-/afrejse, hvor efterspørgslen ikke på nuværende tidspunkt imødekommes.

5.1 Rejsemønstre og valg af destination

I en undersøgelse fra EU Kommissionen¹⁶ afdækkes rejsemønstret i målgruppen. Undersøgelsen viser, at hovedparten af de rejser, der i 2012 blev foretaget af mennesker med en funktionsnedsættelse, fandt sted inden for EU. Hele 87 pct. af rejserne blev foretaget i eget hjemland og 10 pct. i EU, mens kun knap 3 pct. blev foretaget uden for EU. Dette understreger, at udfordringerne i forhold til at rejse med en funktionsnedsættelse stiger jo længere man kommer væk hjemmefra¹⁷. Trækkes paralleller til de danske ferietilbud og -oplevelser, er tilgængeligheden for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse afgørende for især danskere og turister fra nærmarkedene.

Figur 6: Betydningen af fysisk tilgængelighed for valg af feriedestination i målgruppen



Spm.: Betyder god fysisk adgang noget for, hvor du rejser hen på ferie?

Base: Med funktionsnedsættelse n=477

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Som det fremgår af figur 6, betyder den fysiske tilgængelighed ganske meget, når målgruppen vælger feriedestination. Knap seks ud af 10 (56 pct.) i målgruppen siger, at god fysisk adgang betyder meget eller noget for, hvor de rejser hen på ferie.

¹⁵ Undersøgelse blandt tyskere, www.bmwi.de

¹⁶ Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe, 2014

¹⁷ Tips og tricks til ferie og udflugter, Dansk Handicap Forbund

Tabel 5 viser betydningen af god fysisk adgang for målgruppens deltagelse i forskellige ferieoplevelser. I figuren er sat bokse der, hvor tilgængeligheden har særlig stor betydning for målgruppen.

Tabel 5: Betydningen af tilgængelighed for valg af feriedestination blandt mennesker med fysisk funktionsnedsættelse

Betyder god fysisk adgang noget for ...		Med fysisk funktionsnedsættelse (n=477)
.. hvilke kulturtilbud du vælger, når du er på ferie?	Ja, meget	21%
	Ja, noget	32%
	Ja, lidt	26%
	Nej	16%
	Ved ikke	5%
.. hvor meget du går ud i naturen , når du er på ferie?	Ja, meget	25%
	Ja, noget	32%
	Ja, lidt	28%
	Nej	12%
	Ved ikke	4%
.. hvor du går ud i lokalområdet , når du er på ferie?	Ja, meget	22%
	Ja, noget	36%
	Ja, lidt	23%
	Nej	15%
	Ved ikke	5%
.. hvilke forlystelser du vælger at besøge, når du er på ferie?	Ja, meget	19%
	Ja, noget	21%
	Ja, lidt	23%
	Nej	23%
	Ved ikke	15%
.. hvilke spisesteder du vælger, når du er på ferie?	Ja, meget	20%
	Ja, noget	31%
	Ja, lidt	28%
	Nej	17%
	Ved ikke	5%

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Inden for samtlige nævnte områder har god fysisk adgang betydning for målgruppens valg af og deltagelse i ferieoplevelser. God fysisk adgang har særlig stor betydning, når det gælder målgruppens færden i lokalområdet og naturen, hvor knap seks ud af 10 (henholdsvis 58 pct. og 57 pct.) siger, at den fysiske tilgængelighed betyder meget eller noget for deres færden.

Tabel 6 og figur 7 viser betydningen af en række praktiske forhold for mennesker med funktionsnedsættelse. Der er spurgt til:

- store badeværelser,
- elevatorer,
- korte gåafstande,
- afskærmede områder,
- jævn og fast belægning,
- adgang uden trin,
- automatiske døre og
- forhold der gør, at hele rejsegruppen selv kan komme omkring på overnatningsstedet.

I tabellen er markeret forhold, hvor der er signifikant forskel mellem den samlede befolkning og undergrupperne (målgruppen og ældre over 60 år).

Navnlig forekomsten af elevatorer, jævn og fast belægning, korte gåafstande og hvilepladser samt tiltag, der gør, at hele rejsegruppen selv kan komme omkring på overnatningsstedet, har betydning for målgruppen.

Det er ikke overraskende, at alle de nævnte forhold har større betydning for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse end for befolkningen generelt. Når dette er sagt, er det alligevel interessant, at en række forhold også har relativt stor betydning for befolkningen generelt og for mennesker uden funktionsnedsættelse. Det gælder navnlig forekomsten af badeværelser med god plads, jævn og fast belægning samt det, at hele rejsegruppen selv kan komme omkring på overnatningsstedet. Også blandt de ældre over 60 år har de listede forhold større betydning end for den samlede befolkning.

Tabel 6: Betydning af konkrete tiltag (fortsættes)

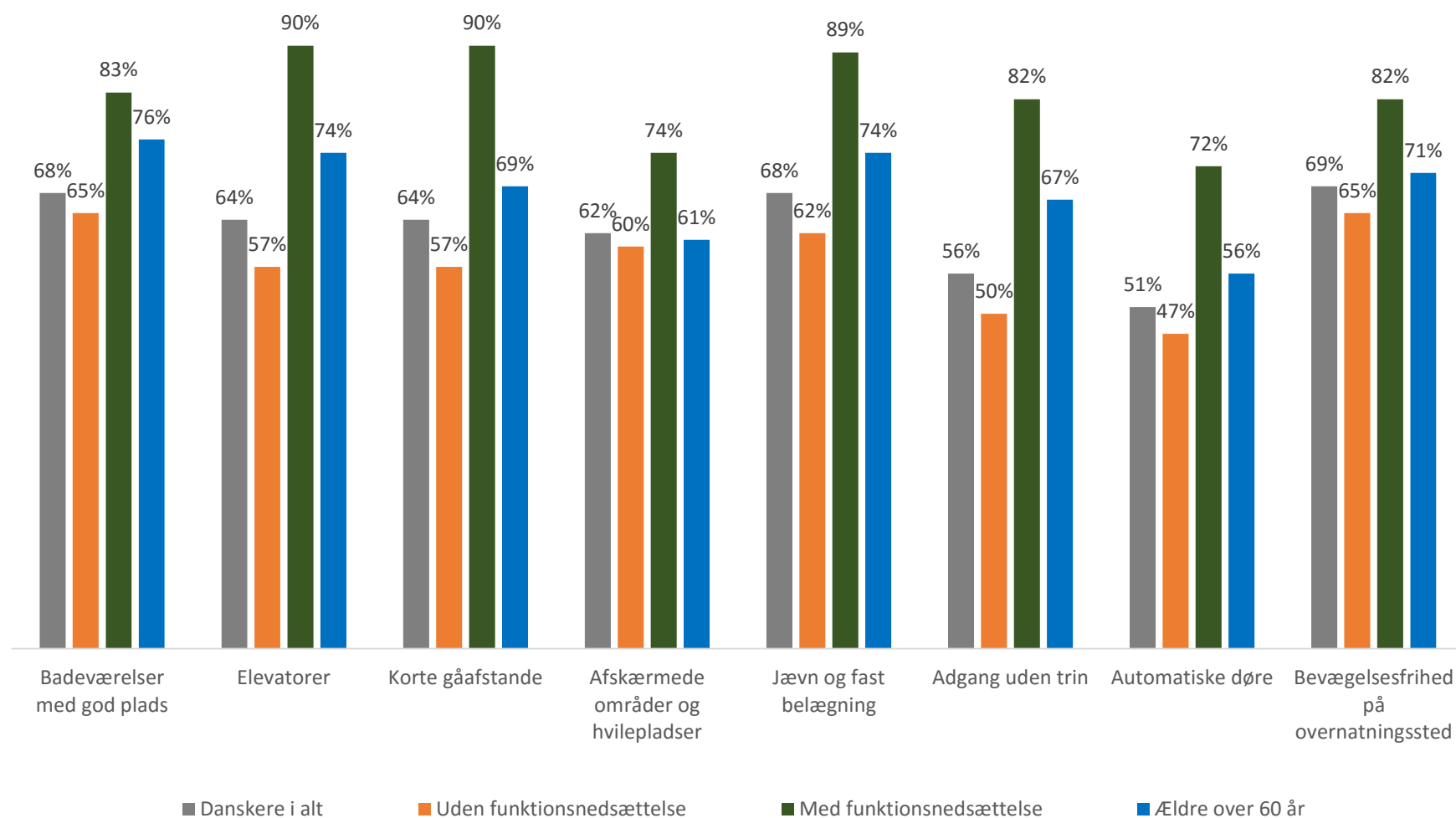
Hvad betyder det for dig eller din rejsegruppe..		Danskere i alt (n=1.084)	Uden fysisk funktions- nedsættelse (n=1.482)	Med fysisk funktions- nedsættelse (n=477)	Ældre over 60 år (n=650)
.. at der er badeværelse med god plads?	Ja, meget	16%	13%	28%	20%
	Ja, noget	28%	27%	34%	33%
	Ja, lidt	24%	25%	21%	22%
	Nej	23%	26%	15%	18%
	Ved ikke	9%	10%	3%	8%
.. at der er elevatorer ?	Ja, meget	18%	13%	46%	27%
	Ja, noget	23%	19%	30%	29%
	Ja, lidt	23%	25%	14%	19%
	Nej	27%	33%	8%	18%
	Ved ikke	8%	10%	3%	7%

Tabel 6: Betydning af konkrete tiltag (fortsat)

Hvad betyder det for dig eller din rejsegruppe..		Danskere i alt (n=1.084)	Uden fysisk funktions- nedsættelse (n=1.482)	Med fysisk funktions- nedsættelse (n=477)	Ældre over 60 år (n=650)
.. at der er korte gåafstande og/eller hvilepladser?	Ja, meget	13%	8%	35%	17%
	Ja, noget	25%	22%	33%	29%
	Ja, lidt	26%	27%	22%	24%
	Nej	27%	32%	6%	22%
	Ved ikke	9%	11%	3%	8%
.. at der er afskærmede områder , hvor man kan hvile sig eller trække sig tilbage?	Ja, meget	9%	9%	15%	9%
	Ja, noget	25%	24%	29%	25%
	Ja, lidt	28%	27%	30%	27%
	Nej	28%	29%	21%	29%
	Ved ikke	10%	11%	5%	9%
.. at der er jævn og fast belægning på stier og veje?	Ja, meget	14%	10%	33%	20%
	Ja, noget	27%	24%	37%	33%
	Ja, lidt	27%	28%	19%	23%
	Nej	23%	27%	7%	17%
	Ved ikke	9%	10%	3%	8%
.. at der er adgang uden trin , så man kan komme omkring som dårligt gående med kørestol, barnevogn, rollator o.lign.?	Ja, meget	14%	11%	30%	20%
	Ja, noget	19%	16%	29%	23%
	Ja, lidt	23%	23%	23%	23%
	Nej	34%	40%	14%	26%
	Ved ikke	10%	11%	4%	8%
.. at der er automatiske døre eller døre, der er lette at åbne	Ja, meget	8%	7%	17%	12%
	Ja, noget	18%	15%	23%	20%
	Ja, lidt	25%	25%	32%	25%
	Nej	40%	44%	24%	35%
	Ved ikke	9%	10%	4%	7%
.. at hele rejsegruppen selv kan komme omkring på overnatnings- stedet / attraktionen?	Ja, meget	21%	19%	34%	22%
	Ja, noget	30%	29%	31%	32%
	Ja, lidt	18%	17%	17%	17%
	Nej	17%	20%	9%	15%
	Ved ikke	14%	15%	9%	15%

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Figur 7: Betydning af konkrete tiltag



Spm.: Hvad betyder det for dig eller din rejsegrube, at der er Figuren summerer dem, der har svaret 'ja, meget', 'ja, noget', og 'ja, lidt'.

Base: Danskere n=1.084, Uden funktionsnedsættelse n=1.482, Med funktionsnedsættelse n=477, Ældre over 60 år n=358

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

5.2 Rejseoplevelser og efterspørgsel

Mennesker med fysisk funktionsnedsættelse er – ligesom alle andre - brugere af kulturoplevelser. De besøger museer, attraktioner og forlystelser og opsøger gastronomiske oplevelser. Kendetegnende for kulturoplevelserne er, at deltagelse kan ske på egne præmisser i egne tempi. Hos turoperatørerne oplever man, at særligt tilgængeligheden til gode restauranter er vigtig for målgruppen.

“Mange bliver trætte efter en lang dag med oplevelser og kan ikke overskue at skulle lave mad selv. I restauranterne er ønsket jo tit at presse så mange gæster ind på så lidt plads som muligt. Og det gør det svært for folk med nedsat mobilitet at bruge tilbuddet. Den slags er svært at aflæse fra hjemmesider.”

Turoperatør

Problematikken omkring restauranterne genfindes også i fokusgrupperne, som specifikt italesætter behovene for gigtvenligt bestik og særlige ergonomisk stole.

Generelt oplever både turoperatører og deltagerne i fokusgrupperne, at det er vigtigt, at der sker noget på ferien: Man vil ikke bare slappe af, men opleve feriedestinationerne og have nye indtryk og oplevelser sammen med dem, man rejser med. Målgruppen fravælger generelt grupperejser rettet mod mennesker med fysisk funktionsnedsættelse og rejser i stedet typisk i par, familier eller vennegrupper.

“Der findes tilbud til folk med nyresvigt, men det vil jeg ikke. Der bliver man jo sygeliggjort, og der sker simpelthen ikke nok. Så sidder man bare der og mærker døden snige sig ind.”

Mand 45 år, nyresvigt

Der er generelt stor efterspørgsel efter at kunne komme ud i naturen, men der mangler informationer om og markedsføring af egnede steder. Både danske og internationale turoperatører deler oplevelsen af, at der er stor efterspørgsel efter naturoplevelser. En tysk operatør estimerer, at omkring halvdelen af deres kunder med nedsat mobilitet går efter naturoplevelser - ofte kystnære - og at halvdelen efterspørger oplevelser med et indhold af kultur, mad og mennesker. Gode tilgængelige naturoplevelser findes ifølge turoperatørerne i Norge, hvor man har lavet særligt udsigtspunkter på smukke ruter, Tyskland, hvor der er lavet trætop-klating for målgruppen og Spanien, hvor fokus på tilgængelighed generelt opleves som markant større end mange andre steder. Ligeledes fremhæves Mar y Sol på Tenerife, hvor der er alle faciliteter til solskinsferie for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse.

I Danmark opleves tilbuddene som begrænsede. Vurderingen er, at der med revideringen af planloven og det igangværende arbejde med destinationsudvikling i Danmark er gode muligheder for at opdyrke nye markeder inden for tilgængelige naturoplevelser¹⁸. Flere i målgruppen fremhæver promenadeforløb med fast belægning (f.eks. i Ebeltoft), udsigtsposter tæt på parkering (f.eks. på Amager Strand) samt bænke, opholdsmuligheder og toiletfaciliteter som vigtige elementer til at tilgodese målgruppens efterspørgsel efter naturoplevelser.

“Jeg vælger naturoplevelser fra, da skove og stier er en stor udfordring for mig. Det ujævne terræn gør, at jeg har svært ved at komme rundt i skoven. Hvis jeg skal opleve dansk natur, så bliver det oftest i bil, og det er jo ikke helt det samme.”

Mand 45 år, nyresvigt

¹⁸ Fokusgruppedeltagere interviewet af Seismonaut, november 2016

”Man kunne lave nogle specielle stier i skoven, det kunne være en form for handicapsti, hvor underlaget er mere fast. Det kunne enten være med brædder eller asfalt. Jeg ville nok tage min mor med i skoven, hvis der var sådanne faciliteter. Min mor bruger rollator, så det er vigtigt at underlaget er i orden. Sådan som det er nu, tager jeg ikke min mor med på den slags ture.”

Kvinde 51 år, pårørende

Tabel 7 viser, at der er et potentiale i at gøre de danske ferietilbud og -oplevelser mere tilgængelige for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse. Det gælder både i forhold til at komme mere ud i naturen, besøge kulturtilbud, besøge lokalområdet og spise ude, men også – om end i mindre grad – at besøge forlystelsesparker. At sidstnævnte scorer lavt kan hænge sammen med, at relativt mange med fysisk funktionsnedsættelse tilhører ældresegmentet og dermed ikke er den primære målgruppe for de danske forlystelsesparker. Samtidig viser tallene, at især børnefamilierne i målgruppen ville benytte de danske forlystelsesparker mere, hvis der var bedre fysisk adgang.

Data viser, at den danske befolkning generelt vil have glæde af større fysisk tilgængelighed til de danske ferietilbud og -oplevelser. Således svarer 30 pct. eller mere, at de ville benytte kulturtilbud, natur, lokalområde og forlystelsesparker mere¹⁹, hvis der var bedre fysiske adgangsforhold. Således vil en investering i bedre fysisk adgangsforhold ikke kun komme målgruppen til gode, men også befolkningen generelt.

Navnlig tiltag, der giver bedre adgang til naturen, vil have betydning for såvel den danske befolknings som målgruppens og de ældres brug af parker, grønne områder i byen, skove, kyster m.m. Her svarer således godt hver fjerde (26 pct.) dansker, godt hver anden (53 pct.) i målgruppen og 31 pct. af de ældre over 60 år, at en bedre fysisk tilgængelighed til naturen vil få dem til at benytte den meget eller noget mere.

Tabel 7: Potentiale ved bedre fysisk adgang (fortsættes)

Ville du, hvis der var bedre fysisk adgang..		Danskere i alt (n=1.084)	Uden fysisk funktions- nedsættelse (n=1.482)	Med fysisk Funktions- nedsættelse (n=477)	Ældre over 60 år (n=650)
.. benytte dig mere af kulturtilbud?	Ja, meget	5%	4%	12%	6%
	Ja, noget	15%	10%	29%	16%
	Ja, lidt	15%	13%	27%	18%
	Nej	49%	54%	26%	47%
	Ved ikke	17%	19%	6%	14%
.. gå mere ud i naturen?	Ja, meget	10%	6%	22%	9%
	Ja, noget	16%	14%	31%	22%
	Ja, lidt	14%	11%	24%	15%
	Nej	44%	50%	17%	41%
	Ved ikke	16%	19%	5%	13%

¹⁹ Mere = meget mere + noget mere + lidt mere

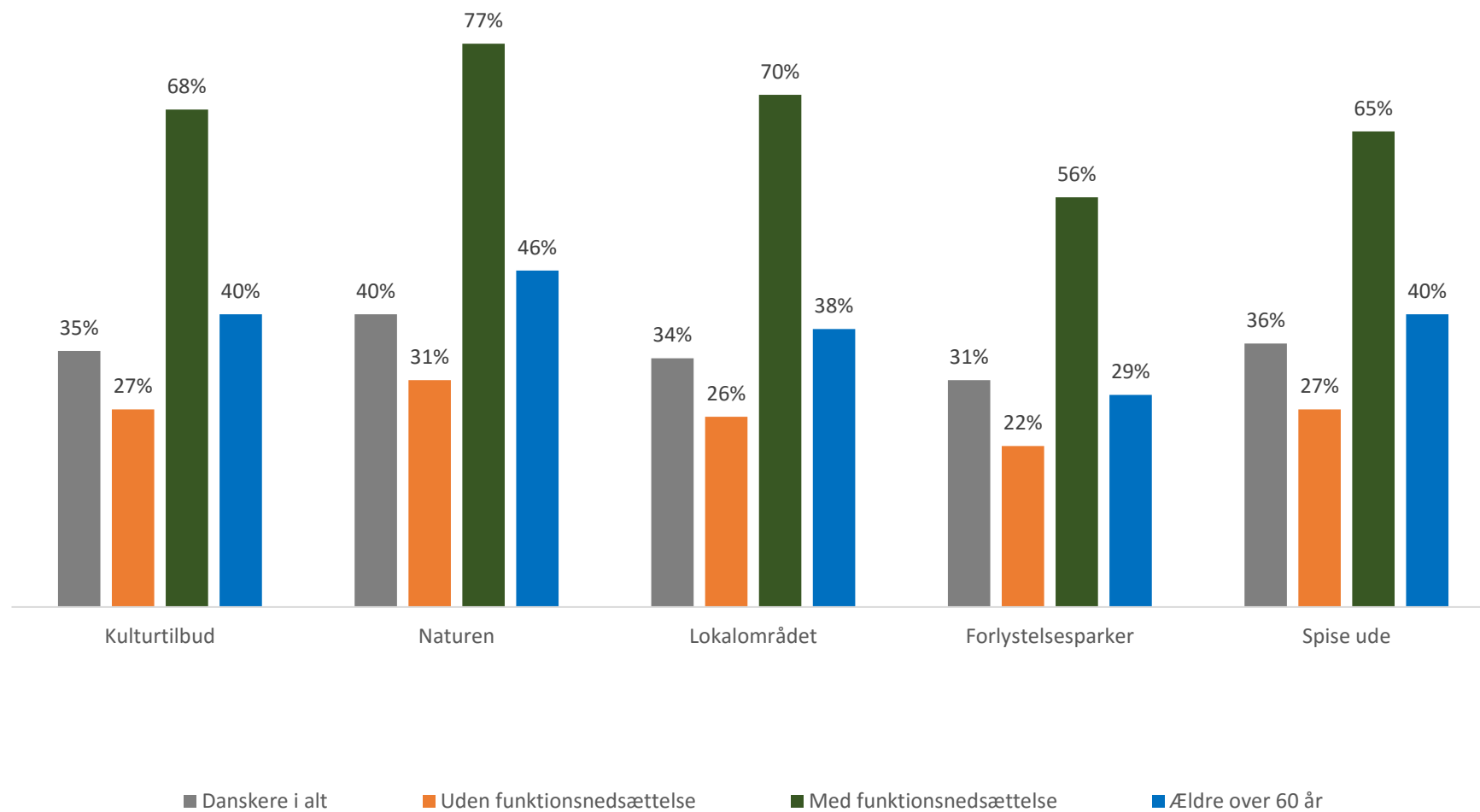
Tabel 7: Potentiale ved bedre fysisk adgang (fortsat)

Ville du, hvis der var bedre fysisk adgang..		Danskere i alt (n=1.084)	Uden fysisk funktions- nedsættels e (n=1.482)	Med fysisk Funktions- nedsættelse (n=477)	Ældre Over 60 år (n=650)
.. gå mere ud i lokalområdet?	Ja, meget	6%	4%	14%	5%
	Ja, noget	14%	10%	30%	16%
	Ja, lidt	14%	12%	26%	17%
	Nej	49%	55%	26%	49%
	Ved ikke	17%	19%	5%	14%
.. besøge forlystelsesparker?	Ja, meget	4%	2%	10%	2%
	Ja, noget	10%	7%	20%	8%
	Ja, lidt	17%	13%	26%	19%
	Nej	52%	59%	35%	55%
	Ved ikke	17%	20%	9%	17%
.. gå mere ud at spise?	Ja, meget	6%	4%	13%	5%
	Ja, noget	15%	11%	28%	18%
	Ja, lidt	15%	12%	24%	17%
	Nej	49%	55%	31%	49%
	Ved ikke	16%	19%	5%	13%

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Der er i målgruppen en udtalt forståelse for og accept af, at ikke alt kan være tilgængeligt for alle, og at feriedestinationerne skal kunne tilfredsstille både målgruppens og andres behov for oplevelser og alsidighed på ferien. Hertil kommer, at målgruppen ofte rejser sammen med venner og / eller familie. Det stiller krav til udbuddet på feriedestinationerne, så alle rejsegruppedeltagere får en god og tilfredsstillende ferie.

Figur 8: Øget benyttelse, hvis bedre fysisk adgang



Spm.: Ville du, hvis der var bedre fysisk adgang, benytte dig mere af Figuren summerer dem, der har svaret 'ja, meget', 'ja, noget', og 'ja, lidt'.

Base: Danskere n=1.084, Uden funktionsnedsættelse n=1.482, Med funktionsnedsættelse n=477, Ældre over 60 år n=358

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

6. Potentiale og rejseønsker

“About 15% of the world's population have some form of disability, and this number is rising, with advances in medical care and population growth.”

World Health Organization, 2014

6.1 Markedsstørrelse og -potentiale

Citatet fra WHO og såvel nationale som internationale undersøgelser og eksperter påpeger, at en stor og stigende gruppe efterspørger god tilgængelighed, når de skal holde ferie. Samlet set estimeres det, at mere end hver femte europæer og en tilsvarende andel af befolkningen i Norden²⁰ har et tilgængelighedsbehov enten fordi, de er født med handicap, er blevet ældre, eller fordi de er ramt af sygdom eller ulykke²¹.

Eksperter på området²² er enige med WHO i, at efterspørgslen efter ferieoplevelser og -tilbud blandt mennesker med fysisk funktionsnedsættelse er stor og stigende. Antallet stiger i takt med, at den gennemsnitlige levealder øges. Samtidig er oplevelsen, at gruppen bliver stadig mere rejse- og oplevelseslysten. Eksperterne oplever dog, at det er gået hen over hovedet på størstedelen af den danske turistbranche, som endnu ikke har indset potentialet og generelt opererer ud fra en formodning om, at mennesker med fysisk funktionsnedsættelse skræmmer andre turister væk. Opfattelsen er, at aktørerne ikke tør satse på målgruppen trods det faktum, at flere undersøgelser har vist, at det er en god investering.

I Danmark har Scandic Hotels siden 2005 arbejdet målrettet med tilgængeliggørelse af sine hoteller. Her er man helt ovebevist om, at arbejdet med tilgængelighed betaler sig rent økonomisk.

“I 2005 startede vi på at gøre Scandic Hotels tilgængelige og uddanne vores personale. Det handler om sund fornuft. Med 15-20 pct. af befolkningen, som har en eller anden form for funktionsnedsættelse, og en stigende andel ældre, som desuden har de økonomiske midler og øget rejselyst, siger det dig selv, at potentialet er enormt.”

Scandic Hotels, Accessibility Manager Magnus Berglund

Både inden- og udenlandske eksperter på området er enige i, at markedet for tilgængelig turisme udgør et uudnyttet potentiale. Målgruppen er i vækst, og efterspørgslen efter fysisk tilgængelige oplevelser og ferier er generelt stigende. Blandt turoperatører, der udbyder ferier i Danmark, oplever man også en positiv udvikling i efterspørgslen efter tilgængelige ferietilbud og -oplevelser, og forventningerne er, at efterspørgslen vil stige. Hos en tysk operatør med speciale i rejser målrettet mennesker med fysiske funktionsnedsættelser søger man efter danske samarbejdspartnere, men oplever, at det er vanskeligt at finde egnede produkter. Det undrer turoperatøren, der ser gode muligheder for danske turismeprodukter målrettet mennesker med fysisk funktionsnedsættelse.

“Danmark har et godt image i forhold til kultur, natur og livsstil, og folk er generelt blevet mere modige. Verden er blevet mere tilgængelig. Vi oplever, at kunder med mobilitetsudfordringer i dag føler, at de har et krav til at kunne opleve de samme ting som folk med fuld mobilitet. Sådan var det ikke tidligere.”

Turoperatør

²⁰ Rådet för nordiskt samarbete om funktionshinder, årsrapport 2016

²¹ Toppen af Danmark

²² Bl.a. direktør i Muskelsvindfonden og på Musholm, ferie – sport – konference, Henrik Ib Jørgensen, sekretariatsleder i God Adgang, Ulla Kramer, og general manager hos Scandic Copenhagen, Kirsten Glente Grindsted

I målgruppen og hos turoperatørerne anses feriehusproduktet som et attraktivt tilbud til både danske og udenlandske gæster med fysisk funktionsnedsættelse. Feriehusene er rummelige og private, har ofte forskellige senge og stole, så der er mulighed for at vælge den, der passer bedst, og ligger ofte naturskønt og kan dermed være en god måde at komme i nærkontakt med naturen på. Dertil er særligt de moderne feriehus tilstrækkeligt rummelige til, at man kan være sammen på tværs af generationer, også selvom man har forskellige behov i forhold til hvile og ro.

“Desværre er der rigtig mange af de gode huse, som udlejes via privat udlejning, og her er folk ikke så gode til at tænke i at fortælle om tilgængeligheden i huset og til omgivelserne.”

Mand 44 år, organsygdom og pårørende

“De danske feriehus ligger ofte meget smukt og kystnært, og det er meget eftertragtet hos målgruppen.”

Turoperatør

Flere i målgruppen har erfaringer med at holde ferie i et dansk feriehus, og erfaringerne er typisk rigtig gode. En central barriere for at benytte feriehusproduktet endnu mere er dog, at udbuddet af attraktive huse er for lille, og at man skal være meget tidligt ude, hvis man skal booke et feriehus. En turoperatør fremhæver det danske udlejningsbureau Sol og Strand som nogen, der gør noget særligt for målgruppen. Udfordringen med at klæde de private udlejere bedre på til at gøre sine sommerhuse mobilitetsvenlige nævnes af en turoperatør som et vigtigt indsatsområde.

Mange mennesker med fysisk funktionsnedsættelse rejser i både Danmark og udlandet, og de foretrækker typisk at rejse i solrige perioder. Blandt operatørerne er erfaringen, at målgruppen rejser mindst i juli og i den hårde vinter, fordi temperaturerne bliver for voldsomme. April, maj og juni er foretrukne måneder efterfulgt af august og september. Operatørerne oplever dog også en stigende efterspørgsel i oktober til februar, hvor målgruppen – ligesom mange andre – typisk rejser efter solen.

Ud fra data fra SFI²³ om antallet af danskere med funktionsnedsættelse og VisitDenmark²⁴ om rejsehyppighed og rejselængde i målgruppen kan antallet af overnatninger i Danmark foretaget af danskere med fysisk funktionsnedsættelse estimeres til 4,8 – 5,8 mio. årligt. Tilsvarende har TCI Research ud fra sine analyser blandt udenlandske besøgende i Danmark²⁵ estimeret størrelsen af markedet i Danmark til 3,3 og 3,9 mio. overnatninger om året. Samlet set resulterer det i 8,1 - 9,7 mio. overnatninger årligt i Danmark foretaget af målgruppen svarende til mellem 7,2 og 8,6 pct. af samtlige overnatninger i Danmark.

Tallet er et forsigtigt skøn og omfatter således udelukkende personer, som selv anfører, at de eller personer, som de hyppigt rejser med, har en fysisk funktionsnedsættelse. Beregningerne viser dermed, hvor mange der i større eller mindre udstrækning er afhængige af tilgængelige ferietilbud og -oplevelser, men ikke hvor mange, der vil hilse tiltagene velkomne – herunder ældre medborgere.

EU Kommissionen publicerede i 2014 hovedresultaterne af en undersøgelse af rejsemønstre blandt mennesker med funktionsnedsættelse og den økonomiske effekt i forhold til tilgængelig turisme. Kommissionen anslår, at 30-40 pct. af befolkningen i EU i 2040 - herunder mennesker med

²³ Handicap og beskæftigelse, Udviklingen mellem 2002 og 2012, SFI

²⁴ Data indsamlet i januar 2017 af VisitDenmark i samarbejde med Userneeds

²⁵ Spørgsmål til afdækning af funktionsnedsættelse i TCI Research' markedsanalyse: "Have you or has someone traveling with you disabilities or special needs for moving?"

funktionsnedsættelse, ældre, børn og andre med begrænsninger i forhold til mobilitet, funktion og sundhed - vil drage nytte af gode adgangsforhold.

6.2 Rejseønsker og økonomisk formåen

Mennesker med fysisk funktionsnedsættelse ønsker lige som alle andre at deltage i ferietilbud og -oplevelser.

"Min oplevelse er klart, at vi efterspørger præcis det samme indhold på en ferie som andre: nye indtryk og oplevelser. Vores aktivitetsniveauet er måske lidt lavere, men ferieindholdet skal fortsat spille."

Kvinde 32 år, bipolar og pårørende til skleroseramt

Ligesom for alle andre har økonomien en betydning for målgruppens fremtidige rejseintensitet og valg af feriemål. En del mennesker med fysisk funktionsnedsættelse i den arbejdsdygtige alder kan ikke varetage et almindeligt fuldtidsarbejde og kan dermed være presset på økonomien. Ikke desto mindre prioriterer målgruppen ferieafholdelse. Tabel 8 viser, i hvor høj grad målgruppen vil være villig til at betale ekstra for fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser. Som det fremgår, eksisterer der en vis betalingsvillighed i målgruppen. Samlet set er godt en femtedel (21 pct.) villige til at betale ekstra for fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser.

Tabel 8: Betalingsvillighed

I hvor grad vil du være villig til at betale ekstra for fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser?	Danskere med fysisk funktionsnedsættelse (n=477)
I meget høj grad	3%
I høj grad	18%
I mindre grad	53%
Slet ikke	20%
Ved ikke	6%

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

I forlængelse af bemærkningen om målgruppens begrænsede økonomiske råderum er det vigtigt at nævne, at der i målgruppen også er en økonomisk stærk gruppe, som udgør et væsentligt potentiale. Her er der økonomisk råderum til at rejse, og der betales gerne for ekstra oplevelser og komfort.

"For os er økonomien ikke noget problem. Vi betaler gerne ekstra for komfort og (room-)service og prioriterer i vores planlægning, at feriestedet er til at komme til og ikke alt for overfyldt. Vi rejser ofte uden for sæsonen, så er der mere plads og generelt mere overskud blandt personalet."

Kvinde 32 år, bipolar og pårørende til skleroseramt

"Prisen er ikke så afgørende for mig. Jeg er vant til at betale ekstra, så jeg kan få bedre servide og de faciliteter, som min mor skal bruge, når vi er på ferie."

Mand 35 år, pårørende til gangbesværet og overvægtig kvinde

7. Konkurrencesituationen

Målgruppens oplevelse af Danmark som et tilgængeligt feriemål for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse er afgørende for tiltrækningen af målgruppen fremadrettet. Tabel 9 viser, hvordan Danmarks indsats opleves i forhold til tilgængeliggørelse af ferietilbud og -oplevelser for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse, og hvordan Danmark opleves sammenlignet med udlandet generelt.

Overordnet set mener 41 pct. af befolkningen, at Danmark gør meget for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse, når det gælder tilgængeligheden af ferietilbud og -oplevelser. Der er ikke signifikant forskel på holdningen generelt og i målgruppen.

Anderledes ser det ud, når der spørges til Danmarks tiltag sammenlignet med udlandets. Her mener hver femte i målgruppen, at andre lande gør mere end Danmark for at tilgængeliggøre sine ferietilbud og -oplevelser til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse. Det tilsvarende gælder 12 pct. af den samlede befolkning og 8 pct. uden for målgruppen.

Tabel 9: Danmarks position som tilgængeligt i forhold til udlandet

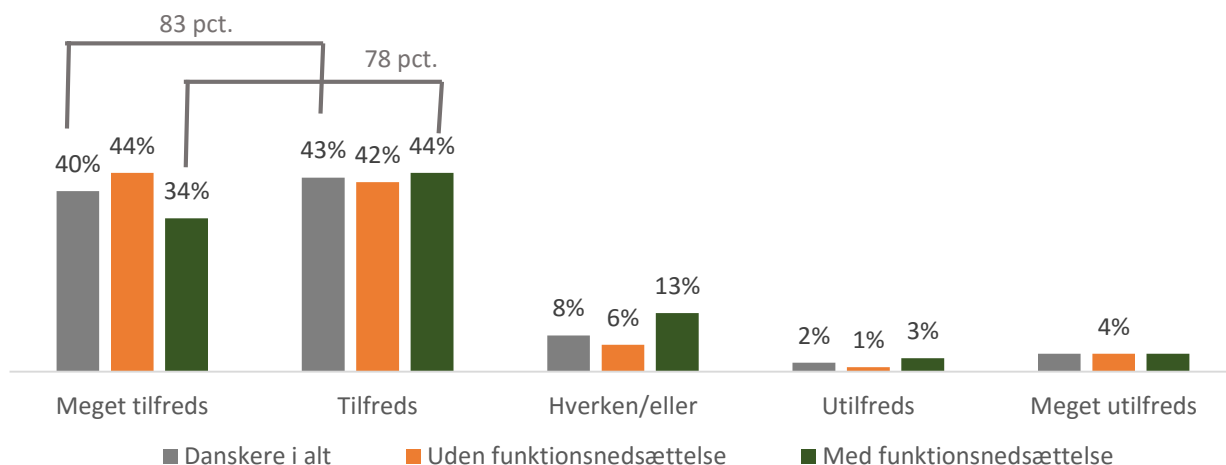
Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?		Danskere i alt (n=1.084)	Uden fysisk funktions- nedsættelse (n=1.482)	Med fysisk funktions- nedsættelse (n=477)
Danmark gør meget for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse, når det gælder tilgængeliggørelse af ferietilbud og -oplevelser	Helt uenig	1%	1%	2%
	Uenig	9%	7%	14%
	Hverken/eller	25%	24%	36%
	Enig	35%	34%	32%
	Meget enig	6%	6%	6%
	Ved ikke	24%	28%	9%
Andre lande gør mere end Danmark for at tilgængeliggøre sine ferietilbud og -oplevelser til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse	Helt uenig	3%	3%	2%
	Uenig	19%	19%	17%
	Hverken/eller	27%	25%	34%
	Enig	10%	7%	16%
	Meget enig	2%	1%	4%
	Ved ikke	40%	45%	29%

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

7.1 De danske turister

Samlet set er 83 pct. af de danske turister alt i alt meget tilfredse eller tilfredse med den seneste ferie i Danmark. Tilfredsheden er med 78 pct. lidt lavere i målgruppen (figur 9).

Figur 9: Tilfredshed blandt danske turister



Spm.: Hvor tilfreds var du alt i alt med dit seneste ferieophold i Danmark?

Note: 'Ved ikke' er udeladt af figuren hvorfor procenterne ikke summerer til 100.

Base: Danskere n=1.084, Uden funktionsnedsættelse n=1.482, Med funktionsnedsættelse n=477

Kilde: VisitDenmark, januar 2017

Tabel 10 viser tilfredsheden med forskellige elementer på den seneste ferie i Danmark. Som det fremgår, er der udbredt tilfredshed både i den samlede befolkning og i målgruppen. Inden for samtlige områder er seks ud af 10 eller flere tilfredse eller meget tilfredse med forholdet på den seneste Danmarksferie. Når det gælder service er målgruppen signifikant mindre tilfredse end den samlede befolkning. I målgruppen svarer 63 pct., at de er meget tilfredse eller tilfredse med den service, de modtog, mod 72 pct. i den samlede befolkning.

Tabel 10: Tilfredshed blandt danske ferieturister (fortsættes)

Hvor tilfreds var du med ..		Danskere i alt (n=787)	Uden fysisk funktionsnedsættelse (n=1.482)	Med fysisk Funktionsnedsættelse (n=477)
.. den service , som du modtog i det danske ferieland?	Meget utilfreds	1%	1%	2%
	Utilfreds	3%	3%	5%
	Hverken/eller	16%	18%	25%
	Tilfreds	52%	45%	44%
	Meget tilfreds	20%	20%	19%
	Ved ikke	8%	13%	6%
.. informationen om ferietilbud og -oplevelser i det danske ferieland?	Meget utilfreds	1%	1%	2%
	Utilfreds	4%	3%	5%
	Hverken/eller	19%	18%	25%
	Tilfreds	47%	45%	44%
	Meget tilfreds	19%	20%	19%
	Ved ikke	11%	13%	6%

Tabel 10: Tilfredshed blandt danske ferieturister (fortsat)

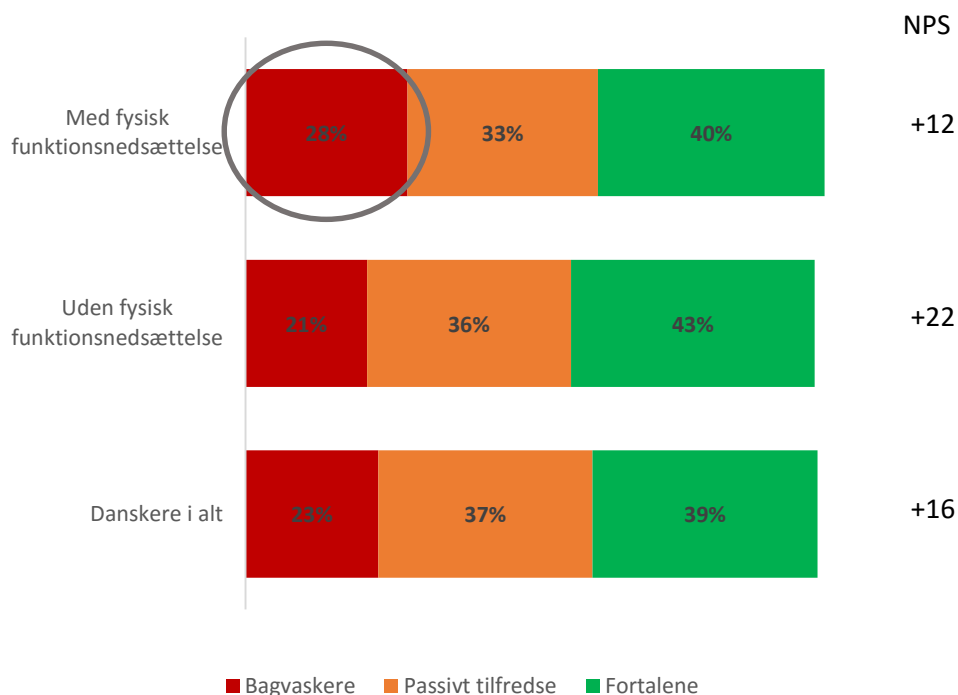
Hvor tilfreds var du med ..		Danskere i alt (n=787)	Uden fysisk funktions- nedsættelse (n=1.482)	Med fysisk Funktions- nedsættelse (n=477)
.. udbuddet af aktivitetsmuligheder i det danske ferieland?	Meget utilfreds	1%	0%	1%
	Utilfreds	2%	2%	4%
	Hverken/eller	20%	18%	23%
	Tilfreds	49%	49%	52%
	Meget tilfreds	17%	18%	15%
	Ved ikke	11%	13%	5%
.. kulturtilbuddene i det danske ferieland?	Meget utilfreds	1%	0%	1%
	Utilfreds	2%	2%	3%
	Hverken/eller	18%	16%	22%
	Tilfreds	49%	49%	49%
	Meget tilfreds	17%	18%	17%
	Ved ikke	13%	15%	7%
.. udbuddet af spisesteder i det danske ferieland?	Meget utilfreds	1%	0%	2%
	Utilfreds	5%	4%	6%
	Hverken/eller	18%	17%	23%
	Tilfreds	49%	48%	48%
	Meget tilfreds	19%	20%	17%
	Ved ikke	9%	11%	4%

Kilde. VisitDenmark, januar 2017

Trods en høj tilfredshed vil mennesker med fysisk funktionsnedsættelse i mindre udstrækning end befolkningen generelt anbefale venner og bekendte at holde ferie i Danmark (figur 10). Det er især gruppen af bagvaskere, der er lidt større i målgruppen end i befolkningen generelt, mens der stort set ikke er forskel på andelen af fortalere.

NPS (Net Promoter Score), der er andelen af fortalere fratrullet andel af bagvaskere, er i målgruppen på +11, mens den er på +16 i den samlede befolkning.

Figur 10: Anbefalingsvillighed



Note: 1. Anbefalingsvilligheden er mål på en skala fra 0-10. Fortalere=9+10, passiv tilfredse = 7-8, bagvaskere = 1-6. 'Ved ikke' er udeladt.
 Spm.: Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale dine venner og bekendte at holde ferie i Danmark?
 Baser: danskere: n=787; uden fysisk funktionsnedsættelse: n=1.022; med fysisk funktionsnedsættelse: i alt: n=352
 Kilde: VisitDenmark, januar 2017

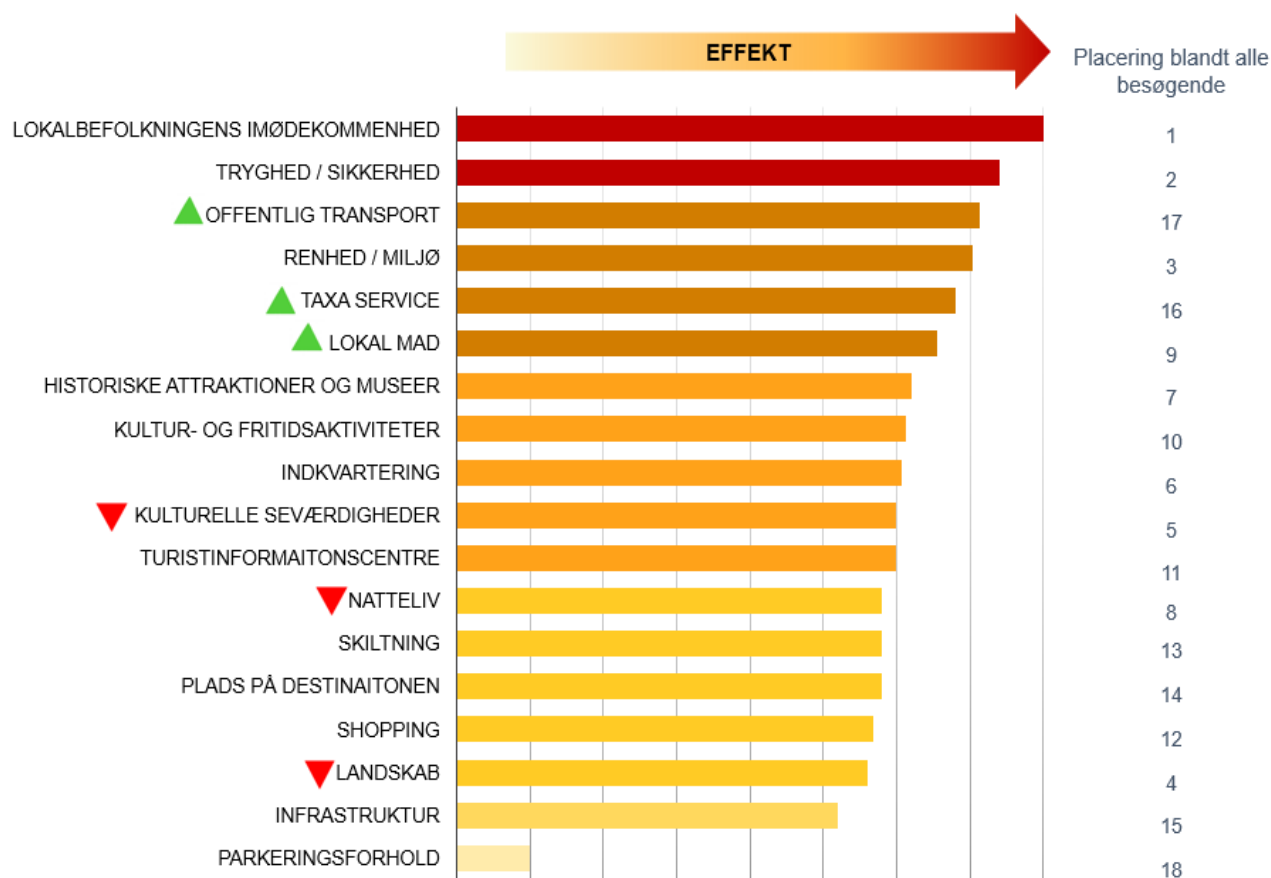
7.2 De udenlandske turister

Generelt er konkurrencen om turisterne global, og Danmark konkurrerer som udgangspunkt med både europæiske nabolande og oversøiske destinationer. Til at belyse Danmarks konkurrenceposition er indhentet data fra en undersøgelse af rejsende uden for eget hjemland fra TCI Research i 2015/2016. I undersøgelsen spørges udenlandske turister om tilfredsheden med en række parametre grupperet inden for indkvartering, transport, mad, kultur og fritidsaktiviteter, historiske attraktioner, turistinformationscentre, shopping, miljø, tryghed og befolkningens gæstfrihed. Data giver mulighed for at afdække Danmarks konkurrencesituation på markedet for tilgængelig turisme i forhold til et nordeuropæisk konkurrentfelt (NE8²⁶) og Europa.

Figur 11 viser, hvilke tilfredshedsparetre, det er vigtigst at imødekomme blandt udenlandske besøgende med funktionsnedsættelse i det nordeuropæiske konkurrentfelt (NE8) for at sikre, at ferien lever op til forventningerne. Udover at vise en rangordning af de respektive faktoreres vigtighed for tilfredsheden, er også markeret der, hvor prioriteringen i målgruppen adskiller sig fra prioriteringen i befolkningen generelt. En grøn pil viser, at parameteret rangerer højere i målgruppen end generelt, mens en rød pil viser, at parameteret rangerer lavere.

²⁶ NE8 består af Danmark, Sverige, Tyskland, Norge, Holland, Finland, Irland og Storbritannien.

Figur 11: Vigtigheden af forskellige parametre for at kunne levere en tilfredsstillende ferieoplevelse til udenlandske turister i målgruppen rejsende i det nordeuropæiske konkurrentfelt (NE8) sammenlignet med samtlige udenlandske turister i det nordeuropæiske konkurrentfelt



Note: Parametre, hvor der er signifikant forskel mellem målgruppen og samtlige besøgende i NE8, er markeret med farvede grønne pile (positiv forskel) og røde pile (negativ forskel).

Kilde: TRAVEL SAT – korrelationsanalyse

Som det fremgår af figuren, er det vigtigste for tilfredsheden blandt udenlandske besøgende med fysisk funktionsnedsættelse i det nordeuropæiske konkurrentfelt (NE8), at lokalbefolkningen er imødekommande, og at rejsemålet er trygt og sikkert. Disse to parametre indtager også første- og andenpladsen i befolkningen generelt.

I forhold til samtlige udenlandsrejsende i det nordeuropæiske konkurrentfelt (NE8) påvirkes tilfredsheden i målgruppen i signifikant højere grad af transportforholdene på destinationen (offentlig transport og taxa) og de lokale madoplevelser. Parameteret 'offentlig transport' rangerer således som nr. tre i målgruppen, men kun som nr. 17 blandt alle udenlandske besøgende i det nordeuropæiske konkurrentfelt. Tilsvarende rangerer 'taxa service' som nr. fem i målgruppen mod nr. 16 blandt samtlige udenlandske besøgende i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Omvendt er tilfredsheden i målgruppen i signifikant mindre udstrækning påvirket af kulturelle seværdigheder, landskabet og nattelivet på destinationen end tilfældet er blandt samtlige udenlandsrejsende i det nordeuropæiske konkurrentfelt.

Figuren understreger vigtigheden af, at destinationerne er opmærksomme på både materielle parametre (f.eks. mad, indkvartering og transport) og immaterielle parametre (f.eks. gæstfrihed, imødekommenhed og tryghed), som dækker det, de rejsende ikke direkte bestiller og betaler, men som i høj grad påvirker den samlede ferieoplevelse.

I tabel 11 er vist forskellen i tilfredsheden blandt udenlandske turister med fysisk funktionsnedsættelse, der har besøgt Danmark, og samtlige udenlandske turister, der har besøgt Danmark. Værdierne i tabellen er forskelle i indekssværdier beregnet af TCI Research. En positiv værdi (grøn) angiver en større tilfredshed blandt udenlandske besøgende i målgruppen sammenlignet med samtlige udenlandske besøgende, mens en negativ værdi (rød) angiver en lavere tilfredshed i målgruppen end generelt.

Tabel 11: Sammenligning af udenlandske besøgende i Danmark generelt og med fysisk funktionsnedsættelse

Transport		Bespisning	
	Priser for offentlig transport	+118	
	Taxa service	+59	
	Parkeringsmuligheder	+28	
	Adgang til lufthavn	+34	
Kultur og fritid		Indkvartering	
	Nattेलiv	+48	
	Pris for fritidsaktiviteter	+31	
			Overordnet kvalitet
			+35
			Service
			+36
Steder og museer		Miljø	
	Udvalg	+23	
	Service	+24	
	Entrépriser	+57	
			Landskab
			+20
			Renholdelse af offentlige arealer
			+34
			Arkitektur
			+35
Shopping		Assistance / bistand	
	Udvalg	+39	
	Værdi for pengene	+60	
	Service	+55	
	Åbningstider	+40	
	Kunsthåndværk	+31	
			Antal turistinformationscentre
			+28
			Personalets effektivitet
			+23
			Turistinformationscentrenes
			åbningstider
			+24
			Digitale services (Apps)
			+38

Kilde: TCI Research

Note: Tabellen tager udgangspunkt i indeks udregnet af TCI Research for en række tilfredshedsparametre. Kun parametre, hvor forskellen i indeks mellem (1) udenlandske besøgende i Danmark med fysisk funktionsnedsættelse og (2) samtlige udenlandske besøgende i Danmark, er over 20, er medtaget i tabellen. Forskelle på 20 eller mere indikerer en tendens, mens forskelle på 30 eller mere er signifikante.

Udenlandske besøgende med fysisk funktionsnedsættelse, der har besøgt Danmark, er generelt mere tilfredse med en række parametre ved ferien sammenlignet med samtlige udenlandske besøgende i Danmark. Forskellen i tilfredsheden er særlig høj, når det gælder prisen på offentlig transport, taxa service, værdi for pengene på spisesteder, service og værdi for pengene i forbindelse med shopping samt prisen for entre til historiske attraktioner og museer. Udenlandske besøgende med fysisk funktionsnedsættelse, der har besøgt Danmark, er signifikant mindre tilfredse end udenlandske besøgende generelt, når det gælder indkvartering herunder både service og overordnet kvalitet.

I tabel 12 er vist en sammenligning af tilfredsheden blandt udenlandske turister i målgruppen, der har besøgt Danmark, og henholdsvis det nordeuropæiske konkurrentfelt og Europa. Værdierne i tabellen er forskelle i indekssværdier beregnet af TCI Research. En positiv værdi (grøn) angiver en større tilfredshed blandt udenlandske besøgende i målgruppen, der har besøgt Danmark, sammenlignet med udenlandske besøgende i målgruppen, der har besøgt henholdsvis det nordeuropæiske konkurrentfelt og Europa. En negativ værdi (rød) angiver en lavere tilfredshed i blandt udenlandske turister i målgruppen, der har besøgt

Danmark, sammenlignet med udenlandske besøgende i målgruppen, der har besøgt henholdsvis det nordeuropæiske konkurrentfelt og Europa.

Som det fremgår af tabellen, underperformer Danmark signifikant blandt udenlandske turister med fysisk funktionsnedsættelse på hovedparten af parametrene sammenlignet med såvel det nordeuropæiske konkurrentfelt som Europa. Eneste undtagelse er tilfredsheden med turistinformationscentre (antal, åbningstider og personale), hvor Danmark klarer sig bedst i målgruppen sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt og Europa.

Tabel 12: Sammenligning af tilfredsheden blandt udenlandske turister i målgruppen i Danmark og henholdsvis NE8 og Europa

	Udenlandske turister med fysisk funktionsnedsættelse	
	i det nordeuropæiske konkurrentfelt (n=302)	i Europa (n=1.340)
Værdi for pengene	÷81	÷61
Indkvartering	÷51	÷45
Lokal mad		
Kultur og fritid	÷39	÷21
Historiske attraktioner	÷44	÷27
Shopping	÷23	
Turistinformation		+28
Miljø	÷20	
Lokalbefolkningen	÷27	

Kilde: TCI Research

Note: Tabellen omfatter kun de tilfredshedsparametre, der indikerer tendenser (forskel > 20) og signifikante forskelle (forskel > 30)

Resultaterne fra TCI Research stemmer godt overens med en række eksperters opfattelse af tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser. Opfattelsen er, at tilgængelighed ikke er et selvstændigt indsatsområde i Danmark i modsætning til i en række nabolande (f.eks. Storbritannien, Tyskland og Norge) og andre lande i Sydeuropa (f.eks. Spanien og Italien). Dette synspunkt kom også frem i de to fokusgrupper.

Ifølge to eksperter er tilgængelighed i forbindelse med turisme ikke i nævneværdig grad indarbejdet i en dansk turismekontekst.

”Vi oplever fra Muskelsvindfondens medlemmer, at det ofte er nemmere at rejse i udlandet end i Danmark, fordi tilgængeligheden til bl.a. offentlig transport og kulturinstitutioner er væsentlig bedre.”

Henrik Ib Jørgensen, direktør i Muskelsvindfonden

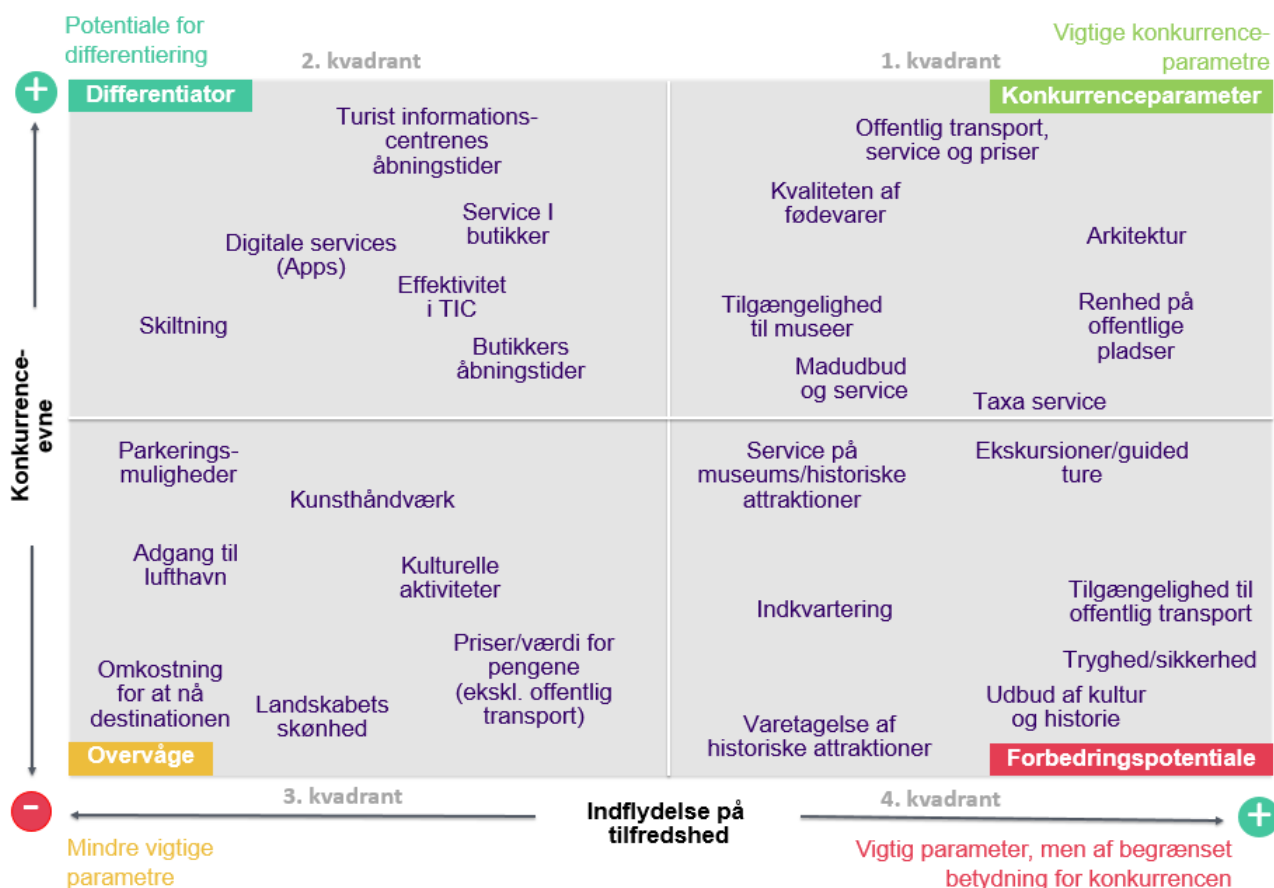
”Når jeg selv rejser i f.eks. Spanien, er det <tilgængelighed> altid tænkt ind, således at kørestole kan komme rundt i byen. Det samme har jeg oplevet i Firenze.”

Gitte Fyrkov, Centerleder på Musholm

Opfattelsen er, at Danmark ikke i dag har et image som et land, hvor det er let at holde ferie, hvis man er berørt af en fysisk funktionsnedsættelse. Om opfattelsen er reel er i denne sammenhæng ikke afgørende. Det væsentlige er, at Danmark ikke fremstår som en tilgængelig feriedestination hverken blandt eksperter eller mennesker med fysisk funktionsnedsættelse.

Figur 12 viser Danmarks konkurrencesituation i målgruppen sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt ud fra dimensionerne konkurrencedygtighed og betydning for tilfredshed. Placeringen på den lodrette akse er betinget af forskellen i tilfredshedsparametrenes scorer i henholdsvis Danmark og det nordeuropæiske konkurrentfelt. Den vandrette akse repræsenterer betydningen af hvert tilfredshedsparameter for den samlede tilfredshed (korrelationen).

Figur 12: Konkurrenceposition – Danmark Vs det nordeuropæiske konkurrentfelt



Kilde: TCI Research

Konkurrenceparametrene i **øverste højre hjørne** (1. kvadrant) er vigtige drivkræfter for målgruppen, og her har Danmark en god konkurrenceposition sammenlignet med det nordeuropæiske konkurrentfelt. Parametrene i denne kvadrant kan bruges til at promovere Danmark som feriedestinationen over for målgruppen. Det drejer sig især om Danmarks renhed, arkitektur / byudvikling, kvaliteten af fødevarer, tilgængeligheden til museer og historiske seværdigheder samt priser og service inden for den offentlige transport. Kvaliteten af fødevarer herunder vigtigheden af tilgængelige, gode restauranter var også et af de elementer, der blev nævnt i fokusgrupperne som vigtige på en rejse.

I **øverste venstre hjørne** (2. kvadrant) findes de differentiator-parametre, som er konkurrencefordele for Danmark, men mindre vigtige i forhold til målgruppens overordnede tilfredshed med ferieoplevelsen. Disse parametre kan bruges som sekundære i forhold til at differentiere Danmark fra de andre lande i NE8. Det drejer sig om parametre, der knytter sig til shopping (personales gæstfrihed og åbningstiderne) og den assistance og hjælpsomhed, der møder målgruppen, når de gæster Danmark (menneskelige og digitale tjenester: informationscentre, skiltning, smartphone Apps, m.m.). Samlet set oplever målgruppen, at Danmark tilbyder effektiv og tilgængelig hjælp til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse.

Fokusgrupperne fremhævede også en velvillighed til at hjælpe blandt danskerne, men efterlyste mere opsøgende personale, så de besøgende ikke selv skal efterspørge hjælpen.

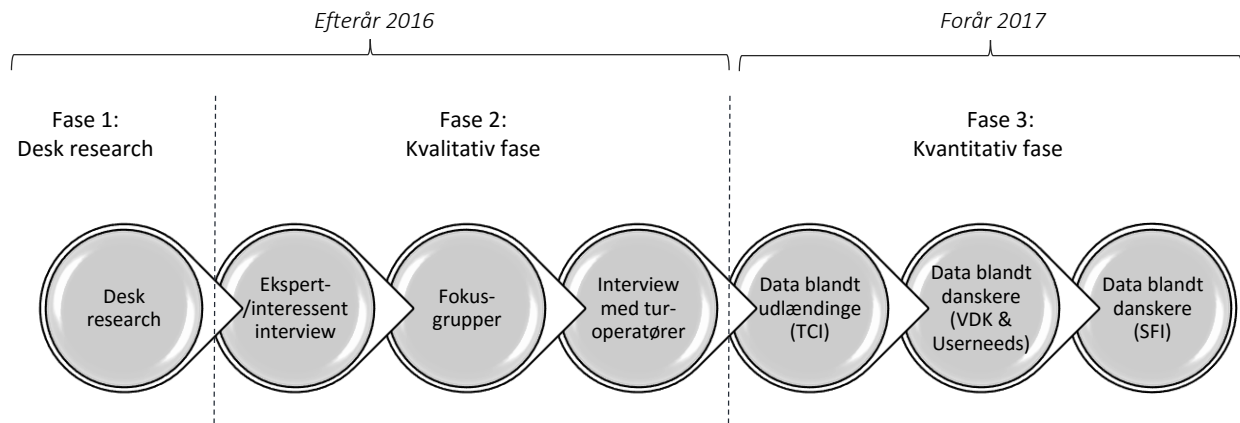
Parametrene i **nederste venstre hjørne** (3. kvadrant) er mindre vigtige både som konkurrenceparametre og for målgruppens tilfredshed med ferieoplevelsen. Selv om parametrene ikke har den højeste prioritet i målgruppen, er de vigtige at overvåge, da det netop er der, Danmark underpræsterer. Hvis nogle af parametrene i denne kvadrant stiger i betydning for målgruppen, kan det påvirke Danmarks konkurrenceposition. Parametrene skal derfor overvåges.

I **nederste højre hjørne** (4. kvadrant) ligger en række forbedringsparametre, hvor Danmark ikke umiddelbart har en konkurrencefordel i forhold til NE8, men som er afgørende for målgruppens samlede tilfredshed. Initiativer, der kan forbedre ferieoplevelsen, vil blive hilst velkommen og kan have betydning for genbesøg og anbefalingsvillighed. Det gælder bl.a. service og imødekommenhed på museer og historiske seværdigheder – herunder guidede ture. Helt konkret kan det dreje sig om specifik skiltning, der tydeliggør tilgængeligheden til attraktioner, og udbud af guidede ture målrette mennesker, der har brug for hvil og pauser undervejs. Dette stemmer godt overens med de kommentarer, der fremkom i fokusgrupperne.

8. Metode

Figuren neden for illustrerer projektforsløbet med de forskellige dataindsamlingsfaser.

Figur 13: Projektforsløbets forskellige faser



Fase 1: Desk research

Data i denne fase stammer fra litteratursøgning, deltagelse i møder og seminarer, samtaler med eksperter og interessenter samt besøg hos udbydere af fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser.

Litteratursøgning: Diverse hjemmesider, publikationer og artikler.

Deltagelse i møder og seminarer: Deltagelse i møde om tilgængelig turisme på Hotel Scandic Copenhagen samt seminar v. Nordisk Ministerråd: Fri rörlighet och funktionshinder 2016.

Samtaler med eksperter og interessenter: Der blev gennemført korte telefoninterview med forskellige udbydere af overnatninger og ferietilbud for at få en overordnet indtryk af tilgangen til og efterspørgslen efter tilgængelige turismetilbud og -oplevelser i Danmark.

Besøg hos udbydere af fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser: Musholm, ferie – sport – konference og Hotel Scandic Copenhagen blev besøgt for at tale med ledende medarbejdere og få et førstehånds-indtryk af de tilbud, som det danske feriemarked byder på.

Fase 2: Kvalitativ fase

Der er gennemført såvel personlige dybdeinterview med eksperter, interessenter og turoperatører på området samt fokusgrupper med repræsentanter for projektets målgruppe.

Dybdeinterview med eksperter: De personlige dybdeinterview er gennemført af VisitDenmark og Seismonaut. Interviewene er gennemført med eksperter og interessenter på området samt inden- og udenlandske turoperatører. Målet har været at få belyst og kvalificeret tilgangen til og udfordringerne i forhold til øget tilgængelighed og således give et overordnet billede af Danmarks styrker og svagheder på tilgængelighedsområdet sammenlignet med udenlandske destinationer. Spørgeguider er vedlagt som en del af Appendiks B.

Fokusgrupper med repræsentanter for målgruppen: Der blev i november 2016 gennemført to fokusgruppeinterview (i henholdsvis København og Aarhus) med repræsentanter for målgruppen.

Fokusgrupperne blev gennemført i samarbejde med Seismonaut. Spørgeguiden til fokusgrupperne er vedlagt som en del af Appendiks B.

Udover at indhente viden om fokusgruppedeltagernes oplevelse af forskellige feriedestinationers tilgængelighed og deres ønsker fremadrettet, var det også et vigtigt mål at indhente inspiration og input til efterfølgende at kunne konstruere et spørgeskema til en kvantitativ måling blandt danskerne. Den kvantitative undersøgelse skulle afdække oplevelsen af Danmark som en tilgængelig feriedestination for målgruppen og belyse potentialet fremadrettet.

Fase 3: Kvantitativ fase

Projektet inddrager resultaterne af to kvantitative undersøgelser (spørgsmål/-skemaer er vedlagt som en del af Appendiks C):

TCI (Tourism Competitive Intelligence) Research: TCI Research indsamlede i 2015/2016 data i en række lande om turisters tilfredshed med forskellige elementer af ferieoplevelsen herunder restauranter, kulturelle tilbud, imødekommenhed, tryghed, m.m. Data fra TCI Research muliggør en sammenligning af tilfredsheden med de danske ferietilbud og -oplevelser blandt mennesker med fysisk funktionsnedsættelse og befolkningen generelt. Samtidig giver data mulighed for at sammenligne resultaterne for Danmark med resultaterne for det nordeuropæiske konkurrentfelt (NE8²⁷) og Europa.

VDK (VisitDenmark): I foråret 2017 gennemførte VisitDenmark i samarbejde med Userneeds en kvantitativ dataindsamling blandt danskere generelt og danskere, der er ramt af en fysisk funktionsnedsættelse (enten selv eller i deres typiske rejsegruppe). Her blev spurgt til oplevelsen af den fysiske tilgængelighed til ferietilbuddene og -oplevelserne i det danske ferieland, afholdelse af ferier samt ønsker til fremtidig ferieafholdelse.

²⁷ NE8: Danmark, Norge, Sverige, Finland, Tyskland, Storbritannien, Irland og Nederlandene

Appendiks

APPENDIKS A: DESK RESEARCH

Målet med desk research var at afdække eksisterende national og international viden om og erfaringer med tilgængelig turisme blandt mennesker med en fysisk funktionsnedsættelse. Desuden bidrog desk research til en forståelse for projektets kompleksitet og omfang samt centrale definitioner og afgrænsninger.

Tabel 13: Liste over interviewede personer i forbindelse med desk research

<u>Respondent</u>	<u>Virksomhed</u>
Claudia Rota Andersen	Novasol: strategic business analyst
Gitte Fyrkov	Musholm: centerleder
Henrik Ib Jørgensen	Musholm: direktør Volve: medlem af styregruppe Muskelsvindfonden: direktør
Ivor Ambrose	European Network for Accessible Tourism: direktør
Jonna Kande	Sol & Sommer: destinationschef
Kirsten Glente Grindsted	Scandic Copenhagen, general manager
Magnus Berglund	Scandic: handicap ambassadør
Søren Laursen	DanCenter / Danland: salgs- og marketingchef
Tony Bech	Danske Handicaporganisationer: konsulent
Ulla Kramer	God Adgang: sekretariatsleder

A.1 Eksempler og erfaringer fra ind- og udland

I Danmark eksisterer en række ferietilbud, som markedsfører sig på tilgængelighed for alle. Med hjælp fra Ulla Kramer hos God Adgang er i Appendiks A (afsnit A.1, tabel 14) listet en række eksempler på overnatningssteder, forlystelsesparker og andre attraktioner, som arbejder på at tilgængeliggøre deres tilbud og oplevelser. Nogle steder er der tale om et egentligt strategisk fokus, mens der andre steder er fokus på at opfylde minimumskravene i lovgivningen²⁸. Mange tilpasninger sker i forbindelse med vedligeholdelse. Listen er ikke udtømmende, men giver et godt indblik i, hvordan og hvor der allerede arbejdes med at gøre de danske ferietilbud og -oplevelser tilgængelige.

²⁸ Ulla Kramer, God Adgang

Udover udbyderne af ferietilbud og -oplevelser har en række turistorganisationer og offentlige myndigheder både i ind- og udland fokus på, at netop deres område bliver tilgængeligt for alle. Der er udarbejdet idékataloger og opstillet retningslinier for, hvad aktørerne skal gøre for, at deres produkter henvender sig til mennesker både med og uden funktionsnedsættelse.

I det følgende er kort beskrevet nogle eksempler på arbejdet med tilgængelig turisme i ind- og udland (se endvidere eksemplerne i Appendiks A, afsnit A.1, tabel 14).

Det første eksempel er et hotel og konferencecenter i byen Rheinsberg i Nordtyskland. Stedet hedder **Hous Rheinsberg, Hotel am See**. Her prioriteres tilgængelig turisme højt, der udvikles nye produkter, og gamle produkter tilpasses. Det trækker hele byen med, så butikker får etableret niveaufri adgang, turbåden på søerne får adgang for kørestolsbrugere og slottet – områdets stolthed – får installeret elevator. Der bliver købt cykler ind, der kan tage kørestole etc. En hel by og en hel destination bliver et godt feriemål for mange flere, end det var tidligere. Hertil kommer, at omsætningen er steget for alle.

Også **VisitScotland** og **BMW i** (det tyske Ministerium for Erhverv og Teknologi) har gennem en årrække arbejdet målrettet med tilgængelighed inden for turisme. I Danmark har **Toppen af Danmark** fokus på tilgængeliggørelse af ferietilbud og -oplevelser og udarbejdede i 2012 et idékatalog til inspiration for turistaktører i og uden for destinationen.

VisitScotland. I 2013 satte VisitScotland fokus på at få Scotland internationalt anerkendt som en tilgængelig destination for mennesker med funktionsnedsættelse. Der blev udarbejdet en detaljeret plan for ønsket output (f.eks. profilering af Scotland som en tilgængelig destination internationalt) og planlagte aktiviteter for at kunne opfylde målene.

I VisitScotland gennemføres løbende målinger og analyser af turisterne. Disse undersøgelser viser et stigende antal besøgende, som stiller krav om tilgængelighed såsom mennesker med funktionsnedsættelser, familier med mindre børn og ældre.

VisitScotland arbejder målrettet med at gøre deres ferietilbud og -oplevelser tilgængelige for alle. Den britiske organisation Tourism South East har udgivet en vejledning, som går i dybden med de forskellige dele af turistens rejseoplevelse, herunder hvilke barrierer turister med funktionsnedsættelse møder i forbindelse med deres rejse, og hvordan disse barrierer kan minimeres eller kompenseres med gode løsninger.

Det tyske Ministerium for Erhverv og Teknologi (BMW i). I 2002 nedsatte BMW i en arbejdsgruppe, som skulle afdække de økonomiske effekter af tilgængelig turisme for alle. Det resulterede i 2004 i en publikation med de vigtigste resultater og anbefalinger: *Economic Impulses of Accessible Tourism for All*, 2004. Undersøgelsen baserer sig på såvel kvalitative interview med turismeaktører og mennesker med funktionsnedsættelse som kvantitative data med et repræsentativt udsnit af den tyske befolkning dvs. både mennesker med og uden funktionsnedsættelse.

Undersøgelsen understreger, at der ikke eksisterer præcise opgørelser over, hvad turister, der er afhængige af tilgængelige ferietilbud, bidrager med økonomisk. Der hersker imidlertid ikke tvivl om, at tilgængelig turisme er attraktivt for det tyske marked pga. det økonomiske potentiale.

Konklusionen er, at markedet ikke vil blive fuldt tilgængeligt uden lovmæssige reguleringer og krav og offentlige investeringer. Fuldt tilgængelighed for alle til alle faciliteter og tilbud vurderes således i stor udstrækning at være en samfundsmæssig forpligtelse, som ikke vil blive opnået uden lovmæssige indgreb.

Toppen af Danmark. Toppen af Danmark ønsker at styrke områdets attraktivitet samt tiltrække flere og nye turister. En af de strategiske satsninger er 'Turisme for Alle', hvor der er fokus på udbud af produkter og services til alle.

I 2012 udarbejdede destinationen et idékatalog til turistaktører, kommuner, organisationer og råd på destinationen. Publikationen beskæftiger sig med de fysiske barrierer i forbindelse med ferier og rejser for mennesker med funktionsnedsættelse, økonomiske og samfundsmæssige aspekter, regler for og krav til byggeri, tilgængelighedsmærkning, bookingsystemer, brugerinddragelse m.m. Som appendiks indeholder idékataloget en oversigt over tilgængeligheden til en række af destinationens ferietilbud (attraktioner, overnatningssteder, restauranter, badestrande m.m.).

I publikationen listes ideer til, hvordan forskellige turistaktører kan komme i gang, gennemgår værktøjer, som kan understøtte initiativerne, og foreslår forskellige vinkler på markedsføring, pakkerejser mv., som kan tjene som inspiration.

Tabel 14: Eksempler på fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser i Danmark

Overnatningssteder	
<u>Bakkelund Bed & Breakfast</u>	Her er handicapegnede værelser og en gangbro, så også kørestolsbrugere kan komme ud til Møns Klint. Værelserne er store og handicapvenlige med god plads til kørestol og lign. hjælpemidler. Alle værelser findes i stueetage. Der er ingen dørtrin på gangen og ind til værelserne.
<u>Cimbria Feriehusudlejning</u>	Birksomheden har opført 15 handicapegnede bjælkehuse, som er tilgængelige for bevægelseshæmmede med niveaufri adgang fra husene til indkørsel og terrasse. Husene opfylder Dansk Handicap Forbunds tilgængelighedskrav for bevægelseshæmmede.
<u>Dronningens ferieby</u>	Feriebyen er kåret som et af Danmarks mest tilgængelige ferietilbud til bevægelseshæmmede. Alle 44 ferieboliger er indrettet med fokus på tilgængelighed – og det er lige nemt at færdes ude som inde.
<u>Egmont Højskolen</u>	Her findes den tilgængelige svømmehal Vandhalla, som er kommet langt med tilgængeligheden ved at arbejde med ligeværdighed på flere niveauer, herunder placering af bygning, ankomst, organisering af bygning, strukturen for omklædning og nedstigning til bassiner.
<u>Feriepark Langeland</u>	Campingpladsen er den første i Danmark, som er blevet tildelt God Adgang tilgængelighedsmærket og er registreret som Danmarks mest tilgængelige campingplads. Også når det gælder adgang til stranden, er der indtænkt tilgængelighed.
<u>Feriecenter Slette Strand</u>	Stedet favner mange koncepter og dermed mange kundegrupper. Stedet har en integreret bo-enhed, hvortil der er tilknyttet otte unge mennesker med et handicap. De bor og arbejder på feriecentret.
<u>Fuglsangcentret</u>	Det er tilstræbt, at dette site i videst mulige omfang er tilgængeligt og nemt at bruge for alle. Ejerskabet er Dansk Blindesamfund, så her er særligt fokus på denne målgruppe

<u>Hou Søsportcenter</u>	Her er der fokus på ældre og gangbesværede. Både strand og den 170 meter lange badebro er i forbindelse med områdets asfalterede stisystem og derfor let at komme til. Alle faciliteter i området er let tilgængelige uden hverken høje trin eller stejle skrænter.
<u>Musholm ferie – sport - konference</u>	Her er fokus på tilgængelighed i et bredt perspektiv, således at miljøet er inkluderende for alle.
<u>Pindstrup Centret</u>	Tilgængeligheden inden for de fysiske rammer er en selvfølge, og der er fokus på at skabe de bedst fungerende rammer for børn og unge med handicap samt tilgængelighed generelt – handicap eller ej
<u>Scandic Sydhavnen</u>	En række værelser er indrettede til gæster med særlige behov - resten af hotellets værelser er indrettet med fokus på tilgængelighed. Alle Scandic-medarbejdere uddannes i, hvad det vil sige at leve med et handicap, og det betyder meget for gæsternes opfattelse af Scandic som et tilgængeligt sted. Scandic har en strategi for alle deres hoteller, og det er de den eneste koncern, der har.
Forlystelsesparker	
Alle parker har en politik for, hvordan de håndterer gæster med handicap. Der er dog ofte fokus på at opfylde en række lovmæssige minimumskrav, så det er sjældent egentlige virksomhedsstrategier. ²⁹	
Dyreparker	
Zoologisk Have i København har gjort meget de seneste 10 år, men det skyldes især indflydelse og krav fra en af de fonde, der har finansieret rigtigt meget nyt i haven.	
Museer	
<i>Grenå Museum</i> har lige bygget en ny udstilling op og her har der været fokus på, at den skal kunne opleves af alle. Der har også her været fonde ind over, som har støttet arbejdet. Flere andre museer har også gennemført projekter til forbedring af tilgængeligheden. Det gælder bl.a. <i>Danmarks Jernbanemuseum i Odense, Forsorgsmuseet i Svendborg, Christiansborg Slotsruiner, Den Hirschsprungske Samling, Vadehavscentret samt Fiskeri- og Søfartsmuseet.</i> Det nye <i>Lego House i Billund</i> gør meget i forhold til tilgængelighed til både bygning og udstilling.	

Opsamling på desk research-fasen

I fasende blev fundet frem til:

- kvantitative opgørelser af markedets størrelse nu og fremadrettet, indtjeningspotential, reason-to-go, rejseadfærd, m.m. (Europa Kommissionen, BMWi, UNWTO)
- opgørelser over, hvilke steder, der har indrettet deres produkt for at imødekomme specifikke målgrupper med funktionsproblemer (Toppen af Danmark, God Adgang, BMWi).
- drejebøger for, hvordan overnatningssteder, attraktioner m.m. tilpasser deres produkter til mennesker med funktionsnedsættelse (Toppen af Danmark, Visit Scotland / Visit England, UNWTO)

²⁹ Ulla Kramer, God Adgang

- kvalitative undersøgelser af forskellige aktørers og interessenters opfattelse af udbud og efterspørgsel (God Adgang, Europa Kommissionen, Videncenter for Kystturisme)
- opgørelser over turisternes syn på tilgængelighed i forhold til til-/afrejse, skiltning (BMW i, Videncenter for Kystturisme, Europa Kommissionen)

APPENDIKS B: KVALITATIV FASE – SPØRGEGUIDER OG DELTAGERE

Neden for er vist de spørgeguides, der blev anvendt til fokusgrupperne i København og Aarhus samt til interviewene blandt turoperatører.

B.1 Spørgeguide til fokusgrupper

Tema 1: Bordet rundt

1. Hvem er I, og hvad kendetegner jeres funktionsnedsættelser?
2. Hvad er jeres erfaring med at holde ferie i Danmark?
3. Hvor ofte holder I ferie, og hvor længe er jeres ferier typisk?
4. Hvem holder I ferie sammen med (alene, venner, par, grupper/foreninger)?
5. Hvordan vil I beskrive jeres overordnede oplevelse af tilgængeligheden på jeres ferier i Danmark (hvad gør det henholdsvis godt og skidt)?
6. Har I erfaring med andre lande, hvor det er lettere at være turist med funktionsnedsættelser (Særligt nordeuropæiske destinationer)?
7. Er der oplevelser, I gerne ville prøve, eller steder I gerne ville besøge i Danmark, men som I har afholdt jer fra, pga. tilgængeligheden?
8. Er der ting eller tiltag, som I savner i forhold til at kunne rejse med funktionsnedsættelse i Danmark?
9. Hvis ja – hvad? Og ville ændringer/forbedringer kunne få jer til at rejse mere?

Tema 2: Vaner, oplevelser og erfaringer omkring ferieplanlægning/forberedelser

1. Hvordan planlægger I typisk en ferie, og hvad lægger I vægt på (spontane ferier, fastlagte og præcise detaljer, egen research, andres råd og anbefalinger)?
2. Hvordan vil I beskrive planlægningsfasen (nem/svær, frustrerende/sjov, drømme/bekymringer)?
3. Hvad er afgørende for jeres valg af feriedestination? Hvilke kriterier indgår i overvejelserne?
4. Er I villige til at betale ekstra for at få tilgængelige oplevelser og ferier?
5. Hvad gør I, når ferien kommer tæt på? Hvordan forbereder I jer? Er der forskel på at planlægge og forberede en ferie, når man har funktionsnedsættelse, og når man ikke har (servicebehov, facilitetsbehov mv.)?
6. Ville I rejse mere, hvis forholdene for at planlægge ferien var anderledes?

Tema 3: Vaner, oplevelser og erfaringer under ferien/opholdet

1. Hvad kendetegner en god ferie for jer?
2. Hvad laver I typisk på jeres ferier (afslapning, oplevelse, sjov, nydelse mv.)?
3. Er der forskel på ferien, når den er i Danmark eller i udlandet?
4. Hvad betyder henholdsvis natur- og kulturoplevelser på jeres ferier i Danmark?
5. Er der ting, I vælger fra på jeres ferier på grund af funktionsnedsættelsen, eller ting I gerne vil undgå?
6. Hvor møder I udfordringerne (fysisk rammer, service, faciliteter)?
7. Hvordan kan turismebranchen blive bedre til at imødegå jeres behov og ønsker?
8. Har I mødt eksempler på, at man i Danmark eller udlandet har været særligt gode til at imødegå dem?
9. Ville I rejse mere og opsøge flere oplevelser under ferien, hvis forholdene under jeres ferie var anderledes?

Tema 4: Drømme om fremtiden i forhold til ferieafholdelse

1. Hvad drømmer I om vil ske i dansk turisme i forhold til øget tilgængelighed?
2. Hvad kunne få jer til at rejse mere?
3. Hvad kunne få jer til at få flere gode oplevelser under jeres ferie?

Fokusgruppedeltagere

	Køn	Alder	Funktionsnedsættelse
Aarhus			
Kvinde	K	47 år	Pårørende
Mand	M	45 år	Nyresvigt
Mand	M	65 år	Gigt
Mand	M	29 år	Narkolepsi
Kvinde	K	60 år	KOL og maniodepressiv
Mand	M	44 år	Organsygdom og pårørende skleroseramt
Kvinde	K	24 år	Senskede (ryg)
København			
Mand	M	35 år	Pårørende til gangbesværet og overvægtig kvinde
Kvinde	K	32 år	Bipolar og pårørende til søster med sklerose
Kvinde	K	51 år	Pårørende og lider af migræne og er multiallergiker
Mand	M	60 år	Slidgigt

B.2 Spørgeguide til dybdeinterview med turoperatører

1. Åbne, overordnede spm.

1. Vil du fortælle lidt om, hvordan du selv er i berøring med folk med nedsat mobilitet og deres ferievaner og oplevelsesforbrug?
2. Kender du til gode oplevelses/ferietilbud målrettet folk med nedsat mobilitet?
3. Hvad er dit generelle indtryk af udbuddet af ferie- og oplevelsestilbud for målgruppen?
4. Hvad er dit overordnede indtryk af efterspørgslen?

2. Markedet for ferietilbud

5. Hvem benytter sig af ferietilbud målrettet folk med nedsat mobilitet/ (Hvem sender I af sted?)
6. Hvilke forskellige brugergrupper skal man tage højde for (eks. teenagere, familier, ældre, singler, veninder, grupper, speciel interests mv.)?
7. Er der interesseforskelle mellem brugergrupperne?
8. Hvad motiverer de respektive brugergrupper i deres efterspørgsel?
9. Hvad har betydning for deres valg og prioriteringer (hvad ligger der i vægtskålen)?
10. Hvornår, hvordan og med hvem rejser de?
11. Hvordan er betalingsvilligheden i forhold til ferietilbud målrettet folk med nedsat mobilitet?
12. Hvordan bliver man interessant som destination eller attraktion for den pågældende målgruppe?

3. Trends og tendenser

13. Hvilke trends og tendenser påvirker udbud og efterspørgsel inden for ferie- og oplevelsestilbud målrettet folk med nedsat mobilitet?
14. Hvordan vil destinationer, rejsemål og vaner udvikle sig?
15. Hvad vil kendetegne fremtidens muligheder og behov for ferie- og oplevelsestilbud målrettet folk med nedsat mobilitet?
16. Vil vi se mere eller mindre af folk, der rejser trods nedsat mobilitet?
17. Kender du til steder i udlandet, hvor man er langt i forhold til at tilpasse oplevelser og ferietilbud til folk med nedsat mobilitet?
18. Hvis ja – hvad gør dem til et godt eksempel?
19. Hvilke gode råd har du til danske turistaktører i forhold til at vinde markedspotentialet?

4. Hypoteser, der skal testes

Hvordan stiller du dig i forhold til følgende udsagn?

20. Oplevelser i og med naturen er populære!
21. Full service er vigtig!
22. Det sociale og samværet eller fællesskabet mellem mennesker er vigtigt!
23. Folk ønsker at være sammen med folk, der ligner en selv og ikke nødvendigvis på tværs af handicap.
24. Wellness og spa er eftertragtet
25. Luksustilbud er eftertragtede

Respondenter blandt turoperatører

Virksomhed	Titel	Lokation
Handitours	Direktør	Danmark
Rune reisen	Direktør	Tyskland
Accessible Travel	Direktør	Storbritannien
Bravo Tours	Adm. direktør	Danmark
Virtus Rejser	Ansvarlig for Europa og Norden	Danmark

APPENDIKS C: KVANTITATIV FASE – SPØRGESKEMAER

Neden for vist et uddrag af de spørgsmål, der er stillet i forbindelse med TCI Research (C.1), og den undersøgelse, som blev varetaget af VisitDenmark og i samarbejde med Userneeds (C.2).

C.1 TCI Research

Data stammer fra TRAVELSAT® database og baserer sig på interview med internationale turister i aldersgruppen 18 år +, som har overnattet mindst en nat. Data er kørt ud på fire forskellige segmenter. Neden for fremgår antal respondenter i hvert segment:

Segment 1: Udenlandske besøgende i Danmark med fysisk funktionsnedsættelse (N = 120)

Segment 2: Udenlandske besøgende i Danmark i alt (N = 791)

Segment 3: Udenlandske besøgende med i Europa med fysisk funktionsnedsættelse (N = 1.300)

Segment 4: Udenlandske besøgende i NE8 med fysisk funktionsnedsættelse (N = 300)

Relevante spørgsmål fra TCI Research:

Tilfredshedsspørgsmålene neden for er fra TCI Research's måling på en række markeder, og er de spørgsmål, der er anvendt i foreliggende projekt.

Spørgsmål, der klassificerer fysisk funktionsnedsættelse:

Have you or has someone traveling with you disabilities or special needs for moving?

1. Yes
2. No
3. Don't know

På de efterfølgende sider er vist en række grafer med udvalgte resultater fra TCI Research's måling blandt udenlandske turister.

Resultaterne er vist for fire segmenter:

- Udenlandske besøgende med fysisk funktionsnedsættelse i Danmark
- Udenlandske besøgende med fysisk funktionsnedsættelse i Europa
- Udenlandske besøgende med fysisk funktionsnedsættelse i NE8
- Alle udenlandske besøgende i Danmark

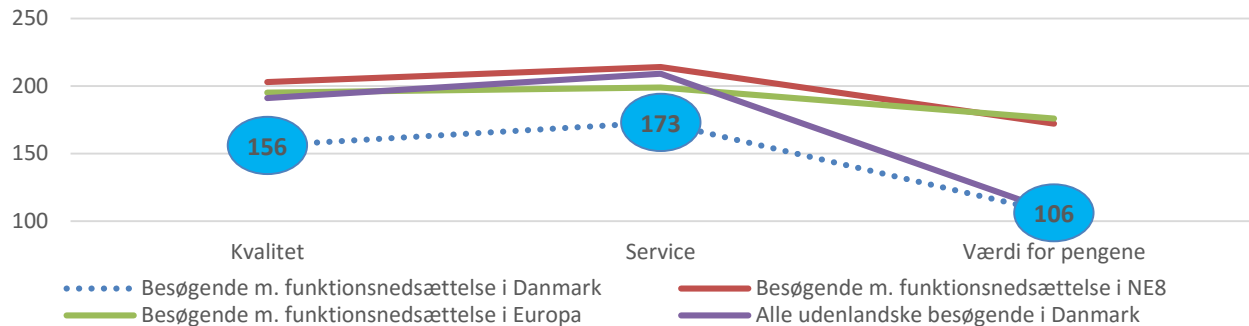
Tilfredsheden er opdelt i otte grupper, der hver omfatter tre eller flere parametre. De otte grupper er:

Indkvartering	'kvalitet', 'service ³⁰ ', 'værdi for pengene'
Spisesteder	'kvalitet', 'udvalg', 'service ²⁰ ', 'værdi for pengene'
Kultur og fritidsaktiviteter	'udvalg og variation', 'guidedede ture', 'teater, opera, m.m.', 'nattelliv', 'priser'
Historiske attraktioner	'udvalg og variation', 'vedligeholdelse', 'service ²⁰ ', 'priser', 'komfort'
Shopping	'muligheder', 'værdi for pengene', 'service ²⁰ ', 'åbningstider', 'kvalitet af varer'
Gæstfrihed	'lokalbefolkningens gæstfrihed', 'kommunikationen med lokalbefolkningen', 'tryghedsfølelse'
Informationscentre	'antal', 'effektivitet', 'åbningstider', 'kvalitet af digitale ydelser'
Miljø og omgivelser	'landskaber', 'renhed, offentlige arealer', 'renhed uden for byer', 'byudvikling og arkitektur', 'luftkvalitet'

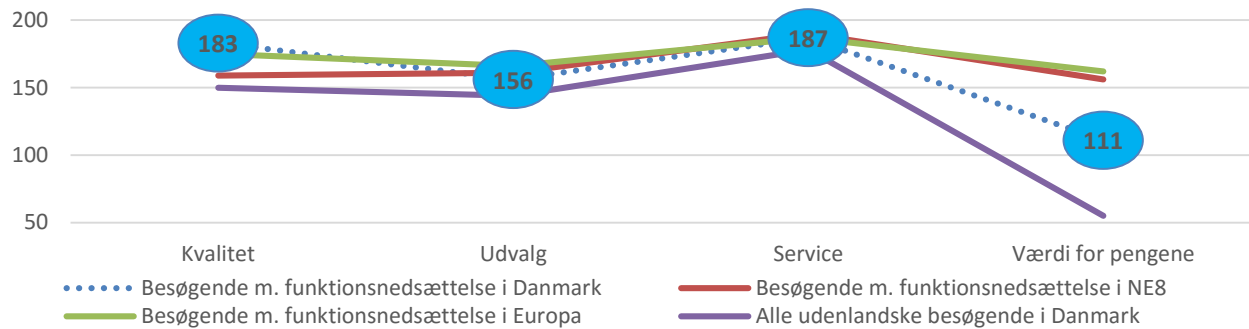
³⁰ 'Hospitality' er oversat til service

Udenlandske turisters tilfredshed med forskellige parametre på udvalgte feriedestinationer

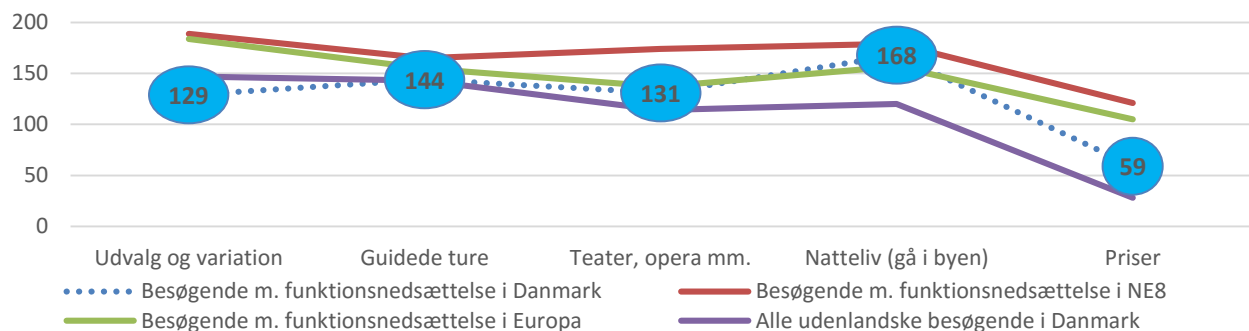
Figur 14: Tilfredshed med indkvartering - indkvarteringen blandt udenlandske turister med og uden fysisk funktionsnedsættelse i Danmark opleves som relativt dyr og dyrere end i konkurrencefeltet (NE8 og Europa)



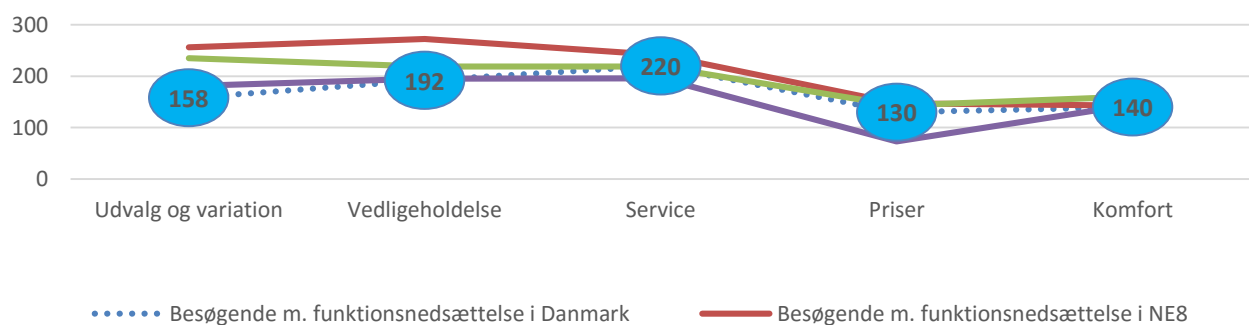
Figur 15: Tilfredshed med spisesteder – tilfredsheden med spisesteder er på niveau med normen undtagen, når det gælder værdi for pengene



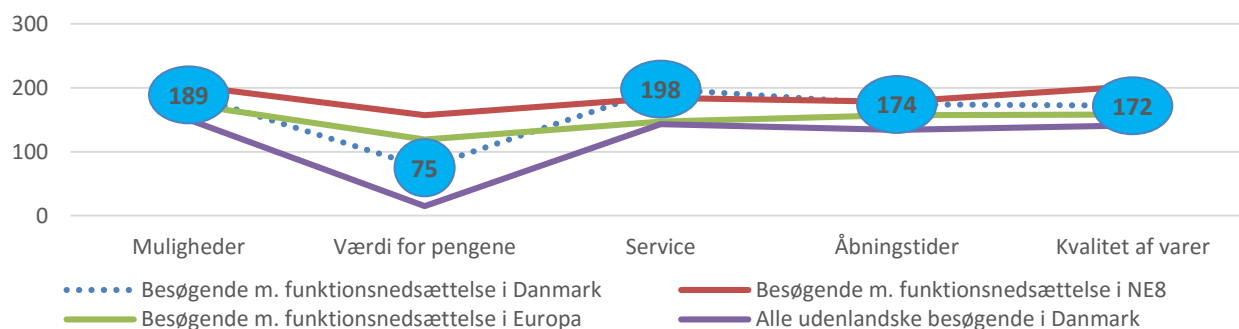
Figur 16: Tilfredshed med kultur og fritidsaktiviteter – udfordringen her er at øge oplevelsen af udvalget



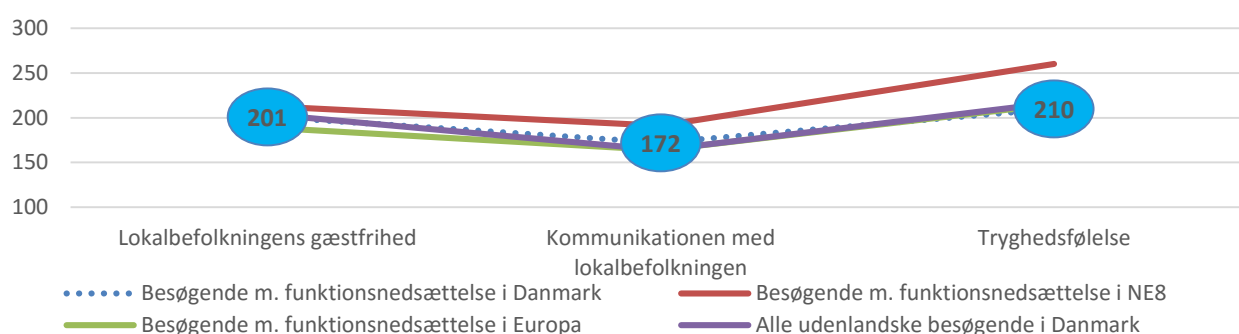
Figur 17: Tilfredshed med historiske attraktioner – også her skal der arbejdes med oplevelsen af udbuddet



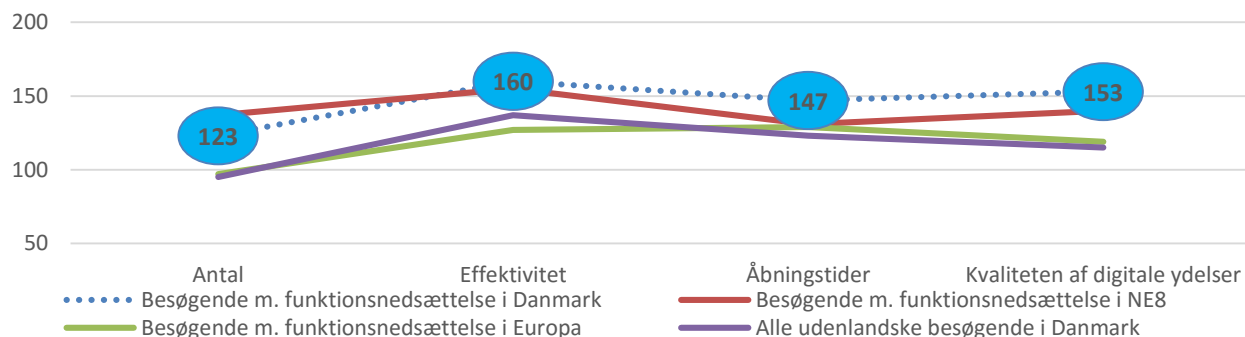
Figur 18: Tilfredshed med shopping – oplevelsen her er positiv og på niveau med konkurrentfeltet. Igen er oplevelsen af værdi for pengene en udfordring



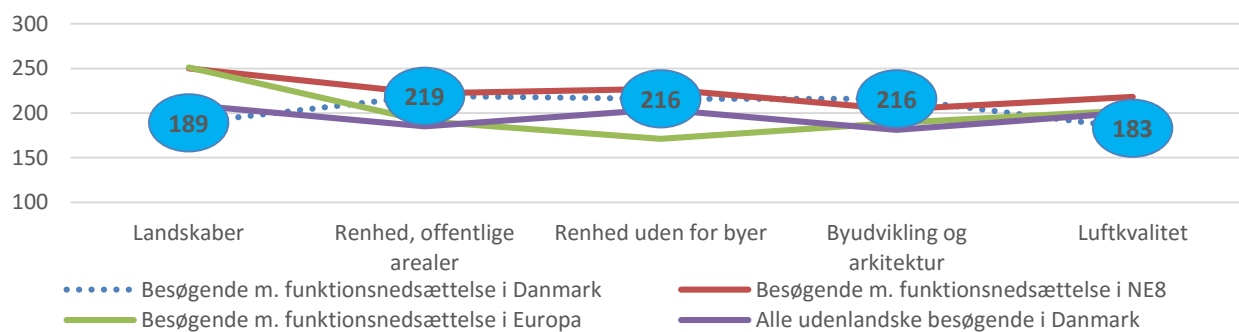
Figur 19: Tryghed og tilfredshed med befolkningens gæstfrihed – Danmark opleves som et trygt rejsemål



Figur 20: Tilfredshed med turistinformationscentre – evalueringen på niveau med konkurrentfeltet



Figur 21: Tilfredshed med miljø og omgivelser – der er en positiv oplevelse af renhed. Tilgængeligheden til naturen vurderes mindre positiv end i konkurrentfeltet



Kilde: TCI Research (Tourism Competitive Index) 2015/2016

C.2 VisitDenmarks undersøgelse blandt danskere

I januar 2017 gennemførte VisitDenmark i samarbejde med Userneeds en dataindsamling blandt en række danskere:

- 1.084 repræsentativt udvalgte danskere i alderen 18-74 år
- 1.482 danskere uden fysisk funktionsnedsættelse i alderen 18-74 år
- 477 danskere med fysisk funktionsnedsættelse i alderen 18-74 år
 - 246 med fysisk funktionsnedsættelse
 - 239 pårørende til person(er) med fysisk funktionsnedsættelse

Spørgeskemaet til undersøgelsen blev formuleret af VisitDenmark i samarbejde med projektets følgegruppe.

Spørgeskema

Q1

Questiontype Multiple Response

Text **Er der i den gruppe, som du typisk tager på ferie med, en eller flere personer, der er berørt af en fysisk funktionsnedsættelse* eller har specifikke behov som f.eks. gangbesvær eller lign?**

****Med funktionsnedsættelse tænkes der både på mennesker med kroniske fysiske lidelser og på mennesker, der har været i en ulykke, som har medført nedsat mobilitet. Du skal både medtænke gang- og bevægelsesbesværede unge og ældre og mennesker, som evt. bruger hjælpemidler til at klare hverdagen, som eksempelvis kørestol, krykker, stok, rollator eller lignede.***

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Exclusive</u>
	1	Ja – jeg har selv en funktionsnedsættelse	
	2	Ja – jeg rejser ofte med en eller flere personer med funktionsnedsættelse	
	3	Nej	•

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q2](#)

Q2

Conditional execution Q1 contains [2]

Questiontype Multiple Response

Text **Hvad er din relation til denne/disse personer?**

Angiv alle relevante

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Exclusive</u>
	1	Det er min ægtefælle / samlever	
	2	Det er mit barn	
	3	Det er min søster/bror	
	4	Det er min mor/far	
	5	Andet	
	6	Ønsker ikke at svare	•

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q3](#)

Q3

Questiontype Single Response

Text **Overordnet set, hvad er din oplevelse af tilgængeligheden til de danske ferietilbud og -oplevelser for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	Meget dårlig
	2	Dårlig
	3	Hverken / eller
	4	God
	5	Meget god
	6	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q4](#)

Q4

Questiontype Single Grid

Text **Hvad er din oplevelse af tilgængeligheden til...**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Dub Knowledge connection</u>
	1	De danske strande for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?	
	2	Den danske natur for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?	
	3	De danske kulturtilbud for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse (museum, biograf, koncerter, teater, sport m.m.)	
	4	Forlystelsesparkerne i Danmark for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse?	

Labels	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	Meget dårlig
	2	Dårlig
	3	Hverken / eller
	4	God
	5	Meget god
	6	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise list	Yes
	Randomise	0
	Column width	50

Routing [Q5](#)

Q5

Questiontype Single Grid

Text **I det følgende præsenteres du for en række udsagn, som du bedes vurdere, om du er enig eller uenig i.**

Hvor enig eller uenig er du i følgende udsagn?

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Dub Knowledge connection</u>
	1	Danmark gør meget for mennesker med fysisk funktionsnedsættelse, når det gælder tilgængeliggørelse af ferietilbud og -oplevelser	
	2	Andre lande gør mere end Danmark for at tilgængeliggøre sine ferietilbud og -oplevelser til mennesker med fysisk funktionsnedsættelse	
Labels	<u>Code</u>	<u>Description</u>	
	1	Helt uenig	
	2	Uenig	
	3	Hverken/eller	
	4	Enig	
	5	Helt enig	
	6	Ved ikke	
Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>	
	Randomise list	Yes	
	Randomise	0	
	Column width	50	
Routing	SkipQ6toQ11		

SkipQ6toQ11

Type Skip

<u>Conditional execution</u>	<u>Routing</u>
Q1 contains [1,2]	Info
Routing other	Q6

Q6

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange gange har du afholdt kortere eller længere ferier med overnatning i Danmark inden for det seneste år?**

Angiv venligst antal gange

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0
	Whole numbers only	Yes
	None of these	Yes
	None of these text	Ved ikke

Routing [Q7](#)

Q7

Conditional execution (Q6 >= 1) or (Q6 is none of these)

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange overnatninger havde du alt i alt på din seneste ferie i Danmark?**

Angiv venligst antal nætter

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0
	Minimum	1
	Whole numbers only	Yes
	None of these	Yes
	None of these text	Ved ikke

Routing [Q8](#)

Q8

Conditional execution (Q6 >= 1) or (Q6 is none of these)

Questiontype Single Response

Text **Hvad var det primære formål med dit seneste ophold i Danmark?**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Open category</u>
	1	Storbyferie	
	2	Byferie til mindre by	
	3	Kyst- og naturferie	
	4	Familiebesøg	
	5	Møde og/eller konference	
	6	Andet, noter:	•
	7	Ved ikke	

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q9](#)

Q9

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange gange har du afholdt kortere eller længere ferier med overnatning i Udlandet inden for det seneste år?**

Angiv venligst antal gange

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0
	Whole numbers only	Yes
	None of these	Yes
	None of these text	Ved ikke

Routing [Q10](#)

Q10

Conditional execution (Q9 >= 1) or (Q9 is none of these)

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange overnatninger havde du alt i alt på din seneste udlandsferie?**

Angiv venligst antal nætter

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0
	Minimum	1
	Whole numbers only	Yes
	None of these	Yes
	None of these text	Ved ikke

Routing [Q11](#)

Q11

Conditional execution (Q9 >= 1) or (Q9 is none of these)

Questiontype Single Response

Text **Hvad var det primære formål med dit seneste ophold i udlandet?**

Items	Code	Description	Open category
	1	Storbyferie	
	2	Byferie til mindre by	
	3	Kyst- og naturferie	
	4	Familiebesøg	
	5	Møde og/eller konference	
	6	Andet, noter:	•
	7	Ved ikke	

Properties	Property	Value
	Randomise	0

Routing [SkipInfoQ18](#)

SkipInfoQ18

Type Skip

[Conditional execution](#) [Routing](#)

Q1 contains [3] [Q19](#)

Routing other [Info](#)

Info

Questiontype Info Page

Text **Vi vil nu bede dig tænke på de ferier, hvor du har rejst med en person i din rejsegruppe med nedsat mobilitet, eller med behov for ekstraordinær ro og mulighed for hvile (enten dig selv eller et medlem af rejsegruppen)**

Routing [Q12](#)

Q12

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange gange har du afholdt kortere eller længere ferier med overnatning i Danmark inden for det seneste år?**

Angiv venligst antal gange

Properties	Property	Value
	Randomise	0
	Whole numbers only	Yes
	None of these	Yes
	None of these text	Ved ikke

Routing [Q13](#)

Q13

Conditional execution (Q12 >= 1) or (Q12 is none of these)

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange overnatninger havde du alt i alt på din seneste ferie i Danmark?**

Angiv venligst antal nætter

Properties	Property	Value
------------	----------	-------

Randomise	0
Minimum	1
Whole numbers only	Yes
None of these	Yes
None of these text	Ved ikke

Routing

[Q14](#)

Q14

Conditional execution (Q12 >= 1) or (Q12 is none of these)

Questiontype Single Response

Text **Hvad var det primære formål med dit seneste ophold i Danmark?**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Open category</u>
	1	Storbyferie	
	2	Byferie til mindre by	
	3	Kyst- og naturferie	
	4	Familiebesøg	
	5	Møde og/eller konference	
	6	Andet, noter:	•
	7	Ved ikke	

Properties

<u>Property</u>	<u>Value</u>
Randomise	0

Routing

[Q15](#)

Q15

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange gange har du afholdt kortere eller længere ferier med overnatning i Udlandet inden for det seneste år?**

Angiv venligst antal gange

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0
	Whole numbers only	Yes
	None of these	Yes
	None of these text	Ved ikke

Routing

[Q16](#)

Q16

Conditional execution (Q15 >= 1) or (Q15 is none of these)

Questiontype Numerical

Text **Hvor mange overnatninger havde du alt i alt på dit seneste udlandsophold?**

Angiv venligst antal nætter

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0
	Minimum	1
	Whole numbers only	Yes
	None of these	Yes
	None of these text	Ved ikke

Routing

[Q17](#)

Q17

Conditional execution (Q15 >= 1) or (Q15 is none of these)

Questiontype Single Response

Text **Hvad var det primære formål med dit seneste ophold i udlandet?**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Open category</u>
	1	Storbyferie	
	2	Byferie til mindre by	
	3	Kyst- og naturferie	
	4	Familiebesøg	
	5	Møde og/eller konference	
	6	Andet, noter:	•
	7	Ved ikke	

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q18](#)

Q18

Questiontype Single Grid

Text **De følgende spørgsmål handler om problemer med fysisk tilgængelighed for dig selv eller for en du gerne vil have med.**

Betyder god fysisk adgang noget for,

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Dub Knowledge connection</u>
	1	Hvor du rejser hen på ferie ?	
	2	Hvilke kulturtilbud du vælger, når du er på ferie? (museum, biograf, koncerter, teater, sport m.m.)	
	3	Hvor meget du går ud i naturen , når du er på ferie? (parker, grønne områder i byen, skove, kyster)	
	4	Hvor du går ud i lokalområdet , når du er på ferie? (café, bar, restaurant, diskotek m.m.)	
	5	Hvilke forlystelsesparker vælger du at besøge, når du er på ferie?	
	6	Hvilke spisesteder du vælger, når du er på ferie? (restauranter, cafeer, m.m.)	

Labels	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	Ja, meget
	2	Ja, noget
	3	Ja, men kun lidt
	4	Nej
	5	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise list	Yes
	Randomise	0
	Column width	50

Routing [Q19](#)

Q19

Questiontype Single Grid

Text **De følgende spørgsmål handler om, hvorvidt du ville ændre din brug af forskellige oplevelser på din ferie, hvis du oplevede bedre fysisk adgang, så man kunne komme frem og komme ind**

f.eks. som dårligt gående, med kørestol, barnevogn, rollator eller med handicap.

Ville du, hvis der var bedre fysisk adgang

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Dub Knowledge connection</u>
	1	benytte dig mere af kulturtilbud (museum, biograf, koncerter, teater, sport)?	
	2	gå mere ud i naturen (parker, grønne områder i byen, skove, kyster)?	
	3	gå mere ud i lokalområdet (café, bar, restaurant, diskotek)?	
	4	besøge forlystelsesparker ?	
	5	gå mere ud at spise (restaurant, cafe, m.m.)?	
Labels	<u>Code</u>	<u>Description</u>	
	1	Ja, meget	
	2	Ja, noget	
	3	Ja, men kun lidt	
	4	Nej	
	5	Ved ikke	
Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>	
	Randomise list	Yes	
	Randomise	0	
	Column width	50	
Routing	Q20		

Q20

Questiontype Single Grid

Text **De følgende spørgsmål handler om din oplevelse af forskellige elementers tilstedeværelse i det danske ferieland.**

Hvad betyder det for dig eller din rejsegruppe

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Dub Knowledge connection</u>
	1	At der er badeværelser med god plads (familie- /handicaptollet)?	
	2	At der er elevatore r?	
	3	At der er korte gåafstande og/eller hvilepladser?	
	4	At der er afskærmede områder , hvor man kan hvile eller trække sig tilbage?	
	5	At der er jævn og fast belægning på stier og veje?	
	6	at der er adgang uden trin , så man kan komme omkring som dårligt gående, med kørestol, barnevogn, rollator o.lign.?	
	7	At der er automatiske døre eller døre, der er lette at åbne?	
	8	At hele rejsegruppe selv kan komme omkring på overnatningsstedet / attraktionen?	
Labels	<u>Code</u>	<u>Description</u>	
	1	Det betyder meget	
	2	Det betyder noget	
	3	Det betyder kun lidt	
	4	Det er ligegyldigt.	
	5	Ved ikke.	
Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>	

Randomise list	Yes
Randomise	0
Column width	50

Routing [Q21](#)

Q21

Conditional execution Q1 contains [1,2]

Questiontype Single Grid

Text **Har du været ude for, på ferier i Danmark, at du eller din rejsegruppe har måtte afholde jer fra...**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Dub Knowledge connection</u>
	1	en aktivitet pga. den fysiske tilgængelighed?	
	2	Et overnatningssted pga. den fysiske tilgængelighed på stedet?	

Labels	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	Mange gange
	2	Flere gange
	3	Få gange
	4	Aldrig
	5	Ved ikke/husker ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0
	Column width	50

Routing [Q22](#)

Q22

Conditional execution Q1 contains [1,2]

Questiontype Single Response

Text **I hvor høj grad vil du være villig til at betale ekstra for fysisk tilgængelige ferietilbud og -oplevelser?**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	I meget høj grad
	2	I høj grad
	3	I mindre grad
	4	Slet ikke
	5	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q23](#)

Q23

Conditional execution (Q6 >= 1) or ((Q6 is none of these) or ((Q12 >= 1) or (Q12 is none of these)))

Questiontype Single Response

Text **Hvor tilfreds var du alt-i-alt med dit seneste ferieophold i Danmark?**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	Meget utilfreds
	2	Utilfreds

	3	Hverken/eller
	4	Tilfreds
	5	Meget tilfreds
	6	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q24](#)

Q24

Conditional execution (Q6 >= 1) or ((Q6 is none of these) or ((Q12 >= 1) or (Q12 is none of these)))

Questiontype Single Grid

Text **Hvor tilfreds var du generelt med...**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>	<u>Dub Knowledge connection</u>
	1	Den service , som du modtog i det danske ferieland?	
	2	Informationen om tilbud og -oplevelser i det danske ferieland?	
	3	Udbuddet af aktivitetsmuligheder i det danske ferieland?	
	4	Med kulturudbuddet i det danske ferieland?	
	5	med udbuddet af spisesteder i det danske ferieland?	

Labels	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	Meget utilfreds
	2	Utilfreds
	3	Hverken/eller
	4	Tilfreds
	5	Meget tilfreds
	6	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise list	Yes
	Randomise	0
	Column width	50

Routing [Q25](#)

Q25

Conditional execution (Q6 >= 1) or ((Q6 is none of these) or ((Q12 >= 1) or (Q12 is none of these)))

Questiontype Single Response

Text **Hvor sandsynligt er det, at du vil anbefale dine venner og bekendte at holde ferie i Danmark?**

0 er meget usandsynligt og 10 er meget sandsynligt

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	0 Meget usandsynligt
	2	1
	3	2
	4	3
	5	4
	6	5

7	6
8	7
9	8
10	9
11	10 Meget sandsynligt
12	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Q26](#)

Q26

Questiontype Single Response

Text **Når du tænker på din husstands samlede årlige bruttoindkomst, dvs. før skat, hvor på indkomstskalaen vil du så tro, at du befinder dig?**

Items	<u>Code</u>	<u>Description</u>
	1	1 I den lave ende
	2	2
	3	3
	4	4
	5	5 I den høje ende
	6	Ved ikke

Properties	<u>Property</u>	<u>Value</u>
	Randomise	0

Routing [Timestamp2](#)

APPENDIKS D: LITTERATURLISTE

AAG, Rüdiger Leidner, Peter Neumann, Markus Rebstock (Hrsg.) (2007):

Von Barrierefreiheit zum Design für Alle – Erfahrungen aus Forschung und Praxis

Advicelink (2016)

Inclusive and Accessible Events. A guide for event organisers

Bizjak, B., Knezevic, M., & Cvetreznik, S. (2011)

Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from Tourism Students. *Annals of Tourism Research* 38(3): 842-857.

Buhalis, Dimitrios, Simon Darcy and Ivor Ambrose (2012)

Best Practice in Accessible Tourism - Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2008)

Barrierefreier Tourismus für Alle in Deutschland – Erfolgsfaktoren und Maßnahmen zur Qualitätssteigerung

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2011)

Gesund und sicher unterwegs. Konzepte und Marktchancen für kleine und mittlere Unternehmen im Tourismus

Damgaard, Malene, Tinne Steffensen og Steen Bengtsson (2013)

En analyse af sammenhænge mellem hverdagsliv, samliv, udsathed og type og grad af funktionsnedsættelse

Dansk Standard (2016)

Bygningskonstruktion – Tilgængelighed til og anvendelighed af det byggede miljø

Dansk Handicap Forbund (2014)

Mennesker med handicap i Danmark

Dansk Handicap Forbund (2016)

Tips og tricks til ferier og udflugter

Darcy, Simon (2003)

Disabling Journeys: The tourism patterns of people with impairments in Australia

Det centrale handicapråd (2016)

Mennesker med handicap i Danmark

ECA European Concept for Accessibility (2003)

Technical Assistance Manual

ENAT European Network for Accessible Tourism (2014)

Design for all

ENAT European Network for Accessible Tourism (2016)

“Aiming for Inclusive Growth” – Session Notes. Edinburgh 20th – 21st September 2016.

Ethical (2008)

Barrier free tourism. Tourism accessibility for all in Europe

European Commission (2014)

Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe – Presentation of key study findings

Erhvervsministeriet, Det Nationale Turismeforum (2016)
 Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne

Federal Ministry of Economics and Technology (2014)
 Accessible Holidays in Saxony

Federal Ministry of Economics and Technology (2004)
 Economic Impulses of Accessible Tourism for All

FN (2016)
 FN's Konvention om rettigheder for mennesker med handicap

GfK, University of Surrey, Neumann consult, Pro solutions (2011)
 Economic impact and travel patterns of accessible tourism in Europe – annexes to the final report

Institut for Menneskerettigheder (2013)
 Tilgængelighed til offentligt nybyggeri. Baggrundsnotat

Kramer, Ulla (2012)
 Udearealer for alle – sådan planlægges et tilgængeligt udemiljø

Kramer Terkelsen, Ulla (2015)
 Universel design og turisme

Manto (2016)
 Det ufrivillige indemenneske - et overset segment i dansk turisme

Neumann Consult, Grauwert, TUHH, EDAD (2014)
 Developing criteria for guiding SMEs aimed at incorporation the Design for All concept into corporate practices. Summary of final report

Neumann Consult (2014)
 Ökonomische Bedeutung und Reisemuster im barrierefreien Tourismus in Europa

Nordens Välfärdscenter (2016)
 Norden för alla

Nordiska Handikappolitiska rådet (2004)
 Staden för alla

Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH. (2015)
 Auf dem Weg zum Barrierefreien Tourismus in Rheinland-Pfalz

Norden, Nordiska ministerrådet, Nordens Välfärdscenter (2017)
 Rådet för nordiskt samarbete om funktionshinder, Årsrapport 2016

SBi 2009:12 (2009)
 Tilgængelighed – udfordringer, begreber og strategier

Slagelse Kommune og Visit Vestsjælland (2014)
 Sjællands vestkyst – og meget mere

Toal, Gavin & Michael Holden (2016)
 Accessible Tourism: Impact to the local economy of promoting Northern Ireland as an accessible destination

Toppen af Danmark (2012)

Idékatalog. Turisme for alle

UNWTO (2016)

Accessible Tourism for All: An Opportunity within Our reach

UNWTO (2015)

Manual on Accessible Tourism for All – Public-Private Partnerships and Good Practices

UNWTO (2013)

Recommandations on Accessible Tourism

UNWTO (2016)

World Tourism Day 2016. "Tourism for All – promoting universal accessibility"

UNWTO (2016)

UNWTO Recommendations on Accessible Information in Tourism

Videncenter for Kystturisme (2013)

Turisme for alle i Ringkøbing-Skjern Kommune

Visit England (2015)

Destinations for All. A guide to creating accessible destinations

Visit England (2016)

Easy does it. Simple, low cost changes benefit you and your visitors

Visit England (2016)

The Purple Pound. Volume and Value of Accessible Tourism in England

Visit Scotland (2016)

Accessible & Inclusive Tourism messages

Visit Scotland (2015)

VisitScotland's Commitment to Equality & Diversity

Hjemmesider (besøgt i efteråret 2016 / foråret 2017):

<http://cair.rit.edu/>

<http://opendoorsnfp.org/>

<https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/10453/10091/1/2008005505.pdf>

<http://volute.dk/hvad-gor-vi>

<http://www.accessibletourism.org/>

<http://www.edf-feph.org/>

<http://www.godadgang.dk/>

<http://www.handicap.dk/politik/tilgaengelighed/>

<http://www.hausrheinsberg.de/>

<http://www.musholm.dk/om-stedet/tilgaengelighed-paa-musholm/>

<http://nordicwelfare.org/Projekt/Fri-rorlighet-och-funktionshinder/>

<http://www.sbi.dk/tilgaengelighed/generelt>

<https://www.visitbritain.org/developing-accessible-destinations>

<https://www.visitbritain.org/developing-accessible-destinations>

<https://www.youtube.com/watch?v=U9mWvWocYFQ>