

Digital Innovation Project  
Skapa för Malmö Turism och Gatukontor  
2016/06/07 - 2016/0610  
Designrapport av:  
Fredrik Pålsson

# My day in Malmö

---

Robin Andersson   Jonathan Böcker   Pierre Lejdbring   Fredrik Pålsson

Önskemål av:

## Malmö Turism

Utforska och planera utflykter i Malmö

Kortare turer ca 4 timmar

Hänvisa till sevärdheter, restauranger, aktiviteter evenemang efter användarna.

## Gatukontoret

Ge användarna en utmaning att upptäcka malmö.

Göra mer lättillgängligt att ta del av konst, arkitektur osv.

Låta användarna skapa egna berättelser om Malmö för att dela med andra.

## Ideer och koncept

### Koncept

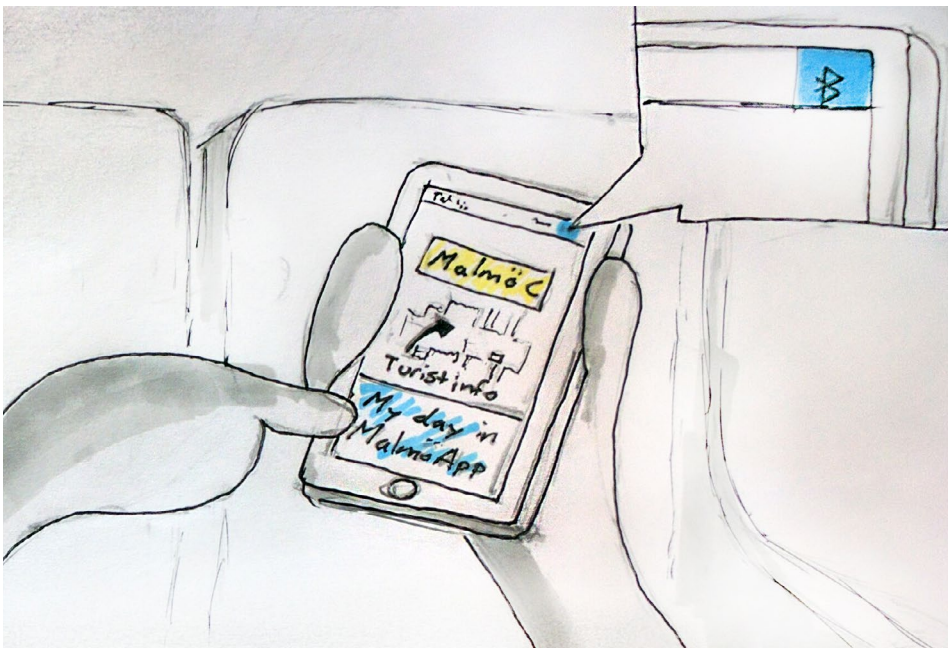
Min tanke är att framhäva "uppleva Malmö under en dag". Detta då de flesta som besöker Malmö gör det under en kort tid som en del av sin Köpenhamnsvistelse. Förutom att göra det lättare att ta del av attraktioner och hitta rätt så vill jag också skapa en personlig upplevelse. Från undersökningarna kom jag fram till att de främsta attraktionerna finns i området kring Malmö C och detta speglar också applikationen. Konceptet bygger på en intervjustudie, info från turistbroschyrer, olika sidor på webben och min personliga upplevelse.

### På tåget

Användaren info om att denna applikationen finns redan på tåget och allt hen behöver göra är att sätta igång sin bluetooth. Man får då en notifikation och man vill ladda ner applikationen. Här är finns även info om var man hittar på Malmö c och till turistbyrån över gatan.



På tåget får användaren info om applikationen. Genom att slå på bluetooth får användaren en hänvisning och info om de olika tjänterna.



Användaren får information om hur man hittar till Turistbyrån samt rekommendation att ladda hem "My Day in Malmö"



## My Day in Malmö

I översta menyn skall det vara lätt att välja språk. Finna restauranger, transport och karta. I centrum ligger dagsturen och planerare. Längst ner reklam för olika turist-aktiviteter.

My Rainy Day in Malmö: Att anpassa turerna efter vädret och årstider. Tex. det är bättre på en regnig/blåsigt dag att vara på ett café på lilla torg än att vara i västra hamnen eller Kungsparken. På julen vill man troligtvis hellre gå mer mot shoppingkvarteren mot Triangeln. Att göra lägga till rainy, sunny, random, snowy, warm, cosy day skapar lite mer känsla.

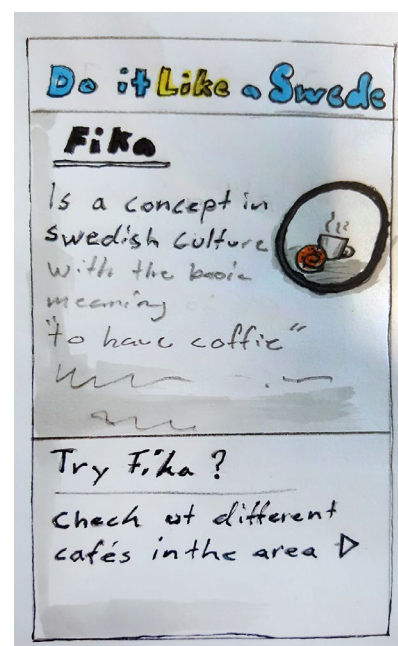


## Karta

Att kombinera bilder och karta tror jag kan underlätta för att hitta rätt. Detta då folk i allmänhet har svårt för fågelperspektivet. Alternativt vore att ha en 3d-karta med viss vinkel en vidareutveckling på denna idén. Bilder kommer fram allt eftersom användaren kommer närmare målet. GPS funktionen tar mycket på batteriet och batteritid är något som man vill ha när man är i ett annat land. Beacons kan möjliggöra att navigera utan GPS och på så sätt spara på batteri. Det bör finnas en sökfunktion och POI meny.

## Svensk kultur

Med funktionen "Do it like a Swede" ger användaren information och inspiration att på egen hand uppleva den svenska kultur. Tex Fika... Appen ger kort information om vad en fika är för något och användaren kan därefter välja om hen känner för att testa det på ett närliggande café. Skulle eventuellt också funka som fristående app.



## My Day in Malmö: slideshow

Försöka avbilda konstverket på Malmö C "Annorstädes" av Tania Ruiz Gutiérrez med långsamt bildspel av vad som händer i Malmö för tillfället. Detta kan ge turisten en känsla av déjà vu. Bilderna hänvisar även till olika aktiviteter som händer under dagen.



## Skapa en upplevelse genom att finna

Genom att framförallt hänvisa till områden snarare än ställen kan man ge användaren en känsla av att upptäcka. Tex. tänk att du går mot ditt mål Turning Torso. På vägen så upptäcker du Stapelbäddsparken. Du går mot Kungsparken och upptäcker Malmöhus osv. Självklart bör det finnas möjlighet för att få snabb info hur du hittar till dessa ställen också. Beacons kan ge användaren info när hen är i närheten av kända platser. Detta motiverar troligtvis användaren att dela med sig av sin "upptäckt" och erfarenhet med andra. Då det redan finns sociala nätverk så som Facebook, Twitter, och Instagram som jag tror användarna föredrar att använda dessa. Jag tror att det kan mer kan ses som ett störmoment i denna applikationen då den är avsedd för att vara informativ snarare än kommunikativ. Om turisterna får en bra och spännande upplevelse så kommer de berätta för andra.

De områdena som jag ser som mest attraktiva är i närheten av centralen. Jag har då delat in detta i 3 st områden som också skulle kunna motsvara ca 4 timmar.



*De tre zonerna som är mest attraktivt för turister*

## Informationsinsamling

Första dagen så gick jag till stationen för att få mig en uppfattning om situationen. Jag började med ett rollspel "att vara turist på Malmö C". Jag märkte då att det inte fanns någon skyltning till turistbyrån och det kändes allmänt förvirrande vart man kunde få information. Började då med intervjuer av tjänstefolk som arbetade på stationen samt på turistbyrån.

Jag ställde följande frågor:

Vilka problem tror du att turisterna stöter på när de kommer till Malmö C?

Vad vill turisterna uppleva?

Hur länge är de i Malmö?

Vilka är de vanligaste nationaliteterna?

Totalt blev det 6 st intervjuer av diverse anställda på Pressbyrån, Trafikinfo, Malmö Souvenirer, Skånetrafiken, Coop och Turistinfo.

### Summering

Turisterna har svårt att hitta till Turistinfo i Malmö C då det är dåligt skyltat. Detta kan bero på avtal de har med Jernhusen AB. Oftast så frågar turisterna om hjälp på diverse ställen som ligger nära till hands så som Trafikinfo, Pressbyrån, Skånetrafiken osv. Dessa har anpassat sig och förmedlar information och kartor men saknar mycket av den kunskapen som Turistinfo har. Turistinfo har dock öppettider som inte verkar överensstämja med turisternas behov. Kvällar och helger.

Turisterna kommer från alla delar av världen men framförallt Danmark, Tyskland, Spanien, Italien och Frankrike. Dagsturer är mest populärt. Flertalet turister besöker Malmö tillfälligt som en del av deras Köpenhamnsvistelse. Huvudattraktionerna är centrala.. 1a plats Västra hamnen, 2a Lilla torg, Stortorget och Gustav Adolfs torg, 3e Malmöhus /Malmö museer och 4e St Petri kyrka och moderna museet. Svenskar vill mest ha info om events.

Turisterna vet oftast vad jojo-kortet är för något men de har rätt dålig koll på hur de kan anpassas till deras resa. 24h 72h och anpassat.

# Intervjuanteckningar

## Turistinfo

Dagsturer är mest populära från köpenhamn.

De tyckte de viktigaste språken var engelska, tyska, danska, spanska, franska och italienska.

Svenskar som besöker vill oftast till mer organiserade events.

Jernhusen AB (äger tågstationern) gör att de inte får skylta med hänvisningar.

Britterna gillar filmserien "The bridge 3" och därav gärna vill besöka Öresundsbron.

Lät dem rita ut samt numrera de mest populära sevärdheterna på en karta.

Fick de mest populära attraktions-broschyrerna.

## Skånetrafiken (Kundtjänstperson)

Turisterna har typ koll på jojo men inte på vad de skall ha..

24h, 72h och "Anpassat"(valfri summa) passar turisterna bäst.

Mest spanjorer och tyskar.

## Pressbyrån (Butiksbiträde)

Folk från hela världen kommer till Malmö (blandade nationaliteter)

Är oftast vilsna när de kommer till dem och undrar efter turistbyrån.

Åker gärna kollektivt men känner.

Turisterna klagar på dåliga information.

Turisterna kommer rätt sent på kvällarna och då råder en viss osäkerhet kring automaterna.

## Trafikinfo

För 5 år sedan så märkte de att turismen ökade (troligtvis dygnsbiljett)

Turisterna har köpenhamn som huvudmål och Malmö blir oftast en spontanutflykt över dagen.

Mycket blandade nationaliteter besöker malmö.

De hänvisar oftast till Turistinfo. Dåliga öppettider på helgerna.. Stänger vid 12 tiden på lör/sön.

Helger och kvällar är då det kommer flest turister.

Har en turistinfo-karta som turisterna kan få fotografera.

## Malmö Souvenirer (Butiksbiträde)

Tyskar spanjorer och fransmän.

Vissa missar turistinfo och går in i shoppen.

Tyskar köper mest.

## Coop (Butiksbiträde)

Hänvisar till turistinfo över gatan.

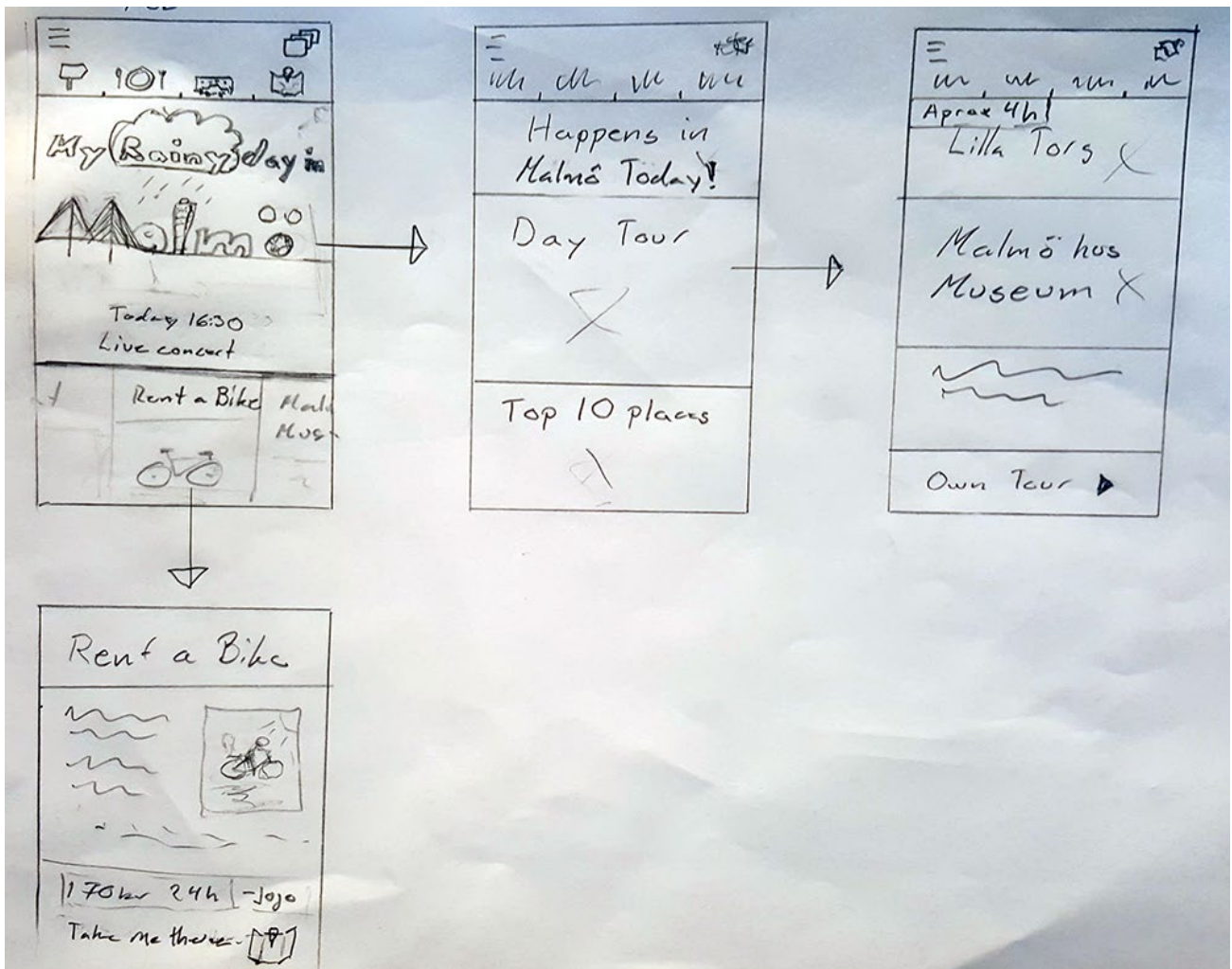
Tyska, spanjorer och fransmän.

Turisterna har rätt bra koll vart de ska. Västra hamnen och lilla torg var populärt.

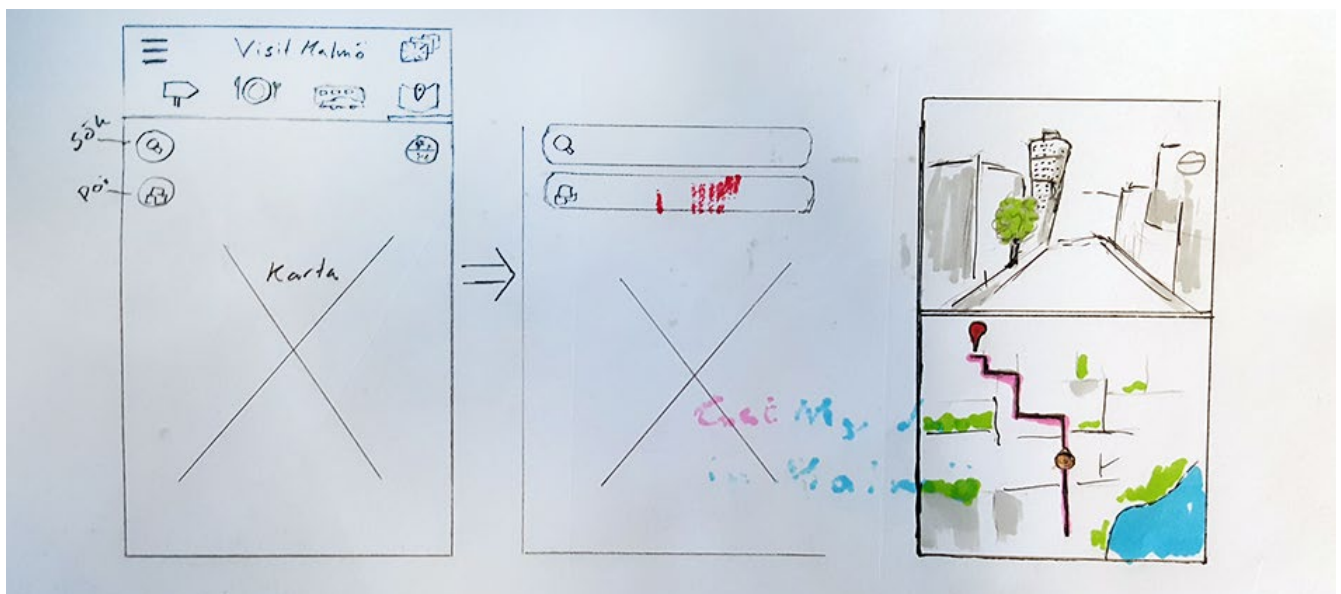
Åker gärna kollektivt.



# Skisser



Flödeschema för planeraren och event



Sök och POI funktion. Karta med bild.