

# Den gode vært tjener flere penge

– og har det sjovere!

Det gode værtskab er ikke et nyt begreb. Et gammelt kinesisk ord siger således, at "man skal ikke åbne en butik, hvis man ikke kan lide at smile". Begrebet er imidlertid kommet i fornyet fokus i den ekspanderende oplevelsesøkonomi, som turismen er så væsentlig en del af. Gode værter giver nemlig deres gæster de gode oplevelser, som gør, at de anbefaler stedet til venner og selv vender tilbage igen og igen. Derfor er det gode værtskab i dag et vigtigt konkurrenceparameter inden for turismen.

Men hvad er en god vært?

Fra vort private livs erfaringer er vi ikke i tvivl, når vi møder én af slagsen. I min squash-klub har vi 2 skiftende værter. Den ene er et lille surt muskelbunt, der kontrollerer, om alt er bestilt og betalt korrekt. Den anden elsker at joke med gæsterne og kender deres navne og særheder. Gæt hvem der sælger mest og har det sjovest?

Det gør naturligvis værten, der også forstår at "joke". For han får os til at føle os godt tilpas. Det gode værtskabs ingredienser er vanskelige at sætte entydigt på formel. Men en beskrivelse af en god vært vil bl.a. omfatte egenskaber som: Fornemmelse for andre menneskers behov. Ord som nærvær, imødekommethed, energi, venlighed, humor. Den gode vært byder sine gæster på overraskelser. Og han mener det, når han i invitationen skriver at "det vil glæde mig at se..."

Men hvordan overfører vi disse egenskaber til en oplevelsesindustri som turismen. Så byer, destinationer og attraktioner fremstår som gode værter?

Det er emnet for denne Temakonference. Vi har fået folk med ekspertise på – og holdning til - begrebet værtskab til at komme med et bud på, hvad godt værtskab indebærer. Og via best cases fra ind- og udland vil deltagerne få mulighed for at høre om, hvordan turismevirksomheder i praksis arbejder bevidst med værtskab.

I flere indlæg bliver det understreget, at "kvalitet" i turistproduktet ikke er nok. Kvaliteten skal naturligvis være i top. Men det er ikke gjort med 5-stjernede hoteller, hvor der altid er varmt vand i hanerne.

Og det gode værtskab er heller ikke identisk med "service". I Danmark kan turisterne hæve penge i seddelautomater på næsten hvert gadehjørne. Det er en god service. Men det er ikke den, der gør deres ferie i Danmark mindeværdigt.

Nej, det er menneskelige egenskaber, som man finder hos den gode vært, som i meget høj grad giver turisterne de gode oplevelser. For at illustrere med blot et enkelt eksempel: VisitDenmarks kontor i New York fik et takkebrev fra et amerikansk ægtepar på besøg i Danmark. Og for dem var hovedattraktionen i Danmark en betjent i paskontrollen i Kastrup. Han så, at fru havde fødselsdag – og begyndte at synge "Happy Birthday".

Jeg håber, at deltagerne på denne Temakonferencen vil få inspiration til det videre arbejde med det vigtige værtskab i deres egen virksomhed. Som noget nyt introducerer vi i forbindelse med Temakonferencen en uformel "kom-og-hils-på workshop" med medarbejdere fra VisitDenmarks markedskontorer såvel som hovedkontor. Jeg håber, at mange vil tage imod tilbudet, der giver vores samarbejdspartnere mulighed for at lære VisitDenmark bedre at kende. Og vi får en mulighed mere til at møde jer og høre jeres synspunkter!

  
Ulrik Bülow

## 9. februar 06 - værtskab

09.00-09.30 Registrering - kaffe og morgenbrød

09.30-09.45 Velkomst ved VisitDenmark

09.45-11.00 Det gode værtskab —————  Mårit Torkelson

11.15-12.00 1. foredrag


12.00-13.00 Frokost

13.00-13.45 2. foredrag

14.00-14.45 3. foredrag

14.45-15.15 Kaffepause

## 9. februar 06 - dansk turisme

15.15-16.00 Kan du li' den – så kopiér den!  
– Det nye visitdenmark.com —————  Mads Kildegaard

16.00-16.15 Uddeling af Turismens Fællesråds Initiativpris 2005

16.15-16.45 Uddeling af VisitDenmarks Brandingpris 2005

16.45-17.00 Tak for i dag

## 9. februar 06 - aften arrangement

18.00- Uformel og uheldig middag

## 10. februar 06 - workshop

08.30-09.00 Morgenmad

09.00-12.00 Sig goddag til VisitDenmark – workshop

12.00-12.15 God tur hjem

  
Nyhed  
VisitDenmark Workshop  
den 10. februar 06

## Destination

### : Når borgerne leger, er de gode værter :

Hvordan udvikler man i Frederikshavn det gode værtsskab? Og hvordan får man en hel by indbyggere til at agere som gode værter? Det har Jan Michael Madsen et bud på. Med udgangspunkt i byens "Tordenskioldsfestival" fortæller han bl.a. om nødvendigheden af stolthed over egen by som en forudsætning for et autentisk værtsskab. Om storytelling som begivenhedsledelse og vigtigheden af at påtage sig ejerskab til sin by og glæden ved at beværte med det bedste man har. Og om service som man ikke skal tænke på. For den gode vært er den en selvfølge!

**Foredragsholder:** Jan Michael Madsen, direktør i Fonden Tordenskiold/Tordenskioldsdage i Frederikshavn og udvikler af ILDSJÆLEREAKTOREN, der er et organisationssystem styret af immaterielle værdier.

### : Da Wales fik 65.000 værter på skolebænken! :

Wales Tourist Board har gennem flere år arbejdet målrettet med at uddanne folk i kunsten at være gode værter. 65.000 waliser har indtil nu deltaget i kurser i forbindelse med projekt "Welcome Host Wales". En af hovedpersonerne i udviklingen af projektet er Dr. Adrienne Sweeney. I dette indlæg vil hun fortælle om baggrund for projektet, dets resultater indtil nu – og planerne for fremtiden. Desuden vil hun berette, hvad man lærer waliserne, når de er på kurser som "welcome host".

**Foredragsholder:** Adrienne Sweeney er selvstændig konsulent og indehaver af firmaet "Tourism, Leisure & Hospitality, Training & Consultancy". Hun er universitetsuddannet – og står bl.a. bag informationsmateriale, der underviser efter i "Welcome Host Wales". Foredraget holdes på engelsk.

## Transport

### : Derfor er kunderne så vilde med Singapore Airline :

I november i fjor skete det igen: Læserne fra magasinet Time udnævnte Singapore Airline til "Most Preferred Airline" i 2005. En titel selskabet fik for femte år i træk. Tidligere har Singapore Airline fået titler som "verdens bedste", "mest beundrede" og en række andre internationale hæderstitler. Hvorfor er de så tilfredse kunderne? Kan Singapore Airlines noget med værtsskab, som dansk turisme kan lære noget af? Det er bl.a. de emner, som David Atkins fra selskabet vil fortælle om i dette indlæg.

**Foredragsholder:** David Atkins er "General Manager" for Singapore Airline i Skandinavien og Finland. Foredraget holdes på engelsk.

### : Værtserfaringer til søs – der kan bruges på land! :

Hvad kan danske feriecentre, vandrehjem, hoteller m.m. lære om værtsskab af krydstogts-rederierne? Og hvordan skal turisterhvervet i danske havne, der satser på krydstogtturisme, agere for at få et godt samarbejde med samme rederier? Det er blandt de ting, som Nigel Lingard fra Fred Olsen Cruise Lines vil fortælle om i dette indlæg. Han vil bl.a. understrege det vigtige i, at personalet på skibene sørger for at passagerne lærer hinanden at kende. Et krydstogts succes afhænger i høj grad af god stemning blandt passagererne. Og dets succes afhænger også af professionalismen hos turoperatørerne, der modtager passagerne i havnene.

**Foredragsholder:** Nigel Lingard er Marketing Director i "Fred Olsen Cruise Lines" i UK. Foredraget holdes på engelsk.

## overnatning

### : Hvad danske camping-værter kan lære af USA! :

Værtfamilien tager imod campinggæsterne, når de kommer. Møder dem senere i kiosken. Og værtsparet slår også plænen. Har danske campingværter egentlig ikke altid praktiseret "det gode værtsskab"? Jo, mener Camilla Dvinge fra Camping Club Danmark, der selv driver tre campingpladser. Men med inspiration fra ophold i USA hos verdens største camping-franchisekæde, KOA, kommer hun med forslag til, hvordan danske campingpladser også kan arbejde mere bevidst med et professionelt værtsskab. Det har bl.a. noget at gøre med at bøjede velkomsten i neon!

**Foredragsholder:** Camilla Dvinge, cand.negot. Informations- og Marketingchef, Camping Club Danmark.

### : Sådan gør Comwell værtsskabet personligt :

Hvordan løfter man sig fra en god service op til et godt værtsskab? Hvordan skaber man blandt medarbejderne et ejerskab til rollen som vært, så det bliver et personligt værtsskab, der skinner igennem? Hvordan præger dette værtsskab dagligdagen for de ansatte – og hvordan opleves det af gæsterne? Det er blandt de emner, Lotte Marie Roesgaard, Comwell, vil komme ind på i dette indlæg. Hun vil også fortælle, hvordan man arbejder med værtsskab i såvel den enkelte afdeling, det enkelte hotel og i Comwell som helhed.

**Foredragsholder:** Lotte Marie Roesgaard, cand.mag.i historie & dramaturgi. Skandinavisk HR-chef i Comwell og ansvarlig for Comwells værtsskabsarbejde.

## Attraktion

### : Værtsskab som eksistensgrundlag – en succesfuld case fra USA :

Værtsskab er ikke det samme som almindelig god betjening. Det er ikke noget man putter "oven på" – som krymmel på en softice. Nej, værtsskab er virksomhedernes hele eksistensgrundlag. Det er essensen i dette indlæg af Mike Hohnen. Med udgangspunkt i Zinkermans Deli, en lille delikatesseforretning i Ann Arbor i USA, fortæller han en enestående succeshistorie om godt værtsskab. Hos Zinkermans er værtsskab ikke overladt til den enkeltes for godt befindende. Alle gennemgår løbende træning i emnet, så alle ved hvad forskellen på godt og dårligt værtsskab er. Og fordi hele begrebet er så vel defineret, er det noget man lever og ånder for – og samtidig noget man løbende måler og belønner.

**Foredragsholder:** Mike Hohnen arbejder som coach, rådgiver, underviser og foredragsholder og skriver løbende artikler for HORESTAS magasin "Visitor" samt det internationale fagmagasin "Food Service Europe".

### : Når den gode vært sender SMS... :

Den gode vært kender sine gæsters interesser – og forsøger at efterkomme dem. Også på digital vis. Sommerland Sjælland sender således jævnligt SMS til sine gæster med gode tilbud. Denne service begyndte med en konkurrence på SMS - og er siden blevet udviklet i samarbejde med "Responsfabrikken". Team Odsherred har nu koblet sig på den ny, digitale teknologi - og direktør Kåre Dyvekær, Sommerland Sjælland, vil i sit indlæg fortælle om selve teknologien. Og berette om de perspektiver, en sådan målrettet digital kommunikation har for en turistvirksomhed såvel som en hel turistdestination.

**Foredragsholder:** Kåre Dyvekær har arbejdet i Sommerland Sjælland i syv år – heraf fem år som direktør. Han er anden generation i ledelsen af sommerlandet, der er et familieforetagende.

3. foredrag - 14.00-14.45

### : Værtskab i børnehøjde :

Hvordan bliver man egentlig en god ferievært for børn? Et relevant spørgsmål for det danske turisterhverv, der i høj grad henvender sig til børn og børnefamilier med deres tilbud om oplevelser. Det svenske firma "SkiStar" beretter om, hvordan man bevidst – og med succes – har arbejdet med værtskab mod børn. Når en familie checker ind, kan forældre f.eks. trykt pakke udstyr ud i ferieboligen. Børnene underholdes af personale. Den fysiske indretning tilgodeser også børns behov. Der er f.eks. kikhuller i skranken ved receptionen i "børne-øjehøjde", hvor de små kan se film m.m. Skiskoler med kurser tilpasset børn i forskellige aldre og oplevelsesklubber er blandt de øvrige emner, der vil blive berørt i indlægget.

Foredragsholder: Urban Jansson er anlægsschef i "SkiStar", som er en nordisk oplevelsesvirksomhed inden for alpin skiturisme.

### : Det gode værtskab "on the road" – med mad og oplevelser i bagagen :

Hvordan kan oplevelser, baseret på en madrejse rundt i Danmark, præsenteres som et inspirerende dansk værtskab! Og dét over for millioner af tv-seere i 57 lande. Det er emnet for dette indlæg, der præsenterer TV-serien New Scandinavian Cooking, der er verdens mest sete inden for sin genre. Der er indtil nu produceret 39 norske og 13 svenske udsendelser. I de danske er det kokken Claus Meyer, der tager rundt i landet og præsenterer dansk mad og danske oplevelser. Kom og hør hvilke destinationer, der er valgt. Om troværdigt tv og begavet produktplacering – og om, hvordan dansk turisme får mest muligt ud af serien. Se også klip af de første danske, såvel som norske og svenske udsendelser.

Foredragsholdere: Morten Ottesen, medejer og direktør i TellusWorks samt Dorte Kiellerich, salgs- og marketingdirektør i VisitDenmark.

### : Værtskabet der får konferencen i hus :

Hoteller af høj kvalitet. Konferencelokaler i top. Infrastruktur der virker. Danmark har på mange måder den "hard ware", der skal til for at en konference bliver en succes. Men det har man også andre steder i verden. Hvad med den "software", der så ofte afgørende for om en konference kommer i hus. Vi priser os af, at den afslappede atmosfære og de spændende aktiviteter uden for møder og konferencer er vores styrke. Er det rigtigt og bruger vi den nok? Og arbejder vi tilstrækkeligt målrettet på at gøre mødet mellem mennesker spændende? Det er blandt de emner, der vil blive belyst i dette foredrag.

Foredragsholder: Holger Brodersen tidligere kongreschef for Århus by, nu adm. direktør for Odense Congress Center A/S, medlem af Det lærende møde og fortsat med i igangværende projekter på nationalt og regionalt plan, President for MPI Denmark.

### : Disciplin og stjernestøv i Disney World :

De skal være de bedste værter og værtinder i underholdningsindustrien! Det er det ambitiøse mål, som Walt Disney World har sat for sine medarbejdere. I sit indlæg fortæller Claus Hellmann, hvordan Disney griber sagen an. Hvordan krav til medarbejdernes disciplin går hånd i hånd med et sjovt og spændende arbejdsmiljø. Og om de små ting, der gør forskellen mellem gode og dårlige oplevelser for Disney Worlds gæster.

Foredragsholder: Claus Hellmann, cand.merc. & MS, tidligere direktør i DA. Har arbejdet med udvikling af personlig kundeservice i mange år.

## Branding-vinderne bedes tage plads!

De skal ikke bestige dannebrogsfarvede militærcykler, vindeme af dette års Brandingpris. De kan i stedet sætte sig i hver deres Myren-stol, dekoreret af en kendt kunstner – hvis navningen kender. Og som han derfor beder alle om at huske:

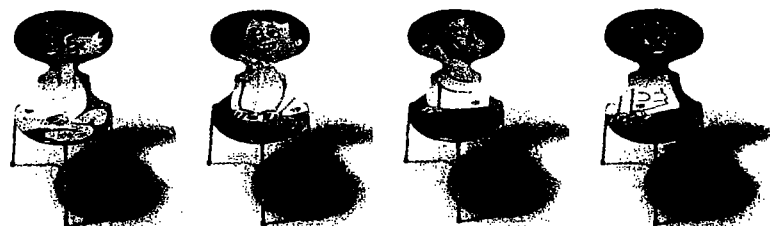
Forvirret? Det er der ingen grund til. For ovenstående beretter kun, at præmierne til årets vindere af VisitDenmarks Brandingpris – som uddeles på Temakonferencen i Kolding – ikke som hidtil er en cykel. Men derimod en af Arne Jacobsens mest berømte stole, Myren.

Det bliver dog ret så unikke "myrer". VisitDenmark har nemlig opsporet en kunstner, der kalder sig "Husk Mit Navn", og bedt ham om at dekorere stolene. Kunstneren startede som graffiti-maler – og arbejder derfor anonymt – men er i dag anerkendt som bl.a. plakatkunstner.

Det er fjerde gang, VisitDenmark uddeler Brandingprisen. Den gives til turismevirksomheder som belønning for en god turismemarkedstøring, der tager afsæt i Danmarks værdierne. Prisen uddeles i fire kategorier: Katalogprisen, Kampagneprisen, Udviklingsprisen og Low Cost.

I år kan deltagere på Temakonferencen gå dommerne nøje efter sømmene. Alle de nominerede projekter i de fire kategorier kan nemlig ses på en poster-udstilling på konferencen på Hotel Cornwell Kolding.

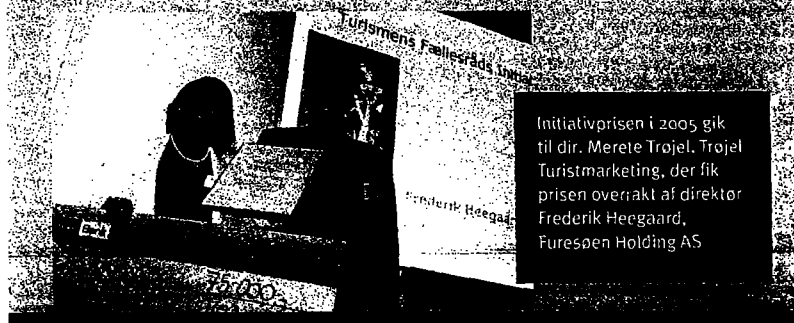
Det er Brand Manager Lars Schaldemose og Salgs- og marketingdirektør Dorte Kiellerich, VisitDenmark, som udløser spændingen og uddeler de eftertragtede priser.



## 75.000 kr. til det gode initiativ

Også i 2006 bliver der uddelt kontant belønning for et godt turismeinitiativ på VisitDenmarks Temakonference. For fjerde gang uddeles "Turismens Fællesråds Initiativpris".

Turismens Fællesråds Initiativpris gives til en person, organisation eller virksomhed, som har vist et særligt initiativ til gavn for turismen i Danmark. Med prisen følger en check på 75.000 kr.



Initiativprisen i 2005 gik til dir. Merete Trojel, Trojel Turistmarketing, der fik prisen overrakt af direktør Frederik Heegaard, Furesøen Holding AS

**Foredragsholder:**  
Märit Torkelson er uddannet civiløkonom og har arbejdet med værtskab i 20 år. Både på det konkrete plan som vært "face to face" med gæster, og som leder inden for markedsføring og produktudvikling i det svenske turismeerhverv.

## Det gode værtskab – eller kunsten at modtage "gæster" og ikke "kunder"

Märit Torkelson er ansvarlig for et projekt, der skal gøre Sverige til verdens mest gæstfrie land. Intet mindre. "VÅRDSKAPET" hedder det ambitiøse projekt. Og på Temakonferencen på Comwell Kolding vil hun give det danske turismeerhverv sit bud på, hvad det gode værtskab er. Og hvorfor det i forbindelse med den ekspanderende oplevelsesøkonomi er så vigtigt netop for turismen.

For Märit Torkelson er det afgørende, at virksomhederne betragter modtagerne af virksomhedernes ydelser som gæster – og ikke kun som kunder i butikken. Hun understreger, at godt værtskab begynder internt i virksomheden. Hvis medarbejderne er glade og finder deres arbejde meningsfuldt – så mærkes det i deres holdning til gæsterne. En anden vigtig pointe for Märit Torkelson er nemlig, at værtskab ikke er en teknik, man kan lære. Det er noget, der kommer ærligt og naturligt indefra.

## "Hvis du kan li' den – så kopiér den"

2006 er året hvor VisitDenmark går i luften med en ny udgave af [visitdenmark.com](http://visitdenmark.com) – den nationale portal for hele det danske turismeprodukt. Hør Mads Kildegaard, e-business manager i VisitDenmark fortælle om de erfaringer, VisitDenmark har gjort på online-området gennem de seneste år. Erfaringer som ligger til grund for udviklingen af [visitdenmark.com](http://visitdenmark.com). Hør om det nye - og især for turismeprodukter – centrale online-begreb "Persuasive Design". Og om den – i international sammenhæng – unikke Guide Danmark database.

Og ikke mindst: Hør om de spændende muligheder, som den nye portal giver regionale og lokale turismeorganisationer. De kan nemlig få deres helt egen udgave af [visitdenmark.com](http://visitdenmark.com). For som vi siger i VisitDenmark: "Hvis du kan li' den – så kopiér den"



**Foredragsholder:**  
Mads Kildegaard, e-business manager, VisitDenmark er 32 år, Cand. Merc. i afsætning fra Århus Handelshøjskole. Fire år som konsulent i reklamebranchen. Tre år hos VisitDenmark. Ingen børn men i gang med fødslen af det nye [visitdenmark.com](http://visitdenmark.com).

10. februar 06

## Sig goddag til VisitDenmark – og hør sidste nyt!

Et "kom-og-hils-på-møde" med medarbejdere fra VisitDenmark – under afslappede og uformelle former. Det er det nye tilbud, som VisitDenmark giver deltagerne i Temakonferencen i Kolding. Mødet finder sted den 10. februar 2006, dagen efter den egentlige Temakonference. Det foregår også på Comwell Kolding – i tidsrummet mellem kl. 09.00 – 12.00.

### På mødet kan du:

- Sige goddag til medarbejdere fra VisitDenmark – fra markedskontorer såvel som hovedkontoret på Islands Brygge. Og ansatte i VisitDenmark får lejlighed til at sige goddag til dig! Her kan du også få sat ansigter på navne, du kun kender fra telefon og e-mails.
- Blive informeret om de seneste nyheder og trends. Hvordan ser potentialet ud på de enkelte markeder? Hvad nyt er der fra analysefronten på Islands Brygge? Og fra e-business og branding?
- Få mulighed for at stille spørgsmål til VisitDenmark – og komme med kommentarer, forslag og ønsker til det fremtidige samarbejde om markedsføring, analyser, branding m.m.

De uformelle møder er bygget op som workshops. Du får 15 minutter ved workshop-bord med de VisitDenmark medarbejdere, du ønsker at tale med.

Du kan vælge følgende markeder: Tyskland, Norge, Sverige/Finland, Holland, UK, Italien, Spanien/Rusland, USA, og Japan/Asien

Og funktioner fra hovedkontoret: Analyse, branding, e-business, Aktiv Danmark, VDK Booking og international presse.

Du bedes sætte kryds ved de markeder/funktioner, du ønsker at tale med, på Temakonferencens tilmeldingsskema eller via den elektroniske tilmelding på [www.danskturisme.dk](http://www.danskturisme.dk). Så vil vi sende dig et aftaleskema, hvor du kan se tidspunkterne for de enkelte møder. Det vil du modtage få dage inden Temakonferencen.





# Middagen

– uformel og uhøjtidelig!

“Kan vi dog ikke få en middag efter Temakonferencen! Hvor vi under uformelle former kan tale med gamle venner såvel som nye bekendte, vi netop har udvekslet visitkort med.” Det har været et klart udtrykt ønske fra deltagerne i de tidligere Temakonferencer. Det fremgår af evalueringsskemaerne.

Og det ønske efterkommer vi nu...

Temakonferencen den 9. februar 06 afsluttes derfor med en middag kl. 18.00. Den finder sted under uformelle former, og det koster kr. 400,- incl. moms, at deltage i middagen. Tilmelding skal ske på Temakonferencens tilmeldingsblanket eller på den elektroniske tilmelding på [www.danskturisme.dk](http://www.danskturisme.dk)

---

## Praktiske informationer

**Temakonferencen: torsdag den 9. februar 2006, fra kl. 9.00 til 17.30**  
Prisen for at deltage i selve Temakonferencen er kr. 1995,- incl. moms.  
Prisen inkluderer dagens program, kaffe og morgenbrød, frokost med øl/vand samt kaffe og kage om eftermiddagen.

**Uformel og uhøjtidelig middag: torsdag den 9. februar 2006 kl. 18.00**  
Prisen for at deltage i den uformelle middag og drikkevarer om aftenen er kr. 400,- incl. moms.

**VisitDenmark workshop: fredag den 10. februar 2006 kl. 9.00 - 12.00**  
Deltagelse i workshop med medarbejdere fra VisitDenmark fredag den 10. februar er gratis, dog er forpligtende tilmelding til workshoppen nødvendigt.

Alle arrangementer finder sted på:

Hotel Comwell Kolding  
Skovbrynet 1  
6000 Kolding  
Tlf: +45 7634 1100

**Tilmelding:**

Du kan tilmelde dig via [www.danskturisme.dk](http://www.danskturisme.dk) (Temakonference 2006)  
faxe din tilmelding på +45 3288 9901 eller returnere vedlagte tilmeldingsblanket til:

VisitDenmark  
Islands Brygge 43, 3  
2300 København S  
Att. Tenna Palmberg

Tilmeldingen er bindende. Beløbet vil blive faktureret, også selvom du på dagen er forhindret i at deltage. Betalingsbetingelserne er 8 dage netto.

**Tilmelding skal være os i hænde senest mandag den 30. januar 2006**

**Overnatning:**

Ønsker du overnatning i forbindelse med Temakonferencen, kan du booke dette på Hotel Comwell Kolding såvel som på Koldings andre hoteller og overnatningssteder. Det er efter “først til mølle princippet”.

Se mere om mulighederne på [www.visitkolding.dk](http://www.visitkolding.dk)

VisitDenmark 

Sådan melder du dig til...