



23. november kl. 15-17

DEN GODE KULTURARVSOPLEVELSE

Hvad er en god kulturarvsoplevelse, og hvorfor er de så interessante? I Danmark har vi adskillige eksempler på levn fra fortiden, der tiltrækker turister i stort antal hvert år. Men hvad er det, der er så spændende ved en bunke sten eller et gammelt hus? Og er det okay at opkræve entré, inden vi træder ind i en kirke, fordi den betragtes som en ganske særlig kirke i den danske kulturarv?

Hos Center for Regional- og Turismeforskning bruger vi blandt andet tid på at undersøge turisternes adfærd og regner på turismens betydning for den regionale og lokale økonomi. Noget af denne viden vil vi gerne dele med jer i denne udgave af Vidensclaféen, hvor vi ser nærmere på de danske attraktioner.

Temaet "Den gode kulturarvsoplevelse" rummer også vinklen omkring promovning af disse oplevelser. Hvordan markedsfører vi denne type oplevelser, og skal vi fortsætte med at promovere kulturarvsoplevelser, som vi gør i dag?

Kom og bliv klogere, stil spørgsmål til forskerne og nyd en hyggelig eftermiddag i spændende og afslappet selskab.

Husk, du kan parkere ved Glas- og Keramikskolen, hvis Stenbrudsgården er fyldt op. Vi glæder os til at se dig!

PROGRAM

Carl Henrik Marcussen
Seniorforsker, CRT
**TAL PÅ DANMARKS
ATTRAKTIONER**

VELKOMMEN OG INTRODUKTION TIL SEMINARET

Carl Henrik Marcussen tager os med ind i en verden af tal og lader os skue ud over det danske attraktionslandskab. Blandt andet skal vi høre om VisitDenmarks Top 300 over danske attraktioner. Hvor kommer tallene fra, når vi skal vurdere populariteten af de største danske attraktioner? Hvilke af de bornholmske attraktioner figurerer på Top 300-listen, og hvilke gør ikke? Hvilke typer attraktioner findes der egentlig? Og hvilke trends kan vi identificere på landsplan og helt lokalt?

Andreas Bonde Hansen
*Adjunkt, ph.d., Leisure Management,
University College Sjælland*
**SUPER-ATTRAKTIONER
& DET BORNHOLMSKE
UTOPIA**

I Andreas Bonde Hansens forskning af "den gode kulturarvsoplevelse" fremhæver han tit Bornholm blandt de steder, hvor denne findes. Men hvad er det, som Bornholm og lignende steder gør rigtigt? Hvorfor er monumenter som Østerlars Rundkirke blevet "super-attraktioner" på linje med Ales Stenar eller Kölner Dom? Her må vi dykke ned i, hvad der er magisk og utopisk ved kulturarv, og hvordan denne magi og utopi, bedst muligt promoveres.

PAUSE

Destination Bornholm
**TENDENSER OG
PROMOVERING**

En repræsentant fra Destination Bornholm slutter oplægsrækken af med en perspektivering af de indledende oplæg og diskussioner. Hvordan kan disse kobles til den virkelighed, Destinationen og turistvirksomheder opererer i? Hvilke tendenser kan vi se ude i horisonten? Skal vi fortsætte med at markedsføre kulturarvsoplevelser på samme måde, eller må der nye metoder i brug?