

Yfirlit

STARFSÁÆTLUN 2025	2
Forsendur.....	2
Hlutverk áfangastaðastofu.....	3
Samstarf við Íslandsstofu.....	3
Grunneining í stoðkerfi ferðamála	4
Vöruþróun og nýsköpun	5
Áherslur í innviðum og samgöngum.....	5
Svæðisbundin markaðssetning.....	5
ÁHERSLUVERKEFNI	8
Air 66N.....	8
Mannamót	9
Norðurstrandarleið / Arctic Coast Way	10
Demantshringur / Diamond Circle	11
Áfangastaðaáætlun Norðurlands	12
Stöðugreiningar og aðgerðaáætlanir fyrir afmörkuð svæði á Norðurlandi.....	13
Samstarfsvettvangur MN og ferðamálafulltrúa	13
Sjálfbær ferðaþjónusta á Norðurlandi / Engage Visit North Iceland	14
Rúbín leiðin	15
Cruise – Samstarf varðandi skemmtiferðaskipakomur	16
Gönguleiðir.....	17
Skíði á Norðurlandi.....	17
Efling landbúnaðartengdar ferðaþjónustu á Norðurhjarasvæðinu	18
Bæta sýnileika Norðurhjarasvæðisins og samstarfsfyrirtækja á netinu.....	19
Ráðsstefna um stafrænt markaðsstarf.....	19
Markaðsstarf herferð	20
Markaðsverkefni - skíðasvæðin og Norðurland kynnt fyrir Bretum	20

STARFSÁÆTLUN 2025

Markaðsstofa Norðurlands (MN) er samstarfsvettvangur Norðurlands í ferðamálum. MN vinnur að samræmingu markaðs- og kynningarmála í ferðaþjónustu fyrir Norðurland fyrir ferðaþjónustufyrirtæki og sveitarfélög á Norðurlandi gagnvart innlendum og erlendum ferðamönnum. Helsta hlutverk MN er að stuðla að auknu samstarfi ferðaþjónustu og sveitarfélaga í landshlutanum í þeim tilgangi að fjölga ferðamönnum á svæðinu og lengja dvöl þeirra.

- Að taka þátt í að móta og styrkja ímynd Norðurlands sem ferðamannasvæðis.
- Að vinna með ferðaþjónustufyrirtækjum og ferðamálafulltrúum á Norðurlandi.
- Að mynda tengsl við upplýsingamiðstöðvar og samræma upplýsingagjöf til ferðamanna.
- Að aðstoða hagsmunaaðila við að setja saman, samræma og markaðssetja nýjungar og viðburði innan svæðisins, leita uppi markhópa og aðstoða við markaðssetningu.
- Að hvetja til nýsköpunar í ferðaþjónustu á svæðinu, veita aðstoð og ráðgjöf.
- Halda námskeið fyrir stjórnendur og starfsfólk ferðaþjónustunnar á ýmsum sviðum markaðsmála og vörupróunar
- Að kynna Norðurland í gegnum vefinn og samfélagsmiðlana, með útgáfu bæklinga og þátttöku í vinnufundum, sýningum og markaðsverkefnum innanlands og erlendis.
- Að koma að helstu þróunarverkefnum ferðaþjónustunnar á Norðurlandi á hverjum tíma

Forsendur

Forsendur samnings um áfangastaðastofur eru lög um Ferðamálastofu nr. 96/2018 og ferðamálastefna og aðgerðaáætlun til 2030. Þar birtast m.a. eftirfarandi áherslur:

Efnahagur - Arðsemi

Aukin framleiðni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni um land allt.

Framþróun sem byggir á tækni, gögnum, nýsköpun, vörupróun, mannauði og menntun.

Markviss sókn á verðmæta markaði og markhópa.

Samfélag - Ávinningur

Jákvæð áhrif á nærsamfélag og aukin lífsgæði um land allt.

Áhersla á stjórnun og uppbyggingu áfangastaða og að gestir ferðist um land allt, árið um kring.

Atvinnugreinin eflir lífvænleg og sjálfbær samfélög.

Gestir - Upplifun

Upplifun gesta betri eða í samræmi við væntingar.

Náttúra, menning og afþreying stuðla að einstakri upplifun gesta.

Fagmennska, gæði og öryggi einkenna íslenska ferðaþjónustu.

Umhverfi - Umhverfisvernd

Minnkandi kolefnaspor og forystuhlutverk í orkuskiptum og nýtingu vistvænna orkugjafa.

Jafnvægi milli hagnýtingar og verndunar náttúru og uppbygging innviða taki mið af því.

Virðing fyrir þolmörkum og álagsstýring á áfangastöðum ferðamanna.

Hlutverk áfangastaðastofu

Á grundvelli alþjóðlegra viðmiða hafa stjórnvöld (ríki og sveitarfélög) skilgreint hugtakið markaðs- og áfangastaðastofa með eftirfarandi hætti: Markaðs- og áfangastaðastofa er svæðisbundin þjónustueining á vegum opinberra aðila og einkaaðila sem hefur það meginhlutverk að styðja við ferðaþjónustu í viðkomandi landshluta og tryggja að hún þróist í takt við vilja heimamanna þar sem sjálfbærni er höfð að leiðarljósi.

Á meðal hlutverka markaðs- og áfangastaðastofu eru eftirfarandi verkefni sem markaðs- og áfangastaðastofan sinnir í samstarfi og samráði við aðra aðila sem um sömu málaflokka hafa að gera:

- a. Gerð og framkvæmd áfangastaðáætlana ásamt tengingu við aðrar opinberar stefnur og áætlanir.
- b. Stuðla að vöruþróun og nýsköpun auk þess að vinna að þróunarverkefnum.
- c. Aðkoma að gerð og innleiðingu stefnumótunar og áætlana á landsvísu sem snertir ferðaþjónustu. Ef um umtalsvert vinnuframlag er að ræða sem kemur niður á hefðbundinni starfsemi skal gera samstarfssamning um viðkomandi verkefni.
- d. Aðkoma að þarfagreiningu rannsókna og mælinga á landsvísu til að tryggja samanburðarhæfni milli svæða auk þess að koma með tillögur og innsýn inn í rannsóknarþörf hvers landshluta.
- e. Leggja mat á fræðsluþörf, hafa aðkomu að þróunarverkefnum er varða hæfni og gæði í ferðaþjónustu, veita ráðgjöf varðandi fræðslu og miðla upplýsingum um hvað er í boði.
- f. Draga fram sérstöðu og áherslur landshlutanna á grunni áfangastaðáætlana og áherslum markhópagreiningar og markaðssetningu Íslands. Sinna kynningar og markaðsmálum svæðisins í samstarfi við sveitarfélög og atvinnulíf, í samráði og samstarfi við Íslandsstofu sem leiðir samræmt kynningar- og markaðsstarf fyrir áfangastaðinn Ísland (Sjá viðauka).
- g. Vera grunneining í stoðkerfi ferðamála í landshlutunum. Markaðs- og áfangastaðastofur liðsinna ríki og sveitarfélögum, fyrirtækjum og einstaklingum innan svæðis vegna ferðaþjónustu samkvæmt samstarfssamningum.
- h. Samstarf með öðrum markaðs- og áfangastaðastofum og Ferðamálastofu að sameiginlegum verkefnum og þróun á starfsháttum markaðs- og áfangastaðastofa.

Samstarf við Íslandsstofu

Markaðs- og áfangastaðastofan, og Íslandsstofa munu vinna saman að eftirfarandi verkefnum samkvæmt eftirfarandi verklagi:

1. Upplýsingamiðlun
 - a. Markaðs- og áfangastaðastofan sendir efni til tengiliða hjá Íslandsstofu til kynningar á landshlutanum:
 - i. Árlegan lista yfir áherslur svæðanna í upphafi árs.
 - ii. Upplýsingar mánaðarlega þegar við á.
 - iii. Kynningaefni fyrir vef- og samfélagsmiðla þegar við á.
 - b. Íslandsstofa nýtir það efni sem berst til kynningar á Íslandi sem áfangastað á alþjóðlegum vettvangi.
2. Almennatengsl
 - a. Samstarf um skipulagningu og framkvæmd fjölmiðlaferða.
 - b. Samstarf um skipulagningu og framkvæmd áhrifavaldaferða.

- c. Svörun fjölmiðlafyrirspurna með fókus á landshlutann.
- d. Samstarf um almannatengsl í krísum, sbr. viðbrögð við hamförum.
- 3. Myndabanki, vefur og samfélagsmiðlar
 - a. Áframhaldandi uppbygging á sameiginlegum myndabanka.
 - b. Samnýting á myndefni frá áhrifavaldasamstarfi.
 - c. Markaðs- og áfangastaðastofan veitir ráðgjöf um efni tengt sínum landshluta á vef visiticeland.is og travel trade vefsíðu eftir því sem við á.
- 4. Viðskiptatengsl
 - a. Samstarf um kynningu á áfangastaðnum.
 - b. Vinnustofur og sýningar:
 - i. Markaðs- og áfangastaðastofur ákveða sín á milli skiptingu í þátttöku á sýningum út frá áherslu sinna landshluta.
 - ii. Markaðs- og áfangastaðastofur og Íslandsstofa vinna sameiginlega að því að auka þátttöku fyrirtækja utan höfuðborgarsvæðisins í vinnustofum og sýningum skv. samþykktu verklagi, t.a.m. með sameiginlegum kynningarfundum einu sinni á ári fyrir fyrirtæki á svæðinu.

Markaðs- og áfangastaðastofur og Íslandsstofa eiga tvo samráðsfundi á ári. Sá fyrri í upphafi árs þar sem farið verður yfir starfsáætlun og aðgerðir í kynningar- og markaðsmálum, og annan á seinni hluta árs þar sem framvinda og árangur samstarfsins er metin. Fagstjóri ferðaþjónustu hjá Íslandsstofu boðar fyrri fundinn og fulltrúi markaðs- og áfangastaðastofa boðar þann seinni. Einnig skal boða forstöðumann þróunar- og þjónustusviðs Ferðamálastofu á fundina.

Grunneining í stoðkerfi ferðamála

Samstarf og sérverkefni

Ferðamálastofa (FMS) sameiginlegur fundur tvisvar á ári

Íslandsstofa sameiginlegir fundir mánaðarlega

SSNV og SSNE samstarf

Samstarf með SAF og þátttaka í aðalfundi

Samstarf með Íslenska ferðaklasanum, Ratsjain ofl.

Uppskeruhátíð ferðaþjónustunnar október

Kynning á Diamond Circle með Húsavíkurstofu

Nature Direct samstarf með Isavia, Íslandsstofu og Austurbrú

Iceland Travel Tech með FMS og Ferðaklasanum

Ferðaþjónustuvikan, skipulag og undirbúningur

Þátttaka og skipulagning ýmissa funda og verkefna á svæðinu

MAS samstarf

Mannamót

- Sýningarstjórn og miðlun
- Þetta raðirnar á Norðurlandi og auka sýnileika
- Fá inn fleiri erlendar ferðaskrifstofur á viðburðinn

Brandcenter

- Samstarf um þróun kerfisins við Íslandsstofu og MAS

- Bæta við og þróa myndefni sem í boði er

Vefsíður, sameiginleg þróun

Samstarfsfundir starfsfólks MAS vor og haust

Talsmaður Markaðsstofa landshlutanna (MAS)

Sýningarstjórn Mannamóta og Ferðapjónustuvikunnar

Ýmis sérverkefni

Stjórnir, nefndir og ráð

Fulltrúi og varafulltrúi ferðapjónustunnar í svæðisráði norðursvæðis Vatnajökulspjóðgarðs

Varafulltrúi með áheyrnaraðild að fundum svæðisstjórnar Vatnajökulspjóðgarðs sem er hluti af Náttúruverndarstofnun

Varaformaður Ferðamálaráðs

Fulltrúi í stjórn Flugþróunarsjóðs

Fulltrúi í vinnuhópi Flugþróunarsjóðs

Teymisstjórn á þróun landshlutavefsíðna

Fulltrúi í vinnuhópi Visit Iceland

Vöruþróun og nýsköpun

Örfundir fyrir meðlimi Norðurstrandarleiðar, markaðssetning og vöruþróun

Vinnufundir um vetrarferðapjónustu, gjaldtöku, sjálfbærni og skemmtiferðaskip

Súpufundir

Áherslur í innviðum og samgöngum

Uppfærsla á vinnuskjali um áherslur í vetrarþjónustu og uppbyggingu áfangastaða í samstarfi við SAF og MAS

Fundir um áherslur í innviðum

Svæðisbundin markaðssetning

Sýningar og vinnusmiðjur

Mannamót 16. janúar

Summer and winter event Voigt Travel

Mid Atlantic

Vinnustofa London með Íslandsstofu, fengum ekki pláss

Vinnustofa apríl London og Manchester með Nature Direct, Norður- og Austurlandsáhersla

ITB Berlín mars

Holland og Sviss maí

Birdfair júlí

Vinnusmiðja Þýskaland september

Vestnorden Akureyri 30. sept – 1. okt, þátttaka í skipulagi og undirbúningi

Vinnusmiðja Holland og Belgía október

WTM

Heimsóknir til ferðaskrifstofa UK

US vinnustofa

Birtingar og efnisvinnsla

Mannamót

- Fjölga aftur sýnendum frá Norðurlandi upp í það sem var fyrir Covid
- Fá inn fleiri erlendar ferðaskrifstofur á viðburðinn
- Auka sýnileika á nýju MAS logo-i og branding, vera leiðandi í þeirri vinnu

Brandcenter

- Samstarf um þróun kerfisins við Íslandsstofu og Sigurþór
- Bæta við og þróa myndefni sem í boði er
- Þróa betur vinnu við hýsingu og dreifingu á efni frá samstarfsaðilum, kanna hvort áhugi og þörf sé á að búa til birtingarmynd fyrir þau í kerfinu. Mögulega gætu td myndir úr gagnagrunni líka farið þarna inn.

Heimasíða

- Bæta í fjölda heimsókna og gesta
- Stöðug þróun og uppfærsla á efni, í takti við áhersluverkefni og árstíðir
- Taka þátt í þróun á lausnum fyrir t.d. áfangastaðaáætlanir, finna leiðir til að fækka PDF skjölum og búa til betri birtingarmynd á vef í staðinn.

Upptökur á myndefni

- Bæta í efni sem tengist afþreyingu, gönguleiðum og náttúru
- Bæta í efni sem tengist vetrarferðaþjónustu og jólum
- Kanna möguleika á upptökum á nýju efni, sérstaklega fyrir samfélagsmiðla (Instagram reels, Tiktok sérstaklega)

Ljósmyndun

- Bæta í afþreyingar flokkinn af alls kyns efni
- Bæta við fleiri bæjarmyndum, allar árstíðir

Prentuð kort, vetur og sumar

- Endurskoða auglýsingasölu og tíðni á prentun í því samhengi

Auka samskipti við Íslandsstofu og aðra um efnisnotkun, fjölmiðlafólk og samfélagsmiðla

Birtingaráætlun samfélagsmiðla og áherslur

- Kanna möguleika á að útbúa sérstaka landingarsíðu og færslur á þýsku sem verða miðaðar á Zurich og nágrenni, og á hollensku fyrir hollenska markaðinn

Birtingar og efnisvinnsla sem tengjast sérverkefnum

Samskipti við ferðaskrifstofur

Söluhandbók Norðurstrandarleiðar uppfærð

Söluhandbók Demantshings uppfærð

Heimsóknir til ferðaskrifstofa í Rvk, skoða möguleika á sérviðburði

Reglulegt fréttabréf til ferðaskrifstofa með áherslu á nýjungar og Travel trade info

Skráningar á póstlista

Samstarf með ferðaskipuleggjendum á svæðinu

Kynnisferðir í samstarfi við flugfélög

Innlendar FAM ferðir

Herferðir - áherslur

Samskipti við Íslandsstofu og aðra um efnisnotkun, fjölmiðlafólk og samfélagsmiðla

Birtingaráætlun samfélagsmiðla og áherslur

Birtingar og efnisvinnsla sem tengjast sérverkefnum

Demantshringur

Norðurstrandarleið

Hvalaskoðun

Böðin – Northern Baths

Taste North Iceland

Fossar

Náttúruperlur

Fjöll

Skíðavertíð

Innanlandsmarkaður

Saga og menning

Gönguleiðir

Ævintýraferðapjónusta

Sögur

ÁHERSLUVERKEFNI

Air 66N

Flugklasinn Air 66N var stofnaður í október 2011 af ferðaþjónustufyrirtækjum og sveitarfélögum á Norðurlandi. Verkefnið hefur frá upphafi verið í umsjá MN. Meginmarkmið Flugklasans er að koma á beinu millilandaflugi um Akureyrarflugvöll allt árið um kring til framtíðar. Önnur langtímamarkmið eða undirmarkmið Flugklasans eru m.a.:

- Að reglulegt millilandaflug sé til Norðurlands um Akureyrarflugvöll allt árið og frá nokkrum mismunandi áfangastöðum.
- Að þróa nýjan áfangastað á Íslandi fyrir erlenda ferðamenn allt árið.
- Að fjölga ferðamönnum á Norðurlandi allt árið.
- Að bæta dreifingu á eftirspurn eftir ferðaþjónustu m.t.t. fjölda og landsvæða.
- Að skapa ný tækifæri til þróunar og nýsköpunar í ferðaþjónustu.
- Að efla þjónustu við ferðamenn m.t.t. opnunartíma og framboðs.
- Að fjölga heilsársstörfum í ferðaþjónustu.

Annar ávinningur:

- Betri möguleikar íbúa á svæðinu til beinna erlendra flugsamgangna.
- Betri möguleikar fyrirtækja á svæðinu til samstarfs og/eða landvinnings á erlendum vettvangi

Starf Flugklasans skiptist í grófum dráttum í tvennt. Annars vegar markaðsstarf – að kynna áfangastaðinn Norðurland með Akureyri sem gátt með sameiginlegri og öflugri markaðssetningu á Norðurlandi. Hins vegar þrýstingur á stjórnvöld og stofnanir til þess að vinna verkefninu framgang.

Margt hefur áunnist frá stofnun Flugklasans. Áfangastaðurinn Norðurland hefur fengið viðurkenningar erlendis og fleiri ferðaskrifstofur og flugfélög vita af áfangastaðnum en áður. Leiguflug hófst frá Bretlandi og Hollandi og gekk vel, auk áætlunarflugs sem kom til síðar. Flugþróunarsjóður var stofnaður til þess að búa til hvata fyrir flugrekstraraðila til að fljúga til Akureyrar og/eða Egilsstaða. Settur var upp nýr ILS aðflugsbúnaður á Akureyrarflugvelli fyrir aðflug úr norðri.

Ný viðbygging við flugstöðina á Akureyri er risin, sem gjörbreytir allri aðstöðu til móttöku gesta og gerir mögulegt að taka á móti innanlandsflugi og millilandaflugi á sama tíma. Jafnframt hefur verið lokið við stækkun flughlaðsins, sem stóreykur möguleika á móttöku flugvéla en er jafnframt gríðarlega mikilvægt fyrir flugöryggi á landinu. Ný og bætt aðstaða er frábær grunnur fyrir áframhaldandi sókn á erlenda markaði, en í markaðsáætlun Flugklasans má sjá nánari upplýsingar um hana.

Framboð á millilandaflugi um Akureyrarflugvöll hefur aukist jafnt og þétt. Mikill árangur hefur náðst, en nauðsynlegt er að halda starfi Flugklasans áfram til að festa í sessi það flug sem komið er og byggja ofan á þann árangur. Flugklasinn vinnur mikið með þeim aðilum sem

standa fyrir fluginu, ásamt því að vinna sífellt að því að fjölga áfangastöðum og lengja þau tímabil sem flogið er.

Langtímamarkmið
Að reglulegt millilandaflug sé til Norðurlands um AEY allt árið og frá nokkrum mismunandi áfangastöðum
Að þróa nýjan áfangastað á Íslandi fyrir erlenda ferðamenn allt árið
Að fjölga ferðamönnum á Norðurlandi allt árið
Að bæta dreifingu á eftirspurn eftir ferðapjónustu m.t.t. fjölda og landsvæða
Að skapa ný tækifæri til þróunar og nýsköpunar í ferðapjónustu
Að efla þjónustu við ferðamenn m.t.t. opnunartíma og framboðs
Að fjölga heilsársstörfum í ferðapjónustu
Skammtímamarkmið (næstu 3 ár)
Fjármögnun frá fyrirtækjum (átaksverkefni í markaðssetningu)
Fjármögnun frá opinberum aðilum (sv.fél.) sé tryggð til 3ja ára
Fjármögnun frá stoðkerfi (MVF) sé tryggð til 3ja ára
Lengja flugtímabil – fá inn flug sep-okt og apríl-maí
Fjölga áfangastöðum frá AEY
Samræma áherslur í markaðssetningu – allir segi sömu skilaboðin út á við og allir taki þátt í markaðssetningunni
Auka vöruframboð á heilsársgrunni og kynna það fyrir innlendum og erlendum ferðaskrifstofum og flugfélögum

Mannamót

Markmið

Markmið og tilgangur viðburðarins er að skapa vettvang þar sem landsbyggðarfyrirtæki fá tækifæri til að kynna sína þjónustu og vöruframboð fyrir ferðapjónustuaðilum sem staðsettir eru á höfuðborgarsvæðinu. Ísland hefur mikið upp á að bjóða og Mannamót hjálpa til við að mynda tengsl innan ferðapjónustunnar. Gestum á Mannamótum gefst kostur á kynna sér það sem mismunandi landshlutar eru að bjóða uppá.

Verkefnalýsing

Mannamót Markaðsstofa landshlutanna er árleg ferðakaupstefna sem haldin er af Markaðsstofum landshlutanna. Sýningarstjórn er í höndum MN.

Mannamót markaðsstofanna er kynningarvettvangur ferðapjónustunnar á landsbyggðinni og tækifæri til að koma á fundum fagaðila í greininni.

Næstu skref eru tvenns konar:

- Að hefja að fullu markaðssetningu erlendis og fjölga þannig fjölga erlendum kaupendum sem mæta á Mannamót.
- Að þróa áfram ferðapjónustuviku í samstarfi við stoðkerfi ferðapjónustunnar. Hún verði haldin samhliða Mannamótum með áherslu á fræðslu og upplýsingagjöf.

Samstarfsaðilar

Markaðsstofur landshlutanna.

Stoðkerfi ferðapjónustunnar.

Árangursmælikvarðar

Fjöldi sýnenda.

Fjöldi gesta.

Fjöldi erlendra gesta

Niðurstöður þjónustukönnunar meðal gesta og sýnenda.

Lokaafurð

Mannamót haldin í janúar ár hvert.

Ferðapjónustuvikan haldin í sömu viku og Mannamót.

Norðurstrandarleið / Arctic Coast Way

Kostnaður 2 mkr

Markmið

Almenn markaðssetning á leiðinni hér heima og erlendis með áherslu á þátttöku fyrirtækja.

Uppbygging innviða og koma upp góðum merkingum við upphaf leiðarinnar.

Áhersla á að fá fleiri fyrirtæki í samstarf og að þau nýti sér kennimerki leiðarinnar á sínum miðlum.

Verkefnalýsing

Innviðir eru lykilatriði fyrir gang verkefnisins. Innviðunum er ætlað að auka öryggi ferðamanna og auka á upplifun þeirra. Markmiðið er að hægt sé að njóta hvers staðar til fullnustu en takmarka umhverfisáhrif.

Landfræðilegi upplýsingagrunnurinn verður uppfærður.

Við höldum áfram að veita aðstoð við notkun vörumerkjahandbókar svo fyrirtæki geti tengt sig betur við leiðina og náð þannig þeim sameiginlega slagkrafti sem til þarf.

Stefnum á að halda reglulega ör-fund með meðlimum leiðarinnar þar sem áhersla er lögð á mismunandi þema og fá fyrirtækin til að kynnast betur.

Samstarfsaðilar

Skráðir meðlimir og sveitarfélög á Norðurstrandarleið.

Árangursmælikvarðar

- Fjöldi fyrirtækja.
- Sýningar, vinnusmiðjur og fundir, auk kynninga á vefnum.
- Blaðamannaferðir og FAM heimsóknir.
- Söluhandbók kemur út í upphafi hvers árs.
- Haustfundur Norðurstrandarleiðar
- Kennsla á vörumerkið og markaðssetningu.
- Uppsetning skilta með sveitarfélögum

Demantshringur / Diamond Circle

Kostnaður 2 mkr

Markmið

Að Demantshringurinn sé þekkt vörumerki og að fyrirtækin á svæðinu nýti sér kennimerki leiðarinnar og þá vinnu sem hefur átt sér stað við mörkun hennar.

Að jafna árstiðarsveiflur á svæðinu og ferðamenn fari um Demantshringinn allt árið. Þá þurfa innviðir svæðisins að vera klárir.

Verkefnalýsing

Ferðamannaleiðin Demantshringurinn hefur fengið mjög góðar viðtökur og mun unnið að því í samstarfi við Húsavíkurstofu að halda áfram kynningu og markaðssetningu. Búið er að gefa út söluhandbók sem mun hjálpa til við að vekja enn meiri athygli á leiðinni. Fyrirtækin munu halda áfram að fá aðstoð við að koma sér á framfæri í tengslum við Demantshringinn. Höldum áfram að taka á móti blaðamönnum og ferðaskrifstofum sem hafa áhuga á að fjalla um leiðina eða taka hana í sölu.

Áframhaldandi samtal við Vegagerðina og stjórvöld varðandi opnun á Dettifossvegi svo leiðin verði aðgengileg allt árið.

Samstarfsaðilar

Samstarfsfyrirtæki og sveitarfélög

Samgöngufirvöld varðandi opnanir á vegum

SAF varðandi þjónustu á vegum

Árangursmælikvarðar

- Söluhandbók kemur út í byrjun mars
- Fjöldi sýninga og vinnusmiðjur
- Markaðsherferðir á samfélagsmiðlum
- Móttaka blaðamanna og FAM ferðir

- Vetrarþjónusta bætt á vegum

Áfangastaðaáætlun Norðurlands

Markmið

Áfangastaðaáætlun er stefnuýfirlýsing sem hefur það að markmiði að stýra uppbyggingu og þróun ferðapjónustu á Norðurlandi yfir ákveðinn tíma, skilgreina hlutverk hagsmunaaðila og tiltaka þróunarverkefni og beinar aðgerðir.

Verkefnalýsing

Í áfangastaðaáætlun felst heildstætt ferli þar sem litið er til skipulags og samhæfingar í þróun og stýringu þeirra þátta sem hafa áhrif á upplifun ferðamanna á viðkomandi svæði. Fyrsta áfangastaðaáætlunin fyrir Norðurland var birt 2018. Í tengslum við hana var unnin greiningarvinna, sem lagði grunn að stefnu um þróun ferðapjónustu á Norðurlandi, skilgreiningu lykilverkefna og aðgerðaáætlun. Enn er byggt á áætluninni frá 2018, en við síðari uppfærslur hefur uppsetningin verið betrubætt, verkefnastaða uppfærð sem og talnagreiningar. Í nýjustu útgáfu áætlunarinnar er ávallt uppfærður listi verkefna sem forsvarsfólk sveitarfélaga setur í forgang í uppbyggingu á sínu svæði. Verkefnin eru ólík en eiga það sammerkt að bæta aðgengi að áfangastaðum eða búa til nýja.

Á árinu 2025 verður lögð áhersla á eftirfarandi verkþætti:

- Endurskoðun meginstefnuáherslna, uppfærsla lykilverkefna og nýjum bætt við. Verkið verður unnið í nánu samstarfi við breiðan hóp hagsmunaaðila.
- Áfangastaðaáætlun á vefinn: Unnið hefur verið að uppsetningu sérstaks vefsvæðis fyrir áfangastaðaáætlanir allra landshluta á árinu 2024. Uppsetningu verður lokið fyrri hluta árs 2025 og vefurinn opnaður, en efni bætt við og uppfært reglulega út árið.
- Stöðugreiningar og talnaefni áætlunarinnar verður uppfært reglulega út árið.
- Áframhaldandi samstarf við áfangastaðastofur annarra landshluta: Samráð, samnýting verkfæra og samræming áætlunargerðar.

Samstarfsaðilar

SSNV og SSNE

Ferðapjónustufyrirtæki, sveitarfélög og samtök þeirra á Norðurlandi.

Ferðamálafulltrúar og stoðstofnanir ferðapjónustunnar, s.s. Ferðamálastofa og Framkvæmdasjóður ferðamannastaða.

Markaðsstofur landshlutanna.

Árangursmælikvarðar

- Í lok árs verður búið að uppfæra meginstefnuáherslur og lykilþróunarverkefni og nýjum hefur verið bætt við.
- Fyrir mitt ár verður nýr vefur áfangastaðaætlunar fullbúinn, með ríkulegu innihaldi efnis.
- Í lok árs hefur stöðugreining verið uppfærð í samræmi við nýjustu fáanlegu talnagögn.
- Fjöldi reglulegra funda með starfsfólki annarra áfangastaðastofa.

Lokaafurð

Áfangastaðaaætlun er lifandi plagg í stöðugri þróun. Á árinu 2025 verður leitast við að hún gefi sem besta mynd af stöðu ferðaþjónustu á Norðurlandi á hverjum tíma. Jafnframt að hún birti á skýran hátt meginstefnuáherslur, þróunarverkefni og aðgerðir.

Stöðugreiningar og aðgerðaaætlanir fyrir afmörkuð svæði á Norðurlandi

Kostnaður 2 mkr

Markmið

Að greina stöðu ferðaþjónustu á afmörkuðum svæðum innan Norðurlands. Að móta sameiginlega framtíðarsýn fyrir greinina í nánu samstarfi við hagaðila á viðkomandi svæðum. Að koma með tillögur að aðgerðum til frekari frampróunar ferðaþjónustu á viðkomandi svæðum.

Verkefnalýsing

Á árunum 2023-2024 var verkefnið *Áfangastaðaaætlun Norðurhjarasvæðisins* skilgreint sem áhersluverkefni Sóknaráætlunar Norðurlands eystra. MN tók að sér vinnslu verkefnisins og var verkefninu lokið í árslok 2024. Afurð verkefnisins var ítarleg skýrsla, sem geymdir stöðugreiningu fyrir ferðaþjónustu á þessu afmarkaða svæði sem og tillögur að aðgerðum til frekari frampróunar greinarinnar. MN hefur hug á því að vinna sambærileg verkefni á öðrum afmörkuðum svæðum innan Norðurlands. Ákvörðun um hvaða svæði verða fyrir valinu hefur enn ekki verið tekin, né heldur hversu mörg svæði verða sett í forgang á árinu 2025.

Samstarfsaðilar

Sveitarfélög

Landshlutasamtök sveitarfélaga

Ferðamálafélög

Ferðaþjónustufyrirtæki.

Árangursmælikvarðar

- Að unnin sé skýrsla sem geymir stöðugreiningu, framtíðarsýn og tillögur að aðgerðum til frekari frampróunar á viðkomandi svæðum.

Lokaafurð

Gögn um stöðu ferðaþjónustu á afmörkuðum svæðum innan Norðurlands. Skilgreining helstu úrlausnarefna. Skýr framtíðarsýn fyrir viðkomandi svæði, tillögur að aðgerðum til frekari frampróunar á viðkomandi svæðum.

Samstarfsvettvangur MN og ferðamálafulltrúa

Markmið

Markmið verkefnisins er að auka samstarf og bæta upplýsingamiðlun milli lykilfólks í stoðkerfinu, sem kemur að uppbyggingu og þróun ferðaþjónustu á Norðurlandi.

Verkefnalýsing

MN mun hafa frumkvæði að því að halda reglulega samtalsfundi með ferðamálafulltrúum og öðrum starfsmönnum sveitarfélaga eða ferðapjónustusamtaka sem hafa með þróun áfangastaða og ferðamál almennt að gera. Einnig verður fulltrúum ferðamálafélaga/samtaka á Norðurlandi boðið að borðinu, sem og starfsfólki gestastofa í landshlutanum. Á þessum fundum verður það sem efst er á baugi hjá MN kynnt, s.s. staða verkefna, nýngar, o.s.frv. Einnig verður boðið upp á stutt fræðsluinnlegg um ákveðin verkefni á vegum MN og/eða á vegum annarra lykilstofnana (gestir). Á fundunum gefst einnig tækifæri fyrir fundamenn til að miðla upplýsingum um hvað sé helst að fréttu í ólíkum héruðum landshlutans, t.d. varðandi innviðauppyggingu, ný fyrirtæki, o.s.frv.

Samstarfsaðilar

Ferðamálafulltrúar, annað starfsfólk sveitarfélaga sem sinnir ferðamálum, fulltrúar ferðamálafélaga, starfsfólk gestastofa.

Árangursmælikvarðar

- Haldnir verði að lágmarki fjórir fundir á árinu.
- Fréttum og upplýsingum um hvað er efst á baugi hjá MN verður miðlað reglulega til hópsins, með tölvupósti og öðrum viðeigandi leiðum.

Lokaafurð

Hér er um ótímabundið verkefni að ræða, sem vonandi skilar auknu samstarfi og bættu tengslaneti aðila á milli.

Sjálfbær ferðapjónusta á Norðurlandi / Engage Visit North Iceland

Kostnaður 1 mkr

Markmið

Markmið verkefnisins er að auka sjálfbærni í ferðapjónustu á Norðurlandi og koma henni betur á framfæri.

Verkefnalýsing

Í kortlagningu sem unnin var á fyrsta ári verkefnisins (2022) voru greind fjögur forgangsatriði sem hægt er að byggja aukna sjálfbærni ferðapjónustunnar á:

- Aukinn hagur heimamanna (benefits local communities).
- Auknar heilsárstekjur (increases local creation, all year round).
- Verndun náttúru og dýralífs (protects nature and wildlife).
- Endurnýtanlegir orkugjafar og umhverfisvænir valkostir (promotes renewable energies and climate friendly alternatives).

Ákveðið var að í áframhaldandi vinnu yrði unnið með tvo fyrstu áherslupættina.

Á árunum 2023 og 2024 var staðið fyrir fundarröð þar sem markmiðið var að vekja fulltrúa ferðapjónustufyrirtækja og aðra hagaðila í greininni til aukinnar vitundar um sjálfbærni.

Sjónum var sérstaklega beint að efnahagslegri sjálfbærni og því hvernig megi með ákveðnum aðgerðum stuðla að bættum hagi heimamanna af ferðaþjónustunni og auknum heilsárstekjum í greininni. Fjallað var um ákveðin verkfæri og hvernig hugmyndafræði vöruþróunar geti nýst í átt að settum markmiðum. Í gegnum þessi fundarhöld og kynningarmál verkefnisins á fyrri stigum, kom fram að fjölmörg norðlensk ferðaþjónustufyrirtæki hafa þegar tileinkað sér gildi sjálfbærar þróunar og hafa innleitt ýmiskonar áherslur og/eða verkefni sem eru til þess fallin að efla sjálfbærni, m.a. með bætta hag nærsamfélagsins að leiðarljósi. Næsta viðfangsefni í þessu verkefni (2025) verður að taka saman frásagnir (sögur) af árangri þessara fyrirtækja. Markmið þessa er að vekja aðila í greininni til frekari umhugsunar um mikilvægi sjálfbærnihugtaksins. Sögunum verður miðlað á vef Markaðsstofu Norðurlands og víðar. Sögurnar verða einnig nýttar í almennu markaðsefni MN s.s. á ferðakaupstefnum og vinnustofum. Síðast en ekki síst verða sögurnar kynntar fyrir ferðaþjónustufyrirtækjum á Norðurlandi í hvatningarskyni.

Einnig mun Markaðsstofa Norðurlands hafa milligöngu um samskipti fyrirtækja við Ferðaklasann og kynna töl sem hann býður upp á, bæði varðandi vöruþróun og græn skref.

Samstarfsaðilar

Landshlutasamtök sveitarfélaga

Ferðaþjónustufyrirtæki

Íslenski ferðaklasinn

Eimur

Aðrir hagsmunaaðilar

Árangursmælikvarðar

- Fjöldi þátttakenda á fundum.
- Fjöldi birtra frásagna af árangri norðlenskra fyrirtækja í innleiðingu verkefna sem stuðla að sjálfbærni.
- Fjöldi ferðamanna á off-season tímum.
- Fjöldi ferðaþjónustufyrirtækja sem taka þátt í verkefni Ferðaklasans *Ábyrg ferðaþjónusta*.

Lokaafurð

Með næstu skrefum verkefnisins verður skerpt á sýn og stefnu Norðurlands sem áfangastaðar og stutt við hana með aðgerðum sem stuðla að sjálfbærri ferðaþjónustu. Frásagnir af því hvernig norðlensk fyrirtæki hafa stigið skref til aukinnar sjálfbærni verða nýttar til markaðssetningar á Norðurlandi sem áfangastaðar sem hefur sjálfbærni að leiðarljósi.

Rúbín leiðin

Kostnaður 2 mkr

Markmið

Meginmarkmið verkefnisins er að efla ferðaþjónustu til lengri tíma á Norðurlandi vestra.

Verkefnalýsing

Verkefninu er ætlað að byggja upp nýtt aðdráttarafl í ferðaþjónustu og leggja grunn að nýrri markaðssókn með kraftmikla ímyndarsköpun að leiðarljósi. Byggt verður á grunni þekktra áfangastaða, en umgjörð og markaðsáherslur færðar í nýjan og ferskan búning. Stefnt er að mótun skilgreindar ferðamannaleiðar, sem ekki hefur enn fengið formlegt heiti, en unnið er út frá vinnuheitinu "Rúbín leiðin". Verkefnið er til þriggja ára og byggir á að fjármögnun náist. Fyrsti áfangi hefst á árinu 2025. Helstu verkþættir fyrsta áfanga: Stofnun stýrihóps, grasrótarfundir og kynning á verkefninu, útfærsla leiðar, val lykiláfangastaða, kortlagning, skilgreining markaðsáherslna og sérstöðu.

Samstarfsaðilar

Ferðamálasamtök Norðurlands vestra, ferðamálafélög, sveitarfélög og SSNV, ferðamálafulltrúar, ferðaþjónustufyrirtæki á Norðurlandi vestra.

Árangursmælikvarðar

Við lok fyrsta áfanga, des. 2025:

- Öflugur stýrihópur hefur verið virkjaður.
- Verkefnið hefur verið kynnt á grasrótarfundum víðs vegar um Norðurland vestra.
- Innviðagreining hefur verið unnin sem og SVÓT greining.
- Lykiláfangastaðir hafa verið kortlagðir og leið milli þeirra verið útfærð.
- Markaðsáherslur hafa verið skilgreindar, sérstaða dregin fram og markhópar afmarkaðir.

Lokaafurð

Skilgreind ferðamannaleið sem hægt er nýta beint í markaðssetningu Norðurlands vestra. Leiðin leggur grunn að þróun skilgreindra vara í ferðaþjónustu, t.d. pakkaferða um svæðið.

Cruise – Samstarf varðandi skemmtiferðaskipakomur

Kostnaður 1 mkr

Nauðsynlegt er að fara í innviða- og þolmarkagreiningu á Norðurlandi til þess að skipuleggja á samræmdan hátt komur skemmtiferðaskipa.

Markmið

Ná utanum verkefnið og skilgreina það. Eiga öflugt samstarf með Cruise Iceland.

Verkefnalýsing

Verkefni sem á eftir að skilgreina betur. Snýst um skemmtiferðaskip og landtöku leiðangursskipa utan hafna. Að ná betra samtali og samstarfi við Cruise Iceland. Greina þörfina fyrir skipulag á svæðunum vegna aukningar á skipakomum. Þarfagreining og álagsmat á svæðunum. Stefna sett varðandi skipakomur og aukna stýringu.

Samstarfsaðilar

Cruise Iceland

Ferðaþjónustufyrirtæki

Sveitarfélög

Hafnarsamlög

Árangursmælikvarðar

Samstarf komið vel á veg og skýr hlutverk aðila.

Greining á þörfinni og álagi á svæðið.

Kortlagning til næstu 5 ára.

Gönguleiðir

Kostnaður 1 mkr

Markmið

Að safna saman gönguleiðum af öllu svæðinu og birta þær inná nordurland.is. Að markaðssetja Norðurland sem ákjósanlegan stað til gönguferða og fá þannig fólk til að staldra lengur við.

Verkefnalýsing

Vinum með sveitarfélögum að kortlagningu og forgangsröðun gönguleiða á Norðurlandi. Vinnum úr þessum upplýsingum og hlöðum þeim inná kerfi Ferðamálastofu þar sem þær verða aðgengilegar á íslensku og ensku. Setjum upp markaðsherferðir á samfélagsmiðlum.

Samstarfsaðilar

Sveitarfélög og landshlutasamtök

Ferðamálastofa

MAS

Árangursmælikvarðar

- Markaðssetning á sýningum
- Markaðsherferðir á samfélagsmiðlum
- Fjöldi gönguleiða á öllu svæðinu

Lokaafurð

Birting á vefsíðunni nordurland.is

Skíði á Norðurlandi

Kostnaður 1 mkr

Markmið

Að efla skíðasvæðin á Norðurlandi og samstarf þeirra. Styðja við markaðssetningu skíðasvæðanna á erlendum mörkuðum.

Verkefnalýsing

Áfram verður unnið með skíðasvæðunum á Norðurlandi að markaðssetningu erlendis og vörupróun auk þess sem unnið verður að eflingu samstarfs. Erlendum gestum er að fjölga í heildina þó það sé mismunandi eftir svæðum innan landshlutans. Gögn frá skíðaleigum gefa

til kynna að fjöldi erlendra gesta sem leigja búnað sé að aukast og einnig er hópum að fjölga lítillega erlendis frá. Skíðasvæðin á Norðurlandi hafa þróast lítið en fleiri minni svæði hafa opnast. Lykil svæði eru eftir sem áður Akureyri (Hlíðarfjall), Dalvík (Böggvisstaðafjall), Siglufjörður (Skarðsdalur) og Sauðárkrúkur (Tindastóll). Minni svæði eru Ólafsfjörður (Tindaöxl), Húsavík (Reykjaheiði) og Mývatn (Krafla).

Önnur tegund skíðamennsku er að aukast og fjölbreyttar vörur eru í boði í tengslum við fjallaskíði. Gönguskiði eru ekki eins vinsæl og ástæða þess tengist minna framboði og eftirspurn á gönguskiðapökkum sem voru vinsælir með Íslendinga 2021-2023.

Sérstaðasvæðisins er fjölbreytileiki í afþreyingu, nálægð við sjó og stuttur ferðatími innan svæðis. Markhópur út frá greiningu Íslandsstofu er Lífsglaði heimsborgarinn (e. the Fun-loving Globetrotter). Helstu tækifærin liggja á markaðssvæðum sem geta nýtt sér beint flug til Akureyrar. Hliðarmarkhópur eru fyrirtækjahópar. Það sem helst framundan í eflingu skíðatengdrar ferðapjónustu er eftirfarandi:

- *Skilgreining sérstakra aðgerða í tengslum við beint flug til Akureyrar.*
- *Markaðsaðgerðir.*
- *Greining á mögulegum þróunarverkefnum.*

Verkefnið verður áfram leitt af MN og samstarfsaðilar eru fyrirtæki og rekstraraðilar skíðasvæða.

Samstarfsaðilar

Ferðapjónustufyrirtæki og rekstraraðilar skíðasvæða.

Árangursmælikvarðar

- Samstarf skíðasvæðanna
- Ný þróunarverkefni

Lokaafurð

Ski Iceland ferð sem er ætluð þeim ferðaskrifstofum sem vilja stuðla að eflingu vetrarferðamennsku.

Efling landbúnaðartengdar ferðapjónustu á Norðurhjarasvæðinu

Markmið

Þróa vöru eða vörupakka sem eflir ferðapjónustu tengda landbúnaði á Norðurhjarasvæðinu. Auka sýnileika Norðurhjarasvæðisins með áherslu á einstaka upplifanir tengdar landbúnaði.

Verkefnalýsing

Verkefnið miðar að því að skapa nýjar upplifanir og tengja ferðamenn við staðbundna framleiðslu, hlunnindanýtingu, landbúnaðarmenningu og náttúru svæðisins.

Haldnir verða opnir kynningarfundir / vinnustofur og safna þar hugmyndum um vörur og upplifanir tengdar landbúnaði. Unnið verður með að skapa grunn fyrir afurðir sem geta verið markaðssettar saman, með áherslu á staðbundna framleiðslu og náttúru.

Samstarfsaðilar

SSNE og samstarfsfyrirtæki

Árangursmælikvarðar

- Aukning á vöruframboði á svæðinu

Bæta sýnileika Norðurhjarasvæðisins og samstarfsfyrirtækja á netinu

Markmið

Að ferðapjónustuaðilar á Norðurhjarasvæðinu verði sjálfbærari í markaðssetningu og auka sýnileika svæðisins á netinu.

Verkefnalýsing

Verkefnið leggur áherslu á að mæta fólki þar sem það er og veita persónulega og aðgengilega þjónustu sem er sérsníðin að þörfum hvers og eins. Kenna fyrirtækjum inná hinn stafræna heim og halda örfundi á netinu með mismunandi áherslum.

Aðstoða fyrirtæki við skráningu, myndvinnslu og uppfærslu upplýsinga í stafrænum kerfum.

Hægt að fara í sameiginleg samfélagsmiðlaverkefni og markaðsherferðir þar sem áhersla er lögð á einstaka staði og þjónustu á svæðinu.

Samstarfsaðilar

Ferðamálafulltrúar og sveitarfélög á Norðurhjarasvæðinu

Árangursmælikvarðar

- Aukinn sýnileiki fyrirtækja og svæða innan Norðurhjara

Ráðsstefna um stafrænt markaðsstarf

Markmið

Að ferðapjónustuaðilar á Norðurlandi fái kynningu á nýjustu stefnum og straumum í markaðsstarfi á netinu og samfélagsmiðlum, t.d. TikTok og Instagram.

Verkefnalýsing

Haldin verður ráðstefna á Akureyri um stafrænt markaðsstarf, með sérfræðingum frá fyrirtækjum sem sérhæfa sig í slíkri markaðssetningu eða greiningum. Ráðstefnan verður einnig send í streymi til samstarfsfyrirtækja MN. Farið verður sérstaklega í efni fyrir samfélagsmiðla eins og Instagram og Tiktok og möguleikana sem þar eru til að ná til yngri markhópa.

Samstarfsaðilar

Fyrirtæki sem sérhæfa sig í stafrænni markaðssetningu, á borð við Datera

Árangursmælikvarðar

Fjöldi þátttakenda á ráðstefnu

Markaðsstarf herferð

Markmið

Auka sýnileika norðlenskrar ferðaþjónustu gagnvart ferðaskrifstofum og almenningi, á stafrænum miðlum.

Verkefnalýsing

Framhald af ráðstefnu – herferð MN með samstarfsfyrirtækjum þar sem þau geta tekið þátt með því að setja inn efni á eigin miðla, sem hægt er svo að miðla áfram hjá MN eða víðar.

Samstarfsaðilar

Samstarfsfyrirtæki MN og mögulega fyrirtæki á borð við Datera

Árangursmælikvarðar

Sýnileiki á samfélagsmiðlum, reach, impressions, engagement osrv.

Markaðsverkefni - skíðasvæðin og Norðurland kynnt fyrir Bretum

Markmið

Vekja athygli á Norðurlandi sem vetraráfangastað og skíðasvæðunum, í samhengi við flug easyJet frá Bretlandi til Akureyrar.

Chris Burkard kynnir skíðasvæðin og Norðurland fyrir Bretum

Verkefnalýsing

Chris ferðast um skíðasvæðin á Norðurlandi, sýnir frá þeim og einnig aðstæðum fyrir fjallaskíðamennsku. Hann segir frá þessu á sínum miðlum og miðlum MN og Íslandsstofu. Hugsanlegt er að 66Norður verði samstarfsaðili og að ferðalag Chris hefjist í London, með viðburði í búð 66 í London þar sem hann segir frá áfangastaðnum.

Samstarfsaðilar

Chris Burkard, Íslandsstofa, hugsanlega 66Norður

Árangursmælikvarðar

Sýnileiki á samfélagsmiðlum, reach, impressions, engagement osrv. Fjöldi gesta á viðburði í London.