

Inngangur

Síðan 2010 höfum við séð ferðapjónustu vaxa í að vera stærsta atvinnugrein landsins og helsti burðarás núverandi hagvaxtarskeiðs. Þetta er fyrirferðamikil atvinnugrein sem snertir marga mismunandi fleti samfélagsins og hefur bæði jákvæð og neikvæð áhrif á nánasta umhverfi, náttúruna okkar, lífsgæði og samfélagsmynd. Ferðapjónusta skapar störf, eykur framboð á þjónustu, er vettvangur fyrir nýsköpun og hvati að varðveislu hefða, menningar og handverks. Ný afþreying, spennandi veitingarstaðir og upplifanir á heimsmælikvarða eru nú orðin hluti af þeirri þjónustu sem gestir jafnt sem íbúar geta notið.

En samfara aukningu ferðamanna eykst þörfin á að draga úr mögulegum neikvæðum áhrifum ferðapjónustu og tryggja að jákvæð áhrif hennar t.d. aukið þjónustustig, aukin uppbygging og auknir tekjumöguleikar skili sér til samfélagsins. Eins þarf að huga sérstaklega að viðkvæmum svæðum þar sem auknar vinsældir geta aukið hættu á umhverfisskaða á svæðum sem eru ekki búin undir aukna ásókn. Þá getur of mikil ásókn reynt á þolrif heimamanna og haft gríðarleg áhrif á samfélagsmynd svæðisins og þannig snúist upp í neikvæða upplifun gesta og íbúa af svæðinu.

Möguleg jákvæð og neikvæð áhrif ferðapjónustu undirstrika þannig mikilvægi þess að uppbygginu ferðamála sé stýrt á ábyrgan hátt svo jákvæð áhrif séu háværkuð.

Áfangastaðaáætlun Höfuðborgarsvæðisins

Áfangastaðaáætlunir eru heildstæðar áætlanagerðir sem hafa ferðaþjónustu sem meginpunkt og er markmið þeirra er að stuðla að ábyrgri þróun ferðamála sem skilar sem mestum hagnaði til samfélagsins á svæðinu um leið og mögulegum neikvæðum áhrifum er haldið í lágmarki.

Áfangastaðaráætlun Höfuðborgarsvæðisins er fyrsta heildstæða verkefnið sem unnið er á svæðinu með það að leiðarljósi að gera þessa línu milli jákvæðra og neikvæðra áhrifa skýrari og ýta þar af leiðandi undir ábyrgari vöxt ferðamála á svæðinu.

Áætlunin hefur það markmið að vinna að ábyrgri þróun og uppbyggingu ferðamála á svæðinu yfir ákveðinn tíma með það í huga að upplifun af svæðinu standist væntingar gestsins, samfélagsins og náttúru svæðisins. En horft er á að áætlunin sé lifandi og geti tekið breytingum eftir þörfum hagaðila og er áfangastaðaáætluninni þannig ætlað að aðlagast breytingum í ferðamálum og í samfélaginu, ásamt því að vera fyrsta skrefið í auknu samtali, samræmingu og samvinnu innan ferðamála á svæðinu.

Í sinni einföldustu mynd er áfangastaðaáætlun viljayfirlýsing um hvernig skal stýra áfangastað yfir ákveðinn tíma, þar sem hlutverk mismunandi hagaðila eru skilgreind og þar sem fram kemur aðgerðaáætlun og hvernig auðlindum/björgum (e. resources) skal skipt. Tilgangur áfangastaðaáætlunar er að veita mismunandi hagaðilum áfangastaðar bestu möguleg tækifæri til að gera áætlun til framtíðar sem snýr að því að byggja upp þá ferðaþjónustu sem hentar svæðinu best og draga þannig úr mögulegum neikvæðum áhrifum og því mikilvægt að taka fram að áætlunin er byggð á sameiginlegri vinnu margra mismunandi hagaðila ekki byggð eingöngu á sjónarhorni einsleits hóps, sbr. eingöngu ferðaþjónustu eða sveitafélaga.

Í áfangastaðaáætlanagerð er horft á ferðamál svæðisins út frá stærra sjónarhorni og tekið tillit til margra ólíkra hagaðila sem eiga hagsmuna að gæta í þróun svæðisins. Áætlanagerðin tekur því tillit til gesta, íbúa, fyrirtækja og umhverfisins og reynir að skapa jafnvægi á milli og fullnægja þörfum þessara aðila.

Það er mikilvægt að hafa það hugfast að áfangastaðaáætlun er lifandi verkefni sem á að vera uppfært og endurskoðað reglulega svo það haldi virði fyrir svæðið. Þannig má segja að áfangastaðaráætlun sé í rauninni aldrei fullunnin og geti auðveldlega aðlagast breytingum í ferðamálum á svæðinu en sé á sama tíma grunnurinn að aukinni samvinnu. Þannig má færa rök fyrir því að sú áætlun sem lögð er fram hér sé einungis grunnur að áframhaldandi samstarfi þegar kemur að þróun ferðamála á svæðinu.

Vinnuferli

Gerð þessarar áfangastaðaráætluna er tvíþætt, annars vegar er unnið að stöðumati sem tiltekur og greinir núverandi stöðu og þá innviði sem snúa að ferðamanninum á svæðinu, og hins vegar er unnið að framtíðarsýn og aðgerðaráætlun til stuðnings þeirrar framtíðarsýn.

Stöðumatið er unnið út frá þeim gögnum sem eru til staðar á hverjum tíma. En Stjórnstöð Ferðamála ásamt Ferðamálastofu hafa unnið ötullega að því að bæta gögn og upplýsingar varðandi ferðamál á Íslandi og er aðgengi að góðum gögnum því alltaf að verða betra sem ýtir undir upplýstari ákvörðunartöku varðandi þróunar ferðamála á svæðinu.

Við vinnslu áætlunarinnar var yfir 180 hagaðilum boðin þátttaka á vinnustofu þar sem við leituðumst eftir viðhorfum og hugmyndum varðandi ferðamál á svæðinu. Gögnin sem söfnuðust á vinnustofunni voru unnin áfram í minni starfshópum og úr þeim mótuð framtíðarsýn, markmið og grunnur lagður að aðgerðaráætlun.

Svæðisráð

Skipað var í svæðisráð við upphaf verkefnis en óskað var eftir tilnefningum frá sveitafélögum á svæðinu ásamt því að fá fjölbreyttan hóp hagaðila að borði. Svæðisráðið var skipað eftirfarandi aðilum:

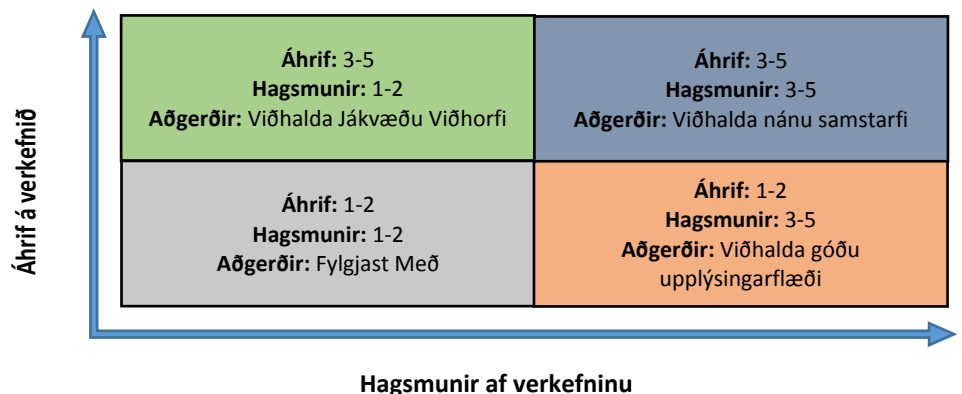
• Edda Ívarsdóttir	Verkefnastjóri borgarhönnunar	Reykjavík
• Sólveig Jónsdóttir	Verkefnastjóri hverfaskipulags	Kópavogur
• Helga Stefánsdóttir	Forstöðumaður framkv. & rekst. deildar	Hafnarfjörður
• Hulda Hauksdóttir	Upplýsingafulltrúi	Garðabær
• Arnar Jónsson	Forstöðumaður þjónustu og upplýsingarmála	Mosfellsbær
• María Björk Óðinsdóttir	Sviðstjóri menningar og samkskiptasviðs	Seltjarnarnes
• Hjörtur Atli Stefánsson	Stofnandi Whatson.is	Reykjavík
• Benóný Ægisson	Form. íbúasamtaka miðborgar Rvk	Reykjavík
• Þorsteinn Ö. Guðmundsson	Framkvæmdarstjóri Meet in Reykjavík	Reykjavík
• Sigfríður Sigurðardóttir	CCP – Fyrir hönd viðskiptaráðs	Reykjavík
• Óli Örn Eiríksson	Skrifstofa Eigna og Atvinnuþróunar	Reykjavík
• Ingvar Freyr Ingvarsson	Samtök verslunar og þjónustu	Reykjavík

Svæðisráðið var leiðbeinandi við vinnu verkefnisins og tók þátt í vinnustofum verkefnisins ásamt því að vera tengiliðir við sveitafélögin og samtök/stofnanir.

Hagaðilagreining

Hagaðilar voru greindir út frá hagsmunum og áhrifum á verkefnið. Áætlaðar væntingar hvers hagaðila til verkefnisins listaðar upp og hagaðila gefna einkunnir eftir því hversu mikil áhrif og hagsmunir sá aðila hefur á/af verkefninu. Yfir 80 hagaðilar voru tilgreindir

Aðgerðir út frá ofangreindum aðilum



en þar undir voru t.d. íbúasamtök, ferðaþjónusta aðilar, fræðslu- og rannsóknar aðilar dregnir saman í flokka til að einfalda greininguna. Hagaðilagreiningin var síðan nýtt til að velja aðila á vinnustofu, til upplýsingamiðlunar o.s.frv.

DRÖG

Áfangastaðurinn Reykjavík

Höfuðborgarsvæðið er fjölmennasta og þéttbýlasta atvinnu- og búsetusvæði landsins, ásamt því að vera sá áfangastaður sem flestir gestir sækja heim en yfir 90% allra erlendra gesta sem koma til Íslands dvelja á svæðinu stóran hluta úr Íslandsferðinni og skapa þannig um helming allra gistinótta á landinu. Gestirnir kanna borgina, njóta þjónustunnar sem þar er í boði, fara í dagsferðir eða taka þátt í þeim fjölda viðburða sem haldin er á svæðinu daglega.

Á svæðinu eru flestar stjórnslu-, mennta- og menningarstofnanir Íslands og svæðið miðpunktur alþjóðlegra strauma í menningu og atvinnulífi og þjónustustig svæðisins gríðarlega hátt þrátt fyrir að Reykjavík sé ein af minnstu höfuðborgum Evrópu.

Í augum gestsins er höfuðborgarsvæðið einn áfangastaður en ekki sjö mismunandi sveitafélög og er því mikilvægt að við tölum um og kynnum svæðið samsvarandi þessari upplifun gestsins, sem áfangastaðurinn Reykjavík.



Gisting á svæðinu

Hótel nýting á svæðinu hefur verið með því hæsta sem þekkist en þétt bókaðir gististaðir hafa ýtt undir ótrúlegan vöxt í heimagistingu og mikla uppbyggingu gististaða á svæðinu. Markaðurinn er að mestu byggður á íslenskum hótélkeðjum en á síðustu árum höfum við séð erlenda fjárfesta og erlendar hótélkeðjur hasla sér völl á svæðinu.

Ráðgert er að um 2000 ný hótél herbergi komi á markaðinn á næstu 3 árum með tilheyrandi auknu þjónustuframboði fyrir samfélagið, með veitingastaði, spa og bari svo eitthvað sé nefnt.

Heimagisting á svæðinu hefur einnig verið gríðarlega öflug síðustu 3 árin en þó er töluvert um að íbúðir og herbergi séu leigð út án tilskilinna skráninga og leyfa en von er á að átaksverkefni sýslumanns ásamt samningagerð við stóra söluaðila skili sér í betri skráningum og öflugara eftirliti.

Matur og drykkur

Samhliða öflugri fjölgun ferðamanna á höfuðborgarsvæðinu hefur veitingargeirinn vaxið og í raun náði veitingarþjónusta á Íslandi nýjum hæðum þegar Dill fékk fyrstu Michelin stjörnu (2017) sem Ísland hefur fengið ásamt fjölda tilnefninga í White Guide Nordic sem listar upp bestu veitingarstaði á Norðurlöndunum. Töluverður vöxtur hefur verið í veitingarstöðum fyrir utan miðbæ Reykjavíkur og í öðrum sveitafélögum á svæðinu.

Samhliða alþjóðlegri viðurkenningu fyrir hráefni og matargerð, hefur einnig rutt sér til rúms öflug bjórmennning með tilkomum fjölda nýrra bjórbara og brugghúsa. Nýlega hefur líka bæst töluvert í íslenskan “street-food” eða skyndibita með fjölda nýrra matarvagna og Mathöllina á Hlemm og Mathöllina á Granda í broddi fylkingar.

Samkvæmt könnunum Höfuðborgarstofu fóru í kringum 80% ferðamanna í Reykjavík á veitingarhús á meðan þeir dvöldu á svæðinu og gáfu stöðunum 8,4 af 10 í einkunn fyrir heildargæði.

Afþreying og verslun

Samkvæmt könnunum ferðamálastofu á ferðavenjum erlendra gesta á Íslandi kemur fram að erlendir gesti eyða hvað mest á höfuðborgarsvæðinu eða um 38 þús að meðaltali á sólahring. Stærstu kostnaðarliðirnir eru gisting, veitingar og afþreying.

Síðan 2004 hefur Höfuðborgarstofa tekið þátt í *Dear Visitor* könnun meðal ferðamanna sem sækja höfuðborgarsvæðið heim. En spurt hefur verið um 7-9 mismunandi þætti er snúast að afþreyingu erlendra gesta á svæðinu. Vöxtur mismunandi afþreyingar hefur verið mjög mismunandi eftir tegund afþreyingar en þær tegundir afþreyingar sem hefur vaxið hvað mest eru verslun, dagsferðir úr Reykjavík, heimsóknir á söfn/sýningar og sundferðir. En eina afþreying sem ekki hefur vaxið milli ára er næturlífið.

Samgöngur

Á síðustu árum hefur meðal umferð á höfuðborgarsvæðinu aukist töluvert og helst það í hendur við aukna umferða bílaleigubíla og annara ökutækja frá ferðaþjónustunni en eins hefur fjöldi einkabíla á svæðinu einnig aukist umtalsvert sem einnig hefur töluvert áhrif á umferðina.

Fjölmargar bílaleigur eru á höfuðborgarsvæðinu en áætlað er að það séu um 27.000 bílaleigu bílar í umferð á Íslandi þegar mest er. Rúmur helmingur gesta sem sækja höfuðborgarsvæðið heim koma til svæðisins á bílaleigubíl. En þessi mikli fjöldi bílaleigubíla á svæðinu hefur eykur álag á umferð og bílastæða mál á öllu svæðinu.

Sveitafélögin á höfuðborgarsvæðinu eru eigendur af Strætó BS. sem sér um almenningsamgöngur á svæðinu en erlendir gestir nýta sér í auknum mæli almenningsamgöngur. Í bígerð er að ráðast í stórauðna uppbygginu á almenningsamgöngum á höfuðborgarsvæðinu með Borgarlínunni. En Borgarlínan mun verða nýtt samgöngukerfi sem verður hryggjarstykkið í þróun höfuðborgarsvæðisins til ársins 2040 og verður hagkvæm og vistvæn leið til að auka fólksflutninga/ferða á milli sveitarfélaganna.

Innanlandsflug og flug til Grænlands og Færeyja hefur haft miðstöð á Reykjavíkflugvelli í langan tíma en völlurinn er upphaflega byggður af breska hernum 1919. Lega flugvallarins hefur lengi verið umdeildur hjá landsmönnum en nálægð vallarins við Landspítalann er af mörgum talinn nauðsynleg.

Um mitt sumar 2017 var samþykkt aksturbann um miðbæ Reykjavíkur og skipulögð voru svokölluð safnstæði. Akstursbannið gildir fyrir bifreiðar yfir 8 metrar að lengd, allar hópbifreiðar og einnig er sérútbúnum bifreiðum, t.d. til fjallaferða, óheimilt að aka innan bannsvæðisins. Safnstæðin eru á 12 stöðum í miðborginni og eru sérmerkt fyrir farþegaflutninga innan ferðaþjónustunnar.

Skemmtiferðaskip

Árið 2018 komu yfir 145 skemmtiferðaskip til hafnar á höfuðborgarsvæðinu með um 134 þús farþega og 55 þús áhafnameðlimi. Lang stærsti hluti þeirra gesta sem fara í land af þessum skemmtiferðaskipum fara í skipulagðar ferðir út fyrir svæðismörkin. En einhver hluti gesta nýta tímann til að skoða höfuðborgarsvæðið, versla og nýta sér þá þjónustu sem er til staðar.

Náttúra á svæðinu

Höfuðborgarsvæði er umlukið fjallahring sem afmarkast af Esjunni, Mosfellsheiði, Henglinum, Bláfjöllum og Reykjanesfjallgarði. Innan fjallahringsins eru lág fell, stöðuvötn og skógrækt en samspil láglandis, fjallendis og strandlengjunnar með sína voga og nes, skapa óþrjótandi útivistartækifæri og eru kjöraðstæður fyrir áhugavert lífríki.

Innan svæðisins eru fjöldi staða sem eru vinsælir meðal gesta og íbúa höfuðborgarsvæðisins en álag á þessa staði er mismunandi enda uppbygging og stjórnun mismikil eftir stöðum. Sumir þessara staða njóta mismunandi verndunarákvæða (friðlýst svæði, hverfisvernduð svæði og svæði á náttúruminjaskrá) auk þess sem höfuðborgarsvæðið liggur að hluta innan Reykjanesfólkvangs og Bláfjallafólkvangs og fellur því að ákveðnu undir stjórnun tilheyrandi fólkvangs.

Samkvæmt fyrstu verkáætlun Landsáætlunar um uppbyggingu ferðamannastað eru engin skilgreind verkefni á höfuðborgarsvæðinu en von er að uppfærð áætlun fyrir næstu ár taki á uppbyggingu við þá ferðamannastaði sem sérstaklega þarf að horfa til. Eins hafa aðilar á svæðinu sótt um styrki í framkvæmdarsjóð ferðamannastaða með misgóðum árangri.

Þeir staðir sem eru hvað mest sóttir og má segja að séu staðir sem þurfi sérstaklega að horfa til þegar kemur að stýringu, uppbyggingu og viðeigandi upplýsingamiðlun eru:

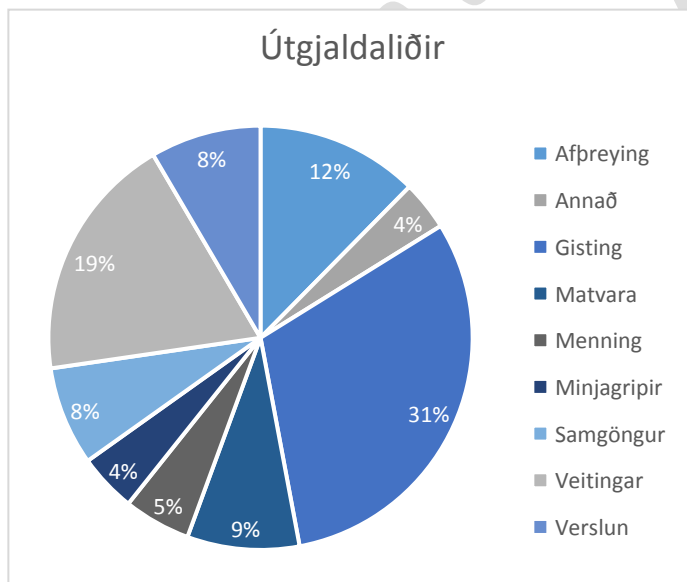
- **Leiðarendi** - Leiðarendi við Bláfjallaveg er einn mest sótti hellir á landinu en um einstakan hraunhelli er að ræða þar sem finna má einstakar jarðmyndanir.
- **Seltún** – Seltún er brennisteins- og leirhverasvæði í Krísuvík sunnan við Kleifarvatn og er ein að þerlum Krísuvíkur.
- **Krísuvíkurbjarg** - Krýsuvíkurbjarg rís úr sjó í Krýsuvíkurhrauni á sunnanverðum Reykjanesskaga og er langstærsta fuglabjarg skagans og hefur alla burði til þess að verða ein af þerlum svæðisins.
- **Rauðhólar** - Rauðhólar eru þyrping gervigíga við Elliðavatn í útjaðri Reykjavíkur og tilheyra Heiðmerkursvæðinu og voru friðlýstir sem fólkvangur árið 1974.
- **Esja** - Esjan er eitt mest áberandi fjall höfuðborgarsvæðisins og hefur á síðustu árum breyst í eitt vinsælasta útvistarsvæði íbúa og gesta sem sækja höfuðborgarsvæðið heim.
- **Gróttta og Bakkatjörn (Vestursvæði Seltjarnarnes)** – Vestursvæði Seltjarnarnes eru einn vinsælasti ferðamannastaður höfuðborgarsvæðisins. Enda er Gróttuvitu orðinn að þekktu kennileiti fyrir höfuðborgarsvæðið og mikill fjöldi ferðamanna leggur leið sína þangað til að njóta útsýnis og fuglalífs á sumrin og norðurljósa á veturna.
- **Hvalfjörður** - Hvalfjörður er einn lengsti fjörður landsins og einn vinsælasti ferðamannavegur svæðisins. Landslagið er fjölbreytt með grænar sveitir, snarbrattar hlíðar mikið dýralíf.

Áhrif ferðapjónustu á svæðið

Ferðapjónusta sem slík hefur alltaf áhrif á áfangastaði. Verandi frek á mannafla, þá skapar ferðapjónustan bæði störf innan atvinnugreinarinnar sem og störf við að þjónusta atvinnugreinina sjálfa. Ferðapjónusta er góður vettvangur fyrir lítil og meðal stór fyrirtæki sem ýtir undir nýsköpun í vöruúrvali og eykur þjónustustig svæðisins ásamt því að ýta undir fjölbreytni í atvinnuþróun.

En ferðapjónusta getur einnig haft neikvæð samfélags- og efnahagsleg áhrif. Störf í ferðapjónustu eru að einhverju leiti árstíðarbundin láglaunastörf, húsnæðisverð og þjónustukostnaður eykst oft við staðbundna fjölgun ferðamanna. Bæði fjölgunin og ferðahegðunin getur haft neikvæð áhrif á lífsgæði heimamanna og ógnað náttúru- og menningarlegum auðlindum svæðisins með ágangi og markaðsvæðingu á hefðum og siðum.

Samkvæmt niðurstöðum kannana Dear Visitor sem framkvæmdar eru fyrir Höfuðborgarstofu ár hvert má áætla að útgjöld erlendra ferðamanna í Reykjavík árið 2016 hafi verið nær 160 milljarðar króna, sé miðað við um 5,2 milljónir gistinátta og 30 þúsund króna meðalútgjöld á á dag.¹



En miðað við niðurstöður Ferðavenjukannar Ferðamálastofu þá jukust útgjöldin lítilega árið 2017 og fóru í 35 þús. króna meðalútgjöld í Reykjavík á hvern ferðamann. Þannig má áætla að miðað við 5.8 milljón gistnætur að erlendra ferðamanna á Höfuðborgarsvæðinu að bein útgjöld erlendra ferðamanna á svæðinu hafi verið um rúmlega 200 milljarðar. Samhliða mikils vaxtar undanfarin ár hefur störfum í ferðapjónustu fjölgað hratt, en fjölda launþega í einkennandi atvinnugreinum ferðapjónustu jókst um 14.000 á árunum 2011 – 2017 eða rúm 40%.

Þar fyrir utan hefur vöxtur ferðapjónustunnar verið drifkraftur í vexti tengdra atvinnugreina sem þjónusta ferðapjónustuna og má þannig staðfæra að ferðapjónusta sem atvinnugrein hafi átt stóran þátt í að minnka og halda niðri atvinnuleysi.²

Á höfuðborgarsvæðinu koma áhrifin hvað mest í ljós í miðbæ Reykjavíkur en þar hefur orðið gríðarleg fjölgun á gististöðum, veitingarstöðum og afþreyingu fyrir gesti. Íbúar svæðisins hafa þannig notið góðs af auknu framboði og hærra þjónustustigs en hafa orðið að gjalda á móti með hækkun fasteignarverðs og leiguverðs sem hefur að einhverju leiti valdið íbúafækkun. Einnig hefur aukið álag á samgöngukerfi svæðisins sem og ýmsar stofnanir eins og sundlaugar og almenningsvæði reynt á þolmörk íbúa. Einnig er aukið álag á ýmsar nátturuperlur s.s. Gróttta, Leiðarendi og Rauðhólar farið að hafa sjáanleg og að einhverju leiti neikvæð áhrif á umhverfi og upplifun þessara náttúrustaða.

¹ Guðmundsson, R. (2017). *Erlendir Ferðamenn í Reykjavík 2004 -2016 samanburður og þróun*. Reykjavík: Rannsókn og Ráðgjöf Ferðapjónustunnar.

² Hagstofa Íslands. (2018). *Fjöldi launþega í einkennandi atvinnugreinum ferðapjónustu 2008 - 2018 (SAM08051)*. Reykjavík: Hagstofa Íslands.

Lágmörkun neikvæðra áhrifa ferðamála á svæðið snýr að nokkrum mismunandi þáttum, m.a. að það sé samfélagsátt um þróun og uppbyggingu ferðamála á svæðinu, að upplifun ferðamannsins af svæðinu standist áfram væntingar og að starfs- og rekstrarumhverfi ferðaþjónustunnar á svæðinu sé gott.

Með því að fylgjast reglulega með þessum þrem þáttum t.d með framkvæmd þolmarkarannsóknna, með könnunum meðal ferðamanna og samtal milli helstu hagaðila á svæðinu má takmarka hagsmunaárekstra og lágmarka neikvæð áhrif.

Opnir samstarfsvettfangar, markviss upplýsingamiðlun til ferðamanna og hagaðila sem og góður stuðningur á rannsóknum innan ferðamála er grunnur að þessari vinnu. Einnig er mikilvægt að sveitafélög á höfuðborgarsvæðinu komi sér upp mælikvörðum til að meta stöðu ferðaþjónustu á svæðinu, þannig má bregðast hratt við miklum breyting á greininni til að lágmarka áhrif.

Með metnaðarfullri og ábyrgri framtíðarsýn og samvinnu innan svæðisins má vinna að því að lágmarka neikvæð áhrif ferðaþjónustu á svæðinu. Slík vinna krefst velvilja mismunandi hagaðila til samstarfs, aukinnar þekkingar á mögulegum vandamálum ásamt öflugum eftirliti, eftirfylgni og rannsóknum til stuðnings við samstarfið.

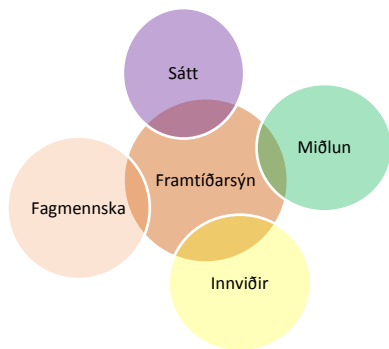
Markaðssamstarf Reykjavík Loves

2013 fór Samband sveitafélaga á höfuðborgarsvæðinu (SSH) af stað með viðamikla vinnu varðandi sameiginlega markaðssetningu fyrir höfuðborgarsvæðið. Undir þessa vinnu féllu þrír verkefnaflokkar sem áttu að skapa sameiginlega ímynd fyrir svæðið undir vörumerkinu „Reykjavík“:

- **Vörumerkið Reykjavík og markaðssetning höfuðborgarsvæðisins** – Þar sem unnið var að því að „Reykjavík“ yrði notað sem sameiginlegt vörumerki fyrir allt höfuðborgarsvæðið
- **Skilgreining ímyndar** – Unnið var að því að skilgreina ímynd svæðisins og skilgreina hvaða þættir hefðu aðdráttarafl gagnvart ferðamönnum og gangvart erlendum fyrirtækjum og fjárfestum.
- **Sameiginleg markaðssetning fyrir svæðið** – Þar unnið var að sameiginlegri markaðssetningu gangvart fjórum mismunandi markhópum:
 - a. íbúa höfuðborgarsvæðisins.
 - b. íbúa utan höfuðborgarsvæðisins.
 - c. erlenda gestir
 - d. erlenda fjárfesta og/eða fyrirtæki sem gætu séð tækifæri í að vera með aðsetur á höfuðborgarsvæðinu.

Að baki verkefninu láu þær forsendur að erlendir gestir líti meira á höfuðborgarsvæðið sem eitt svæði: **Reykjavík**. Markaðssetning þurfti því að ganga út frá því að höfuðborgarsvæðið væri markaðssett sem eitt svæði óháð einstaka sveitarfélögum og að stefnt yrði að sameiginlegri framtíðarsýn, tímasettum markmiðum og aðgerðaráætlun.

Árið 2019 var samstarfssamningurinn framlengdur til 2020 og er reiknað með því að unnið verði að nýjum samningi sem taki gildi árið 2020.



Framtíðarsýn og markmið og mælikvarðar

Framtíðarsýn verkefnisins byggir að miklu leiti á niðurstöðum vinnustofu sem haldin var í nóvember 2017 og var miðuð að því að safna saman hugmyndum og framtíðarsýn hagaðila í Reykjavík. Samfélagsátt, markviss miðlun upplýsinga, uppbygging innviða og þjónustu ásamt aukinni fagmennsku í ferðaþjónustu eru þau grunnþingildir sem stóðu upp úr við eftirvinnslu á gögnunum sem söfnuðust á þeirri vinnustofu -og kristallast í einfaldri en hnitmiðaðri framtíðarsýn um þróun ferðamála á höfuðborgarsvæðinu :

„Nýta kosti höfuðborgarsvæðisins til verðmætasköpunar í sátt við samfélagið og umhverfi og styrkja þannig svæðið sem fjölmennasta áfangastað landsins.“

Til að vinna að skilgreindri framtíðarsýn eru sett 4 meginmarkmið sem leiðarljós að áframhaldandi vinnu en útfrá þeim var aðgerðaráætlunin unnin. Þessi fimm meginmarkmið voru unnin úr niðurstöðum frá vinnustofum með helstu hagaðilum á svæðinu og eru eftirfarandi:

A. Aukið samstarf og samræming

Leið að markmiði:

Koma á auknu samstarfi og samræmingu milli hagaðila á svæðinu er varðar stýringu, uppbyggingu og stefnumótun ferðamála. Samræma þarf vinnu sem hefur áhrif á upplifun gestsins af svæðinu s.s. uppbyggingu segla, upplýsingagjöf og markaðsstarf. Með samþættingu og auknu samstarfi geta ferðamála-, markaðs-, atvinnuþróunar- og sóknaráætlanir innan svæðisins stutt hvor aðra og gefið betri heildarmynd af áfangastaðnum Reykjavík.

Koma þarf á fót ráðgjafaráði með helstu hagsmunaaðilum og þeim aðilum sem ferðaþjónustan snertir beint eða óbeint og búa þannig til sameiginlega sterka rödd í framtíðarþróun ferðamála á svæðinu.

Hvernig mælum við árangur:

- **Polmarkarakannanir** meðal íbúa til að meta áhrif og árangur aukins samstarfs í þróun ferðamála á svæðinu.
- **Viðhorfskannanir** meðal erlendra gesta til að greina upplifun af svæðinu sem áfangastað.
- **Viðhorfskannanir** meðal ferðaþjónustufyrirtækja til að meta stöðu samstarfs og árangur af samstarfi.
- Breytt **verkefnastaða, samningagerð** eða bættir **samstarfsvettfangar**.
- **Samræmdar stefnur og áætlanagerð** þvert á svæðið.

B. Auka verðmætasköpun

Leið að markmiði:

Auka verðmætasköpun á svæðinu með lengri dvalartíma og aukinni meðaleyðslu gesta á svæðinu ásamt því að ýta undir ábyrga stýring ferðamála, öflugt eftirlit og samfélagsleg ábyrgð hagaðila til að skapa efnahagslegt og samfélagslegt verðmæti fyrir svæðið. Setja þarf

mælikvarða varðandi rekstrarstöðu ferðaþjónustufyrirtækja á svæðinu til að bregðast við mögulegum breytingum á rekstarumhverfi og vinna þannig að því að áfangastaðurinn standist alþjóðlegan samanburð og samkeppni. Uppbygging ferðaþjónustu miðar að að því að skapa aukin lífsgæði fyrir íbúa á svæðinu og þannig skapa samfélagslegt verðmæti.

Hvernig mælum við árangur:

- **Polmarkarakannanir** meðal íbúa til að meta áhrif vegna þróunar ferðamála á svæðinu.
- **Viðhorfskannanir** meðal erlendra gesta til að greina upplifun af svæðinu og mögulega þjónustu- og innviðþörf.
- **Viðhorfskannanir** meðal stjórnenda ferðaþjónustufyrirtækja til að meta rekstrar- og starfsumhverfi.
- Breytt **verkefnastaða, samningagerð** eða bættir **samstarfsvettfangar**

C. Markviss og samræmd kynningar og markaðssamskipti

Leið að markmiði:

Koma á aukinni upplýsingagjöf til hagaðila og samfélagsins ásamt því að vinna að aukinni samræmingu og stýringu miðlunar til að mæta væntingum gesta og samfélags af ferðamálum.

Markvisst verði unnið með segla, styrkleika og sérstöðu svæðisins í markaðsefni um leið og hvatt verður til ábyrgðar og öruggar ferðahegðunar og virðingar við náttúru og samfélag. Lögð verður áhersla á gagnasöfnun og greiningar á væntingum íbúa og ferðamanna til ferðamála á svæðinu. Væntingarstjórnun og skýr vörumerkjastjórnun verður sett í forgang með ábyrgum og áreiðanlegum upplýsingum og umfram allt viðeigandi skilaboðum.

Upplýsingamiðlun þvert á svæðið verður samræmd og átak verður gert í þjálfun starfsfólks í framlínu störfum á svæðinu til að ýta undir vandaða, hlutlausa og áreiðanlega upplýsingagjöf. Tryggt verður gott aðgengi að upplýsingum í gegnum fjölbreytta miðla og stuðla þannig að nýsköpun í upplýsingagjöf.

Hvernig mælum við árangur:

- **Markaðsrannsóknir** eru mikilvægar til að byggja upp hnitmiðað markaðsefni sem getur haft jákvæð áhrif á gestinn. Bæði fáum við betri mynd af markhópnum og getum aðlagð og betrubætt markaðsherferðir og upplýsingaefni að ákvörðunarferli og upplifun gestsins.
- **Þjónustukannanir** hjálpa okkur að finna göt í upplýsingagjöf og þjónustu við gestinn og aðstoðar þannig við að brúa bilið milli væntinga og upplifunar.
- **Viðhorfskannanir** meðal hagaðila á svæðinu gefa til kynna hvernig upplýsingagjöf milli mismunandi hagaðila stendur.
- **Heimsóknartölur** og umferð um samfélagsmiðla og heimasíður sem snúa að markaðssetningu og upplýsingargjöf gefa til kynna hvernig við stöndum okkur í rafrænni upplýsingamiðlun.
- **Fókushópar og rannsóknir** gefa okkur skýrar niðurstöður um virði og stöðu vörumerkis áfangastaðarins

D. Ábyrg uppbygging og þjónusta

Leið að markmiði:

Stuðla að ábyrgri en framsýnni uppbyggingu og viðhalds innviða, segla og þjónustu sem miðar að því að auka lífsgæði á svæðinu. Fjárfesting í innviðum sem styðja beint eða óbeint við þróun ferðamál svæðinu verður aukin auk þess að nýsköpun í og fyrir ferðaþjónustu verður ?.

Skipulega verður unnið að uppbyggingu og öll hönnun mannvirkja heldur í uppruna, náttúru og umhverfi svæðisins. Áherslur á vistvænt og ábyrgt samfélag endurspeglast í umhverfi svæðisins bæði innan sem utan þéttbýlis og verður leiðandi þáttur í ábyrgri ferðahegðun og jákvæðri upplifun af svæðinu.

Með auknu álagi á náttúru og samfélag kemur ríkari krafa um uppbyggingu og vernd. Því er nauðsynlegt að koma á fót áætlun um uppbyggingu, viðhald og stýringu ferðamannastaða, segla og innviða. Skipulega verður unnið að uppbyggingu ferðamannaleiða og að öll hönnun mannvirkja haldi í uppruna og náttúru svæðisins.

Styðja vel við gæðakerfi og þjónstuviðmið, ásamt því að auka eftirlit og eftirfylgni innan greinarinnar. Halda á lofti þeim aðilum sem skara fram úr í gæðamálum sem og öðrum fyrirmyndum. Samræming eftirlitsaðila, rannsóknir innan svæðisins, vottanir vegna gæðamála, samfélagslegrar ábyrgðar og vistvænnar stefnu auk annara vottanna eru þannig mikilvægur þáttur í að viðhalda gæðum á svæðinu.

Hvernig mælum við árangur:

- **Polmarkakannanir** meðal íbúa til að meta þeirra upplifun af helstu ferðamannastöðum svæðisins.
- **Viðhorfskannanir** meðal ferðamanna til að greina upplifun af svæðinu, upplifun af innviðum og upplifun af þjónustu. Þannig má auðkenna viðhalds og uppbyggingarþörf ásamt þjónustuþörf.
- **Talning** við helstu ferðamannastaði svæðisins.
- Breytt **verkefnastaða, samningagerð** eða bættir **samstarfsvettfangar**

Fyrir hvert verkefni í aðgerðaráætlun er sett fram dæmi um mat á árangri en ferðaþjónusta snertir marga fleti samfélagsins og því er nauðsynlegt að setja markvissa og mælanlega mælikvarða sem styðja við þau meginmarkmið sem sett voru fram við vinnu verkefnisins. Mælikvarðarnir geta verið í margskonar formi t.d. sem ákveðnir áfangar innan verkefna/aðgerða eða ákveðin verkefnastaða, í formi samstarfssamninga og samstarfsvettfanga, og síðan er hægt að setja sér mælikvarða byggða á niðurstöðum rannsókna og kannana. Einnig er mikilvægt að styðja vel við sértækar rannsóknir á svæðinu til að dýpka enn frekar skilning okkar á áhrifum ferðamála á samfélagið og svæðið í heild sinni og væri í raun draumastaða að koma upp rannsóknarsjóð og stefnu fyrir svæðið í heild sinni.

Aðgerðaráætlun

Sjá Excel skjal

DRÖG

Kostnaður, Mannafli og Úrræði

Það er gríðarlega erfitt að ætla sér að áætla kostnað og þann mannafla sem þarf við að framkvæma svona áætlun án þessa að fara djúpt ofan í kostnaðargerð við hverja aðgerð, enda er mikilvægt að þær aðgerðir sem hagaðilar ákveða að fylgja eftir verði unnar nánar í smáatriðum að þeim starfshópum sem munu standa að framkvæmdum.

Þó vitum það að stór hluti kostnaðar á eftir að lenda á sveitafélögunum enda snúa margar aðgerðir beint að þeim. En einnig verður að hafa í huga að einhverjir kostnaðarliðir sem heyra undir opinberar stofnanir munu hugsanlega vera fjármagnaðir af fjárfestum og einkaaðilum sbr. uppbyggingu á ferðamannastöðum og rekstur klósetta sem dæmi.

Einnig er nokkuð ljóst að framkvæmdarsjóður ferðamannastaða og Landsáætlun þurfa að spila stærra hlutverk þegar kemur að uppbyggingu á svæðinu þá sérstaklega þegar kemur að landvörslu og uppbyggingu ferðamannastað bæði við og í þéttbýlið sem og á ferðamannastöðum víðsvegar í kringum ferðamannasvæðið.

Meðal vinnuhópa við verkefnið komu fram þó nokkrar athugasemdir varðandi gistináttagjald og mikilvægi þessa að gjaldið renni til sveitafélagana. Eins var rætt um að gistináttagjaldið (allt eða að hluta til) myndi renna í einhverskonar uppbyggingarsjóð fyrir ferðamál á svæðinu og úr þeim sjóð væri hægt að veita fjármagn til uppbyggingar og viðhalds ferðamannastaða sem og styðja við ýmsa þjónustu s.s. björgunarsveitir, landvörslu o.s.frv.

Mikilvægast er þó að skilgreina og fjármagna þann aðila/stofnun sem kemur til með að sinna samræmingu og eftirfylgni við uppbyggingu, stýringu og markaðssetningu svæðisins.