



Markaðsstofa Norðurlands
NORDURLAND.IS

Áfangastaðaáætlun Norðurlands

Okkar áfangastaður



2021

Efnisyfirlit

Efnisyfirlit	2
Formáli	6
Samantekt	8
Hagsmunaaðilar.....	9
Þróun áfangastaðaáætlunar	9
Norðurstrandarleið.....	9
Demantshringur	10
Sögutengd ferðapjónusta.....	11
Flugklasinn	12
Gagnagrunnur gönguleiða	13
Ný verkefni	13
Sveitir Norðurlands	13
Taste North Iceland.....	13
Framtíðarverkefni	14
Vetrarferðapjónusta.....	14
Skíði á Norðurlandi	15
Sjálfbær ferðapjónusta á Norðurlandi.....	15
Film in North Iceland	15
Ævintýraferðapjónusta á Norðurlandi	16
Áhrif heimsfaraldurs Covid-19.....	16
Stöðugreining	17
Þróun á Norðurlandi út frá markaðssvæðum.	17
Norðvestursvæði.....	19
Miðsvæði	20
Norðaustursvæði.....	21
Norðurland	22
Framtíðarsýn.....	24
Stefnuáherslur.....	25
Markaðsáherslur	25
Markaðssetning	25
Vörumerkjahandbók	26

Markaðsrannsóknir.....	26
Rannsókn MN 2019	27
Markaðssetning ferðapjónustufyrirtækja og sveitarfélaga á Norðurlandi	27
Ferðavenjur og viðhorf erlendra ferðamanna á Norðurlandi	27
Ummæli ferðamanna á Instagram, TripAdvisor og Facebook	27
Aðrar rannsóknir	28
Markaðsáætlun.....	28
Náttúru, ævintýra og sjálfbær ferðapjónusta.....	29
Markaðssvæði	29
Verkefni sem styðja við markaðsáherslur	30
Markaðsaðgerðir.....	31
Vetrarferðapjónusta.....	31
Markaðssvæði	32
Verkefni sem styðja við markaðsáherslur	33
Markaðsaðgerðir.....	34
Saga, menning og listir	34
Markaðssvæði	35
Verkefni sem styðja við markaðsáherslur	35
Markaðsaðgerðir.....	36
Flugklasinn	37
Almennar aðgerðir.....	40
Heimasíða.....	40
Samfélagsmiðlar	41
Upplifðu	41
Sýningar, vinnustofur og viðburðir	42
Útgáfa	43
Móttaka blaðamanna og ferðaskrifstofa.....	43
Samskipti við ferðaskrifstofur	44
Íslenski markaðurinn	45
Samkeppnisforskot áfangastaðarins Norðurlands.....	46

Ferðamannaleiðir	46
Norðurland og klasar	47
Áfangastaðastofa	48
Fjárfestingar og nýsköpun	48
Forgangsröðun verkefna á Norðurlandi	49
Forgangsröðun verkefna 2018 - 2020	49
Kálfshamarsvík.....	51
Vatnsnesvegur	51
Vatnsdalshólar	51
Dettifossvegur	51
Göngu- og hjólaleið við Mývatn	51
Uppbygging við Þeistareyki.....	51
Austurdalur	51
Reykjafoss/Reykjalaug	51
Glaumbær	51
Bakkafjarðarvegur.....	51
Heimskautsgerðið	52
Forgangsröðun 2020.....	52
Norðurland vestra	52
Húnavatnshreppur	52
Skagafjörður.....	53
Norðurland eystra	54
Fjallabyggð	54
Dalvíkurbyggð	57
Akureyrarbær	58
Eyjafjarðarsveit.....	59
Svalbarðsstrandarhreppur	60
Grýtubakkahreppur	60
Þingeyjarsveit	61
Skútustaðahreppur	61
Norðurþing	62

Norðurhjari 62
Lokaorð 64



Unnið af Markaðsstofu Norðurlands 2020

í samstarfi við



ICELANDIC
TOURIST
BOARD



Markaðsstofa Norðurlands
NORDURLAND.IS

Formáli

Áfangastaðaáætlun Norðurlands var í fyrsta skipti gefin út árið 2018. Hún er unnin af Markaðsstofu Norðurlands (MN) í samstarfi við Ferðamálastofu og nær því yfir allt starfssvæði MN eða frá Hrútafirði yfir á Bakkafjörð. Á þessu svæði eru 20 sveitarfélög og voru þá tvö landshlutasamtök auk tveggja atvinnuþróunarfélaga en eftir sameiningar eru nú starfandi tvö landshlutasamtök, Samtök sveitarfélaga á Norðurlandi vestra (SSNV) og Samtök sveitarfélaga og atvinnuþróunar á Norðurlandi eystra (SSNE). Um 300 ferðapjónustufyrirtæki eru í samstarfi við MN og eru í gildi þjónustusamningar við SSNV og sveitarfélögin á Norðurlandi eystra.

Fyrsta áfangastaðaáætlunin sem gefin var út árið 2018 var samkvæmt forskrift Ferðamálastofu og unnin á sambærilegan hátt fyrir alla landshluta. Hún er sameiginleg viljayfirlýsing um hvernig stýra skuli áfangastað yfir ákveðið tímabil. Hlutverk mismunandi hagaðila voru skilgreind, aðgerðaáætlun sett fram og farið var yfir hvernig auðlindum skyldi ráðstafað. Markmiðið var að gera framtíðaráætlun til að laða að þá ferðapjónustu sem fólk vill fá inn á svæðið og til að draga úr mögulegum neikvæðum áhrifum.

Við útgáfu þessarar áætlunar er búið að aðlaga uppsetninguna að þörfum Norðurlands sem ferðapjónustusvæðis en þó þannig að samræmi sé við aðrar áætlanir landshlutanna. Áætluninni er ætlað að gefa skýra mynd af ferðapjónustunni, markmiðum hennar og uppbyggingarþörf ásamt því að leggja áherslu á þarfir og væntingar ferðamanna í öllum verkefnum. Áfangastaðaáætlun getur því nýst hagsmunaaðilum innan svæðis en ekki síður aðilum utan svæðis enda fá stjórnvöld hér skýra mynd af starfsemi ferðapjónustunnar á Norðurlandi og áherslum og verkefnum MN næstu þrjú árin. Sérstaklega er farið yfir þarfir í innviðaupbyggingu enda eru þau verkefni gríðarlega mikilvæg fyrir sjálfbæra þróun ferðapjónustunnar og eru þau verkefni skilgreind í samstarfi við sveitarfélögin og ferðapjónustuna.

Það er von MN að við lok þessa þriggja ára tímabils sem hér er sett fram hafi góður árangur náðst í verkefnum. Innviðir séu fjármagnaðir og komnir í framkvæmdaferli auk þess sem ferðapjónustan hafi færst nær þeirri framtíðarsýn að vera öflug heilsársferðapjónusta með tryggja innviði, greiðar samgöngur, fjölda heilsársstarfa og aukna framlegð. Til þess að svo megi verða þurfa allir hagsmunaaðilar að taka höndum saman, fyrirtækin, sveitarfélögin og stjórnvöld. Tryggja þarf fjármögnun verkefna og skilning á mikilvægi ferðapjónustunnar fyrir uppbyggingu Norðurlands. Vinna þarf í sátt við íbúa enda er ferðapjónustan mikilvægur hlekkur í bættum lífsgæðum og aukinni þjónustu sem nýtist bæði ferðamönnum og íbúunum sjálfum.

Frá útgáfu síðustu áfangastaðaáætlunar hefur skilningur á vægi ferðapjónustunnar sem undirstöðuatvinnugreinar Íslendinga aukist mjög. Atvinnuvega- og nýsköpunarráðherra hefur

lagt fram tillögu að stofnun áfangastaðastofa og stendur nú yfir samningagerð til að tryggja að svo megi verða. Því má gera ráð fyrir að MN starfi frá upphafi árs 2021 sem áfangastaðastofa, í umboði ferðþjónustunnar á Norðurlandi, sveitarfélaga og stjórnvalda. Þetta mun auka mjög líkur á að sá árangur náist sem hér eru sett fram markmið um og styður vel við eflingu ferðþjónustunnar á Norðurlandi.

Samantekt

Í áfangastaðaáætlun Norðurlands er sett fram áætlun um þróun ferðaþjónustunnar til þriggja ára, 2021-2023. Horft er á þróun áfangastaðarins sem eina heild enda hefur mikil vinna og fjárfesting verið lögð í að byggja upp ímynd Norðurlands eða North Iceland allt frá árinu 2003. Einnig er farið í dýpri greiningar á svæðum, áherslum og verkefnum. Þegar skoðaðar eru tölur um ferðaþjónustu á svæðinu er unnið með fjórskiptingu til að ná fram mismun á milli svæða innan Norðurlands. Þar er unnið með Húnavatnssýslur saman, Tröllaskagann og Eyjafjörð og síðan Þingeyjarsýslur og Norðurhjarasvæðið. Skoðaðir eru sérstaklega hagsmunaaðilar ferðaþjónustunnar á Norðurlandi.

Áætlunin byggir á niðurstöðum rannsókna og greininga á þörfum ferðamanna, ferðaþjónustufyrirtækja, sveitarfélaga og stjórnvalda. Farið er yfir helstu samstarfsverkefni ferðaþjónustunnar sem unnin hafa verið hjá MN auk þess sem áhersla er lögð á þarfagreiningu fyrir ný verkefni. Sett er fram framtíðarsýn ferðaþjónustunnar á Norðurlandi, stefna og markaðsáherslur. Rannsóknarverkefni sem unnin hafa verið á síðastliðnum árum leggja grunn að áherslum, verkefnum, markaðsþróun og aðgerðum sem lýst er í áætluninni en með því að skoða þessi verkefni má fá góða mynd af starfsemi MN og aðkomu fyrirtækja að henni.

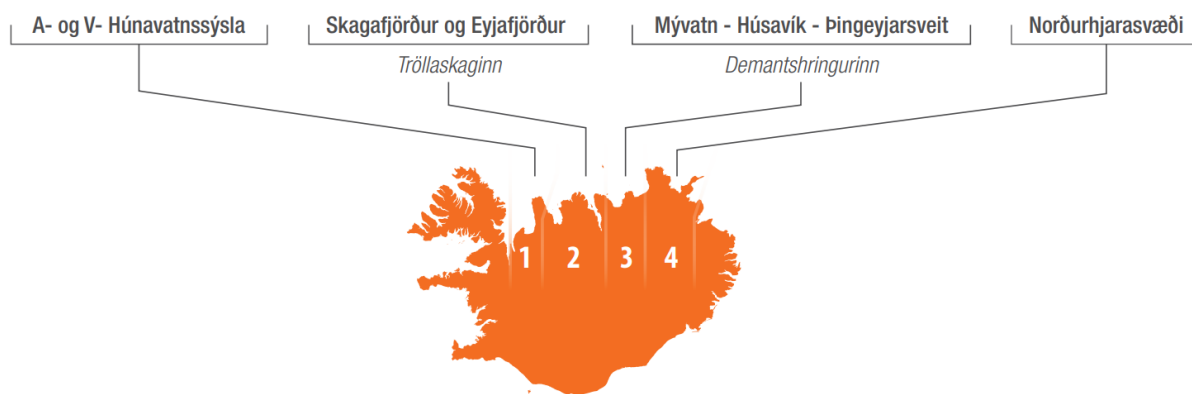
Meðal lykilverkefna sem fjallað er um eru Flugklasinn Air 66N, Norðurstrandarleið og Demantshringurinn en þessi verkefni leggja grunn að samkeppnishæfni Norðurlands. Unnið er samkvæmt hugmyndfræði klasa og ferðamannaleiða. Einnig er íslenski markaðurinn skoðaður sérstaklega vegna mikilla breytinga í markaðsumhverfi ferðaþjónustunnar í framhaldi af Covid-19 heimsfaraldrinum. Til þess að fá ítarlegar upplýsingar um framkvæmd þessara verkefna má benda á vefsíður MN en í áfangastaðaáætlun er aðeins farið yfir lykilþætti.

Í áfangastaðaáætlun er settur fram forgangslisti verkefna sem vinna þarf til að tryggja öfluga starfsemi ferðaþjónustunnar. Þessi verkefni eru lögð fram af sveitarfélögum og ferðamálaklösum. Verkefnin eru misstór og byggja á þörfum hvers sveitarfélags en eiga það sammerkt að bæta aðgengi að áfangastöðum eða búa til nýja þar sem bæði er gætt að því að byggja upp grunnþjónustu og að því að bæta upplifun ferðamanna. Verkefnalisti frá fyrri áfangastaðaáætlun er í fullu gildi þar sem verkefnum hefur ekki verið lokið. Þessi listi er m.a. hafður til hliðsjónar þegar kemur að vali verkefna til styrkúthlutunar í Framkvæmdasjóð ferðamannastaða og er það von MN að sem flest þessara verkefna komist í framkvæmd á næstu þremur árum.

Hagsmunaaðilar

Aðal hagsmunaaðilar verkefnisins eru ferðaþjónustufyrirtæki og sveitarfélög á Norðurlandi. Aðrir hagsmunaaðilar eru þeir sem hafa beinan eða óbeinan hag af ferðaþjónustu á viðkomandi svæði, en ferðaþjónusta hefur áhrif þvert á atvinnugreinar eins og þekkt er. Í samræmi við fyrri áfangastaðaáætlun er Norðurlandi skipt upp í fjögur vinnusvæði sem eru eftirfarandi:

Norðurlandi skipt upp í fjögur vinnusvæði



Þróun áfangastaðaáætlunar

Frá því áfangastaðaáætlun var birt 2018 hafa mörg verkefni verið unnin og þá sérstaklega þau sem voru sett fram sem áhersluverkefni. Hér að neðan verður þessum verkefnum lýst sérstaklega.

Norðurstrandarleið

Norðurstrandarleið var opnuð með formlegum hætti þann 8. júní 2019 og vakti um leið mikla athygli, bæði innanlands og erlendis. Lonely Planet setti leiðina á lista yfir tíu bestu áfangastaði í Evrópu fyrir opnun, en auk þess hefur leiðin fengið verðlaun frá LUX Magazine fyrir besta áfangastaðinn á Íslandi í flokki ferðaþjónustu sem tengist náttúru.



Tveggja ára vinnu við þróun upplifana lauk með útgáfu á lokaskýrslu um verkefnið, sem nýtist ferðaþjónustufyrirtækjum. Kjarninn í þeirri vinnu er „verkfærakista“ (e. Tool kit.) Hún nýtist samstarfsfyrirtækjum Norðurstrandarleiðar við að bæta þeirra vöruframboð og tengir þeirra vörumerki og markaðsefni við leiðina. Hluti af þessari vinnu var þróun svokallaðra hetjuupplifana, sem eiga að vera mikilvægir seglar og draga athygli að Norðurstrandarleið.

Markaðssetning leiðarinnar hefur meðal annars snúist um útgáfu leiðbeininga á notkun vörumerkisins, skrásetningu vörumerkisins og útgáfu söluhandbókar (e. Trade manual), þar sem finna má leiðbeiningar til ferðaskrifstofa sem hyggjast nýta merki Norðurstrandarleiðar við markaðssetningu og sölu. Til að vekja athygli á leiðinni erlendis hefur verið farið í

myndatökur, tekið hefur verið á móti erlendum blaðamönnum, samfélagsmiðlar hafa verið nýttir og heimasíða þróuð og sett í loftið. Þessu verður haldið áfram um ókomna tíð og heimasíðan er í stöðugri þróun og uppfærð reglulega.

Mikil áhersla hefur verið lögð á þróun og skipulag innviða. Fyrstu ferðamannaskiltin á Íslandi, brún að lit, voru sett upp til að sýna hvar leiðin liggur en Vegagerðin annaðist þá uppsetningu. Gagnagrunnur fyrir GIS-kort hefur verið fullkláraður, með meira en 200 stöðum sem mögulegt er að kynna sem áhugaverða. Sérstakur bæklingur hefur verið þróaður til að útskýra áætlun um þróun innviða, notkun kortsins og til að styðja vinnu sveitarfélaga við að byggja upp innviði á áhugaverðum stöðum. Enn fremur er búið að þróa heildarmynd og útlit upplýsingaskilta sem er ætlað að tengja upplifun ferðamanna betur við áhugaverða staði, með upplýsingum um náttúru, menningu og daglegt líf. Hluta af þessum upplýsingum verður miðlað í gegnum sögur sem hægt verður að hlusta á með því að skanna QR kóða á skiltunum, með snjallsímum. Næstu tvö árin verður áhersla lögð á samstarf við sveitarfélögin, um að koma upp innviðum og upplýsingaskiltunum á leiðinni.

„Taste Arctic Coast Way“ er verkefni sem tilheyrir Norðurstrandarleið og snýst um að þróa matarstíg þar sem ferðamenn hafa greiðan aðgang að mat úr héraði en einnig að styðja matartengda ferðapjónustu í sinni markaðssetningu til ferðamanna. Samhliða þessu hefur verið unnið að verkefninu „Taste North Iceland“ sem nær til alls Norðurlands með sama markmið. Bæði verkefni verða kynnt nánar í upphafi árs 2021 og í framhaldinu verður farið í vinnu með fyrirtækjum til að nýta þetta nýja tól til markaðssetningar á Norðurlandi og til að þróa þeirra eigin markaðssetningu.

Demantshringur

Ferðamannaleiðin Demantshringurinn er leið sem tengir saman nokkrar þekktustu náttúruperlur á Norðurlandi. Upphaf verkefnisins má rekja aftur til ársins 1994 þegar heimamenn byrjuðu að nota nafnið Demantshringur eða Diamond Circle og markaðssetja leiðina sem slíka. Þessi 250 km leið hefur skilgreinda 5 lykiláfangastaði sem eru Goðafoss, Mývatn, Dettifoss, Ásbyrgi og Húsavík. Ferðir með nafninu Demantshringur hafa verið seldar í mörg ár en ekki hefur



verið hægt að markaðssetja vöruna af fullum krafti þar sem vegurinn frá Ásbyrgi upp að Dettifossi hefur einungis verið opin til sumri til. Þegar Dettifossvegur komst síðan á samgönguáætlun og malbikun var lokið var ákveðið að hefja formlegt markaðsstarf. Þar sem nafnið Diamond Circle var skrásett af Húsavíkurstofu var mögulegt að fara í þróun á vörumerki og árið 2019 var fyrsta skrefið tekið, þegar formlegur samstarfssamningur við Húsavíkurstofu var undirritaður. Myndmerki leiðarinnar var í kjölfarið hannað auk þess að unnin var vörumerkjahandbók um notkun á merkinu. Það var síðan 6. september 2020 sem hringurinn var formlega opnaður á nýjum malbikuðum vegi milli Dettifoss og Ásbyrgis. Næstu skref í

verkefninu eru útgáfa á söluhandbók og áframhaldandi markaðssetning á leiðinni hérlendis og erlendis en það er samvinnuverkefni MN og fyrirtækja á leiðinni.

Sögutengd ferðapjónusta

Í áfangastaðaáætlun 2018 kom fram á fundum á öllum svæðum að áfangastaðurinn væri ekki að nýta þau tækifæri sem felast í sögutengdri ferðapjónustu. Því ákvað MN að gera rannsókn á því hvernig þeir gestir sem eru að heimsækja söfn, setur og sýningar á Norðurlandi væru að upplifa svæðið. Með styrk frá Ferðamálastofu voru keyptar tvær rannsóknir til að gefa betri innsýn í stöðu sögutengdrar ferðapjónustu á Norðurlandi. Í fyrri rannsókninni sem gerð var af Rannsóknamiðstöð Ferðamála voru gestir safna, setra og sýninga á Norðurlandi spurðir um upplifun sína. Þar kom fram að 97% svarenda sögðust annaðhvort vera ánægðir eða mjög ánægðir með heimsóknir á söfnin og 90% sögðust ætla mæla með því við fjölskyldu og vini að þeir gerðu slíkt hið sama. Í seinni rannsókninni sem unnin var af Rannsóknnum og ráðgjöf ferðapjónustunnar, og er byggð á könnuninni Dear Visitor, kom fram að ferðamenn á Norðurlandi eru talsvert líklegri til að skoða söfn eða sýningar en hinn almenni ferðamaður á Íslandi, og því megi gera ráð fyrir því að slík afþreying dragi ferðamenn inn í landshlutann upp að nokkru marki. Auk þess voru ferðamenn á Norðurlandi sömuleiðis líklegri til þess að skoða kirkjur og fræga sögustaði. Nánari upplýsingar um skýrslurnar er að finna á nordurland.is.



Flugklasinn

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 markmið eða undirmarkmið Flugklasans eru m.a.:



- Að reglulegt millilandaflug sé til Norðurlands um Akureyrarflugvöll
- Að opna 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 framboð
- 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 landvinninga 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. 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.

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

Gagnagrunnur gönguleiða

Þegar áfangastaðaáætlun var gerð árið 2018, var MN búin að vera að skoða hvernig væri hægt að koma gönguleiðum á Norðurlandi betur á framfæri. Í framhaldi af þeirri vinnu fékkst styrkur frá Ferðamálastofu til að búa til gagnagrunn um gönguleiðir á Norðurlandi. Stýrihópur setti fram grunnforsendur um hvaða upplýsingar væru nauðsynlegar svo hægt yrði að deila viðkomandi leið á miðlægum grunni. Um sumarið 2019 voru síðan sveitarfélög beðin um að senda inn leiðir á sínu svæði og bárust inn um 20 leiðir í þessum fyrsta fasa. Í framhaldi af því var sett upp vefsíða þar sem hægt er að sækja upplýsingar um viðkomandi leið og sækja GPX skrá sem sýnir hana. Sumarið 2020 var aftur kallað eftir leiðum og bárust þá um 45 leiðir í verkefnið. Nú er verið að vinna að uppfærslu á síðunni með tilkomu nýrrar heimasíðu MN sem klárast í byrjun árs 2021. Nánari upplýsingar um gagnagrunninn er að finna á nordurland.is.



Ný verkefni

Sveitir Norðurlands

Í upphafi ársins 2020 var farið í vinnu við að greina hvort möguleiki væri fyrir hendi að búa til nýja ferðamannaleið um sveitir Norðurlands. Farið var í greiningarvinnu og leitað á netinu að sambærilegum leiðum erlendis. Eftir þá vinnu var ákveðið að ferðamannaleið væri ekki hentug fyrir svona verkefni.

Var því ákveðið að setja verkefnið upp á annan hátt og finna út hvernig koma mætti sveitum Norðurlands betur á framfæri. Niðurstaðan varð sú að setja upp sér svæði á heimasíðunni nordurland.is sem segir sérstaklega frá verkefninu Sveitir Norðurlands. Þar inni verða textar með upplýsingum um íslenskan landbúnað, íslensk húsdýr, skógrækt og fleira ásamt góðum myndum og myndböndum. Aðstoð við textavinnslu fékkst frá Bændasamtökum Íslands. Tilgangur verkefnisins er að vekja athygli á íslensku sveitalífi og menningu, og kveikja áhuga á íslensku dýrunum. Inni á síðunni verður hægt að nálgast upplýsingar um hvaða staðir á Norðurlandi bjóða uppá að sjá og heimsækja dýrin og íslenska sveitabæi. Heimasíðan verður bæði á íslensku og ensku.

Sveitir Norðurlands tengjast jafnframt öðru verkefni sem heitir Taste North Iceland, þar sem áhersla er á norðlenskan mat.

Taste North Iceland

Markmiðið með „Taste North Iceland“ verkefninu er að þróa Norðurland sem þekktan mataráfangastað. Ferðaþjónusta sem snýst um mat er einn öflugasti þátturinn í ferðaþjónustu á heimsvísu um þessar mundir. Markmið MN er að efla þennan þátt í norðlenskri ferðaþjónustu til að tengja hana betur við þá hópa ferðamanna sem hafa áhuga á matartengdum upplifunum.

Á nokkrum svæðum á Norðurlandi er verið að vinna að verkefnum og matarstígum sem tengjast mat úr héraði. Taste North Iceland skapar nýtt tækifæri til að styðja við þessi verkefni svo þau nái betri athygli á erlendum mörkuðum og styður sem fyrr segir við þróun Norðurlands sem áfangastaðar með sterka tengingu við mat og upplifanir sem tengjast mat. Þessar upplifanir þurfa að vera sem fjölbreyttastar til þess að það takist. Þær geta snúist um allt frá matarmörkuðum til fínni veitingastaða, dagsferðir með áherslu á mat, matarstíga og matarhátíðir.

Í verkefninu verður lögð áhersla á norðlenskt hráefni og hefðbundna matarframleiðslu, þar sem ferðamenn vilja upplifa áfangastaðinn í gegnum mat. Þeir vilja smakka, fræðast og eiga í samskiptum með því að njóta alvöru norðlenskrar matarupplifunar. Á þeim forsendum hefur verið búin til „verkfærakista“ (e. Tool kit) um mat úr héraði, til þess að hjálpa samstarfsfyrirtækjum MN að skapa þessar upplifanir og nýta þeirra eigin boðleiðir í markaðssetningu.

Fyrir Taste the Arctic Coast Way verkefnið, hefur verið útbúið sérstakt stafrænt „vegabréf“ sem verður þungamiðjan í markaðssetningu þess verkefnis. Sérhver matarstígur á Norðurlandi getur nýtt fyrirmyndina að þessu vegabréfi til að skapa sitt eigið, en öll vegabréfin verða markaðssett saman undir nafninu Taste North Iceland. Hugmyndin er sú að ferðamenn geti safnað norðlenskum uppskriftum í vegabréfin sín, frá veitingastöðum og öðrum sem taka þátt og skapa þannig sína eigin norðlensku uppskriftabók.

Haldnir verða fjarfundir til að kynna hugmyndina á bakvið Taste North Iceland og verður MN í nánnum samskiptum við forsvarsmenn svæðisbundinna verkefna innan Norðurlands. Auk þess verður MN í sambandi við þau samstarfsfyrirtæki sem starfa í matvælageiranum til að aðstoða þau við að nýta þau markaðsstól sem verða til í verkefninu.

Framtíðarverkefni

MN er með í skoðun nokkur verkefni sem lögð verður áhersla á frá 2021 til 2023. Þau verkefni styðja við þá uppbyggingu sem MN hefur unnið að á undanföllum árum. Einkenni þessara verkefna er að þau hafa ekki skýrt upphaf og endi heldur styrkja langtíma uppbyggingu. Hér verður þessum verkefnum lýst nánar og það skal tekið fram að áherslur og vinna verkefnanna verður háð styrkjum og gæti mögulega breyst í ferlinu.

Vetrarferðaþjónusta

Einn helsti styrkleiki áfangastaðarins Norðurlands er sú vetrarferðaþjónusta sem í boði er. Hún er einnig nýtt sem ein af aðalmarkaðsáherslum áfangastaðarins. Því eru ákveðin tækifæri til að skoða hvernig hægt er að ná betri árangri í vetrarferðaþjónustu. Verður því lögð áhersla á að greina eftirfarandi atriði:

- Greining á sérstöðu Norðurlands sem áfangastaðar fyrir vetrarferðaþjónustu
- Hvernig geta fyrirtæki á Norðurlandi nýtt tækifæri í vetrarferðaþjónustu

- Greining á mögulegum þróunarverkefnum til að styðja við vetrarferðapjónustu.
- Þróun á markaðsaðgerðum.
- Greining á markhóp vetrarferðapjónustu á Norðurlandi.

Verkefnið verður leitt af MN og samstarfsaðilar eru fyrirtæki og sveitarfélög á svæðinu.

Skíði á Norðurlandi

Undanfarin ár hefur MN unnið að ákveðnum rannsóknum og greiningum á skilgreindum markhópum til að geta náð betur til þeirra. Þó svo að skíðaiðkun sé einn af lykilþáttum í verkefninu um vetrarferðapjónustu er það mat MN að gerð verði sérstök greining á öllum þáttum markaðssetningar á skíðum. Þar verði skoðaðir allir vinklar á öllum tegundum skíðaiþróttta, hvort sem um ræðir á troðnum brautum á skíðasvæðum, gönguskíðasvæðum eða utanbrauta skíðaferðir á fjallaskíðum. MN metur það sem svo að hægt sé að ná betri árangri og finna sérstöðu Norðurlands sem skíðaparadís út frá styrkleikum svæðisins. Eftirfarandi atriði yrðu skoðuð:

- Greining á sérstöðu svæðisins
- Markaðsaðgerðir
- Greining á mögulegum þróunarverkefnum
- Rannsókn á ferðamönnum

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

Sjálfbær ferðapjónusta á Norðurlandi

MN hefur verið með í skoðun að greina og þróa möguleg tækifæri í sjálfbærri ferðapjónustu. Verkefninu er ætlað að þróa stefnu um sjálfbæra og ábyrga ferðapjónustu fyrir Norðurland. Fyrir stefnuna er nauðsynlegt að þróa yfirsýn yfir megináfganga vinnunnar og vinnuflæði þar sem það er langtímaþróun að innleiða sjálfbæra umbreytingu í ferðapjónustu. Stefnan verður í samræmi við innlenda stefnu Íslands fyrir sjálfbæra ferðapjónustu. Hægt er að skipta ferlinu í þrjá þætti:

- Þróun stefnumótunarflæðis
- Þróun áfangastaðar
- Kortlagning og þátttaka hagsmunaaðila

Verkefnið verður leitt af MN og samstarfsaðilar eru fyrirtæki, sveitarfélög og stjórnvöld.

Film in North Iceland

Undanfarin ár hefur áfangastaðurinn Norðurland verið notaður fyrir tökum á kvikmyndum, þáttum og auglýsingum. MN hefur veitt aðstoð við slík verkefni og er vilji til að kanna enn frekar hvernig er hægt að nýta þessi tækifæri. MN hefur unnið náið með Film in Iceland og meðal annars staðið fyrir kynningarferð fyrir tökustaðastjóra (Location Managers) frá Hollywood um Norðurland.

Í þessu verkefni verða tvær lykiláherslur, sem eru eftirfarandi:

- Greina og markaðssetja kvikmyndaverkefni sem tekin hafa verið á Norðurlandi
- Gagnagrunnur fyrir framleiðslufyrirtæki

Verkefnið verður leitt af MN í samvinnu við sveitarfélög og Film in Iceland.

Ævintýraferðapjónusta á Norðurlandi

Ævintýraferðapjónusta hefur verið ein af markaðsáherslum MN. Þar hafa þau atriði verið dregin fram sem tengjast ævintýraferðapjónustu, en MN telur að Norðurland geti orðið leiðandi áfangastaður í þessum flokki. Á Norðurlandi eru mikil tækifæri í þjónustu sem tengist til dæmis fjallahjólum, ísklifri, fjallahlaupum, svífvængjaflugi, skíðamennsku og fleiru. Því langar MN að gera eftirfarandi til að meta þessa möguleika:

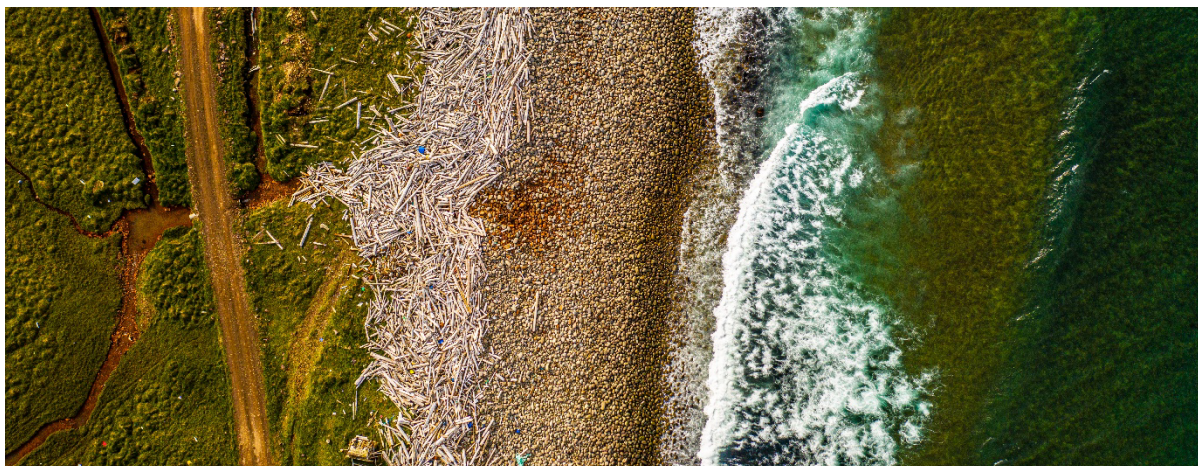
- Greining á sérstöðu svæðis og samkeppnishæfni þess í ævintýraferðapjónustu
- Greining á mögulegum markaðs- og þróunarverkefnum

Verkefnið verður leitt af MN í samvinnu við fyrirtæki og sveitarfélög á svæðinu.

Áhrif heimsfaraldurs Covid-19

Í upphafi árs 2020 hófst atburðarrás sem fáir áttuðu sig þá almennilega á og sáu ekki fyrir að hún myndi nánast stöðva ferðalög um heiminn til lengri tíma. Hefur þetta haft gríðarleg áhrif á ferðapjónustu og fyrirtæki gengið í gegnum miklar breytingar. Einhver hafa þurft að sameinast öðrum, ráðast í aukið samstarf og önnur hafa farið í gjaldþrot. Í maí og ágúst 2020 gerði MN könnun á viðbrögðum fyrirtækja við heimsfaraldri Covid-19. Þar kom meðal annars fram að þrír fjórðu hlutar þeirra sem svöruðu, töldu frekar eða mjög líklegt að þau myndu lifa ástandið af. Höfðu rúmlega helmingur þeirra aðlagað vöruframboð sitt vegna breyttra aðstæðna. Hins vegar voru um 18% þeirra sem svöruðu ekki viss um hvort þau myndu hafa opið næstu 12 mánuðina.

Það eru því miklir óvissutímar framundan og áhrif faraldursins ekki enn komin í ljós að fullu. Þó svo bóluþefni komi innan tíðar þá er skuldasöfnun fyrirtækja búin að aukast svo mikið að óvíst er hvernig framhaldið verður hjá stórum hluta þeirra.



Stöðugreining

Þróun á Norðurlandi út frá markaðssvæðum.

Undanfarin ár hefur MN tekið saman gögn frá Hagstofunni um gistinætur og markaðssvæði út frá póstnúmerum.

Skipting eftir póstnúmerum

Norðvestursvæði		Miðsvæði	Norðaustursvæði		
530	Hvammstangi	551	Sauðárkrókur	640	Húsavík
531	Hvammstangi	560	Varmahlíð	641	Húsavík
540	Blönduós	565	Hofsós	645	Fosshóll
541	Blönduós	566	Hofsós	650	Laugar
545	Skagaströnd	570	Fljót	660	Mývatn
		580	Siglufjörður	670	Kópasker
		600	Akureyri	671	Kópasker
		601	Akureyri	675	Raufarhöfn
		602	Akureyri	680	Þórshöfn
		603	Akureyri	681	Þórshöfn
		610	Grenivík	685	Bakkafjörður
		611	Grimsey		
		620	Dalvík		
		621	Dalvík		
		625	Ólafsfjörður		
		630	Hrísey		

Við greininguna eru skoðuð stærstu markaðssvæðin, hvaðan ferðamenn eru að koma til Norðurlands. Þau eru eftirfarandi:

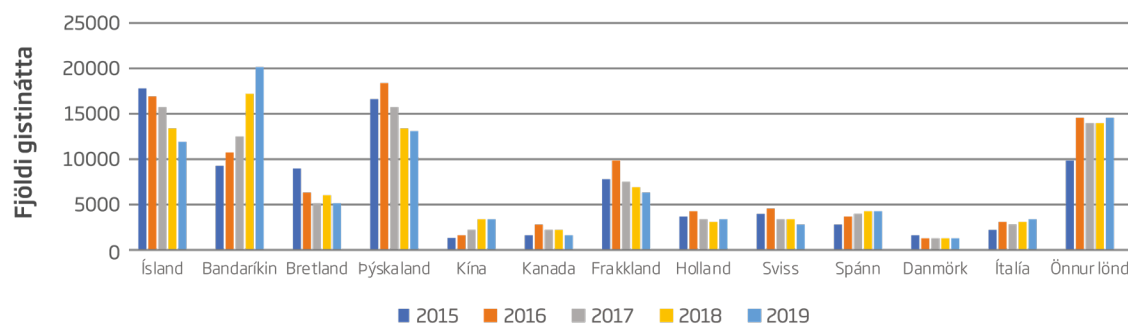
- Bandaríkin
- Þýskaland
- Bretland
- Frakkland
- Spánn
- Kína

- Kanada
- Holland
- Sviss
- Danmörk
- Ítalía
- Önnur lönd

Norðvestursvæði

Svæðið frá Hvammstanga til Skagastrandar heyrir undir Norðvestursvæði.

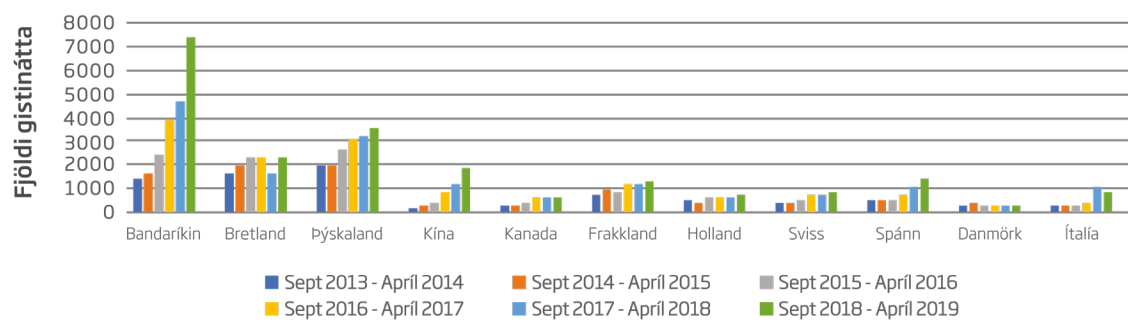
Gistinætur á Norðvestursvæði



Þar hefur verið töluverð breyting á milli ára þar sem gistinóttum hjá ferðamönnum frá Þýskalandi hefur fækkað um 16% frá 2017 til 2019. Á sama tímabili hefur gistinóttum bandarískra ferðamanna fjölgað um 58%. Þriðja stærsta markaðssvæðið er Frakkland, en gistinóttum keyptum af ferðamönnum þaðan hefur fækkað um 18% milli 2018 - 2019. Hins vegar er áhugavert að sjá að gistinóttum kínverskra ferðamanna fjölgaði hlutfallslega mest milli árunna 2015 - 2019 eða um 164%. Milli árunna 2018 - 2019 var hins vegar einungis 2% aukning en þar áður um 30% aukning milli árunna 2017 - 2018. Mesta fækkunin milli árunna 2015 - 2019 var hins vegar á Bretlandsmarkaði eða um 41%.

Áfram skoðum við líka vetrartímabil hvers svæðis fyrir sig. Þar hafa orðið breytingar sem áhugavert er að skoða.

Vetrartímabil á Norðvestursvæði



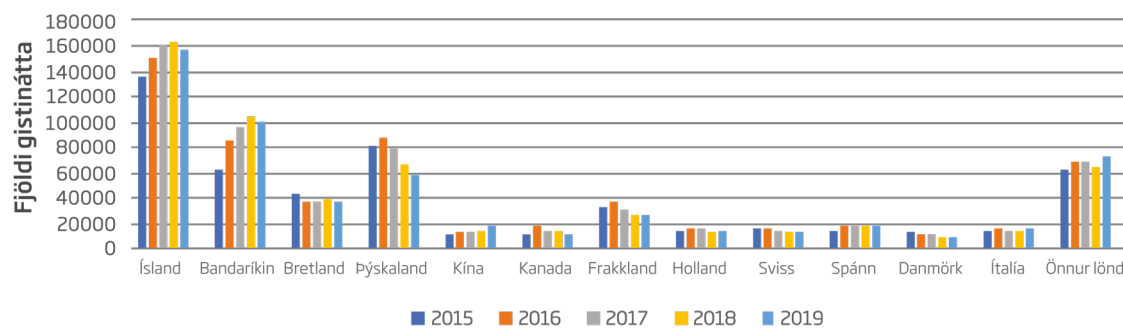
Það sem er sérstaklega áhugavert er að frá öllum stærstu markaðssvæðum hefur orðið fjölgun á gistinóttum ferðamanna milli ára 2018 - 2019. Mesta aukning var frá Bandaríkjunum eða um

59% milli ára 2018 - 2019. Næst mesta aukningin á sama tímabili var frá Kína sem var 54%.

Miðsvæði

Miðsvæði er frá Sauðárkróki til Grenivíkur.

Gistinætur á Miðsvæði

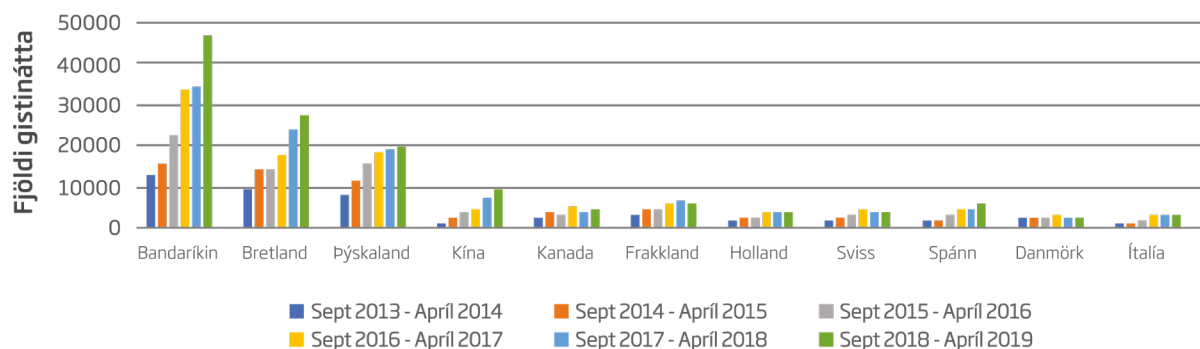


Það er ljóst að gistinóttum frá mikilvægustu markaðssvæðunum hefur fækkað og þá sérstaklega frá Þýskalandi, en gistinóttum þýskra ferðamanna fækkaði um 33% frá 2016 til 2019. Fjöldi gistinótta hjá Þjóðverjum er því kominn í svipaðar tölur og árið 2015. Þá má nefna markaðssvæði eins og Bandaríkin, en gistinóttum hjá ferðamönnum þaðan hefur stöðugt fjölgað síðan 2011 eða um 32% að meðaltali á milli ára, en síðan varð 4% fækkun milli ára 2018 og 2019. Hins vegar fjölgaði gistinóttum kínverskra ferðamanna mest á milli ára 2018 og 2019 eða um 30%.

Þegar vetrartímabil eru skoðuð kemur fram að mesta aukningin hefur orðið á Bandaríkjamarkaði eða 35% aukning í gistinóttum ferðamanna þaðan á milli tímabila. Það verður að teljast mjög ánægjulegur árangur miðað við að það var 4% fækkun milli ára 2018 og 2019 í heild.



Vetrartímabil á Miðsvæði

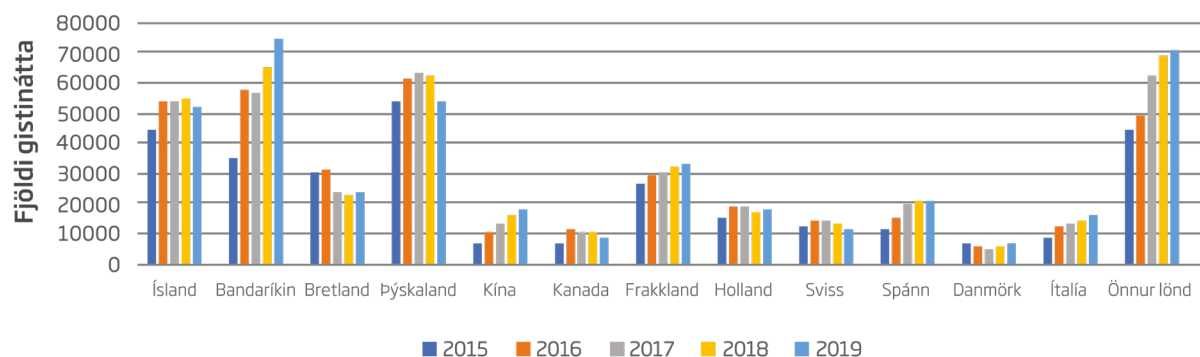


Ánægjulegt er að sjá að fjölgun hefur verið á gistinguáttum ferðamanna frá þeim fimm stærstu markaðssvæðum sem hafa verið að koma yfir vetrartímabilið. Þá sést vel hvernig leiguflug Super Break hefur haft jákvæð áhrif á breska markaðinn.

Norðaustursvæði

Norðaustursvæði nær frá Mývatni til Bakkafjarðar.

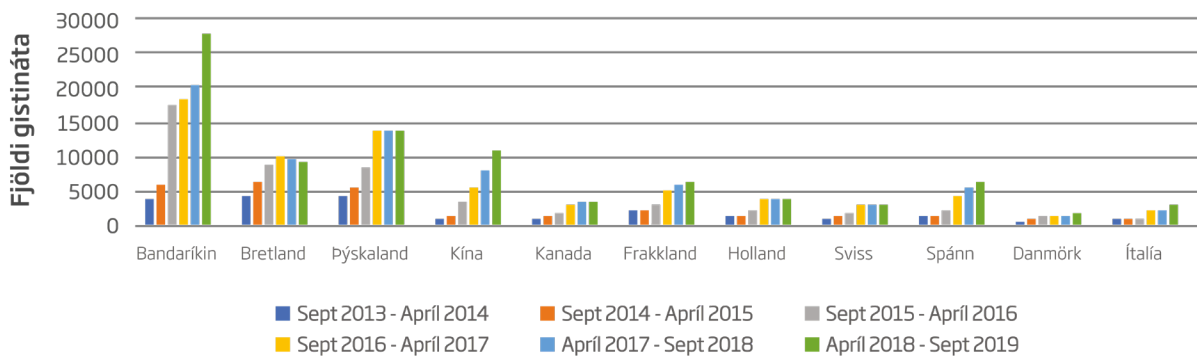
Gistinætur á Norðaustursvæði



Þar fjölga gistinguáttum bandarískra ferðamanna einnig, um 14% milli ára 2018 - 2019. Hins vegar fellur þýski markaðurinn í fjölda gistinguátta um 14%, og var því fjöldi gistinguátta álíka og árið 2014. Þó var aukning frá flestum öðrum markaðssvæðum og kemur kannski á óvart að gistinguáttum danskra ferðamanna fjölgaði um 32% milli ára 2018 - 2019.

Þegar vetrartímabilið er skoðað þá kemur fram að Bandaríkjamarkaður er orðinn langstærstur með um 28 þúsund gistinguætum. Var aukningin 36% milli ára 2018 - 2019. Auk þess hefur orðið mikil aukning á ferðamönnum frá Kína og keyptu þeir 33% fleiri gistinguætum milli ára 2018 - 2019. Það sem kemur kannski mest á óvart er að gistinguætum frá Kína eru orðnar fleiri en hjá breska markaðnum, þar munar um 1400 gistinguætum.

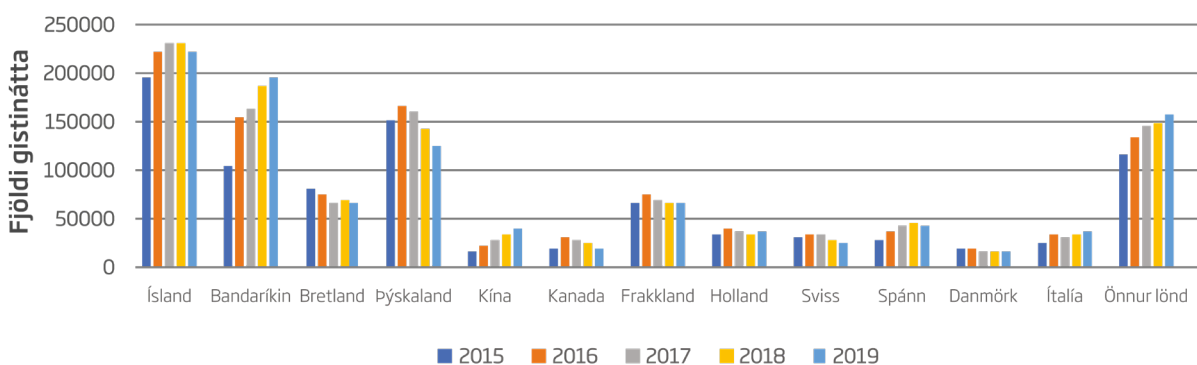
Vetrartímabil á Norðaustursvæði



Norðurland

Síðustu þrjú ár hefur orðið lítil breyting á milli ára á gistinguáttum á Norðurlandi öllu. Milli 2018 - 2019 var 1% fækkun. Árið 2017 - 2018 var 1% aukning og engin breyting var milli 2016 - 2017.

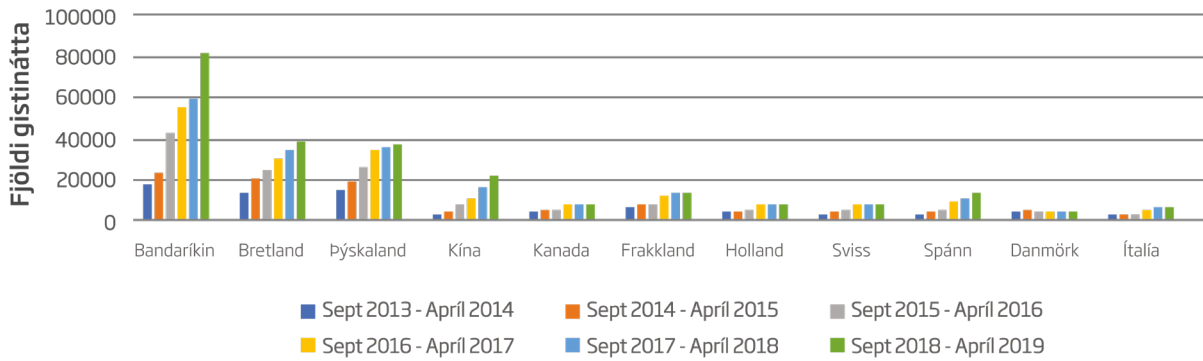
Gistinætur á Norðurlandi



Hins vegar hefur orðið mikil breyting á milli markaðssvæða á þessum þremur árum. Þar hafa Bandaríkin tekið yfir sem stærsta markaðssvæðið og hefur aukningin frá 2016 - 2019 verið um 27%. Þýskaland var stærsta markaðssvæði Norðurlands árið 2016, en þar hefur gistinguáttum fækkað um 25% á sama tímabili. Sala til Kína hefur aukist á sama tímabili um 74% og þar munar einna helst um hversu margir koma yfir vetrartímabilið. Ánægjulegt var að sjá Dani koma til Norðurlands í auknum mæli en þar var 13% aukning gistinguáttu milli ára 2018 - 2019. Bretland virðist vera með svipaðan fjölda gistinguáttu á Norðurlandi og má áætla að ef Super Break hefði ekki hafið beint áætlunarflug til Akureyrar hefði líklega orðið 10% fækkun í seldum gistinguáttum til Breta en þess í stað varð 4% aukning. Samkvæmt mati Super Break skiluðu þessir farþegar um 500 milljónum króna í hagkerfið á Norðurlandi á þessum tíma. Samkvæmt könnun sem unnin var meðal farþega Super Break var meðaleyðsla hvers gests tæplega 70.000 kr meðan á dvölinni stóð (fyrir utan fyrirfram keypta þjónustu Super Break

s.s. gistingu, ferðir ofl.) Það þýðir að yfir 300 milljónir komu inn sem tekjur til fyrirtækja á svæðinu sem annars kæmu ekki til. Mikilvægi beinna flugferða erlendis frá er því gríðarlegt fyrir áfangastaðinn Norðurland.

Vetrartímabil á Norðurlandi



Þegar Norðurland allt er skoðað þá kemur í ljós að fjölgun er á gistingu yfir vetrartímabilið nánast frá öllum stærstu markaðssvæðum ferðamanna sem koma til Norðurlands. Einungis í Frakklandi og Danmörku var fækkun milli tímabila sept 2018 - apríl 2019. Lang mesta aukning gistingu var hjá ferðamönnum frá Bandaríkjunum eða 37% á þessu tímabili. Kína kom næst með 33% fjölgun á sama tímabili. Síðan er ánægjulegt að sjá að gistingu ferðamanna frá Spáni fjölga á vetrartímabilinu eða um 18%. Þessar tölur gefa Norðurlandi byr undir báða vængi í þeim aðgerðum sem MN stefnir að í markaðsetningu á vetrartímabilinu.



Framtíðarsýn

Framtíðarsýn Norðurlands

Norðurland stendur fyrir einstaka og fjölbreytta náttúru, vetrarupplifun, dýralíf, sögu, menningu og listir og einstaka viðburði. Framtíðarsýn Norðurlands er að aukning verði á vægi ferðaþjónustu **allt árið** sem tryggi uppbyggingu

innviða, greiðar **samgöngur**, fleiri **heilsársstörf** og meiri **framlegð** í greininni.

Ein grundvallarforsenda þess að ná markmiðum í nánustu framtíð er að beint áætlunarflug hefjist til Norðurlands.



Í áfangastaðaáætlun árið 2018 var framtíðarsýnin endurskoðuð fyrir áfangastaðinn Norðurland. Verður sú framtíðarsýn áfram að leiðarljósi en þó skerpt á því hvernig hægt er að ná henni:

„Norðurland stendur fyrir einstaka og fjölbreytta náttúru, vetrarupplifun, dýralíf, sögu, menningu og listir og einstaka viðburði. Framtíðarsýn Norðurlands er að aukning verði á vægi ferðaþjónustu allt árið sem tryggi uppbyggingu innviða, greiðar samgöngur, fleiri heilsársstörf og meiri framlegð í greininni.

Ein grundvallarforsenda þess að ná markmiðum í nánustu framtíð er að beint áætlunarflug hefjist til Norðurlands.“

Eins og sést á skýringarmyndinni eru tveir þættir settir fram til að ná þessari framtíðarsýn. Þeir eru annars vegar stefnuáherslur sem felast í þróunarverkefnum til að áfangastaðurinn þróist í rétta átt. Hins vegar eru það markaðsáherslur sem innihalda ákveðin verkefni sem styðja við sérstöðu svæðisins og tryggja að hægt verði að ná tilætluðum árangri.

Stefnuáherslur

Stærstu atriðin í stefnuáherslum eru verkefni sem tengjast þróun á áfangastaðnum. Eins og sést á myndinni eru fjögur lykilverkefni sem snúast að stærstum hluta um að leggja áherslu á þróun á svæðinu. Sum af þessum verkefnum eru eingöngu þróunarverkefni eins og forgangsröðun vegamála og forgangsröðun verkefna Áfangastaðaáætlunar (DMP.) Í kafla um forgangsröðun verkefna er þessum verkefnum ítarlega lýst. Hlutverk MN er að aðstoða við að þessi verkefni verði kláruð og þau fái allan þann stuðning sem þau þurfa, þar sem þetta eru verkefni sem viðkomandi sveitarfélög og svæði hafa ákveðið að skipti mestu máli í uppbyggingu svæðisins. Að auki hefur MN unnið hörðum höndum að því að koma á framfæri áherslum ferðapjónustuaðila um vegaframkvæmdir á Norðurlandi. Árið 2015 lét MN gera forgangslista ferðapjónustuaðila varðandi vegamál. Hefur töluverður árangur orðið síðan þá þar sem framkvæmdir hafa hafist á lykilverkefnum eins og Dettifossvegi og Bakkafjarðarvegi. Hins vegar á enn eftir að byggja upp mikilvæga vegi eins og Vatnsnesveg og veginn út fyrir Skaga, svo dæmi séu nefnd. Auk þess hefur MN unnið í samvinnu við Vegagerðina að innleiðingu á fyrstu brúnlitunum við Norðurstrandarleið og barist fyrir fleiri útskotum og áningarstöðum. Heldur sú vinna áfram.

Síðan eru það verkefni eins og Flugklasinn Air 66N og Norðurstrandarleið sem hægt er að kalla markaðspróunarverkefni, þar sem í báðum tilfellum er verið að markaðsetja og þróa viðkomandi vöru. Árangur beggja þessara verkefna er byggður á samvinnu helstu hagsmunaaðila eins og ferðapjónustufyrirtækja og sveitarfélaga. Báðum þessum verkefnum er nánar lýst hér framar í skýrslunni.

Markaðsáherslur

Í áfangastaðaáætlun árið 2018 voru settar fram lykiláherslur í markaðssetningu á áfangastaðnum Norðurlandi. Þar var reynt að draga saman þá þætti sem einkenna markaðssetningu á áfangastaðnum og þannig fá skýrari fókus á hvernig framtíðarsýninni verði náð. Í þessari áfangastaðaáætlun verður því síðan lýst hvernig markaðsáætlun út frá þessum markaðsáherslum verður framfylgt. Það var meðal annars hægt vegna tilkomu markaðsrannsóknna sem gerðar voru á ferðapjónustuaðilum á Norðurlandi og erlendum ferðamönnum. Nánari er fjallað um þessar áherslur í kafla um markaðsáætlun.

Markaðssetning

Í þessum kafla verður farið yfir helstu áherslur MN í markaðssetningu á áfangastaðnum Norðurlandi. Undanfarin tvö ár hefur gríðarlega mikil vinna farið í að móta skýra stefnu og þróun á markaðsáætlun svæðisins. Unnið hefur verið með þær grunnmarkaðsáherslur sem áfangastaðurinn Norðurland hefur staðið fyrir sem eru **náttúru-, ævintýra- og sjálfbær ferðapjónusta, vetrarferðapjónusta** og **saga, menning og listir**.

Meðal annars var búin til vörumerkjahandbók og þá var ráðist í stærstu markaðsrannsókn á ferðapjónustu sem gerð hefur verið á Norðurlandi.

Vörumerkjahandbók

Á undanförunum árum hefur verið unnið markvisst að því að kynna helstu aðdráttaröfl á Norðurlandi og byggja þannig upp sterka ímynd af svæðinu. Kallað hefur verið eftir því að þeim vörum sem í boði eru sé betur „pakkað inn“ því að þannig megi skapa sterka segla. Einnig hafa ný tækifæri verið greind og unnið að því að bæta úr þeim vanköntum sem hafa verið á framboði þjónustu eða dreifileiðum. Farið hefur verið í mikla vöruþróunavinnu og út úr henni hafa komið sterkar vörur eins og td. Norðurstrandarleið og Demantshringurinn sem bæði eru verkefni sem eru drifin áfram af ferðapjónustufólki sem sér tækifærin á svæðinu. Markaðspróunin snýst svo um að koma verkefnunum betur á framfæri. Einnig má nefna Flugklasann Air 66N þar sem unnið er markvisst að því að bæta dreifileiðir þjónustunnar auk þess að búa til sterk markaðsverkefni. Ski Iceland er enn eitt dæmið auk þess sem MN hefur komið að markaðssetningu Birding North Iceland fyrir fuglaskoðara.

Gott framboð á vörum eins og þessum kallar á skýra sýn varðandi það fyrir hvað Norðurland stendur og hver sérstaða hvers verkefnis er. Nauðsynlegt er að greina á milli þessara verkefna til þess að gefa viðskiptavinum skýra mynd. Nú þegar hafa verið unnar vörumerkjahandbækur fyrir Norðurstrandarleið og Demantshringinn en einnig hefur verið gefin út handbók fyrir Norðurland. Þar er sérstaða Norðurlands dregin fram og unnið með vörumerkið sem yfirheiti fyrir vörurnar sem þar eru í boði og áhersla er lögð á sérstöðuna sem felst í því að vera með áfangastað sem er einn sá norðlægasti í heimi, þar sem ferðamenn stefna ávallt norður. Samhliða mörkunarvinnunni var unnin handbók um notkun vörumerkisins enda sífellt fleiri sem eru að nýta merkið North Iceland. Í rannsóknum hefur einnig komið fram hversu mikilvægt það er að fyrirtæki og einstaklingar noti nafnið North Iceland eða Norðurland til þess að byggja undir sterka ímynd meðal ferðamanna. Þessi vörumerkjahandbók ætti að nýtast fyrirtækjum til að vinna markvisst með nafn svæðisins. Samstaða og slagkraftur samstarfsfyrirtækjanna sem standa saman að þeirri ímynd getur skapað sterka vitund á markaði og komið Norðurlandi vel á kortið sem áfangastað.

Markaðsrannsóknir

Síðan áfangastaðaáætlun var gefin út árið 2018 hefur MN unnið markvisst að því að safna gögnum, meðal annars frá Hagstofunni, og unnið að gerð rannsókna og kannanna. Í þessum kafla verður farið yfir þessar rannsóknir og helstu niðurstöður úr þeim. Þegar unnið var að áfangastaðaáætlun árið 2017 kom í ljós mikill skortur á staðbundnum rannsóknum á Norðurlandi. Í framhaldinu fór MN að vinna að því að fá fleiri staðbundin gögn. Sótti MN meðal annars um í Sóknaráætlun og fékk styrk frá báðum landshlutasamtökunum SSNV og SSNE. Þaðan fengust 18,5 milljónir króna sem er hæsta upphæð sem hefur fengist í rannsókn á ferðapjónustu á Norðurlandi. Auk þess lét MN gera fleiri rannsóknir sem verður sagt frá hér að

neðan. Nú er hins vegar verið að vinna rannsóknaráætlun ferðapjónustu á Íslandi og eru vísbendingar um að þar muni vera lögð áhersla á staðbundnar rannsóknir, sem ber að fagna enda sendi MN inn umsögn um frumvarp þess efnis sem var vel tekið. Hér að neðan verður þessum rannsóknum lýst nánar.

Rannsókn MN 2019

Eins og komið hefur fram fékk MN styrk til að gera rannsókn á ferðamönnum og ferðapjónustuaðilum á Norðurlandi. Var samið við Rannsóknamiðstöð ferðamála og ferðamáladeild Háskólans á Hólum um framkvæmdina. Rannsókninni var skipt upp í þrjá mismunandi þætti sem voru eftirfarandi:

- Skýrsla 1: Markaðssetning ferðapjónustufyrirtækja og sveitarfélaga á Norðurlandi
- Skýrsla 2: Ferðavenjur og viðhorf erlendra ferðamanna á Norðurlandi
- Skýrsla 3: Ummæli ferðamanna á Instagram, TripAdvisor og Facebook

Markaðssetning ferðapjónustufyrirtækja og sveitarfélaga á Norðurlandi

Í þessari rannsókn voru fyrirtæki sem starfa á Norðurlandi spurð út í markaðssetningu þeirra og er það í fyrsta skipti sem það er gert með þessum hætti. Um netrannsókn var að ræða sem send var á 344 netföng og komu 173 gild svör sem er 50% svarhlutfall. Meðal helstu niðurstaðna var að markaðssetning fyrirtækja fer helst fram á vefsíðum þeirra og á samfélagsmiðlum. Auk þess skiptu bókunarsíður miklu máli. Síðan voru bein samskipti við ferðaskrifstofur og ferðaheildsala mikilvæg í markaðssetningu fyrirtækja. Auk þess kom fram að skortur væri á markaðspekkingu hjá fyrirtækjum. Nánari upplýsingar um rannsóknina er að finna á nordurland.is.

Ferðavenjur og viðhorf erlendra ferðamanna á Norðurlandi

Í skýrslu 2 voru ferðavenjur og viðhorf erlendra ferðamanna á Norðurlandi til athugunar. Gerð var viðtalsrannsókn og notuð var eiginleg rannsóknaraðferð í formi hálfstaðlaðra djúpvíðtala. Voru alls 32 viðtöl tekin við 58 viðmælendur. Þar kemur fram að ferðamenn dvelja almennt ekki lengi á Norðurlandi og upplifðu ekki að þeir væru að heimsækja Norðurland heldur Ísland. Flestir lýstu Norðurlandi sem öðruvísi, fallettu með stórbrotnu útsýni. Töluðu þau um að bókunarsíður og síður á borð við Google Maps væru mikilvægar upplýsingaveitur. Auk þess kom í ljós að bloggarar hefðu töluverð áhrif. Síðan var áhugavert að sjá hversu fáir af þeim sem svöruðu notuðu Facebook. Almenn ánægja var með upplifun á Norðurlandi og töluðu flestir um að ferðin hefði staðist væntingar eða farið fram úr þeim. Nánar um rannsóknina er að finna á nordurland.is.

Ummæli ferðamanna á Instagram, TripAdvisor og Facebook

Í skýrslu 3 var valið að leita gagna á stærstu samfélagsmiðlum sem tengjast ferðapjónustu. Fór gagnaöflun þannig fram að skoðuð voru gögn á þremur leitarstrengjum: #northiceland (alls 62.450 færslur), #northicelandIS (alls 1.683 færslur) og #northicelandadventure (alls

1.326 færslur). Samkvæmt greiningunni telja ferðamenn það mikinn kost að færri ferðamenn séu á Norðurlandi, sem birtist meðal annars í því að langflestir birta myndir þar sem ekkert fólk er í rammanum. Þessum myndum er jafnframt deilt jafnt á meðan ferðalaginu stendur eins og eftir það. Nánari upplýsingar um rannsóknina er að finna á nordurland.is.

Aðrar rannsóknir

Fleiri rannsóknir voru gerðar á árinu 2019. Eitt af verkefnum sem MN vann í framhaldi af áfangastaðaáætlun var að skoða tækifæri í sögutengdri ferðþjónustu á Norðurlandi. Var ákveðið að gera tvær rannsóknir. Annars vegar rannsókn sem yrði gerð á 14 mismunandi söfnum, setrum og sýningum á Norðurlandi sumarið 2019 og hins vegar rannsókn á gögnum sem byggð er á Dear Visitor könnun sem gerð er í Leifstöð.

Spurningakönnun var framkvæmd af Rannsóknamiðstöð Ferðamála og svöruðu 823 rannsókninni eða 625 erlendir gestir og 198 innlendir gestir á söfnum, setrum og sýningum á Norðurlandi. Þar kom meðal annars fram að rúmlega þriðjungur ferðamanna tekur ákvörðun um að heimsækja söfn nokkuð fyrirvaralaust. Þriðjungur hefur ákveðið að heimsækja söfn áður en ferðin hefst. Síðan virðast ferðamannabækur hafa mikið um að segja að þeir heimsæki viðkomandi söfn. Auk þess var minnst á að ferðavefir og blogg nái til ákveðin hóps ferðamanna. Nánar um rannsóknina á nordurland.is.

Dear Visitor rannsóknin er framkvæmd árlega af Rannsóknnum og ráðgjöf ferðþjónustunnar (RRF) á Leifstöð. Þar eru gestir spurðir um upplifun á ferðalagi sínu um Ísland. MN fól RRF að taka saman niðurstöður þeirra sem heimsækja söfn, setur og sýningar á Norðurlandi. Þar eru skoðaðir þættir eins og hvort íslensk saga og menningararfur hafi haft áhrif á ákvörðun um Íslandsferð. Auk þess hvort Íslendingarsögurnar eða íslenskar bíómyndir/heimildamyndir hafi veitt upplýsingar um væntanlega Íslandsferð. Nánar má lesa um rannsóknina á nordurland.is.

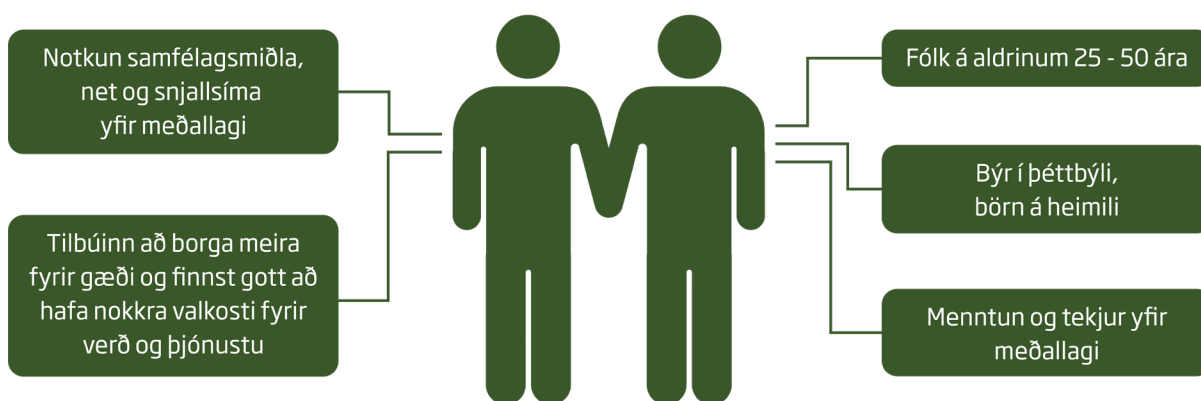
Markaðsáætlun

Í áfangastaðaáætlun 2018 var ákveðið hverjar markaðsáherslur MN yrðu næstu árin. Þessi áhersluatriði voru sett saman í þrjár lykil markaðsáherslur: **náttúru**, **ævintýra og umhverfisvæn ferðþjónusta**, **vetrarferðþjónusta** og **saga, menning og listir**. Í ljós kom að mikill skortur var á gögnum til að gera skýra markaðsáætlun fyrir áfangastaðinn. Því hefur verið lögð áhersla á að gera rannsóknir á ferðþjónustu á Norðurlandi undanfarin tvö ár. Eitt af því sem sérstaklega vantaði var greining á hver væri lykil markhópur Norðurlands út frá markhópagreiningu Íslandsstofu. Kom í ljós að það væri „Lífsglaði heimsborgarinn“. Með þær upplýsingar og fleiri niðurstöður þessara rannsókna er loks hægt að gera skýra markaðsáætlun út frá markaðsáherslum sem skilgreindar eru út frá markhóp og markaðssvæðum. Auk þess er hægt að draga fram hvaða verkefni styðja við markaðsáherslurnar og þannig má búa til skýra sýn á hvað MN ætlar að gera og hvernig. Hér að neðan verður markaðsáætlun MN útskýrð.

Náttúru, ævintýra og sjálfbær ferðapjónusta

Í þessari markaðsáherslu er lögð áhersla á að draga fram styrkleika náttúru-, ævintýra- og sjálfbærrar ferðapjónustu á Norðurlandi. Í rannsókn MN kemur fram að lífsglaði heimsborgarinn sé lykil markhópur Norðurlands sem byggt er á markhópagreiningu Íslandsstofu. Því verður áhersla lögð á þennan markhóp við þessa markaðsáherslu. Stutt lýsing á markhópnum:

„Úthverfur, skapandi og opinn fyrir nýjungum og félagsskap. Forvitinn að eðlisfari og vill ögra sjálfum sér með því að upplifa framandi náttúru og menningu, en þó án þess að setja sig í óþarfa hættu. Hann vill sjá hvernig fólk á ólíkum stöðum hagar lífi sínu og gefur sér tíma til að upplifa og skynja.“ (heimild, www.islandsstofa.is)



Markaðssvæði

Út frá markhópum hafa verið skilgreind ákveðin markaðssvæði, sem unnið er með í þessari markaðsáherslu. Þessi markaðssvæði skora líka hátt í markhópagreiningu Íslandsstofu auk þess að vera lykilmarkaðssvæði Norðurlands. Þau eru eftirfarandi:

 <p>Í rannsókn sem gerð var árið 2019 voru Bandaríkjamenn stærsti markhópur eða 20% þeirra sem svöruðu spurningunni sem heimsótti söfn, setur og sýningar á Norðurlandi.</p>	 <p>Bretland er fjórða stærst á Norðurlandi eða 65 þús. gistinætur árið 2019 sem var 4% minnkun milli 2018 - 2019.</p>	 <p>Þýskaland var næst stærst á Norðurlandi eða 125.þús. gistinætur árið 2019 sem var 12% minnkun milli 2018 - 2019.</p>	 <p>Frakkland var þriðja stærst eða 66 þús gistinætur árið 2019 sem breyttist ekkert milli ára 2018 - 2019.</p>
<p>Mesta aukning var á Norðvestur svæði eða 16% aukning milli 2018 - 2019.</p>	<p>Var 4% aukning á Norðaustursvæði annars var minnkun á báðum svæðum.</p>	<p>Minnkun var á öllum svæðum innan Norðurlands en þó mest á Norðaustur svæði eða 14%.</p>	<p>Var 2% aukning á Norðaustur svæði, annars var minnkun á hinum svæðunum á Norðurlandi.</p>

Verkefni sem styðja við markaðsáherslur

Norðurstrandarleið

Eins og komið hefur fram er Norðurstrandarleið 900 km leið meðfram strönd Norðurlands. Verkefnið fellur vel að þessari markaðsáherslu þar sem leiðin býður upp á einstaka náttúru sem inniheldur fjöll, strendur, björg, sjávarþorp, gönguleiðir, miðnætursólarstaði, dýralíf ofl. Það sem gerir leiðina einstaka er að þú veist aldrei hvaða ævintýri verða næst. Á leiðinni er fjölbreytt afþreying eins og sæþota (jet ski,) kayak, róðrabretti (paddleboard,) dagsferðir, gönguleiðir og hjólaleiðir sem gera upplifun leiðarinnar einstaka fyrir náttúru og ævintýraunnendur. Þó svo leiðin sé löng þá er hægt að fara alla 900 kílómetrana á rafmagnsbíl (með drægni yfir 400 km.)

Demantshringur

Demantshringurinn er 250 km leið um náttúru og ævintýra áfangastaði á Norðurlandi. Leiðin fellur mjög vel að þessum áherslum þar sem hún liggur framhjá nokkrum af helstu náttúrustöðum á Íslandi eins og Mývatni, Dettifossi, Ábyrgi og Goðafossi. Allt eru þetta einstakir staðir til að heimsækja og hafa mismunandi náttúrulegar upplifanir. Auk þess bíður Demantshringurinn upp á ævintýraupplifanir eins og í höfuðborg hvalaskoðunar á Húsavík. Þar er hægt að upplifa hvalaskoðun á mismunandi vegu, hvort sem um ræðir gamla eikarbáta eða rib-báta.

Náttúruperlur

Í þessari áætlun verður lögð áhersla á nokkra náttúrustaði sem hafa ekki verið eins þekktir og helstu náttúruperlur Norðurlands. Því verður lögð áhersla á eftirfarandi staði í þessari markaðsáætlun:

- Kolugljúfur
- Kálfshamarsvík
- Drangey
- Aldeyjarfoss
- Stórikarl

Gönguleiðagrunnur Norðurlands

Í framhaldi af áfangastaðaáætlun hefur MN unnið að því að byggja upp miðlægan gagnagrunn um gönguleiðir á Norðurlandi. Þar er lögð áhersla á að gestir geti sótt upplýsingar um gönguleiðir á Norðurlandi, fái nákvæmar upplýsingar um viðkomandi gönguleið og GPX skrá af viðkomandi leið. Nánari upplýsingar á nordurland.is.

Birding Iceland

Í mörg ár hefur MN unnið að uppbyggingu og markaðssetningu á fuglaskoðun á Norðurlandi. Hefur hún verið unnin í nánú samstarfi við Fuglastíginn á Norðurlandi eystra, Ferðamálasamtök Norðurlands vestra og verkefnahóp í Eyjafirði. Undanfarin ár hefur MN farið

á Birdfair sem er fuglaskoðunarsýning í Bretlandi ásamt fulltrúum ferðapjónustufyrirtækja og svæða. Verkefnið heldur áfram því það er mat MN að Norðurland sé einstakt fuglaskoðunarsvæði því hér er að finna tegundir sem draga gesti allstaðar að úr heiminum. Nánari upplýsingar á birdingiceland.is.

Markaðsaðgerðir

Hér kemur yfirlit um hvenær verður lögð áhersla á hvern flokk fyrir sig inn á heimasíðu og samfélagsmiðlum MN.

Aðgerðir	Jan	Feb	Mars	Apríl	Maí	Júní	Júlí	Ágúst	Sept	Okt	Nóv	Des
Norðurstrandarleið												
Demantshringur												
Gönguleiðir												
Fuglaskoðun												
Náttúrustaðir												

Í þessum markaðsaðgerðum verður eftirfarandi beitt:

- Heimasíða
- Samfélagsmiðlar
- Sýningar
- Móttaka blaðamanna

Auk þess verður sérstök áhersla á íslenska markaðinn í byrjun maí 2021 með náttúru Norðurlands. Til þess verður þessum leiðum beitt:

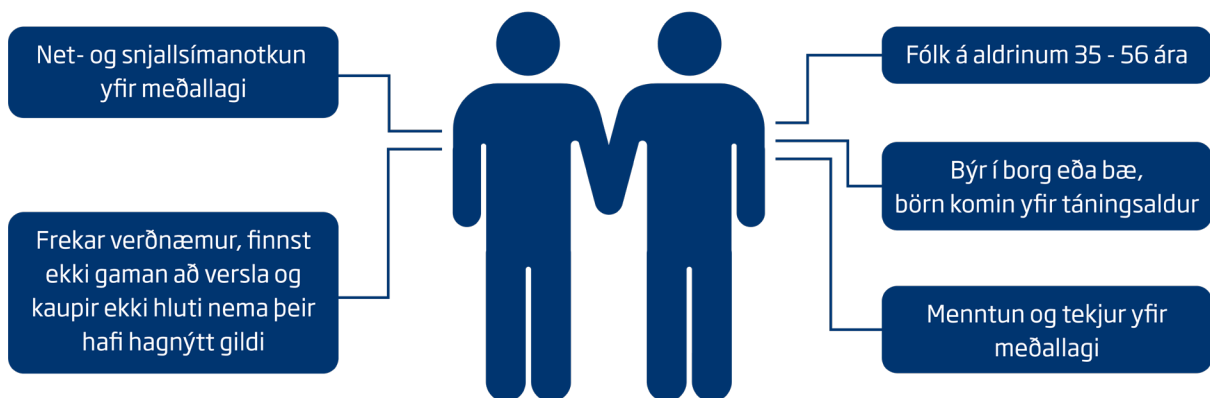
- Heimasíða
- Útvarpsauglýsingar
- Upplifðu
- Samfélagsmiðlar

Vetrarferðapjónusta

Vetrarferðapjónusta hefur verið ein af helstu markaðsáherslum áfangastaðarins Norðurlands á undanförunum árum. Ræðst það aðallega af því að Norðurland hefur upp á svo margt að bjóða, bæði út frá þjónustu og umhverfi. Sterkasti segullinn hefur verið norðurljósinn, þar sem Norðurland hefur uppá að bjóða einstaka staði og miklar líkur á því að þau sjáist. Í rannsókn sem gerð var 2017 kemur fram að 90% líkur eru á því að sjá norðurljós ef viðkomandi dvelur í fimm daga eða lengur á Norðurlandi. Hefur þessi fókus á veturinn skilað því að nú þegar hafa tvær ferðaskrifstofur flogið með beinu leiguflugum til Norðurlands. Því verður áfram lögð áhersla á veturinn og þá styrkleika sem svæðið hefur.





Í þessari áherslu mun lykilmarkhópurinn vera sjálfstæði landkönnuðurinn. Hér er stutt lýsing á markhópnum:

„Vill ekki hefðbundið frí eða vera heftur í of skipulagðri dagskrá heldur það sem er framandi og nýtt. Kýs að ferðast í fámennum hópi þar sem ekta íslensk upplifun skiptir miklu máli. Sækist eftir að læra um menningu og sögu áfangastaðarins og ferðast með umhverfisvænum hætti.“
(Heimild. www.islandsstofa.is)



Markaðssvæði

Út frá markhópum hefur MN skilgreint ákveðin markaðssvæði, sem unnið er með í þessari markaðsáherslu. Þessi markaðssvæði skora líka hátt í markhópagreiningu Íslandsstofu auk þess að vera lykilmarkaðssvæði Norðurlands. Það sem einkennir líka þessi markaðssvæði er að ferðamenn þaðan ferðast töluvert mikið fyrir utan háönn. Þau eru eftirfarandi:

 <p>Bandaríkin er stærsta markaðssvæðið yfir vetrartímabilið eða 81 þús gistinætur sem var 37% aukning milli tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019.</p>	 <p>Bretland var næst stærst á Norðurlandi yfir vetrartímabilið eða 38 þús gistinætur sem var 12% aukning milli tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019.</p>	 <p>Þýskaland er þriðja stærsta markaðssvæði sem kom yfir vetrartímabilið eða 37 þús gistinætur sem var 4% aukning milli tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019. Hins vegar hefur þessi tala lítið breyst undanfarin ár.</p>	 <p>Spánn hefur verið aukast mjög mikið undanfarin ár. Á síðasta ári voru 13 þús gistinætur eða 18% aukning milli tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019.</p>
<p>Mesta aukning á milli tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019 var á Norðvestur svæði eða 59% aukning.</p>	<p>Mesta aukning tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019 var á Norðvestur svæði eða 37% aukning. Hins vegar var -1% á Norðaustur svæði.</p>	<p>Mesta aukning tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019 var á Norðvestur svæði eða 11% aukning.</p>	<p>Mesta aukning tímabila sept 2017 - apríl 2018 og sept 2018 - apríl 2019 var á Norðvestur svæði eða 36% aukning.</p>

Verkefni sem styðja við markaðsáherslur

Norðurstrandarleið

Það sem gerir Norðurstrandarleið svo áhugaverða er einmitt fjölbreytileiki leiðarinnar eftir tímabilum. Þó það séu hlutar á leiðinni sem mögulega er ekki hægt að keyra yfir vetrartímabilið, þá býður leiðin upp á allt öðruvísi upplifun þegar hún er farin að vetri. Á Norðurstrandarleið eru margir frábærir staðir til að skoða norðurljós, fjölbreytt svæði fyrir gönguskíði og snjóþrúgugöngu. Ekki má gleyma heitu böðunum og fjölda sundlauga á leiðinni. Mikilvægt er að hafa í huga að það getur verið erfitt að ferðast hluta af leiðinni yfir vetrartímabilið og því nauðsynlegt að fylgjast vel með aðstæðum hverju sinni.

Demantshringurinn

Að ferðast Demantshringinn á veturna er einstakt bæði út frá náttúru og þjónustu. Að sjá til dæmis Mývatn ísi lagt eða upplifa Dettifoss að vetri er allt önnur upplifun en að sumri til. Auk þess er þjónustuframboð frábært að vetri til og hægt að fara á snjósleða, hundasleða, hjólaferðir, hvalaskoðun, böð og fleira. Demantshringurinn er einstakur staður til að heimsækja hvort sem um sumar eða vetur er að ræða. Mikilvægt er að hafa í huga að það getur verið erfitt að ferðast hluta af leiðinni yfir vetrartímabilið og því nauðsynlegt að fylgjast vel með aðstæðum hverju sinni.

Skíði á Norðurlandi

Á Norðurlandi eru mörg af glæsilegustu skíðasvæðum Íslands. Vinsælasta skíðasvæði landsins er á Akureyri og þar er fjölbreytt þjónusta sem hentar öllum getustigum. Á flestum skíðasvæðum er skíðaleiga með góðum búnaði, skíðaskólar og skíðakennsla fyrir einstaklinga og hópa. Önnur skíðasvæði eru á Dalvík, Ólafsfirði, Siglufirði, Sauðárkróki og Húsavík. Stefnt er að opnun skíðasvæðis við Mývatn. Gönguskíðamenning er mikil og fjölmargir möguleikar eru til staðar til þess að stunda gönguskíði. Auk þess eru starfandi fyrirtæki á svæðinu sem bjóða upp á fjallaskíðaferðir. Mikil sérstaða er á svæðinu varðandi þjónustu við fjallaskíði og þar ber helst að nefna þyrlur, snjóbíla og snjósleðaþjónustu ásamt því að reyndir leiðsögumenn starfa á svæðinu. Frekari upplýsingar um skíðaþjónustu má finna á skiiceland.is.



Markaðsaðgerðir

Hér kemur yfirlit um hvenær verður lögð áhersla á hvern flokk fyrir sig inn á heimasíðu og samfélagsmiðlum MN:

Aðgerðir	Jan	Feb	Mars	Apríl	Maí	Júní	Júlí	Ágúst	Sept	Okt	Nóv	Des
Norðurstrandarleið - Vetur	■	■							■	■	■	
Demantshringur Vetur	■	■							■	■	■	
Skíði	■	■	■	■							■	■
Viðburðir			■									
Norðurljós	■	■	■					■	■	■	■	■

Í þessum markaðsaðgerðum verður eftirfarandi beitt:

- Heimasíða
- Samfélagsmiðlar
- Sýningar
- Móttaka blaðamanna

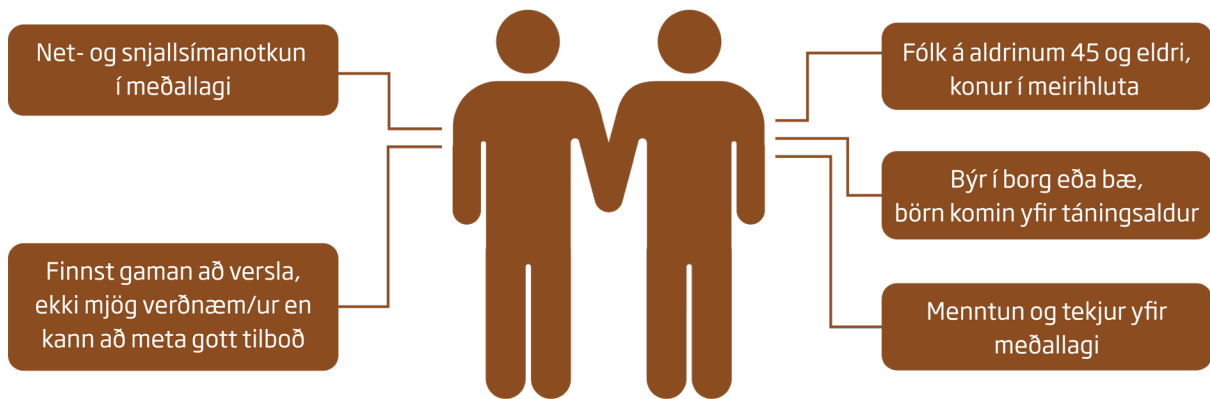
Auk þess verður sér áhersla á íslenska markaðinn í byrjun janúar 2021 með skíði. Verður eftirfarandi beitt:

- Heimasíða
- Útvarpsauglýsingar
- Samfélagsmiðlar

Saga, menning og listir

Saga, menning og listir eru mikilvæg atriði í uppbyggingu á áfangastað. Hjá MN hefur verið unnið að því undanfarin ár að greina möguleg tækifæri. Áfram verður haldið að tengja sögu, menningu og listir í markaðssetningu á áfangastaðnum og lögð verður áhersla á makindalega menningarvitann sem markhóp verkefnisins. Hér kemur stutt lýsing á honum:

„Ævintýragjarn innan skynsamlegra marka. Ferðast í „núinu“ og sækist eftir að upplifa staðarandann og menninguna frá fyrstu hendi. Kýs þægindi og þjónustu.“ (Heimild: www.islandsstofa.is).



Markaðssvæði

Út frá markhópum höfum við skilgreint ákveðin markaðssvæði, sem við erum að vinna með í þessari markaðsáherslu. Þau eru eftirfarandi:

 <p>Í rannsókn sem gerð var árið 2019 voru Bandaríkjamenn stærsti markhópur eða 20% þeirra sem svöruðu spurningunni sem heimsótti söfn, setur og sýningar á Norðurlandi.</p>	 <p>Bretar voru þriðji stærsti hópur í rannsókninni árið 2019, eða 8%.</p>	 <p>Næst stærsti hópur í rannsókn sem gerð var árið 2019, var Þýskaland eða 16%, þeirra sem heimsóttu safn, setur eða sýningu á Norðurlandi.</p>	 <p>Þar sem Danmörk er nær markaður teljum við að tækifæri séu til þess að hlutfallslega fleiri komi frá Danmörku á næstu árum. Þar eru tengslin við sögu og menningu Íslands sem hafa mikið um það að segja.</p>
<p>Ferðamenn frá Norður Ameríku voru að meðaltali 7 árum eldri en ferðamenn frá mið-Evrópu.</p>	<p>Bretar voru ólíklegastir í að taka ákvörðun með litlum fyrirvara eða 24% þeirra</p>	<p>Ferðamenn frá mið-Evrópu voru líklegri að ferðast með maki 58%.</p>	<p>Í rannsókn RRF kemur fram að Íslensk menning og listir hafi haft mikil áhrif á að Norðurlanda-búar heimsóttu Ísland.</p>

Verkefni sem styðja við markaðsáherslur

Norðurstrandarleið

Stór hluti upplifunar við Norðurstrandarleið er sú ríka menning og sögur sem leiðin hefur uppá að bjóða. Í verkefninu er meðal annars verið að safna saman sögum um fólknið á leiðinni sem getur gefið ferðamanninum betri innsýn í lífið við Heimskautsbaug. Þar er leitað eftir sögum sem tengjast fólkinu við ströndina og hvernig umhverfið hefur mótað það í því einstaka landslagi. Það er meðal annars hægt að upplifa á söfnum, setrum og sýningum sem eru á leiðinni. Auk þess er nú verkefni í gangi þar sem er verið að kynna matarmenningu leiðarinnar með útgáfu matarvegabréfs.

Demantshringurinn

Á Demantshringnum eru mörg skemmtileg söfn sem vert er að skoða. Þar má nefna Hvalasafnið á Húsavík, Fuglasafn Sigurgeirs á Mývatni, Grenjaðarstaður í Aðaldal og fleiri. Allt eru þetta söfn sem gefa innsýn í umhverfi Demantshrings og tengingu þess við náttúru svæðisins.

Sveitir Norðurlands

Sveitir Norðurlands er verkefni sem er nýhafið. Verkefnið gengur út á að draga fram sérstöðu sveita á Norðurlandi. Þar er sérstaklega skoðað hvaða tækifæri liggja í þeirri menningu sem svæðið hefur uppá að bjóða. Auk þess fá húsdýr sérstaka kynningu og lögð er áhersla að segja frá sögum tengdum sveitum Norðurlands.

Taste North Iceland

Verkefni sem gengur út á að kynna matarmenningu á Norðurlandi. Áhersla verður lögð á að draga fram sérstöðu matarmenningar á hverju svæði fyrir sig. Í verkefninu verður lögð áhersla á norðlenskt hráefni og hefðbundna matarframleiðslu, þar sem ferðamenn vilja upplifa áfangastaðinn í gegnum mat. Þeir vilja smakka, fræðast og eiga í samskiptum með því að njóta alvöru norðlenskrar matarupplifunar.

Markaðsaðgerðir

Í sögu, menningu og listum verður lögð áhersla á eftirfarandi út frá mánuðum.

Aðgerðir	Jan	Feb	Mars	Apríl	Mái	Júní	Júlí	Ágúst	Sept	Okt	Nóv	Des
Norðurstrandarleið												
Demantshringur												
Sveitir Norðurlands												
Taste North Iceland												

Í þessum markaðsaðgerðum verður eftirfarandi beitt:

- Heimasíða
- Samfélagsmiðlar
- Sýningar
- Móttaka blaðamanna

Auk þess verður sér áhersla á íslenska markaðinn í byrjun janúar 2021 með söfn, setur og sýningar. Eftirfarandi verður beitt:

- Heimasíða
- Upplifðu
- Útvarpsauglýsingar
- Samfélagsmiðlar

Flugklasinn

Markaðsáætlun flugklasans - markmið og áherslur 2021

Vinna með Voigt Travel:

Samstarf Flugklasans við Voigt Travel heldur áfram. Verkefnið næstu mánuði eru að reyna sameiginlega að finna leiðir til þess að hægt verði að framkvæma flugferðir til Akureyrar eins og áætlanir gera ráð fyrir. Vegna Covid-19 eru staðan mjög óviss og ekki liggur fyrir hvenær reglur um skimanir á landamærum munu breytast eða hvernig. Flugklasinn mun gera allt sem í hans valdi stendur til að gera móttöku þessara gesta mögulega, þar á meðal ræða við stjórnvöld um mögulegar lausnir í þá átt. Vilji Voigt Travel stendur til þess að halda áfram að auka flugferðir á þeirra vegum til Akureyrar um leið og aðstæður leyfa.

Flugklasinn mun taka þátt í rafrænum ferðasýningum/viðburðum sem Voigt Travel heldur í Hollandi fyrir sína viðskiptavini og áhugasama ferðalanga.

Viðhalda tengslum við tengiliði erlendis og afla nýrra:

Mikilvægt er að viðhalda tengslum við erlenda aðila á meðan heimsfaraldurinn gengur yfir, svo áfangastaðurinn Norðurland sé í huga þessara erlendu aðila þegar rofar til á ný. Jafnframt eru miklar breytingar að verða á fyrirtækjamarkaði í ferðapjónustu víða um heim. Einhver fyrirtæki fara í gjaldþrot eða breyta sinni starfsemi. Því er mikils virði að viðhalda tengslum við fyrirtækin og afla nýrra tengsla í stað þeirra sem mögulega tapast.

Kortleggja fleiri markaði:

Flugklasinn mun, í samstarfi við sérhæfða ráðgjafa, kortleggja fleiri markaði með það að markmiði að finna fleiri aðila til að sinna beinu flugi til Akureyrar. Horft verður til markaða í Evrópu s.s. Þýskalands, Belgíu, Frakklands, Spánnar, Ítalíu, Sviss og Austurríkis. Flugklasinn gerði slíka kortlagningu síðasta vetur fyrir Bretlandsmarkað og það skilaði góðum árangri. Þekking á fleiri mörkuðum og markviss sókn byggð á greiningu sérfræðinga er líklegust til að skila árangri í framtíðinni.

Útbúa markaðsefni fyrir ferðaskrifstofur/flugrekendur

Útbúið verður nýtt markaðsefni/kynningarpakkar til þess að nota gagnvart ferðaskrifstofum og flugrekendum. Um er að ræða nýtt efni og nýja framsetningu í takti við nýjar áherslur. Markmiðið er að hvetja til beinna flugferða til Akureyrar í auknum mæli. Áhersla verður lögð á ferðaskrifstofur sem hafa getu og reynslu til þess að setja upp leiguflug á borð við það sést hefur frá Bretlandi og Hollandi. Reynslan hingað til hefur sýnt að verkefni sem eru drifin af ferðaskrifstofum eru þau sem hafa orðið að veruleika. Samtölum við flugfélög verður haldið áfram, en meiri áhersla lögð á ferðaskrifstofurnar þar sem þeirra aðkoma er einn stærsti hvatinn fyrir flugfélög.

Heimsóknir/heimboð til ferðaskrifstofa/flugrekenda

Byggt á niðurstöðum á kortlagningu markaða, er stefnt á að sækja beint á ferðaskrifstofur og flugrekendur á hverjum markaði fyrir sig. Markvissar heimsóknir til slíkra aðila, með nýtt sérsniðið markaðsefni í höndum, eru líklegastar til að skila árangri að mati Flugklasans. Ef fyrstu fundir erlendis bera árangur, er næsta skrefið móttaka slíkra aðila til Norðurlands til þess að kynna þeim áfangastaðinn betur. Það er reynsla Flugklasans að ekkert selur áfangastaðinn betur en þegar fulltrúar erlendra söluaðila koma í heimsókn og upplifa á eigin skinni.

Framleiðsla á efni fyrir neytendur:

Framleiðsla á markaðsefni fyrir neytendur (myndbönd, myndir o.fl.) til að kveikja áhuga á áfangastaðnum Norðurlandi. Einnig efni sem nýtist í kynningarpakka fyrir ferðaskrifstofur og flugrekendur, fyrir samfélagsmiðla og fyrir Upplifðu verkefnið. Unnið í samhengi við aðra efnisframleiðslu hjá MN en með meiri áherslu á stærstu seglana.

Samfélagsmiðlaherferðir:

Á dagskrá eru nokkrar mismunandi herferðir til að höfða til erlendra markaða, byggðar á bæði eldra og nýju efni. Áherslur herferðanna eru á þéttbýliskjarna á Norðurlandi, norðurljós og hvernig Íslendingar sjá eigið land (ljósmyndir Íslendinga innanlands). Nánari upplýsingar um þessar herferðir er að finna á heimasíðu MN, www.nordurland.is.

Upplifðu Norðurland

Upplifðu Norðurland er verkefni sem hefur verið unnið að síðan í sumar. Á vefnum gefst fólki kostur á að búa til myndbönd af náttúruperlum og áhugaverðum stöðum á einfaldan hátt. Einnig er verið að ljúka við að taka saman öfluga myndabanka fyrir Norðurland þar sem úrval mynda verður stóraukið. Þessi vefur mun verða frábært tól fyrir Flugklasann til að kynna áfangastaðinn og jafnframt gefa söluaðilum einfalda lausn til að sýna gestum sínum myndband af mögulegu framtíðar ferðalagi. Kerfið svarar þörfum flugfélaga og ferðaskrifstofa varðandi aðgengi að efni til að nota í sína markaðssetningu.

Heimasíða Flugklasans

Ný heimasíða fyrir MN verður senn tilbúin. Á þeim vef verður búin til sérstök undirsíða fyrir Flugklasann. Þar verður hægt að finna almennar upplýsingar um klasann og yfirlit yfir farinn veg. Fyrst og fremst verður síða Flugklasans hönnuð með það í huga að miðla upplýsingum til flugrekenda um allt það sem viðkemur beinu millilandaflugi til Akureyrar – nokkurs konar „one stop shop“ fyrir flugrekendur.

Ferðasýningar og vinnustofur

Þegar hefðbundnar ferðasýningar og vinnustofur erlendis fara aftur af stað, mun Flugklasinn senda fulltrúa á slíka viðburði eins og gert var fyrir Covid-19. Persónuleg tengsl við erlenda ferðasöluaðila eru mikilvæg og skapa traust milli aðila. Sýnileiki áfangastaðarins er einnig afar mikilvægur á þessum vettvangi, ekki síst í nýju landslagi ferðapjónustu í kjölfar heimsfaraldurs.

Móttaka blaðamanna

Það er von Flugklasans að þegar líður á árið 2021 verði heimsfaraldurinn á undanhaldi og aftur að skapast forsendur fyrir ferðalögum almennings. Móttaka blaðamanna hefur verið stór þáttur í kynningu áfangastaðarins og mun væntanlega verða aftur þegar aðstæður leyfa. Heimsóknir blaðamanna hafa haft mikla þýðingu í allri markaðssetningu og skilað viðurkenningum sem hafa mikið vægi í alþjóðlegu tilliti.



Almennar aðgerðir

Nú þegar farið hefur verið yfir helstu markaðsáherslur verður farið yfir þær almennu aðgerðir sem MN mun vinna að á næsta ári. Töluverðar breytingar verða á næsta ári með tilkomu nýrrar heimasíðu fyrir MN. Verður farið yfir þessi atriði hér að neðan.

Heimasíða

Ný heimasíða mun komast í gagnid snemma árs 2021. Eldri heimasíða hefur verið uppfærð síðustu ár en núna er tækniþróun orðin það mikil að endursmíði var nauðsynleg til þess að tæknilegir innviðir haldist í takti við tímann. Á eldri síðunni var erfitt að stíla efni til svo að markmið um dvalartíma á síðunni næðust. Tæknin sem var notuð gerði MN erfitt fyrir í verkefnum sem stytta biðtíma notenda við þegar heimasíðan er opnuð. Ný síða mun vera vendipunktur í starfinu þar sem fjárfestingar í efni og tíma nýtast mun betur. Þar birtast fyrirtæki, þéttbýliskjarnar og áhugaverðir staðir með mikið skilvirkari hætti. Heimasíðan verður í stöðugri þróun og þróun hennar er í raun ekki endanlegt ferli. Um mitt ár 2021 eiga allir möguleikar sem nú eru í þróun að vera virkir og notendaprófunum lokið.

Efni og birting á efni eru lykilorð í uppbygginu á nýrri síðu, sem er smíðuð með það að leiðarljósi að gera vefstjórum kleift að aðlaga og birta efni betur en áður. MN sinnir fjölbreyttum verkefnum og flest verkefni stofunnar þurfa að vera hýst á veflausnum. MN nýtir veflausnir til þess að markaðssetja áfangastaðinn gagnvart innlendum og erlendum ferðamönnum (e. B2C,) ferðaskrifstofum (e. B2B) og í upplýsingagjöf til samstarfsfyrirtækja og hagsmunaaðila.

Kortalausnir verða stórbættar og munu verða hluti af flestum undirsíðum og verkefnum. Tengingar við gagnagrunn Ferðamálastofu eru ennþá kjarni í umsýslu fyrirtækja og hefur sá gagnagrunnur einnig verið uppfærður. Með tilkomu nýs kerfis sem heldur utan um gagnagrunninn geta fyrirtæki sett inn mismunandi upplýsingar og efni í tengslum við fjölpætta þjónustu. Dæmi um þetta er fyrirtæki sem bæði selur afþreyingu og gistingu. Tengingar við verkefni sem eru hýst utan aðal heimasíðu eru hugsuð inn í hönnun á nýrri heimasíðu. Dæmi um önnur verkefni er Upplifðu sem mun keyra myndbönd inn á nýja síðu og aðstoða við sjónrænt ferðaskipulag.

Ný síða byggir á rannsóknum sem unnar voru af verktökum fyrir stofuna á síðustu árum. Þar ber helst að nefna markaðsrannsókn sem unnin var af RMF og notendagreiningu sem unnin var að viðmótshönnuði Stefnu sem er verktaki í verkinu.

Markmið með nýrri heimasíðu er að auka þjónustu við samstarfsfyrirtæki, ferðamenn og ferðaskrifstofur. Með áherslu á efni og kortalausnir er verið að þjónusta kúnna betur. Með því að styðjast við notendaprófanir er markmiðið að þjónusta kúnna eftir þeirra þörfum í takti við þá upplýsingargjöf sem þarf að eiga sér stað. Takmarkið með þróun á heimasíðu er að gera hana mikilvæga í kynningarstarfi fyrirtækja á svæðinu og að hún þjóni sem lykilupplýsingaveita ferðamanna. Næstu skref í þróun eru að fara í frekari notendaprófanir og

kanna möguleika á frekari samþættingu upplýsingagjafar í takti við þá markaðssókn sem er í gangi hverju sinni.

Samfélagsmiðlar

Samfélagsmiðlar sem MN hefur helst nýtt eru Facebook, Instagram og YouTube. Í kjölfar Covid-19 hefur áherslan færst í meira mæli yfir á miðlana sem er beint að Íslendingum en viðbúið er að á árinu 2021 verði lögð áhersla á að birta efni nokkuð jafnt á ensku og íslensku, á viðkomandi síðum samfélagsmiðlanna. Á ensku síðunum, sem eru merktar undir nafninu Visit North Iceland, verður lögð sérstök áhersla á að kynna norðurljós og miðnætursól, minna þekktu náttúruáfangastaði, en einnig víðáttu og fámenni sem er eftirsótt í kjölfar heimsfaraldurs. Þá er stefnt að því að kynna þá margvíslegu afþreyingu sem er í boði á Norðurlandi, upplifanir tengdar mat og matargerð, menningu, sveitirnar, Norðurstrandarleið og Demantshringinn.

Markmið MN með notkun samfélagsmiðla er tvíþætt. Annars vegar að auka almenna vitund fólks, þá sérstaklega þeirra sem hafa áhuga á ferðalögum, á Norðurlandi sem áfangastað. Hins vegar að fá fólk til að fara inn á heimasíðuna northiceland.is/nordurland.is, hvort sem það er á sérstakar landingarsíður eða forsíðu. Hlekkir eru settir inn í allar keyptar auglýsingar og sömuleiðis langflestar færslur sem birtast á miðlunum. Mælingar felast í fjölda „snertinga“ (impressions), útbreiðslu (reach), viðbragða við auglýsingum og færslum (engagement) og fjölda fylgjenda á samfélagsmiðlum. Einnig verður mælt hversu margir fara inn á heimasíðuna beint af samfélagsmiðlum.

Upplifðu

Upplifðu er samstarfsverkefni Markaðsstofa landshlutanna. Verkefnið byggir á myndböndum frá öllu landinu sem eru svo sýnileg í tæknilausn á www.upplifdu.is. Tæknilausnin bíður ferðamönnum að sjá mögulegt ferðalag eða fá tillögur af mögulegu ferðalagi. Lausnin hjálpar til við að áætla dagafjölda miðað við áhugasvið þeirra sem nota hana. Lausnin sýnir myndband sem á að láta fólk dreyma og hvetja til ferðalaga. Með því að nýta lausnina er hægt að sýna ferðamönnum áður en þeir koma hvað er í boði og hvetja til lengri og betri ferðalaga. Þegar myndband er sýnt þá eru frekari möguleikar í boði til skipulagningar með tengingu við heimasíður MAS.

Markmið með verkefninu er að draga fram úrval áfangastaða og þjónustu um allt land og stuðla þannig að dreifingu ferðamanna auk þess að fá þá til að dvelja lengur.

Verkefnið er annarsvegar á íslensku og sjá MAS um þróun og kynningu á því og á ensku þar sem Íslandsstofa er samstarfsaðili varðandi erlenda kynningu.

Upplifðu býður upp á bakendakerfi sem nýtist við miðlun á myndböndum og ljósmyndum til endurnotkunar. Þessi hlið á kerfinu er ætluð samstarfaðilum MAS, blaðamönnum og ferðaskrifstofum. Verkefnið var stutt af Sóknaráætlunum landshlutanna.

Sýningar, vinnustofur og viðburðir

Við val á sýningum og vinnustofum er horft til þeirra markaða sem áhersla er lögð á hverju sinni. Flestar sýningar og vinnustofur sem MN sækir á, eru valdar í samstarfi við Íslandsstofu. Sýningar eru annaðhvort einungis fyrirtækja miðaðar (e. B2B) eða sækja bæði á einstaklinga og fyrirtæki (e. B2B, B2C). MN leggur áherslu á að sækja á fyrirtæki (e. B2B) við val á sýningum í flestum tilfellum.

Við breyttar aðstæður geta myndast tækifæri til þess að taka þátt í rafrænum sýningum og verður það skoðað hverju sinni.

Helstu sýningar sem eru sóttar:

- Vestnorden
- Mid Atlantic
- World Travel Market
- ITB Berlin
- Birdfair

Vinnustofur eru einnig einn mikilvægasti þátturinn í aðgengi að erlendum ferðaskrifstofum og sókn í þeim efnum. Lögð er áhersla á að sækja vinnustofur í Bretlandi, Bandaríkjunum og Þýskalandi og einnig verður skoðað að sækja á þá markaði sem koma fram í áfangastaðaáætlun MN.

MN tekur þátt í og heldur viðburði, sem gerir það kleift að sækja á markhópa með markvissum hætti. Mannamót Markaðsstofa landshlutanna er dæmi um viðburð þar sem sótt er á ferðaskrifstofur með áherslu á þær sem eru staðsettar í Reykjavík. Mannamót er stærsti viðburðurinn sem er haldin af MN í samstarfi við Markaðsstofur landshlutanna. Á hverju ári sækja 7-800 gestir sýninguna og sýnendur frá Norðurlandi eru um og yfir 65. Mannamót verður næst haldið þegar að tækifæri gefst til vegna heimsfaraldurs Covid-19.

MN tekur einnig þátt í viðburðum til þess að vekja athygli á áhersluverkefnum og þar má nefna Íslensku vetrarleikana, Local Food Festival og Arctic Drone Yoga. Með því að taka þátt í slíkum viðburðum leggur MN til samstarf í kynningarmálum með áherslu á erlenda ferðamenn og ferðaheildsala.



Útgáfa

Útgáfa MN verður með öðru sniði en áður. Þar vegur þyngst að samhliða opnun á nýjum og endurbættum vef, verður handbókin North Iceland Official Tourist Guide ekki gefin út áfram í sömu mynd. Í stað hennar verður gefinn út bæklingur sem sýnir brot af því sem í boði er á Norðurlandi í ferðapjónustu, helstu náttúrustaðir, upplýsingar um ferðamannaleiðir og praktískar upplýsingar fyrir ferðamenn. Vísað verður beint í heimasíðuna þar sem það á við, með QR kóðum. Nýr ímyndabæklingur verður einnig gefinn út, sem mun hafa sterkari tengingu við heimasíðuna en áður hefur verið og þannig talar allt efni MN betur saman.

Mælingar felast fyrst og fremst í því hversu vel gengur að koma útgefnu efni út miðað við prentað upplag, tekin verður staða á því í lok árs hvort og þá hversu mikið af því verður eftir á þeim stöðum þar sem útgefnu efni er dreift.

Móttaka blaðamanna og ferðaskrifstofa.

Móttaka blaðamanna hefur verið stór liður í starfi MN síðustu ár. Breytt landslag hefur haft mikil áhrif og hugsanlegt er að tækifæri hafi myndast með uppsafnaðri ferðapörf blaðamanna. MN hefur mikla reynslu í að sinna blaðamannferðum á svæðinu. Síðustu ár hafa nokkur hundruð blaðamenn skrifað um áfangastaðinn með aðstoð MN. Stór hluti þeirra blaðamanna sem nefndir eru hafa með einum eða öðrum hætti verið leiðbeint um svæðið af MN. Við val á blaðamönnum er horft til reynslu síðustu ára og meðmæla almannatengslastofa sem starfa fyrir Íslandsstofu.

Móttaka blaðamanna er ein mikilvægasta markaðsaðgerðin fyrir áfangastaðinn Norðurland. Með því að leggja tíma og fjármagn í að sækja og þjónusta blaðamenn má ná fram kynningu sem nemur verðmæti dýrustu auglýsinga sem hægt er að kaupa. Blaðamenn njóta meira trausts heldur en almennar auglýsingar og því má margfalda þau hugrænu áhrif sem vel skrifuð grein á réttum miðli getur áorkað gagnvart neytendum. Koma blaðamanna hefur verið lykilaðhersla í aðgerðum Íslands sem áfangastaðar í markaðssetningu og það er mikilvægt að við séum ávallt tilbúin til þess að nýta þau tækifæri sem bjóðast í þessum eignum.

Samstarfsaðilar í öflun blaðamanna er Íslandsstofa sem er lykilaðili og kemur að flestum blaðamannaferðum inn á svæðið. Flugfélög hafa einnig reynst mikilvæg og vonumst við til þess að geta unnið með þeim áfram. Ferðaskrifstofur nýta sér einnig blaðamenn og eiga þá oftast í samstarfi við MN um þeirra ferðalög. Innan svæðisins eru það fyrirtækin sem eru í samstarfi við MN sem stýra því í raun hversu vel heppnaðar og margar aðgerðirnar geta verið. Samstarfsfyrirtæki taka þátt í ferðunum með því að leggja til þjónustu á sérstöku verði eða án gjalds. Oftar en ekki eru fyrirtæki nefnd í greinum en lykilatriði er að vekja athygli á áfangastaðnum, sem er stóra verkefnið. Ferðamálafulltrúar koma oftar en ekki að skipulagi og upplýsingagjöf til blaðamanna.

Árið 2021 verður lögð áhersla á kynningu á ferðamannaleiðum og voru staðfestar ferðir með mörgum af stærstu ferðamiðlum heims áætlaðar 2020. Sérstakar ferðir verða boðnar í tengslum við áherslu áfangastaðaáætlunar.

MN tekur á móti ferðaskrifstofum og sinnir beinum aðgerðum til þess að fara í kynnisferðir (e. FAM Trips). Í þessum aðgerðum er bæði horft til innlendra og erlendra skrifstofa sem hafa það að markmiði að þjónusta erlenda ferðamenn.

Til þess að sækja fulltrúa frá erlendum ferðskrifstofum í kynnisferðir eru oftast en ekki ferðasýningar innanlands nýttar. Í tengslum við Vestnorden og Mid Atlantic hafa skapast tækifæri til þess að kynna svæðið og hefur MN í samstarfi við aðila á svæðinu boðið upp á tvær eða fleiri ferðir um landshlutann. Flugfélög nýta þessa leið einnig og þá er MN í samstarfi með sína sérþekkingu á svæðinu. Stærri ferðaheildsalar hafa einnig nýtt svona aðgerðir í samstarfi við MN. Mikilvægi ferðamálafulltrúa og samstarfsfyrirtækja er með svipuðum hætti og í blaðamannaferðum.

Innlendar ferðaskrifstofur eru mikilvægar og stefnt er á 2-3 kynnisferðir á næsta ári. Áhersla verður lögð á nýjar vörur og ferðamannaleiðir. Breytingar í starfsmannahaldi hafa mikil áhrif á þekkingu þeirra sem selja land og þjóð. Kynnisferðir gefa nýjum starfsmönnum betri innsýn í þau gæði sem svæðið hefur upp á að bjóða og leiða oftast en ekki til viðskiptasambanda sem nýtast vel og lengi.

Samskipti við ferðaskrifstofur

Erlendar ferðaskrifstofur: Samskipti MN við erlendar ferðaskrifstofur munu aðallega fara fram í gegnum netið árið 2020 og fram á mitt ár 2021.

Farið verður á sölusýningar og vinnustofur eins og venja er, þar sem allt efni MN verður kynnt og Norðurland í heild sinni. Öllum sýningum er fylgt vel eftir með persónulegum póstum.

Allar ferðaskrifstofur sem fulltrúar MN hitta, innlendar og erlendar, eru á póstlista MN og reglulega eru sendir út póstar með upplýsingum um nýjungar og annað áhugavert sem er um að vera á Norðurlandi. Í framhaldi af því er fylgst með hvort nýjar ferðir komi á markað sem innihalda vörumerki MN. Oft selja erlendu ferðaskrifstofurnar ferðir til Íslands í gegnum íslenskar ferðaskrifstofur, svo nauðsynlegt er að vera í góðu sambandi við þær íslensku. Með öflugum kynningarstarfi á erlendum vettvangi eykst þekking erlendra ferðaskrifstofa á vörumerkjum MN og því framboði sem er á Norðurlandi, og meiri líkur verða á að þær hafi áhuga á að selja norðlenskar vörur.

Íslenskar ferðaskrifstofur: Samskipti MN við íslenskar ferðaskrifstofur hafa gengið mjög vel. Einu sinni til tvisvar á ári er farið í heimsókn á skrifstofur þeirra og starfsemi MN kynnt. Í þessum heimsóknum eru jafnframt ný verkefni kynnt, eins og nýju ferðamannaleiðirnar og farið er yfir hvernig best er að innleiða þær í nýjar vörur.

Árið 2021 stefnir MN að því að fara tvisvar í slíkar heimsóknir, annars vegar að vori og hinsvegar að hausti. Helstu áherslur fyrir árið verða Norðurstrandarleið og Demantshringurinn. Söluhandbækur þessara ferðamannaleiða verða kynntar sérstaklega og skrifstofunum bent á notagildi þeirra í vörupróun. Þar að auki verða kynnt ný verkefni sem unnið er að, t.d. Sveitir Norðurlands og Taste North Iceland.

Öllum heimsóknum verður fylgt eftir og fylgst verður vel með þegar nýjar ferðir koma á markað sem innihalda vörumerki MN. Passa þarf vel upp á að slíkar ferðir, sem ferðaskrifstofur setja í sölu, uppfylli öll skilyrði.

Markmið fyrir 2021 er að fá þrjár íslenskar ferðaskrifstofur til að þróa nýjar ferðir á Norðurlandi.

Íslenski markaðurinn

Í þessum kafla verður gerð sér greining á markaðssetningu vegna íslenska markaðarins. Vegna Covid-19 mun MN setja upp sérstaka áherslu fyrir næsta sumar. Sérstaklega verður þróun í heimsóknum Íslendinga til Norðurlands skoðuð, auk þess hvaða aðgerðir var ráðist í árið 2020.

Þróun í heimsóknum Íslendinga til Norðurlands

Undanfarin ár hefur þróun í heimsóknum Íslendinga til Norðurlands verið mjög svipuð. Á milli áranna 2018 - 2019 var 4% fækkun á heimsóknum Íslendinga. Var mesta fækkun á Norðvestursvæðinu eða 6% milli ára. Hins vegar var 23% aukning á Norðaustursvæði. Árin þar á undan var fjöldi gistinóttu Íslendinga um 230 þús á Norðurlandi öllu, þ.e.a.s. 2017 og 2018. Norðurland hefur skorað hæst hjá Íslendingum í ferðavenjurannsóknum sem Ferðamálastofa hefur gert. Í síðustu rannsókn svöruðu 60% allra að Norðurland yrði heimsótt. Er Norðurland þar oftast nefnt og hefur verið svoleiðis undanfarin 2 ár.

Aðgerðir 2020

Vegna þess ástands sem skapaðist út af Covid 19, fór MN í fjölda aðgerða sem lögðu sérstaka áherslu á Íslendinga. Þær ráðstafanir voru eftirfarandi:

Heimasíður

Þýðingar arcticcoastway.is og diamondcircle.is yfir á íslensku, í nordurstrandarleid.is og demantshringur.is. Auk þess var norðurland.is endurskipulögð með það að markmiði á ná enn betur til þessa markhóps.

Samfélagsmiðlar

Sérstök efnisvinnsla fyrir samfélagsmiðla eins og Júlli ferðast Norðurstandaleið, Júlli ferðast Demantshring, samstarfsfyrirtæki MN tóku yfir Instagram story og fleira.

Útvarpsauglýsingar

Í maí var voru keyrðar út útvarpsauglýsingar þar sem Íslendingar voru hvattir til að koma norður.

Upplifðu

Verkefnið sem ber nafnið Upplifðu var sett í loftið en það er gagnvirk vefsíða, þar sem gesturinn getur skipulagt ferð um Norðurland og deilt sinni reynslu með sérstöku myndbandi eða myndum af sinni ferð. Verkefnið er unnið í samstarfi allra Markaðsstofa landshlutanna.

Markaðsaðgerðir 2021

Farið verður í nokkrar sérhæfðar aðgerðir á árinu 2021 gagnvart Íslendingum. Þær munu leggja áherslu á fjölskyldur og sýna fram á fjölbreytni svæðisins hvort sem um ræðir sumar eða vetur.

Aðgerðir	Jan	Feb	Mars	Apríl	Maí	Júní	Júlí	Ágúst	Sept	Okt	Nóv	Des
Heimasíða												
Samfélagsmiðlar												
Útvarpsauglýsingar												
Upplifðu												

Samkeppnisforskot áfangastaðarins Norðurlands

Ferðamannaleiðir

Undanfarin ár hefur MN leitt áhugaverð þróunarverkefni sem til þess eru fallin að byggja undir samkeppnisforskot svæðisins. Í þessum kafla verður sérstaklega útskýrð sú sérhæfing sem MN hefur byggt upp á undanförunum 4 – 5 árum, varðandi þróun ferðamannaleiða á svæðinu. Í dag eru 2 ferðamannaleiðir á Norðurlandi sem eru Norðurstrandarleið og Demantshringurinn. Áður en þeirri sérhæfingu verður lýst er mikilvægt að skoða skilgreiningu á hugtakinu ferðamannaleið.

Í dag er ein skilgreining til á því hvað ferðamannaleið er, en hún birtist í lögum um Landsáætlun nr.20/2016, 2 málsgrein, þar sem segir að „ferðamannaleið sé skilgreind leið sem tengir saman ferðamannastaði. Ferðamannaleiðir geta verið gönguleiðir, reiðleiðir og reiðhjólaleiðir“. Hins vegar er hvergi minnst á akvegi. Því hefur MN búið til sína skilgreiningu á ferðamannaleið:

„Ferðamannaleið er leið sem tengir saman áfangastaði á skilgreindu svæði, þar sem viðkomandi leið er skilgreind út frá upplifun og sérstöðu svæðis.“

Til að hægt sé að uppfylla skilgreiningu um ferðamannaleið, þarf leiðin tryggja eftirfarandi atriði:

- Skilgreind markaðssetning á sérstöðu og upplifun leiðar
- Uppbygging á forgangsröðun verkefna á viðkomandi leið
- Leiðin tryggi gæði og öryggi fyrir ferðamanninn

Er það mat MN að með því að hafa haft þessi atriði í fókus hafi náðst ákveðið samkeppnisforskot í þróun ferðamannaleiða. Sem dæmi voru þessi atriði höfð að leiðarljósi í þróun Norðurstrandarleiðar, sem tók 3 ár. Var það gert í samvinnu allra hagsmunaaðila á viðkomandi leið, hvort sem um var að ræða sveitarfélög, ferðaþjónustuaðila eða landeigendur. Auk þess var tryggt að góð samskipti væru við stofnanir og stjórnvöld til að hægt væri að ná tilætluðum árangri. MN hefur því náð að þróa verkferla sem tryggja bestan árangur til að ná þessum lykilatriðum. Sú reynsla hefur komið í gegnum þetta ferli auk „best practice“ reynslu erlendis frá. Það er ákveðinn mælikvarði á gæði ferils MN í þessari vinnu, að Lonely Planet valdi Norðurstrandarleið í þriðja sæti á topp 10 lista yfir þá áfangastaði sem best væri að heimsækja árið 2019, en það var tilkynnt áður en leiðin var formlega opnuð. Hefur því skapast einstakt verkferli sem hefur markað áfangastaðnum Norðurlandi skýra sérstöðu.

Norðurland og klasar

Klasahugmyndafræðin hefur lengi verið við lýði á Norðurlandi. MN er gott dæmi um klasa sem byrjaði smátt en hefur vaxið, dafnað og þróast í takt við verkefni og áherslur á hverjum tíma. Að MN standa sveitarfélög og ferðaþjónustufyrirtæki á Norðurlandi, en MN sækir einnig stuðning til ríkisins og fræðasamfélagsins. Háskólinn á Akureyri hefur reynst mikilvægur fyrir starfsemi MN og mörg verkefni á vegum MN hafa sótt þangað þekkingu og ráðgjöf. Í dag er MN stór klasi með 300 fyrirtæki og 20 sveitarfélög á bakvið sig, með sérstaka stjórn og 7 starfsmenn.

Mörg verkefni MN á undanförunum árum hafa einnig nýtt þessa hugmyndafræði og margir smærri klasar hafa orðið til. Sem dæmi má nefna Flugklasann Air 66N – klasaverkefni með það markmið að koma á reglulegu millilandaflugi um Akureyrarflugvöll til framtíðar. Flugklasinn var stofnaður af fyrirtækjum og sveitarfélögum og hefur eins og MN jafnframt sótt stuðning til hins opinbera og fræðasamfélagsins.

Fleiri klasaverkefni á vegum MN eru m.a.:

- Norðurstrandarleið – fyrsta ferðamannaleiðin á Íslandi
- Birding Iceland – verkefni um sameiginlegan fuglastíg sem nær yfir allt Norðurland
- Ski Iceland – samstarf skíðasvæða á Norðurlandi

Hægt er telja upp fleiri verkefni og segja má að í flestum verkefnum MN sé klasahugmyndafræðin höfð til hliðsjónar. Samvinna ólíkra aðila og aðkoma að verkefnum frá opinbera geiranum, einkageiranum og fræðasamfélaginu er rauður þráður í starfi MN.

MN fagnar vinnu við mótun klasastefnu fyrir Ísland sem kynnt verður í byrjun árs 2021 og mun halda áfram að nýta þessa hugmyndafræði í sínu starfi.

Áfangastaðastofa

Undanfarin tvö ár hafa stjórnvöld, í samvinnu við Stjórnstöð ferðamála og Ferðamálastofu, unnið að útfærslu þess að markaðsstofum landshlutanna verði breytt í áfangastaðastofur. Hugtakið áfangastaðastofa er þekkt erlendis undir nafninu DMO eða Destination Management Organisation. Áfangastaðastofum er ætlað breiðara hlutverk en markaðsstofurnar hafa í dag. Þannig er hægt að ná beinni tengingu við stjórnsýsluna en auk þess myndi stofnun þeirra mögulega hafa í för með sér tilfærslu verkefna, stærri hlutverk og eflingu á starfsemi. Markmiðið er að einfalda stjórnsýsluna og búa til vettvang fyrir samstarf og samþættingu. Auk þess er gert ráð fyrir að áfangastaðastofur komi með skýrari hlutverk í þróun ferðapjónustu innan áfangastaðar. Með því næst skýrari áhersla á þróunarverkefni á svæðinu og yfirsýn á stefnu áfangastaðarins. Í kynningum Stjórnstöðvar og Ferðamálastofu hefur hlutverk þeirra verið sett fram á eftirfarandi hátt:

- Gerð og framkvæmd áfangastaðaáætlana og viðskiptaáætlana, tenging við aðrar stefnur
- Þátttaka í rannsóknum og mælingu, öflun áreiðanlegra gagna
- Vöruþróun
- Stuðningur við tæknivæðingu ferðapjónustunnar
- Uppbygging hæfni og gæða, samvinna við hæfnissetrið
- Kynning og markaðssetning
- Álagsmat efnahags, samfélags og náttúru gagnvart fjölda ferðamanna
- Öryggismál
- Upplýsingamiðlun

MN hefur skrifað þrjár samantektir um það hvernig hægt sé að útfæra áfangastaðastofu á svæði þar sem tvö landshlutasamtök eru. Endanleg ákvörðun liggur þó hjá landshlutasamtökunum og stjórnvöldum. Þegar þessi skýrsla er skrifuð er ekki enn ljóst hvenær eða hvort hlutverk MN breytist í áfangastaðastofu á Norðurlandi.

Fjárfestingar og nýsköpun

Mikil gróska er í nýsköpun í ferðapjónustunni á Norðurlandi. Frumkvöðlar byggja upp ný fyrirtæki sem sinna vaxandi þörfum ferðamanna og innan fyrirtækja er mikil vöruþróun sem miðar að því að bæta þjónustu og aðlaga hana að markhópum, einfalda verkferla og gera fyrirtækjum kleift að taka á móti fleiri gestum með minni tilkostnaði. Nýsköpunin kemur að öllum þáttum rekstrar, hvort sem um er að ræða þróun á vörum eða aðferðum til að koma þjónustunni á markað. Nauðsynlegt er fyrir fyrirtækin að hafa aðgengi að stuðningi þegar kemur að nýsköpun enda kallar hún oft á töluverðar fjárfestingar í bæði starfsfólki og búnaði. Í þeim uppbyggingarfasa sem mun eiga sér stað eftir heimsfaraldur Covid-19 er mikilvægt að

fyrirtæki hafi góðan aðgang að fjármagni enda hafa fyrirtækin farið langt með að klára sína sjóði til að lifa af gríðarlegt tekjufall.

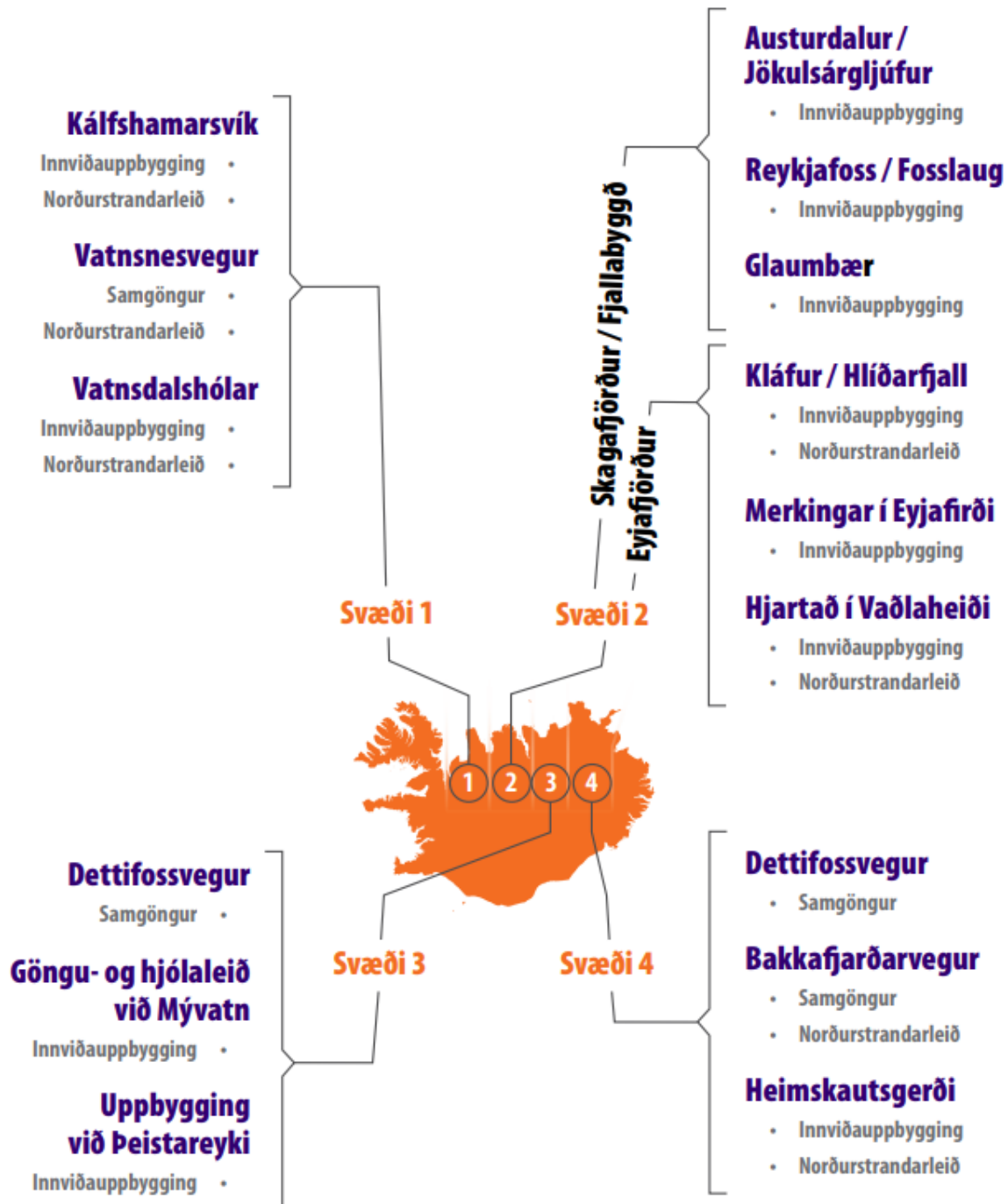
Til þess að byggja upp ferðapjónustuna á Norðurlandi er nauðsynlegt að ráðast í stærri fjárfestingar og því þarf að laða að fjárfesta. Aukinn fjöldi ferðamanna kallar á stærri fyrirtæki sem hafa getu til að taka á móti miklum fjölda ferðamanna auk þess sem nauðsynlegt er að byggja upp þjónustu á minna sóttum svæðum. Stórum fjárfestingum fylgir gjarnan öflugt markaðsstarf sem hefur síðan áhrif til góðs á önnur fyrirtæki í greininni. Hluti þeirrar fjárfestingar sem ráðast þarf í tengist innviðum á svæðinu og þar spila ríki og sveitarfélög lykilhlutverk en nauðsynlegt er að tryggja aðkomu ferðapjónustunnar að forgangsröðun verkefna.

Forgangsröðun verkefna á Norðurlandi

Forgangsröðun verkefna 2018 - 2020

Í Áfangastaðaáætlun árið 2018 var gerður forgangslisti yfir þau verkefni sem ráðast þurfti í og tengdust ferðapjónustu á svæðinu. Var sveitarfélögum og ferðamálasamtökum boðið að senda inn topp 5 lista yfir þau verkefni sem þau töldu að væru brýnust á sínu svæði. Í framhaldi var haldinn fundur á hverju svæði, samtals fimm fundir á hverjum stað, þar sem voru valin 3 verkefni fyrir hvert svæði, samtals 15 verkefni.





Eins og kemur fram í áfangastaðaáætlun árið 2018 voru verkefni tengd mikilvægustu stefnuáherslum Norðurlands sem voru **innviðauppbýgging**, **Norðurstrandarleið** og **samgöngur**. Þessi atriði eru enn skilgreind sem mikilvægustu forgangsverkefni Norðurlands en nú er hægt að skoða gagnagrunn yfir forgangsverkefni til uppbyggingar á Norðurstrandarleið en hann má finna á nordurland.is. Hér að neðan verður stöðu hvers og eins verkefnis lýst. Þeim verkefnum sem er ólokið eru enn í fullu gildi sem forgangsverkefni Norðurlands.

Kálfshamarsvík

Verið er að endurskoða deiliskipulag fyrir svæðið. Áætlað er að gera aðstöðu fyrir bílastæði og salernishús. Síðan verður farið að skoða gönguleiðir á svæðinu.

Vatnsnesvegur

Komið á samgönguáætlun 2020 – 2034 og er áætlað á þriðja tímabili áætlunarinnar. Mikilvægt er að flýta framkvæmdum umfram þessa áætlun.

Vatnsdalshólar

Fyrsta og öðrum áfanga er lokið, en þeir snerust um að skipta út jarðvegi, leggja göngustíg og byggja upp bílastæði. Auk þess er búið að skipta um jarðveg þar sem upplýsingaskilti verður sett. Þriðji áfangi snýst um að setja upp sýninguna sjálfa þar sem m.a. þarf að helluleggja og setja upp ljósa sýningu.

Dettifossvegur

Nú þegar er búið að leggja bundið slitlag allan Dettifossveg. Frágangur á leiðinni klárast 2021. Demantshringurinn hefur verið formlega opnaður.

Göngu- og hjólaleið við Mývatn

Fyrsti hluti var kláraður sumarið 2020 eða um 3 km með bundnu slitlagi. Er áætlað að bæta við 5 km á næsta ári. Áætlað er að öll leiðin verði 30 km. Auk þess var sótt um í Framkvæmdasjóð ferðamannastaða vegna framkvæmda við Höfða, sem tengist þessu verkefni.

Uppbygging við Þeistareyki

Þingeyjarsveit vinnur að því að klára deiliskipulag við Þeistareyki. Þar verður lögð áhersla á að skilgreina þau svæði sem tengjast ferðabjónustu á þessu viðkvæma svæði.

Austurdalur

Áætlað var að fara í deiliskipulag með svæðið sem ekki hefur verið hægt að fara í. Auk þess er verið að skoða möguleika á að sækja um styrk fyrir kláf sem færi yfir ána.

Reykjafoss/Reykjalaug

Eigendaskipti hafa orðið á svæðinu sem hafa tafið uppbyggingaráform. Verið er að skoða mögulega útfærslu á aðkomu að svæðinu.

Glaumbær

Búið er að klára deiliskipulag fyrir svæðið. Áætlaðar eru framkvæmdir á bílastæði svæðisins.

Bakkafjarðarvegur

Er á samgönguáætlun og var hluti verkefnisins unninn árið 2020.

Heimskautsgerðið

Fékk styrk úr Framkvæmdasjóði ferðamannastaða árið 2019, sem var nýttur í aðgengi að gerðinu. Hins vegar á eftir klára gerðið sjálfst sem verður næsti áfangi.

Forgangsröðun 2020

Árið 2020 var unnið að nýrri forgangsröðun verkefna á Norðurlandi sem eru partur af áfangastaðaáætlun 2021-23. Þessi verkefni bætast við þau sem eru talin upp hér að framan. Sömu aðferðafræði var beitt og síðast þegar verkefnum var forgangsráðað, í henni felst að öllum sveitarfélögum og ferðamálafélögum er gefið tækifæri til að senda inn sína topp fimm lista yfir þau verkefni sem þau vildu að lögð yrði áhersla á árinu 2020. Í febrúar 2020 var send út hvatning um að unnið yrði að listanum í góðri samvinnu við baklandið. Frestur var gefinn til byrjun júní og voru 52 verkefni send inn. Af 20 sveitarfélögum á Norðurlandi skiluðu 12 inn tillögum. Voru 19% þessara verkefna á Norðurlandi vestra og 81% á Norðurlandi eystra. Hér að neðan er nánari útlitun á hverju verkefni.

Norðurland vestra

Á Norðurlandi vestra skiluðu 2 sveitarfélög inn lista af verkefnum. Það voru hins vegar 5 sveitarfélög sem skiluðu ekki inn lista og er það miður. Það er von MN að þessi ferill komist inn í fyrirkomulag sveitarfélaga og þau nýti þetta tækifæri til að þróa ferðapjónustu á sínu svæði. Hér að neðan verður farið yfir verkefni þessara sveitarfélaga.

Húnavatnshreppur

Húnavatnshreppur skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 371 íbúi 1. jan 2020 og er sveitarfélagið um 3.822 km².



Verkefni 1: Þrístapar

Þrístapar eru söguminjar sem nauðsynlegt er að vernda og byggja þar upp góða aðstöðu til að stýra umferð ferðamanna og vernda land. Þrístapar liggja vestast í Vatnsdalshólunum norðan þjóðveggarins. **Helstu verkliðir** verkefnis eru að efla upplýsingagjöf og koma upp leiðbeiningum, gönguleiðum, sögusýningu ofl. á svæðinu.

Verkefni 2: Ólafslundur

Koma í veg fyrir skemmdir á landi, auka þjónustu við ferðamenn með salernum. Ólafslundur er áningarstaður við þjóðveg 1 og Þingeyrarveg, Ólafslundur er skógarreitir sem hefur haft mikið aðdráttarafl fyrir ferðamenn að stoppa á. **Helstu verkliðir** eru að endurnýja bekki og borð inn í skóginum, laga göngustíga. Byggja salernishús (endurnýja núverandi salerni).

Verkefni 3: Gullsteinn

Tryggja öryggi og aðgengi ferðamanna, vernda landið. Gullsteinn er við þjóðveg 1 rétt hjá Stóru-Giljá. Þaðan var fyrsti kristniboðinn á Íslandi, Þorvaldur Koðránsson hinn víðförli. Hann

ferðaðist um landið nokkru fyrir árið 1000 með saxneskum biskupi, sem Friðrik hét, og boðaði kristna trú. Þeir höfðu ekki erindi sem erfiði. **Helstu verkliðir:** Árið 1981 var sett upp minnismerki við Gullstein, laga þarf aðgengi og göngustíga við steininn.

Verkefni 4: Haukagil

Tryggja öryggi og aðgengi ferðamanna. Við bæinn Haukagil í Vatnsdal er minnisvarði um Bríeti Bjarnhéðinsdóttur sem reistur var fyrir nokkrum árum. Ekkert hefur verið gert nema reisa minnisvarðann. **Helstu verkliðir:** Laga allt umhverfi, koma fyrir upplýsingum um þessa merku konu. Tryggja öryggi ferðamanna með því að útbúa bílastæði ofl.

Verkefni 5: Langidalur

Tryggja öryggi ferðamanna. **Helstu verkliðir:** Laga bifreiðaplan koma þar fyrir merkingum, bekkjum og borðum til að ferðamenn geti notið þessa sem betri áningarstaðar en nú er.

Skagafjörður

Skagafjörður skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 4.034 íbúar 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 4.167 km².



Verkefni 1: Borgarsandur á Sauðárkróki og Hegranesviti

Vinna við betra aðgengi að svæðinu með bílastæði ásamt göngu- og hjólréiðastígum sem munu ná frá smábátahöfninni á Sauðárkróki að Hegranesvita. Borgarsandur er um 4 km löng strandlengja með ótal útivistarmöguleikum og mikið sérkenni fyrir svæðið. Það yrði mikið aðdráttarafli að tengja þetta stóra svæði, það myndi bæta öryggi ferðamanna til muna og vernda náttúruna með því að beina umferð um svæðið á göngustíga. **Helstu verkliðir:** Hönnun bílastæðis og göngu- og hjólastíga um svæðið. Framkvæmd á bílastæði og göngu- og hjólastígum.

Verkefni 2: Byggðasafnið í Glaumbæ

Bætt aðkoma að Byggðasafni Skagfirðinga í Glaumbæ. Bílastæði og aðstöðuhús verða bætt með öryggi ferðamanna í huga sem og verndun landsvæðisins. **Helstu verkliðir:** Hönnun og deiliskipulag svæðisins. Framkvæmdir á svæðinu.

Verkefni 3: Ketubjörg

Bætt aðgengi að Ketubjörgum á Skaga, með það í fyrirrúmi að vernda svæðið og tryggja öryggi ferðamanna. Ketubjörg eru fjölsóttur ferðamannastaður á Norðurstrandarleið, staðsett við Ketu á Skaga. Engin bílastæði eru á staðnum og engir göngustígar eða öryggisgirðingar. Brýnt er að bæta aðstöðu á svæðinu. **Helstu verkliðir:** Hönnun og framkvæmdir á svæðinu.

Verkefni 4: Reykjafoss

Byggja upp svæðið við Reykjafoss með það í huga að stýra gestum sem ganga/keyra um svæðið. Tryggja þarf öryggi ferðamanna á svæðinu og vernda landsvæðið fyrir ágangi ferðamanna með því að stýra umferðinni. Þá er einnig möguleiki á að koma upp salernisaðstöðu á svæðinu, en hún er ekki til staðar. **Helstu verkliðir:** Hönnun og framkvæmd bílastæðis og göngustíga á svæðinu og handriða/útsýnispalls.

Verkefni 5: Austurdalur

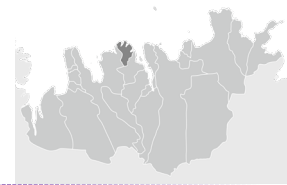
Vinna við uppbyggingu áfangastaðarins. **Helstu verkliðir:** Hönnun og deiliskipulag svæðisins. Framkvæmdir á svæðinu.

Norðurland eystra

Á Norðurlandi eystra voru 10 sveitarfélög sem skiluðu inn listum. Samtals voru það 42 verkefni. Hér að neðan verður farið yfir þessi verkefni.

Fjallabyggð

Fjallabyggð skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 2.006 íbúar, 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 364 km².



Verkefni 1: Útivistar- og áningarstaður við Ólafsfjarðarvatn

Bætir upplýsingagjöf og öryggi ferðamanna. Eykur gildi svæðisins til náttúruupplifunar og útiveru og markmiðið er að svæðið verði aðdráttarafli fyrir heimafólk jafnt sem ferðamenn. Ólafsfjarðarvatn er á náttúruminjaskrá sem mjög sérstætt náttúruferirbrigði og hefur gríðarlegt aðdráttarafli, enda náttúrufergurð vatnsins og svæðisins mikil. Algengt er að ferðamenn stoppi á þessum stað þar sem útsýnið yfir vatnið og fjörðinn er mjög gott, skemmtilegt og fagurt á þessum stað.

Ólafsfjarðarvatn er sérstakt fyrir margra hluta sakir. Það er lagskipt með fersku og söltu vatni og sums staðar eru hlý vatnslög og er vatnið á náttúruminjaskrá vegna þessara eiginleika. Vatnið er um 2,5 ferkílómetrar að stærð; um 3 km á lengd og um 1 km á breidd þar sem það er breiðast. Allbreitt rif, sand- og malarkambur, ca. 250 m breitt, skilur vatnið frá sjónum og rennur ós úr því til sjávar. Ólafsfjarðarkaupstaður stendur að hluta til á þessu rífi. Gott er að renna fyrir silung að sumarlagi í góðu veðri hvort sem er af vatnsbakkanum eða af báti úti á vatninu. Fjölskrúðugt fuglalíf er einnig í Ólafsfirði og við vatnið. **Helstu verkliðir:** Verkefnið verður boðið út árið 2021. Framkvæmdinni verður skipt í tvo áfanga. Fyrsti áfangi verður unninn 2021 og seinni 2022. Verkið felur í sér jarðvegsskipti, uppfyllingu, túnlagningu, bílastæði, malbikun. Einnig verða sett upp upplýsingaskilti um bæina í sveitinni ásamt fróðleik um svæðið, borð og bekkir.

Verkefni 2: Göngu og hjólastígur kringum Ólafsfjarðarvatn

Ólafsfjarðarvatn er sérstakt fyrir margra hluta sakir. Það er lagskipt með fersku og söltu vatni og sums staðar eru hlý vatnslög og er á náttúruminjaskrá vegna þessara eiginleika. Vatnið er um 2,5 ferkílómetrar að stærð; um 3 km á lengd og um 1 km á breidd þar sem það er breiðast. Allbreitt rif, sand- og malarkambur, um 250 m breitt skilur vatnið frá sjónum og rennur ós úr því til sjávar. Ólafsfjarðarkaupstaður stendur að hluta til á þessu rífi. Ekki er talið ólíklegt að vatnið hafi áður fyrr verið alveg opið til sjávar en lokast svo af með árunum.

Vatnið er frekar grunnt, mesta dýpi er um 10 - 11 metrar. Ólafsfjarðarvatn eykur við hina sérkennilegu og stórbrotnu fegurð byggðarinnar, og var fyrr á árum og öldum mikil viðbót við matarforðabúr Ólafsfirðinga og bjargaði áreiðanlega mörgum frá hungri. Silungsveiði er með ágætum í vatninu og sjófiskar svo sem þorskur, ufsi, koli, síld og fleiri tegundir hafa veiðst þar öldum saman. Fjölskrúðugt fuglalíf er einnig í Ólafsfirði og við vatnið.

Verkefnið er þegar hafið en lagður hefur verið um 900 m langur stígur frá Brimneshótel (Bylgjubýggð) til suðurs að austanverðu. Gert er ráð fyrir að á árinu 2020 verði kláruð hönnun og undirbúningsvinna. **Helstu verkliðir:** Verkefnið verður boðið út árið 2021. Framkvæmdinni verður skipt í tvo áfanga. Fyrsti áfangi unninn 2021 og seinni 2022. Gert er ráð fyrir 2-3 áningarstöðum við vatnið. Sett verða upp söguskilti við áningarstaði og vegvísun við upphaf og enda leiðarinnar. Einnig verða sett upp upplýsingaskilti um bæina í sveitinni ásamt fróðleik um svæðið, borð og bekkir.

Verkefni 3: Göngu- og hjólastígur um Hólsdal Siglufirði

Í gegnum tíðina hefur Hólsdalur verið eitt helsta útivistarsvæði Siglufirðinga. Stefnt er að því að efla enn frekar möguleika til útivistar með aukinni skógrækt auk þess að bæta samgöngur og aðstöðu fyrir starfsemi á borð við knattspyrnu, golf og skíðaiðkun. Með fjölbreyttum möguleikum til frístundaiðkunar verður Hólsdalur að alhliða útivistarsvæði fyrir alla aldurshópa.

Svæðið er ca. 773 ha að stærð og tekur yfir dalbotn Hólsdals og hliðardalinn Skarðsdal. Svæðið er að mestu í eign sveitarfélagsins Fjallabyggðar. Um 0,85 ha svæði í Grafargerði, norðaustan skógræktar, er í einkaeigu.

Hólsdalur er einkennandi fyrir aðra dali Fjallabyggðar sem er jökulsorfinn U-dalur skorinn af árfarvegi í dalbotninum. Nefnist áin Fjarðará en er einnig þekkt undir nafninu Hólsá. Leyningsá rennur eftir botni Skarðsdals og í gegnum skógrækt fremst í mynni Hólsdals. Fellur hann í fögrum fossi, Leyningsfossi, í skógræktinni.

Dalurinn er gróinn með stöku trjápyrpingum að austanverðu í Hólsdal en að vestanverðu hefur Skógræktarfélag Siglufjarðar unnið að skógræktarreit í landi Skarðsdalskots frá árinu 1951. Í mynni Skarðsdals má sjá ummerki eftir jökultungur frá síðasta jökulskeiði og er talið að hún hafi skriðið fyrir mynni Hólsdals og því hafi myndast jökulsáaurar í dalbotninum. Í Hóls- og

Skarðsdal finnast mófuglar sem búa í lyngmóum og graslendi. Eru það þúfutittlingur, heiðlóa, rjúpa og hrossagaukur. Í skriðum, urðum og giljum eru snjótittlingar og steindepill. Í kjarlendi eru skógarprestir.

Helstu verkliðir: Framkvæmdinni verður skipt í tvo áfanga. Fyrsti áfangi unninn 2021 og seinni 2022. Stígurinn mun liggja samhliða reiðstíg sem liggur um dalinn að Fjarðará en þar verður lögð trébrú en í dag er það einungis vað sem hentar reiðmönnum vel. Stígurinn verður malbikaður til að auka notagildi hans. Leggja þarf tvær trébryr/plankabryr á leiðinni yfir Fjarðará og verður unnið við báðar bryrnar í fyrsta áfanga. Gengið verður frá uppsetningu sögu, upplýsingaskilta og vegvísa.

Verkefni 4: Aðstöðuhús við Brimnes

Aðstæður til brimbrettanotkunar eru góðar í Ólafsfirði og hefur orðið gríðarleg aukning í komu ferðamanna, bæði erlendra sem innlendra til Ólafsfjarðar í þeim tilgangi að stunda brimbretti. Öldur á þessum stað þykja óvenjulegar og góðar aðstæður eru til þessa sjósports akkúrat þarna á þessum stað. Aðstaðan nýtist bæði heimamönnum jafnt og ferðamönnum.

Nýtingarmöguleikar húss á þessum frábæra útsýnisstað eru margir en þarna er tilvalið að upplifa miðnætursólina, norðurljósín og fuglalífið eða bara fara í fjöruferð með fjölskyldunni, stunda sjósund eða fara á brimbretti.

Helstu verkliðir: Gert er ráð fyrir að á árinu 2020 verði kláruð hönnun og undirbúningsvinna. Verkefnið verður svo boðið út árið 2021. Framkvæmdinni verður skipt í tvo áfanga. Verkið verður unnið árið 2021 og 2022.

Á bökkunum verður reist aðstöðuhús með salerni, sturtu og búningsaðstöðu. Við aðstöðuhúsið verða settir upp tveir pottar; heitur pottur og sjópottur (kaldur). Frá aðstöðuhúsi meðfram bökkunum og niður í rekabása (sem er grjótfjaran neðan og norðan við svæðið) verður lagður göngustígur. Einnig verður gert bílastæði fyrir allt að fjóra bíla fyrir ofan svæðið.

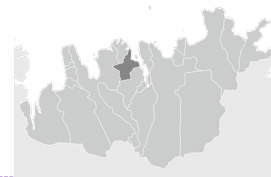
Verkefni 5: Uppbygging í Ólafsfirði (tvö verkefni)

- A. Fræðslu- og upplifunarreitir við Aðalgötu í Ólafsfirði
- B. Náttúra, saga og útivist; Stígagerð frá Múlakollu að Hornbrekku

Helstu verkliðir: Gert er ráð fyrir að á árinu 2020 verði kláruð hönnun og undirbúningsvinna. Verkefnið verður svo boðið út árið 2021. Framkvæmdinni verður skipt í tvo áfanga. Fyrsti áfangi unninn 2021 og seinni 2022.

Dalvíkurbyggð

Dalvíkurbyggð skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 1.903 íbúar, 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 598 km².



Verkefni 1: Bílastæði/Áningarstaður við upphaf gönguleiðar upp að Skeiðsvatni

Markmið verkefnisins er að auðvelda aðgengi ferðamanna og göngugarpa upp að Skeiðsvatni. Með bílastæði við upphaf gönguleiðarinnar þar sem finna mætti klósettaðstöðu væri aðgengi bætt og sá ágangur sem bæjareigendur í grenndinni verða fyrir á landi sínu í dag minnkaður til muna. **Helstu verkliðir:** Undirbúningsvinna (hönnun áfangastaðar, jarðvegsvinna, hönnun á snyrtingum o.fl.), uppsetning á klósettaðstöðu, skiltagerð, stika nýjan hluta gönguleiðar og kynningarmál.

Verkefni 2: Göngubrú í Friðlandi Svarfdæla

Að loka gönguleið sem myndar hring í Friðlandi Svarfdæla. Áningarstaðurinn við Hrísatjörn yrði miðpunktur gönguleiðarinnar. **Helstu verkliðir:** Undirbúningsvinna (hönnun á göngubrú, jarðvegsvinna) uppsetning á brú, skiltagerð og stika og undirbúa nýja gönguleið. Síðan kynningarmál.

Verkefni 3: Útsýnispallur/Bílastæði í Múla fyrir miðnætursól/Norðurljós

Í Múla er að finna stórkostlegan stað fyrir miðnætursól að sumri og norðurljós að vetri vegna lítillar ljósmengunar. Þessi staður þarf mikla upplýftingu en gæti orðið vinsælasti staðurinn fyrir þessa sýn. **Helstu verkliðir:** Laga veg upp á gamla Múlaplan. Útbúa áningarstað neðan við veginn með upplýsingum um konuna frá Hvanndalabjörgum. Göngustígur niður að Hálfðánarhurð. Skiltagerð og kynningarmál.

Verkefni 4: Þórslundur - Skógrækt

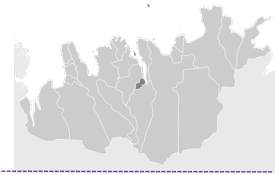
Að kolefnisjafna veru varðskipsins Þórs við bryggju á Dalvík í rafmagnsleysinu í desember 2019. Kolefnisjöfnun sveitarfélagsins í heild yrði markmiðið því nú þegar hafa fyrirtæki haft samband sem vilja kolefnisjafna sína starfsemi. **Helstu verkliðir:** Stika af afmarkað svæði til skógræktar í aðalskipulagi, kaup á plöntum og gróðursetning þeirra, skiltagerð og kynningarmál.

Verkefni 5: Áningarstaður við Stærri-Árskógskirkju, við minnismerki um Látra-Björgu.

Þann 5. desember 2016 var reistur minnisvarði um skáldkonuna Látra-Björgu, Björgu Einarsdóttur og var hann afhjúpaður við Stærri-Árskógskirkju á Árskógsströnd. Áningarstaður við minnisvarðann myndi gera minningu skáldsins hærra undir höfði. **Helstu verkliðir:** Undirbúningsvinna (hönnun áningastaðar, jarðvegsvinna o.fl.), skiltagerð og markaðssetning.

Akureyrarbær

Akureyrarbær skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 19.025 íbúar, 1.janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 138 km².



Verkefni 1: Útivist allt árið

Styrkja Hlíðarfjall sem heilsársúttivistarsvæði og nýta innviði sem nú þegar eru til staðar. Hlíðarfjall er mest þekkt sem skíðasvæði en hefur á síðari árum einnig orðið vinsæll vettvangur fyrir fjallahjól, fjallaskíði og gönguferðir. Auk þess sem skíðalyftur hafa einnig verið í boði á sumrin síðastliðin 2 sumur og verða það einnig sumarið 2020. Íþróttavettvangur sem þróast hefur í að vera einnig vinsælt útivistarsvæði. **Helstu verkliðir:** Halda áfram uppbyggingu göngu- og hjólaleiða, setja stikur og vegvísa auk upplýsingaskilta.

Verkefni 2: Í faðmi hárra fjalla og jökla - Glerárdalur

Bæta aðgengi um dalinn með stígagerð, stikun og fræðslu. Glerárdalur er fólkvangur í nágrenni við þéttbýli og góða innviði. Önnur vinsæl svæði í nágrenni dalsins eru Hlíðarfjall og bæjarfjallið Súlur. Með nýrri vatnsvirkjun sem tekin var í notkun árið 2019 hefur aðgengi að sjálfum dalnum batnað mikið með nýjum hjóla og göngustíg sem liggur frá þéttbýli upp að stíflunni við minni dalsins. **Helstu verkliðir:** Búið er að fá fyrsta styrk í fyrsta áfangann af þremur - við að leggja stíg frá bílastæði við Súlur inn að kofa Ferðafélags Akureyrar í heild um 12 km austan megin í dalnum. Einnig er fyrir séð að bæta þurfi við verkefnið með því að leggja einnig stíg vestanmegin í dalnum og tengja þannig við nýja stíginn upp að stíflunni.

Verkefni 3: Hrikalegt gljúfur með aðgengi fyrir alla - Glerárgljúfur

Glerárgljúfur er eitt dýpsta og hrikalegasta árgljúfur í Eyjafirði. Gera þarf aðgengi að gljúfrinu - fyrir alla og tryggja öryggi. Gera þannig sem flestum kleift að upplifa stórbrotna náttúru í návígi við góða innviði. **Helstu verkliðir:** Undirbúningsvinna m.a. könnun á aðstæðum, val á staðsetningum og áhættumat. Uppbygging á stíg, útsýnispalli og upplýsingaskiltum.

Verkefni 4: Veisluborð Hríseyjar - Háborðið

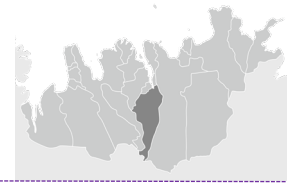
Háborðið er einn hæsti punktur Hríseyjar - þaðan er víðsýnt til allra átta - meðfram Látraströndinni, yfir í Svarfaðardalinn og inn fjörðinn auk þess sem þar er tengipunktur fyrir 3 helstu gönguleiðir um eyjuna. Unnið hefur verið að uppbyggingu gönguleiðanna þriggja og Háborðinu undanfarin ár en enn er eftir að klára hvoru tveggja. **Helstu verkliðir:** Klára þarf gönguleiðina um Borgarbrík (er að hluta bara slóði og troðningar). Vegghleðslur/skjólvegg á háborðinu og gera yfirlitskilti og upplýsingaskilti.

Verkefni 5: Allir á heimskautsbauginn - Háeyjan (Grímsey)

Bæta aðgengi upp á hápunktinn á norðurhluta eyjunnar "háeyjuna" þaðan sem gott útsýni er norður á nyrsta hluta eyjunnar og þangað sem heimskautsbaugurinn er og listaverkið "Orbis et Globus." Gera þarf greiðfæra gönguleið og upplýsingaskilti til að tryggja sem best aðgengi fyrir sem flesta. Huga þarf að því hver á landið, deiliskipulagi og mögulegum takmörkunum á umferð um svæðið. **Helstu verkliðir:** Eignarskráning, deiliskipulag, hönnun og framkvæmd.

Eyjafjarðarsveit

Eyjafjarðarsveit skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 1.077 íbúar, 1.janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 1.775 km².



Verkefni 1: Risakusa

Risakusa er samstarfsverkefni Ferðamálafélags Eyjafjarðarsveitar, sveitarfélagsins og Beate Stormo listakonu á Kristnesi. Markmið verkefnisins er að reisa útilistaverk sem vekur eftirtekt og verður hluti af kennileiti svæðisins. Ástæðan fyrir kusunni er skírskotun í þá miklu mjólkurframleiðslu og mikilvægi Eyjafjarðarsveitar sem mjólkurhéraðs á landsvísu.

Yfirmarkmið er að auka vitund ferðamanna á svæðinu, stuðla að fjölgun þeirra og aukningu á veltutölum hjá þjónustuaðilum. Þá er einnig markmið að Íslendingar viti betur af svæðinu og að það stuðli að vitund á þeirri framleiðslu sem þar fer fram. **Helstu verkliðir:** Hönnun, smíði, uppsetning og aðgengi.

Verkefni 2: Hjóla- og gönguleiðir

"Kortleggja, merkja, útbúa lýsingar og hnitsetja hjóla- og gönguleiðir í Eyjafjarðarsveit bæði innan sveitar og í tengslum við leiðir yfir í nágrennasveitafélög.

Markmiðið er að nýta þann gríðarlega auð sem landið hefur að bjóða er kemur að útivist og bjóða þannig bæði ferðamönnum og íbúum svæðisins uppá heilsusamlega og góða afþreyingu. Þá er með verkefninu stefnt að því að Eyjafjörður eflist sem áfangastaður ferðamanna sem vilja dvelja á svæðinu til lengri tíma.

Sveitarfélagið hefur í samstarfi við Ferðamálafélag Eyjafjarðarsveitar merkt upp allt að 100 km af leiðum sem hægt er að ráðast í að merkja án mikils fyrirvara. **Helstu verkliðir:** Stikun og hnitsetning hjóla- og gönguleiða. Leiðarlýsing og myndefni. Koma leiðum á framfæri.

Verkefni 3: Áningarstaðir

Efla umferðaröryggi og auka aðsókn ferðamanna að svæðinu. Skortur er á áningarstöðum við vegkerfi í sveitarfélaginu og mikilvægt að efla það til að beina umferð vegfarenda á örugga staði og þangað sem þeir hafa heimild til að vera. Áningarstaðir verða byggðir upp í tengslum við áhugaverða staði, upphaf gönguleiða og aðra staði sem vert er að stoppa á. **Helstu verkliðir:** Kortlagning áningarstaða. Jarðvegsframkvæmdir. Bekkir og merkingar.

Verkefni 4: Garðsárreitur

Garðsárreitur er falin perla í norðanverðri Eyjafjarðarsveit. Markmið verkefnisins er að auka aðgengi almennings og ferðalanga að skógræktinni og gljúfrinu sem þar er. Byggja upp útsýnispall á gljúfurbrúninni sem falið er í skógarreitnum, útbúa góð bílastæði við reitinn og bæta gönguleiðir að útsýnispallinum. **Helstu verkliðir:** Bílastæði (jarðvegsframkvæmd.) Endurbætur og fjölgun stíga. Bygging útsýnispalls.

Verkefni 5: Útivistarstígur í Eyjafjarðarsveit

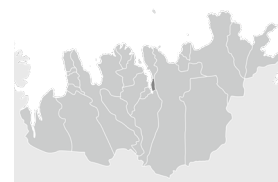
Útivistarstígurinn milli Hrafnagils og Akureyrar hefur sannað gildi sitt fyrir íbúa svæðisins, eftir öryggi á svæðinu og opnað fjölmarga möguleika til útiveru og bætt stöðu þjónustuaðila sem við nálægð hans búa.

Mikilvægt er að halda áfram með uppbyggingu stígsins og fara þar austur fyrir Eyjafjarðará um miðbraut og norður með Eyjafjarðarbraut eystri í átt til Akureyrar aftur og búa þannig til öruggan og öflugan útivistarhring sem um leið mun fara framhjá fjölda þjónustuaðila.

Markmiðið er að efla öryggi gangandi vegfarenda, vekja áhuga á svæðinu og stórauka tekjumöguleika þjónustuaðila á svæðinu. **Helstu verkliðir:** Jarðvegsframkvæmdir og gatnagerð.

Svalbarðsstrandarhreppur

Svalbarðsstrandarhreppur skilaði inn 2 verkefnum. Þar bjuggu 483 íbúar, 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 55 km².



Verkefni 1: Hjóla- og göngustígur á Svalbarðsströnd

Samtengja sveitarfélög í Eyjafirði á sama tíma og hvatt er til heilsueflandi ferðamennsku. Höfða til ferðamanna sem sækja í hjólreiðaferðir í Evrópu. Auka umferðaröryggi barna og fullorðinna sem velja vistvænar samgöngur um Eyjafjörð. **Helstu verkliðir:** Frágangur á hönnun teikninga og legu stígs, samningar við landeigendur, samningar við Norðurorku vegna lagningu vatnslagna, útboð framkvæmdar og fjármögnun.

Verkefni 2: Útsýnispallur og þjónustusvæði á Svalbarðsströnd

Ferðamenn hafi gott aðgengi að útsýnispalli og þjónustusvæði, með nægum bílastæðum, sem tryggir öryggi þeirra fyrir umferð á þjóðvegi. Á slíku þjónustusvæði geti ferðamenn nálgast upplýsingar um svæðið, nýtt sér salernisaðstöðu og notið náttúru og útsýnis á öruggan hátt. **Helstu verkliðir:** Hönnun útsýnispalls, efnisöflun, samningar við landeiganda, framkvæmd: gatnagerð, bygging þjónustuhúss.

Grýtubakkahreppur

Grýtubakkahreppur skilaði inn 3 verkefnum. Þar bjuggu 370 íbúar, 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 432 km².



Verkefni 1: Gamli skólinn

Uppbygging á Gamla skólanum í Grenivík.

Verkefni 2: Laufáshólmar

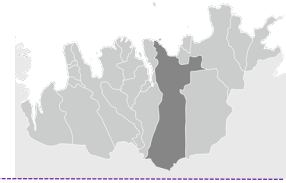
Deiliskipulag og umhverfishönnun.

Verkefni 3: Bárðartjörn

Deiliskipulag og umhverfishönnun.

Þingeyjarsveit

Þingeyjarsveit skilaði inn 2 verkefnum. Þar bjuggu 862 íbúar, 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 5.988 km².



Verkefni 1: Aldeyjarfoss

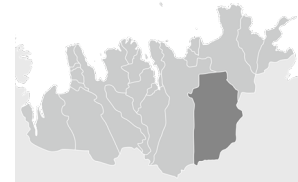
Bætt salernisaðstaða við Aldeyjarfoss.

Verkefni 2: Þeistareykir

Deiliskipulag ferðapjónustu á Þeistareykjum. **Helstu verkliðir:** Skipulagslýsing og deiliskipulag.

Skútustaðahreppur

Skútustaðahreppur skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 507 íbúar, 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 6.034 km².



Verkefni 1: Göngu- og hjólastígur umhverfis Mývatn

Bæta umferðaröryggi á þjóðvegnum í kringum Mývatn þar sem er mikil bílaumferð og umferð gangandi og hjólandi. Stígurinn er inni á aðalskipulagi. **Helstu verkliðir:** Langtímaverkefni að fara allan 36 km hringinn. Fyrsti áfangi var 2019 og er samningur við Vegagerðina til næstu þriggja ára um fyrsta áfanga stígsins, þ.e. frá Reykjahlíð að Dimmuborgum.

Verkefni 2: Gestastofa Vatnajökulsþjóðgarðs

Uppfylla lögin um Vatnajökulsþjóðgarð og fjármagna gestastofu í Mývatnssveit. **Helstu verkliðir:** Hótel Gígur (gamli grunnskólinn er til sölu, tilvalið að kaupa hann og fara í breytingar innanhúss).

Verkefni 3: Höfði - Uppbygging stíga, aðstöðu, bílastæða og salerna

Bæta aðstöðu fyrir ferðamenn í náttúruperlunni Höfða samkvæmt deiliskipulagi sem verið er að ljúka. **Helstu verkliðir:** Uppbygging stíga, bílastæða, salernisaðstöðu, verja skóginn o.fl.

Verkefni 4: Hverir - Uppbygging stíga o.fl. í samstarfi við landeigendur.

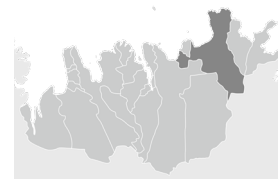
Bæta aðstöðu við Hverir fyrir ferðamenn. **Helstu verkliðir:** Lagfæring á núverandi aðstöðu, bæta við bílastæðum, salernum ofl.

Verkefni 5: Gönguleiðir og plan við Vindbelg.

Bæta gönguleiðir við Vindbelg og leiðina upp á fjallið en þetta er vinsælt göngusvæði. **Helstu verkliðir:** Lagfæring stíga.

Norðurþing

Norðurþing skilaði inn 5 verkefnum. Þar bjuggu 3.115 íbúar, 1. janúar 2020 og er stærð sveitarfélagsins 3.754 km².



Verkefni 1: Botnsvatn

Gera göngustíg kringum Botnsvatn færan öllum þeim sem yfirhöfuð geta gengið 5 km. **Helstu verkliðir:** Breikka og stækka göngustíg kringum vatnið og bera í hann efni eins og þarf.

Verkefni 2: Göngu- og hjólastígar við Húsavík

Átak í skilgreiningu, merkingum og formun fjallahjólastíga í nágrenni Húsavíkur. **Helstu verkliðir:** Merking á leiðum og uppbygging.

Verkefni 3: Yltjörn sunnan Húsavíkur

Bæta aðgengismál að yltjörninni sunnan Húsavíkur. **Helstu verkliðir:** Bæta veginn sem tengir yltjörn og þjóðveg 85. Forma betur bílastæði og setja burðarhæft efni í planið og malbika. Bæta göngustíg kringum tjörnina. Tengja göngu/hjólastíg frá yltjörninni og sem leið liggur inn til Húsavíkur.

Verkefni 4: Veggurinn í Kelduhverfi

Bæta aðgengismál við merkilegar jarðmyndanir á flekaskilum í Kelduhverfi.

Verkefni 5: Heimsskautsgerði á Raufarhöfn

Helstu verkliðir: Enn á eftir að klára mikilvæga þætti verkefnisins svo sem skúlptúra innan gerðisins, helluleggja gólflötinn, hlaða vegg utan um gerðið og ganga betur frá móttökuástöðu fyrir ferðamenn.

Norðurhjar

Norðurhjar eru ferðamálasamtök á Norðausturhorni landsins og standa á bak við verkefnið „Edge of the Arctic“. Fyrir hönd sveitarfélaga sendu þau inn 5 verkefni.



Verkefni 1: Útsýnispallur við vitann á Raufarhöfn

Koma upp útsýnispalli við vitann uppi á Höfðanum við Raufarhöfn. Með því má koma í veg fyrir frekari náttúruspjöll og utanvegaakstur. Sömuleiðis að koma upp fallegum áningarstað fyrir göngufólk, ljósmyndara, íbúa og ferðafólk. Pallurinn fellur vel inn í vinsæla gönguleið um Höfðann, sömuleiðis inn í Fuglastíg á Norðausturlandi og Norðurstrandarleið (Arctic Coast Way). **Helstu verkliðir:** Afmarka og útbúa bílastæði, byggja útsýnispall með borði og bekkjum og leggja stutta gönguleið fram á Höfðann.

Verkefni 2: Gamla bryggjan á Bakkafirði

Byggja upp afþreyingu á Bakkafirði fyrir ferðamenn og íbúa. **Helstu verkliðir:** Gera ákveðnar lagfæringar á gömlu bryggjunni, þannig að fólk geti farið út á hana, veitt sér fisk (en þekkt er

að vænn fiskur veiðist við bryggjuna) grillað á staðnum, farið í heitan pott á tanganum upp af bryggjunni og notið útsýnis út á sjóinn og yfir á Langanesið handan fjarðarins.

Verkefni 3: Áfangastaður við Vegginn í Kelduhverfi

Að koma upp áfangastað við Vegginn í Kelduhverfi, en þar má sjá glögg merki plötuskilanna sem einkenna landið. Áfangastaðurinn er á Demantshringnum, einnig á Norðurstrandarleið (Arctic Coast Way). **Helstu verkliðir:** Að kanna hug allra hagsmunaaðila. Að útbúa bílastæði, setja upp skilti með jarðfræðiupplýsingum, borð og bekki. Að merkja gönguleið undir veggnum.

Verkefni 4: Áfangastaður við Naustárfoss í Öxarfirði

Við Naustárfoss í Öxarfirði er mikið um að ferðafólk stansi í vegköntum og freisti þess að sjá fossinn. Aðstaða til þess er ekki góð og markmiðið er að bæta aðgengi að fossinum og niður á fallegan sand. **Helstu verkliðir:** Gera bílastæði, vegspotta að bílastæðinu, slóðir eða stíga að útsýnisstað sem þarf að útbúa. Einnig stíg og tröppur niður á sandinn.

Verkefni 5: Bílastæði og áningarstaður við Hvalvík á Melrakkaslétu

Í Hvalvík á Melrakkaslétu eru fallegir gatklettar og umhverfi. Þar þarf að gera smekklegan áfangastað, koma í veg fyrir akstur um svæðið og gera það aðgengilegt. **Helstu verkliðir:** Afmarka og útbúa bílastæði, setja upp merkingar og skilti, borð og bekki.



Lokaorð

Ferðapjónustan er stærsta útflutningsatvinnugrein þjóðarinnar og hefur byggst hratt upp á undanförunum árum. Þrátt fyrir áföll hefur alltaf tekist að snúa vörn í sókn og er það einnig markmiðið þegar tekist hefur að ráða bug á Covid-19 heimsfaraldrinum. Fram undan eru þó miklir óvissutímar og gríðarleg samkeppni á markaði. Lykilatriði til að ná árangri er samstaða og kröftug sókn í markaðsmálum. Markaðsstofa Norðurlands hefur tekið saman þessa áfangastaðaáætlun til þess að gefa góða mynd af stöðunni í ferðapjónustu á Norðurlandi. Hér er tæpt á helstu þáttum án þess þó að birta ítarlegar áætlanir. Áfangastaðaáætlun er ætlað að gera hagsmunaaðilum kleift að vinna markvisst að sókn í ferðapjónustu með skýra stefnu fyrir framan sig. Í samstarfi við MN eru nú um 300 fyrirtæki í ferðapjónustu, sveitarfélögin á Norðurlandi og nú hafa stjórnvöld sett þá stefnu að viðurkenna hlutverk Markaðsstofunnar með samningi um starf áfangastaðastofu. Þessi breyting styður vel við starfsemi ferðapjónustunnar og verður góður styrkur þau þrjú ár sem þessi áætlun nær til með skýrum vilja um samstarf, vel skilgreindum hlutverkum og ákveðinni stefnu. Staðan verður tekin reglulega og markvisst farið yfir að verkefnin falli að þeirri stefnu sem hér er sett. Að þremur árum liðnum ættum við því að vera komin nær því markmiði að reka hér sjálfbæra heilsársferðapjónustu í umhverfi og innviðum sem styðja kröftuglega við þá framtíðarsýn fyrir Norðurland.

