

“Fremtidens oplevelsesturisme”

Norsk oplevelseskonference
2/11-2016

Mads Arlien-Søborg, We Made It

Introduktion

Mads Arlien-Søborg

DR-presenter, Vilde hoteller og huse

Partner, We Made It



Desighotellets udvikling

1990'erne: Boutique, Ian Schrager, Style



**Boutique lifestyle hotel
Lobby Socializing
Cheap chic
Affordable luxury
Hotel as lifestyle**

Desighotellets udvikling

I dag: Designhotel, Ace, koncept



**Designhotel
Unikke koncepter
Mindre stil, mere koncept
Oplevelser
Mere personligt**

Livsstilstendenser

Tidsånden

“Det søgerende menneske”



Tidsånden

“Det søgerende menneske”

En strand, et par museer og et forkølet marked med kopitasker og souvenirs er ikke længere nok til at gøre en ferie mindeværdig.

Der skal unikke oplevelser på bordet.

**Vi vil være aktivt med og dele oplevelserne med verden.
Væk fra masseturisme og bredt markedsførte rejsepakker.**

»Vi bliver mere differentierede og individualiserede.

Tidsånden

“Det søgerende menneske”

Ikke “hvor”, men “hvorfor” og “hvordan”

**Genoplade mine batterier.
Møde nye mennesker og lære om andre steder og kulturer.**

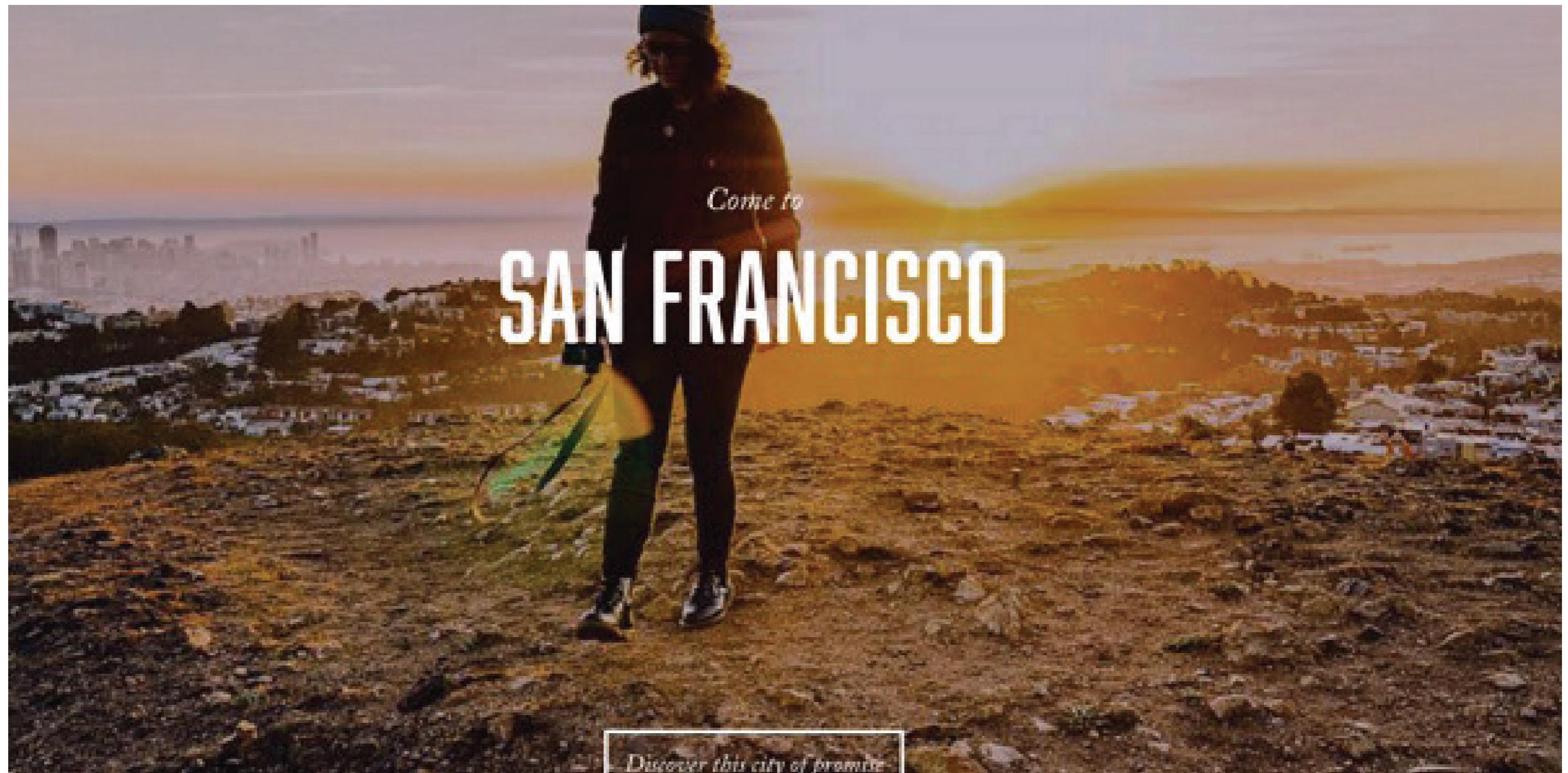
Jeg flytter fokus hen imod hvad jeg vil have ud af min ferie - hvad jeg selv kan tilbyde ift. destinationen og de lokale mennesker.

Udsyn vs. det lokale



Fra “Global” til “Personal”

Unikke oplevelser



Det unikke fremfor standardiserede koncepter.

Unikke oplevelser

Shared economy



U B E R

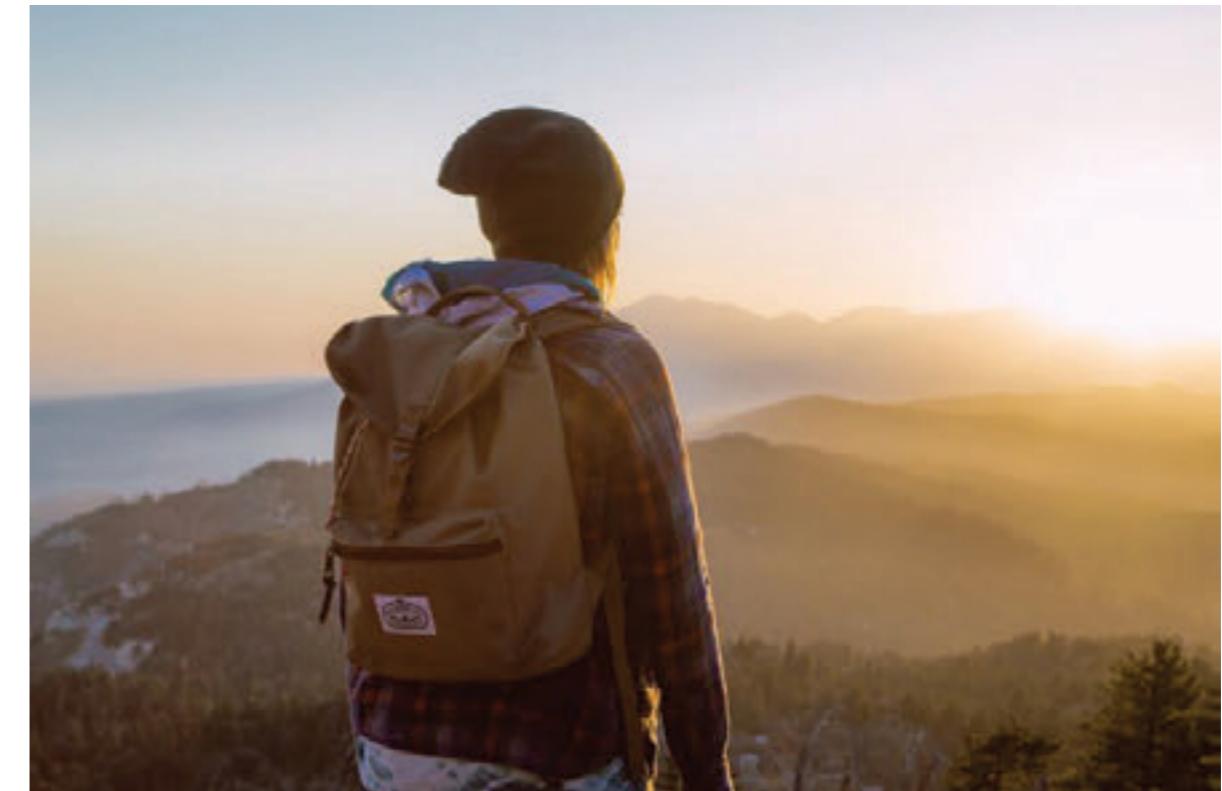
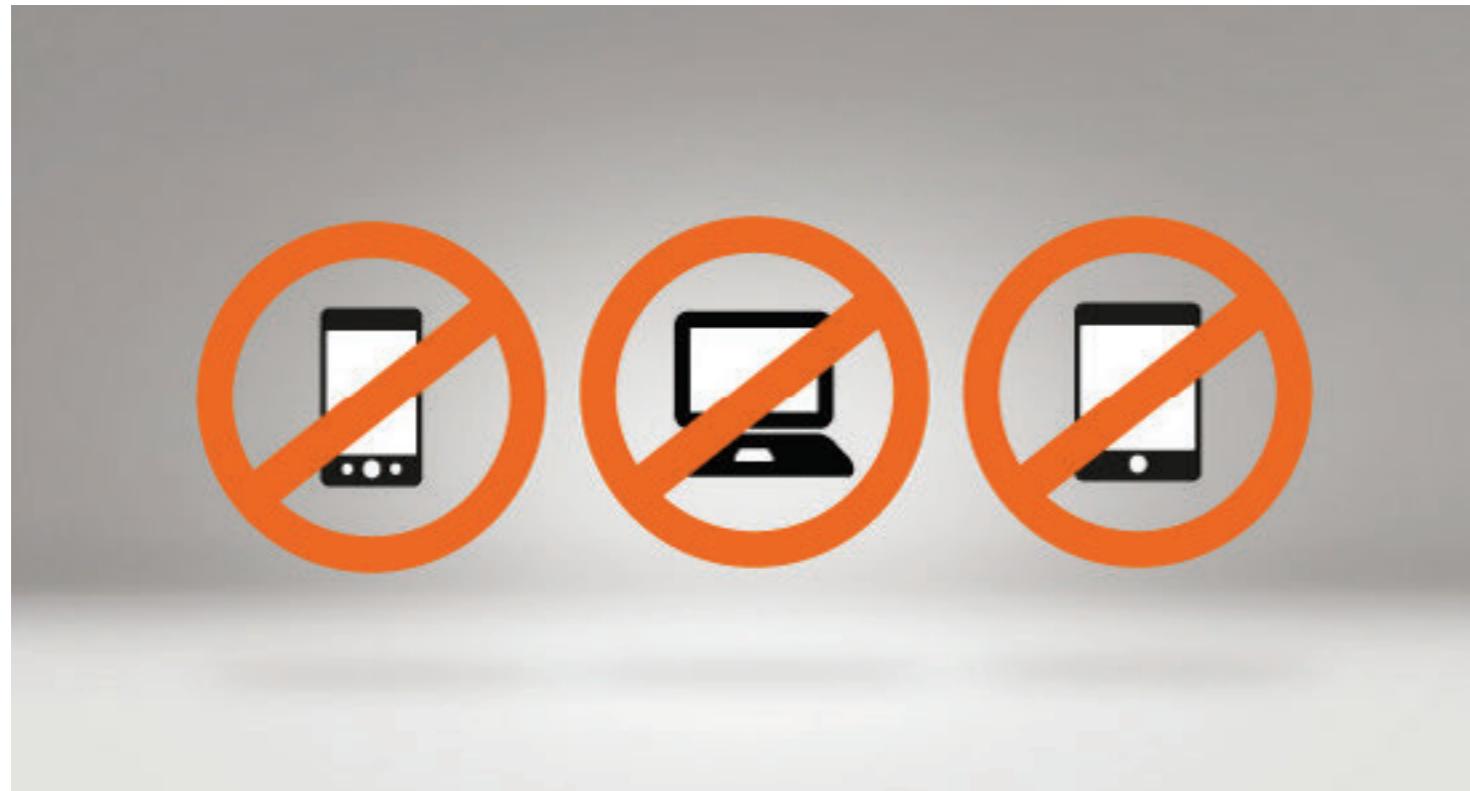


Online services



Digital detox

Disconnect to reconnect



Immaterialitet

**THERE MUST BE
MORE TO LIFE THAN**



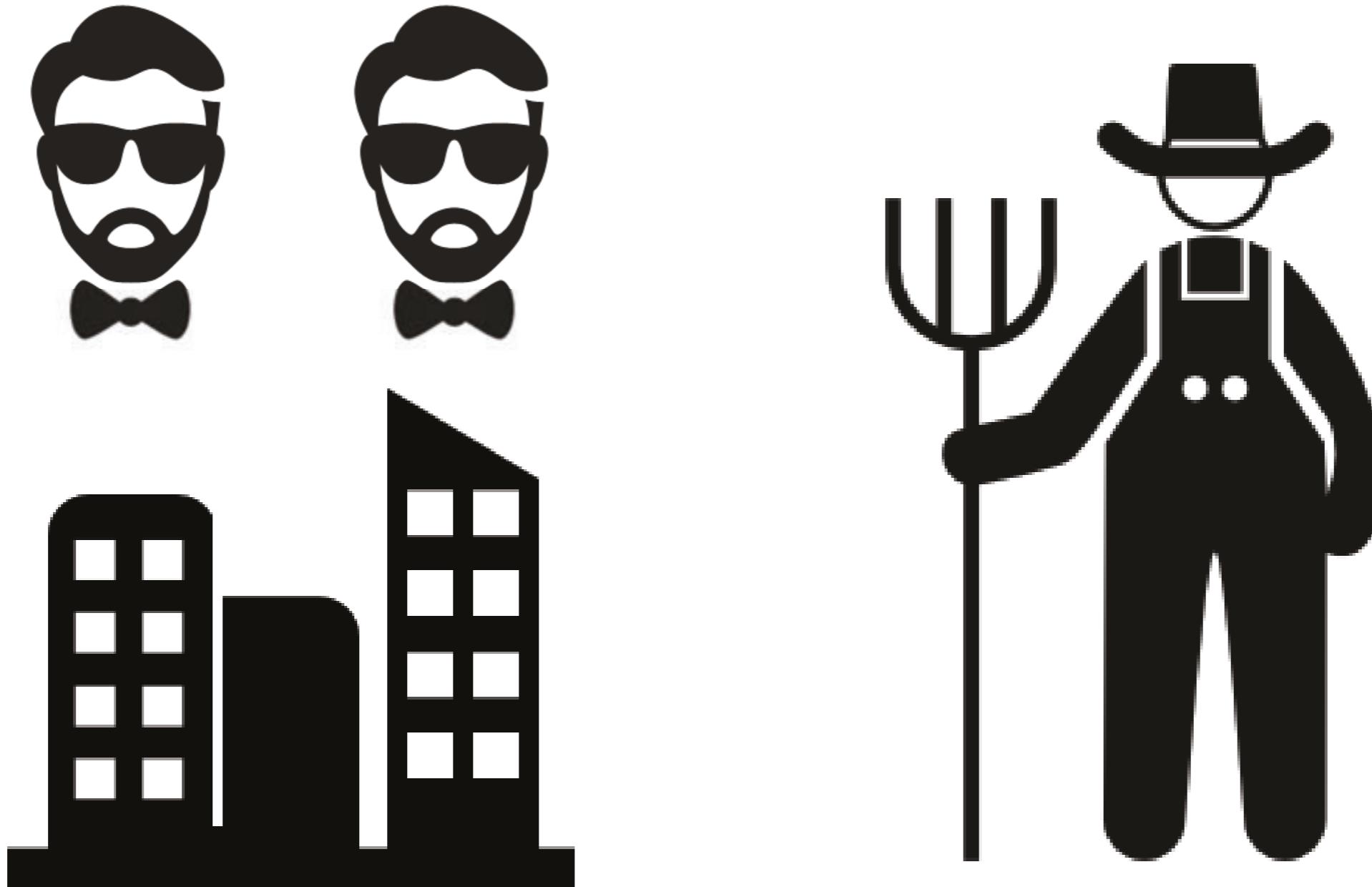
simplicity

less stuff. less work.
less expense. equals.
more money. more
time. more joy.

less equals more

Interculturalism

Urban vs. country
Multiculturalisme



Den moderne forbburger

A word cloud centered around the theme of consumer behavior and trust in the modern digital age. Key concepts include multiple decision-making paths, the role of social media in providing information and reviews, and the increasing importance of brands and businesses in consumers' lives. The word 'consumers' is the largest and most central word, surrounded by related terms like 'trust', 'information', 'reviews', and 'study'.

Målgruppe

Det kreative community:

Design, indretning, coolness, inkluderende, storby.

Det eksklusive community:

Eksklusivitet, High-end, wellness, wellbeing, sundhed, nydelse, belønning.

Det kulturelle community:

Indsigt, forbydelse, læring, historie, oplevelse, lokalmiljø, autentisitet.

Det aktive community:

Aktive oplevelser, natur, helse, sport.

Det bæredygtige/etiske community:

Økologi, bæredygtigt koncept, humanitære oplevelser/ frivilligt arbejde, bidrage til lokalmiljøet.

Målgruppe

Det kreative community



Design, indretning, coolness, inkluderende, storby.

Målgruppe

Det eksklusive community



Eksklusivitet, High-end, wellness, wellbeing, sundhed, nydelse, belønning.

Målgruppe

Det kulturelle community



Indsigt, fordydelse, læring, historie, oplevelse, lokalmiljø, autentisitet.

Målgruppe

Det aktive community



Aktive oplevelser, natur, helse, sport.

Målgruppe

Det bæredygtige/etiske community



**Økologi, bæredygtigt koncept, humanitære/
frivilligt arbejde, bidrage til lokalmiljøet.**

Tema/koncept

Hænger tæt sammen med stilgrupper.

**Unikke hoteller indtænker et koncept, der tilpasser sig
målgruppen.**

Lokalitet



Urban lokalitet: Unikke hoteller placerer sig ift. målgruppen

Naturen: Unikke hoteller skaber unikke oplevelser

Designhoteller skaber nye trends



De nye designhoteller er ofte trendsættende med indretning og rumfordeling.

Hoteller er de nye destinationer



Magic Mountain Hotel. Chile

Hoteller er de nye destinationer

Mere end bare en overnatning

Unikke oplevelser

Unik service

Samhørighed

Vores rejsestarter



Unikke oplevelser

1. Ekstreme oplevelser
2. Outdoor oplevelser
3. Autentiske oplevelser
4. Urbane oplevelser

Ekstreme oplevelser

Ekstreme oplevelser

Fra
Double Ironman
Svømning 7,6 km.
Cykling 360 km.
Løb 84,4 km.



Til
Double Deca Triathlon
20-Dobbelt Ironman
Svømning 76 km.
Cykling 3600 km.
Løb 844 km.



Ekstreme oplevelser



Cliffside skylodge hotel, Peru

Ekstreme oplevelser

Undervandshotel

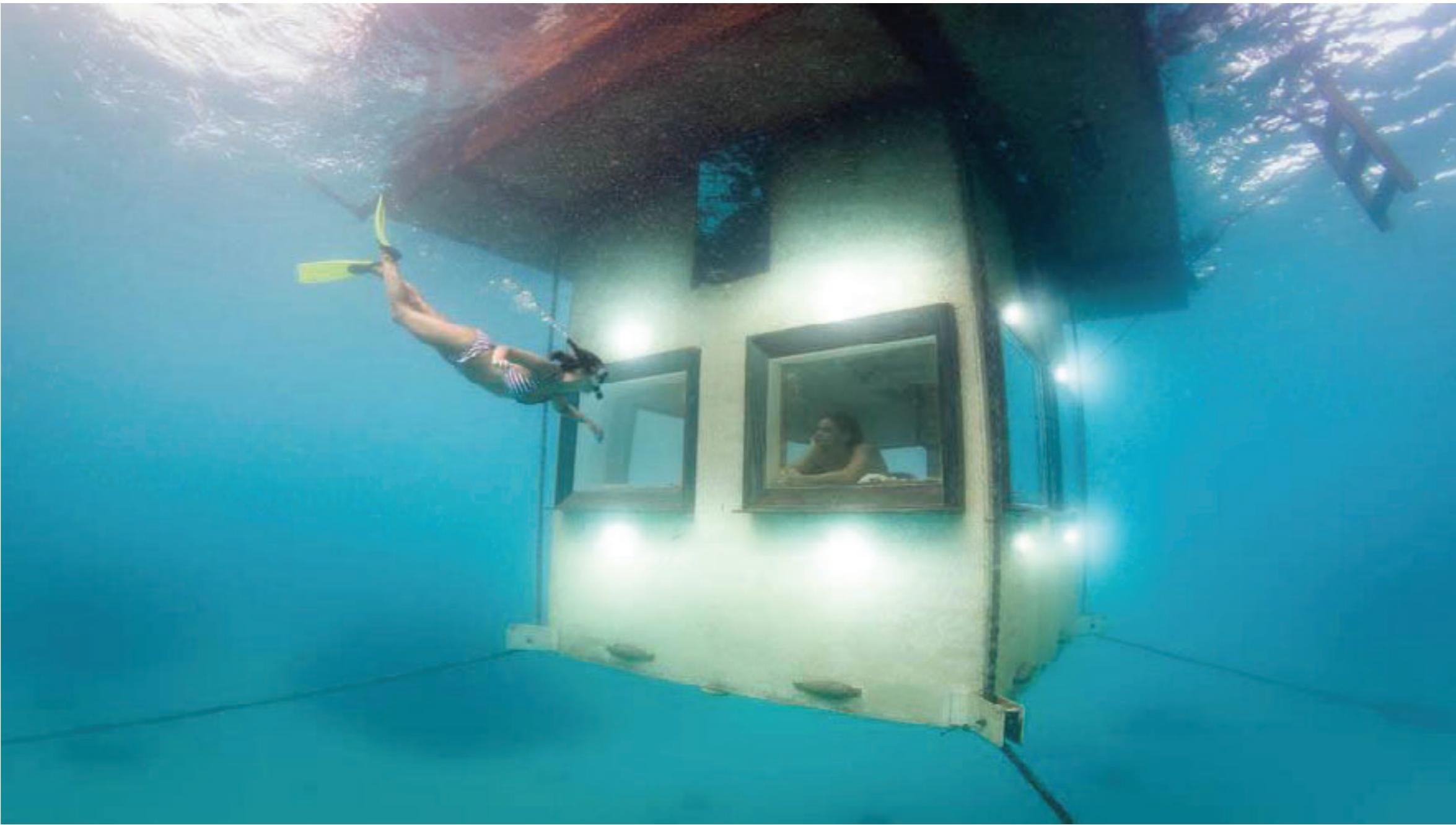


Uttor Inn

Kunstinstallation af Mikael Genberg

Ekstreme oplevelser

Undervandshotel



Manta Resort, Tanzania

Ekstreme oplevelser

Undervandshotel



Manta Resort, Tanzania

Ekstreme oplevelser

Shanty town luksus



Emoya hotel and spa

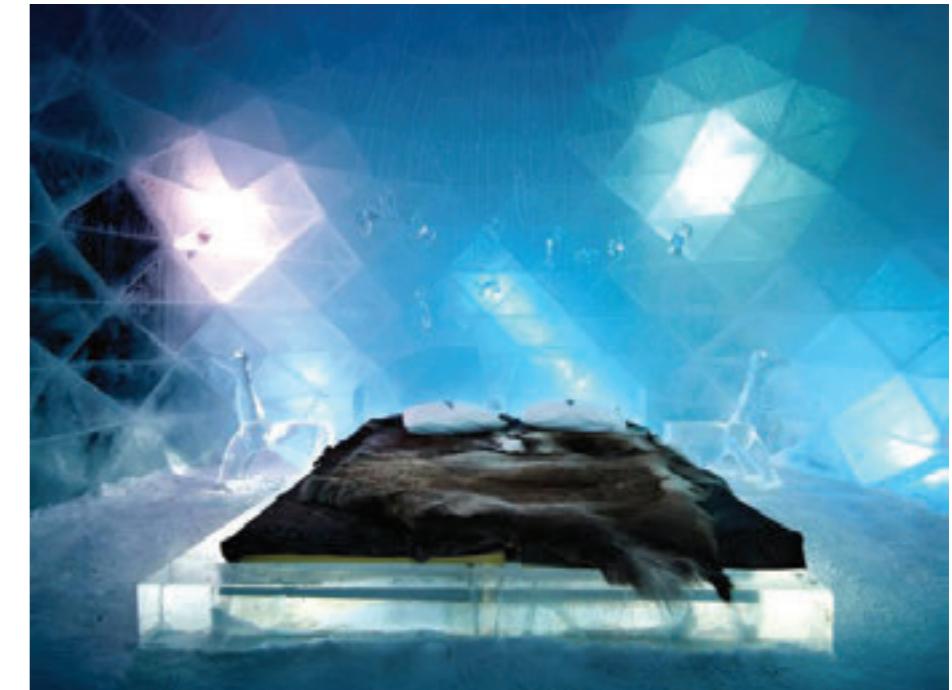
Ekstreme oplevelser



Fængselshotel



Salt hotel



Ishotel

Ekstreme oplevelser

**Vi søger vilde og ekstreme oplevelser fordi vi vil
udforske os selv – både det indre og ydre.**

**Det handler også om iscenesættelse.
Du tager lige en selfie, når du er nede i
undervandshotellet eller på toppen af bjerget og
lægger ud på de sociale medier.**

Outdoor oplevelser

Outdoor oplevelser

Den barske natur



Eco camp, Patagonia

Outdoor oplevelser

Den barske natur



Eco Camp, Patagonia

Outdoor oplevelser

Geoturisme



Juvet landskabshotel

Outdoor oplevelser

Geoturisme

Geoturisme handler om at beskytte og forbedre steder, fra flora og fauna og geologi til historie og kultur.

Geoturisme omfatter konceptet bæredygtig turisme – hvor destinationer skal bevares uspolerede til fremtidige generationer.

Geoturisme er et eksempel på at miljø og økonomi ikke behøver at være modsætninger,

Outdoor oplevelser

Nationale turistruter



Trollstigen udkigspost

Outdoor oplevelser

Selvom den ekstraordinære rejseoplevelse ofte bliver forbundet med noget fjernt og eksotisk, så eksisterer det ekstraordinære faktisk også tættere på vores hjem.

Det handler bare om at genopdage det eksotiske og lokale særpræg i vores egen kultur og natur.

Den autentiske oplevelse

Autentiske oplevelser

Det sociale eksperiment



Fogo island Inn

Autentiske oplevelser

Det sociale eksperiment



Fogo island Inn

Autentiske oplevelser

Det sociale eksperiment



Fogo island Inn

Autentiske oplevelser

Hyper-local sourcing

I fremtiden vil mange luksus hoteller få deres produkter, medarbejdere, materialer, tjenesteydelser og lignende fra kilder i deres umiddelbare nærhed. Jeg kalder det også “hyper-local sourcing”. Vi vil se en ny type luksushotel “ti-kilometer Hotel”- hvor alle ressourcer kommer inden for en radius af få kilometer.

Autentiske oplevelser

Et hotel i grotterne



Sextantio Le Grotte Della Civita, Italy

Autentiske oplevelser

Et hotel i grotterne



Sextantio Le Grotte Della Civita, Italy

Autentiske oplevelser

**Involvering i lokalsamfundet/nærmiljøet
Skabe vækst / bevare lokal viden og kultur**

Tage ansvar / give noget tilbage

Autentiske oplevelser

Tid til ingenting



Hotel Eremito, Italy

Autentiske oplevelser

Deep travel

Det handler om at komme “under huden” på et sted og få en oplevelse som du rent faktisk kan lære noget af. Vi søger allerede autenticitet og ægte oplevelser, men mange vil gerne gå skridtet videre. De vil lære om den lokale kulturhistorie, og opleve de detaljer der gør et sted unikt.

Urbane storbyhoteller

Urbane oplevelser

En destination i storbyen



Ace hotel, NY

Urbane oplevelser

En destination i storbyen



Wythe hotel, NY

Urbane oplevelser



Urbane oplevelser



Hotel Lloyd, Amsterdam



Hotel Daniel, Wien



Hotel Michelberger, Berlin

Urbane oplevelser

Kend dine kunder / målgruppe

Kend dit nablag

Vær inkluderende - ikke ekskluderende

Flyt fokus fra værelser til lobby

Events / oplevelser

Tilbyd ekstraorinære serviceydelser

“Unplugged”

Unplugging i storbyen

Bivouac NYC



Design: Thomas Stevenson

“Off-grid”

Home is where you park it



Scandic to go



Exploranter - Overland hotel



Hotel Everland

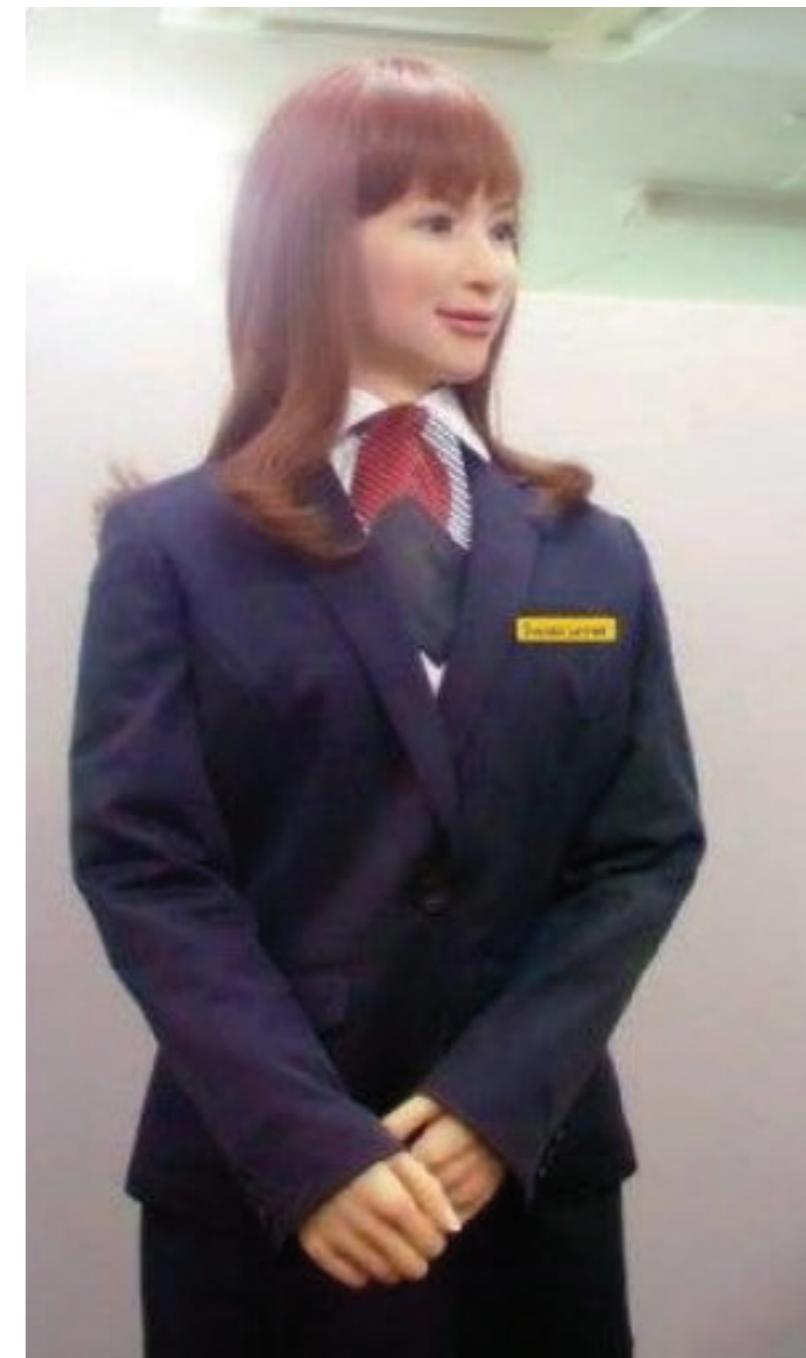
“High-tech”

Robot hotel

High-tech luksus



Henna-hotel



Tak