



# Tilrettelegging av kundereisen for alle i reiselivet

## Forprosjektrapport



Foto: Pexels/Moe Magners

# Rapport

Rapportnr

1060

Forfattere

Kristin Skeide Fuglerud, Joschua Thomas Simon-Liedtke,  
Anne-Björg Haugan, Anette Schia Kaasa, Berit Lilly Wiborg  
og Rita Andersen

Dato

12.04.2023

ISBN-13

978-82-539-0571-6

## Dokumentinformasjon

<b>Tittel</b>	Tilrettelegging av kundereisen for alle i reiselivet
<b>Rapportnummer</b>	1060
<b>Forfattere</b>	Kristin Skeide Fuglerud, Joschua Thomas Simon-Liedtke, Anne-Bjørg Haugan, Anette Schia Kaasa, Berit Lilly Wiborg og Rita Andersen
<b>Dato</b>	15.04.2023
<b>ISBN</b>	978-82-539-0571-6
<b>Emneord</b>	inkludering i informasjonssamfunnet, digital kompetanse, voksenopplæring, hjelpemidler, universell utforming, personer med nedsatt syn, smartteknologi, smarttelefon, sosial kontakt
<b>Målgruppe</b>	reiselivsnæringen, myndigheter, kommuner, frivillige organisasjoner, eldre, personer med funksjonsnedsettelse
<b>Tilgjengelighet</b>	Åpen
<b>Antall sider</b>	59
<b>© Copyright</b>	Norsk Regnesentral, Visit Bø og FFO Telemark og Vestfold

## Samarbeid



### Norsk Regnesentral

Norsk Regnesentral (NR) er en privat, uavhengig stiftelse som utfører oppdragsforskning for bedrifter og det offentlige i det norske og internasjonale markedet. NR ble etablert i 1952 og har kontorer i Kristen Nygaards hus ved Universitetet i Oslo. Forskningsområdene er statistisk modellering, geomodellering, jordobservasjon, maskinlæring, bildeanalyse, kunstig intelligens, språkteknologi, digital sikkerhet, digital inkludering og digital transformasjon. NR er et av Europas største miljøer innen anvendt statistisk modellering. Instituttet leverer samfunnsnyttige tjenester og skaper nye verdier for kunder og partnere innen et vidt spekter av bransjer: Teknologi og industri, Finans og forsikring, Klima og miljø, Naturressurser, Hav, Helse og Samfunn. Våre oppdragsgivere er privat næringsliv og offentlige virksomheter både i Norge og internasjonalt, EU og Norges forskningsråd. Innen digital inkludering jobber NR med universell utforming og tilrettelegging av ulike typer digitale løsninger og teknologier. Dette omfatter nettsider, apper, tingenes internett, roboter og virtuell virkelighet. NR har erfaring fra samarbeid med mange ulike grupper, for eksempel barn og eldre og personer med sensoriske, fysiske og kognitive utfordringer og ulike kroniske sykdommer. NRs visjon er forskningsresultater som brukes og synes.

### Visit Bø



Visit Bø er reiselivsdestinasjonsselskapet for Midt-Telemark og Nome kommuner og har 96 medlemsbedrifter. Deres verdier ligger i visjonen: Med samhold, pågangsmot og glede skaper vi minner for livet. - Med hjerte for dine opplevelser. Ang. Minner for livet så ønsker de å skape disse for alle. De har derfor stort fokus på tilrettelegging og universell utforming, men medlemsbedriftene har manglet kunnskap om hvordan.

### FFO Vestfold og Telemark

FFO Vestfold og Telemark ble stiftet i 2019, etter sammenslåingen av FFO Vestfold og FFO Telemark til ett fylkeslag. FFO er Norges største paraplyorganisasjon for organisasjoner som jobber for kronisk syke, funksjonshemmede og deres pårørende. Vi har 87 medlemsorganisasjoner med til sammen ca. 350 000 medlemmer. FFO har fylkeslag i alle Norges fylker, samt noen kommunelag.



Vestfold og Telemark  
FYLKESKOMMUNE

### Økonomisk støtte fra FORREGION-VT

Forprosjektet har fått støtte fra FORREGION-programmet i Vestfold og Telemark fylkeskommune. Dette er forprosjektmidler som gis for å støtte læringsprosjekter for bedrifter som vil satse på forskningsbasert innovasjon.



## Forord

Vi vil takke alle som har deltatt i prosjektet. Tusen takk til FFO Vestfold og Telemark for deltakelse i planlegging, rekruttering av deltakere og gjennomføring av workshopen. En stor takk også til Visit Bø for prosjektledelse, aktiv dialog med reiselivsaktører i regionen og ellers tilretteleggelse for smidig prosjektgjennomføring.

En spesiell takk til alle som deltok på workshop om kundereise for alle i april 2022 og i desember 2022. Sist, men ikke minst en stor takk til FORREGION-programmet i Vestfold og Telemark fylkeskommune for økonomisk støtte til prosjektet.

## Sammendrag

Selv om det er økende oppmerksomhet om mulighetene som ligger i et mer inkluderende reiseliv, er det gjort svært lite forskning på metodikk for å inkludere personer med funksjonsnedsettelse i utviklingen av et inkluderende reiselivstilbud.

Samskaping handler om å involvere kundene og andre interessenter i verdiskapningsprosessen. Ved å involvere kunder med nedsatt funksjonsevne kan bedriftene tilegne seg dybdekunnskap om deres ønsker og behov, mens kunden kan få mer kunnskap om bedriftenes muligheter og ressurser. Denne kunnskapen kan benyttes i utviklingen av bedre kundeopplevelser, noe som igjen kan bidra til økt verdi for alle parter. Noe av bakgrunnen for samskaping som tilnærming er erkjennelsen av at innovative ideer ofte oppstår i skjæringsfeltet mellom ulike sektorer, miljøer og bransjer.

Personas og kundereiser er metoder som er godt egnet for å øke kompetanse og kunnskap om ulike målgruppers utfordringer, behov og hvordan best tilrettelegge. Dette er også metoder som kan være egnet for samskaping mellom ulike sektorer og miljøer. På bakgrunn av relatert forskning, har forprosjektet foreslått, planlagt og prøvd ut en inkluderende personas og kundereisemetodikk. Vi har deretter samlet inn synspunkter og erfaringer fra deltakerne om hvordan metodikken fungerte.

Alt materialet som er utviklet i forbindelse med gjennomføring av en inkluderende personas og kundereiseworkshop, som invitasjon, program, workshopguide, og evalueringsskjemaer er lagt ved rapporten som vedlegg. Dette materialet kan brukes som et utgangspunkt for å gjøre det enklere for virksomheter som ønsker å gjennomføre lignende workshops på egenhånd.

Forskerne har bidratt til å systematisere og dokumentere kunnskapen og erfaringene fra prosjektet. Til sist har vi pekt på behov for videre arbeid. Alt dette er dokumentert i denne forprosjektrapporten.



# Innholdsfortegnelse

Dokumentinformasjon .....	ii
Samarbeid.....	iii
Norsk Regnesentral .....	iii
Visit Bø.....	iii
FFO Vestfold og Telemark.....	iii
Økonomisk støtte fra FORREGION-VT.....	iii
Forord.....	v
Sammendrag.....	v
Innholdsfortegnelse .....	vii
Figur- og tabelloversikt.....	viii
<b>1 Introduksjon .....</b>	<b>1</b>
1.1 Målgruppe for rapporten .....	1
1.2 Prosjekt mål .....	2
<b>2 Bakgrunn og eksisterende kunnskap.....</b>	<b>2</b>
1.3 Eksisterende kunnskap om inkluderende reiseliv .....	3
1.4 Personas og kundereisemetodikk.....	6
<b>3 Metode og tilnærming .....</b>	<b>9</b>
3.1 Gjennomføring av inkluderende personas- og kundereiseworkshop .	10
3.2 Resultater fra personas- og kundereiseworkshopen.....	11
<b>4 Presentasjon og evaluering av resultater og innspill til forbedringer .</b>	<b>15</b>
4.1 Vurdering av beskrivelser og innspill til forbedringer.....	16
<b>5 Diskusjon .....</b>	<b>16</b>
<b>6 Oppsummering og konklusjon.....</b>	<b>18</b>
<b>7 Anbefalinger for videre arbeid. ....</b>	<b>19</b>
<b>Vedlegg 1. Personas og kundereisehistorier .....</b>	<b>21</b>
Om personasbeskrivelsene.....	21
A: Anne - kvinne med ulcerøs kolitt og rullestol.....	21
B: Vigdis - hesteinteressert dame som er sterkt svaksynt.....	27

C: Harry - pårørende til person med fibromyalgi .....	31
D: Veronica - på ferietur med mamma Anne og bror Henrik .....	37
<b>Vedlegg 2. Invitasjon til workshop i prosjektet «Kundereisen for alle» ..</b>	<b>43</b>
Program for workshop 27.4.2022 på Bø hotell .....	44
<b>Vedlegg 3. Workshop guide - Personas og kundereise.....</b>	<b>45</b>
Hva er personas? .....	45
Hva ønsker vi å bruke kundereise og personas til? .....	45
Hvordan fungerer kundereiseworkshopen? .....	45
Personasmal .....	46
Kundereisemal .....	47
<b>Vedlegg 4. Evaluering av workshopen og kundereisemetodikken.....</b>	<b>49</b>
<b>Vedlegg 5. Spørreskjema: Evaluering av personasfortellingene.....</b>	<b>51</b>

## **Figur- og tabelloversikt**

Figur 1: Bilde fra inkluderende personas- og kundereiseworkshop på Bø hotell.....	11
Figur 2: Oversikt over personas og kundereiser som ble utarbeidet gjennom samskaping.....	12
Tabell 1: Evaluering av inkluderende personas- og kundereiseworkshop .....	12
Tabell 2: Vurdering av tilrettelegging av workshopen .....	14



# 1 Introduksjon

For eldre personer og personer med funksjonsnedsettelse er det i dag vanskelig å orientere seg og planlegge ferie og fritidsreiser, da det kan være vanskelig å finne informasjon om tilgjengelighet og tilrettelegging/universell utforming, både på bedrifts- og destinasjonsnivå. Selv om man kan finne informasjon om enkelte overnattingssteder og opplevelser, så er det utfordrende å planlegge hele reisen. Derfor er det behov for å se nærmere på sammenhengene. Det betyr at man må se på hele reisekjeden samlet. Dette peker også den nåværende handlingsplanen for universell utforming på<sup>1</sup>. Det er derfor behov for å avdekke hvor i kundereisen ulike grupper møter barrierer. Dette som grunnlag for å lage bedre, enklere og mer inkluderende ferie- og fritidsopplevelser.

Man regner med at ca. 18% av befolkningen har en funksjonsnedsettelse<sup>2</sup>. I tillegg kommer deres familier og venner som de reiser sammen med. Å tilrettelegge for disse gruppene vil kunne utvide sesongen for bedriftene innen reiseliv, da f.eks. pensjonister vil kunne reise utenom høysesong. Derfor vil bedre tilrettelagte reiser for disse gruppene kunne øke markedsandelen, og man vil kunne få bedre utnyttelse av lavsesonger.

Forprosjektet som er omtalt i denne rapporten har, sammen med et bredt spekter av brukere, søkt å avdekke hvor i kundereisen ulike grupper møter barrierer, dette for å kunne lage bedre, enklere og mer inkluderende ferie- og fritidsopplevelser.

Forprosjektet har blant annet tatt utgangspunkt i prosjektet «Inkluderende reiseliv i Telemark»<sup>3</sup> som omfattet et bedriftsnettverk med 15 reiselivsbedrifter, «representanter fra Funksjonshemmedes Fellesorganisasjon Vestfold og Telemark, Rådet for mennesker med funksjonsnedsettelse i Vestfold og Telemark, Rådet for mennesker med funksjonsnedsettelse i Midt-Telemark, SAFO VTB samt Midt-Telemark og Nome Utvikling. Erfaringer, kompetanse og problemstillinger fra det tidligere prosjektet «Inkluderende reiseliv i Telemark» var et godt utgangspunkt for etablering av forprosjektet som omtales i denne rapporten. Dette fordi kontakter og nettverk allerede var godt etablert.

## 1.1 Målgruppe for rapporten

Målgruppen for denne rapporten er alle som har et ansvar for, eller er opptatt av å skape et inkluderende reiseliv. Rapporten har et spesielt fokus på utvikling og bruk av en inkluderende personas- og kundereisemetodikk. Dette er en metodikk som kan

---

<sup>1</sup> Departementene. (2021). Bærekraft og like muligheter – et universelt utformet Norge (2021–2025). Handlingsplan (06/2021). Kulturdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/barekraft-og-like-muligheter-et-universelt-utformet-norge/id2867676/>

<sup>2</sup> <https://www.uutilsynet.no/statistikk-og-rapporter/personar-med-nedsett-funksjonsevne/1177>

<sup>3</sup> <https://visitbo.no/inkluderende-reiseliv-i-telemark/>

bidra til nye innsikter og innspill i innovasjons- og utviklingsarbeid. I denne sammenhengen har fokuset vært på utvikling av en metodikk som kan skape kunnskap og grunnlag for å utvikle gode kundereiser for et mangfold av reisende, inkludert personer med nedsatt funksjonsevne. Rapporten kan også være relevant for de som jobber med å realisere rettighetene til personer med funksjonsnedsettelse.

## 1.2 Prosjektmål

Hovedmålet i prosjektet har vært todelt:

a) Inkluderende metoder innen tjenstedesign: Å forbedre metodikk for å utarbeide ferie- og fritidsopplevelser for alle, uavhengig av funksjonsevne.

b) Læringspunkter for reiselivet: Hvordan kan man lage mer tilrettelagte og inkluderende kundereiser for personer med funksjonsnedsettelser.

Delmål:

- Basert på eksisterende metodikk innen tjenstedesign, å utvikle og tilpasse metodikken slik at flere grupper kan delta enten fysisk eller digitalt, tilpasset bedriftsnettverkets behov og muligheter.
- Finne ut hvilken kunnskap det er behov for hos bedriftene for at de skal kunne bruke metodikken på egenhånd.
- Pilotere metodikk som avdekker og dokumenterer gapene mellom dagens kundereise og ønsket kundereise.
- At bedriftene skal tilegne seg forståelse for og kompetanse på hvordan man kan bruke forskning for bedriftsutvikling.

I det følgende gis en kort oversikt over bakgrunn og eksisterende kunnskap på området og deretter beskrives prosjektets arbeidsmetode, gjennomføring og resultater. Prosjektet har hatt en arbeidsgruppe ledet av Visit Bø og med deltakere fra FFO Vestfold og Telemark, Norsk Regnesentral. I tillegg deltok representanter for reiselivsnæringen i Bø. Prosjektet har gjennomført aktiviteter på to workshops. Videre har vi benyttet ulike skriftlige kilder til informasjon og data, som prosjektrapporter og vitenskapelige artikler.

## 2 Bakgrunn og eksisterende kunnskap

Norge har ratifisert FNs konvensjon for personer med nedsatt funksjonsevne (CRPD)<sup>4</sup>, der artikkel 3 fremhever prinsippene om ikke-diskriminering og fullgod og effektiv deltakelse og inkludering i samfunnet. Det å kunne bevege seg fritt og selvstendig er et spørsmål om grunnleggende menneskerettigheter.

---

<sup>4</sup> Regjeringen.no. FN-konvensjonen om rettar til menneske med nedsett funksjonsevne (CRPD)  
<https://www.regjeringen.no/no/tema/likestilling-og-mangfold/likestilling-og-inkludering/konvensjoner/fn-konvensjonen-om-rettar-til-menneske-med-nedsett-funksjonsevne-cprd/id2426271/>

Reiselivsnæringen er viktig for Norge, og særlig i distriktene. Vestfold og Telemark får økt og positiv oppmerksomhet for sitt fokus på bærekraftig utvikling og samfunnsansvar. For pårørende, familier og venner til personer med funksjonsnedsettelse vil dette også bety flere og bedre muligheter til felles opplevelser. Vi vet også at et godt sted å besøke er et godt sted å bo. I tillegg vil det også kunne føre til ansettelser fra målgruppen i bedriftene som deltar.

For tjeneste- og reiselivsnæringen vil det kunne være framtidsrettet og økonomisk lønnsomt å ta hensyn til tilgjengelighet og universell utforming. Vi vet at befolkningen blir stadig eldre. Med stigende alder øker sannsynligheten for redusert funksjonsevne. Om 20-30 år vil om lag 25 % av befolkningen i den vestlige verden være over 65 år. Det er mange i denne gruppen som har råd til å reise og som gjerne vil reise. De vil også ofte kunne reise utenom høysesongene, noe som vil gi bedre utnyttelse av og lønnsomhet i bruk av fasiliteter. Økt helårsturisme kan på sikt bidra til et bedre samferdsels- og kollektivtransporttilbud for lokalbefolkningen også, fordi kundegrunnet øker. Dette er blant årsakene til at det er viktig for turist- og reiselivsnæringen å legge til rette for flest mulig brukergrupper.

### 1.3 Eksisterende kunnskap om inkluderende reiseliv

Forprosjektet har gjort et begrenset litteratursøk på tidligere forskning på universell utforming og hvordan inkludere personer med funksjonsnedsettelse i utvikling av et inkluderende reiseliv. Vi søkte på litteratur fra de siste fem år i Google Scholar, samt noe håndforsk på bakgrunn av referanser i norske rapporter. Dette er på ingen måte et systematisk litteratursøk i vitenskapelig forstand, men det gir et visst inntrykk av litteratur som er relatert til temaet for denne rapporten. I det følgende oppsummeres det vi syntes var mest relevant fra dette litteratursøket.

Regjeringens handlingsplan for universell utforming legger vekt på tiltak innen transport, infrastruktur, bygninger og IKT. Tiltak på alle disse områdene berører reiselivsnæringen. Den gjeldende handlingsplanen for universell utforming<sup>5</sup> peker f.eks. på at flere bruker kollektivtransport hvis de går ofte, holder tidsskjema og er universelt utformet. Det nevnes også at turstier som er universelt utformet blir mer brukt av alle. I denne handlingsplanen kan man også lese at det på en del store kollektivknutepunkter, som flyplasser og togstasjoner, finnes en assistanseordning. Allikevel vet vi at mange holdeplasser, trikker og busser hverken er universelt utformet eller har assistanseordning. Da kan det være utfordrende for personer med nedsatt funksjonsevne å reise. Som det påpekes i en artikkelsamling for transportsektoren: «Dersom kun ett ledd i reisekjeden ikke er universelt utformet kan det bryte hele reisekjeden og gjøre reisen umulig eller vanskelig å gjennomføre.»<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Departementene. 2021. «Bærekraft og like muligheter – et universelt utformet Norge (2021–2025)». Handlingsplan. Kulturdepartementet. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/barekraft-og-like-muligheter-et-universelt-utformet-norge/id2867676/>.

<sup>6</sup> Øksenholt, K. V., & Krogstad, J. R. (2022). *Universell utforming i transportsektoren* (Artikkelsamling). Transportøkonomisk Institutt. <https://www.toi.no/getfile.php/1373492-1656507179/mmarkiv/Hannes%20mappe%202020/Hanne%202022/Artikkel%205%281%29.pdf>

Det er derfor ikke så overraskende at personer med nedsatt funksjonsevne oftere enn andre opplever at det er utfordrende å reise med kollektivtransport<sup>7</sup>. Ifølge denne undersøkelsen er det viktig med fysisk tilgjengelighet, tilgjengelig informasjon og forutsigbarhet for at personer med funksjonsnedsettelse skal kunne velge kollektivtransport.

I en annen undersøkelse fant man at rundt 40% av personer med funksjonsnedsettelse ønsker å øke sin deltakelse i sosiale aktiviteter, som for eksempel å besøke familie og venner, utflukter, ferier eller som tilskuer på kulturelle eller idrettslige arenaer<sup>8</sup>. Her fant man at andelen som deltar i friluftslivs- og kulturaktiviteter jevnt over er lavere blant personer med funksjonsnedsettelse enn i den øvrige befolkningen. En annen rapport har sett på hvilke barrierer personer med psykiske funksjonsnedsettelse møter i forbindelse med reiser og hvilke tiltak som kan gjøre det enklere for dem å reise<sup>9</sup>. De følgende barrierene framheves: trengsel og folkemengder, mangel på informasjon, manglende offentlig transport i distriktene, ventetid – særlig ved reiser med flere ledd, økonomiske barrierer og manglende forståelse fra personell. Det pekes også på et behov for utvidet kunnskap og forståelse for personer med psykiske funksjonsnedsettelse.

En kartlegging av status i arbeidet med universell utforming ved Norske Museer viser at det er stor interesse for og forbedringspotensiale gjennom universell utforming, samtidig som aktørene har behov for mer kunnskap om hvordan de kan øke graden av universell utforming<sup>10</sup>. Blant tiltakene som foreslås er mer informasjon om tilgjengelighet og universell utforming på museenes nettsider, samt at de vurderer mulighetene for økt brukermedvirkning. For å øke brukermedvirkningen anbefales det å se på hvordan kommunale og fylkeskommunale råd for personer med funksjonsnedsettelse kan involveres. Disse arbeider som rådgivende medvirkningsorganer i kommuner og fylkeskommuner. Hver kommune og hver fylkeskommune skal, ifølge kommuneloven § 5-12, ha råd for personer med funksjonsnedsettelse<sup>11</sup>. Frivillige interesseorganisasjoner for personer med

---

<sup>7</sup> Sentio Research Norge. 2017. «Bruk av kollektivtransport i befolkningen og blant personer med nedsatt funksjonsevne». Sentio Research Norge.  
[https://bibliotek.buudir.no/BUF/101/Bruk\\_av\\_kollektivtransport\\_i\\_befolkningen\\_og\\_blandt\\_personer\\_med\\_nedsatt\\_funksjonsevne.pdf](https://bibliotek.buudir.no/BUF/101/Bruk_av_kollektivtransport_i_befolkningen_og_blandt_personer_med_nedsatt_funksjonsevne.pdf).

<sup>8</sup> Barne- og likestillingsdepartementet. 2018. «Et samfunn for alle: Regjeringens strategi for likestilling av mennesker med funksjonsnedsettelse for perioden 2020–2030». Strategi. Barne- og likestillingsdepartementet.  
<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/strategi-for-mennesker-med-funksjonsnedsettelse--et-samfunn-for-alle/id2623105/>.

<sup>9</sup> Nielsen, A. F. & Skollerud, K. (2018). *Universell utforming av transportsystemer for grupper med nedsatt psykisk funksjonsevne* (s. 25) [TØI rapport 1615/2018]. Transportøkonomisk Institutt.  
[https://www2.buudir.no/globalassets/global/universell\\_utforming\\_av\\_transportsystemer\\_for\\_grupper\\_med\\_nedsatt\\_psykisk\\_funksjonsevne.pdf](https://www2.buudir.no/globalassets/global/universell_utforming_av_transportsystemer_for_grupper_med_nedsatt_psykisk_funksjonsevne.pdf)

<sup>10</sup> Rambøll. 2022. «Kartlegging av status og arbeidet med universell utforming i norske museer.» Oppdrag for Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet. Rambøll Management Consulting AS.  
<https://www2.buudir.no/Bibliotek/Dokumentside/?docId=BUF00005604>.

<sup>11</sup> <https://www.regjeringen.no/no/tema/kommuner-og-regioner/kommunestruktur/Verktoy/lokaldemokrativeilederen/kommunen-og-innbyggerne/rad-for-personer-med-nedsatt-funksjonsevne/id2425376/>

funksjonsnedsettelse og kroniske sykdommer kan ofte bidra med bred kompetanse på sine medlemmers behov.

Det er utarbeidet en norsk standard for likeverdig tilgang til reiselivsopplevelser (NS 11036:2018)<sup>12</sup>. Denne standarden er blant annet rettet mot bestillere og leverandører av reiselivsrelaterte tjenester, samt offentlige og private tjenesteytere. Standarden omtaler hvordan man kan utforme reiselivsopplevelser slik at flest mulig besøkende kan delta uten hjelp. Den beskriver også hvordan man kan legge til rette for menneskelig assistanse i tilfeller hvor utformingen av omgivelsene ikke strekker til.

Et annet viktig aspekt når det gjelder turistrelaterte reise- og transportbehov er spekteret av aktører som er involvert svært bredt og sammensatt<sup>13</sup>. Det vil ofte være en blanding av offentlige og private aktører, statlige, fylkeskommunale og kommunale aktører, ulike transportselskap, turoperatører, overnattingssteder, attraksjoner og arrangører av ulike aktiviteter og utflukter, operatører av elbilladere, osv., samt turistene som inkluderer eldre og personer med funksjonsnedsettelse. I tillegg kommer variasjonen i behov ut fra reisens formål og lengde. F.eks. kan de reisende være på en destinasjon i alt fra noen få timer til flere dager eller uker. Ofte oppstår utfordringer med å reise kollektivt i overgangen fra et reiseledd til et annet, eller fra en aktørs ansvarsområde til en annens<sup>14</sup>. For å kunne ta hensyn til det brede spekteret av aktører og behov er det viktig å etablere gode samarbeidsarenaer, og for de reisende er det viktig å finne informasjon om tilgjengelighet og tilretteleggingsmuligheter mest mulig samlet.

En studie undersøkte i hvilken grad offisiell reiselivsinformasjon i ulike nordeuropeiske land oppfylte krav til universell utforming<sup>15</sup>. De undersøkte i hvilken grad nettsidene oppfylte "Retningslinjer for tilgjengelig webinnhold (WCAG 2.0)"<sup>16</sup>. Norske nettsted som retter seg mot allmenheten skal overholde disse retningslinjene ifølge Forskrift om universell utforming av IKT<sup>17</sup>. I den omtalte studien kom Norge svært dårlig ut, og det vises dessuten til at dette ikke er første gangen Norge kommer nederst på tilgjengelighetsvurdering av reiselivsinformasjon. Forskerne bak denne studien mener det er verdt å merke seg at på tross av at de nordiske landene generelt sett har relativt gode velferdsordninger og god politikk for personer med funksjonsnedsettelse, samt en tilgjengelighetslovgiving som også omfatter privat næringsliv, så gjenspeiles ikke dette i form av universelt utformet og tilgjengelig reiselivsinformasjon.

---

<sup>12</sup> <https://www.standard.no/fagomrader/arbeidsmiljo-og-hms/universell-utforming/universell-utforming-av-tjenester/>

<sup>13</sup> Øksenholt, K. V. & Krogstad, J. R. (2022). Universell utforming i transportsektoren (Artikkelsamling). Transportøkonomisk Institutt. <https://www.toi.no/getfile.php/1373492-1656507179/mmarkiv/Hannes%20mappe%202020/Hanne%202022/Artikkel%205%281%29.pdf>

<sup>14</sup> Øksenholt, K. V. & Krogstad, J. R. (2022). Universell utforming i transportsektoren (Artikkelsamling, s. 163). Transportøkonomisk Institutt. <https://www.toi.no/getfile.php/1373492-1656507179/mmarkiv/Hannes%20mappe%202020/Hanne%202022/Artikkel%205%281%29.pdf>

<sup>15</sup> Domínguez Vila, T., Alén González, E. & Darcy, S. (2019). Accessible tourism online resources: a Northern European perspective. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(2), 140–156. <https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1478325>

<sup>16</sup> <https://www.w3.org/Translations/WCAG20-no/>

<sup>17</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2013-06-21-732/%C2%A74b#%C2%A74b>

Det hevdes at det er større bevissthet og et økende fokus på inkluderende ferie- og fritidsopplevelser i mange Europeiske land<sup>18</sup>. Likevel er vårt inntrykk at det er relativt begrenset litteratur om inkluderende reiseliv. Dessuten, selv om noen publikasjoner peker på viktigheten av brukermedvirkning for å oppnå løsninger som er mest mulig universelt utformet, så har vi funnet lite litteratur om hvordan man på en effektiv måte kan involvere personer med funksjonsnedsettelse i utvikling av reiselivsprodukter og -tjenester. Det er en generell utfordring at eldre og personer med funksjonsnedsettelse ikke inviteres med eller kommer for sent inn i innovasjons- og utviklingsprosesser<sup>19,20,21</sup>. Dette kan føre til lite hensiktsmessige løsninger

## 1.4 Personas og kundereisemetodikk

For å skape en god tjeneste er det nødvendig med detaljert kunnskap om de brukergruppene som skal benytte den aktuelle tjenesten eller produktet. Derfor er det viktig å benytte metoder og verktøy som gir god forståelse for hvem brukerne er, deres behov og utfordringer, og hvordan man kan og bør kommunisere med dem. Ofte benyttes ulike metoder og teknikker fra tjenstedesign for å skaffe slik innsikt.

Personas og kundereise er ofte brukte metoder innen tjenstedesign. Personas betegner en fiktiv karakter eller beskrivelse av individuelle brukere av produkter eller tjenester. Metodikken er basert på Alan Cooper's «The Inmates are Running the Asylum»<sup>22</sup>.

Kundereise brukes vanligvis for å undersøke nåværende eller forventede brukeropplevelser over tid<sup>23</sup>. En kundereise beskriver hva brukergrupper gjør, hvordan og med hva de samhandler. En kundereise kan også gjerne beskrive hva kunden tenker og føler underveis.

En beskrivelse av kundereisen kan brukes til å analysere arbeidsflyt, og den kan gi detaljert innsikt i rolleansvar og interaksjoner med en tjeneste. Kartlegging av kundereiser kan gi involverte interessenter mulighet til å forstå kundereisen fra flere ståsteder ved å belyse observerbare og ikke-observerbare aspekter. Bruk av kundereiser kan være spesielt nyttig for bedrifter som prøver å matche sine tjenester

---

<sup>18</sup> Ielegems, E., Bylois, N., Knuts, E., Lemmens, R., Tunistra, A. & Vanrie, J. (2023). Inclusive Tourism: Co-developing a Methodology to Uncover Business Opportunities through Universal Design. Proceedings of the 11th Cambridge Workshop on Universal Access and Assistive Technology. CWUAAT, Cambridge, 27-29 March 2023. <https://doi.org/10.17863/CAM.95302>

<sup>19</sup> FFO. (2019). Bruken av kommunale råd for funksjonshemmede: Oppsummerende rapport. <https://www.ffe.no/globalassets/dokumenter-ffe/undersokelse-av-radene-for-funksjonshemmede.docx>

<sup>20</sup> Båtevik, F. O., Halvorsen, L. & Veddegjerde, G. (u.å.). Medvirkning med suksess?: Funksjonshemmedes brukermedvirkning i kommunale planprosesser (s. 44). Høgskolen i Volda og Møreforskning Volda, på oppdrag fra Miljøverndirektoratet.

<sup>21</sup> NHRI. (2022). Funksjonshemmedes ytringsfrihet: åtte utfordringer. Norges institusjon for menneskerettigheter. <https://www.nhri.no/rapport/funksjonshemmedes-ytringsfrihet/?showall=true>

<sup>22</sup> Pruitt, J., & Grudin, J. (2003). Personas: practice and theory. Proceedings of the 2003 Conference on Designing for User Experiences, 1–15.

<sup>23</sup> Chokshi, S. K. & Mann, D. M. (2018). Innovating From Within: A Process Model for User-Centered Digital Development in Academic Medical Centers. JMIR Human Factors, 5(4), e11048. <https://doi.org/10.2196/11048>



med kundenes forventninger<sup>24</sup>. Kundereiser benyttes ikke bare som et verktøy for å kartlegge eksisterende kundereiser, men også for å designe nye kundereiser.

Kundereisen betegner gjerne hele prosessen fra en kunde bestemmer seg for å anskaffe eller benytte et produkt- eller en tjeneste til produktet eller tjenesten er anskaffet eller gjennomført. Man kartlegger gjerne kundereisen for hver personas for å identifisere utfordringer eller friksjon for den kundegruppen som personen tilhører. Dette gjøres ved å beskrive personasens handlinger og opplevelser i kontakt med produktet eller tjenesten. Det inkluderer alle kontaktpunkter på tvers av alle kanaler, for eksempel ved fysisk, digital eller telefonisk kontakt, og man forsøker å beskrive kundereisen kronologisk gjennom et visst tidsrom eller gjennom et helt forløp.

Det er mange måter å utarbeide, bruke og dokumentere personas og kundereiser på, og det finnes ikke en omforent metode<sup>25</sup>. Kundereiser dokumenteres ofte ved hjelp av visuelle virkemidler og illustrasjoner, men ikke alltid. Reisen deles ofte opp i synlige steg eller aktiviteter, og man viser såkalte touchpoints. Dette er punkter i kundereisen hvor det skjer en interaksjon med produktet eller tjenesten. Ofte illustreres kundens opplevelse for hvert trinn og i hver interaksjon i kundereisen ved å angi grad av positiv eller negativ følelse, f.eks. langs en skala fra en til fem, eller ved hjelp av smilefjes<sup>26</sup>.

Ved å bruke kundereise som verktøy kan man se på helheten i en ferie- eller fritidsreise fra den reisendes ståsted. De reisende er opptatt av det sammensatte tilbudet de får, og for å gi dem en god opplevelse må aktørene i reiselivet samarbeide. Kundereisemetodikken er derfor egnet både til å øke verdien for kundene og til å øke verdiskapningen for turist- og reiselivsnæringen<sup>27</sup>. Innovasjon Norge peker på at bruk av kundereisemetodikk kan være en viktig kilde til innovasjon og utvikling<sup>28</sup>. Det er ofte tjenestedesignere, markedsanalytikere eller andre fagfolk i en virksomhet som utarbeider personaer og kundereiser. Vanligvis benyttes observasjoner, intervjuer, markedsundersøkelser eller sosiale medier som datagrunnlag.

Personas og kundereisemetodikk har både fordeler og ulemper: På den ene siden kan personas skape et sterkt fokus på brukere av tjenester og de kan bidra til å gjøre

---

<sup>24</sup> Tueanrat, Y., Papagiannidis, S. & Alamanos, E. (2021). Going on a journey: A review of the customer journey literature. *Journal of Business Research*, 125, 336–353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.028>

<sup>25</sup> Patient journey mapping: Current practices, challenges, and future opportunities in healthcare. (2020). *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*, 387–404. <https://doi.org/10.34105/j.kmel.2020.12.021>

<sup>26</sup> Følstad, A. & Kvale, K. (2018). Customer journeys: a systematic literature review. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(2), 196–227. <https://doi.org/10.1108/JSTP-11-2014-0261>

<sup>27</sup> Nasjonal digital læringsarena (NDLA). (u.å.). *Kundereisen i et helhetlig reiselivsperspektiv - Reiseliv og språk 1 - Ressurssamling* - NDLA. ndla.no. <https://ndla.no/nb/subject:e18b8bf0-326b-45f6-8e95-982de8f34264/topic:e427f948-08a6-4897-8226-0231194ce960/resource:27496acc-f3f2-473a-8615-268803700ec0>

<sup>28</sup> Innovasjon Norge. (2015). Håndbok for reisemålsutvikling. Innovasjon Norge. [https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/in\\_handbok\\_final\\_online\\_19111\\_5\\_df8f6ecc-f7ff-4309-848d-884196b6f208.pdf](https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/in_handbok_final_online_19111_5_df8f6ecc-f7ff-4309-848d-884196b6f208.pdf)

antakelser om målgruppen mer eksplisitte<sup>29</sup>. På den andre siden kan det være utfordrende å lage en troverdig personas for en bestemt målgruppe. Ved for dårlig kjennskap til målgruppen risikerer man å lage stereotype beskrivelser basert på antakelser. Dessuten kan man risikere at bruk av personas går på bekostning av metoder som involverer kundene mer direkte. Kundereisemetodikken benyttes gjerne kun for å beskrive det man tenker på som en vanlig eller typisk kundereise<sup>30</sup>. Dette kan bli en svakhet dersom man ikke stiller spørsmålstegn ved om alle kunder faktisk kan ta den samme veien gjennom tjenesten. Konsekvensen kan bli lite fleksible og lite tilgjengelige løsninger som i praksis kan virke ekskluderende for f.eks. eldre og personer med funksjonsnedsettelse. Ved å involvere kundene i å samskape personas- og kundereisebeskrivelsene kan man bøte på disse svakhetene<sup>31</sup>.

Samskaping som begrep har bredt om seg det siste tiåret, og handler om et likeverdig samarbeid mellom ulike typer aktører. Begrepet har sitt opphav i privat sektor og teorier om konsumentmarkeder<sup>32</sup>. Samskaping refererer til involvering av kundene som aktive deltakere i verdiskapningsprosessen. Ved å involvere kundene kan bedriftene tilegne seg dybdekunnskap om kundenes ønsker og behov, mens kunden kan få mer kunnskap om bedriftenes muligheter og ressurser. Denne kunnskapen kan benyttes til å utvikle bedre kundeopplevelser, noe som igjen kan bidra til økt verdi for begge parter. Det som kunden etterspør, altså sluttverdien, skapes i fellesskap mellom kundene og tjenesteyterne. Noe av bakgrunnen for samskaping som tilnærmingen er også erkjennelsen av at innovative ideer ofte oppstår i skjæringsfeltet mellom ulike sektorer, miljøer og bransjer<sup>33</sup>.

Vårt litteratursøk tyder på at det er en trend mot mer bruk av samskapingsprosesser generelt<sup>34</sup>. Enkelte forskere mener at det å samskape kundereiser kan gjøre dem mer konkrete og matnyttige<sup>35</sup>. Det ser også ut til at det er mer oppmerksomhet og fokus på inkluderende turisme<sup>36</sup>, samtidig som det er lite informasjon om hvordan man kan få det til i praksis<sup>37</sup>.

---

<sup>29</sup> Pruitt, J., & Grudin, J. (2003). Personas: practice and theory. *Proceedings of the 2003 Conference on Designing for User Experiences*, 1–15.

<sup>30</sup> Følstad, A. & Kvale, K. (2018). Customer journeys: a systematic literature review. *Journal of Service Theory and Practice*, 28(2), 196–227. <https://doi.org/10.1108/JSTP-11-2014-0261>

<sup>31</sup> Schulz, T., & Fuglerud, K. S. (2012). Creating Personas with Disabilities. *Computers Helping People with Special Needs*, 145–152.

<sup>32</sup> Røiseland, A. & Lo, C. (2019). Samskaping – nyttig begrep for norske forskere og praktikere? *Norsk statsvitenskapelig tidsskrift*, 35(1), 51–58. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-2936-2019-01-03>

<sup>33</sup> KS. (2018). La oss gjøre det sammen! Håndbok i lokal samskapende sosial innovasjon. KS, USN, SESAM.

<sup>34</sup> Tueanrat, Y., Papagiannidis, S. & Alamanos, E. (2021). Going on a journey: A review of the customer journey literature. *Journal of Business Research*, 125, 336–353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.028>

<sup>35</sup> Ferreira, B., Kalinowski, M. & Barbosa, S. D. J. (2021). *Investigating Problem Definition and End-User Involvement in Agile Projects that Use Lean Inceptions*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.5512643>

<sup>36</sup> Ielegems, E., Bylois, N., Knuts, E., Lemmens, R., Tunistra, A. & Vanrie, J. (2023). Inclusive Tourism: Co-developing a Methodology to Uncover Business Opportunities through Universal Design. *Proceedings of the 11th Cambridge Workshop on Universal Access and Assistive Technology. CWUAAT, Cambridge, 27-29 March 2023*. <https://doi.org/10.17863/CAM.95302>

<sup>37</sup> Ielegems, E., Bylois, N., Knuts, E., Lemmens, R., Tunistra, A. & Vanrie, J. (2023). Inclusive Tourism: Co-developing a Methodology to Uncover Business Opportunities through Universal Design. *Proceedings of the 11th Cambridge Workshop on Universal Access and Assistive Technology. CWUAAT, Cambridge, 27-29 March 2023*. <https://doi.org/10.17863/CAM.95302>



Teixera et. al beskriver to personaer med tilhørende reiselivsscenarioer for hhv en person med nedsatt hørsel og en person med kognitive utfordringer<sup>38</sup>. Disse beskrivelsene er utviklet på bakgrunn av intervjuer, spørreundersøkelser og fokusgrupper.

I arbeidet med å utarbeide personas- og kundereisebeskrivelser benyttes ofte ulike typer verktøy og teknikker, fra plansjer, tavle, gule lapper, til ulike digitale verktøy. Dessverre er det vanskelig å finne verktøy og teknikker for dette formålet som er universelt utformet. Dette kan hindre likeverdig deltakelse for alle og det kan vanskeliggjøre involvering av personer med funksjonsnedsettelse i samskapingsprosesser.

For å oppsummere ser vi at på tross for økende interesse for samskaping er det lite konkret kunnskap om hvordan man kan gå fram i praksis. Flere forskere peker på behovet for mer kunnskap om gode måter å involvere flere grupper og interessenter i utviklingen av et mer inkluderende reiseliv generelt og i utvikling av personas og kundereiser spesielt <sup>39,40</sup>.

### 3 Metode og tilnærming

Med dette forprosjektet ville vi undersøke hvordan man på en god måte kan inkludere kunder med funksjonsnedsettelse i innovasjonsprosesser innen ferie- og fritidsreiser. Dette for å avdekke hvordan mennesker med funksjonsnedsettelse opplever ferie- og fritidsreiser, og danne grunnlag for å utvikle et mer inkluderende reiseliv.

Bruk av personas og kundereisemetodikk anses som særlig godt egnet for reiselivsnæringen. Forprosjektet ønsket derfor å ta utgangspunkt i disse metodene, og undersøke om vi kunne tilpasse dem slik at de blir mest mulig inkluderende. Vi definerte kundereise i denne sammenhengen til å betegne prosessen før, under og etter gjennomføring av en ferie- og fritidsreise. Det omfatter innhenting av informasjon om reisemålet man ønsker å reise til, bestillingen av billetter, overnatting, transport, opplevelser osv., gjennomføring av selve reisen og reisen hjem igjen.

Vi gjennomførte to workshops. I den første workshopen var formålet å samskape personas- og kundereiser og å få umiddelbare tilbakemeldinger på hvordan workshopdeltakerne opplevde det. I den andre workshopen ble resultatene fra den

---

<sup>38</sup> Teixeira, P., Alves, J., Correia, T., Teixeira, L., Eusébio, C., Silva, S. & Teixeira, A. (2021). A Multidisciplinary User-Centered Approach to Designing an Information Platform for Accessible Tourism: Understanding User Needs and Motivations. I M. Antona & C. Stephanidis (Red.), *Universal Access in Human-Computer Interaction. Design Methods and User Experience* (ss. 136–150). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-78092-0\\_9](https://doi.org/10.1007/978-3-030-78092-0_9)

<sup>39</sup> Tueanrat, Y., Papagiannidis, S. & Alamanos, E. (2021). Going on a journey: A review of the customer journey literature. *Journal of Business Research*, 125, 336–353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.12.028>

<sup>40</sup> Ielegems, E., Bylois, N., Knuts, E., Lemmens, R., Tunistra, A. & Vanrie, J. (2023). Inclusive Tourism: Co-developing a Methodology to Uncover Business Opportunities through Universal Design. Proceedings of the 11th Cambridge Workshop on Universal Access and Assistive Technology. CWUAAT, Cambridge, 27-29 March 2023. <https://doi.org/10.17863/CAM.95302>

første workshopen presentert, og vi ba om tilbakemeldinger og synspunkter på tilnærmingen, resultatene og hvordan opplegget eventuelt kunne forbedres.

Helt konkret ønsket vi å skaffe mer kunnskap om

- a) selve metodikken for samskaping av personaer med tilhørende kundereise,
- b) ulike gruppers behov og utfordringer på ferie og fritidsreiser.
- c) i hvilken grad resultatet, altså personas- og kundereisebeskrivelsene er nyttig og kan benyttes for å illustrere ulike behov.

Gjennomføring og resultater fra de to workshopene beskrives i større detalj nedenfor.

### **3.1 Gjennomføring av inkluderende personas- og kundereise-workshop**

Prosjektet ønsket å prøve ut en inkluderende personas- og kundereisemetodikk. Tanken var rett og slett at de som vet hvor skoen trykker skulle være med på å lage personas- og kundereisebeskrivelser. Metodikken for workshopen er basert på erfaringer fra tidligere prosjekter<sup>41</sup>. Ettersom fokuset var på et inkluderende reiseliv ønsket vi et bredt spekter av potensielle gjester med ulike forutsetninger og behov, med fokus på personer med funksjonsnedsettelse. I tillegg ble representanter for reiselivsnæringen invitert.

Potensielle gjester ble rekruttert gjennom FFO Vestfold og Telemark, mens representanter fra reiselivsnæringen ble rekruttert fra bedriftsnettverket "Inkluderende reiseliv i Telemark". Etter noe forfall de siste dagene før sammenkomsten, møtte til sammen 18 deltakere, hvorav 7 potensielle gjester og 11 representanter fra reiselivsnæringen. I tillegg deltok fem fra prosjektgruppen, blant annet for å være fasilitatorer og sekretærer under gruppearbeidet.

Workshopen startet med presentasjon av formål og metodikk. Deltakerne fikk i oppgave å lage fiktive personaer med tilhørende kundereise. Samtidig ble viktigheten av at beskrivelsene baserte seg på realistiske, sannsynlige og gjerne reelle opplevelser understreket. Man kunne bruke egne erfaringer eller erfaringer man kjente godt til, f.eks. som man hadde hørt om fra andre medlemmer i egen organisasjon.

Deretter ble deltakerne delt inn i fire grupper, med noen deltakere rekruttert fra FFO og noen fra bedriftene, samt en fasilitator i hver gruppe. Erfaringene fra tidligere prosjekter tyder på at utarbeidelse av personas- og kundereise fungerer best når deltakerne har noen felles erfaringer slik at de kan relatere seg til hverandre. Prosjektgruppen hadde derfor forsøkt å fordele deltakerne slik at type funksjonsnedsettelse eller utfordring skulle overlappes noe innad i hver gruppe. Ved hjelp av en mal som var utarbeidet på forhånd (se vedlegg 2) ledet fasilitatorene fra prosjektgruppen deltakerne gjennom arbeidet med å gi en detaljert beskrivelse av en

---

<sup>41</sup> Fuglerud, K. S., Schulz, T., Janson, A. L., & Moen, A. (2020). Co-creating Persona Scenarios with Diverse Users Enriching Inclusive Design. *Universal Access in Human-Computer Interaction. Design Approaches and Supporting Technologies*, 48–59.

personas med en tilhørende kundereise. Malen inkluderte stikkord for beskrivelse av personen og stikkord for beskrivelse av kundereisen.

Deltakerne ble oppfordret til å utnytte alle gruppedeltakernes erfaringer i arbeidet med å lage en personas og kundereise. Dette kunne resultere i at man fikk personaer med sammensatte funksjonsnedsettelse, f.eks. en person som både var rullestolbruker og hadde irritabelt tarmsyndrom (IBS). På den ene siden er det ikke helt uvanlig at folk har flere ulike typer utfordringer på en gang, på den andre siden kan det resultere i beskrivelser som kan oppfattes i overkant problematiserende. Samtidig er det en fordel at man får bakt inn ulike problemstillinger i en og samme beskrivelse, da det alltid vil være begrenset kapasitet både til å lage beskrivelsene og til å formidle og ta imot resultatene.



**Figur 1: Bilde fra inkluderende personas- og kundereiseworkshop på Bø hotell**

## **3.2 Resultater fra personas- og kundereiseworkshopen**

Det ble det utarbeidet fire personas- og kundereiser (se detaljerte personas- og kundereisebeskrivelser i vedlegg). De fire kundereisene omhandlet:

- Anne, en kvinne på 45 år som ville reise til Sommerland i Bø med sine to barn på 7 og 10 år. Anne bruker rullestol og har irritabelt tarmsyndrom. Hun reiser med en venninne som ledsager.
- Veronica, en tenåringsjente på 16 år som reiser på tur med moren og broren sin. Veronica har ADHD og Asperger syndrom.
- Harry er en mann på 59 år som reiser med kone og barn for å feire bursdag. Han har nedsatt hørsel, en kone med fibromyalgi og en datter med mild CP.
- Vigdis, en kvinne på 43 som reiser alene. Hun er svært hesteinteressert og sterkt svaksynt.

Etter gruppearbeidet presenterte hver gruppe hovedtrekkene i sin personas og kundereise. Deretter ble deltakerne bedt om å svare på et evalueringsskjema (se

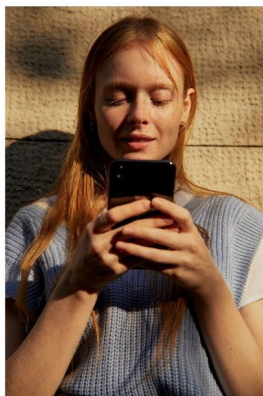
vedlegg 4). Prosjektgruppen hadde på forhånd diskutert muligheten for at deltakerne kunne få svare på papir eller digitalt etter eget ønske, men slo dette fra oss av ressursmessige og praktiske årsaker. Vi måtte i så fall ha laget et universelt utformet og anonymt skjema. Den alternative løsningen ble derfor å tilby sekretærhjelp til utfylling av skjemaet.

## Personas og kundereiser fra workshop i april 2022



### Anne reiser med to barn og en venninne som assistent

- 45 år
- Rullestol og ulcerøs kolitt
- 2 barn



### Veronica på tur med mamma og bror

- 16 år
- ADHD og Asberger



### Harry reiser med kone og barn

- 59 år
- nedsatt hørsel, en kone med fibromyalgi og datter med mild CP



### Vigdis reiser alene

- 43 år
- Sterkt svaksynt
- Hesteinteressert
- Skilt

**Figur 2: Oversikt over personas og kundereiser som ble utarbeidet gjennom samskaping**

## Svar på evalueringsskjema

Deltakerne ble bedt om å svare på spørsmålene på en skala fra 1 til 5 hvor fem var best. Det var også mulig å skrive kommentarer til spørsmålene.

**Tabell 1: Evaluering av inkluderende personas- og kundereiseworkshop**

Spørsmål \ antall	Gjester (11)	Bedrifter (7)	Snitt (18)
Hvordan likte du workshopen?	4.86	4	4.53
Synes du at du fikk delta på lik linje med andre?	4.95	4.71	4.86
Hva synes du om kundereisemetodikken?	4.5	3.86	4.24
Ga kundereisemetodikken nye innsikter?	3.4	4	3.65
Ble dine synspunkter og erfaringer utnyttet?	5	3.4	4.71
<b>Gjennomsnitt</b>	<b>4.3</b>	<b>4.01</b>	<b>4.2</b>

Den overordnede totalevalueringen lå på i overkant av 4 av 5 mulige, og de potensielle gjestene ga litt bedre vurdering enn bedriftsdeltakerne, hhv 4.3 og 4. Se tabell på neste side. Både gjester og bedriftsdeltakerne likte workshopen svært godt med gjennomsnittlig skår på hhv 4.95 og 4.71. Gjestene likte kundereisemetodikken bedre enn bedriftsdeltakerne, mens bedriftsdeltakerne i større grad enn gjestene opplevde at de fikk nye innsikter.

Gjestene oppfattet at egne synspunkter og erfaringer ble svært godt utnyttet, mens dette i mindre grad gjaldt bedriftsdeltakerne. Dette var kanskje ikke så rart, ettersom bedriftsdeltakerne antagelig i langt mindre grad enn gjestene hadde funksjonsnedsettelse. På spørreskjemaet var tilbakemeldingene litt mer nyansert og blandet:

Kommentarer til personas- og kundereisemetodikken:

- Nytt for meg, fungerte bra – spennende!
- Flott måte å få til en case fra start til hjem!
- Fungerte veldig greit
- Litt nytt, vet ikke hvor nyttig jeg synes dette var!
- Er nok litt utålmodig så skulle gjerne hatt en kjappere måte!
- Veldig spent på resultatene. Håper at de blir brukt. Hvordan kan vi bruke dem?
- Bedriftene bør få resultatene

Nye innsikter:

- ja, man lærer på nye måter,
- metoden er seig og sein, men det gjør at man får nye innsikter
- tenkte på ny måte, ok å diskutere med andre og ulike innfallsvinkler.
- Felles budskap i markedsføring ift. forventninger vs. ansvar som gjester har for å la reisen bli sømløs.
- God stemning, gøy og givende
- Fikk fram det jeg hadde på hjertet
- Kan øke forståelsen for usynlige funksjonsnedsettelse
- Ønsker mer fokus på barn og barn med sansetap

Forbedringspunkter:

- Kanskje mere nyttig for min bedrift å få et ferdig case og som vi kunne laget en realistisk kundereise for
- Ønsker oppsummering med utfordringer og muligheter per personas.
- Kan tidsbruken og form tilpasses bedre?
- Enda bedre forberedelse og strengere gruppeledelse?
- Kan være lurt å fokusere på mangfoldet og ulike utfordringer innenfor en og samme gruppe funksjonshemning.

## **Innspill fra plenumsdiskusjon**

Etter utfylling av evalueringsskjemaet gjennomførte vi en plenumsdiskusjon hvor følgende kom fram i tillegg:

- Bra stemning, alle fikk sagt noe.

- Var sjukt lærerikt. Hadde hatt lyst å høre diskusjonene i de andre gruppene.
- Blir mer oppmerksom på forhold i omgivelsene i etterkant, f.eks. hvordan det er å komme inn i et nytt rom som synshemmet. Oppdaget f.eks. at lyset var altfor dårlig i gangen utenfor seminarrommet.

På spørsmål om hvordan man kunne bruke resultatene kom følgende innspill:

- Historiene bør overføres til et neste prosjekt.
- Ønske om at informasjonen brukes til å sette fart på arbeidet med å senke barrierene.
- Organisasjonene kan ta resultatene med til sitt forbund og videreformidle.

I tillegg luftet vi ideen om å formidle resultatene som et lite skuespill, noe flere syntes hørtes spennende ut. Det ble kommentert at det ville være mer interessant enn å få det presentert gjennom en powerpointpresentasjon.

## Praktiske rammer rundt workshopen

Når det gjelder praktiske rammer for workshopen var det alt i alt gode evalueringer både fra de potensielle gjestene og fra bedriftsdeltakerne med snitt på hhv. 4.39 og 4.66. Evalueringen tyder på at det var størst forbedringspotensiale når det gjaldt lokaler med en skår på 3.82 fra gjestene. Det gjenspeiler viktigheten av at workshop og møtelokaler er mest mulig universelt utformede og tilgjengelige.

**Tabell 2: Vurdering av tilrettelegging av workshopen**

Spørsmål \ antall	Gjester (11)	Bedrifter (7)	Snitt (18)
Lokaler	3.82	4.57	4.11
Informasjon	4.82	4.57	4.72
Tilrettelegging	4.45	4.5	4.47
Pauser	4.45	5	4.67
<b>Gjennomsnitt</b>	<b>4.39</b>	<b>4.66</b>	<b>4.49</b>

## Egenevaluering og refleksjon i prosjektgruppen

Helt til sist satt prosjektgruppen seg sammen for å gå gjennom egne inntrykk og erfaringer. Når det gjaldt lengde på workshopen følte fasilitatorene/gruppelederne på den ene siden at mange av deltakerne, særlig gjestene, hadde mye på hjerte og at det sånn sett var passelig med tid. På den andre siden hadde man kommet ganske langt i beskrivelsene allerede før lunsjpausen, og man opplevde at praten av og til skled ut.

Som læringspunkt kunne man kanskje ha informert enda bedre i forkant om å ha fokus på utviklingen av personasen- og kundehistorien og ting som kunne bidra til



forbedring av nettopp ferie- og fritidsreiser. Noen deltakere brukte en del tid på å fortelle hvordan sykdom eller skade hadde oppstått. På den andre siden kan man føle seg litt streng dersom man skal avbryte deltakere som har behov for å fortelle og forklare rundt egen situasjon. I ettertid tenkte noen av fasilitatorene at man kunne vært litt strengere. Man fant at en ganske god metode for å lede samtalen inn på det som er relevant for “personasen” kunne være å stille spørsmålet “Hva hadde personas xx gjort?” eller “Kan noe av dette overføres til vår personas?” Et annet grep som kanskje kunne bidratt til mer fokusert gruppearbeid kunne kanskje vært å sende ut workshopguiden på forhånd, slik at deltakerne kunne forberede seg og tenke gjennom hvilke problemstillinger de vil ha fram. En annen erfaring var at det kan være krevende å skrive og lede gruppearbeidet samtidig, og ideelt sett kunne man hatt en fasilitator og en sekretær i hver gruppe, eller benyttet lydopptak.

## **4 Presentasjon og evaluering av resultater og innspill til forbedringer**

På den andre workshopen, som ble avholdt 5. desember 2022, ble det gitt en oppsummering av formålet og resultatene fra den første workshopen. Deretter ble to av personaene, Veronica og Harry, lest høyt for deltakerne i to versjoner:

- den opprinnelige lange versjon
- en kortere, faktabasert kulepunktversjon. Denne var basert på den lange versjonen, men mye av limet i fortellingen, som vi mente ikke hadde så stor relevans for selve utformingen av tjenesten, ble skrellet bort.

Årsaken til at vi ville forsøke to varianter av historiene var at noen av kommentarene fra den første workshopen tydet på at bedriftene var opptatt av tidsbruk og å få kort og konsis informasjon.

Det var 15 deltakere på den andre workshopen, hvorav de fleste (12) også deltok på den første workshopen. På tross av dette var de to presenterte personas- og kundereisebeskrivelsene ukjente for flertallet av deltakerne. Dette fordi deltakerne i den første workshopen var delt i fire grupper, så det var kun en fjerdedel som kjente til hver av historiene fra før. Dessuten var det gått over et halvt år mellom workshopene, slik at de av deltakerne som eventuelt kjente historiene kan ha glemt en del detaljer. Etter presentasjonen ble det delt ut et spørreskjema med spørsmål om i hvilken grad deltakerne hadde kjennskap til funksjonsnedsettelsene som ble presentert, og om de lærte noe nytt fra de ulike historiene. Til sist fikk de spørsmål om hvilken variant de likte best, den lange eller den korte.

Deretter ble resultatet av evalueringen og tilbakemeldingene fra den første workshopen presentert og deltakerne ble invitert til å kommentere og gi ytterligere innspill til metode, opplegg og videre arbeid.

## 4.1 Vurdering av beskrivelser og innspill til forbedringer

Det kom inn 6 svar på spørreskjemaene, 2 fra bedriftsdeltakere og 4 fra potensielle gjester. En grunn til at vi kun fikk inn halvparten så mange skjemaer som deltakere kan ha vært at noen satt sammen og fylte ut skjemaene.

Bedriftsdeltakerne oppga at de hadde lav kjennskap til utfordringene som ble presentert på forhånd. De gav her 2 på en skala fra 1-5 hvor 5 er best. De ga maks skår på spørsmål om de lærte noe nytt. Gjestene oppga at de stort sett hadde ganske god kjennskap til utfordringene fra før (skår fra 3-5), og de svarte at de lærte middels mye (her ga de stort sett 3-ere). Flere kommenterte at de fikk større bevissthet om hvor nøye alt må planlegges og hvor lite som skal til for at noe kan skjære seg. Det ble kommentert at det er behov for mer bevisstgjøring generelt om denne typen utfordringer og behovet for forutsigbarhet.

Alle unntatt én likte den lange historien best, mens den siste deltakeren syntes begge versjonene var gode. Også i plenumsdiskusjonen ble det kommentert at den lange historien var best. Flere mente at den lange historien følte mer interessant, at man fikk flere knagger å henge informasjonen på og at det var mer engasjerende. Det ble også kommentert at standarder for reiselivet kan være vanskelige å forstå og at de presenterte historiene sånn sett var enklere og mer relevante. Også det at historiene tar utgangspunkt i lokale forhold kan være viktig. Det er enklere å relatere seg til historiene når de handler om egne produkter og arbeidshverdager.

## 5 Diskusjon

Generelt ble den inkluderende personas- og kundereiseworkshopen godt mottatt av deltakerne. Gjestene gav gode skår på det meste, med noe svakere evaluering av lokalene. Bedriftsdeltakerne ga noe svakere evaluering generelt, men relativt gode skår på nye innsikter og læringseffekt.

Evalueringen og tilbakemeldingene tydet på at gjestene likte metoden og tilnærmingen noe bedre enn bedriftsdeltakerne. Dette kan henge sammen med flere ting. Gjestene fikk sitte i førersetet og fikk formidlet mye gjennom denne metoden. Påskjønnelsen av gjestene i form av samvær og lunsj kan også ha bidratt til en positiv evaluering fra gjestene. Kommentarer og innspill fra begge workshopene tyder på at bedriftene er opptatt av tidsbruk og effektivitet. Det at den første workshopen i praksis tok en arbeidsdag (fem timer pluss reise), kan være en viktig årsak til den noe svakere vurderingen fra dem.

Det at samtlige var enige om at den lange historiefortellingen var best kan tyde på at selve fortellerformen er bra, men at det er behov for å se på om man kan effektivisere produksjonen av dem. En usikkerhet her er selvsagt at historiene var forskjellige, og at det var relativt få deltakere. Likevel er det at flest foretrakk den lange historien helt i tråd med teorien bak bruk av personas- og kundereisemetodikk. Her er argumentet nettopp er at historiefortellingsaspektet er viktig for forståelse, empati, læring og hukommelse.



Et forslag som kom i diskusjonen i den andre workshopen hvor vår tilnærming ble diskutert, var at gjestene kunne lage personas- og kundereisefortellinger som så kunne presenteres for bedriftsdeltakerne i mindre grupper. Det ville redusere tidsbruken, og samtidig gi bedriftene anledning til å stille spørsmål og komme med synspunkter. På bakgrunn av dette kunne man eventuelt justere fortellingene. Det er viktig ikke å miste dialogen mellom gjestene og bedriftene, da den første workshopen også demonstrerte hvordan gruppearbeidet førte til utveksling av informasjon og erfaringer, ikke bare fra gjestene til bedriftene, men også den andre veien. Det kom også andre forslag til forbedring av metodikken, som utsending av workshopguiden i forveien, strengere gruppeledelse, samt ønske om en oppsummering med utfordringer og muligheter per personas. Alle gruppene lagde en kort oppsummering, men man kunne kanskje lagt enda mer vekt på utforskning av muligheter, nettopp for å utnytte muligheten for felles idégenerering.

Det vil stadig være en spenning mellom behovet for å få informasjon på en rask og effektiv måte, og det å få en dybdeforståelse som gir grunnlag for utvikling av tjenester som virkelig treffer målgruppens behov. Det er et behov for videre utforskning av denne balansegangen, og hvordan man kan formidle funnene på en best mulig måte. Flere var positive til en idé om å formidle personas- og kundereisehistoriene som korte skuespill. Dette er ikke en helt ny idé. Professor Alan Newell ved University of Dundee i Skottland benyttet denne metoden i flere vellykkede prosjekter for å designe teknologi for eldre og personer med funksjonsnedsettelse<sup>42</sup>. Newell hevdet at på tross av at det finnes en lang rekke standarder og retningslinjer, så gir ikke dette god nok effekt på design og utviklingsprosesser. Han mente derfor at det er viktig at designere utvikler forståelse for og empati med ulike grupper, og at historiefortelling og teater kan være gode måter å få dette til på. På Universitetet i Dundee er det til og med bygget en egen teatersal som benyttes i prosjekter og til å bevisstgjøre studenter og framtidige utviklere og designere.

Personas- og kundereisehistoriene i Vedlegg 1 viser at flere grupper har et stort behov for informasjon, planlegging og forutsigbarhet i forhold til sine behov. Generelt sett kan man si at personas og kundereisebeskrivelsene demonstrerer behovet for koordinering og tilgjengeliggjøring av informasjon og samarbeid mellom ulike deler av reiselivsnæringen. De viser også hvor viktig det er at den digitale informasjonen henger sammen med det fysiske tilbudet, og selvsagt at informasjonen er lett å finne, forståelig og universelt utformet.

---

<sup>42</sup> Newell, A. F., Morgan, M. E., Gibson, L. & Forbes, P. (2011). Experiences with professional theatre for awareness raising. *Interacting with Computers*, 23(6), 594–603. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2011.08.002>

## 6 Oppsummering og konklusjon

Denne rapporten beskriver resultater fra et lite forprosjekt, og vi kan dermed ikke trekke vidtrekkende konklusjoner. Vi har likevel fått erfaringer rundt bruk av metoden "inkluderende personas- og kundereiser". Dette bidrar til ny kunnskap og bekrefter tidligere funn. Vi har dokumentert og diskutert

- hvordan gjester med funksjonsnedsettelse opplever det å delta på personas- og kundereiseworkshop, og at det var overveiende positivt.
- at deltakere fra reiselivsnæringen også opplever metodikken som positiv, men at de i en hektisk hverdag også er opptatt av effektiv tidsbruk.
- erfaringer og innspill med tanke på tidsbruk, framgangsmåte, tilrettelegging osv. som kan bidra til å forbedre og effektivisere metoden.
- noen innspill til hvordan man kan bruke og formidle personas- og kundereiser

I tillegg til de endelige personas- og kundereisebeskrivelsene som ble utarbeidet, har vi lagt alt materialet som ble utarbeidet som vedlegg til denne rapporten. Dette inkluderer invitasjonsbrev, tidsskjema, workshopguide og evalueringsskjemaer. Virksomheter som ønsker å gjøre noe lignende kan ta utgangspunkt i og tilpasse dette. Med dette blir det enkelt å komme i gang. Vi anbefaler å lese kapittel 5 «Diskusjon» for å få tips til noen tilpassinger man kan vurdere.

Forskning tyder på at det å involvere kunder i samskaping kan bidra til innovative og mer tilpassede produkter og tjenester. Vi har fått bekreftet følgende om samskaping gjennom en inkluderende personas- og kundereiseworkshop:

- Det er relativt enkelt å involvere kunder med funksjonsnedsettelse i samskaping ved hjelp av personas- og kundereisemetodikk så lenge man har fokus på tilgjengelighet og universell utforming.
- Metoden er enkel å forstå og deltakere synes generelt sett at det er en engasjerende og morsom aktivitet.
- Metoden kan gi direkte og konkret informasjon og hindre feiltolkning og stereotyping av personer med funksjonsnedsettelse.
- Både de som deltok i samskaping av personas- og kundereisebeskrivelsene, og de som lyttet til formidling av de endelige beskrivelsene oppga at de lærte noe nytt om målgruppene.
- Metoden kan gi mer detaljert og konkret informasjon om behovene til personer med funksjonsnedsettelse sammenlignet med tilnærminger som baserer seg på generelle kunde- og markedsundersøkelser.
- Metoden kan gi god realisme – men ikke statistisk representativitet

Det er behov for mer systematisk sammenligning av styrker og svakheter ved denne metoden sammenlignet med andre metoder. Det er en oppgave som er for omfattende til at det ville være mulig i denne typen forprosjekt. Vi ser for oss at en kombinasjon av ulike metoder, både kvalitative og kvantitative, gi de beste resultatene med tanke på målet om et mer inkluderende reiseliv.

## 7 Anbefalinger for videre arbeid.

**Ytterligere forbedring av metoden inkluderende personas og kundereiser:** Det er behov for videre arbeid med å effektivisere metoden med tanke på tidsbruk og formidling av resultater. Bedriftene har behov for oppsummerende informasjon, samtidig som standarder alene har vist seg vanskelig å bruke.

**Effektive måter å formidle funn, bevisstgjøring og opplæring av ansatte i reiselivsnæringen:** Hvordan kan man formidle resultatene til flere ansatte på en god, effektiv og virkningsfull måte? Vil innspilling av personas- og kundereisefortellingene som små videoer eller podcaster være nyttig? Kan man for eksempel kombinere resultater fra inkluderende kundereiseworkshops med henvisninger til relevante kravbeskrivelser og standarder?

**Mer kunnskap om starten av kundereisen:** Reiselivsbedriftene ønsker mer detaljert kunnskap om starten på kundereisen for målgruppene, det vil si eldre og personer med funksjonsnedsettelse. De har lært at mange personer i disse målgruppene har et stort behov for planlegging, samtidig som de er veldig lei av å søke, lete og ringe. Selv om de allerede har oppnådd å få flere besøk fra personer med funksjonsnedsettelse, mener reiselivsbedriftene i kommunene Midt-Telemark og Nome at det er et stort potensiale for flere gjester fra disse gruppene. De har derfor behov for mer kunnskap om hvordan nå målgruppene på en best mulig måte. Hvilke kanaler kan man benytte, og hvilken informasjon er viktig å formidle? Kan man supplere informasjon fra inkluderende personas- og kundereise workshops med en spørreundersøkelse rettet mot eldre og personer med funksjonsnedsettelse? Her kunne man f.eks. samarbeide med interesseorganisasjoner for å distribuere undersøkelsen.



# Vedlegg 1. Personas og kundereisehistorier

## Om personasbeskrivelsene

Beskrivelsene er oppdiktet, men bygger på gruppearbeid med personer ulike typer utfordringer og behov. Se kapittel 3.1 for beskrivelse av metoden som ble benyttet.

### A: Anne - kvinne med ulcerøs kolitt og rullestol

**Kjønn:** Kvinne

**Fornavn:** Anne

**Alder:** 43

**Livssituasjon:** Anne er alenemor og har en gutt på 10 og datter på 7, som begge er medlemmer i speideren.

**Bosted / kommune:** Bor i Bamle og skal til Bø i sommerland med to barn.

**Personlighet:** Anne er en rolig og litt beskjeden person samtidig som hun er ganske sosial. Hun ønsker å bidra til å legge til rette for gode opplevelser for barn og voksne og er opptatt av å se det positive i hverdagen.



#### **Eventuelle sykdommer, funksjonsnedsettelse og andre utfordringer:**

Anne har ulcerøs kolitt og irritabel tarm, det vil betennelse i tykktarm og endetarm. Det betyr at hun må på toalett rundt 15 ganger om dagen. Hun forsøker å unngå sterk mat med mye krydder. Den siste tiden forsøker hun å gå på FODMAP dietten for å se om det kan bedre tilstanden. FODMAP dietten er en forskningsbasert diett som kan hjelpe ved noen mage og tarmutfordringer. I tillegg sitter hun i rullestol på grunn av en muskelsykdom. Hun har ledsagerbevis utstedt av kommunen hun bor i.

**Bruk av hjelpemidler (digitale og andre hjelpemidler):** Hun har et «dokort» som hun fikk tilsendt da hun meldte seg inn i Mage-tarmforbundet. Det er et kort hvor det står på norsk og engelsk at man har en tarmsykdom og kan ha behov for hurtig tilgang til toalett. Det finnes både i fysisk og digital versjon, og kan vises når hun f.eks. er i butikker og på andre offentlige steder. Erfaringen er at det å vise dokortet gjør at folk ofte viser både velvilje og forståelse for at man kan ha akutt behov for tilgang til toalett.

Anne bruker en vanlig manuell rullestol som er gjort om til en enkel elektrisk rullestol. Den veier kun 8 kilo og kan slås sammen. Batteriet sitter under stolen. Den bruker ikke så mye strøm, men det er veldig viktig å huske laderen når hun er på reise. Det holder som regel å lade om natta. Hun klarer seg selv hjemme, og der kan hun også gå litt rundt med rullator ettersom hun ikke har dørstokker.

Hun har også egen bil som er tilrettelagt for henne, samt handicap-bevis eller såkalt HC-kort (Parkeringsstillatelse for forflytningshemmede). Dette er utstedt av kommunen. For å få HC-kort må man kunne dokumentere at man har et særlig behov for å parkere nær spesifikke steder, slik som bosted, arbeidsplass, skole eller i forbindelse med annen aktivitet. Anne har fått HC-kort fordi hun sitter i rullestol og har store vanskeligheter med å bevege seg over avstander. Dessuten har hun behov for raskt og lett å kunne parkere i nærheten av et toalett på grunn av mage- og tarmutfordringene hun har. Anne har alltid liggende en bag med skift i bilen samt litt nødproviant i tilfelle hun ikke får tak i mat hun tåler.

**Interesser/hobbyer:** Anne strikker en del på fritiden. Ellers er hun opptatt av å følge med på det barna gjør. Hun er med i styret i speiderforeningen, og har også meldt seg inn i mage- og tarmforbundet.

**Planlagte reisemål og reisefølge:** Barna til Anne har lenge mast om å få dra til Sommarland i Bø. Hun vurderer derfor dette. Hun har en venninne på egen alder, rundt 40 år som har tilbudt seg å være med som ledsager på en ferietur.

**Sitat:** «Jeg har i grunnen nok med sykdommer og utfordring om jeg ikke skal gå å være sur i tillegg!»

### 7.1.1 Informasjonsinnhenting

Før Anne bestemmer seg for å reise noe sted er hun avhengig av å planlegge og orientere seg godt. Hun starter derfor vanligvis dette arbeidet i god tid, for dersom hun ikke finner den informasjonen hun leter etter, kan det hende hun har behov for å sende en e-post med spørsmål til reisestedet.

Anne har behov for å finne mest mulig informasjon om tilgjengelighet for rullestolbrukere generelt. Dessuten trenger hun å vite hvor det er toaletter, om tilgjengeligheten til toalettene og hvor langt det er mellom toalettene. Når hun skal ut og reise er hun nøye med å undersøke dette både for selve reisen og for reisemålet. Ettersom Anne er rullestolbruker er det viktig at det er lett å få parkert i nærheten av steder med toaletter langs reiseveien. Anne bruker også god tid på informasjonsinnhenting om selve reisemålet. Hun bruker både generelle google-søk og hjemmesider til ulike reisemål.

Det er generelt sett veldig vanskelig å finne god informasjon om tilgjengelighet til spisesteder og toaletter på veien. Anne søker etter steder hvor det er skyvedør med automatikk inn til toalettet, men det er vanskelig å oppdrive. Det er dessuten vanligvis mangelfull informasjon om dette. Hun blir ofte nødt til å ringe til steder eller sende e-post for å skaffe mer informasjon enn det hun klarer å finne på nett. Generelt tenker Anne at det er en fordel med glassfiberdører fordi de er lette og tåler å bli vasket med klorvann. Det at døra går igjen av seg selv er viktig fordi hun har vanskeligheter med å strekke seg, og da får hun ikke til å dra døra igjen etter seg. En gang Anne var på hotell foreslo hun de kunne ha en snor på døra til toalettet, slik at det ble lettere å dra den igjen, men det var visstnok ikke lovlig på grunn av sikkerhet. Barn kunne for eksempel hekte seg fast. Anne opplever ofte at det kun er et handicaptoalett, og da

kan det lett bli en utfordring med venting dersom det er flere som sitter i rullestol som er på stedet samtidig.

## Planlegging

Barna til Anne har mast i flere år om å få reise til Sommarland i Bø. Spesielt har de lyst å prøve Sommarlandelva som er en kunstig elv hvor det kommer bølger av og til.

Anne begynner å orientere seg på nettsidene til Visit Bø, både på aktuelle overnattingssteder og nettsidene til Sommarland i Bø. Videre googler hun alle mulige stopp på hele reiseveien fra Bamle til Bø for å skaffe seg best mulig oversikt. Hun søker på tilgjengelighet med rullestol og spesielt på plassering av toaletter. Hun finner at Sommarland i Bø tilbyr gratis inngangsbillett til ledsager med ledsagerbevis.

Hun finner en god del nyttig informasjon på nettsidene til Sommarland i Bø, blant annet informasjon om stigningsgrad på gangveier og anbefalt rute for personer i rullestol eller med barnevogn og lignende.

Anne benytter ofte dokortet som hun har fått gjennom [Mage-tarmforbundet](#). En utfordring er at det er varierende kjennskap til de mange ulike ordningene som finnes, Dermed fungerer de enkelte ordningene ikke helt optimalt. Gjennom bekjente har hun fått tips om at hun bør være på utkikk etter solsikkemerket. Dette er et diskret merke som personer med en usynlig funksjonsnedsettelse kan ha på seg for å vise omgivelsene at man har behov for ekstra assistanse, hjelp eller rett og slett litt ekstra tid. Hun finner ut at Sommarland i Bø tilbyr personer med en usynlig funksjonsnedsettelse et solsikkebånd som er laget med fokus på sikkerhet og bruk i bademiljø. De ansatte har fått opplæring i hva solsikkebåndet betyr og hvordan de skal gjenkjenne merket. Dette synes Anne høres veldig lovende ut.

Ettersom det er ekstra viktig for henne å kartlegge tilgjengelighet til toaletter, sender hun en e-post til Sommarland i Bø hvor hun forklarer at hun sitter i rullestol og at hun vil ha med seg sine to barn på 7 og 10 år. Hun spør om hvordan inngangspartiet og toalettfasilitetene er og hvor lang tid hun må forvente å stå i kø. Hun spør også om hvilke aktiviteter hun kan delta i, for hun ønsker jo å være med være med på mest mulig. I allfall er det viktig at hun med rullestol kan komme så nærme som mulig slik at hun kan se på det barna gjør. Hun lurer også på hvordan hun kan komme ut i bassengene, og særlig i Sommarlandelva, ettersom dette er noe av det barna hennes gjerne vil prøve. Hun har erfaringer fra et basseng på hjemstedet hvor det er heis ned i bassenget slik at hun enkelt kommer seg uti vannet.

På e-post svarer Sommerland i Bø at det er veldig individuelt og varierende hva som er mulig og ikke. Det er veldig mange faktorer som spiller inn på hva som kan være en god opplevelse for den enkelte og hva som er mulig. Det kommer an på mange ting, som hvor bevegelig hun er, hvilke interesser hun og barna har osv. Derfor vil de veldig gjerne snakke med henne om mulighetene slik at hun får en best mulig opplevelse. De foreslår at hun kan oppgi telefonnummer og et tidspunkt hvor de kan ta kontakt.

En person fra Sommarland i Bø ringer Anne på avtalt tidspunkt. Hun får vite at det er badevakter absolutt overalt, og at man kan avtale hjelp på forhånd eller be om hjelp

der og da. De vil også gjerne informere om sikkerhetsreglene for barna og muligheten for å henvende seg til badevakter. I tillegg kan de informere om hvor det er liggeskiftplasser dersom det er behov for det, og hvor det er unisex sanitær-anlegget. De forteller at det er mulig å trille en rullestol ned i to bassenger, i Sommerlandelva og i Beverstranda. Anne spør om det er håndløpere og heis ned i elva, men får vite at det ikke er det. Hun lurar på hvorfor de ikke kan ha heis slik som svømmehaller har. Hun får da vite at Sommarland i Bø oppfyller alle relevante Europeisk lover og regler og at det er et annet regelverk for innretninger som er definert som en attraksjon enn for et basseng i en svømmehall. Det er viktig å huske at dette er en attraksjon med store krefter i sving. I en attraksjon er det ikke lov til å ha en fastmontert heis eller håndløper, eller i det hele tatt noe man kan sette seg fast i. Det ville kunne utgjøre en sikkerhetsrisiko. Men, sier de, hun kan antagelig få lov til å komme ned i bassenget f.eks. med hjelp fra en ledsager eller med hjelp fra en medarbeider i Sommarland, dersom dette avtales på forhånd.

I samtalen diskuteres også et scenario hvor Anne plutselig må på do og trenger hjelp samtidig som barna er i bassenget. Da kommer de blant annet inn på sikkerhetsregler for barna, kravene til tilsyn fra foresatte og hvorvidt venninnen kan være i bassenget med barna mens Anne f.eks. kan gi beskjed til en badevakt som kan tilkalle noen som kan følge henne til toalettet. Det understrekes at hun kan få følge til toalettet, men ikke inn på toalettet. De ansatte skal ikke være i et låst rom alene med gjester og heller ikke ta på gjestene. Anne spør hvorvidt ungdom med sommerjobb har fått opplæring og får vite at de har det, og at det er forskjell på ansvaret til de ansatte avhengig av alder. Badevakter med gule skjorter er over 18 år. Anne spør om Sommarland i Bø tar hensyn dokortet. Hun får til svar at de ikke har kontroll på køen på toalettene, og sånn sett ikke har innført dette. Men hun kan eventuelt ta med dokortet og vise det frem for å få forståelse fra andre som står i kø.

## **Bestilling**

Etter all informasjonsinnhenting og samtalen med Sommarland i Bø bestemmer Anne seg for å ta sjansen på å reise dit. Hun synes hun har fått veldig bra informasjon både med beskrivelser av toalettene og framkommelighet med tanke på stigningsgrad på gangveier. Hun syntes også at samtalen om adkomst til bassenger og assistanse osv. var positiv. Det var tydelig at de hadde en god del greie på hvordan tilrettelegge for gjester med ulike behov og at de ønsker å finne løsninger. Kontakten så langt tydet på at de har gode holdninger. Dessuten ser det ut til at man aldri er mer enn et par minutter unna et toalett. Men, for å unngå for mye folk og lange køer, spesielt på toalettene, tenker Anne at det er best å dra utenfor høysesongen, f.eks. en ukedag i juni eller august. Hun finner ut at de vil dra den første mandagen etter at skoleferien har begynt.

Hun bestemmer seg for å bestille en todagers billett til Sommarland i Bø med to overnattinger på en hytte. Hun legger merke til at Telemark Kanalcamping har kart med informasjon om tilgjengelige toaletter og bestemmer seg derfor for å bestille overnatting der. Ettersom det kan være utfordringer med toaletter på busser, bestemmer hun seg for å bruke egen bil som er tilrettelagt for henne.



## **Reisen til Telemark kanalcamping og Sommarland i Bø**

De reiser slik at det passer å spise middag på en kro på veien, og med god innlagt tid til ekstra dostopp underveis. Når de stoppet for å spise middag, spør Anne servitøren om innholdet i de ulike rettene. Hun spør om det er mulig å tilpasse enkelte retter til FODMAP dietten. Servitøren var litt usikker og hentet derfor kokken slik at de to kunne bli enige om hvilken mat Anne kunne bestille. For at turen skulle bli best mulig for dem alle var det veldig viktig for Anne ikke å få i seg noe som kunne forverre tarmsykdommen. Hun var derfor veldig glad for at kokken var kreativ og villig til å tilpasse maten til hennes behov. Ellers hadde hun vært nødt til å bruke nødprovianten som hun alltid har liggende i bilen

Da de kom fram til Telemark Kanalcamping var Anne opptatt av å orientere seg om hvordan ting var i praksis, og spesielt i å få oversikt over toalettene på området. Hun hadde jo googlet seg til at dette var den best tilrettelagte plassen for hennes behov i nærheten av Sommarland i Bø, men som hun ofte sier: Det å se det på nett er én ting, og det å se det i virkeligheten er noe annet. Er det faktisk så handikapvennlig som man får inntrykk av på nettsidene? Det kan jo skje endringer eller oppstå midlertidige hindringer, så det er alltid lurt å ta en ekstra sjekk for å være på den sikre siden.

For Anne var det derfor utrolig godt å komme til campingplassen og se fasilitetene. Det nye toalettbygget så supert ut, og det var fint vær og barna fant raskt ut det var mange aktivitetstilbud, både bading, SUP og kano. Det fine var også at det var mulig å komme helt ned til vannkanten med rullestol, slik at Anne kunne se på barna når de koste seg.

Selv om alt er godt planlagt kan det jo skje uforutsette ting, og det må man jo bare ta på strak arm. Som for eksempel at venninnen til Anne hadde glemt badedrakten. Venninnen lurte på om hun kunne låne bilen til Anne for å forsøke å finne en butikk i nærheten med salg av badetøy. Det var greit for Anne, men under forutsetning av at venninnen var nøye med å legge vekk handicapbeviset. Dette fordi HC-kortet er personlig, og det er ulovlig å kjøre rundt med handicapbeviset synlig uten at den som eier det er med. Anne vet at hun i verste fall kan risikere å miste kortet dersom noen andre blir tatt i å kjøre og parkere med hennes kort synlig i bilruta. Venninnen til Anne fant heldigvis raskt et sted hun kunne kjøpe badedrakt, og barna fikk benyttet mange av aktivitetstilbudene både på campingplassen og i Sommarland i Bø.

## **Oppsummering**

Alt i alt ble det en veldig god ferieopplevelse. Dette skyldtes både at reisemålene hadde god informasjon om universell utforming og tilgjengelighet, at Anne var tidlig ute med sine forberedelser og undersøkelser. I tillegg var det mulig å snakke med løsningsorienterte personer på reisemålene som hadde god oversikt over tjenestetilbudet for personer med funksjonsnedsettelse og dessuten positive holdninger og ønsker om å finne gode løsninger.



## B: Vigdis - hesteinteressert dame som er sterkt svaksynt

**Kjønn:** Kvinne

**Navn:** Vigdis Steinsdottir

**Alder:** 43 år

**Bilde:** Mørkt hår, 165 cm, attraktiv

**Bosted:** Fyresdal. Kommer opprinnelig fra Island, men hadde en opprørsperiode da hun var 15 og flyttet til Norge.

**Livssituasjon:** Skilt, ingen barn

**Personlighet:** crazy, aktiv, utadvendt

**Funksjonsnedsettelse:** Hun har blitt sterkt svaksynt på grunn av Aldersrelatert maculadegenerasjon (AMD). Dette er en øyesykdom der den gule flekken (macula) sentralt i netthinnen er svekket. Sykdommen omtales ofte som en svekkelse av skarpsynet.

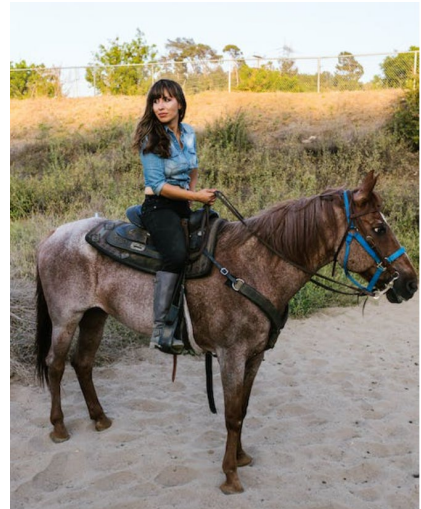
**Interesser:** Dyr, friluftsliv, reise

**Forventninger.** God opplevelse

Planlagte reisemål: Bø

Reiser sammen med: Alene

**Planlagte aktiviteter:** Ridning, gå på Lifjell til Øysteinnatten. 3 netter på Lifjellstua.  
Sitater: "Kjærlighet gjør blind, men du får synet tilbake når du gifter deg"



### Informasjonsinnhenting:

Vigdis finner informasjon om Bø som reisemål på nettet etter å ha blitt anbefalt det av venner og bekjente i Blindeforbundet. Hun bruker iPhone med programmet Voice-Over/syntetisk tale. Hun opplever nettsidene (og destinasjonen) som godt universelt utformet og blir positivt overrasket. Vigdis gjør bookingen på nettet. Hun sender så SMS til kontaktpunktene og gir beskjed om at hun har en synshemming og vil ha solsikkermerket. Hun tar selv ansvar for å booke riktig tur på ridninga. Hun har drevet litt med hester på Island, foreldrene har drevet mye med hest. Hun trives med å være ute i naturen, så hun gleder seg til ridetur. Hun har vært i Bø før for å kjøpe fôr til hestene hun har hjemme på Felleskjøpet.

### Hva betyr det for Vigdis å reise alene?

For Vigdis som er sterkt svaksynt krever det å reise alene at hun må

- planlegge godt på forhånd
- være utadvendt, stole på seg selv og tørre å spørre
- tørre å bruke hvit stokk
- sjekke på forhånd at det er tilrettelagt

- si ifra til hotellet at hun er sterkt svaksynt og at det er viktig at de kan tilrettelegge på best mulig måte for henne.
- be om et rom i nærheten av resepsjonen slik at hun enklere kan finne frem, og ikke må gå hit og dit for å finne rommet.
- be om hjelp til å finne ut hva som er hva på matfatene når hun skal spise (det er ofte for liten skrift på skiltene ved maten)

### **Planen til Vigdis er:**

Mandag: Reiser og kommer opp på Lifjellstua, spise og ett par glass.

Tirsdag: Ridning med Bø og Lifjell Turridding.

Onsdag: Gåtur til Øysteinnatten. Ta seg en Lindheim øl på toppen.

Torsdag: Hjem igjen.

### **Reisen**

Vigdis tar buss fra Fyresdal til Bø, med stopp og bytte av buss i Seljord. Hun finner info om bussturen på nettet. Hun har bestilt buss mange ganger, så det går fint. Hun er også kjent i Seljord. Det går fint å bytte ettersom bussen går og kommer på samme stopp. Hun har med den hvite stokken for å få mer forståelse. Hun har TT kort. TT står for tilrettelagt transport, og er et tilbud om alternativ transport for personer som har vansker med å bruke kollektivtransport på grunn av nedsatt funksjonsevne eller sykdom.

Bussturen gikk dessverre ikke smertefritt. Da hun gikk på bussen ga hun beskjed til sjåføren om at hun ville at han skulle si ifra når de kom til stoppet hennes, men han glemmer å si ifra. Derfor går hun av bussen for sent. Hun gikk av bussen på Beverøya. Hun tenker at hun for å komme videre må ta taxi med TT kortet. Dette er hun ganske misfornøyd med, da hun ikke ønsker å bruke TT kortet unødvendig. Det er et begrenset antall turer på TT-kortet.

Vigdis er sulten og bestiller en løvstekburger fra Stasjonsbua. Hun ser ikke skiltene på bua, så det er litt kjipt. Men hun vet hva hun skal ha. Ved bua står det en Volvo 240 med en råner som hun haiker med for å spare TT kortet. Hun trodde han var ganske ung og kjekk, men oppdaget rynkene i sidesynet da hun satt seg i bilen. (Den bommen var en negativ opplevelse på turen.)

Vigdis ankommer Lifjellstua: Her er det dessverre mørke ganger og mørke farger på møbler. Hun strever med å se og finne frem, men heldigvis er det rekkverk på trappa. Hun har med lupe og lommelykt. Da hun ankommer Lifjellstua har de gjort feil - hun har ikke fått eget toalett og dusj på rommet. Hun får litt hetta og blir stressa. Men Gunhild, vertinnen på Lifjellstua, fikser opp i det. Heldigvis får hun også et rom som er nær resepsjonen og restauranten. Hun innlosjerer seg på rommet, og går deretter opp og kjøper en Glekse øl og setter seg på verandaen for å roe nervene.

Når Vigdis skal spise på Lifjellstua er matskiltene for små, og menyen altfor liten. Hun ber servitøren lese opp menyen, men skulle ønske de hadde punktskrift. Hun liker ikke å være for mye til bry. Hun blir glad for at middagen blir servert ferdig på tallerkenen, og at servitøren har lært seg å forklare hvor på tallerkenen maten er

plassert ved hjelp av klokka. Da tenker man på tallerkenen som en urskive, og bruker klokkeslettene til å forklare hvor de ulike ingrediensene er plassert. Servitøren forklarer at salaten ligger fra tolv til tre, gryteretten fra tre til seks og risen fra seks til ni osv. Til frokost må hun ha hjelp da hun ikke klarer å se hva som er på bordet, og skiltene er for små.

## **Aktivitet, Østeinnatten**

Hun har med ledsager som kan ledsagerteknikk på denne turen. De bruker 3 timer, med pause på toppen. Her nyter de et glass iskald øl. Vigdis har undersøkt turen på forhånd, og hørt mye bra om den. Hun har bra turutstyr og gode sko. Turen går fint på grunn av god ledsager.

## **Aktivitet, ridning**

Deretter blir hun transportert ned til hestene. Hun har ringt på forhånd, og Ragnhild henter henne på Lifjellstua. Det blir ridetur til Krinto. Hun undersøkte hvordan terrenget opp til Krinto er på turen i går. Hun får utdelt en hest med kontrastfarger og etter sin personlighet. Etter en god prat med Ragnhild har de planlagt en egen tur for henne. Hun kommer seg opp på hesten og ut på tur, forbi vinterland, der det er smalt, steinete og bratt. Hestene går turen to ganger om dagen, så hestene kan stien godt. Ragnhild må være flink til å forklare stien, "nå kommer dette partiet". Det er viktig hele tiden å forklare hva som skjer fremover.

Vigdis sier ifra at hun vil at Ragnhild skal synstolke for henne, det vil si å beskrive det hun ser rundt seg. Ragnhild er godt trent på dette. Vigdis er litt høyderedd, noe som betyr at Ragnhild må være enda nøyere med å forklare veien når de rir nedover. Ragnhild kjører Vigdis tilbake til Lifjellstua etter endt ridning.

Vigdis tar en spontanavgjørelse og overnatter en ekstra natt på Breiva Gjestegaard og Glamping. Hun møtte en trivelig kar da hun satt i baren på Lifjellstua kvelden før, og de avtalte å møtes på date på Breiva. Dette passer Vigdis og hennes friluftsinteresse.

Vigdis prøver å ringe råneren fra dagen før for å få han til å kjøre henne, men han svarer ikke. Hun bestiller taxi til matbutikken, ettersom hun ønsker å handle noe mat. Vigdis vet ikke om Arnts (date) mage-tarm problematikk, og kjøpte noen laktoseprodukter. Han vet heller ikke om hennes synsutfordringer (hun hadde ikke med den hvite stokken til baren). Hun er god på hvite løgner og ønsker jo å være som "alle andre".

Da hun ringte og booket overnattingen på Breiva Gjestegaard og Glamping fortalte hun at hun er svaksynt, men hun gjorde ingen research og planlegging ut over det. Hun er derfor litt spent på hvordan stedet er tilrettelagt. Det er bra lys i spisesalen, og hun sonderer teltet for å vite hvor ting ligger (hun vil ikke vise sårbarhet). Hun er fornøyd med at det er kontraster i teltet. Det største problemet er å gå stien fra teltet og på do, da hun ikke ønsker å bruke stokken. Hun må sondere terrenget i forkant. Hun fikk ikke telt nærmest doen på grunn av sen booking. Hun har også booket svevetelt. Hun finner ut at det noe besværlig å gå ut til doen når det er mørkt, så hun

bruker ei bøtte denne kvelden.

Vigdis lager en gryterett og Arnt ankommer. Han har med seg en flaske whisky. Det er god stemning. Det blir problemer for Arnt etter middagen fordi han har mage-tarm-problematikk og det er for langt til toalettet. Det går galt og han rekker ikke frem til toalettet. De forteller om hverandres utfordringer og det blir en happy ending, men fortsettelse følger ....

## **Oppsummering**

Den største utfordringen generelt: Nettbooking og å finne god nok informasjon. Nettsiden er utfordrende. Det å være på Lifjellstua og Breiva (da det er for mørkt). Spesielt på utsiden og når det er mørkt.

Hva slags tiltak burde Breiva gjøre: Flere utelamper, og flere lyspunkter fra teltene til toalettene. Viktig med rekkverk på veranda og gule markeringer på trappene (blant annet ved teltene). Det bør være bilvei frem til i hvert fall ett av teltene.

Viktig bemerkning: det finnes mange ulike øyesykdommer som gjør ting veldig annerledes. Det er fint vær når hun reiser, men det kan være annerledes når det er dårlig vær.

Innspill til reiselivsnæringen: Bussjåfører må bevisstgjøres om viktigheten av å informere bedre om stoppesteder. Man bør se på tilrettelegging på Lifjellstua. Det er veldig viktig å ta hensyn til tildeling av rom og hvordan dette er plassert. Her bør man tenke på tilgjengelighet til spisesal, hvordan man finner fram og hvordan man kommer seg inn og ut av bygget. Det er også viktig å tenke på hvordan man blir mottatt når man er åpen om at man har en funksjonshemming. De bør ikke være redde for å snakke om hvordan best tilrettelegge og møte gjesten. De ansatte må ikke være bedrevitere, de bør ikke dra en i armen, og man må bli møtt med respekt.

## C: Harry - pårørende til person med fibromyalgi

**Kjønn:** Mann

**Navn:** Harry

**Alder:** 59

**Livssituasjon:** Harry er gift. Kona er 62 og heter Gunda. De har to barn sammen, en sønn, Terkel på 28 år og en datter, Tiril på 32 år. Sønnen har en sønn og dattera har to døtre: Gutten (3) heter Truls, og jentene (5) heter Siv og Gerd. Dattera bor i Bø og sønnen bor i Trondheim. Harry jobber i barneskolen. Gunda jobber i barnehagen og er 50% ufør.

**Bosted / kommune:** Herre i Bamble kommune ved Skien

**Personlighet:** Harry er en trivelig bestefar. Han er utadvendt sosiolog som holder på med alt mulig. Han elsker barnebarna sine.

### **Eventuelle sykdommer, funksjonsnedsettelse og andre utfordringer:**

Kona til Harry, Gunda, har fibromyalgi som fører til vedvarende smerter i muskulatur i hele kroppen. Symptomene på sykdommen er kroniske smerter og fatigue. Hun blir fort sliten, samtidig som hun sover lite. Harry og Gunda har briller. Harry har dessuten blødersykdom og nedsatt hørsel pga. arbeidet i barneskolen. Et av barnebarna, Gerd, har mild grad av cerebral parese (CP). Graden omtales som "liten skade". Hun henger med i barnehagen, men klarer ikke like mye som de andre barna.

**Bruk av hjelpemidler (digitale og andre hjelpemidler):** Harry bruker høreapparater. Familien til dattera Tiril, har en sammenleggbar vogn som barnebarnet Gerd med CP kan bruke når hun trenger å hvile.

**Interesser/hobbyer:** Harry gjør slektsforskning på dataen og leser mye. Harry og Gunda sykler med El-sykkel og er aktive innenfor foreninger: Gunda synger i kor, mens Harry er med i Lokalrevyen. De har en forestilling per år der begge står på scenen. Han elsker det. I tillegg er Gunda med i lokallaget til fibromyalgiforeningen, og Harry deltar på noen arrangementer i Hørselshemmedes landsforbund. Av og til inviterer Gunda til kaffe og kaker. Da kjøper hun kakene, mens hun baker boller selv.

**Forventninger til reisemålet:** Hele familien skal samles fordi de vil feire 60-årsdagen til Gunda i juli.

**Planlagte reisemål:** Harry la vekt på å finne et reisemål som var enkelt for barnebarnet som har CP. De landet på Bø. Harry og Gunda reiser til og fra Bø med båt på Telemarkskanalen og vil overnatte på Bø hotell. Sønnen fra Trondheim vil campe på Beverøya camping med familien.



**Reiser sammen med:** Harry reiser med kona si ("kjerringa"), sønnen Terkel kommer med ektefellen og barnebarnet Truls, og dattera kommer med samboer og de to jentene Siv og Gerd. Til sammen er de ni personer.

**Planlagte aktiviteter:** Hele familien skal møtes til bursdagsmiddag for Gunda på Bø hotell. Barnebarna skal kose seg i svømmebassenget til Bø hotell og besøke Sommarland i Bø en dag.

**Sitater:** «Jeg vil støtte kona mi. Hun ønsker ofte mer enn hun får til. Hun gjør mer enn hun makter. Hun bruker mer energi enn hun har råd til. Jeg synes at kjerringa tar på seg altfor mye. Hun sier alltid ja, og så kommer smellet etterpå.»

## Historie

Harry ønsker å overraske kona si med en hyggelig langhelg som inkluderer mange aktiviteter: en avslappende båttur på Telemarkskanalen, et hyggelig hotellopphold der de kan spise en deilig bursdagsmiddag, samt aktiviteter med barna og barnebarna. Han vet at barnebarna liker å bade og leke i vannet og ønsker derfor et barnevennlig svømmebasseng uten mange trapper. Det bør også være heis opp til rommene eller rom i første etasje.

Barnebarnet Gerd med CP går i barnehage, men hun klarer ikke like mye som de andre barna, og hun kan ikke løpe. Det går på balanse og hun kan få slitasjeskader i løpet av livet. Hun kan få raskere plager og overbelastning i kroppen og skjelett. Hun trenger litt ekstra hjelp for å gå langt. Bø Sommarland er et svært område. Samtidig er det tungt å bære en unge på fem år. Derfor trenger de en lett vogn.

Familien til Harry og Gunda vil feire 60-årsdagen til Gunda i juli. Harry passer på at han tilpasser reisen til Gundas behov. Harry og Gunda kan gjøre mindre pga. fibromyalgien hennes. Smerte eller fatigue stopper for mye aktivitet. Harry er en tålmodig pårørende som hjelper kona så godt han kan. I noen tilfeller betyr det at han lar henne trekke seg tilbake for å kunne hvile en stund.

## Informasjonsinnhenting og planleggingen

Harry planlegger turen sammen med barna sine. Harry får informasjonen sin hovedsakelig på nettet. Han bruker Visit Telemark og Visit Bø sine nettsider, [www.visittlemark.no](http://www.visittlemark.no) og [www.visitbo.no](http://www.visitbo.no). Alt er samlet der og derfra blir han også henvist til nettsidene til Bø hotell Telemarkskanalen, Bø hotell, Bø camping og Bø Sommarland, [www.telemarkskanalen.no](http://www.telemarkskanalen.no), [www.bohotell.no](http://www.bohotell.no), [www.bocamping.no](http://www.bocamping.no) og [www.bocamping.no](http://www.bocamping.no). Ellers bruker han Google for å finne den informasjonen han leter etter. Siden Harry bestiller i god tid, finner han noen rimelige pakkepriser for Bø hotell og Bø Sommarland. Han informerer sønnen Torkel om en tilsvarende pakkepris for Bø Camping.

Harry er ikke redd for å ringe i telefon. Han sjekker for eksempel hos hotellet om det er ledige rom i nærheten av heis og hvordan bassengområdet er. Ansatte der gir ham



noen gode tips, ellers får han god nok informasjon på nettet. Han ser etter avgangstider for båten på Telemarkskanalen. Han ser etter blomsterbutikk i nærheten av hotellet.

Harry vet godt hva Gunda trenger av bekvemmeligheter. Gunda liker for eksempel god seng. Han ønsker også en fin restaurant på hotellet med kort avstand til rommene. Det er jo sekstiårsdagen hennes og da vil de litt luksus. Gunda får noen føringer om turen fra Harry, men han holder tilbake med detaljene for å overraske henne. Hun vet at det er bursdagsfeiring og hun vet at noe skal skje. Han later som om det er en tur for å besøke datteren i Bø. Gunda vet ikke at sønnen kommer fra Trondheim. Hun vet ikke om middagen heller. Harry vil overraske henne med et romantisk hotellopphold, en deilig middag og pene blomster.

Samtidig ser sønnen Torkel etter en campingplass for sin familie. Han vil gjerne være en uke i Bø for å kunne tilbringe noe tid med søstera Tiril før de drar videre til svigerforeldrene som bor på Sørlandet. Torkel ønsker seg en barnevennlig campingplass i nærheten av Bø Sommarland. Samtidig undersøker han om campingplassen er tilgjengelig nok, fordi han vet at både mora Gunda og niesa Gerd har behov for korte avstander og hvilemuligheter pga- sykdommene deres. Harry, Torkel og Tiril blir enige om aktivitetene de vil gjøre mens alle er i Midt-Telemark:

Harry og Gunda kommer med båt fra Skien. Familien skal møtes på hotellet på fredag der barna har mulighet til å bade i bassenget. Så skal barna leke på campingplassen lørdag formiddag, før hele familien skal spise en deilig middag lørdag kveld. Så skal de til Bø Sommarland på søndag, før Gunda og Harry reiser hjem igjen på mandag.

Dattera Tiril informerer dessuten faren sin om Solsikkemerket (<https://visitbo.no/universell-utforming/>) som er et program som hjelper med å assistere mennesker med usynlige funksjonsnedsettelse. I dette programmet kan Gunda få et bånd eller halskjede som signaliserer til ansatte i mange forretninger, butikker og steder i Bø, at vedkommende har en usynlig funksjonsnedsettelse og kan trenge spesiell assistanse. Solsikkemerket er støttet av steder som Bø Sommarland, Bø camping, Bø hotell og Bø senteret. Fordelen kan være at ansatte kan spørre Gunda og Gerd om de kan hjelpe dem, og at Gunda og Gerd kommer først i køen. Da slipper Gerd å vente for lenge i sola når hun ønsker å bruke skliene på Bø Sommarland, og Gunda kan få tilgang til prioriterte sitteplasser i rolige omgivelser. Harry og Tiril vet at deres kjære har god nytte av dette!

Fordelene med Solsikkemerket fikk Harry bekreftet når han ringer til hotellet som reserverer rom til dem i første etasje, med god avstand mellom alle dører, få terskel i hele hotellet og terskelfri hage. Mer informasjon får Harry når han ringer til Visit Bø for å finne ut om avstander mellom alle fasilitetene.

Hovedkontaktpunktene er på nettsider og gjennom Google, og med ansatte i Bø via telefon. Både Harry, Torkel og Tiril er flinke på dataen og nettsidene har rimelig god informasjon om universell utforming. Harry gir 5 stjerner for tilgjengelig informasjon som forenkler planlegging av reisen.

## Reisen til og fra

Harry leste på forhånd at kanalbåtene var gamle og at det derfor ikke var mulig å få til full universell utforming. Han hadde likevel hørt fra ei venninne som sitter i manuell rullestol at det var mulig å være med på båt på Telemarkskanalen, med noen begrensninger. Da han kontaktet booking til Telemarkskanalen fikk han vite at kanalbåtene prøver å "tilrettelegge noe for noen". Dersom gjesten har bevegelsehemninger, anbefalte de ham å reise til/fra påstigningssteder der man går om bord mens båten ligger i en sluse. Telemarkskanalen anbefalte i så fall strekningen fra Ulefoss til Lunde. Siden Gunda er relativt godt til fots og det er mange sitteplasser på båten der Gunda kan hvile, mente Harry at det burde gå greit å starte turen i Skien som ligger nærmere hjemstedet deres.

På reisedagen i juli kjører Harry til Skien sentrum og parkerer ved brygga. Han må betale for fem dager. Både Harry og Gunda har en koffert på hjul som de ruller selv. Gunda klarer seg fint. Hun har jo Harry som er i god form og kan hjelpe til når det trengs. Hun kaller mannen sin for "Hand-Harry".

Reisen på Telemarkskanalen er en kosetur. De møter stort sett ingen barrierer. Det er jo en turistbåt. Og heldigvis er det ingen kø noen steder den dagen. Gunda har smurt to matpakker hjemme. I tillegg kontakter de betjeningen på båten for å bestille noe snacks og drikke. De tar båt til Lunde og så buss til Bø stasjon hvor de blir hentet av dattera Tiril. Hun kjører dem til Bø hotell. Avstanden fra Bø stasjon til hotellet er ganske kort, men de valgte å kjøre for å ikke slite ut Gunda.

## Opphold

Harry og Gunda sjekker inn på Bø hotell. De fikk et rom i første etasje, akkurat som Harry ønsket. Fra rommet kan de se ut over bassenget. Etter en time der Gunda kunne ta seg en kjapp ettermiddagslur, bestiller Harry drosje til Bø camping. Han spør i resepsjonen som ringer til taxisentralen. Det er ingen utfordringer ved det. Harry kunne leid bil ved Bø stasjon, men han hadde ikke lyst til å drikke Farris hele helgen. Han ville ta drosje for å kunne kose seg.

Når Harry og Gunda ankommer Bø camping, får Gunda den første overraskelsen sin. Hun ser både datteren Tiril og sønnen Torkel med familiene. Hun forventet bare å se datteren Tiril som bor i Bø. Tiril kom med familien i egen bil siden de bor i nærområdet. Torkel med familie kom dagen før fra Trondheim. De har bestilt hytte med to rom, i tillegg til at de har slått opp telt foran hytta der barna kan sove når de ønsker. Torkel fyrer grillen for å steke pølser og grille koteletter. De voksne skravler, mens barna leker med hverandre.

På grunn av sykdommen ønsker Gunda en litt bedre og mer bekvem campingstol enn de andre. Hun får den beste av Torkel. Innimellom trekker Gunda seg tilbake for å hvile i hytta. Hun trenger ikke å hvile lenge, bare noen få minutter om gangen. Et par ganger blir hun akkompagnert av Gerd som også har behov for å hvile i løpet av ettermiddagen.

På lørdagen møtes hele familien ved bassenget til Bø hotell. Der kan det være litt glatt, men barna vet at de ikke skal løpe rundt bassenget. Himmelen er strålende blå med noen små skyer. Barnebarnet plasker og hylar av fryd i vannet. Gerd trenger av og til hjelp for å komme seg ut og inn i bassenget, men Tiril hjelper til. Harry og Gunda sitter under en solskjerm ved bassengkanten og ser på barnebarna. Gunda fikk en god og bekvem solstol. Der er det lett å døse av. En gang prøver Gunda å bade i bassenget, men det er for kaldt og forsterker bare smertene i kroppen. Hun foretrekker godt oppvarmet vann. Når Gunda trenger en pause drar hun til hotellet og hviler på rommet deres.

Ved sekstiden møtes hele familien i spisesalen til Bø hotell. De hadde ønsket seg et avskjermert sted for middagen på forhånd. Hotellet satte opp en skjerm rundt bordet deres. Maten kommer fra bufféen slik at alle kan ta det de ønsker. Torkel spiser for tiden glutenfri mat og tåler ikke egg. Rettene ved bufféen er godt markert for mulige allergener. Harry bestilte en ekstra oppmerksomhet av betjeningen til Gunda. De får en god flaske med Riesling og en spesiell dessert med stjerneskudd, mousse au chocolat etter middagen. Familien synger «Hurra for deg!». Gunda holder ut ganske lenge, men så går hun på et smell. Hun kjenner at det ikke blir noen helaften for henne. Ved åtte-ni tiden begynner barnebarna til å bli slitne, familiene Torkel og Tiril drar tilbake til sitt. Harry og Gunda sitter en times tid i baren, hvor de slapper av og forteller hverandre historier og minner fra gamle dager. De er fortsatt like mye forelsket i hverandre som de var første gangen de møttes for trettifem år siden.

På søndag drar Gunda, Harry, familien Torkel med Siv og Gerd til Bø Sommarland. Tiril leverte tvillingen hos broren ved Bø camping på morgenen. Ved inngangen får Gunda og Gerd solsikke-merket som de bærer som bånd rundt armen. Solsikke-båndet gjør at Gerd kommer foran i køen, og samtidig at ansatte er mer observante. Som første aktivitet i parken tar hele familien tog som kjører gjennom hele parken. Toget kan brukes både som transport og til sightseeing. Gunda synes at det er en fin måte se seg rundt i hele parken. Avstanden hadde ellers vært for krevende for henne og Gerd. Hun synes nemlig at det kan være for mange bakker i parken der man må gå for mye opp og ned.

Etter togturen finner Harry en skjermert base ved Bøverstranda litt utenfor bassengene der det er grønt og samtidig kort avstand til en kiosk. Harry tåler ikke altfor mye bråk pga. tinnitus. Bråket forverrer tilstanden. Heldigvis er parken stor og de finner en litt roligere plass ved Bøverstranda. Området er barnevennlig, og Torkel henter parasoll og solstoler til foreldrene sine. Mens Harry og Gunda sitter under parasollen, leker Torkel og svigerdattera med barnebarna. Gerd kan stort sett gjøre alt i parken som det er lov til for hennes alder. De bruker toget så ofte det er mulig, for eksempel når de skal til bassengene eller til vannet. I tillegg har Torkel en sammenleggbar vogn, som han bruker til å dra Gerd når hun har behov for å hvile.

Harry og Gunda slapper av og ser på barnebarna. En gang går de sammen med barnebarna til boblebadet som er varmere enn de andre bassengene. Det er veldig avslappende og godt for kroppen synes Gunda.

Etter en lang dag i parken, bestiller Harry drosje tilbake til hotellet. De klemmer sønnen og barnebarna og ønsker dem god ferie og en trivelig tur videre til Sørlandet.

Dagen etter tar de bussen til Lunde og derfra båten på Telemarkskanalen til Skien. Turen var en suksess og Gunda er glad for å ha den beste ektemannen i hele verden.

Under oppholdet har Harry og Gunda mest kontakt med sjåførere (både på bussen og i drosjene), med hotellansatte, servitører og de ansatte i Sommarland. De møter ingen alvorlige barrierer, takket være Harrys gjorde gode forberedelser og at han bestilte rom i første etasje. I tillegg får Gunda og Gerd nok muligheter til å hvile og Harry passer på at Gunda har noen bekvemme sittemuligheter uansett hvor hun er. Harry gir fem stjerner for oppholdet.

## **Oppsummering**

Gunda og Gerd som representerer mennesker med smerte- eller bevegelsesrelaterte funksjonsnedsettelse har stort sett ekstra behov for hvile og korte avstander. De største barrierene er dårlig vær og avstander. Dersom det ikke er noen hvilemuligheter eller bekvemme sitteplasser på stedet, kan det også være krevende for dem. Det trenger ikke å være solsenger, det fungerer også med vanlige stol med høy rygg. De trenger ikke mye, og benytter seg av de mulighetene de får. Samtidig synes Gunda at det er kjekt å kunne bestille plass i VIP-området til Bø Sommarland. Hun synes det kan være kjipt å betale ekstra for en slik oppgradering selv om det egentlig er for helsemessige årsaker. Alt i alt synes hun det er positivt med tog og den ekstra oppmerksomheten hun får med solsikkemerket. Hun ønsker å fokusere på lystbetonte ting, og trenger å ta vare på egen helse.

## **D: Veronica - på ferietur med mamma Anne og bror Henrik**

Jeg heter Anne, er 41 år og er selvvalgt enslig mamma til to flotte barn med samme donorpappa. Donorpappaen må ha rødt hår fordi begge to har fått dette karakteristiske røde håret og ingen i familien min har så langt jeg vet, rødt hår.

Vi bor i Oslo.

Veronica er en søt jente på 16 år. Hun er slank med langt rødlig hår, grønne øyne har ADHD og Asperger.

Veronica sine utfordringer for å fungere bra i hverdagen er at hun er helt avhengig av forutsigbarhet. Hun trenger å forberede seg, håndterer bare enkle beskjeder og må ha mulighet til å skjerme seg ved behov. Hennes interesser/hobbyer er Manga – japanske tegneseriefigurer og dataspill.

Broren Henrik er 12 år gammel og har ingen funksjonsnedsettelse. Han er interessert i fotball og data.

Jeg rekker sjelden å dyrke hobbyen min som er lange fjellturer, fordi jeg har fulle dager med 100% jobb, og resten av tiden går til barna.

Vi fikk endelig muligheten til å planlegge en sommerferie sammen, og vi jobba en stund med å finne noe som kunne dekke behovene til oss alle tre.

For oss er det mest praktisk å overnatte på hotell med på grunn av Veronica sine utfordringer. Da vil også jeg få muligheten til å slappe litt av. Men det må også være et hotell som kan tilby noen aktiviteter for barna, og da spesielt for Henrik som liker fysisk aktivitet.

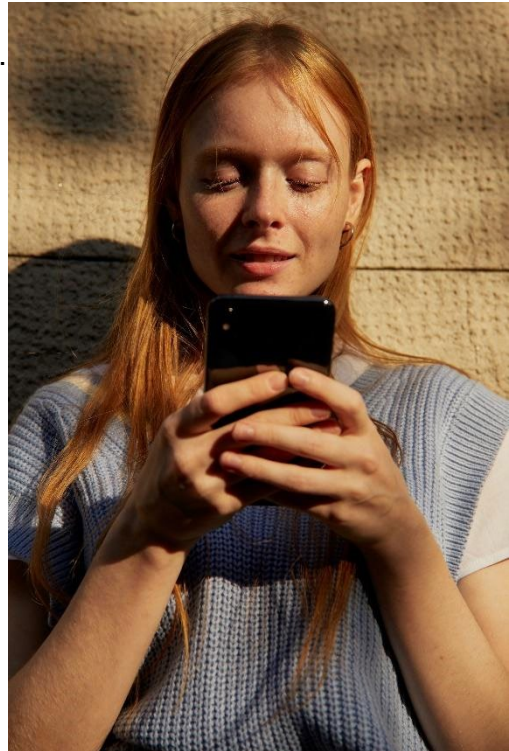
Vi ønsket også å besøke badeland/aktivitetspark og jeg har veldig lyst på en fjelltur.

### **Informasjonsinnhenting**

Vi landa på Bø fordi vi hadde hørt så mye om alt Bø Sommarland kan tilby. Dessuten er det kort avstand derfra til fjellet for en fjelltur.

Vi starta derfor å søke på websiden til Visit Telemark for å finne ut hva Bø kunne tilby av overnatting og annet. Vi fant fort ut at det ikke nytta å lete der, det var alt for vanskelig å finne frem.

Vi gikk derfor raskt over til Visit Bø sine websider der fant vi raskt den informasjonen vi trengte.



Via Visit Bø sine sider fant vi Bø Sommarland og søkte der etter hva de tilbyr av tilrettelegging. Der fant vi bl.a. at de tilbyr Solsikkebåndet Dette var midt i blinken for Veronica slik at hun kan slippe å stå i kø, noe hun absolutt ikke takler.

Vi så at Sommarland dessuten stort fokus på tilrettelegging.

De har bl.a. rolige steder som er reservert for de med solsikkebånd, slik at de kan trekke seg tilbake der når de har behov for en pause fra aktivitetene. Dette er spesielt viktig for Veronica.

Via Visit Bø sine sider vi også raskt ut at Bø hotell både har familierom, at de jobber med tilrettelegging og at de har utebasseng og andre aktiviteter som spesielt Henrik kommer til å like.

Dessuten tilbyr de også solsikkebånd og har reserverte skjerma bord i restauranten for de som bruker dette båndet.

Visit Bø har også god oversikt over andre spennende aktiviteter og tilbud i området, bl.a. flotte turløyper på Lifjell.

Barna og spesielt Veronica trenger å forberede seg når vi skal på tur. Til dette trenger vi gode og fortellende bilder av alt vi kan oppleve.

Vi blir til slutt enige om en 4 dagers tur til Bø med tre overnattinger på Bø hotell. Ankomstdagen skal vi bruke til å gjøre oss kjent på hotellet og i nærområdet. Den andre dagen skal vi dra til Sommerland, og den tredje dagen skal vi gå fottur på Lifjell. Den fjerde dagen drar vi hjem.

Da vi skulle bestille billetter til Sommarland oppdaget vi at det dessverre ikke var mulig å bestille billett til ledsager digitalt (jeg er ledsager for Veronica) og vi fant heller ingen opplysninger om dette noe sted på hjemmesiden.

Også da jeg skulle booke hotellovernatting var det ikke mulig å gjøre dette digitalt fordi vi har spesielle behov. Jeg måtte derfor ringe både hotellet og Sommarland for å forklare om utfordringene våre, hvilke behov vi har og spørre hvordan de kunne løse dette for oss.

Begge steder ble jeg møtt av hyggelig, imøtekommende og behjelpelig betjening.

Det var enkelt å få bestille hotellrom over telefonen.

Sommarland-billetter måtte bestilles over nett, etter først å ha ringt og fått info om både gode tidspunkter og hvilke tilretteleggingstiltak de kunne tilby oss.

Jeg fikk også beskjed om at vi alle tre får solsikkebånd for at oppholdet skal bli best mulig for oss.

## **Reisen til og fra**

For å komme til Bø kjørte vi i egen bil fordi det er helt håpløst å reise kollektivt som alenemor med de to barna mine.

Bilturen gikk uten problemer for begge barna satt med hodetelefoner og hadde fullt fokus på nettbrettene sine.

Da vi kom til Bø hotell gikk jeg inn for å sjekke inn i tilfelle det var kø. Barna venta i bilen. Veronica takler ikke kø.

Jeg fikk nøkkelen til familierommet vi hadde bestilt og regna med at dette skulle gå bra.

Men – det er et rutete teppe på gulvet i korridoren, og Veronica har forberedt seg på et ensfarget teppe. Hun liker ikke å trække på streker og nekter å gå til rommet!

Hotellet var nesten fullt og det var ikke flere ledige familierom der hvor det er ensfargede tepper– Krise!!

Heldigvis er Henrik en omsorgsfull gutt og godt kjent med sin søsters utfordring med striper og ruter på gulv, og vet hvordan hun reagerer på dette.

Han tar henne derfor på ryggen, slik at hun unngår å trække på stripene. Han liker å trene, så dette er helt ok for han, han tar det som en treningsøkt.

I og med at hotellet tilbyr solsikkemerkeordningen så fikk Veronika allerede ved ankomst solsikkebånd på armen og kunne velge og reservere solsikkemerket bord i restauranten til frokost.

## **Opphold**

Etter en god og rolig natt på hotellet stod vi tidlig opp, spiste frokost ved vårt reserverte og litt skjerm bord og dro kl 0930 slik at vi skulle være ved Sommarland når de åpnet.

Der stilte vi oss i solsikkekøen, men kun Veronica fikk bånd til tross for at vi på telefonen ble lovet at alle tre skulle få det.

Henrik ble skuffa og litt sur på mamma fordi han ikke fikk bånd. Han måtte derfor stå i kø for attraksjonene.

Veronica var premenstruell og sur på mamma og hun ville absolutt ikke skli alene fordi hun er vant til å gjøre ting sammen med broren.

Heldigvis oppfatta en av de ansatte situasjonen og ga alle tre solsikkebåndet. Begge barna ble fornøyde, og jeg kunne trekke pusten.

Mye hormoner i omløp nå!

Jeg sjekket ut når det vanligvis var kø i de forskjellige spisestedene i parken slik at vi skulle prøve å unngå disse tidene når vi skulle kjøpe mat.

Jeg hadde også noen brødsriver i veska for å balansere blodsukkeret til barna hvis det skulle være kø.

Is er viktig for barna, helst den største isen. Begge må ha mest mulig lik is med samme type strø, og det kan fort bli problemer hvis den ene isen er større enn den andre, men her var betjeningen veldig observant. De så at vi hadde solsikkebånd og

oppfatta situasjonen om konkurransen mellom søsknene. De klarte derfor å gi de like iser og begge ble fornøyd.

Henrik holdt ut mye lengre enn Veronica i attraksjonene. Mens han farta rundt sammen med en kompis han fant, slapper jeg og Veronica av i området som var merket med solsikke.

Guttene tok bl.a. Magasuget. Dessverre ble Henrik lei seg for at jeg ikke kunne se på.

Han følte nok veldig på at Veronica legger mye beslag på meg og fikk derfor en badevakt til å filme seg slik at jeg kunne få sett han i Magasuget likevel. Men – jeg så det på han at dette ikke var det samme som om jeg var der og så det mens han brukte Magasuget, så at det gjorde litt vondt likevel.

Etter dagen i Sommarland hadde vi planlagt å spise pizza på Pizzafjoset. Vi bestilte hver vår pizza og satte oss ute.

Da oppdager Veronica rånebilene. Hun har sett Rådebank-serien og er skikkelig fan og vil derfor med en gang på Bø Auto for å kjøpe et t-skjorte!

Akkurat da kom pizzaene, og Henrik er sulten, men Veronica har glemt hele pizzaen. Hun hadde bare fokus på Bø Auto t-skjorta.

Jeg og Henrik måtte derfor inngå et kompromiss med Veronica og tok med pizzaene i bilen og kjørte til Bø Auto. Henrik spiste i bilen på vei til Bø Auto.

Men – Bø Auto er stengt – Katastrofe for Veronica - hun hadde nå innstilt seg på t-skjorte!!!

Det ble en type «nedsmelting» i bilen og jeg fikk hele skylden – som vanlig, og jeg måtte derfor love at vi skulle dra dit morgenen etter så snart de åpnet. Jeg måtte også love at som plaster på såret skulle vi kjøre en tur i Rådebankruta.

Men – katastrofene var ikke over med det.

Ny kjempekatastrofe for Veronica som nå har innstilt seg på Rådebankruta; Bøverstranda i Sommarland er et av stoppene i Rådebankruta, men der var det stengt når vi kom.

Når vi var i Sommarland brydde ikke Veronica seg om Bøverstranda, men nå ble det helkrise – igjen!

Etter hvert så fikk jeg roet Veronica ned med å love at vi skulle kjøre videre til Stasjonsbua som også er på ruta, for da ville Veronica heller ha burger i stedet for den kalde pizzaen.

Ved Stasjonsbua fikk Veronica øye på en ung kjekk råner med Bø Auto t-skjorta og hun vil at jeg skal prøve å få kjøpt den av ham.

Råneren skjønte heldigvis problemstillinga og spurte om Veronica ville ha t-skjorta hans, han spurte også om hun ville sitte på en tur i sin Volvo 240 med haugevis av Wunderbaum.



Veronica ble helt betatt og sa ja til begge spørsmåla, med en gang, mens jeg ble veldig skeptisk.

Men – det nytta ikke hva jeg sa, jeg måtte bare gi meg. Veronica fikk sin første rånertur i Bø Auto t-skjorte, med sjåfør i bar overkropp og mor i baksetet..

Henrik liker ikke rånere og ble derfor igjen i bilen med den kalde pizzaen sin.

Veronica og jeg kjørte en runde i Bøgata med full guffe på anlegget.

Jeg måtte låne øreklokkene til Veronica. Nå ville hun plutselig ikke ha dem på til tross for høy musikk - hun ble fullstendig betatt og forelska.

Råneren heter Hans Arne.

Veronica vil ikke ut av rånebilen. Men – nå måtte jeg bare sette ned foten og hun måtte bli med til hotellet under store protester – og igjen må jeg inngå et kompromiss – jeg måtte love henne hettegenser fra Bø Auto for at hun skulle bli med til hotellet.

Neste dag stod vi også tidlig opp og kjørte til Bø Auto. Der fikk jeg kjøpt hettegenser til begge barna og disse hettegenserne ble også forhandlingskort for fjellturen denne dagen.

Veronica var sur fordi hun vil heller kjøre rånebil og forstod ikke vitsen med fjelltur. Hun prøvde fortvila å «snappe» med Hans Arne, men det var veldig dårlig dekning på fjellet. «Hvorfor gå tur når vi bare skal gå tilbake?» sier Veronica flere ganger.

Henrik er glad i å gå og han strente av sted. Plutselig kom det en gjeng med islandshester og sauer på beite. Dette var ridehester med ryttere på. Jeg spurte Veronica om hun heller vil ri enn å gå, men det ville hun i hvert fall ikke – fordi hestene stinker og det gjør sauene også, i tillegg bæsjer de.

Vi hadde med matpakke og termos og kompromisset ble at vi ikke skulle gå så langt, men heller sette oss ned og gjøre noe sammen.

Jeg hadde tatt med tegnesaker fordi Veronica liker å tegne og hun satte seg ned og satte i gang å tegne Volvoer.

Jeg hadde lest meg opp på historiene om Lifjell og fortalte barna bl.a. om siste gang huldra ble observert og den franske luftballongen som havarerte.

Jeg måtte også love at vi skulle spise på Stasjonsbua før vi skal dra hjem neste dag.

Veronica fikk etter hvert kontakt med Hans Arne og snappa med han om å treffe han på Stasjonsbua når vi skal spise før vi reiser.

Hun ble fyr og flamme og gleda seg vilt – men da vi kom dit ble det en ny katastrofe! – Hans Arne var ikke der, og ikke kom han heller mens vi var der!!

Veronica ville ikke reise hjem, hun ville sitte og vente og se om Hans Arne kom. Men – han kom ikke og hun ville da være en natt til.

Jeg ble derfor nødt til å sjekke med hotellet, men hotellet var (heldigvis) fullt.

Da ville Veronica i alle fall tilbake til Bø neste helg!

Henrik sa at han ville bestemme ferien neste gang og at han heller vil dra med kompisen sin og hans familie på ferie slik at Veronica kan reise alene med meg (mamma).

Jeg vet at han ofte føler seg tilsidesatt i forhold til Veronica og er derfor dessverre mye lei seg. En veldig vanskelig situasjon for meg også.

## Oppsummering

Generelt, hva er den største utfordringen for personen under kundereisen?

- Uforutsette hendelser som en ikke kan planlegge for.
- Å måtte forholde seg til andre utenforstående som ikke har innsikt i utfordringene de har. Her er solsikkebåndet et fint tiltak.

Generelt, hva kan reiselivsnæringen i Bø gjøre for at reisen til og fra samt oppholdet i Bø blir mer tilgjengelig for personen?

- Bedre informasjon på web-sidene
- Universell utforming av nettsidene
- Kunnskap hos de ansatte om målgruppen og at de aksepterer behovene uten at de må forsvare og forklare. Bare være imøtekommende på behovene.

Viktig input til informasjonsformidlingen både før reisen og under oppholdet, for bedriftene når det gjelder gjester som har kognitive utfordringer;

- Gjestene må raskt kunne sile ut den informasjonen som er viktig. Mange bedrifter har forferdelig mye informasjon på sine sider, slik at det er vanskelig å finne frem og forstå budskapet.
- Det må IKKE være *tekst på bildene* da dette virker forstyrrende og forvirrende. Tekst/info må stå under bildene.
- Ikke for mange elementer på samme side, heller flere undersider slik at en kan velge de som er interessante/relevante.
- Oversiktsbilder og situasjonsbilder slik at alle tre og spesielt Veronica kan forberede seg best mulig.
- Søkemotoren på nettsidene gir ofte ikke god nok info. Hvis du ikke søker helt konkret på et søkeord så får du ikke opp riktig info.
- Rotete nettsider som er vanskelig å navigere på.
- Viktig med oppdatert informasjon både på hjemmesiden og ved inngangen om hvilke aktiviteter som er stengt, fordi dette kan bli katastrofe for Veronica og andre besøkende med lignende utfordringer.
- Hvordan kommer vi oss til Bø med egen bil.
- Parkeringsopplysninger er viktige.
- Informasjon om eventuelle tilbud knyttet til solsikkebåndet, samt god informasjon om solsikkebåndet i parken slik at alle besøkende blir informert om hvorfor noen har disse båndene.
- Viktig at det står på hjemmesidene at en må forhåndsbestille billettene til badeland fordi det kan fort bli fullt og en ikke må ta sjansen på å kjøpe ved inngangen.

## Vedlegg 2. Invitasjon til workshop i prosjektet «Kundereisen for alle»

Prosjektgruppen i «Kundereisen for alle» vil gjerne invitere deg til en **kundereise-workshop** om inkluderende reiseliv i Midt-Telemark Regionen.

Workshopen holdes på Bø hotell i Bø onsdag 27. april 2022 kl. 10:00 - 16:00.

Vi ser etter deltakere med funksjonsnedsettelse som har erfaring med og interesse for ferie- og fritidsreiser.

Det overordnede målet for prosjektet er todelt:

- 1) Prøve ut en inkluderende kundereisemetodikk og
- 2) å bruke dette for å hjelpe reiselivsnæringen i Midt-Telemark Regionen i å lage mest mulig tilgjengelige og universelt utformede tjenester.

*Kundereise* er prosessen før, under og etter gjennomføring av en ferie- og fritidsreise. Det omfatter innhenting av informasjon om reisemålet du ønsker å reise til, bestillingen av billetter, overnatting, transport, opplevelser osv., gjennomføring av selve reisen og reisen hjem igjen.

Kundereisemetodikken skal være inkluderende og bidra til å avdekke hvordan mennesker med funksjonsnedsettelse opplever ferie- og fritidsreiser.

Workshopen vil vare i cirka 5 timer med 10 - 20 deltakere og sammen skal vi utarbeide en kundereise. Deltakerne deles inn i grupper bestående av medlemmer av FFO og ansatte fra reiselivsbedriftene. Gruppene skal lage hver sin beskrivelse av en fiktiv person med funksjonsnedsettelse og denne personens kundereise. Den fiktive personen og dens reise skal i størst mulig grad gi et realistisk bilde, og bygge på faktiske erfaringer og opplevelser til deltakerne i workshopen.

Deltakerne i workshopen skal ikke oppgi personopplysninger, men de kan la seg inspirere av egne erfaringer eller kunnskap om andres erfaringer.

Resultatene fra workshopen benyttes av reiselivsnæringen i Midt-Telemark Regionen for å gjøre tjenestene deres mer tilgjengelig for alle. I tillegg vil resultatene brukes av FFO Vestfold og Telemark for å synlig- og tydeliggjøre behovene til medlemmene og mennesker med funksjonsnedsettelse generelt.

Prosjektet «Kundereisen for alle» er et samarbeid mellom Visit Bø AS, Funksjonshemmedes Fellesorganisasjon Vestfold og Telemark og forskningsinstituttet Norsk Regnesentral og er støttet med midler fra Vestfold og Telemark Fylkeskommune.

Norsk Regnesentral er en forskningsstiftelse med bred erfaring innen forskning på digital inkludering og universell utforming av IKT. Forskerne vil systematisere og dokumentere erfaringer og forbedringsforslag til selve kundereisemetodikken. Fra Norsk Regnesentral deltar forskerne Kristin S. Fuglerud og Joschua Thomas Simon-Liedtke.

## Program for workshop 27.4.2022 på Bø hotell

kl.0930 - 1000 Ankomst. Det blir servert kaffe og litt å bite i.

kl.1000 - 1030 Introduksjon til workshopen. Inndeling i grupper.

kl.1030 - 1200 Gruppearbeid.

Vi blir enige om en fiktiv person med funksjonsnedsettelse som skal ut på ferie eller fritidsreise.

kl.1200 - 1300 Lunsj.

kl.1300 - 1500 Gruppearbeid.

Vi følger den fiktive person gjennom hele kundereisen.

kl.1500 - 1600 Presentasjon av resultatene, diskusjon og tilbakemelding på kundereisemetodikken.

Pauser før og etter lunsj tas ved behov.

Alle som deltar på workshopen blir med i trekningen av spennende gavekort fra noen av reiselivsbedriftene.

Dersom du er interessert, vennligst fyll ut vedlagte påmeldingsskjema og send til [post.vestfoldogtelemark@ffo.no](mailto:post.vestfoldogtelemark@ffo.no).

Frist for påmelding: **6.4.2022**

Med vennlig hilsen

Berit Wiborg og Rita Andersen, FFO Vestfold og Telemark

Kristin Skeide Fuglerud og Joshua Thomas Simon-Liedtke, Norsk Regnesentral

Anne-Bjørg Haugan, Prosjektleder «Kundereisen for alle» Visit Bø

# Vedlegg 3. Workshop guide - Personas og kundereise

## Hva er personas?

Personas (flertall; entall: persona) er oppdiktede brukere med en fylldig beskrivelse av vedkommendes egenskaper. Målet med personas er å representere perspektivet til en gitt brukergruppe. Personas kan være nyttig i produkt- og tjenstedesign, samt i utvikling av tekniske løsninger.

## Hva ønsker vi å bruke kundereise og personas til?

Vi vil bruke kundereisen og personasen for å synlig-, tydelig og bevisstgjøre behovene til mennesker med funksjonsnedsettelse. Begge metoder er en mulighet til å fortelle hvordan planleggingen og gjennomføringen av reisen, og oppholdet oppleves fra perspektivet til mennesker med funksjonsnedsettelse. Til sammen skal det bidra til bedre forståelse for disse kundenes behov.

## Hvordan fungerer kundereiseworkshopen?

I den første delen av workshopen blir deltakerne enige om en personas. utfordringer og egenskaper bestemmes ut fra egne erfaringer eller erfaringer til personer de kjenner veldig godt. Bruk malen i dette dokumentet for å finne de viktigste hovedpunktene.

I den andre delen skal deltakerne diskutere seg fram til en kundereise for personasen. Bruk gjerne spørsmålene i dette dokumentet for å starte samtalen. Spørsmålene kan hjelpe deg til å utforme kundereisen, men en flytende samtale er viktigere enn å besvare spørsmålene helt nøyaktig.

Noter stikkord under samtalen, og bruk gjerne dette dokumentet som kladd. Når du er ferdig med workshopen, gå gjennom notatene og sjekk at stikkordene er forståelige både for deg og andre. Fyll gjerne ut med tanker og informasjon som du eventuelt ikke rakk å notere underveis.

## Personasmal

Kjønn:

Fornavn:

Alder:

Bilde (hvordan ser personen ut):

Bostedskommune:

Livssituasjon (sivilstatus, barn, jobb etc. ):

Personlighet:

Eventuelle sykdommer, funksjonsnedsettelse og andre utfordringer:

Bruk av hjelpemidler (digitale og andre hjelpemidler):

Interesser/hobbyer:

Forventninger til reisemålet:

Planlagte reisemål:

Reiser sammen med:

Planlagt aktiviteter:

Sitater:



**Figur: sett gjerne inn et passende bilde hentet fra tilgjengelige bildedatabaser basert på beskrivelsen.**

# Kundereisemal

## Informasjonsinnhenting

- Hva slags informasjon ser personen etter?
- Hvor søkte personen etter informasjon?
- Hva slags barrierer møtte personen under informasjonsinnhenting?
- Hva slags tiltak kunne gjort informasjonsinnhenting mer tilgjengelig for personen?

## Planlegging

- Hvor og hvordan bestilte personen billetter, overnatting, osv. for reisen?
- Hvordan finner personen ut om aktiviteter og deres tilgjengelighet i Bø?
- Hva slags utfordringer møtte personen møte under planleggingen?
- Hva slags tiltak kunne gjort planleggingen mer tilgjengelig for personen?

## Reisen til og fra

- Hvordan gjennomfører personen reisen (via tog, buss eller bil)?
- Hva slags barrierer kan personen møte under reisen?
- Hva slags tiltak kunne gjort reisen mer tilgjengelig for personen?

## Opphold

- Hva slags attraksjoner/steder besøker personen i Bø?
- Hva slags aktiviteter i Bø deltar personen i?
- Transport til og fra aktiviteter
- Hva slags barrierer møter personen på attraksjonene/stedene, aktivitetene, osv.?
- Hva slags tiltak kunne gjort attraksjonene, aktivitetene, osv. mer tilgjengelig for personen?

## Oppsummering

- Er det flere etapper som er relevant for reisen og som ikke ble diskutert tidligere?
- Generelt, hva er den største utfordringen for personen under kundereisen?
- Generelt, hva kan reiselivsnæringen i Bø gjøre for at reisen til og fra samt oppholdet i Bø blir mer tilgjengelig for personen?
- Generelt, hva kan reiselivsnæringen i Bø gjøre for at personen føler at behovene hans er ivaretatt?

## Forsøk å beskrive stegene detaljert

- Kontaktpunkt: hvordan var personen i kontakt med reiselivsnæringen og med hvem (tif, web, skjema, fysisk, etc)?
- Hva skjedde?
- Hva gjorde personen, og evt medreisende?
- Hva følte personen (1-5 hvor 5 er best)?
- Hvilke behov har personen i dette steget?
- Tilbakemelding til reiselivsaktør/ løsningsforslag?





## Vedlegg 4. Evaluering av workshopen og kundereisemetodikken

1. Deltok du på vegne av reiselivsbedrift eller som gjest (sett kryss)?:
  - a. Bedrift:
  - b. Gjest:

Svar på de neste spørsmålene ved å skrive et tall fra 1-5 hvor 1 er dårligst og 5 er best (en femmer betyr 5 stjerner). Du kan også gi en utfyllende kommentar om du ønsker det.

2. Hvordan likte du workshopen (1-5)?:  
Kommentar:

3. Synes du at du fikk delta på lik linje med andre? (1-5)?  
Har du innspill til forbedringer?:

4. Kommenter til de praktiske rammene rundt workshopen?:
  - a. Lokaler (1-5):
  - b. Informasjon (1-5):
  - c. Tilrettelegging (1-5):
  - d. Pauser (1-5):

Har du innspill til forbedringer?:

5. Hva synes du om kundereisemetodikken (1-5)?:  
Kommentar:

6. Ga kundereisemetodikken nye innsikter (1-5)?:  
Kommentar:

7. Ble dine synspunkter og erfaringer utnyttet på workshopen (1-5)?:  
Kommentar:

8. Innspill til hvordan bruke resultatene?:



## Vedlegg 5. Spørreskjema: Evaluering av personasfortellingene

1. Deltok du på personas- og kundereiseworkshopen 27/4 (ja/nei)?

Hvis ja, deltok du på vegne av reiselivsbedrift eller som gjest (sett kryss)?:

Bedrift:

Gjest:

Svar på de neste spørsmålene ved å skrive et tall fra 1-5 hvor 1 er dårligst og 5 er best. Du kan også gi en utfyllende kommentar om du ønsker det.

2. Med tanke på de to typene funksjonsnedsettelse du fikk presentert i dag, hvor godt kjente du deres utfordringer fra før?

Historie A: Veronica (fra liten kjennskap 1 - til svært god kjennskap 5):

Historie B: Harry (fra liten kjennskap 1 - til svært god kjennskap 5):

Kommentar:

3. Lærte du noe nytt – historie A Veronica (1 ingenting nytt - 5 svært mye nytt):

Kommentar:

4. Lærte du noe nytt – historie B Harry (1 ingenting nytt - 5 svært mye nytt):

Kommentar:

5. Hvilken formidlingsform synes du var mest nyttig (sett kryss)?

Historiefortelling (Historie A: Veronica):

Fakta (Historie B Harry):

Kommentar:

6. Andre tanker og innspill: