



Nordnorsk  
Reiseliv AS

# KULTURENTUSIASTER

## Kulturarv-vennen

(Heritage explorer)

Kulturarv Knut/Kulturarv Kari er interessert i fortidas tradisjoner og hendelser, og ønsker å forstå og lære mer. Hen er ofte ildsjel som vil bidra til å bevare kulturarven, og formidling av høy kvalitet og med nye, interessante perspektiver er viktig. Selv om hen allerede kan mye, ønsker hen å delta aktivt i opplevelsene for å lære mer. En måte å utvide sin horisont er å dele egen kunnskap og diskutere med likesinnede. Hen liker tradisjonelt håndverk og andre historiske tradisjoner.

### Viktige punkter:

For at Kulturarv-vennen skal bli fornøyd med sitt opphold, er det viktig med god forhåndsinformasjon. Det må være lange og forutsigbare åpningstider på attraksjonene, og hen må kjenne på engasjerende formidling av guider og lokale spesialister. Det må være en god blanding av relevante innholdselementer. Gode servicetjenester knyttet til attraksjonen er viktig. Dessuten må hen gis muligheter til å komme på innsiden av det lokale miljøet.

### Smertepunkter i leveransen:

Stengte dører, manglende servicetjenester, og for dårlig informasjon om transport-muligheter, avstander og tidsbruk må unngås for Kulturarv-vennen. Det samme gjelder dårlig formidling, kunnskapsløse guider og for liten tid til opplevelsen.



Foto: Kjell Ove Storvik / Lofotr Vikingmuseum

### Markedsbudskap:

Nord-Norge har en stor og rik kulturarv og en historie som strekker seg langt utover egne grenser.

### Salgspitch:

Kulturarven i nord holdes fortsatt levende, og mange miljøer inviterer til åpen deltakelse og sosialt samvær.

På svært mange reisemål i nord finner man altså kultur og historie for alle interesser og smaker.

## Kulturelskeren

(Culture lover)

Kulturelskeren er generelt kulturinteressert, og liker spesielt å gå på konserter, utstillinger o.l. Hen går også på festivaler, først og fremst for kulturinnholdets del, mens sosialt samvær kommer i andre rekke. Hen drives av sine kulturelle interesser, er vitebegjærlig og opptatt av å lære noe nytt og bli inspirert gjennom påfyll av kulturopplevelser.

### Viktige punkter:

Kulturelskeren ønsker å bli berørt av interessante temaer og spennende historier, og å oppdage noe nytt. Virkelig gode guider som kan lære bort noe er essensielt, ettersom hen vil utvide sin horisont og gjerne bli overrasket underveis. Hen setter pris på å komme tett på andre, gjerne på innsiden av et lokalt miljø. Refleksjoner og nye perspektiver er viktig.

### Smertepunkter i leveransen:

Kulturelskeren blir misforfornøyd hvis hen møter kjedelig, kunnskapsløs, umotivert formidling, dårlige utstillinger og uforberedte og ikke lydhøre guider.

Attraksjoner må være åpne og tilrettelagt slik at hen slipper å bruke mye tid på kø, leting etc



Foto: Arthur Arnesen

### Markedsbudskap:

Nord-Norge er en uoppdaget skatt når det gjelder kulturopplevelser. Her er det masse flotte og inspirerende events å være med på og utstillinger og kultur-attraksjoner å besøke.

### Salgspitch:

Fantastiske fortellinger fra nord finner du over alt. Her kan du både utforske og utvide egen horisont gjennom en rekke ulike kulturopplevelser.

## Ikke-turisten

(Local insider)

Ikke-Turisten ønsker nære møter med de lokale, og vil på innsiden av lokalsamfunnet og miljøet. Hen vil ikke oppfattes som turist eller snakkes til som turist, og vil ha «hjemme hos»-opplevelser. Hen reiser gjerne utenfor allfarvei og tar seg god tid. Hen drømmer om å utforske andre måter å leve på eller er veldig interessert i mennesker. Hen ønsker å lære om lokale språk, kultur og tradisjoner.

### Viktige punkter:

Det er viktig at Ikke-Turisten får komme under huden på lokalsamfunnet, og oppleve noe som er regnet som «ikke-kommersielt» og som ikke er alle forunt.

Hen setter pris på å få delta i lokale tradisjoner eller ritualer, og virkelig få føle seg som en del av lokalsamfunnet, som en midlertidig innbygger.

### Smertepunkter i leveransen:

Det å måtte føle seg som en turist ville ødelegge opplevelsen for Ikke-Turisten. Hen må slippe å bli servert kommersielle standard-opplevelser, og ikke få treffe lokalbefolkning og komme bak fasaden.



Foto: Lars Erik Martinsen

### Markedsbudskap:

Nord-Norge er litt annerledes, og samtidig kjent for sin gjestfrihet. Her kan du komme bak fasaden og på innsiden av den lokale kulturen.

### Salgspitch:

Nord-Norge kan du henge med de lokale og prøve ut en litt annen livsstil. Lev ut livet som innfødt i Nord-Norge, i mørketida eller i de lyse sommermånedene.

## Den intellektuelle

(Modernist)

Den intellektuelle søker mer fordypende kunst- og kulturopplevelser. Hen kan mye, har en intellektuell tilnærming og liker å bli utfordret. Hen er opptatt av nye perspektiver, opptatt av kvalitet og mennesker som går i front. Hen vil ha kompetente guider og møte spesialister. Hen vil gjerne fortelle andre om det hen har vært med på. Hen er ofte først ute med ting og følger også sine guruer.

### Viktige punkter:

For å tilfredsstille den Intellektuelle er det viktig å tilby høy kvalitet, muligheter til å fordype seg, intellektuelle utfordringer og overraskelser, og læring og inspirasjon. Personlige møter med kunstnere verdsettes høyt.

### Smertepunkter i leveransen:

Den Intellektuelle blir svært misfornøyd dersom det er middelmådighet i leveransen, slurv og lavt estetisk nivå. Hen liker ikke kommersialisme, masseproduksjon og uttrykk som ikke fornyer eller begeistrer. Stengte dører, dårlige lysforhold, feil mennesker sammen i kleine situasjoner og ikke-authentisk atmosfære vil ødelegge opplevelsen for den Intellektuelle.



Foto: Terje Rakke / Nordic Life

### Markedsbudskap:

Nord-Norge er som et laboratorium for kunst- og kulturinnovatører. Nå kan du følge med på hva som skjer gjennom en «abonnement» på hendelser og informasjon.

### Salgspitch:

Dette er det nyskapende Nord-Norge for kunst- og kulturkjennerne.