



Ársskýrsla 2020

Súlan verkefnastofa

Ferðamál



Ársskýrsla 2020

Súlan verkefnastofa

Ferðamál

Reykjanesbær, 1. febrúar 2021

Efnisyfirlit

Inngangur.....	4
Markmið og hlutverk.....	4
	4
Heimsfaraldur setur mark sitt á árið.....	5
Verkefni ársins.....	6
Upplýsingamiðstöð Reykjaness.....	6
Námskeið fyrir framlínustarfsfólk ferðapjónustufyrirtækja	7
Heimsóknir hópa.....	7
Efling nýsköpunar fyrir nýbúa	7
Mannamót	7
Vestnorden	8
Samstarfsvettvangur upplýsingamiðstöðva á Íslandi	8
Vorfundur Súlunnar fyrir ferðapjóna	8
Framtíðarsýn Duus Safnahúsa.....	9
Tjaldsvæði í Reykjanesbæ.....	9
Reykjanesbær og markaðsmál í ferðapjónustu	9
Uppfærsla á áfangastaðaáætlun Reykjaness.....	9
Samstarf við Markaðsstofu Reykjaness.....	10
Þátttaka í öðrum verkefnum.....	10

Inngangur

Árið í ferðapjónustunni hófst á nokkuð hefðbundinn hátt og fyrstu rúmlega tvo mánuði ársins voru verkefnið hefðbundin. Stærstu áskoranir í upphafi árs 2020 voru miklar jarðhræingar á svæðinu og hvort við fengjum hugsanlega „túristagos“. Mannamót var haldið í byrjun janúar og verkefnastjóri var þar með kynningarbás um Reykjanesbæ og þá þjónustu sem hér er í boði. Undirbúningur fyrir Vestnorden kaupstefnuna var á fullu skriði og mikil vinna lögð í að sýna fram á fjölbreytta flóru fyrirtækja og þjónustu ásamt vilja bæjarins til að styðja við verkefnið. Opinn fundur fyrir ferðapjónu var á þessum tíma með hefðbundnu sniði ásamt fleiri verkefnum.

Opnun upplýsingamiðstöðvar fyrir ferðamenn var einnig með hefðbundnu sniði á þessum tíma, opin frá kl. 12-17 alla daga og heimsóknir í samræmi við fyrri ár. Bókanir á heimsóknum erlendra skólahópa fóru rólega af stað sem var í raun bein afleiðing af falli WOW flugfélagsins árið áður, en þeir hópar sem höfðu meldað sig dattu út vegna heimsfaraldursins sem átti svo eftir að setja mark sitt á árið. Einhverjir innlendir hópar náðu þó að kíkja í heimsókn fyrir samkomubann.

Í upphafi árs 2020 voru jarðhræingar, áhrif af falli WOW og kyrrsetning MAX vélanna og reyndar líka styrking krónunnar þær áskoranir sem horft var til. Einhverra áhrifa var farið að gæta, færri gistinætur og brottfarir skráðar í upphafi árs en árið áður og hópum með litla verðteygni tók að fækka. Ekkert þó í líkingu við það sem átti svo eftir að verða.

Markmið og hlutverk



Velgengni og almennt heilbrigði greinar eins og ferðapjónustu er hægt að meta út frá þeim stöðlum sem viðkomandi svæði, fyrirtæki og sveitarfélög kjósa að fylgja. Með því að innleiða heimsmarkmið sem stuðla að þeim þáttum sem mikilvægir eru fyrir samfélagið verður Reykjanesbær leiðandi í þeirri vinnu.

Helstu markmið:

- Að styðja við og efla ferðapjónustu í Reykjanesbæ.
- Vera leiðandi í þróun sjálfbærrar ferðapjónustu.
- Að efla þróun sjálfbærrar ferðapjónustu þannig að hún geti verið atvinnuskapandi og taki mið af þörfum heimamanna.
- Efla nýsköpun, sjálfbæra þróun og fjölga menntunartækifærum.
- Að ferðapjónustan endurspegli þann fjölbreytileika sem Reykjanesbær býr yfir.
- Með auknum tækifærum fyrir alla skapist aukinn jöfnuður í samfélaginu.

Heimsfaraldur setur mark sitt á árið

Í mars 2020 tók svo við tími sem einkenndist af heimsfaraldri með tilheyrandi samkomutakmörkunum, fjarvinnu, tilraunastarfsemi og nýjum nálgunum. Fundir færðust yfir á fjarfundarform, viðburðum var ýmist frestað um óákveðinn tíma, urðu rafrænir á ýmsan hátt eða hreinlega féllu niður. Mörg verkefni fengu þó nýtt hlutverk eða nýja dagsetningu og þar með var haldið áfram í undirbúningi og aðlögun þeirra eins og kostur var. Þarna má nefna m.a. Vestnorden sem ákveðið var að halda áfram að undirbúa og þá miðað við breyttar forsendur. Það var ekki fyrr en í ágúst að ljóst var að kaupstefnan yrði ekki haldin þetta árið og því var henni frestað um ár. Í staðinn var boðið upp á rafrænan vettvang fyrir fyrirtæki með tilheyrandi fjarfundahaldi í október 2020.

Fyrri hluta árs gætti enn þó nokkurrar bjartsýni, sérstaklega þegar nokkuð vel tókst að ná tökum á faraldrinum hér heima og fóru fyrirtæki almennt frekar jákvæð inn í sumartörnina með þá vissu að sumarið myndi einkennast af nýjum áskorunum, nýjum markhópi, yrði töluvert minna en í venjulegu ári og eiginlega bara til þess fallið að halda sjó í von um að „þetta myndi ganga yfir“. Aðgerðir stjórnvalda eins og Ferðagjöfin blésu vel inn í þessar nýju áskoranir. Haldinn var vörfundur Súlunnar með ferðapjónustuaðilum og aðilum frá Betri Bæ til að ræða þessar áskoranir og viðra hugmyndir um breytt umhverfi ferðapjónustunnar.

Með haustinu fór þó að verða ljóst að vonir um betri tíð yrðu að engu og ljóst að ekki sæi fyrir endann á faraldri sem spyr engan um neitt. Hjá stjórnvöldum tóku því við aðgerðir sem snéru að því að koma fyrirtækjum í einhverskonar var. Almennari viðbrögð hjá greininni miðuðu að því að halda Íslandi sem áfangastað ofarlega í hugum fólks með markaðsherferðum eins og You Need Iceland, Iceland is open og Joyscrolling.

Mörg þeirra verkefna sem voru á dagskrá þurftu að sæta ýmiss konar aðlögun vegna aðstæðna en engu að síður var full ástæða til að halda þeirri vinnu áfram. Einnig hefur þrátt fyrir allt margt áunnist á árinu.

Súlan fór einnig í þá vinnu að koma Reykjanesbæ markvisst ofar í huga Íslendinga þar sem augljóst var að þar lægju ónýtt tækifæri í ferðapjónustu og því í nýjan markhóp að sækja. Ferðapjónar sáu almennt mörg góð tækifæri á þessum vettvangi og því sjálfsagt að ýta undir þau tækifæri með einhverjum hætti. Efni var unnið fyrir bæði sjónvarp og samfélagsmiðla og má þar nefna m.a. þátt á Hringbraut um Reykjanesbæ.

Verkefni ársins

Upplýsingamiðstöð Reykjaness

Upplýsingamiðstöð Reykjaness er landshlutamiðstöð fyrir allt Reykjanessvæðið og þjónar því skv. skilgreiningu ákveðnu öryggishlutverki gagnvart ferðamönnum og



ferðaþjónustufyrirtækjum. Hún þjónar sem snertiflötur við ferðamenn, bæði innlenda og erlenda, veitir upplýsingar bæði um nærumhverfi og allt landið, aðstoðar við ferðatilhögun, færð, veður, afþreyingu, upplifun, gistingu og margt, margt fleira. Fyrir svæðið er mikilvægt að geta að einhverju leyti stjórnað umferð með því að leggja áherslu á ákveðin svæði, hvert viljum við að fólk

ferðist, hvaða svæði geta tekið við fjöldanum, hvaða upplýsingar viljum við að fólk fái en líka að sporna við röngum upplýsingum sem beinlínis geta stefnt fólki í voða, hér má nefna dæmi eins og heitavatnsaffall HS Orku sem varð frægt á instagram og kynnt sem „náttúrulaug“ síðastliðið sumar.

Eins hefur verið gott samstarf milli upplýsingamiðstöðvar, Markaðsstofu Reykjaness og Reykjanes Geopark. Gestastofa Geopark sem er líka upplýsingamiðstöðin, hefur tekið á mótum bæði hópum og einstaklingum sem vilja ná í fræðslu um jarðfræði svæðisins, hvort heldur sem er almenningur, námsmenn eða fræðafólk. Einnig almennar PR ferðir og hefur þar staðið upp úr hin fjölbreytta starfsemi sem hægt er að kynna í Duus Safnahúsum.

Óhætt er að segja að starfsemi upplýsingamiðstöðvar hefur ekki farið varhluta af Covid-19 og áhrifum þess. Tvisvar hefur þurft að loka vegna sóttvarnareglna og auk þess hefur starfsemin verið mikið lituð af hertum samkomureglum þegar opnað var aftur. Fækkun gesta hélst í takti við almenna fækkun erlendra ferðamanna en Íslendingar sýndu aftur á mótum aukinn áhuga á Reykjanesinu sem áfangastað.

Upplýsingamiðstöðin er opin alla daga vikunnar frá kl. 12-17 allt árið um kring.

Sumaropnun er mán-fös 9-17 / lau-sun 12-17.

Verkefnastjóri ferðamála sinnir almennri opnun virka daga og tímastarfsfólk er á föstum helgarvöktum.

Námskeið fyrir framlínustarfsfólk ferðaþjónustufyrirtækja

Verkefnastjóri ferðamála ásamt markaðsstofu og Safe Travel hafa á ári hverju haldið námskeið fyrir starfsfólk í framlínu ferðaþjónustu fyrirtækja um þjónustubætti, náttúru svæðisins, ferðalög og öryggi. Ekki varð af námskeiði þetta árið vegna Covid-19.

Heimsóknir hópa

Jarðfræðiheimsóknir skólahópa hafa verið vinsælar í gegnum árin og var upplýsingamiðstöðin m.a. með samninga við tvær breskar ferðaskrifstofur um móttöku og fræðslu til slíkra hópa. Fjöldi slíkra hópa hríðféll við fall WOW air en þó höfðu einhverjir hópar meldað sig á haustmánuðum 2019 en féllu svo alveg út vegna heimsfaraldursins.

Efling nýsköpunar fyrir nýbúa

Verkefnastjóri ferðamála fékk það verkefni að setja saman starfshóp til eflingar nýsköpunar í ferðaþjónustu fyrir íbúa af erlendu bergi brotna. Starfshópurinn samanstóð af aðilum frá Vinnumálastofnun Suðurnesja, Hekluinni, MSS, verkefnastjóra fjölmeningamála, verkefnastjóra atvinnuþróunar og verkefnastjóra ferðamála, sem leiddi verkefnið. Hópurinn tók til starfa á vormánuðum 2019 og stefnt var á að lokaafurð hópsins yrði nýsköpunarnámskeið sem yrði sérstaklega miðað að þessum skilgreinda hópi. Mikil vinna var lögð í samstarf þessara aðila með það að markmiði að greina forsendur fyrir námskeiðinu, hvernig ná mætti til þessa fjölbreytta hóps og aðferðir sem líklegar væru til árangurs. Uppskeran var aðferðafræði og uppbygging námskeiðs, leiðir til að ná til jaðarsettra hópa og greining á umgjörð sem þarf til að auka líkur á velgengni verkefnis. Verkefnið færðist svo yfir á hendur nýstofnaðrar Ferðamálaakademíu sem hefur nýsköpunarmál sem eitt af sínum meginmarkmiðum.

Mannamót

Mannamót er viðburður sem haldinn er árlega í janúar á vegum markaðsstofa landshlutanna. Þar er ferðaþjónustufyrirtækjum af öllu landinu boðið að taka þátt og kynna sig fyrir ferðaskrifstofum, ferðaskipuleggjendum og ferðaheildsölum ásamt öðrum samstarfsaðilum innanlands. Verkefnastjóri



kynnti áfangastaðinn Reykjanesbæ og fyrirtæki frá Reykjanesbæ fjölmenntu einnig og voru mjög áberandi með flottar kynningar. Viðburðurinn heppnaðist vel og Reykjanesbær ásamt fyrirtækjum kynntu fjölbreytt og flott framboð af þjónustu og afþreyingu og flottan áfangastað.

Vestnorden

Vestnorden kaupstefnuna átti að halda í október 2020 í Reykjanesbæ. Búið var að leggja í mikla vinnu fyrir undirbúning kaupstefnunnar og þar sem mikillar bjartsýni gætti enn á vormánuðum var ákveðið að halda áfram að undirbúa og þá miðað við breyttar forsendur eins og sóttvarnir, hólfaskiptingu, möguleika á aðlögun á aðstöðu og þjónustu og svo framvegis. Þarfagreina þurfti allt svæðið út frá þeim forsendum sem stefnuhaldarar settu upp, finna þurfti húsnæði sem bæði rúmaði þann fjölda sem gert var ráð fyrir, samgöngur fyrir kaupstefnugesti og að þá þjónustu sem óskað var eftir væri hægt að veita.



Það var ekki fyrr en í ágúst að ljóst var að kaupstefnan yrði ekki haldin þetta árið og því var henni frestað um ár. Í staðinn var boðið upp á rafrænan vettvang fyrir fyrirtæki með tilheyrandi fjarfundahaldi í október 2020. Búið er að gefa út nýja dagsetningu fyrir Vestnorden í Reykjanesbæ í október 2021.

Samstarfsvettvangur upplýsingamiðstöðva á Íslandi

Um áramótin gaf Ferðamálastofa það út að ekki yrði áframhald á styrkjum til reksturs upplýsingamiðstöðva sem setti rekstur þeirra í hættu og færði í raun ábyrgðina yfir á Markaðsstofur landshlutanna sem hafa fengið þennan styrk en allar upplýsingamiðstöðvar landshlutanna eru reknar sem samstarfsverkefni í ýmsum myndum milli markaðsstofa, sveitarfélaga og stundum einkaaðila. Í upphafi árs ákváðu rekstraraðilar upplýsingamiðstöðva að fara yfir stöðu mála og koma sínum málum á framfæri. Haldnir voru nokkrir fundir en með heimsfaraldri var þetta verkefni að stórum hluta lagt til hliðar en þó voru haldnir nokkrir stöðufundir á árinu. Gert er ráð fyrir að taka upp þráðinn m.a. með því að kalla eftir skýringum á nýjstu samningum við markaðsstofur þar sem formi þeirra verður breytt yfir í áfangastaðastofur. Stofnaður hefur verið samstarfsvettvangur upplýsingamiðstöðva sem tengir starfsfólk og starfsemi saman.

Vorfundur Súlunnar fyrir ferðaþjóna

Í maí 2020 var haldinn opinn vorfundur með ferðaþjónum í Reykjanesbæ og einnig var aðilum frá Betri Bæ sérstaklega boðið að vera með til að ræða stöðu ferðaþjónustu og sumarið sem var framundan. Verkefnastjóri vann SVÓT greiningu fyrir fundinn á stöðunni og einnig var farið yfir þær aðgerðir sem aðilum stóð til boða. Umræður sköpuðust um samstarfsvettvang og eindregið hvatt til að ferðaþjónar nýttu sér nýja heimasíðu Ferðamálastofu sem byggir á gagnagrunni um leyfisskylda starfsemi í ferðaþjónustu, ferdalag.is. Þar gátu aðilar skráð sig fyrir



ferðaávísuninni, hægt var að setja inn viðburði, almenn tilboð og auk þess var boðið upp á að tengja sig við markaðsátakið með formatti sem var aðgengilegt fyrir ferðapjóna.

Framtíðarsýn Duus safnahúsa

Sett var upp 3ja fasa verkefni þar sem unnið er að framtíðarsýn fyrir þá starfsemi sem er í Duus safnahúsum. Vinnan hefur verið mikilvæg fyrir þá endurskipulagningu sem átt hefur sér stað á sviði menningarmála og samstarfi upplýsingamiðstöðvar/gestastofu Geopark. Tveimur af þremur fösom er nú lokið og unnið er að þriðja fasa. Markmiðið er ný sýn á notkun húsanna og starfsemi þeirra ásamt framtíðarsýn á húsnæði. Verkefnið er samstarfsverkefni milli Listasafns Reykjanesbæjar, Byggðasafns Reykjanesbæjar, menningarfulltrúa og verkefnastjóra ferðamála.

Tjaldsvæði í Reykjanesbæ

Unnin var greining á tjaldsvæði í Reykjanesbæ í samstarfi við USK fyrir bæjarráð. Unnin var markhópagreining og hvaða svæði kæmu til greina undir tjaldsvæði. Tillögur voru svo afgreiddar í menningar- og atvinnuráði og liggja nú fyrir bæjarráði.

Reykjanesbær og markaðsmál í ferðapjónustu

Hafist var handa við að hanna borðkort af Reykjanesbæ til dreifingar fyrir ferðamenn í samstarfi við verkefnastjóra markaðsmála. Hönnun á korti er vel á veg komin og gert er ráð fyrir að kortið fari í prentun í apríl.

Einnig er verið að skoða skiltamál og merkingar í og við Reykjanesbæ, verkefnið er fjölþætt og snertir nokkur svið svo um samstarfsverkefni er að ræða. Ferðamálastofa er m.a. að vinna að samhæfingu í skiltum fyrir ferðamannastaði sem mun væntanlega nýstast í hluta af þessu stóra verkefni.

Með vorinu varð ljóst að áherslur í ferðapjónustu yrðu töluvert breyttar fyrir sumarið 2020 svo það markaðsefni sem unnið var fyrir sumarið var markað af þeim áherslum. Ljóst var að Íslendingar yrðu sá markhópur sem ná þyrfti til sem kallaði aftur á nýjar áskorannir og finna þyrfti leiðir til að koma Reykjanesbæ ofar í huga Íslendinga sem hugðu á ferðalög. Verkefnastjóri markaðsmála vann mjög flott efni bæði fyrir sjónvarp og samfélagsmiðla fyrir þær markaðsherferðir.

Uppfærsla á áfangastaðaáætlun Reykjanes

Uppfæra þyrfti DMP (Destination Management Plan) listann yfir ferðamannastaði vegna nýrra reglna frá Ferðamálastofu fyrir umsóknir í Uppbyggingasjóð ferðamannastaða. Nýjar

reglur kveða á um að til þess að skora hærra í umsóknarferli þurfa svæði/verkefni sem sótt er um styrk í að vera á lista í áfangastaðaáætlun svæðisins.



Ákveðið var því að setja saman smá vinnuhóp og fara yfir áherslur fyrir áfangastaðinn Reykjanesbæ. Hópin skipuðu forstöðukona Súlunnar, forstöðumaður Byggðasafns, verkefnastjóri atvinnuþróunar og verkefnastjóri ferðamála.

Samstarf við Markaðsstofu Reykjanes

Verkefnastjóri var í samráðshópi Markaðsstofu Reykjanes. Þar sitja ferðamálafulltrúar eða þeir sem hafa ferðapjónustu á sínum höndum hjá sveitarfélögum á Reykjanesi. Fundirnir voru að meðaltali haldnir aðra hverja viku og farið var yfir þau verkefni sem voru á döfnni hjá markaðsstofu. Sameiginlegur vetrarfundur markaðsstofunnar og Súlunnar fyrir ferðapjónustuna hefur líka verið haldinn einu sinni til tvisvar á ári og var haldinn einn slíkur fundur í febrúar. Eins var haldinn kynningarfundur fyrir ferðapjónustuaðila þar sem Vestnorden var kynnt og þeir möguleikar sem ferðapjónustufyrirtækjum standa til boða bæði með þátttöku í sýningunni en einnig í þeim viðskiptasamböndum sem hægt er að tryggja sér t.d. með þátttöku í kynningarferðunum sem eru hluti af dagskrá kaupstefnunnar.


Þátttaka í öðrum verkefnum

Ferðapjónusta er í eðli sínu þverfagleg grein og því að ýmsu að huga þegar fjölbreytt verkefni eru annars vegar. Allt frá því að sitja fundi sem höfðu með málefnið að gera í það að vera þátttakandi í samstarfsverkefnum ýmiss konar. Verkefni sem eru fjölþætt en koma þó ferðapjónustu við eins og verkefni hjá verkefnastjóra atvinnuþróunar um skemmtiferðaskip. Verkefnið er unnið sem atvinnuþróunarverkefni en tengist eðli greinarinnar samkvæmt ferðapjónustu.

Eitt af verkefnum Súlunnar var að halda móttöku fyrir Lofthelgigæslu og þær þjóðir sem tóku þátt í lofthelgigæslu við Ísland. Natþjóðir hafa skipt því á milli sín að sinna þessu verkefni og verkefni Súlunnar var að kynna Reykjanesbæ og Reykjanesið fyrir þeim hópum sem hingað komu. Kynningarnar tókust mjög vel en voru þó felldar niður eftir að samkomutakmörkunum og sóttvarnarreglum var breytt.

Með breyttum áskorunum í miðjum heimsfaraldri var ljóst að töluverðar áherslubreytingar voru nauðsynlegar, ekki bara hjá fyrirtækjum og þjónustuaðilum heldur einnig hjá þeim stoðstofnunum sem tilheyra málaflokknum, þ.m.t. Ferðamálastofu, Íslandsstofu og SAF. Ferðamálastofa setti á laggirnar samráðshóp sem skipaður var bæði aðilum frá sveitarfélögum sem höfðu með ferðamál að gera og aðilum úr ferðapjónustu sem

verkefnastjóri tók þátt í. Þessi hópur tók m.a. þátt í að móta þær markaðsherferðir sem farið var í sem bein viðbrögð við því ástandi sem upp var komið og eins til að minna á áfangastaðinn Ísland og halda honum ofarlega í hugum tilvonandi ferðalanga. Hvatningarátak eins og You need Iceland, Ferðaávisunin, Iceland is open, joyscrolling og Let it out (öskur átakið). Þessi vettvangur var nauðsynleg tenging við samstarfsaðila í greininni og gerði okkur kleift að fylgjast með þróun mála á okkar helstu mörkuðum ásamt því að ýmsar greiningar voru unnar fyrir íslenska ferðaþjónustumarkaðinn eins og sviðsmyndagreining og fleira.

Spennandi verkefni hófu einnig göngu sína eins og Outpace – pop culture tourism sem er verkefni á vegum HÍ og markmiðið er að þróa kennsluefni í nýsköpun í ferðaþjónustu byggt á pop culture. Forvinna verkefnis gekk út á að greina stöðu slíkrar ferðamennsku hér á landi og greina boðleiðir, tengingar og  stjórnsýslu í kringum þessi verkefni.

Til að útskýra þessa tegund ferðamennsku er átt við ferðaþjónustu sem byggir á tengingu við popmenningu eins og t.d. frægar bíómyndir, tónlist og þess háttar, þætti eins og Game of Thrones, James Bond og svo mætti lengi telja. Vörubrúunin felur svo í sér að tengja popmenninguna inn í ferðalagið, hvort sem er um staðbundna upplifun að ræða eða eiginlega ferð, getur verið allt frá rútuferð um orrustuslóðir úr Game of Thrones, matarupplifun byggð á matreiðsluþætti eða jafnvel að heimsækja flugvélaflak af því að það varð vinsælt eftir að sjást í nokkrum tónlistarmyndböndum. Og hver hefur ekki séð Eurovision, eða myndbandið við Volcanoman! Markmiðið er að koma Reykjanesbæ á kortið í þessu verkefni og fá greiningu á svæðinu.



REYKJANESBÆR

Í KRAFTI FJÖLBREYTILEIKANS