

Spillet om Innovativ Turisme

Formål:

Spillet handler om at blive inspireret, om vidensdeling, om innovation, om at arbejde med en udfordring, og finde på nye innovative løsninger til en problemstilling. Gerne i turismeerhvervet, hvor der er uforløst potentiale.

Hvem:

Det anbefales at spillet spilles i grupper af ca. 4-5 personer.

Opsætning:

1. Hver gruppe tildeles:

- 1 sæt cases
- 1 spilleplade
- 1 sæt spillekort
- 1 "Hvordan kan vi..."-skabelon
- 10+ Idéskabeloner
- 1 Dot-voting skabelon
- 1+ Udvælgelsesmatrix
- 1+ Konceptskabelon

2. Grupperne placerer spillepladen og spillekortene mellem dem så alle kan se.

3. Grupperne uddeler følgende roller (skift gerne roller løbende i spillet, da det giver nye og værdiskabende dynamikker):

- Ordstyre - sikrer sig at alle spillere får mulighed for at tale.
- Referent - sikrer sig at skabelonerne bliver udfyldt.
- 'og' ansvarlig - sikrer at samtalerne er præget af en opbyggende 'og' mentalitet, frem for en lukkende 'men' mentalitet.

Forslag til tidsplan:

Fuldt forløb (ca. 6 timer):

*Grupperne følger hele
spillets forløb.*

Step 1-2: ca. 30 min

Step 3-6: ca. 1t 30min

Step 7-8: ca. 1t

Step 9: ca. 30 min

Step 11-12: ca. 1t 30 min

Afkortet forløb (ca. 3 timer):

*Grupperne arbejder
med prædefinerede
udfordringer og HKV-
sætninger.*

Step 3-6: ca. 1t 30min

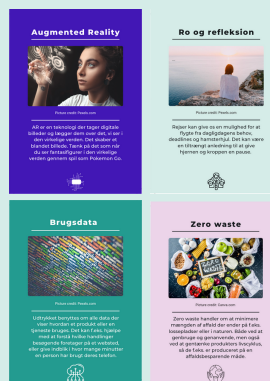
Step 7-8: ca. 1t

Step 9: ca. 30 min

Materialer:



Cases



Spillekort

SPILLET OM INNOVATIV TURISME

Skriv jeres "Hvordan kan vi..." formulering ud fra jeres valgte case eller udfordring:

Udvælg spillekort og placer dem i feltene herunder

Skift løbende ud i jeres valgte kort. Vælg også ud fra hvilket kort I finder mest interessant, kedeligt, innovativt osv.

Spilleplade

"HVORDAN KAN VI..." SKABELON

Med udgangspunkt i jeres udfordring skal I starte spillet ud med at udvikle en "Hvordan kan vi..." sætning. Den vil være et omdrejningspunkt for jeres innovative proces og opsummerer formålet og motivationen for jeres arbejde. Benyt denne skabelon til at formulere jeres egen HKV-sætning.

En HKV-sætning er bygget op af en **handling**, et **emne/målgruppe** og et **udbytte**.

*Feks: Hvordan kan vi **gentænke undervisningen til teenage piger** så den **bliver mere involverende**?*

Hvilken handling ønsker I?

Feks. give nyt liv, opfordre til, forbedre, læse, gennemføre osv.

Hvem/hvad ønsker I at arbejde med?

Feks. kvinder, mænd, børn, unge, højt/svært uddannede, storbyer, udkantsk Danmark osv.

Hvilket udbytte ønsker I?

Feks. gendrivelselst, billigere, spore, engagerende osv.

Kombiner jeres ønskede handling, emne/målgruppe og udbytte i en sætning og noter den på spillepladen

HKV-skabelon

IDÉSKABELON

Lad de udvalgte spillekort inspirere jer til at udvikle ideer. Udfyld en idéskabelon for hver idé I får. Fokuser på at skabe MANGE ideer, frem for at arbejde i dybden med få.

Titel på idé:

Idébeskrivelse

Hvad, hvem, hvordan

Suppler gerne med tegninger, skitser etc.

Trends

Hvilke(n) eksisterende trends og viden kan understøtte ideen?

Hvilke kort har I brugt til at udvikle ideen?

Refleksion

Reflekter i fællesskab og skriv jeres noter herunder. Hvem skaber ideen værdi for? og hvorfor synes I, at ideen er god?

Idéskabelon

DOT-VOTING

Hvis I har mange ideer, kan I indsnævre antallet og gøre det mere overskueligt med Dot-voting:

1. Saml alle jeres ideer
2. Inddel ideerne i temaer. (Feks. ud fra målgruppe, trends etc.)
3. Hvert gruppemedlem tildeles en farve, og marker i stilhed de ideer de bedst kan lide (antallet af dots pr. medlem skal ca. udgøre 25% af det totale antal ideer).
4. Ideerne med færrest stemmer kastes bort, og de resterende ideer kan nu diskuteres.

NB: Er det oprindelige antal ideer meget højt, kan 'dot-voting' med fordel gentages en eller flere gange (indtil I har et overskueligt antal ideer).

Dot-voting skabelon

UDVÆLGELSESMATRIX

Lad os udføre (Jo nærmere, desto bedre score)

Hvordan ved du, hvilken idé, der er bedst?

1. Giv idéerne en score ud fra to parametre
2. Placer idéerne i matrixen.
3. Gå videre med den bedste idé(er).

NB: Forsøg evt. at udfylde parametrene på alskene med nogle andre, og se om jeres bedste ideer stadig er bedst placeret.

Anden parametre kan f.eks. være: "Match med strategi", "passion", "Netværk", "Ressourceforbrug", "Forventet effekt" osv.

Innovationshøjde (Jo større, desto bedre score)

Udvælgelsesmatrix

KONCEPTSKABELON

Uddyb jeres bedste idé(er) ved at udfylde én konceptskabelon pr. idé.

Titel på konceptet:

Værdiskabelse

Hvem er målgruppen, hvilken værdi skaber konceptet for dem, hvordan adskiller det sig fra eksisterende koncepter?

Konceptbeskrivelse

Hvad er det? Hvordan virker det? Hvilke udfordringer løser det? Hvilke kompetencer, interesser, netværk mm. besidder I, som gør konceptet relevant for jer?

Interaktion

Hvordan interagerer kunder/brugere med konceptet? - Sætter hele eller dele af brugeregen. (brug evt. bagsiden!)

Teknologi og ressourcer

Kræver konceptet særlig teknologi, ressourcer, samarbeidspartnere etc.?

Risikovurdering

Hvilke risici og udfordringer kan der være ved konceptet - hvordan vil I håndtere dem?

Konceptskabelon

Spilletets forløb

1

Vælg en case/udfordring

Start spillet med at vælge den udfordring I ønsker at arbejde med. Den kan være givet på forhånd, f.eks. i form af en særlig case. Ellers kan I i fællesskab vælge en udfordring baseret på interesse, relevans for jeres undervisning el.lign.

2

Lav "Hvordan kan vi..." sætningen

Brug den medfølgende skabelon 1 til at lave en HKV-sætning. Den vil være et omdrejningspunkt for jeres innovative proces og opsummerer formålet og motivationen for jeres arbejde.

3

Vælg spillekort

Med HKV-sætningen i baghovedet vælger hver spiller et eller flere spillekort som han/hun mener kan være spændende, brugbare, anderledes mm. Kortene præsenteres for de resterende spillere.

4

Skab idéer

Der er ingen rigtig eller forkert måde at gøre dette på. Men vi forslår, at én spiller på skift starter med at placere et kort på spillepladen. Gruppen lader sig inspirere og diskuterer hvordan andre kort i en kombination kan skabe løsninger på HKV-sætningen. De valgte kort placeres ligeledes på spillepladen. Forsøg at brug kort fra flere temaer.

5

Udfyld Idéskabelon

Når gruppen får en idé til en løsning, udfyldes den medfølgende idéskabelon (skabelon 2) baseret på idéen og de brugte kort. Læg den udfyldte skabelon til side.

6

Fortsæt idégenereringen

Gentag step 3, 4 og 5 så længe spillerne er i stand til at finde nye kort og kombinationer, der kan skabe idéer til en løsning på HKV-sætningen.

7

Dot-voting

Har I udfyldt en masse idéskabeloner, kan I benytte metoden Dot-voting (skabelon 3) til at indsnævre antallet af idéer.

Har I ikke lavet så mange idéer, kan I springe direkte til step 8.

8

Prioriter idéer

Benyt Udvælgelsesmatrixen (skabelon 4) som værktøj til at prioritere jeres overskuelige antal af idéer. Forsøg evt. at udkifte parametrene i måler idéerne på, og se om de samme idéer derved skifter plads i matrixen.

9

Udfyld Konceptskabelon

Når I i gruppen er nået til enighed om den/de bedste idéer, arbejder I i dybden og udfylder en konceptskabelonen (skabelon 5) pr. løsning.

10

Tag en runde mere

Har I tid lyst/behov kan I tage en runde mere af spillet, baseret på en ny udfordring.

11

Præsentation

Når alle udfordringer er adresseret forbereder I en præsentation af jeres bedste idé for de andre grupper.

Den bedste idé kan være baseret på hvilken der er mest innovativ, radikal, rentabel el.lign.

12

Videre arbejde

Overvej hvordan I kan arbejde videre med jeres koncept. Det kan f.ek.s være i forlængelse af et undervisningsforløb.

Storbyturisme

BÆREDYGTIG OMSTILLING

Turismeindustrien var før Covid-19 ansvarlig for 8% af den globale CO2-udledning, og det er derfor en forudsætning for turismen, at der arbejdes med en bæredygtig udvikling.

Bæredygtig turisme har en tredelt bundlinje; social, miljømæssig og økonomisk bæredygtighed. Opgaven er at skabe størst mulig synergi mellem de tre.

Tag udgangspunkt i spørgsmål som:

- Hvordan kan grønne alternativer understøttes til forbrug og transport på lokationen?
- Hvordan kan besøgende spredes mere ud i byen, så turismen kommer flere lokale til gode, og giver en positiv økonomisk udvikling flere steder?



Mødeturisme

DET FYSISKE MØDE

Covid-19 har tvunget os til at være mere digitale i vores hverdag og arbejdsliv, og vist, at nogle møder fint kan afvikles online/virtuelt. Men krisen har også understreget at det fysiske møde kan noget særligt når det kommer til networking, idéudvikling og problemløsning.

Kunderne peger på, at de i fremtiden vil være mere selektive, når det kommer til at holde fysiske events og opveje om eventets output står mål med forbruget af tid og ressourcer. Dette betyder, at fremtidens fysiske møder skal være mere værdiskabende.

Tag udgangspunkt i spørgsmål som:

- Hvordan kan konference- og eventsteder skabe møder, som forstærker de unikke egenskaber ved et fysisk møde og som maksimerer outputtet?
- Hvordan kan mødeformater gøre det nemmere/bedre for deltagere at netværke, opsamle viden og lignende?



Kyst- og naturturisme

REGENERATIV KYST- OG NATURTURISME?

Kyst- og naturturismen skal udvikles i synergi med det omgivende samfund og bidrage til at løse lokale udfordringer. Det er målet at borgere og lokale også får gavn af turismeudviklingen i en destination, så vi opnår det der kaldes "regenerativ" turisme.

Vi skal bl.a. blive bedre til at fordele gæsterne, så vi undgår trængsel og slid på destinationen, og vi skal sikre initiativer, der bringer gæster og turister sammen i en fælles forståelse for lokalområdet.

Tag udgangspunkt i spørgsmål som:

- Hvordan kan vi sprede gæsterne, så vi sikrer en god oplevelse for alle og undgår trængsel? (trafik, parkering, mange på de samme stier, strande osv.)
- Hvordan kan vi øge adgang og kendskab til lokalområdets kultur?
- Hvordan kan aktiviteter knytte borgere og gæster sammen på tværs? (ex. strandrensning, genplantning, lokale råvarer osv.)



“HVORDAN KAN VI...” SKABELON

1

Med udgangspunkt i jeres udfordring skal I starte spillet ud med at udvikle en “Hvordan kan vi...” sætning. Den vil være et omdrejningspunkt for jeres innovative proces og opsummerer formålet og motivationen for jeres arbejde. Benyt denne skabelon til at formulere jeres egen HKV-sætning.

En HKV-sætning er bygget op af en **handling**, et **emne/målgruppe** og et **udbytte**.

*F.eks.: Hvordan kan vi **gentænke** **undervisningen til teenage piger** så den bliver **mere involverende**?*

Hvilken handling ønsker I?

F.eks. give nyt liv, opfordre til, forbedre, løse, genopfinde osv.

Hvem/hvad ønsker I at arbejde med?

F.eks. kvinder, mænd børn, unge, højt/lavt uddannede, storbyer, udkantsdanmark osv.

Hvilket udbytte ønsker I?

F.eks. gnidningsløst, billigere, sjovere, engagerende osv.

Kombiner jeres ønskede handling, emne/målgruppe og udbytte i en sætning og noter den på spillepladen

IDÉSKABELON

2

Lad de udvalgte spillekort inspirere jer til at udvikle idéer. Udfyld én idéskabelon for hver idé I får. Fokuser på at skabe MANGE idéer, frem for at arbejde i dybden med få.

Titel på idé:

Idébeskrivelse

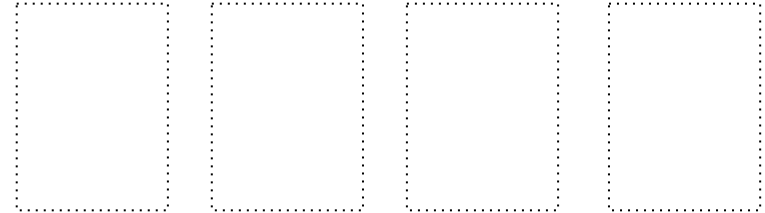
Hvad, hvem, hvordan

Supplér gerne med tegninger, skitser etc.

Trends

Hvilke(n) eksisterende trends og viden kan understøtte idéen?

Hvilke kort har I brugt til at udvikle idéen?



Refleksion

Reflekter i fællesskab og skriv jeres noter herunder. Hvem skaber idéen værdi for? og hvorfor synes I, at idéen er god?

IDÉSKABELON

2

Lad de udvalgte spillekort inspirere jer til at udvikle idéer. Udfyld én idéskabelon for hver idé I får. Fokuser på at skabe MANGE idéer, frem for at arbejde i dybden med få.

Titel på idé:

Idébeskrivelse

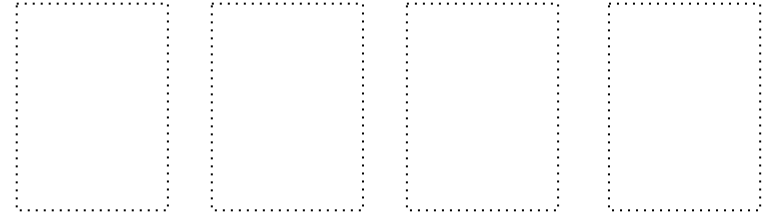
Hvad, hvem, hvordan

Supplér gerne med tegninger, skitser etc.

Trends

Hvilke(n) eksisterende trends og viden kan understøtte idéen?

Hvilke kort har I brugt til at udvikle idéen?



Refleksion

Reflekter i fællesskab og skriv jeres noter herunder. Hvem skaber idéen værdi for? og hvorfor synes I, at idéen er god?

IDÉSKABELON

2

Lad de udvalgte spillekort inspirere jer til at udvikle idéer. Udfyld én idéskabelon for hver idé I får. Fokuser på at skabe MANGE idéer, frem for at arbejde i dybden med få.

Titel på idé:

Idébeskrivelse

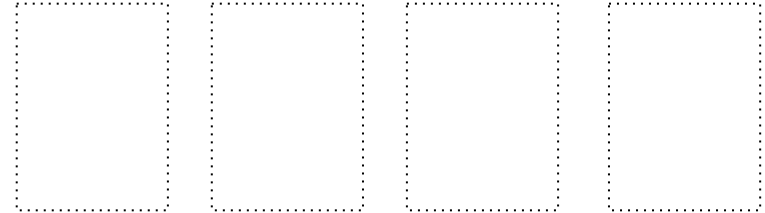
Hvad, hvem, hvordan

Supplér gerne med tegninger, skitser etc.

Trends

Hvilke(n) eksisterende trends og viden kan understøtte idéen?

Hvilke kort har I brugt til at udvikle idéen?



Refleksion

Reflekter i fællesskab og skriv jeres noter herunder. Hvem skaber idéen værdi for? og hvorfor synes I, at idéen er god?

IDÉSKABELON

2

Lad de udvalgte spillekort inspirere jer til at udvikle idéer. Udfyld én idéskabelon for hver idé I får. Fokuser på at skabe MANGE idéer, frem for at arbejde i dybden med få.

Titel på idé:

Idébeskrivelse

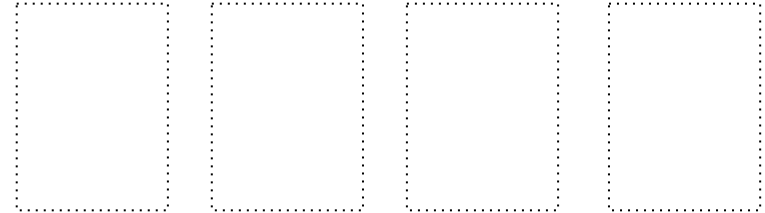
Hvad, hvem, hvordan

Supplér gerne med tegninger, skitser etc.

Trends

Hvilke(n) eksisterende trends og viden kan understøtte idéen?

Hvilke kort har I brugt til at udvikle idéen?



Refleksion

Reflekter i fællesskab og skriv jeres noter herunder. Hvem skaber idéen værdi for? og hvorfor synes I, at idéen er god?

IDÉSKABELON

2

Lad de udvalgte spillekort inspirere jer til at udvikle idéer. Udfyld én idéskabelon for hver idé I får. Fokuser på at skabe MANGE idéer, frem for at arbejde i dybden med få.

Titel på idé:

Idébeskrivelse

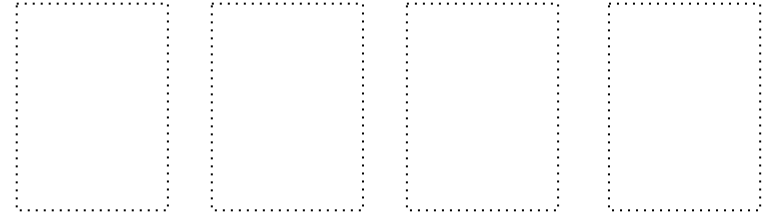
Hvad, hvem, hvordan

Supplér gerne med tegninger, skitser etc.

Trends

Hvilke(n) eksisterende trends og viden kan understøtte idéen?

Hvilke kort har I brugt til at udvikle idéen?



Refleksion

Reflekter i fællesskab og skriv jeres noter herunder. Hvem skaber idéen værdi for? og hvorfor synes I, at idéen er god?

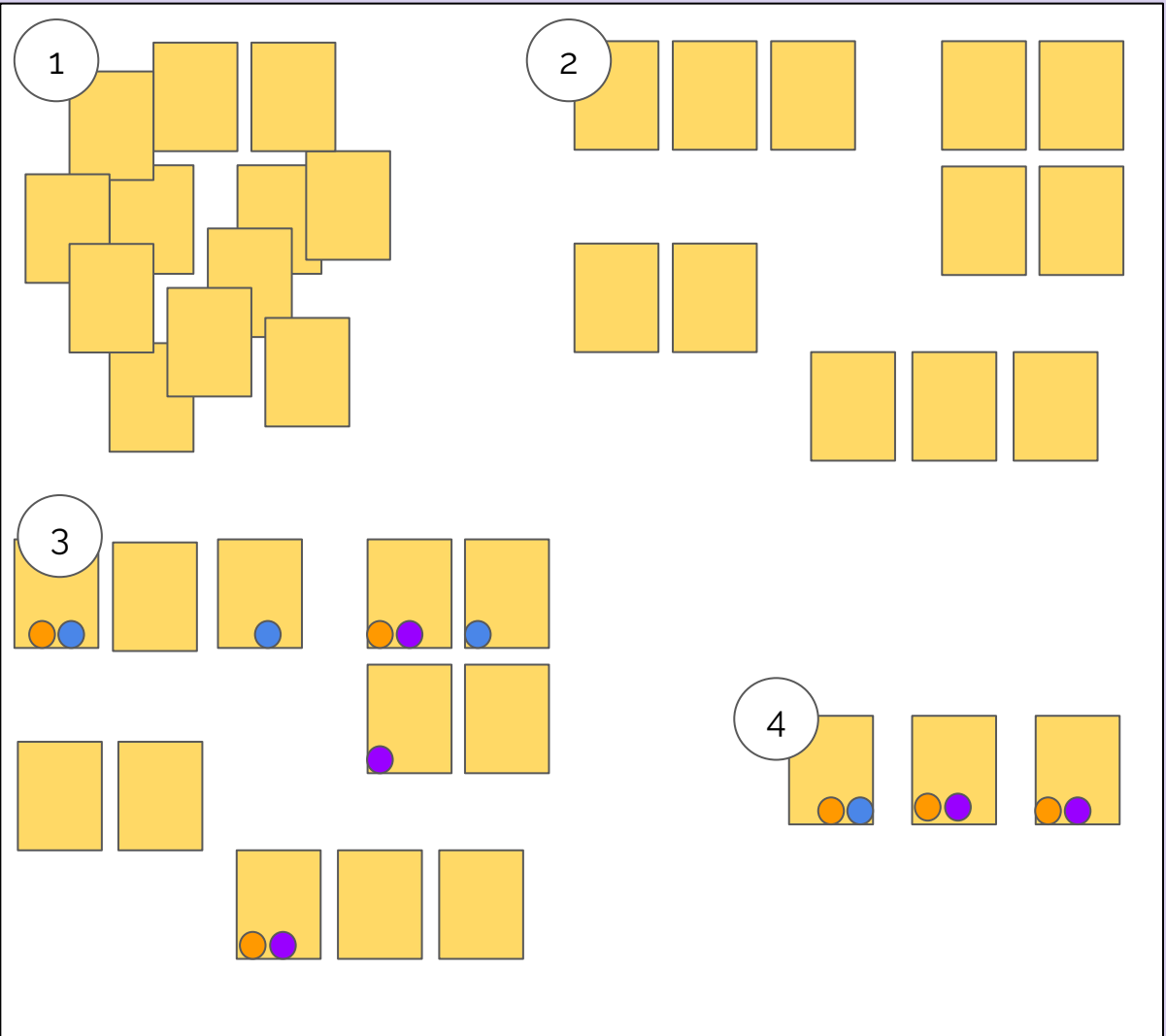
DOT-VOTING

3

Hvis I har mange idéer, kan I indsnævre antallet og gøre det mere overskueligt med Dot-voting:

1. Saml alle jeres idéer.
2. Inddel idéerne i temaer. (F.eks. ud fra målgruppe, trends el.lign.)
3. Hvert gruppemedlem tildeles en farve, og mærker i stilhed de idéer de bedst kan lide (antallet af dots pr. medlem skal ca. udgøre 25% af det totale antal idéer).
4. Idéerne med færrest stemmer kastes bort, og de resterende idéer kan nu diskuteres.

NB. Er det oprindelige antal idéer meget højt, kan 'dot-voting' med fordel gentages en eller flere gange indtil I når et overskueligt antal idéer..



UDVÆLGELSESMATRIX

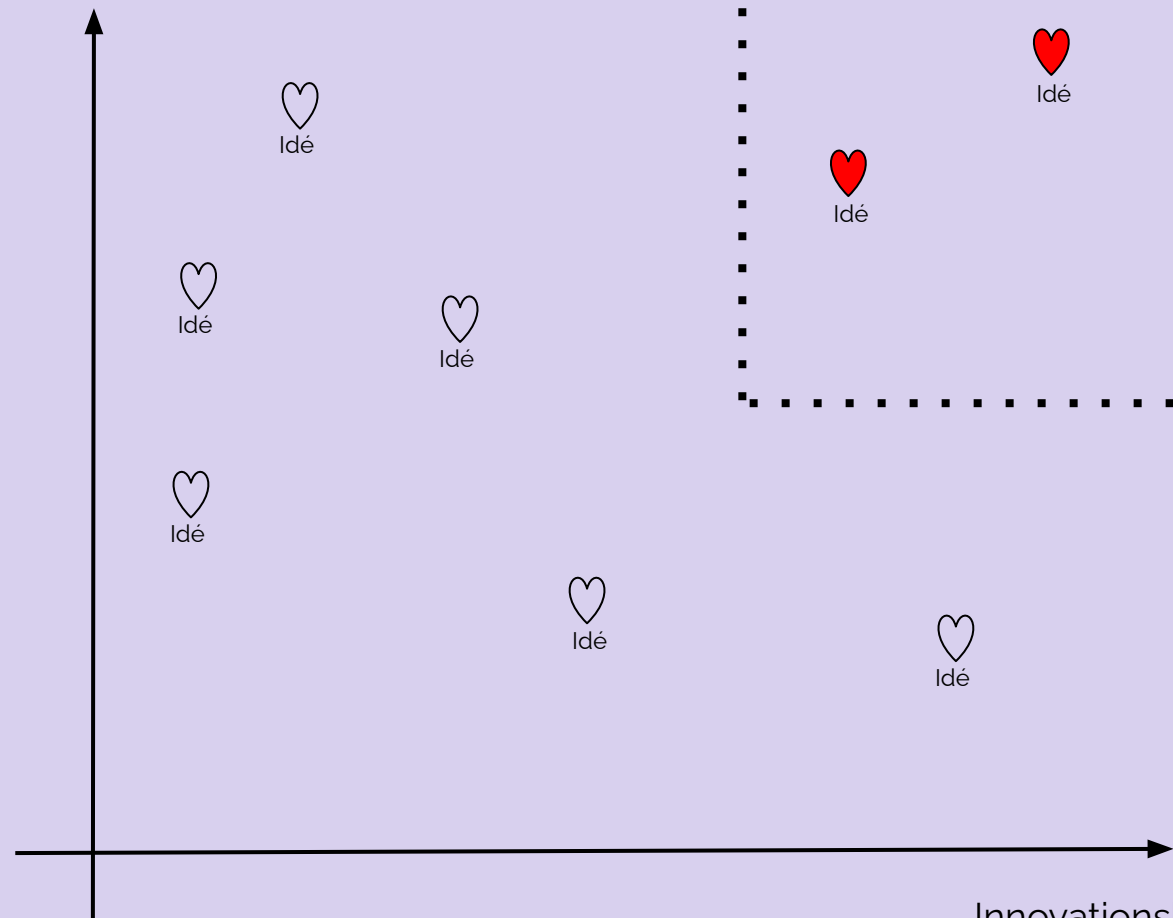
4

Hvordan ved du, hvilken idé, der er bedst?

1. Giv idéerne en score ud fra to parametre.
2. Placér idéerne i matrixen.
3. Gå videre med de(n) bedste idé(er).

NB. Forsøg evt. at udskifte parametrene på akserne med nogle andre, og se om jeres bedste idéer stadig er bedst placeret.

Let at udføre
(Jo nemmere, desto bedre score)



Innovationshøjde
(Jo større, desto bedre score)

Andre parametre kan f.eks. være: "Match med strategi", "passion", "Rentabilitet", "Ressourceforbrug", "Forventet effekt" osv.

UDVÆLGELSESMATRIX

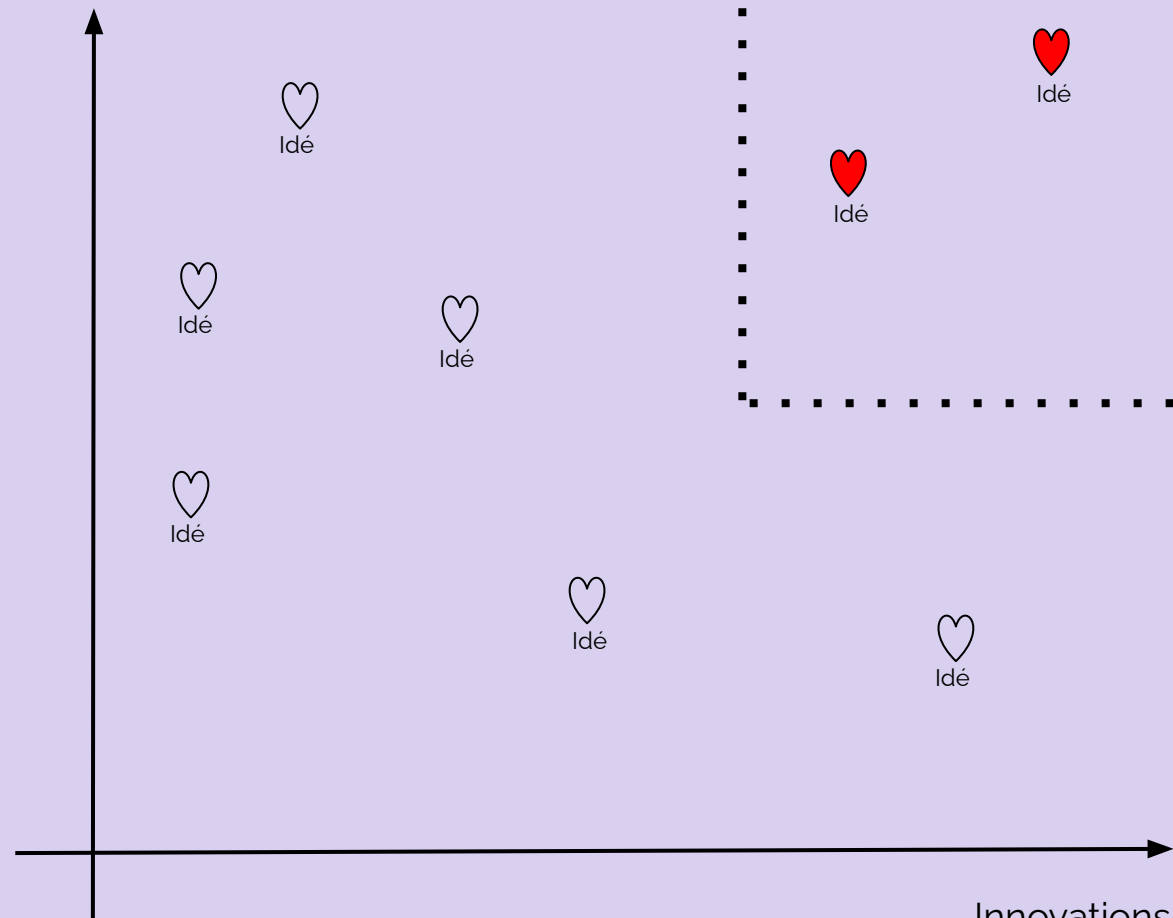
4

Hvordan ved du, hvilken idé, der er bedst?

1. Giv idéerne en score ud fra to parametre.
2. Placér idéerne i matrixen.
3. Gå videre med de(n) bedste idé(er).

NB. Forsøg evt. at udskifte parametrene på akserne med nogle andre, og se om jeres bedste idéer stadig er bedst placeret.

Let at udføre
(Jo nemmere, desto bedre score)



Innovationshøjde
(Jo større, desto bedre score)

Andre parametre kan f.eks. være: "Match med strategi", "passion", "Rentabilitet", "Ressourceforbrug", "Forventet effekt" osv.

KONCEPTSKABELON

5

Uddyb jeres bedste idé(er) ved at udfylde én konceptskabelon pr. idé.

Titel på konceptet:

Værdiskabelse

Hvem er målgruppen, hvilken værdi skaber konceptet for dem, hvordan adskiller det sig fra eksisterende koncepter?

Konceptbeskrivelse

Hvad er det? Hvordan virker det? Hvilke udfordringer løser det? Hvilke kompetencer, interesser, netværk mm. besidder I, som gør konceptet relevant for jer?

Interaktion

Hvordan interagerer kunder/brugerne med konceptet? - Skitser hele eller dele af brugerrejsen. (brug evt bagsiden)

Teknologi og ressourcer

Kræver konceptet særlig teknologi, ressourcer, samarbejdspartnere el.lign?

Risikovurdering

Hvilke risici og udfordringer kan der være ved konceptet - hvordan vil I håndtere dem?

KONCEPTSKABELON

5

Uddyb jeres bedste idé(er) ved at udfylde én konceptskabelon pr. idé.

Titel på konceptet:

Værdiskabelse

Hvem er målgruppen, hvilken værdi skaber konceptet for dem, hvordan adskiller det sig fra eksisterende koncepter?

Konceptbeskrivelse

Hvad er det? Hvordan virker det? Hvilke udfordringer løser det? Hvilke kompetencer, interesser, netværk mm. besidder I, som gør konceptet relevant for jer?

Interaktion

Hvordan interagerer kunder/brugerne med konceptet? - Skitser hele eller dele af brugerrejsen. (brug evt bagsiden)

Teknologi og ressourcer

Kræver konceptet særlig teknologi, ressourcer, samarbejdspartnere el.lign?

Risikovurdering

Hvilke risici og udfordringer kan der være ved konceptet - hvordan vil I håndtere dem?