

ACCESS NORWAY

Accessibility Plan for reiselivsbedrifter

En trinn for trinn guide til å komme i gang med tilgjengelighet i din bedrift



Foto: Beitostølen Aktiv og Skiskole



**Berekräftig
Reisemål**



ACCESS NORWAY

Accessibility Plan for reiselivsbedrifter

En trinn for trinn guide til å komme i gang med tilgjengelighet i din bedrift

1.

Innledning

Tilgjengelighet i reiselivet handler ikke bare om å oppfylle lovpålagte krav eller å gjennomføre enkelttiltak. For reiselivsbedrifter – enten det dreier seg om overnatting, serveringssteder, aktiviteter, transport, attraksjoner eller arrangementer – berører tilgjengelighet **hele kundeopplevelsen**: fra søk etter informasjon og planlegging av reisen, til ankomst, opphold, deltakelse i aktiviteter og hjemreise.

Tilgjengelighet omfatter mer enn universell utforming av bygninger og fysiske omgivelser. Minst like viktig er **kvaliteten på service og hvordan gjestene blir møtt og behandlet**. Profesjonell, respektfull og inkluderende kundeservice er ofte avgjørende for om en opplevelse oppleves som tilgjengelig.

God tilgjengelighet gir både konkurransefortrinn og tydelige bidrag til samfunnsutvikling. Den styrker inkluderingen av personer med funksjonsnedsettelse, gjør hverdagen enklere for eldre, barnefamilier og personer med midlertidig skader, og forbedrer kvaliteten på opplevelsen for alle. Slik kan reiselivsbedrifter ta sosialt ansvar, bygge et sterkere omdømme og skape positive ringvirkninger i lokalsamfunnet. Tilgjengelighet gir reiselivet en plattform som ikke kan erstattes av kunstig intelligens – her må bedriftene være til stede, i møte med gjestene.

Samfunnet forventer i økende grad at næringslivet ikke bare leverer produkter og tjenester, men også tar ansvar for bærekraft, inkludering og rettferdighet. Tilgjengelighet blir på denne måten en del av virksomhetens legitimitet og tillit og en kilde til differensiering i et konkurranseutsatt marked.

Tilgjengelighet representerer også et stort og voksende **markedspotensial**. Mange personer med funksjonsnedsettelse er allerede aktive reisende med betydelig kjøpekraft. Sammen med en aldrende befolkning og flere gjester med ulike tilgjengelighetsbehov øker kundegrunnlaget. Bedrifter som leverer tilgjengelige opplevelser av høy kvalitet vil både belønnes med økt lojalitet og tiltrekke seg nye kundegrupper. Dette styrker markedsposisjonen og bygger en merkevare som forbindes med kvalitet, rettferdighet og inkludering.

Tilgjengelighet er dessuten ikke et prosjekt man kan “bli ferdig med”, men en langsiktig prosess der målet er kontinuerlig forbedring. Det viktigste er å **komme i gang**, og bruke erfaringer og tilbakemeldinger til å lære og justere underveis.

Denne planen er utviklet som et praktisk verktøy for reiselivsbedrifter. Den gir en strukturert prosess og en tiltaksbank med konkrete forslag som kan tilpasses lokale behov. Målet er å gjøre det enkelt og starte, gjennomføre og videreutvikle arbeidet med tilgjengelighet – til beste for gjester, ansatte, lokalsamfunn og bedriften selv.

Accessability Plan for Destinations-håndboken er utviklet i prosjektet AccessNorway, i et samarbeid mellom NDBR, Sunnasstiftelsen, Inkludering – Beitostølen og Innovasjon Norge, med støtte fra BUFDIR. Kunnskapsgrunnlaget bygger på erfaringer fra AccessTour.



2.

Grunnleggende prinsipper

Involvering og samarbeid: Arbeidet bør gjøres i dialog med ansatte, gjester, brukerorganisasjoner, kommunalt råd for personer med funksjonsnedsettelse og lokalsamfunnet. Personer med nedsatt funksjonsevne bør inkluderes som rådgivere, ansatte, kunder og samarbeidspartnere.

Helhet og langsiktighet: Tilgjengelighet må gjennomgå hele virksomheten – fra markedsføring og booking til service, fasiliteter og opplevelser. Det er en standard for kvalitet, ikke enkelttiltak. Når universell utforming er normen, kan alle delta uten ekstra tilpasning.

Kundetilfredshet og service: Universell utforming er viktig, men like viktig er hvordan gjestene blir møtt og behandlet. Profesjonell, respektfull og inkluderende service er avgjørende for en positiv opplevelse.

Kontinuerlig læring og forbedring: Tilgjengelighet er en pågående prosess. Det skal være rom for å prøve, feile og justere tiltakene underveis. Vær mottakelig for tilbakemeldinger fra gjester og samarbeidspartnere – ofte er det nettopp disse som gir de beste innspillene til reelle forbedringer.

Strategisk forankring: Arbeidet må integreres i virksomhetens strategi, planer og budsjetter, og eies av ledelsen. Da blir tilgjengelighet en naturlig del av merkevaren og konkurransekraften.

Ufarliggjøring: Frykten for å gjøre feil må ikke bli en barriere. Det viktigste er å komme i gang – selv små forbedringer kan utgjøre en stor forskjell for gjestene.

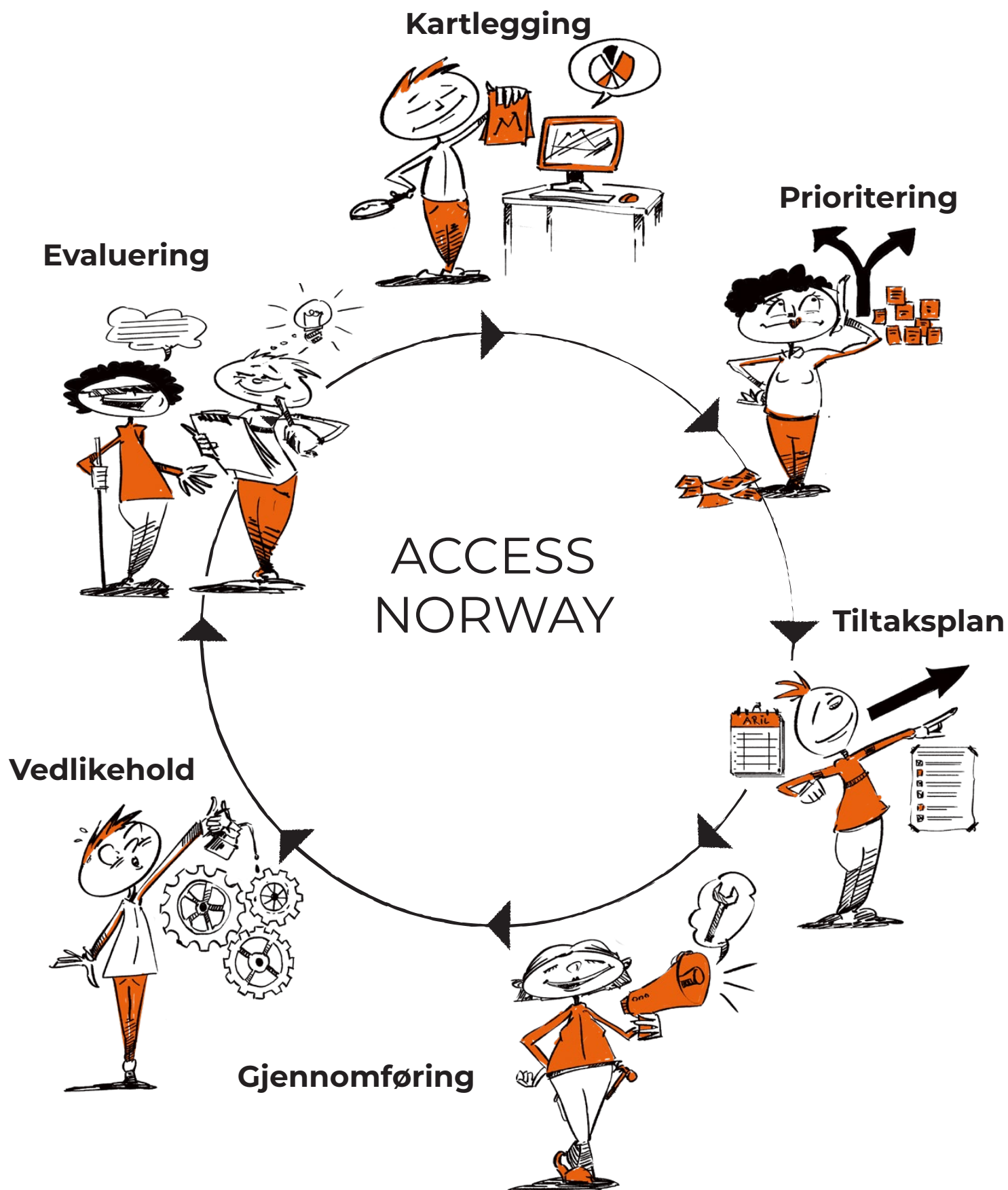
3.

Trinn-for-trinn prosess i 6 faser

For å sikre framdrift og kvalitet kan bedriften følge en strukturert og trinnvis prosess. Denne gir et rammeverk for å gå fra idé til handling, og sørger for at tiltak ikke bare planlegges, men også gjennomføres, vedlikeholdes og evalueres.

1. **Kartlegging:** Få oversikt over dagens situasjon. Bruk gjerne *Access Norway-verktøykassen*, og gjennomfør kartlegging i dialog med ansatte, gjester, brukerorganisasjoner og/eller kommunalt råd for personer med funksjonsnedsettelse. Analyser gjestetilbakemeldinger og identifisere kjente barrierer. Test fasilitetene der det er mulig: lån en rullestol, prøv hvordan det er å orientere seg som blind eller svaksyn, eller mål støynivået i ulike rom. Mange behov blir først synlige når man tester ut i praksis.
2. **Prioritering:** Velg områder som bør tas først. Det kan være tiltak med stor brukerverdi eller symbolverdi – f.eks. adkomst til inngangspartiet, tilgjengelige menyer eller oppdatert informasjon på nettsiden. Begynn gjerne med enkle tiltak som gir stor effekt for å skape entusiasme.
3. **Tiltaksplan:** Velg tiltak fra tiltaksbanken og lag en plan med mål, ansvar, frister og ressurser. Bruk *Access Norway* sin mal for tilgjengelighetsplan.
4. **Gjennomføring:** Realiser tiltakene i samarbeid med ansatte og eksterne partnere (f.eks. leverandører, kommunen, kommunalt råd for personer med funksjonsnedsettelse, destinasjonsselskapet). Sørg for at hele personalet er informert og involvert.
5. **Vedlikehold:** Etabler rutiner for oppdatering av informasjon (feilinformasjon skaper barrierer og undergraver tillit), kvalitetssikring og vedlikehold av løsninger. Dette spenner fra dører, ramper og heiser til menyer, brosjyrer og nettsider.
6. **Evaluering:** Involver gjestene. Samle inn og analyser tilbakemeldinger, og bruk erfaringene til å justere tiltak og utvikle nye løsninger.

Trinn-for-trinn prosess i 6 faser





4.

Tiltaksbank

Her finner du forslag til tiltak som kan bidra til økt tilgjengelighet. Tiltaksbanken er ikke uttømmende -suppler gjerne med egne tiltak tilpasset lokale forhold.

Organisering og ledelse

1. Utnevne en **tilgjengelighetsansvarlig**.
2. **Kartlegge** bedriften, produkter og tjenester for tilgjengelighet. Bruk gjerne Access Norway - verk-tøykassen.
3. Integrere tilgjengelighet i **strategier, budsjetter og handlingsplaner**, på lik linje med andre kvalitets- og bærekraftsmål.
4. Sørge for **opplæring** i inkluderende service og respektfull kommunikasjon (f.eks. årlig kurs). Undersøk mulighet for felleskurs via destinasjonsselskapet.
5. Utarbeide en intern kode for god praksis for å samle erfaringer, systematisere tiltak og bygge inkluderende kultur.
6. **Arrangere besøk fra brukergrupper** for å teste tilgjengelighet og gi ansatte praktisk læring.
7. **Lære av andre** som har lykket, gjennom studiebesøk eller erfaringsdeling.
8. Rekruttere og tilrettelegge for **ansatte med funksjonsnedsettelse**.
9. Utarbeide **beredskapsrutiner** (alarm, evakuering, skilting) som er tilgjengelige for alle gjester.

10. Etablere rutiner for **årlig intern evaluering** basert på gjestetilbakemeldinger.
11. **Brukermedvirkning**: Gå fra ad hoc-involvering til strukturert samarbeid. Opprett et rådgivende panel med personer med funksjonsnedsettelse. Panelet kan møtes årlig for å gi råd om prioriteringer, evaluering og nye tiltak - dette gir kontinuitet og bedre forankring.
12. **Delta i sertifiserings- og utviklingsprogrammer for inkludering og tilgjengelighet** (feks. [Solsikkeprogram](#) eller [Likestilt arbeidsliv](#)).

Kommunikasjon, informasjon og markedsføring

13. Ha en **universelt utformet nettside** (lett å navigere, kompatibel med skjermlesere). God tilgjengelighet gir også bedre søkemotoroptimalisering (SEO).
14. Tilby **informasjon i flere formater**: lettest tekst, tydelige kontraster, lydfiler, punktskrift, QR-koder.
15. Tilby menyer, program og brosjyrer i **tilgjengelige versjoner** (stor skrift, digitale utgaver, symboler/piktogrammer).
16. **Utforme enkle registreringsskjemaer** som inkluderer spørsmål om behov for tilrettelegging, assistanse eller kosttilpasninger (f.eks. cøliaki, laktoseintoleranse, allergier)
17. Bruke **ISO-standardiserte symboler/piktogrammer** konsekvent.
18. Tekste videoer og tilby innhold på tegnspråk der det er relevant (gjelder også promotering og informasjon)



Foto: Nicolay Flaaten

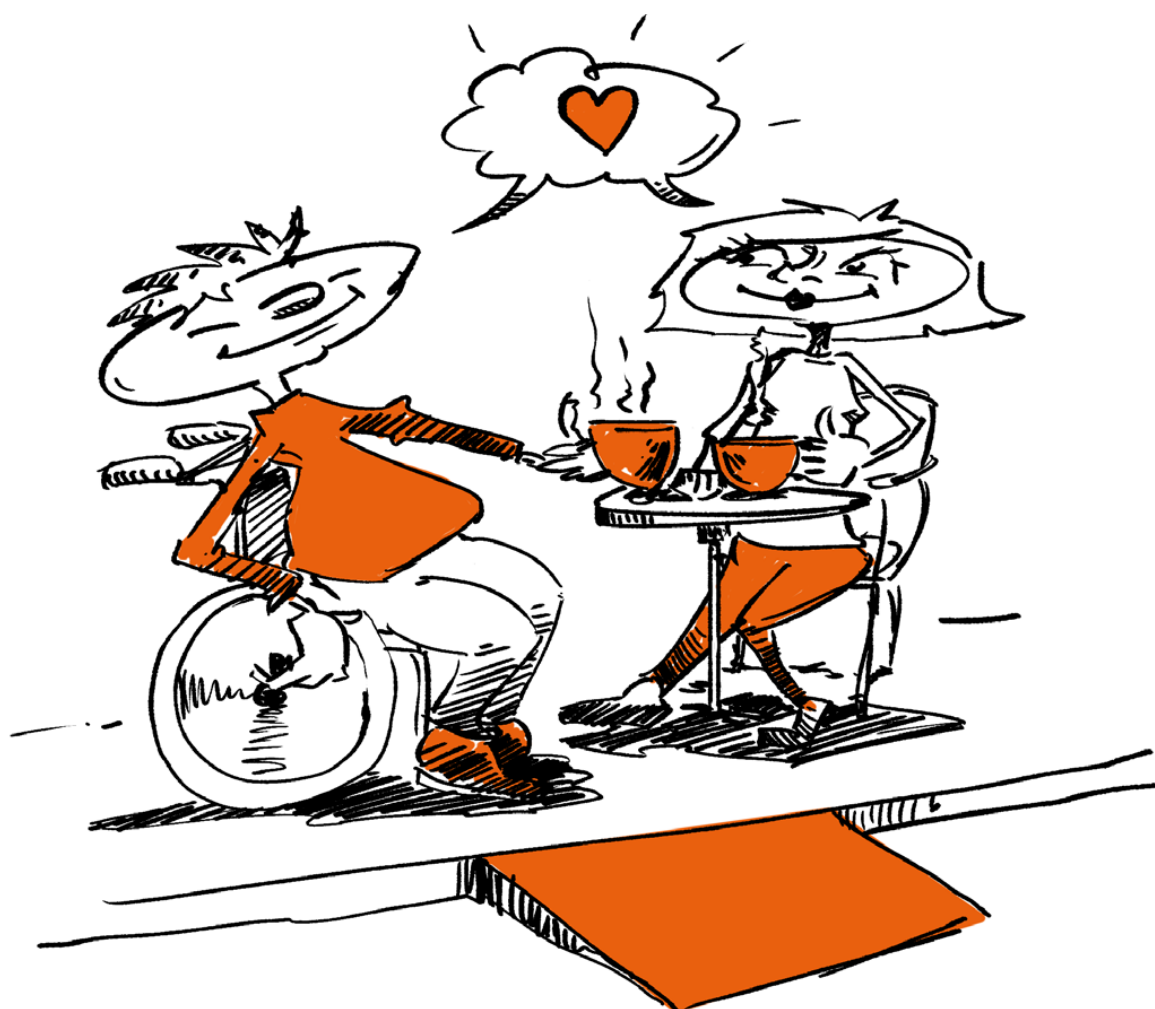
19. Inkludere en egen **seksjon om tilgjengelighet** i alt informasjonsmateriell– nettsider, brosjyrer, kart, menyer, programmer - med tydelig beskrivelse av tilgjengelige fasiliteter og tjenester. Bruk gjerne bilder. Se mal i Access Norway -verktøykassen.
20. **Sikre pålitelighet i informasjonen:** All tilgjengelighetsinformasjon som deles med gjester må være korrekt og oppdatert. Erfaring viser at tredjepartsplattformer (som booking.com eller Airbnb) ofte ikke gir tilstrekkelig eller riktig informasjon. Bedriften må derfor selv kommunisere tilgjengelighet tydelig og troverdig på egne kanaler.
21. Gjøre innhold i **sosiale medier** tilgjengelig med lettlest språk, undertekster og beskrivelser/lydinformasjon for personer med nedsatt syn.
22. Bruke **inkluderende bildemateriale** (se retningslinjer under)
23. Opprette **lavterskelkanaler** for spørsmål om hjelp eller tilrettelegging. Bruk visuelle hjelpemidler ved resepsjon/skranker.
24. **Unngå diskriminering i prissetting:** Kunder med funksjonsnedsettelse skal ikke belastes høyere priser for tilgjengelige tjenester eller produkter. Et HC-rom brukt av én person skal f.eks. prises som et ordinært enkeltrom.
25. **Kommunisere konkrete resultater og forbedringer** (oppgraderinger, nye tjenester, positive gjestetilbakemeldinger) for å vise framdrift og bygge tillit.
26. **Fremme tilgjengelighet i nærings- og bransjefora,** ved å stå opp for saken, dele erfaringer og bidra til at inkludering blir en felles standard i reiselivet.

Fysisk tilrettelegging og opplevelsesdesign

27. Sørge for **universell adkomst** (rampe, heis, automatiske dører) til inngangspartier og fellesområder.
28. **Utforme vennlige interaksjons- og serviceområder** (for eks. skranke i riktig høyde og hvileplasser)
29. Ha minst ett **HC-toalett** og tilgjengelige sitteplasser.
30. Tilrettelegge **overnattingsrom:** Universelt utformede bad og praktiske løsninger som sikrer selvstendig bruk – f.eks. enkel tilgang til seng, lyskontroll fra sengen, tilgjengelig vindu, dusjkrakk, lavt dusjhode og håndklær i rekkevidde. HCrom bør også tilby fleksibilitet i sengetype (dobbeltseng eller enkeltseger).
31. Gjøre **serveringsområder** tilgjengelige (adkomst, fjerne hindringer, riktig bordhøyde, HC-toalett).



32. **Tilby tilgjengelige menyer** med informasjon om ingredienser, allergener og tilpasninger (f.eks. cøliaki, laktoseintoleranse). Bruk gjerne bilder av rettene, lettest språk, punktskrift eller digitale versjoner for å sikre selvstendighet.
33. Sørge for **skilting** i riktig høyde, med tydelig kontrast - gjerne taktilt og QR-koder.
34. **Tilby audioguides og audiobeskrivelser** i utstillinger og opplevelser.
35. Tilrettelegge minst én **kulturarena/attraksjon eller aktivitet** med tilgjengelige løsninger (tekst, lyd, ledsagerutstyr).
36. Tilby utlån/utleie av **hjelpemidler** (rullestoler, sit-ski, armsykel, sittesykel, sykkelfront, ledsagerutstyr, stille soner).
37. Ha **HC-parkeringsplasser** nær inngang og attraksjoner. Sørg for tydelig skilting og merking iht standarder.
38. Lage en «**24-timers tilgjengelig opplevelse**» – et helhetlig tilbud hvor gjesten kan spise, bo, delta på aktiviteter og bruke transport uten barrierer.
39. Tilrettelegge **arrangementer** slik at alle kan delta (tolketjenester, teleslynge, teksting, rullestoltilrettelegging, god belysning, rolig sone).
40. Tilby tilgjengelige arenaer for møter, kurs og konferanser (tegnspråktolk, teleslyngeanlegg, AI-basert direkte underteksting)
41. **Utvikle tilgjengelige pakketilbud** som kan markedsføres og selges gjennom turoperatører og reisebyråer.
42. Samarbeide med **bloggere og innholdsprodusenter** som profilerer tilgjengelig turisme.



Spørsmål og ytterligere ressurser

Gjennom AccessNorway har din destinasjon tilgang på kontaktpersoner og ressurser som kan hjelpe dere med problemstillinger og tiltak i arbeidet mot økt tilgjengelighet.

Ta kontakt med den ansvarlige organisasjonen for reisemålsutviklingen i din region for mer informasjon.

5.

Inkluderende bildemateriale og kommunikasjon

Personer med nedsatt funksjonsevne er sjelden representert i destinasjoners markedsføring. Når de først inkluderes, skjer det ofte gjennom **diskriminerende eller instrumentelle fortellinger om funksjonsevne** – der fokus ligger på hjelpemidler fremfor personen, eller hvor vedkommende fremstilles isolert og passiv, snarere enn som del av et fellesskap. Slike fremstillinger bidrar til å forsterke stereotyper og overser mangfoldet i erfaringene til mennesker med funksjonsnedsettelse. En mer inkluderende tilnærming kan bidra til å skape troverdighet, styrke tilliten og speile virkeligheten på en mer rettferdig måte.

Retningslinjer for inkluderende bildemateriale og kommunikasjon

- **Vis mangfoldet:** Representer mennesker med nedsatt funksjon på tvers av kulturer, hudfarger og nasjonaliteter i ulike roller – som familier, venner, par og kolleger – ikke bare som enkeltindivider.
- **Fokus på personen, ikke hjelpemiddelet:** Hjelpemidler kan være synlige, men bør ikke være det sentrale motivet. Personen og opplevelsen skal være i sentrum.

- **Unngå fortellinger som bygger på fordommer mot personer med funksjonsnedsettelse:** Ikke framstill personer som «helter» eller «inspirasjon» bare fordi de deltar i en aktivitet. La dem være vanlige aktører i hverdags- og ferieopplevelser.
- **Normaliser deltakelse:** Plasser personer med nedsatt funksjon i samme kontekster som alle andre – i restauranter, på tur, i kulturarrangementer – for å vise at de er en naturlig del av helheten. Ikke bare i innhold som handler om tilgjengelighet.
- **Unngå instrumentalisering:** Bruk ikke personer med funksjonsnedsettelse kun for å signalisere «mangfold» eller «politisk korrekthet». Bildene skal være autentiske og respektfulle.
- **Bruk inkluderende språk og terminologi:** Sørg for at bildetekster, brosjyrer og annet materiale spiller verdighet, respekt og riktig begrepsbruk.



Foto: Nicolay Flaaten

Ord og begrepsbruk tilgjengelighet

Sett personen først, ikke funksjonsnedsettelsen.
Bruk et nøytralt og verdig språk, og unngå ord som kan vekke medlidenhet.



Her finner du de mest anbefalte begrepene å bruke:

- ✓ Personer med funksjonsnedsettelse / personer med nedsatt funksjonsevne
- ✓ Blinde personer eller personer som er blinde
- ✓ Svaksynte personer – for personer med nedsatt syn
- ✓ Døve eller personer som er døve
- ✓ Personer med hørselnedsettelse – for personer med nedsatt hørsel
- ✓ Tegnspråkbrukere - der hvor språk og kultur er relevant å presiser
- ✓ Personer med matallergi, gjester med allergier
- ✓ Personer med cøliaki eller gjester med glutenintoleranse
- ✓ Personer med kognitive vansker eller personer med utviklingshemming
- ✓ Personer med autismespekterforstyrrelse (ASF) eller autistiske personer
- ✓ Personer med dysleksi, personer med ADHD eller andre konkrete diagnoser når det er relevant.
- ✓ Personer med psykososiale utfordringer – om mentale helseutfordringer

Begrep som du bør unngå

- ❌ “Handikappede” eller “uføre”
 - ❌ “Spesielle behov” - bruk heller individuelle behov eller tilrettelegging
 - ❌ “Normal/ unormal”- bruk heller alle gjester eller mennesker med ulike behov
 - ❌ “Tilrettelagt for funksjonshemmede” – bruk heller tilgjengelig for alle eller universelt utformet
 - ❌ “Stumme” eller “dovstumme” – utdaterte og feilaktige begrep
 - ❌ “Spesielle behov” om matallergi – bruk heller allergi eller cøliaki
 - ❌ “Allergivennlig” uten forklaring- oppgi alltid konkret (*glutenfri, melkefri, nøttefri*)
 - ❌ Bagatellisering av matallergi- selv små mengder kan gi alvorlige reaksjoner
 - ❌ Utdaterte begrep som “mentalt tilbakestående” eller “åndsvak”
 - ❌ Ikke omtal mennesker som *problemer f.eks “vanskelige gjester”* – snakk om behov for tilrettelegging
- Tegnspråkbruker



Noen definisjoner:

Universell utforming (UU): Løsninger som fungerer for flest mulig, uavhengig av funksjonsevne

Tilgjengelighet: Om praktiske tiltak og informasjon

Assistanse eller tilrettelegging: Når man snakker om støtte som tilbys gjester

Brukergrupper: Når man snakker om samarbeid med organisasjoner

Allergimerket meny: En meny der alle retter er tydelig merket med allergener

Tilrettelagt meny: En meny som tilbyr alternative retter eller tilpassede versjoner uten bestemte allergener laget etter trygge rutiner for hygiene og håndtering

Trygg servering: Når rutiner for hygiene og håndtering er fulgt

Norsk tegnspråk (NTS) Minoritetesspråk med linje med andre minoritetesspråk. Det er et eget språk med egen grammatikk og struktur

Tegnspråkbrukere personer som bruker tegnspråk som sitt primære eller foretrukne språk for kommunikasjon, ofte døve eller hørselhemmede, men også andre som kommuniserer visuelt gjennom tegnspråk



Verktøyet er utviklet i samarbeid med:



**Visit
Norway**



**Innovasjon
Norge**



**Berekrafts-
nettverket**



SUNNAASSTIFTELSEN

Med finansiering fra:



Bufdir