



UPLIFT

Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism

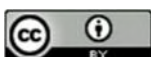
Fordybende litterære og

Filmturismeforskning

www.uplifttourism.eu

Immersiv litterær og
filmturismeforskning
Rapport

Dato
19th April 2025



This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

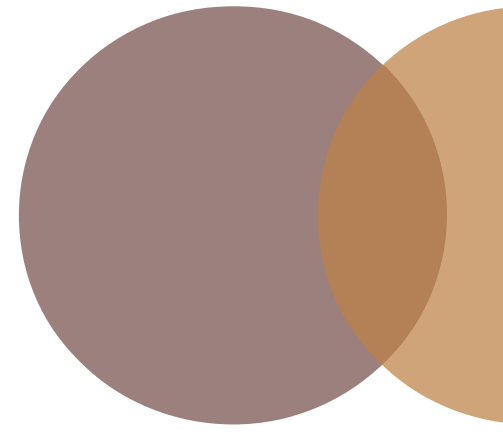
Finansieret af Den Europæiske Union. Synspunkter og holdninger, der kommer til udtryk, er udelukkende forfatterens/forfatternes og er ikke nødvendigvis udtryk for Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Forvaltningsorgan for Uddannelse og Kulturs (EACEA) officielle holdning. Hverken den Europæiske Union eller EACEA kan holdes ansvarlig herfor.



INDHOLDSFORTEGNELSE

Forkortelser.....	03
Ordliste.....	03
01 Indledning og resumé.....	04
02 Vores team.....	10
03 EU-politik.....	13
04 Landeprofiler – Irland.....	15
05 Landsprofiler – Island.....	23
06 Landeprofiler – Litauen.....	29
07 Landsprofiler – Danmark.....	37
08 Landsprofiler – Slovenien.....	44
09 Fremtidige tendenser.....	51
10 Anbefalet læsning.....	54

www.uplifttourism.eu



Forkortelser

- Kunstig intelligens (AI)
- Augmented Reality (AR)
- Erhvervsskole for hotel- og turisme Maribor (VSGT Maribor)
- Destinationsmanagementorganisation (DMO)
- Det Europæiske E-Læringsinstitut (EUEI)
- Den Europæiske Union (EU)
- Udvidet virkelighed (XR)
- Blandet virkelighed (MR)
- Små og mellemstore virksomheder (SMV'er)
- Shannon Teknologiske Universitet (TUS)
- Akureyri Universitet (UNAK)
- Kompetenceudvikling inden for immersiv litteratur og filmturisme (UPLIFT)
- Vilnius Gediminas Technical University (VILNIUS TECH)
- Virtual Reality (VR)
- Erhvervsuddannelse (VET)

Ordliste

- Kunstig intelligens (AI) Er teknologi, der gør det muligt for computere og maskiner at simulere menneskelig læring, forståelse, problemløsning, beslutningstagning, kreativitet og autonomi.
- Augmented reality (AR) refererer til integrationen af digital information i brugerens miljø i realtid.
- Udvidet virkelighed (XR) er et samlebegreb, der henviser til AR, MR og VR.
- Mixed Reality (MR) er en blanding af den fysiske og digitale verden, der muliggør naturlige og intuitive 3D-interaktioner mellem mennesker, computere og miljøet.
- Små og mellemstore virksomheder (SMV'er) defineres som ikke-datterselskaber, uafhængige virksomheder, der beskæftiger færre end et bestemt antal medarbejdere.
- Projektet Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism (UPLIFT) hjælper den europæiske turistsektor med at tage teknologier som VR, AR og AI til sig.
- Virtual reality (VR) er en teknologi, der giver brugerne mulighed for at fordybe sig i et kunstigt, computergenereret miljø og interagere med det i realtid.
- Erhvervsuddannelse (VET) er uddannelse og træning i specifikke jobrelaterede og tekniske færdigheder.

A photograph of a library with wooden bookshelves and a large wooden sculpture of a dragon on the ceiling. The bookshelves are filled with books, and there are stacks of books on a table in the foreground. The lighting is warm and focused on the bookshelves. The dragon sculpture is a large, intricate piece of woodwork, appearing to be a dragon or a similar mythical creature, positioned on the ceiling. The overall atmosphere is that of a traditional, well-stocked library.

INTRODUKTION

01

| Introduktion til Uplift: Immersiv film- og litteratorturisme i Europa

Immersive teknologier som Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) og Mixed Reality (MR) åbner spændende nye døre for film- og litteratorturisme. Disse værktøjer ændrer måden, vi fortæller historier på, hvordan besøgende interagerer med destinationer, og hvordan vi blander fiktionens magi med virkelige oplevelser. Dagens rejsende ønsker mere end bare en fotomulighed – de ønsker at dykke dybt ned i kultur, historie og fortællinger. For virksomheder, især inden for turisme, rummer denne ændring et utroligt potentiale.

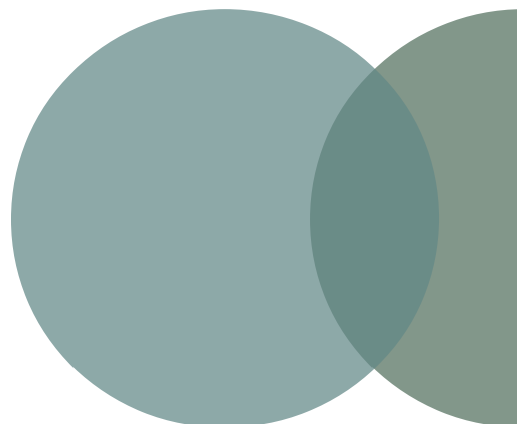
For små og mellemstore virksomheder (SMV'er), der er hjertet i Europas turismesektor, er immersiv teknologi ikke længere forbeholdt de store aktører. Nu hvor VR og AR er blevet mere overkommelige og tilgængelige, kan SMV'er skabe rigere og mere engagerende oplevelser for besøgende – den slags, der tiltrækker nye målgrupper og får folk til at vende tilbage, selv uden for højsæsonen. Disse værktøjer giver lokale virksomheder mulighed for at fremvise Europas rige kulturarv på nye og spændende måder, der bringer historierne til live og giver besøgende noget virkelig mindeværdigt.

I denne rapport sætter vi fokus på fire forskellige lande – Island, Irland, Litauen og Slovenien – og afdækker succeshistorier, nye muligheder og de nøglekompetencer, som SMV'er har brug for for at trives i dette område. Vi undersøger, hvordan immersive teknologier kan fremme film- og litteratorturisme, og ser på fordelene, hindringerne og hvordan virksomheder som din kan få mest muligt ud af dem. Vores forskning kombinerer indsigter fra politiske dokumenter, akademiske studier og direkte samtaler med eksperter på området. Vores konklusion er klar: Immersive teknologier er ikke bare en trend – de er ved at blive vigtige redskaber for bæredygtig vækst inden for turisme i hele Europa.

Det er her, UPLIFT kommer ind i billedet. Vores projekt handler om at styrke SMV'er og den næste generation af turismefagfolk med praktiske færdigheder inden for VR, AR og AI. Vi lancerer praktisk træning for mere end 20 vigtige interessenter og involverer over 100 erhvervsuddannelsesstuderende, undervisere og fagfolk for at skabe et stærkt fundament inden for immersiv turisme. Derudover sigter vi mod at nå ud til mere end 1.000 mennesker online og sikre, at mindst 150 fremtidige turismeledere er klar til at innovere.

Gennem workshops, webinarer og virkelige casestudier er UPLIFT her for at hjælpe SMV'er som din med at gøre immersiv teknologi til en del af jeres daglige værktøjskasse. Vi laver også let tilgængelige videolektioner og afholder kurser for at besvare jeres spørgsmål og dele bedste praksis. Til sidst samler vi det hele på en international conference, hvor ideer, strategier og inspiration vil blive delt bredt.

Fremtiden for turismen er immersiv – og SMV'er er i den perfekte position til at gå foran.



| Vores projektmål

Hvordan vi planlægger at påvirke erhvervsuddannelsessektoren

UPLIFT EU vil:

1. Udarbejde en omfattende rapport om immersive færdigheder, der indeholder mere end 6 interviews (resultat 1)
2. Udarbejde en oversigt over bedste praksis og et bibliotek med immersive oplevelser (resultat 2)
3. Producerer 4 videoworkshops med lektioner om integration af erhvervsuddannelse i film- og litteraturturisme-SMV'er (resultat 3).
4. Projektet vil også udvikle vejledninger til erhvervsuddannelsesundervisere (resultat 4) og afholde en afsluttende konference for at dele indsigter med henblik på at forbedre de faglige kompetencer, den digitale parathed og anvendelsen af immersiv teknologi i turistsektoren.

Metodologi – En rapport om den nyeste forskning og interviews med interessenter

Denne rapport undersøger potentialet for immersive teknologier inden for film- og litteraturturisme med særligt fokus på deres betydning for SMV'er og den bredere turistindustri i EU. Undersøgelsen er baseret på en kvalitativ, induktiv og eksplorativ metodologi, der har til formål at give en dybdegående forståelse af nye muligheder på dette område. Dataene blev indsamlet gennem ti semistrukturerede interviews med eksperter inden for film- og litteraturturisme i fire lande – Slovenien, Island, Irland og Litauen. Disse eksperter gav værdifuld indsigt i, hvordan immersive teknologier, såsom VR og AR, kan forbedre turistoplevelser, skabe nye forretningsmodeller og udvide markedsrækkevidden. Undersøgelsen undersøger, hvordan disse teknologier kan fremme innovation, forbedre besøgende engagement og bidrage til bæredygtighed og konkurrenceevne for SMV'er i den europæiske turistsektor. Ved at analysere ekspertperspektiver identificerer denne rapport vigtige tendenser, udfordringer og strategiske muligheder og giver et omfattende overblik over det skiftende landskab inden for immersive turistoplevelser.

Vigtige detaljer fra interviewene, der har dannet grundlag for denne rapport

Antal interviews	16 semistrukturerede interviews
Gennemsnitlig længde af interview (tid)	Ca. 40 minutter hver
Gennemsnitligt antal ord i transskriptionen	3,104 ord
Omfang af interviewene	510 – 9809 ord
Sprog i interviewene	Engelsk, islandsk, litauisk, slovensk
Interviewdatoer	Gennemført dec 2024 – januar 2025

| Vigtigste resultater

En SWOT-analyse af mulighederne inden for immersiv film- og litteratorturisme

For at maksimere potentialet i immersive teknologier inden for film- og litteratorturisme skal SMV'er og destination management organisationer (DMO'er) i EU prioritere digital opkvalificering, samarbejde med teknologipartnere og give adgang til fleksible, omkostningseffektive uddannelsesprogrammer. Støtte fra regeringen, EU-finansiering og branchebaserede initiativer til kompetenceudvikling, såsom vores UPLIFT-projekt, vil være afgørende for at overvinde eksisterende barrierer og sikre, at SMV'er effektivt kan integrere immersive turistoplevelser i deres tilbud. Afsnittet nedenfor præsenteres som en SWOT-analyse for at indfange de vigtigste input fra de analyserede interessenter i sammenhæng med den politiske og akademiske litteratur.

“In terms of technical implementation, we need someone who can create 3D models – so, modelers. Then we need programmers to code the project and technicians to determine which hardware and software to use and whether they are compatible. This is crucial because, for example, I might know how to model but not how to transfer that information to VR or LED screens for virtual production]”

(Interview with stakeholder)



Strengths

1. **Stigende interesse for immersiv turisme** – Vores interviews viste, at selv om vidensniveauet er lavt, anerkendte SMV'er og DMO'er værdien af VR, AR og digital storytelling i forbindelse med forbedring af film- og litteratorturismeoplevelser. Mange angav, at de er villige til at opgradere deres kompetencer for at udnytte disse muligheder.
2. **Adgang til EU-finansiering og støtteprogrammer** – Initiativer som Horizon Europe, Digital Europe og Creative Europe yder finansiel støtte til kompetenceudvikling inden for digital innovation og hjælper SMV'er og DMO'er med at investere i uddannelse.
3. **Eksisterende ekspertise inden for kultur- og kreative industrier** – Mange turismefagfolk har allerede erfaring med storytelling, indholdsudvikling og destinationsmarkedsføring, som kan tilpasses til immersive teknologier med målrettet uddannelse.
4. **Samarbejds muligheder** – Partnerskaber mellem DMO'er, universiteter, teknologivirksomheder og aktører inden for turisme fremmer vidensdeling og innovation og hjælper SMV'er med at udvikle kompetencer inden for anvendelse af immersive teknologier.
5. **Skalerbarhed af digitale færdigheder** – Når færdighederne inden for immersiv indholdsudvikling og digital turismemarkedsføring først er erhvervet, kan de bruges på tværs af flere projekter, hvilket giver SMV'er mulighed for at udvide deres serviceudbud ud over fysiske lokationer.



Svagheder

1. **Begrænset digital kompetence og teknisk ekspertise** – Mange SMV'er og DMO'er mangler de nødvendige færdigheder inden for AR/VR-udvikling, 3D-modellering og interaktiv storytelling, hvilket gør det udfordrende at indføre immersive teknologier.
2. **Høj indlæringskurve** – Immersive teknologier kræver en blanding af kreative og tekniske færdigheder (f.eks. kodning, UI/UX-design, animation), som kan være vanskelige at tilegne sig for traditionelle turismefagfolk uden specialiseret uddannelse.
3. **Begrænset adgang til uddannelse og ressourcer** – SMV'er, især i landområder og mindre udviklede regioner, har svært ved at finde relevante uddannelsesprogrammer, mentorer fra branchen og overkommelige værktøjer til at skabe immersive indhold.
4. **Budgetbegrænsninger for uddannelse og implementering** – Selvom der findes finansiering, mangler mange SMV'er de økonomiske ressourcer til at investere i opkvalificering af deres personale eller ansættelse af digitale specialister til at integrere immersive oplevelser i deres tilbud. Derudover er meget af det nødvendige udstyr dyrt at anskaffe, installere og vedligeholde. Dette blev bakket op af en af interessenterne: "Design af mobile apps og den slags, fordi det er for kompliceret for mange mennesker og for dyrt".
5. **Langsom adoption blandt traditionelle DMO'er** – Mange DMO'er er afhængige af konventionelle marketingstrategier og tøver med at omfavne digital transformation, hvilket forsinket kompetenceudviklingen inden for immersive teknologier.

"Tekniske ting kan være vanskelige, man har brug for teknisk support"
(Interview med interessenter)

Muligheder

1. **Specialiserede uddannelsesprogrammer for SMV'er og DMO'er** – Udviklingen af branchespecifikke digitale uddannelsesinitiativer kan give turismefagfolk de nødvendige færdigheder inden for AR/VR, AI-drevet personalisering og digital storytelling.
2. **Samarbejde med tech-startups og universiteter** – Partnerskaber med innovationscentre, forskningsinstitutioner og tech-virksomheder kan give mulighed for praktisk uddannelse, praktikprogrammer og kompetenceoverførsel inden for immersiv turisme.
3. **Udvidelse af online læringsplatforme** – Digitale platforme som Coursera, Udemy og EU-finansierede e-læringsportaler kan tilbyde fleksibel, billig uddannelse i immersiv teknologi, så SMV'er og DMO'er kan opgradere deres færdigheder i deres eget tempo.
4. **Statslig og EU-politisk støtte til digital opkvalificering** – Styrkelse af offentlig-private partnerskaber med henblik på at tilbyde tilskud, subsidier og incitamenter til SMV'er, der investerer i uddannelse i immersiv teknologi, kan fremme en bredere anvendelse.
5. **Præsentation af bedste praksis og succeshistorier** – Casestudier af vellykkede initiativer inden for immersiv turisme (f.eks. Game of Thrones-turisme i Nordirland) kan inspirere SMV'er og DMO'er til at investere i kompetenceudvikling og digital transformation.





Trusler

1. **Hurtige teknologiske fremskridt** – Den hurtige udvikling inden for immersive teknologier betyder, at kompetencerne løbende skal opdateres, hvilket udgør en udfordring for SMV'er og DMO'er med begrænset kapacitet til løbende uddannelse.
2. **Høje omkostninger ved implementering af AR/VR-teknologi** – Selv med uddannelse kan SMV'er have svært ved at finansiere den nødvendige hardware, software og ekspertise til fuldt ud at integrere immersive turistoplevelser.
3. **Modstand mod forandring** – Traditionelle turistoperatører kan modsætte sig digital transformation på grund af usikkerhed om investeringsafkastet, hvilket fører til en langsom indførelse af immersive teknologier.
4. **Fragmenterede færdighedsniveauer på tværs af EU** – Nogle regioner udvikler muligvis digital ekspertise hurtigere end andre, hvilket skaber ulige konkurrencevilkår, hvor kun velfinansierede SMV'er og DMO'er kan konkurrere inden for immersiv turisme.
5. **Risici for cybersikkerhed og databeskyttelse** – Da digitale turistoplevelser indsamler og behandler brugerdata, skal SMV'er og DMO'er sikre, at de overholder GDPR og andre databeskyttelsesbestemmelser, hvilket kan kræve yderligere uddannelse i cybersikkerhed.





VORES

02

| Mød vores team

UPLIFT-projektet samler et mangfoldigt team af eksperter fra akademia, teknologi og turisme for at fremme innovation inden for immersiv storytelling til europæisk litteratur- og filmturisme. Universitetet i Akureyri (UNAK) i Island bidrager med sin ekspertise inden for bæredygtig turisme og kulturarv gennem det islandske turismeforskningscenter, der udnytter stærke forbindelser til branchen.

VSGT Maribor, en slovensk erhvervsskole, styrker projektet med sin specialisering inden for gæstfrihed, digital markedsføring og AR/VR-uddannelse. Technological University of the Shannon (TUS) i Irland leder forskningen inden for turismeinnovation og sikrer, at UPLIFT leverer bæredygtige og praktiske løsninger. Vilnius Gediminas Technical University (VILNIUS TECH) bidrager med banebrydende viden inden for AR, VR og virtuel produktion, hvilket styrker projektets digitale fokus. Feltech Software Innovations Ltd, en IT-specialist, leverer avancerede VR-, AI- og immersive simulationsværktøjer for at øge besøgende engagement. Endelig sikrer Det Europæiske E-Læringsinstitut (EUEI) tilgængelige og interaktive digitale læringsressourcer, der giver undervisere og virksomheder mulighed for at anvende immersive teknologier. Sammen former dette tværfaglige team fremtiden for europæisk turisme ved at bygge bro mellem teknologi og kulturel storytelling.

Akureyri Universitet (UNAK)

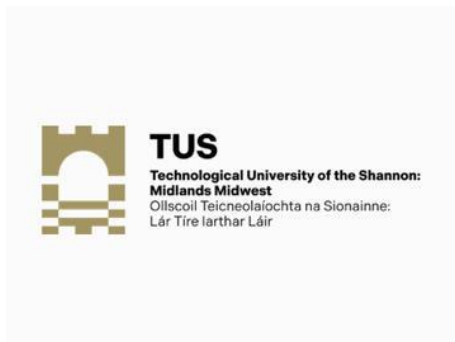


UNAK, der ligger i Island, bidrager med sin ekspertise inden for turismeforskning og digital innovation til UPLIFT-projektet. Med sit islandske turismeforskningscenter fokuserer UNAK på bæredygtig turisme og kulturarv. Deres stærke netværk af turismevirksomheder og erfaring med internationale projekter gør dem til en uvurderlig bidrager til udviklingen af immersive storytelling-løsninger til europæisk litteratur- og filmturisme.

VSGT Maribor



VSGT Maribor, en førende erhvervsskole i Slovenien, er specialiseret i uddannelse inden for hotel- og turistbranchen. Deres ekspertise inden for digital markedsføring og AR/VR-uddannelse kombineret med stærke bånd til regionale turistvirksomheder gør dem perfekt placeret til at støtte UPLIFT's mål. VSGT styrker projektet med praktisk indsigt og uddannelsesfokuserede løsninger, der bygger bro mellem teknologi og turisme.



The Technological University of the Shannon: Midlands Midwest (TUS)

TUS udnytter sin Tourism Innovation Research Group til at fremme bæredygtig udvikling og innovation i turismesektoren. Med ekspertise inden for forskning, samarbejde med interessenter og immersive teknologier spiller TUS en central rolle i UPLIFT og sikrer, at projektet leverer praktiske, effektive løsninger til den europæiske turistindustri.



Vilnius Gediminas Technical University (VILNIUS TECH)

VILNIUS TECH, der er førende inden for teknologi- og ingeniøruddannelse, bidrager med banebrydende ekspertise inden for AR, VR og virtuel produktion. Deres engagement beriger UPLIFT's innovative tilgang, der kombinerer akademisk ekspertise med praktiske anvendelser for at understøtte den digitale transformation af litteratur- og filmturisme.



Feltech Software Innovations Ltd

Feltech bidrager med ekspertise inden for IT-løsninger, VR og AI til UPLIFT-projektet. Deres fokus på at skabe immersive simulationer og brugervenlige digitale værktøjer hjælper turistvirksomheder med at øge besøgende engagement og sikrer, at UPLIFT's resultater er innovative og fremtidssikrede.



European E-Learning Institute (EUEI)

EUEI leder udviklingen af UPLIFT's digitale læringsplatforme og ressourcer. Med over 20 års erfaring inden for e-læring og innovation inden for turisme sikrer EUEI, at projektets resultater er interaktive, tilgængelige og effektive, hvilket giver undervisere og virksomheder mulighed for at anvende immersive teknologier.



EU-POLITIK

03



| Film- og litteraturbaseret immersiv turisme i EU

Muligheder for at stimulere nye immersive produkter og tjenester

Integrationen af immersive teknologier i film- og litteratorturisme giver betydelige muligheder for innovation, publikumsengagement og økonomisk vækst i Europa. Der er dog klart udfordringer i sektoren – nye teknologier kan være tekniske og komplekse samt dyre. Kompetenceudvikling for SMV'er og DMO'er vil være afgørende for at udnytte denne mulighed. Der skal også overvindes tekniske problemer, såsom integration af nye teknologier med eksisterende websteder, forhandling af potentielle ophavsretsproblemer og sikring af, at infrastruktur- og investeringsomkostningerne holdes lave.

AR, VR og MR tilbyder nye måder at interagere med kulturarv, filmkulisser og litterære seværdigheder på. Disse teknologier gør det muligt for destinationer at forbedre historiefortællingen, skabe digitale udvidelser af ikoniske steder og udvikle virtuelle oplevelser, der overskrider geografiske begrænsninger. For SMV'er i turistsektoren kan immersiv teknologi potentielt være et omkostningseffektivt middel til at diversificere tilbuddene, udvide besøgende engagement ud over de traditionelle højsæsoner og tiltrække et globalt publikum. Det kan for eksempel være AR-forbedrede byrundture, VR-rekonstruktioner af historiske eller fiktive scener eller interaktive litterære stier, der forvandler statiske steder til dynamiske, historiedrevne oplevelser. Ved at integrere AI-drevet personalisering kan turister skræddersy deres rejser ud fra deres yndlingsfilm, bøger eller historiske fortællinger og dermed udvikle dybere følelsesmæssige bånd til destinationerne. Kan du for eksempel forestille dig at føre en samtale med en AI-drevet Dracula, mens du besøger Transsylvanien?

Filmturisme, drevet af populære film- og tv-produktioner, kan forbedre fordybende oplevelser og bringe scener til live uden for skærmen. Virtuelle rekonstruktioner af kulisser, AR-applikationer bag kulisserne og gamificeret, lokationsbaseret storytelling kan øge effekten af filmiske destinationer. På samme måde kan litteratorturisme drage fordel af digital storytelling, som giver besøgende mulighed for at udforske klassiske romaner gennem interaktive oplevelser, 3D-rekonstruktioner og holografiske fortællinger af historiske forfattere eller fiktive figurer. EU's investeringer i digital innovation og kreative industrier skaber muligheder for samarbejde mellem turistråd, tech-startups og kulturinstitutioner. Finansieringsprogrammer som Horizon Europe og Digital Europe stiller ressourcer til rådighed for SMV'er til at udvikle og skalere immersive turismeløsninger. Vores projekt vil styrke offentlig-private partnerskaber i denne sektor; destinationer kan øge deres globale tiltrækningskraft, fremme bæredygtig vækst i turismen og positionere sig som pionerer inden for fremtidens immersive kulturturisme. Dette blev sat i en reel sammenhæng af en af vores interessenter: "Så vi besluttede at gøre noget, der handler om storytelling, nemlig at designe, udvikle og levere en udstilling, der fortalte historierne om det lange rum og rejsen med Book of Kells. Og det ville vi gøre på en digital og immersiv måde".



IRELAND

04



Politik, praksis og casestudier: En statusopgørelse

The development of Ireland's film induced tourism sector has become a strategic priority. Studies have highlighted that the perception of a destination's image significantly influences its attractiveness to tourists. Films can shape travel preferences by showcasing a destination's unique attributes and fostering a favourable image, potentially inspiring viewers to visit (Butler, 1990; Iwashita, 2006). Troy Studios (2021) suggest that Ireland is globally recognised for its world-class screen industry, known for consistently delivering high-quality content across film, television drama, documentary, animation, visual effects and post-production.

Sektorens talent og ekspertise anerkendes ofte på den internationale scene og tiltrækker adskillige højtprofilerede globale produktioner til Irland til både produktion og postproduktion. Da efterspørgslen efter kvalitetsindhold fortsætter med at stige på verdensplan, stræber Irlands filmindustri efter at imødekomme denne efterspørgsel og fremme yderligere vækst inden for sektoren. Film-, tv- og animationssektoren i Irland anslås at have en værdi på over 692 millioner euro og omfatter 11.960 arbejdspladser i form af direkte, indirekte og afledt beskæftigelse på tværs af økonomien. Irske kreative filmtalenter har gennem årene vundet international anerkendelse, hvilket for nylig blev understreget, da John Crowleys Brooklyn (2015), Lenny Abrahamsons Room (2015) og Martin McDonaghs Banshee of Inisherin (2022) tilsammen fik 16 Oscar-nomineringer (Screen Ireland, 2024).



Figur 1: 4. maj 2024, Sci-Fi Film, Festival, Comic Con, Portmagee, Co Kerry, Fotograf/skaber: Keith McGlynn

Irlands filmturisme er vokset støt og har bidraget til den bredere turistsektor, især siden den økonomiske nedgang i 2007. Landets forbindelse til film går tilbage til *The Lad from Old Ireland* (1910), den første film, der blev optaget i Irland. Irlands maleriske landskaber har siden dannet kulisse for adskillige anerkendte produktioner, fra *Moby Dick* (1956) i Youghal, County Cork, til *The Wind That Shakes the Barley* (2006) i Kilmichael, County Cork, og *Ryan's Daughter* på Dingle-halvøen. Populære tv-serier som *The Irish R.M.* (1983-1985) har også vist maleriske steder som West Corks kystlinje, den verdenskendte tv-serie *Normal People* (2020) promoverede Dublin og Sligo, mens *Ballykissangel* (1996 – 2001), *Vikings* (2013-2020) og Sharon Horgans *Bad Sisters* (2022-nu) en fantastisk turistreklame for det smukke landskab i County Wicklow. Nordirland fungerede som den primære filmkulisse for den første sæson af *Game of Thrones* (2011–2019) og bød på de landskaber, der dannede baggrund for nogle af seriens mest uforglemmelige scener (Tourism Ireland, 2024).



Figur 2: John Wayne & Maureen O'Hara, Cong, Co Mayo, Copyright: ©Fáilte Ireland, med tilladelse fra Michelle Fahy

O'Connor (2011) bemærkede, at Irlands tiltrækningskraft som filmoptagelsessted styrkes af landets kulturelle rigdom, arv og konkurrencedygtige incitamenter, såsom skattefordele. Produktioner som *King Arthur* (2004) og *P.S. I Love You* (2007) har udnyttet disse fordele. Irish Film Board (IFB) spiller en central rolle i både at fremme den lokale filmindustri og promovere Irland over for internationale filmskabere. Deres indsats har tiltrukket film, der har vundet prestigefyldte priser, herunder *Once* (2006), der vandt en Oscar for bedste sang, og *The Wind That Shakes the Barley* (2006), der modtog Palme d'Or ved filmfestivalen i Cannes. Den irske filmindustri begyndte at vinde frem som en betydelig aktør i midten af 1980'erne og 1990'erne og tiltrak kendte instruktører som Mel Gibson (*Braveheart*, 1995), John Ford (*The Quiet Man*, 1952) og Steven Spielberg (*Saving Private Ryan*, 1998). Succesrige produktioner som *The Crying Game* (1992), *My Left Foot* (1989) og elskede tv-serier som *Father Ted* (1995-1998) og *The Tudors* (2007-2010) fremhævede den voksende synergi mellem film og turisme.

An Old-Fashioned Christmas (2010), der blev filmet på Bunratty Castle, fortsætter med at forstærke denne

tendens og demonstrerer den vedvarende tiltrækning, som Irlands landskaber og kulturarv udøver som vigtige drivkræfter for både film- og turistindustrien (O'Connor, 2011), og alt dette understreges af Cork's egen Cillian Murphy, der vandt prisen for bedste skuespiller ved sidste års Oscar-uddeling for sin bemærkelsesværdige præstation i Christopher Nolans kritikerroste film *Oppenheimer* (2023). Vores interviews med interessenter afslørede en stærk nysgerrighed omkring potentialet for AR/VR og AI i udviklingen af immersive oplevelser for turister.



Figure 3: The Derry Girls Experience, fotograf/skaber: Brian Morrison, Copyright: Derry City and Strabane District Council

De to interviewpersoner fremhævede dog flere adgangsbarrierer, herunder omkostninger til opsætning af udstyr og udfordringer med ophavsret. En af interviewpersonerne påpegede de juridiske kompleksiteter ved at bruge tredjepartsbilleder og -videoer i XR-materialer (f.eks. til at genskabe en filmscene), selvom han erkendte, at dette ikke er så problematisk med ældre film fra svundne tider. Konsekvensen heraf er naturligvis, at jo ældre filmen er, jo mindre interesse kan den have blandt turister. Begge udfordringer kan overvindes med kreativitet, men det kræver opkvalificering, brainstorming og innovation. Et andet potentielt problem, der blev fremhævet i Irland, er, at mange filmoptagelsessteder ligger på privat ejendom og er utilgængelige for filmturister. Også dette kræver en kreativ tilgang for at blive løst og er mere udfordrende for film end for litteratur.

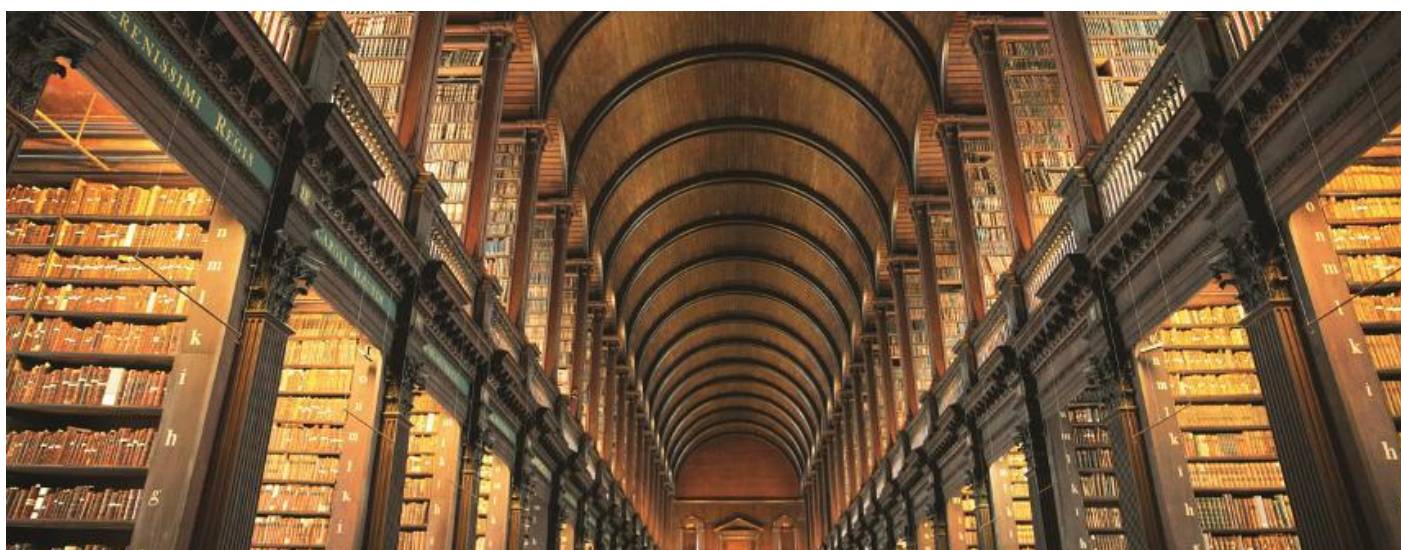
En af vores interessenter er enig i dette

“Brug af XR-teknologi kan gøre det immaterielle mere håndgribeligt. I tilfælde af VR-oplevelser som den, de tilbyder, handler det om "at stå og være i selve verden [...] din krop er inkluderet". Og "Jeg tror, det er denne følelsesmæssige forbindelse, der er vigtig. Folk føler så stærkt, at de deltager i noget”

| Litterært inspireret immersiv turisme i Irland

Politik, praksis og casestudier: En statusopgørelse

Irlands rige litterære arv og livlige moderne litterære scene gør landet til et hotspot for litterær turisme. Litterær turisme er oftest forbundet med steder – uanset om de er berømte for deres litterære tilknytning – fødesteder, hjem, inspirationskilder for bestemte forfattere, dramatikere, digtere eller skildringer af stemningsfulde topografier, landskaber og steder, der er nævnt i litterære tekster, romaners kulisser osv. I Irland er der en stigende interesse for litteratur blandt læsere og litteraturinteresserede, hvilket afspejles i deres betydelige bidrag til Irlands litterære traditioner. Med James Joyce og Oscar Wilde som nogle af landets største forfattere forsøger Irland at fremhæve og hylde sine litterære skikkelser gennem forskellige festivaler, monumenter og andre kulturelle strukturer.



*Figur 4: Trinity College Library Long Room,
Copyright: ©James Bowden og Contiki and Tourism Ireland*

FAKTA OG TAL OM FESTIVALER OG BEGIVENHEDER

En af de mest bemærkelsesværdige begivenheder er Bloomsday, der finder sted den 16. juni. Denne begivenhed fejrer James Joyces Ulysses, og Bloomsday tiltrækker hvert år tusindvis af entusiaster. Begivenhederne i Dublin omfatter oplæsninger, genopførelser, vandreture og temamåltider. I 2023 deltog anslået over 25.000 mennesker i Bloomsday-aktiviteterne, hvilket bidrog betydeligt til den lokale økonomi.

Derefter kan vi tale om Bram Stoker Festival (oktober). Denne festival hylder skaberen af Dracula (deraf festivalens navn) og blander gotisk litteratur med moderne kunstformer. Aktiviteterne omfatter vandreture med vampyrtema, teaterforestillinger og filmvisninger. 2022-udgaven tiltrak over 40.000 deltagere, hvoraf mange var internationale besøgende, der ønskede at udforske Dublins gotiske understrømme.

Den internationale litteraturfestival i Dublin, der afholdes hvert år i maj, er en hjørnesten i Irlands kulturliv

og tiltrækker tusindvis af litteraturentusiaster. Festivalen byder på en livlig blanding af oplæsninger, workshops og diskussioner med anerkendte forfattere fra hele verden. Den genererer hvert år omkring 2,5 millioner euro i økonomisk aktivitet for Dublin. Festivalen afholdes i Merrion Square Park og byder også på forestillinger, kunst og kunsthåndværk, hvilket gør den til et centrum for både litteratur og kulturel udveksling. Tidligere udgaver har budt velkommen til højtprofilerede forfattere som Colm Tóibín, Marilynne Robinson og Richard E. Grant.

Yeats Summer School i Sligo spiller en central rolle i Irlands litterære turisme ved at tiltrække besøgende fra hele verden, der ønsker at udforske W.B. Yeats' liv og værker. Hvert år tilbyder skolen akademiske seminarer og kreative workshops med fokus på Yeats' poesi og de landskaber, der inspirerede ham, såsom Benbulbin-bjerget. Begivenheden styrker Sligos kulturturisme og tiltrækker litteraturentusiaster til vigtige Yeats-steder som Drumcliffe. Selvom de nøjagtige deltagerantal varierer, bidrager skolen betydeligt til den lokale turisme, støtter økonomien og fremhæver regionens litterære arv.

Seværdigheder og attraktioner

Irlands litterære turisme støttes også af institutioner som Trinity College Library, der huser den berømte Book of Kells og en samling på over 200.000 gamle bøger. Den imponerende Long Room med sine tøndehvævede lofter og buste af berømte forfattere er et højdepunkt for mange besøgende (over 2 millioner om året). Derefter må vi tale om James Joyce Centre: Centret ligger i et restaureret georgiansk byhus i Dublin og tilbyder udstillinger, guidede ture og indblik i Joyces liv og værker. Det fungerer som omdrejningspunkt for Bloomsday-fejringerne. Vi slutter med at tale om Oscar Wilde-statuen og mindesmærket. Denne statue står i Merrion Square Park, hvor besøgende kan beundre den farverige statue af Oscar Wilde og plaketter med hans berømte citater. Dette sted hylder Wildes humor og varige indflydelse.



Figur 5: 2022, Bram Stoker Festival, Borealis, Dublin Castle, Dublin City, fotograf/skaber: Paola Floris

Økonomisk og kulturel indvirkning

Irlands litterære turismesektor bidrager årligt med millioner til den nationale økonomi. For eksempel genererer de litterære festivaler samlet set betydelige indtægter gennem billet salg, overnatning og lokale tjenester. Regeringen og den private sektor har investeret i at fremme Irlands litterære arv og udnytter landets udnævnelse til UNESCOs litteraturbyer (Dublin fik denne titel i 2010).

Irlands vedvarende tiltrækningskraft som litterær destination ligger i landets evne til at forbinde sin litterære fortid med nutidige kulturelle begivenheder og oplevelser. Fra moderne fortolkninger af Dracula til akademiske udforskninger af Yeats fortsætter den litterære turisme i Irland med at blomstre og tiltrække både gamle og nye publikummer.

Eksempler på fordybelse i denne sektor (VR/AR/interessant brug af teknologier...)

- Augmented Reality (AR) til guidede ture, f.eks. ved at gøre noget med augmented reality, eller man kunne lave virtual reality eller endda bare lysprojektioner (interessenter)
- Mobilapplikationer overlejrer historiske billeder og litterære oplysninger på virkelige steder.

“Det første skridt mod teknologi, vi har allerede en touchscreen, vi har en video, jeg har til hensigt at tilføje flere billeder og så videre.

At man kan være en person, der er der for at se noget andet, som man ikke kan forklare dem, men det giver ikke mening at udskrive og laminere billeder, hvis man har mulighed for at bruge en skærm. Jeg tror, det ville være meget nyttigt.”

(Interview med interessent)

Et nyt eksempel på et produkt kunne være:

Udforsk Dublin, mens du visualiserer film- og litterære scener

- Virtual Reality (VR) for fuld fordybelse
- Skabe VR-oplevelser for at besøge ikoniske litterære steder

Et nyt eksempel på et produkt kunne være:

Genoplev scener fra Dracula i et gotisk, irsk-inspireret virtuelt miljø

Interaktiv historiefortælling med blandet virkelighed

- Interaktive ture, hvor besøgende møder litterære eller historiske figurer gennem hologrammer – et nyt eksempel på et produkt kunne være at interagere med Bram Stokers figurer i en dynamisk digital fortælling.

3D-historiske rekonstruktioner

Digital genskabelse af biblioteker og andre historiske steder, der ikke længere er tilgængelige – et nyt eksempel på et produkt kunne være: Immersive 1920s Dublin for at udforske James Joyces æra.

“...at være åben over for at indføre nye teknologier og innovative ting inden for litteraturturisme”

(Interview med interessant)

Immersiv digital kortlægning

- Interaktive kort, der kombinerer geolokalisering og litterært indhold
- Multisensorisk oplevelse i litteraturmuseet
- Teknologi, der integrerer lyd, belysning og VR for at stimulere forfatterens miljø
- James Joyce Museum bruger VR
- Et nyt eksempel på et produkt kunne være: Opdag lokale historier ved at følge kuraterede litterære stier
- Pædagogiske videospil
- Spil baseret på litterære værker for at fremme engagerende læringsoplevelser
- Et nyt eksempel på et produkt kunne være: Et interaktivt eventyr baseret på W.B. Yeats' digte og historier
- Hybride begivenheder med VR/AR-streaming
- Litterære festivaler, der tilbyder VR-forelæsninger eller oplæsninger for global fjernparticipation

Et nyt eksempel på et produkt kunne være:

Fejring af Bloomsday i virtual reality med et verdensomspændende publikum.



Figur 6: Streedagh Beach Sligo, Copyright: Sligo Tourism som set i tv-serien Normal People af forfatteren Sally Rooney



ISLAND

05

| Filminduceret immersiv turisme i Island



Politik, praksis og casestudier: En statusopgørelse

Den islandske filmproduktion er vokset støt siden 1980'erne, både hvad angår indenlandsk og international filmproduktion, og er blevet en blomstrende industri i Island. For at sætte udviklingen i perspektiv blev der produceret omkring 40 film i Island mellem 1906 og 1980, mens der siden 1980 er blevet produceret over 300 film, helt eller delvist, i Island (Kvikmyndavefurinn, u.d.). Island er også i stigende grad blevet et populært filmsted for internationale produktionsselskaber, især siden århundredeskiftet. Islands natur og dens alsidighed har fanget filmskabernes fantasi, og der findes nu snesevis af filmsteder rundt om i landet, selvom de fleste ligger i det sydlige eller sydvestlige Island.

Den islandske regering har støttet denne udvikling ved at yde finansiering til det islandske filmcenter og gennem en refusionsordning, der først blev vedtaget i 1999, og som tilbyder refusion af produktionsomkostninger for film og tv-programmer, der er optaget i Island. Hovedformålet med ordningen er at fremme og udvikle islandsk filmproduktion samt "bidrage til styrkelsen af den nationale kultur og fremme af landets historie og natur" (Alpingi, 2022). Desuden har refusionsordningen til formål at tiltrække internationale filmproduktioner til Island. Med dette mål for øje blev projektet Film in Iceland lanceret kort efter for at markedsføre Island som filmoptagelsessted og promovere 35 % refusion af produktionsomkostninger afholdt i Island (Film in Iceland).



Figur 7 True North: Night Country med Jodie Foster blev hovedsageligt filmet i Island. Copyright: HBO.

Island medvirker i indenlandske og internationale film og tv-serier

De markedsføringsindsatser, der er blevet gennemført i de seneste par årtier, har givet gode resultater. Den årlige omsætning i filmindustrien i 2023 var ifølge momsrapporter fra Statistics Iceland på 27,7 milliarder ISK, hvilket er en stigning på 85 % i løbet af de seneste fem år, og det anslås, at industrien skaber omkring 4000 arbejdspladser (Stjórnarað Íslands, 2022; Hagstofan, u.d.). Island og islandske landskaber har været med i en række internationale film, såsom *Star Wars: The Force Awakens* (2015) og *Rogue One* (2016), *Batman Begins* (2005), *The Secret Life of Walter Mitty* (2013), *Interstellar* (2014) og *Marvels Thor: The Dark World* (2013) og *Captain America: Civil War* (2016). To populære HBO-serier er blevet filmet i Island. *Game of Thrones* (2011-2019) blev filmet på flere lokationer i det sydlige og nordlige Island fra 4. sæson og frem, og 4. sæson af *True Detective: Night Country* (2024) blev udelukkende filmet i Island. Islandske tv-serier, der er filmet i Island, har også fået international opmærksomhed, såsom *Trapped* (2015-) og Netflix' *Katla* (2021). Den eksponering, Island får gennem disse filmoptagelser, ser ud til at have en indvirkning, da omkring 30 % af de turister, der besøgte Island i 2023, angav, at den islandske natur, der er vist i internationale film og tv-serier, havde påvirket deres beslutning om at besøge landet (Ferðamálastofa, 2024).

Filmturisme i Island

Den eksponering, Island oplever som følge af optagelserne til internationale film, kan og har resulteret i øget interesse fra turister for at besøge selve optagelsesstederne. Islandske rejsebureauer har i årevis tilbudt både guidede ture og ture, hvor man selv kører, med temaer omkring *Game of Thrones* og andre bemærkelsesværdige filmoptagelsessteder. En af de første *Game of Thrones*-ture blev til på grund af øget efterspørgsel fra interesserede turister og rejsebureauer i udlandet, der ønskede en måde at besøge disse steder på (Vilhjálmssdóttir og Jóhannsdóttir, 2022). På samme måde tilbød iværksættere i Húsavík, en by i det nordlige Island, hvor dele af filmen blev optaget, og hvor en af sangene er opkaldt efter, vandreture til filmens optagelsessteder og åbnede en pop-up-bar med temaet efter succesen med Netflix' *Eurovision Song Contest: The Story of Fire Saga* (2020). I dag har Húsavík en permanent *Eurovision*-udstilling med kostumer fra både filmen og fra tidligere islandske *Eurovision*-deltagere (ibid). Disse eksempler viser, at turister er interesserede i at besøge filmsteder i Island, og mulighederne for at bruge denne interesse til at tiltrække gæster til din destination eller turistvirksomhed er mange og varierede.



Figur 8 Kostumer fra Eurovision Song Contest: The Story of Fire Saga udstillet på Eurovision-udstillingen i Húsavík, Island (Copyright: Vera Vilhjálmssdóttir).

| Litterært inspireret immersiv turisme i Island

Sagaerne: Islands kulturarv

Island har en lang litterær historie, der begynder med de gamle islandske sagaer, der beskriver livet for de tidlige bosættere i Island fra omkring det 9. til midten af det 11. århundrede. Der er i alt fyrrer sagaer, hvoraf det ældste bevarede manuskript er fra det 13. århundrede, og de betragtes som en af Islands største kulturarv.

Historierne har ikke navngivne forfattere, men er baseret på en lang tradition for mundtlig fortælling og er i et vist omfang en genfortælling af historier om virkelige mennesker og begivenheder, der fandt sted i de første århundreder af den nordiske bosættelse på Island.

Derfor er mange destinationer i Island knyttet til de gamle sagaer og inspirerer turister til at besøge kulisserne for deres yndlings sagaer. Dette omfatter blandt andet:

- En rekonstruktion af Eiríksstaðir i Vestisland, hjemstedet for Eirik den Røde og Leif den Heldige, og huset bruges som ramme for genopførelser og fortællinger for at bringe den gamle historie til live.
- Grettislaug og Jarlslaug er to naturlige geotermiske bassiner i det nordlige Island, hvor besøgende stadig kan bade om sommeren. Ifølge Grettis saga skal den stærke Grettir have brugt bassinet til at varme sig op efter at have svømmet til kysten fra øen Drangey.
- Ikke langt fra Grettislaug ligger udstillingen 1238: Battle of Iceland i Sauðárkrókur. Udstillingen tilbyder en fordybende oplevelse, hvor besøgende kan deltage i begivenheder og slag, der er beskrevet i Sturlunga Saga, gennem VR-headset.
- En nyåbnet manuskriptudstilling i Reykjavík, World in Words, hvor besøgende kan se de gamle manuskripter og lære mere om de islandske sagaer, digte og hvordan islændinge levede tidligere.



Figur 9 En gæst prøver VR-oplevelsen på udstillingen 1238: Battle of Iceland-udstillingen i Sauðárkrókur, Island (Copyright: 1238).

Sagaerne udspiller sig over hele Island, og der er mange uudnyttede muligheder for at bringe historierne til live for besøgende. Da der ikke er mange synlige strukturer tilbage fra denne tid, kunne immersiv teknologi være en innovativ måde at fremvise visse begivenheder fra de gamle sagaer på. Direktøren for DMO for Sydisland nævnte som eksempel de QR-koder, der findes langs Búðaslóð-stien i Þingvellir Nationalpark, hvor besøgende via AR kan opleve, hvordan visse steder langs stien kan have set ud for 1000 år siden. Þingvellir var stedet for Islands årlige sommerparlament fra 930 til midten af 1200-tallet, og parlamentsmøderne er omtalt i mange af de islandske sagaer.

“Vi islændinge har måske et vagt billede i vores hoveder fra lærebøger og lignende, så vi har en forståelse af historien, men det var måske svært for udenlandske gæster at forestille sig. Så jeg tror, det har løftet stedet lidt, og det er en måde at fortælle en historie om vores historie og kultur på.”

(Interview med interresent)

Moderne islandsk litteratur, festivaler og muligheder

Moderne islandsk litteratur spiller også en stor rolle i det islandske samfund. Reykjavík har været UNESCOs litteraturby siden 2011. Som Islands hovedstad har byen et meget aktivt litterært miljø med arrangementer, festivaler og bogmesser. Den ældste og største festival er Reykjavík International Literary Festival, der har fundet sted siden 1985. Reykjavík er også rammen om mange moderne islandske romaner. Reykjavík City Library arrangerer litterære vandreture i Reykjavík, både guidede gruppeture og audioguide-ture, som folk kan få adgang til via deres smarte enheder. Og rundt om i byen kan man finde QR-koder på bænke for dem, der ønsker at lytte til historier eller digte, der har tilknytning til stedet. Det er også en betydelig forretning i Island, hvor den årlige driftsindtægt relateret til litteratur i 2021 var 8,4 milliarder ISK (Hagstofa Íslands, 2023). I de senere år er mange islandske forfattere blevet populære i udlandet, måske især krimiforfattere som Arnaldur Indriðason, Yrsa Sigurðardóttir og Ragnar Jónasson, hvis bøger er blevet oversat til mange sprog. For at fejre denne genre og "mørket i alle dets former" afholdes litteraturfestivalen Iceland Noir hvert år i Reykjavík om vinteren.



Figur 10 Gljúfrasteinn, Laxness-museet, ligger i forfatterens gamle hjem i Mosfellsbær (Copyright: Gagarín).

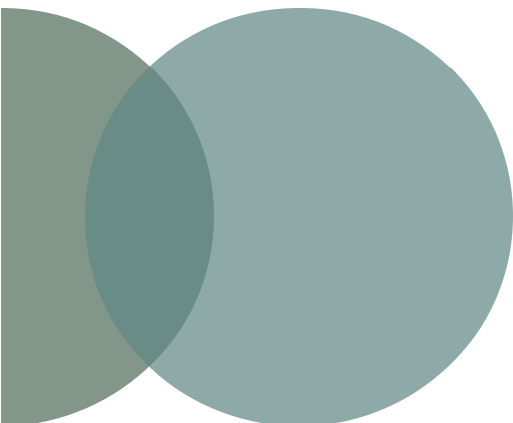
Det er dog ikke kun i Reykjavík, at moderne litteratur fejres:

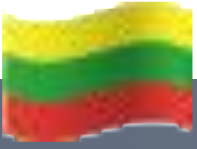
- I Gljúfrasteinn i Mosfellsbær fejres den islandske nobelprisvindende forfatter Halldór Laxness' (1902-1998) liv og litteratur i hans gamle hjem. Her kan besøgende se hans hus og besøge en udstilling, der bruger digitale løsninger til at fortælle om forfatterens liv og værker.
- Þórbergssetur er et kulturcenter i det sydøstlige Island, der har en udstilling centreret omkring den berømte islandske forfatter Þórbergur Þórðarson (1888-1974), hans liv og hans værker. Centret ligger i hans fødeby Hali i Suðursveit.
- I Akureyri i det nordlige Island findes en udstilling til ære for den islandske forfatter Jón Sveinsson i Nonni's House, der skrev de populære Nonni-bøger, som er blevet oversat til mange sprog og filmatiseret.
- Bókabæir austanfjalls er et projekt mellem fem byer i det sydlige Island med det formål at styrke litteraturen og kulturen i området. De arrangerer events, workshops, bogmesser og poesi-aftener, hvor digtere med forskellig baggrund kommer og læser deres digte på deres modersmål.

Som denne korte oversigt viser, giver Islands lange og rige litterære historie, både gamle og nye, rigelige muligheder for turist-SMV'er til at skabe innovative destinationer eller rekreation for deres gæster. I samarbejde med forfatterne kan scener eller karakterer fra bøger bringes til live på fantasifulde måder overalt i Island. Generelt handler det om at udvikle en idé og skabe en historie, du kan fortælle dine gæster – og derefter tænke over, hvordan du bedst kan realisere dine ideer.

“Vi vil have alle ideer, uanset om de er gode eller dårlige. Dårlige ideer er også gode at arbejde med. Derefter indsnævrer vi det til noget, der kunne fungere. Så skal vi overveje, om det er kompliceret eller dyrt, eller om det er blevet gjort før. Vi forsøger også at gøre noget, der er originalt. Indtil dette punkt tænker vi ikke på teknologien. Når ideerne er der, ser vi på, hvilke teknologier der kunne være egnede. Vi forsøger altid at finde den enkleste måde at løse det på, fordi det er den mest økonomiske. Og den enkleste at vedligeholde”.

(Interview med interessent, en virksomhed inden for immersiv teknologi i Island)





LITAUEN

06

| Filmbaseret immersiv turisme i Litauen



Væksten i Litauens filmindustri og dens indvirkning på udviklingen af turismen

Litauens filmindustri har oplevet en bemærkelsesværdig vækst og har positioneret sig som en konkurrencedygtig global aktør inden for filmproduktion. Denne succes er drevet af regeringsinitiativer, faglig ekspertise og landets unikke evne til at fungere som en alsidig filmdestination. Ud over det økonomiske bidrag har filmindustrien spillet en vigtig rolle i at styrke Litauens kulturelle profil og fremme turismen.



*Figur 11 Immersiv udstilling på VILNIUS TECH "LinkMenu fabrikas"
(Copyright: VILNIUS TECH "LinkMenu fabrikas").*

Vækst i branchen og Vilnius Film Offices rolle

Vilnius, Litauens hovedstad, har været centrum for udviklingen af landets filmindustri takket være oprettelsen af Vilnius Film Office den 23. november 2011. Dette kontor yder omfattende støtte til filmskabere, herunder gratis tilladelser til optagelser, adgang til offentlige rum til filmoptagelser, locationscouting og kontakt mellem filmskabere og lokale filmprofessionelle, servicevirksomheder og produktionsfaciliteter. Disse tiltag har til formål at positionere Vilnius som en af de mest filmskabervenlige byer i verden.



*Figur 12 Virtuel produktion i aktion: et øjebliksbillede fra optagelser i VILNIUS TECH "Faux Real studio"
(Copyright: VILNIUS TECH "LinkMenu fabrikas").*

Vilnius Film Office promoverer byen som en ideel filmdestination på grund af dens tilgængelighed, mangfoldige arkitektur og omkostningseffektive tjenester. Filmskabere har rost kvaliteten af dens infrastruktur og tjenester, og bemærkelsesværdige personer som Jeremy Irons, Woody Harrelson, John Malkovich og Helen Mirren har fremhævet det høje niveau af professionalisme og de fremragende arbejdsforhold i Vilnius. Byens kompakte størrelse muliggør effektiv logistik, hvor de fleste filmoptagelsessteder kan nås inden for 30 minutter.

Vilnius som filmdestination

Vilnius har skabt sig en niche blandt filmskabere ved at tilbyde en mangfoldig historisk kulisse, der spænder over forskellige perioder, fra middelalderen og renæssancen til sovjettiden. Denne alsidighed har tiltrukket store produktioner, herunder HBOs Chernobyl, Netflix' Stranger Things og Young Wallander samt Skys Catherine the Great. Byens evne til at skildre forskellige miljøer har været særligt gavnlig for produktioner, der kræver historisk nøjagtighed. For eksempel brugte Catherine the Great med Helen Mirren i hovedrollen Vilnius til at genskabe det 18. århundredes Sct. Petersborg. Trakų Vokė-herregården fungerede som Katarinas bolig, Vilnius Universitet portrætterede det russiske imperiums rådskammer, og Forfatterforeningen blev kejserindens private trappe. Disse eksempler viser Vilnius' evne til at transportere seerne gennem forskellige epoker og regioner, hvilket øger byens tiltrækningskraft som filmdestination.



Figur 13 Trakų Vokė-herregården (Copyright: Go Vilnius)

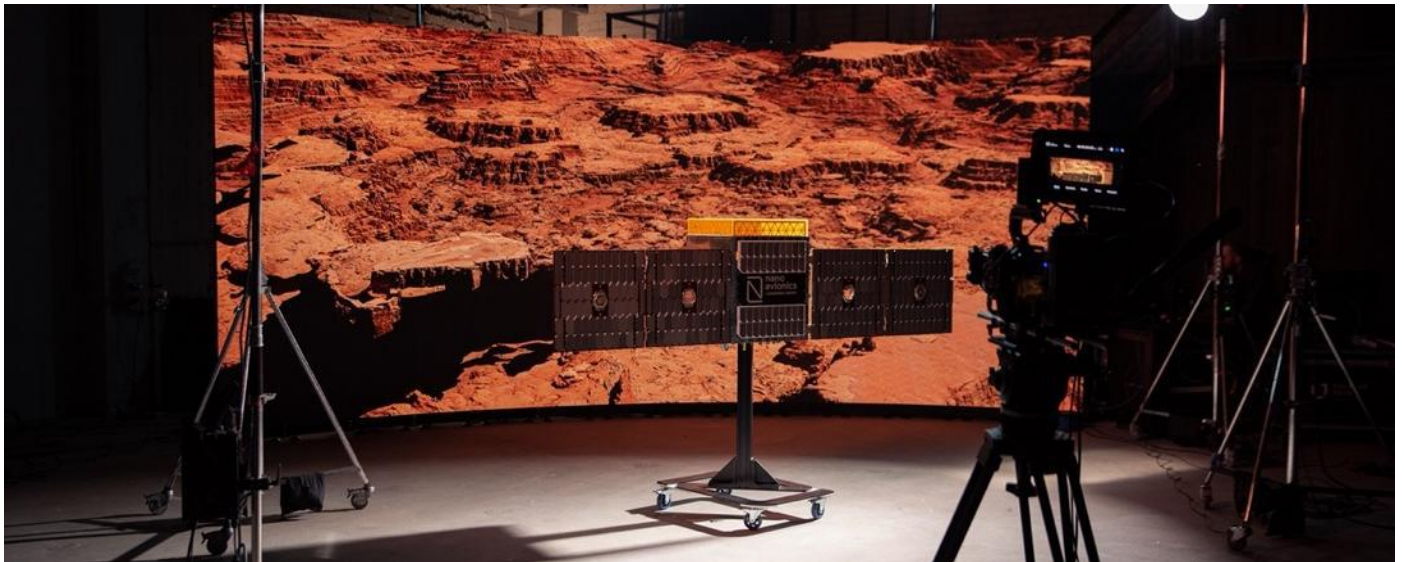
Economic Contributions and Tourism Impact

Indførelsen af filmskatteincitamentet i 2014, der tilbyder rabatter på op til 30 %, har styrket den litauiske filmindustri betydeligt. I 2023 havde dette initiativ genereret 21,08 mio. EUR i ikke-refunderbare midler, der støttede 101 produktioner, herunder store internationale projekter. Filmindustrien i Vilnius bidrog med 202,2 millioner euro til produktionsomkostninger mellem 2017 og 2021, hvilket har skabt 19.000 arbejdspladser og udbetalt 51,7 millioner euro i lønninger (Lithuania.lt, 2024). Væksten i filmindustrien har også sat skub i filmrelateret turisme. Produktioner som *Stranger Things*, der er filmet på lokationer som det hundrede år gamle Lukiskes-fængsel, og *Chernobyl*, der er filmet i Vilnius, har tiltrukket et globalt publikum. Dette fænomen har styrket turismen ved at tiltrække besøgende til disse ikoniske filmoptagelsessteder, hvilket har skabt muligheder for lokale virksomheder og yderligere styrket Vilnius' omdømme.

Udsigter

Litauens filmmarked forventes at nå 46,76 millioner dollars i 2024 og vokse med en årlig vækstrate på 3,92 % frem til 2029 (Statista, 2024). Fortsatte investeringer i filminfrastruktur og skatteincitamenter vil styrke landets position som et globalt filmcenter. Derudover vil strategisk markedsføring af filmsteder og samarbejde med turistsektoren maksimere de økonomiske og kulturelle fordele ved branchen. Den litauiske filmindustri er et eksempel på, hvordan strategiske politikker og lokal ekspertise kan omdanne en sektor til en drivkraft for økonomisk vækst og kulturel berigelse. Vilnius har udviklet sig til en førende filmdestination, der tilbyder en kombination af historisk alsidighed, omkostningseffektiv produktion og professionel infrastruktur. Ved at udnytte sit voksende omdømme og styrke båndene mellem filmproduktion og turisme er Litauen på vej til at blive en endnu mere fremtrædende aktør på den globale scene.

For nylig har Vilnius Gediminas Technical University åbnet landets første virtuelle produktionsstudie af sin art – VILNIUS TECH "Faux Real Studio." Studiet har til formål at blive et virtuelt produktionscenter for uddannelse og filmskabere i Europa og søger at minimere den eksisterende kompetencekløft inden for virtuel produktion og relaterede teknologier. Ifølge Rūta Račaitė, producent ved VILNIUS TECH's virtuelle produktionsstudie "Faux Real Studio", bør fagfolk have en bred vifte af tekniske og bløde færdigheder. Som hun siger: "Først og fremmest er det vigtigt at forstå, at processen, der fører til det endelige resultat, involverer flere afdelinger og specifikke personer." Dette omfatter alle fra historiefortællere og visionære til programmører og 3D-modellører. Ligeledes kræves der en bred vifte af bløde færdigheder: "Bløde færdigheder omfatter kommunikation, som er afgørende – ikke kun for klart at udtrykke, hvordan man har det under processen, men også for at kommunikere behov, deadlines og forventninger. Kommunikation er en af de vigtigste færdigheder. En stærk ansvarsfølelse er også afgørende. Mens penge eller karakterer kan fungere som motivationsfaktorer, sikrer en stærk indre ansvarsfølelse resultater af høj kvalitet. Selvkritik er en anden vigtig færdighed, ligesom evnen til at acceptere konstruktiv kritik." Račaitė mener, at nye filmteknologier, såsom virtuel produktion, kan bidrage væsentligt til at forbedre turismen "I turismen kan det være utroligt gavnligt, især når film involverer tidsrejser – et almindeligt tema blandt moderne filmskabere. For eksempel ville det ikke kun være værdifuldt for filmskabere, men også for turister at genskabe Vilnius' gamle bydel fra det 20. århundrede. Med VR kan besøgende udforske historisk korrekte omgivelser og få en fordybende oplevelse af at gå gennem steder, de har set i en film. Jeg er ikke sikker på, hvor meget det kan forbedres, men teknologien udvikler sig allerede og udvider sine muligheder. Det handler om at vide, hvordan man bruger den effektivt. AR og VR kan forbedre oplevelsen betydeligt ved at gøre den interaktiv og fordybende, så brugerne kan se sig omkring og interagere med omgivelserne på en måde, som statiske billeder ikke kan."



Figur 14 Virtuel produktion i praksis: et stillbillede fra optagelser i VILNIUS TECH “Faux Real studio”
(Copyright: VILNIUS TECH “LinkMenų fabrikas”)

“Teknologien udvikler sig allerede og udvider sine muligheder.

Det handler om at vide, hvordan man bruger den effektivt. AR og VR kan forbedre oplevelsen betydeligt ved at gøre den interaktiv og fordybende, så brugerne kan se sig omkring og interagere med omgivelserne på en måde, som statiske billeder ikke kan”
(Interview med interessant)



Figur 15 Virtuel produktion i praksis: et øjeblikbillede fra optagelserne i VILNIUS TECH “Faux Real studio”
(Copyright: VILNIUS TECH “LinkMenų fabrikas”)

Litteraturinspireret fordybende turisme i Litauen

Litteraturbaseret immersiv turisme, der inviterer besøgende til at opleve steder, der er forbundet med litteratur og forfattere, er en voksende niche inden for Litauens kulturturismesektor. Denne form for turisme tilbyder en unik mulighed for at udforske landets rige litterære arv gennem kuraterede oplevelser, historiske steder og moderne litteraturfestivaler.

“Med renoveringen af huset i år har vi også opgraderet det digitale indhold med en projektion og to skærme, hvor det vil være muligt at rulle gennem indholdet. Samtidig har vi også suppleret vores tilbud med tablets, hvor Gæsterne kan læse mere om de vine, som vi også sælger i vinbutikken. De kan sætte disse vine på en liste, og så vil vi forberede en pakke til dem, som de kan gemme, så de kan komme og hente vinen senere.

De vil også kunne scanne etiketterne i vinbutikken og derefter lære mere om vinproduktionen og den vinproducent, der har produceret denne vin. Vi er også i gang med at udvikle en slags digital sommelier, der også vil hjælpe gæsterne med at vælge den rigtige vin, hvis de for eksempel ønsker at tilberede noget relevant til måltidet og derefter vælge en vin eller spørge dem om deres ønsker, og på baggrund af det vil vi kunne vælge de passende vine på denne måde.”

(Interview med interessent)

Det aktuelle landskab for litterær turisme i Litauen

På trods af sin globale popularitet er litteratorturismen i Litauen relativt underudviklet. Fænomenet bygger bro mellem fortidens og nutidens kulturer og tilbyder publikum en række forskellige oplevelser. Der mangler dog stadig infrastruktur og bevidsthed om at støtte en struktureret litteratorturisme i landet (Ilgarūbytė, 2020). En vigtig aktør i fremme af litteratorturismen er Vilnius, landets hovedstad og kulturelle centrum. Her findes adskillige uafhængige boghandlere, internationale litteraturfestivaler og arrangementer som boglanceringer og oplæsninger. Martynas Mažvydas Nationalbibliotek i Litauen, der har været i drift i over et århundrede, er en anden bemærkelsesværdig institution. Byen arrangerer også den internationale bogmesse i Vilnius, den største i de baltiske lande, som fejrer 25-års jubilæum i 2025 (Vilnius Literature, 2021).



Figur 16 Den internationale bogmesse i Vilnius 2025 (Copyright: Vilniaus knygy mugė)

Vilnius: En UNESCO-litteraturby

I 2021 blev Vilnius udnævnt til UNESCOs litteraturby, en prestigefyldt anerkendelse af byens livlige litterære scene og engagement i litteraturen som et centralt aspekt af kulturlivet. Denne udnævnelse afspejler Vilnius' dedikation til at fremme litterær kreativitet, være vært for litterære begivenheder og støtte forlagsbranchen (Cities of Literature, 2021).

Udnævnelsen har yderligere hævet Vilnius' globale profil og fremhævet byen som en destination for litteraturentusiaster. Den understreger byens fokus på at integrere litteratur i offentlige rum, såsom Literatų Street, hvor plaketter og kunstværker hylder forfattere med tilknytning til byen. Den livlige litterære scene suppleres af moderne infrastruktur, hvilket gør Vilnius til en litterær destination, der blander arv med innovation.

Vigtige litterære steder og oplevelser

- **Literatų Street:** Denne ikoniske gade i Vilnius fungerer som et friluftsgalleri dedikeret til forfattere med tilknytning til byen. Gaden er prydet med over 200 dekorative plaketter og er et must for litteraturentusiaster.
- **Maironis Litauisk Litteraturmuseum:** Dette museum ligger i Kaunas og hylder værker af fremtrædende litauiske forfattere. Det blev grundlagt i 1936 i digteren Jonas Mačiulis-Maironis' hjem og giver et intimt indblik i Litauens litterære historie.
- **Internationale litteraturfestivaler:** Begivenheder som Vilnius Bogmesse og Poetic Druskininkai Fall udvider Litauens rækkevidde til et internationalt publikum og samler forfattere, forlag og læsere.



Figur 17 Literatai Street (Copyright: Go Vilnius)

Udfordringer og muligheder

Mens Litauens litterære turisme er i vækst, står den over for udfordringer såsom begrænset global anerkendelse og mangel på strukturerede tilbud. For at løse disse udfordringer er det nødvendigt at skabe tematiske litterære ruter, interaktive guidede ture og programmer, der forbinder besøgende med landets litterære arv. Samarbejde mellem kulturinstitutioner og turistråd er afgørende for at etablere Litauen som en litterær turistdestination (Ilgarūbyte, 2020). Udnævnelsen af Vilnius som UNESCOs litteraturby og tilstedeværelsen af vigtige litterære vartegn viser Litauens potentiale til at blive en vigtig destination for litteraturbaseret immersiv turisme. Ved at udnytte sin litterære arv, fremme offentlig-private partnerskaber og promovere innovative turistoplevelser kan Litauen positionere sig som et dynamisk centrum for litteraturentusiaster fra hele verden.

“Jeg synes, empati er vigtigt, fordi man vil have gæster, der måske møder noget teknologisk for første gang”
(Interview med interessent)



DANMARK

A woman with blonde hair, wearing a dark sweater, is smiling and looking towards the camera. She is operating a complex professional camera rig mounted on a tripod. The rig includes a large lens, various cables, and a microphone. The background is a dimly lit studio or set with a red wall. In the bottom left corner, there are two overlapping teal circles.

07



| Filmbaseret fordybende turisme i Danmark

Politik, praksis og casestudier: En statusopgørelse

Danmark har en rig kulturarv, der spænder over film, litteratur og digital innovation. Landet har længe været en vigtig aktør i de europæiske kreative industrier med verdenskendte filmskabere som Lars von Trier, Susanne Bier og Nicolas Winding Refn samt en stærk litteraturtradition, der omfatter H.C. Andersen og moderne krimiforfattere som Jussi Adler-Olsen og Sara Blædel. Den danske turistbranche har i stigende grad erkendt værdien af at udnytte disse kreative aktiver til at tiltrække besøgende. I de senere år har film- og litteratorturisme vundet frem, og immersive teknologier som Virtual Reality (VR) og Augmented Reality (AR) er begyndt at spille en større rolle i at forbedre besøgende oplevelser. Ifølge VisitDenmark, den nationale turistorganisation, er integrationen af immersive teknologier i kulturturisme stadig under udvikling, men har et betydeligt potentiale:

**“Besøgende søger oplevelser, der både er engagerende og lærerige. AR og VR kan bringe historie, litteratur og filmkulisser til live på måder, som traditionelle ture ikke kan”
(Interview med interessant)**

Regeringens initiativer har støttet den digitale transformation i turistsektoren, herunder finansiering af projekter, der udforsker interaktiv og digital storytelling. Danmark har også været en af de første til at indføre bæredygtig turisme, hvilket sikrer, at immersive oplevelser er i overensstemmelse med målene for miljø- og kulturbevarelse.



Figur 18: 2024, Statue og slot af H.C. Andersen, København, Danmark

| Dansk film som drivkraft for turismen

Situationen inden for dansk litteratorturisme

Danmark har været hjemsted for internationalt anerkendte film og tv-serier, der har bidraget til landets status som et attraktivt sted at filme og rejse til. Den nordiske noir-genre, der omfatter serier som Forbrydelsen, Borgen og Broen/Bron, har fascineret seere over hele verden.

Succesen med disse produktioner har ført til en stigende interesse for at besøge filmens locations. København, Aarhus og Malmö (Sverige) har oplevet en stigning i guidede ture, der er skræddersyet til fans af nordiske krimidramaer. En interessant fra et rejsebureau, der tilbyder filmbaserede oplevelser, bemærkede:

“Nordic Noir har skabt en hel undergenre inden for turisme i Danmark. Fans vil se, hvor deres yndlingsscener blev filmet, og immersive teknologier kan hjælpe os med at genopfinde disse lokationer, som de så ud i serierne.”

(Interview med interessent)

Derudover har internationalt anerkendte film som Another Round (Druk), der vandt en Oscar for bedste internationale film i 2021, yderligere styrket Danmarks position på det globale filmkort.



Figur 19: Den farverige Nyhavn i København, Danmark

Statslig og industriel støtte til filmturisme

Danmark har været hjemsted for internationalt anerkendte film og tv-serier, der har bidraget til landets status som et attraktivt sted at filme og rejse til. Det Danske Filminstitut (DFI) spiller en afgørende rolle i promovningen af Danmark som filmdestination. Det yder finansiering og incitamentter til filmskabere, hvilket indirekte støtter filmturisme ved at tiltrække internationale produktioner til at filme i Danmark. Et af de vigtigste økonomiske incitamentter er den danske støtteordning til filmproduktion og -distribution, som hjælper med at finansiere både indenlandske og internationale projekter, der filmes i Danmark. Dette er i tråd med landets turismestrategi, da øget global synlighed fører til øget interesse for at besøge filmsteder.

| Immersive teknologier i filmturisme

Danske aktører inden for turisme er begyndt at integrere immersive oplevelser i filmturisme. Nogle bemærkelsesværdige udviklinger omfatter:

- **AR-baserede filmlocation-ture:** Besøgende kan bruge deres smartphones eller tablets til at se scener fra berømte film eller tv-serier, mens de udforsker de virkelige locations.
- **VR-oplevelser på museer og kultursteder:** Digitale rekonstruktioner af historiske filmkulisser giver besøgende mulighed for at træde ind i vigtige øjeblikke fra filmhistorien.
- **Interaktive storytelling-apps:** Apps giver brugerne mulighed for at følge en selvguidet tur, mens de modtager fortællinger og digitalt indhold relateret til film, der er optaget i Danmark.



Figur 20: Facadne på Axel Towers i København, Danmark

En ekspert fra et dansk turismeteknologifirma fremhævede:

“Danmark er på forkant med digital innovation, og vi ser en stigende interesse for AR og VR som værktøjer til storytelling. Dette er især vigtigt inden for turisme, hvor immersive oplevelser kan engagere besøgende på unikke måder.”

(Interview med interressent)

| Litterær turisme i Danmark

H.C. Andersen: Danmarks litterære ikon

Ingen diskussion om litterær turisme i Danmark ville være komplet uden at nævne H.C. Andersen. Den verdensberømte eventyrforfatters arv er stadig en hjørnesten i dansk kulturturisme. Besøgende i Danmark søger ofte steder, der er forbundet med Andersen, herunder:

- Odense, hans fødeby, hvor Hans Christian Andersen-museet og forskellige statuer og vartegn inspireret af hans historier findes.
- Københavns Nyhavn, hvor han boede i mange år, og hvor guidede litterære vandreture introducerer besøgende til hans liv og værker.
- Statuen af Den Lille Havfrue, inspireret af Andersens eventyr, er stadig en af Københavns mest ikoniske turistattraktioner.

En repræsentant fra H.C. Andersen-museet bemærkede:

“Vores besøgende er ikke kun interesserede i historie – de ønsker at opleve Andersens historier på første hånd. Vi integrerer flere interaktive udstillinger og undersøger brugen af AR for at bringe karaktererne til live.”

(Interview med interessant)

Krimilitteratur og moderne litteratorturisme

Ud over H.C. Andersen har Danmark også opnået international anerkendelse inden for krumiturisme. Byer som København, Aarhus og Roskilde har spillet en fremtrædende rolle i bestseller-krimier, især dem af Jussi Adler-Olsen (Afdeling Q-serien) og Sara Blædel (Louise Rick-serien).

Guidede ture med fokus på krumiturisme er blevet populære blandt litteraturentusiaster, med interaktive elementer såsom:

- Augmented reality-kriminalitetsscener, hvor besøgende kan scanne steder med deres telefoner for at afsløre oplysninger om vigtige begivenheder i bøgerne.
- Escape room-lignende oplevelser baseret på berømte danske krimier.

“Krumiturisme er i vækst i Danmark, og vi ser et stort potentiale i at bruge AR og VR til at skabe mere fordybende oplevelser. Turister elsker ideen om at træde ind i verdenen fra deres yndlingsbøger.”

(Interview med interessant)



Figur 21: Den lille havfrue-bronzestaturen ved Langelinie-promenaden i København, Danmark

| Muligheder for fordybende litteratur- og filmturisme i Danmark

Stigende efterspørgsel efter interaktive oplevelser

Danske interessenter er enige om, at turister i stigende grad søger oplevelser, der går ud over traditionel sightseeing. Integrationen af immersive teknologier giver mulighed for at engagere besøgende på en dybere og mere interaktiv måde.

- AR-forbedrede bogstier kunne give læserne mulighed for at udforske steder, mens de får adgang til ekstra indhold, karakterindsigt og eksklusive forfatterinterviews.
- VR-gengivelser af historiske begivenheder kan transportere besøgende til vigtige øjeblikke i dansk litteratur- og filmhistorie.

En interessant fra Kulturstyrelsen kommenterede:

“Vi undersøger nye måder at engagere besøgende på ved hjælp af digital teknologi. Potentialet for at integrere AR og VR i kulturturismen er enormt.”
(Interview med interessant)

Udfordringer ved implementering

På trods af entusiasmen er der stadig nogle udfordringer forbundet med at implementere immersive turistoplevelser:

- Høje udviklingsomkostninger for AR/VR-applikationer.
- Behovet for teknisk ekspertise blandt turistoperatører.
- Balancen mellem digitale forbedringer og autenticitet.

Turismefagfolk er dog fortsat optimistiske med hensyn til at overvinde disse barrierer gennem samarbejde og investeringer.

“Vi skal sikre, at teknologien forbedrer oplevelsen af at besøge disse steder i stedet for at erstatte den. Nøglen er at bruge digitale værktøjer til at styrke engagementet i stedet for at distrahere fra den kulturelle betydning.”

(Interview med interessant)



Figur 22: Barok altertavle med skulpturer af engle i katolsk katedral, København, Danmark

| Konklusion

Danmark er godt positioneret til at udnytte immersive teknologier inden for film- og litteratorturisme. Med sine stærke kreative industrier, engagement i digital innovation og rige kulturarv tilbyder landet talrige muligheder for at forbedre besøgende oplevelser gennem AR, VR og AI. Interessenter anerkender potentialet for vækst inden for immersiv turisme og arbejder på at integrere digital storytelling i turismestrategier. Selvom der stadig er udfordringer, omfavner den danske turismesektor innovation for at skabe interaktive, engagerende og bæredygtige turismeoplevelser for fremtidige generationer.



SLOVENIEN

08



Situationen inden for slovensk litterær turisme

Litterær turisme i Slovenien er stadig under udvikling, trods landets rige litterære arv. Interessen for dette område er steget i de senere år, især i akademiske kredse. Trods de mange litterære attraktioner, såsom mindesmærker, litterære stier og museer, er antallet af besøgende fortsat lavt. Litterær turisme i Slovenien er en del af kulturturen og betragtes ofte som en undergenre af kulturarvs-turismen, selvom den har potentiale til at udvikle sig uafhængigt. (Žnidar, 2015), (Spevan, 2015). De hyppigste besøgende på litterære turistdestinationer er skolegrupper og indenlandske turister.

Destinationer og begivenheder relateret til litteratorturisme i Slovenien og eksempler på god praksis

Slovenien byder på flere litterære destinationer, der er knyttet til vigtige forfatters liv og værk. Ivan Cankar blev født i 1876 i Vrhnika. Han skrev socialkritiske værker med symbolske undertoner og er den vigtigste prosaforfatter i slovensk litteratur. Der er ingen immersive teknologier i mindesmærket, og der er heller ingen planer om at indføre dem, da man mener, at der ikke er plads til dem i præsentationen af en så vigtig forfatter, eller at præsentationen af hans værk og liv ville blive begrænset. France Prešeren blev født i Vrba i 1800. Han var den vigtigste digter i det slovenske sprogmiljø, hans digte er gennemsyret af pessimisme over for kærligheden, og han udtrykker også temaer om hjemlandet.

Den syvende strofe af hans sang Zdravljica (Skål) er den slovenske nationalsang. Han boede i Ljubljana og Kranj og studerede i Wien. I Vrba, hans fødeby, er der arrangeret rundvisninger, hvor der ikke er noget digitalt eller immersivt indhold. I huset i Kranj, hvor han boede, og hvor indholdet er dedikeret til hans arbejde og liv, har de QR-koder med links til hans digte til rådighed for besøgende. Primož Trubar blev født i 1508 i Velike Lašče. I 1550 udgav Primož Trubar Alfabetet og Katekismus, som var de første bøger, der blev trykt på slovensk. På grund af denne begivenheds betydning for det slovenske sprog er den 31. oktober en slovensk nationaldag, da Trubar var en reformator, og uden reformationen ville disse to bøger ikke have eksisteret. Hans fødehus og møllen ved siden af i Velike Lašče er dekoreret med rigt kulturelt indhold, der er relateret til litteratur og det slovenske sprog, men uden digitalt, immersivt indhold. Der er mange mindre steder i Slovenien, hvor der er opstillet mindesmærker eller fødesteder for slovenske forfattere, men de tilbyder ikke immersivt indhold.



Figur 23: Guiden i Cankar-huset, forklædt som Ivan Cankar

Ljubljana er som UNESCO-litteraturby et centralt litterært centrum med begivenheder som Ljubljana Literary Festival. Festivalen promoverer med succes bøger og læsning som en del af sin kulturelle identitet (Žnidar, 2015) (MGRT, 2022). I det sidste årti har Maribor været interessant på grund af forfatterne Drago Jančar og Tone Prtljič, der har lagt begivenhederne i deres romaner til Maribor og omegn. Tonja Jelen (litterær guide) og Dijana Božić har skabt 14 litterære kort over byen.

Blandt de internationalt anerkendte litterære begivenheder er den slovenske bogmesse og Fabula-festivalen i Ljubljana, Dage med poesi og vin i Ptuj og den internationale litteraturfestival Vilenica i Vilenica. Succesfulde eksempler på litteratorturisme omfatter også den slovenske forfatterroute, der siden 2013 har forbundet litterære steder og fremmet bæredygtig turisme. Ruten udvides fra år til år, og hjælp, planer og andre oplysninger om besøg og vandreruter kan findes på hjemmesiden.

**“Vi har oprettet en hjemmeside,
www.ivancankar.si. Den er stadig på slovensk. Vi
skal stadig arbejde på den”
(Interview med interessant)**

Litterære turistdestinationer tilbyder ikke eller meget sjældent og i meget begrænset omfang (kun QR-koder) digitalt eller immersivt indhold. Af ovenstående følger det, at Slovenien har potentiale til at indføre immersive teknologier inden for litterær turisme, da landet allerede har et meget omfattende netværk af destinationer relateret til litterære skabere og figurer.

Muligheder for udvikling af litterær turisme i Slovenien

“Da jeg selv forestillede mig dette litterære kort, var jeg stadig barn, og selv dengang var teknologien ikke så udviklet, men et eller andet sted i mit hoved havde jeg en idé om, at det kunne være en lille mand eller en figur, der dukkede op her i Maribor, som et udtryk, der kunne lede rundt i Maribor.”

(Interview med interessent)

Slovenien har et stort uudnyttet potentiale for udvikling af litterær turisme. De vigtigste muligheder omfatter bedre promovning på internationale markeder, digitalisering af litterært indhold og integration af litterære temaer i bæredygtige turistprodukter. Bæredygtig udvikling, herunder inddragelse af lokale samfund, kan øge litterær turismes tiltrækningskraft (Žnidar, 2015) (MGRT, 2022). Udviklingen af litteraturturisme kræver også international anerkendelse af det slovenske litterære rum. Sloveniens deltagelse i den 75. bogmesse i Frankfurt i 2023, hvor landet var hovedgæst, og det samme et år senere i Bologna, var vigtige løftestænger for Slovenien som litterær destination.

Dette blev støttet af en af vores interessenter.

“Jeg tror, at kulturturisme og brug af digitale løsninger kan tiltrække et bredere publikum. Turister er en mangfoldig gruppe med forskellige interesser. Det kunne derfor tiltrække nogle af vores besøgende til Island og være et godt supplement til naturoplevelserne”.



Figur 24: Kranj, byen hvor den vigtigste slovenske digter France Prešeren boede

Den slovenske turismestrategi 2022-2028 identificerer den digitale transformation af turismen som en af de horisontale prioriteter. Strategien lægger vægt på brugen af digitale værktøjer til at promovere destinationer. (MGRT, 2022). Der er et stort potentiale i litterær turisme i Slovenien og mange uudnyttede muligheder, ofte hovedsageligt på grund af den lavere interesse for litteratur blandt yngre generationer, der er tæt på sådanne teknologier. Som følge heraf er de førende indholdsdesignere af disse steder stadig ældre og har svært ved at omfavne teknologien og ser den ofte som en trussel mod at reducere antallet af besøgende eller miste deres job, f.eks. rejseledere. De personer, der er glade for litteratur og teknologi, baner nu ny vej.

Fremtiden og udviklingen af litterær turisme i Slovenien og brugen af immersive teknologier i fremtiden

Den slovenske turismestrategi for perioden 2022-2028 lægger op til en større vægt på kulturturisme, herunder litterærturisme. Målene omfatter forbedring af servicekvaliteten, øget tilgængelighed og sammenkobling af litterære temaer med andre turistsektorer. Med passende støtte kan litterærturisme blive en vigtig del af Sloveniens kulturelle tilbud, hvilket bidrager til landets internationale anerkendelse (Žnidar, 2015) (MGRT, 2022).

Første gang et firma, der arbejder med immersiv teknologi, blev bedt om at udarbejde en plan for immersivt indhold om en forfatters fødested, var i 2024, men det skal stadig udvælges i en konkurrence, før projektet kan gennemføres. Slovenien er det eneste land i Europa, der har en helligdag og en fridag dedikeret til kultur, nemlig den 8. februar, dagen for France Prešerens død, den vigtigste slovenske forfatter.

“Vores idé om at implementere immersiv teknologi i litterær turisme i Maribor er grundlæggende VR-briller og en stationær cykel, så man er på ét sted og ser alle seværdighederne fra én bog”.

(Interessant)

| Filmbaseret immersiv turisme i Slovenien

Situationen inden for slovensk filmturisme

Filmturisme i Slovenien er et relativt nyt fænomen, som endnu ikke har nået sit fulde potentiale. Trods visse bestræbelser og gunstige geografiske og kulturelle forhold er det stadig underudviklet. De væsentligste årsager hertil er manglende promovning og netværkssamarbejde mellem centrale aktører såsom filmproducenter, turistorganisationer og lokale samfund (Turnšek, 2022) (Požun, 2017). Ifølge den slovenske turismestrategi for perioden 2022-2028 lægges der vægt på at øge Sloveniens profil som et attraktivt rejsemål for filmproduktioner, hvilket kan bidrage til større turistinteresse (MGRT, 2022).

Destinationer og begivenheder relateret til filmturisme i Slovenien

Slovenien byder på adskillige destinationer, hvor der er blevet optaget nationale og internationale film. Det mest kendte eksempel er Soča-dalen, hvor scener til filmen Narnia: De magiske krøniker blev optaget. Scener til Netflix-serien The Witcher blev optaget i Nanos, Kranjska Gora og Predjama Slot, scener til filmen The Union i Piran, Endless Storm i Krvavec og mange andre naturlige lokationer i Slovenien har fungeret som kulisser i film. Ljubljana, som hovedstad, kan prale af en række steder, der er attraktive for filmskabere, herunder slotte, broer og gamle byer. I Gorizia og Brda blev den populære tv-serie One Noble Story filmet, hvilket tiltrak mange indenlandske besøgende (Turnšek, 2022) (Požun, 2017).

Eksempler på god praksis inden for slovensk filmturisme

Et vellykket eksempel på filmturisme i Slovenien var promoveringen af Soča-dalen efter optagelserne til Narnia-filmene. Dette eksempel viser, hvordan filmturisme kan øge synligheden af steder og tiltrække turister, der er interesserede i naturens skønhed og filmproduktion. Desuden er UNESCO's status som litteraturby et incitament til at kæde litteratur og film sammen i turistprodukter. (Turnšek, 2022) (MGRT, 2022) (Požun, 2017).



Figur 25: Soča-floden, hvor mange film og tv-serier er optaget

Muligheder for udvikling af filmturisme i Slovenien

De vigtigste muligheder for udvikling af filmturisme omfatter forbedring af infrastruktur til filmproduktion, udvikling af interaktive filmmuseer og -ruter samt bedre samarbejde mellem turisme- og filminstitutioner. Digitalisering og brug af nye teknologier, såsom virtual reality og augmented reality, kan forbedre tilgængeligheden og oplevelserne for besøgende. (Požun, 2017) (MGRT, 2022).

Fremtiden og udviklingen af filmturisme i Slovenien

Fremtiden for filmturisme i Slovenien er tæt knyttet til gennemførelsen af strategien for 2022-2028, som lægger vægt på bæredygtig vækst, inddragelse af lokale samfund og innovation inden for turisme. Øget støtte til filmproduktioner, bl.a. gennem økonomiske incitamenter, og promovning på internationale markeder kan gøre Slovenien til en vigtig destination for filmturisme (MGRT, 2022).

“Digitale løsninger kan bruges på mange forskellige måder, da de fleste mennesker har en smartphone med sig, hvilket kan åbne mange muligheder for øget brug af for eksempel augmented reality. Det er bare det næste skridt i historiefortællingen”

(Interview med interessent)



Figur 26: Film under stjernerne, Ljubljana



FREMTIDIGE

09

| Fremtidige tendenser inden for immersiv film og litterær turisme

Mulighederne ved augmented reality

En af de mest umiddelbare muligheder er forbedring af guidede ture ved hjælp af AR-applikationer. Inden for litterærturisme kan byer med en stærk litterær arv, såsom Dublin (hjemsted for James Joyces Ulysses) og Vilnius (en UNESCO-litteraturby), udvikle AR-baserede vandreture, der overlejrer digitalt indhold på virkelige steder. Besøgende kan bruge deres smartphones eller AR-briller til at se historiske forfattere fortælle om deres værker, udforske 3D-rekonstruktioner af tidligere bylandskaber eller interagere med animerede litterære figurer. På samme måde kan AR-apps inden for filmturisme bringe berømte filmscener til live på optagelsesstederne. For eksempel kan en AR-tur i Dubrovnik, der er bredt anerkendt som King's Landing fra Game of Thrones, give besøgende mulighed for at se ikoniske scener udspille sig foran deres øjne, mens de står på de faktiske optagelsessteder.

Mulighederne med virtual reality

VR udgør en anden stor mulighed, især for steder med sæsonbestemte eller tilgængelighedsrelaterede udfordringer. Fjerntliggende eller lavsæson-destinationer, såsom islandske filmsteder fra The Secret Life of Walter Mitty eller Game of Thrones, kan tilbyde virtual reality-oplevelser, der transporterer brugerne til betagende landskaber året rundt. Museer og litterære centre kan udvikle VR-oplevelser, der giver besøgende mulighed for at "træde ind" i scener fra berømte romaner eller historiske begivenheder. Brontë Parsonage Museum i Storbritannien kunne for eksempel skabe en VR-oplevelse, hvor besøgende kan fordybe sig i heden i Wuthering Heights, som beskrevet af Emily Brontë.

Andre muligheder

Gamification er en anden mulighed for immersiv turisme, der tilbyder interaktive og engagerende måder at udforske destinationer på. Mobilbaserede skattejagter eller AR-skattejagter knyttet til litterære værker eller film kunne udvikles til byer med stærke fortællertraditioner, såsom Edinburgh, der er rammen om Harry Potter. Spillere kunne følge spor, interagere med virtuelle figurer og låse op for eksklusivt digitalt indhold relateret til byens litterære og filmiske historie. Scener fra Harry Potter blev også filmet i Irland, hvilket giver muligheder for den irske industri.

Liveoptrædener og holografiske projektioner har også potentiale for immersiv turisme. Brugen af hologrammer til at bringe forfattere eller historiske personer tilbage til livet er allerede blevet afprøvet med succes i museer. For eksempel kunne Shakespeares Globe Theatre i London indarbejde holografiske forestillinger for at genskabe, hvordan teaterstykker blev opført i det 17. århundrede. Tilsvarende er der udviklet VR-genopførelser af ikoniske filmøjeblikke – såsom kampene i Colosseum fra Gladiator – til besøgende i Rom. En af vores interessenter undersøgte brugen af VR: "Ja, vi havde kigget på VR-briller, helt tilbage i de tidlige dage, men vi havde brug for tal".

For SMV'er udgør disse immersive løsninger en omkostningseffektiv måde at konkurrere på det globale turistmarked. Digitale oplevelser kræver ikke omfattende fysisk infrastruktur og kan monetariseres gennem app-downloads, abonnemeter på VR-indhold og partnerskaber med turistråd. EU-finansieringsprogrammer, såsom Horizon Europe og Digital Europe, yder også økonomisk støtte til innovation i kulturelle og kreative industrier, hvilket gør det lettere for virksomheder at udvikle og skalere immersive turistprodukter.

“De fleste mennesker har kameraer på deres telefoner, så det skader ikke at bruge QR-koder til at få denne ekstra oplevelse eller omdirigere dig til en hjemmeside med mere information, og det er ikke noget, folk behøver at downloade en app for. Og med kameraerne er der mange muligheder for at forbedre de besøgendes oplevelse gennem disse digitale midler. Der er nye generationer, der er begyndt at rejse, som er mere modtagelige for denne slags ting og som kunne være interesserede i at lære på denne måde. Men ældre mennesker bliver også mere teknologisk kyndige, mere end for bare 10 år siden”

(Interview med interessant)



ANBEFALET LÆSNING



10

| Referencer

Generelle kilder om film- og litteratorturisme

- Beeton, S. (2015). *Film-Induced Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- Busby, G., & Klug, J. (2001). Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues. *Journal of Vacation Marketing*, 7(4), 316-332.
- Connell, J. (2012). Film tourism – Evolution, progress, and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007-1029.
- Croy, W. G. (2011). Planning for film tourism: Active destination image management. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 8(1), 21-30.
- Frost, W., & Laing, J. (2015). *Screen Tourism and Affective Landscapes: The Emotional Geography of Film and TV Tourism*. Bristol: Channel View Publications.
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12(3), 256-268.
- Kim, S. S., & Richardson, S. L. (2003). Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237.
- Macionis, N. (2004). Understanding the film-induced tourist. In Frost, W., & Croy, G. (Eds.), *Proceedings of the International Tourism and Media Conference* (pp. 86-97). Melbourne: Tourism Research Unit, Monash University.
- Riley, R., & Van Doren, C. S. (1992). Movies as tourism promotion: A 'pull' factor in a 'push' location. *Tourism Management*, 13(3), 267-274.
- Roesch, S. (2009). *The Experiences of Film Location Tourists*. Bristol: Channel View Publications.
- Tooke, N., & Baker, M. (1996). Seeing is believing: The effect of film on visitor numbers to screened locations. *Tourism Management*, 17(2), 87-94.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. London: SAGE Publications.
- VisitBritain. (2014). *Film and TV Tourism: A Growing Phenomenon*. London: VisitBritain.
- Young, A., & Young, R. (2008). Measuring the effects of film and TV on tourism to screen locations: The case of Yorkshire, UK. *International Journal of Tourism Research*, 10(5), 423-437.

Slovensk film- og litteraturturisme

- Požun, S. (2017). Možnosti razvoja filmskega turizma v Sloveniji. Univerza na Primorskem, Fakulteta za turistične študije – Turistica.
- Turnšek, M. (2022). Filmski turizem in turizem popularne kulture. Maribor: Univerza v Mariboru, Univerzitetna založba.
- Spevan, J. (2015). Literarne kreacije skozi prizmo turizma. *Studia Universitatis Hereditati*, 3(1-2), 95–103.
- Žnidar, I. (2021). Literarni turizem v Sloveniji na primeru Vrhnike, Cankarjevega mesta kot literarnega kraja. Magistrsko delo, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta.
- Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (2022). Strategija slovenskega turizma 2022–2028. Ljubljana: MGRT.
- Slovene Tourist Organisation. Slovenia, a treasure trove of literature. Retrieved from <https://www.slovenia.info/en/stories/slovenia-a-treasure-trove-of-literature>.

Islandsk film- og litteraturturisme

- Alþingi. (2022). Lög um tímabundnar endurgreiðslur vegna kvikmyndagerðar á Íslandi. Retrieved from <https://www.althingi.is/lagas/152c/1999043.html>
- Eurovision Exhibition in Húsavík: <https://eurovisionhusavik.com/>
- Film in Iceland: <https://filminiceland.com/>
- Hagstofa Íslands. (n.d.). Velta í nokkrum atvinnugreinaflokkum, eftir vsk-tímabilum 2008-. Retrieved 17.02 2025 from [here](#).
- Hagstofa Íslands. (2023). Rekstrartekjur í menningu og skapandi greinum 126 milljarðar árið 2021. Retrieved from <https://hagstofa.is/utgafur/frettasafn/menning/uppfaersla-a-menningarvisum/>
- Icelandic Film Centre: <https://www.icelandicfilmcentre.is/>
- RIFF - Reykjavík International Film Festival: <https://riff.is/>
- Stjórnaráð Íslands. (2022). 85% aukning í veltu kvikmyndagerðar. Retrieved from <https://www.stjornarradid.is/efst-a-baugi/frettir/stok-frett/2022/12/07/85-aukning-i-veltu-kvikmyndagerdar/>

Litterær turisme

- 1238: Battle of Iceland: <https://1238.is/>.
- Booktowns in South Iceland: <https://www.bokabaeir.is/>.
- Gljúfrasteinn – Halldór Laxness: <https://gljufrasteinn.is/>.
- Reykjavík UNESCO City of Literature: <https://reykjavik.is/en/city-of-literature>.
- Reykjavík International Book Festival: <https://bokmenntahatid.is/en/>.

Irsk film- og litteraturturisme

- Screen Ireland. (2024). About the Irish film industry. Retrieved from <https://www.screenireland.ie/industry-insights/about-the-irish-film-industry>.
- Tourism Ireland. (2024). TV shows made in Ireland. Retrieved from <https://www.ireland.com/en-us/magazine/ireland-on-screen/tv-shows-made-in-ireland/>.
- Troy Studios. (2021). Screen Industry Report 2021. Retrieved from <https://troystudios.ie/wp-content/uploads/2021/05/Screen-Industry-report-2021.pdf>.

Litauisk film- og litteraturturisme

- European Film Commissions Network. (2024). Spotlight on Vilnius: A Filmmaker's Dream Destination. Retrieved from <https://www.eufcn.com/>.
- Lithuania.lt. (2024). Analysis of Lithuania's Film Industry Concentration in Vilnius. Retrieved from <https://lithuania.lt/news/culture-in-lithuania/analysis-shows-that-more-than-90-of-the-lithuanian-film-industry-is-concentrated-in-vilnius/>.
- Lithuanian Film Centre. (2019). Annual Report on Film Production in Lithuania. Retrieved from <https://www.lkc.lt/>.
- Vilnius Literature. Vilnius Literature and Events. Retrieved from <https://www.vilniusliterature.lt/en>.
- VILNIUS TECH virtual production studio "Faux Real studio". Retrieved from <https://www.fauxreal.lt/>

Digital og immersiv teknologi i turismen

- Study Smarter. Experiences immersives et innovation dans le tourisme. Retrieved from <https://www.studysmarter.fr/resumes/hotellerie-et-tourisme/tourisme-et-innovation/experiences-immersives>.
- Skillnet Ireland. Irish Immersive Technology Strategy for Growth. Retrieved from <https://www.skillnetireland.ie/news/irish-immersive-technology-strategy-for-growth-report-promoting-irelands-digital-transformation>

Film-induceret immersiv turisme i Danmark

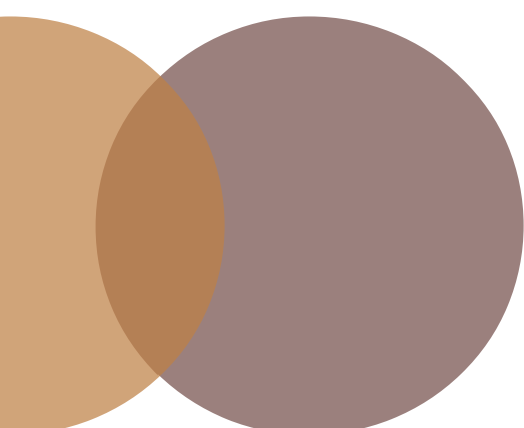
- VisitDenmark (2023). Denmark's Positioning in Film and TV Tourism. VisitDenmark Annual Report. Retrieved from: www.visitdenmark.com
- Nordic Noir Tours (2024). The Growth of Nordic Noir Tourism in Denmark. Interview with tour operator, Copenhagen.
- Danish Film Institute (2023). Film in Denmark: Production Incentives and Industry Growth. Available at: www.dfi.dk
- Copenhagen Film Fund (2023). Attracting International Productions: The Role of Copenhagen in Global Filmmaking. Retrieved from: www.cphfilmfund.com

Litteraturbaseret immersiv turisme i Danmark

- Hans Christian Andersen Museum (2024). Innovation in Literary Tourism: Digital Storytelling & Interactive Experiences. Interview with museum representative, Odense.
- Danish Agency for Culture and Palaces (2023). Supporting Literary Tourism through Digital Strategies. Retrieved from: www.slks.dk
- Aarhus International Literature Festival (2023). The Role of Literary Festivals in Promoting Danish Literature Globally. Retrieved from: www.litx.dk

AR/VR's rolle i dansk turisme

- Danish Ministry of Business (2023). National Tourism Strategy: Digitalization and Innovation in Cultural Experiences. Available at: www.em.dk
- Innovation Fund Denmark (2024). Supporting Digital Solutions in Tourism: Case Studies of AR/VR Projects. Retrieved from: www.innovationsfonden.dk
- Wonderful Copenhagen (2023). Tourism in a Digital Age: AR/VR Applications for Visitors. Available at: www.wonderfulcopenhagen.dk



UPLIFT

Upskilling in Immersive Literature and Film Tourism



www.uplifttourism.eu



This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by the European Union

Finansieret af Den Europæiske Union. Synspunkter og holdninger, der kommer til udtryk, er udelukkende forfatterens/forfatterens og er ikke nødvendigvis udtryk for Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Forvaltningsorgan for Uddannelse og Kulturs (EACEA) officielle holdning. Hverken den Europæiske Union eller EACEA kan holdes ansvarlig herfor.