

# ÁFANGASTAÐAÁÆTLUN AUSTURLANDS

2018 -2021



AUSTURLAND





FERÐA  
MÁLA  
STOFA  
ICELANDIC  
TOURIST  
BOARD



AUSTURLAND

# Áfangastaðaáætlun Austurlands

Áfangastaðaáætlun (DMP - Destination Management Plan) er leiðarvísir um næstu skref í þróun fyrir tiltekinn áfangastað. Áfangastaðaáætlun fyrir Austurland 2018-2021 er ætlað að mæta þörfinni fyrir áfangastaðstjórnun og þróun sjálfbærrar ferðabjónustu. Frá árinu 2014 hefur farið fram ítarleg greining og önnur undirbúningsvinna á svæðinu með það að markmiði að gera Austurland að ákjósanlegum stað til þess að búa á og heimsækja. Ein aðaláherslan var að koma á fót virkri áfangastaðastofu og að útbúa DMP fyrir Austurland. Áfangastaðaáætlun fyrir allt landið var kynnt árið 2015, en gerð áfangastaðaáætlunar fyrir hvern landshluta fyrir sig hófst í apríl 2017. Ferðamálastofa, ásamt Stjórnstöð ferðamála, stýrði verkefninu en markaðsstofur í hverjum landshluta fyrir sig gerðu sínar áfangastaðaáætlunir og komu þeim í framkvæmd.

Áfangastaðaáætlunirnar eru unnar út frá markmiðum sem sett voru fram í Vegvísi í ferðabjónustu (Road Map for Tourism in Iceland 2015-2020) sem kom út árið 2015.

# Sýn

*Við höfum þá sýn fyrir árin 2018-2021 að þróa sterkan áfangastað þar sem ferðabjónusta dafnar árið um kring.*

*Við þurfum að byggja upp skipulag í kringum áfangastaðinn Austurland. Okkar markmið er að fagmennska í hæsta gæðaflokki einkenni öll okkar störf. Þetta hefur jafnframt í för með sér að við þurfum að vinna nánar með staðbundnum, svæðisbundnum og landsbundnum innviðum þar sem við óskum einnig eftir frekari aðild/þátttöku í áfangastaðnum okkar. Við þurfum líka að vera klár og afkastamikil í öllu sem við gerum.*

*Til að auka fagmennsku þurfum við að koma á fót og tryggja rekstur DMO (Destination Management Organization). Markmið okkar er að eftir þrjú ár að DMO-stuðull Austurlands verði orðinn sterkur.*

*Við verðum betur í stakk búin til að styðja fyrirtæki í ferðamennsku á svæðinu, fylgjast með framþróun og setja ný stefnumótandi markmið í þróun áfangastaðarins.*

# Áfangastaðurinn Austurland

*Austurland er austasti hluti Íslands. Oft er talað um Austfirði en ákveðið var að nota Austurland sem nafn á áfangastaðnum. Austurland er vörumerkið.*

*Austurland er 15.792 km<sup>2</sup> svæði sem býr yfir fjölbreyttu og myndrænu landslagi. Þar má meðal annars finna heillandi firði, gróna dali og stórbrotið hálendi. Þar er einnig að finna stærstan hluta Vatnajökuls, stærsta jökuls í Evrópu. Á þessu stóra svæði búa hins vegar einungis um 10.490 manns svo svæðið er dreifbýlt. Þorp og sveitabæir eru staðsettir meðfram ströndinni og nálægt ám. Þrátt fyrir fámenni eru samfélögin skapandi, með góða innviði og sterk fyrirtæki sem vinna meðal annars fisk og ál.*

*Austurland er heillandi áfangastaður fyrir ferðamenn sem hafa áhuga á ósnortinni náttúru, ósvikinni, raunverulegri upplifun og sköpunarkrafti. Hér er að finna endalaus möguleika á að rannsaka fallega náttúru, njóta matar af svæðinu og upplifa ógleymanleg útivistarævintýri. Ferðabjónusta er nú orðin ein helsta atvinnugrein svæðisins.*



FIRDIR



HÉRAÐ



HÁLENDI

## FJÖLDI GISTISTAÐA Á AUSTURLANDI:\*

14 HÓTEL

20 GISTIHEIMILI

8 HEIMAGISTING

4 HOSTEL

168 AIRBNB  
LEIGUSALAR

3 SKÁLAR

11 TJALDSTÆÐI

FJÖLDI FYRIRTÆKJA SEM  
SKIPULEGGJA, SELJA OG  
FRAMKVÆMA FERDIR:

**10.490**  
ÍBÚAR

**9** FERÐASKRIF-  
STOFUR

**34** FERÐASKIPU-  
LEGGJENDUR

**15.792** km<sup>2</sup>
\*data collected from <https://www.maelabordferdathjonustunnar.is/is/gisting/allar-tegundir-gistingar> (the data collection needs to be improved to show more accurate information)

## FJÖLDI FYRIRTÆKJA SEM SELJA EFTIRFARANDI AFÞREYINGU:

**5** GÖNGUFERÐIR  
(EINS DAGS FERÐIR OG LENGRI FERÐIR)



**1** MEET THE LOCALS  
(FERÐIR)



**4** JEPPAFERÐIR  
(EINS DAGS FERÐIR OG LENGRI FERÐIR)



**4** SJÓTENGDAR FERÐIR  
(BÁTA, SJÓSTÖNG OG KAYAK)



**4** FJALLAHJÓLAFERÐIR  
(MTB)



**6** HESTAFERÐIR



## FJÖLDI MERKTRA GÖNGUFERÐA:

**102**



## FJÖLDI VEITINGAHÚSA EFTIR TEGUND:

**29** VEITINGASTAÐIR

**19** CAFÉS

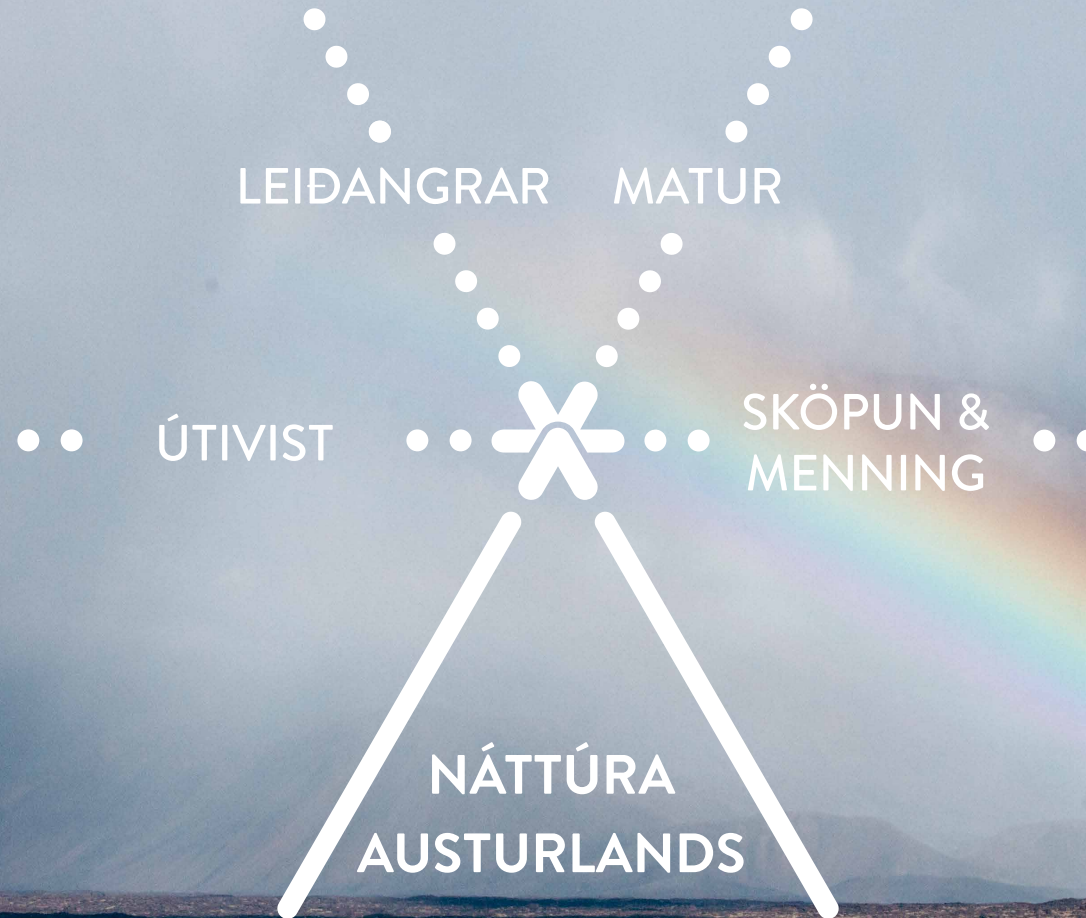
**10** SKYNDIBITASTAÐIR

**3** BISTRÓ

**1** DINER



# Áherslur Austurlands





## ÚTIVIST

- Það þarf að þróa upplifun sem tengist lofordunum í stefnu áfangastaðarins.
- Það þarf að bæta og viðhalda göngustígum.
- Það þarf aukið samtal um fjallgöngur/gönguleiðir á Austurlandi.
- Það þarf að bæta kort yfir gönguleiðir og viðhalda þeim.
- Það ætti að þróa varning og upplifun í tengslum við gönguleiðir.
- Það þarf að tryggja verndun náttúru og stefna á ábyrga ferðapjónustu með jafnvægi manna og náttúru.
- Það þarf að viðhalda og vernda strandlengjuna, og ætti að þróa vörur og upplifun í tengslum við firðina.
- Það þarf að styrkja samskipti og styðja utanumhald á milli DMO, ferðapjónustufyrirtækja, klasa, samtaka, stofnana og yfirvalda. Það verður að nýta verkfæri og áætlanir betur og hefja framkvæmdir.

## LEIÐANGRAR

- Það þarf að þróa upplifun sem tengist lofordunum í stefnu áfangastaðarins.
- Það þarf að nýta betur hina fjölmörgu möguleika á ferðum og leiðöngrum á Austurlandi. Austurland býr yfir fjölmörgum möguleikum á hringferðum, styttri fjallaferðum og öðru áhugaverðu. Það þarf að ákveða á hvaða staði og leiðir ætti að leggja áherslu og þróa það markvisst.
- Áningarstaðirnir og aðstaða við vegina þurfa aukna athygli; almenningsalarni, upplýsingaskilti, örugg bílastæði og göngustígar. Það þarf að leggja aukna áherslu á þessa þætti svo þeir nýtist og verði aðlaðandi bæði fyrir gesti og íbúa.
- Það þarf að auka sýnileika vörumerkisins Austurland.
- Það þarf að gefa út betri og meiri upplýsingar um Austurland og vera sýnilegri.
- Það þarf að íhuga fjölgun skemmtiferðaskipa, jákvætt og neikvætt. Meta framtíðarmöguleika í þeim geira á Austurlandi.
- Það ætti að byggja upp sjálfbæra báta ferðapjónustu, meta möguleika þess að upplifa Austurland af sjó og auka tækifæri tengd sjávarævintýrum.

## MATUR

- Það þarf að þróa upplifun sem tengist lofordunum í stefnu áfangastaðarins.
- Það þarf að leggja áherslu á matartengda ferðapjónustu.
- Það þarf að auka meðvitund og skilning á mikilvægi breytinga á neyslu í tengslum við menningu, loftlagsbreytingar og aðgengi að matvælum.
- Það þarf að leggja meiri áherslu á tengsl ferðapjónustu, nýsköpunar og matar.
- Svæðið þarfnast fleiri veitingastaða sem bjóða upp á mat úr héraði.
- Það þarf að tengja matvælaframleiðendur til þróunar á nýjum réttum.
- Það þarf nánara samstarf við matarklasa á Austurlandi.

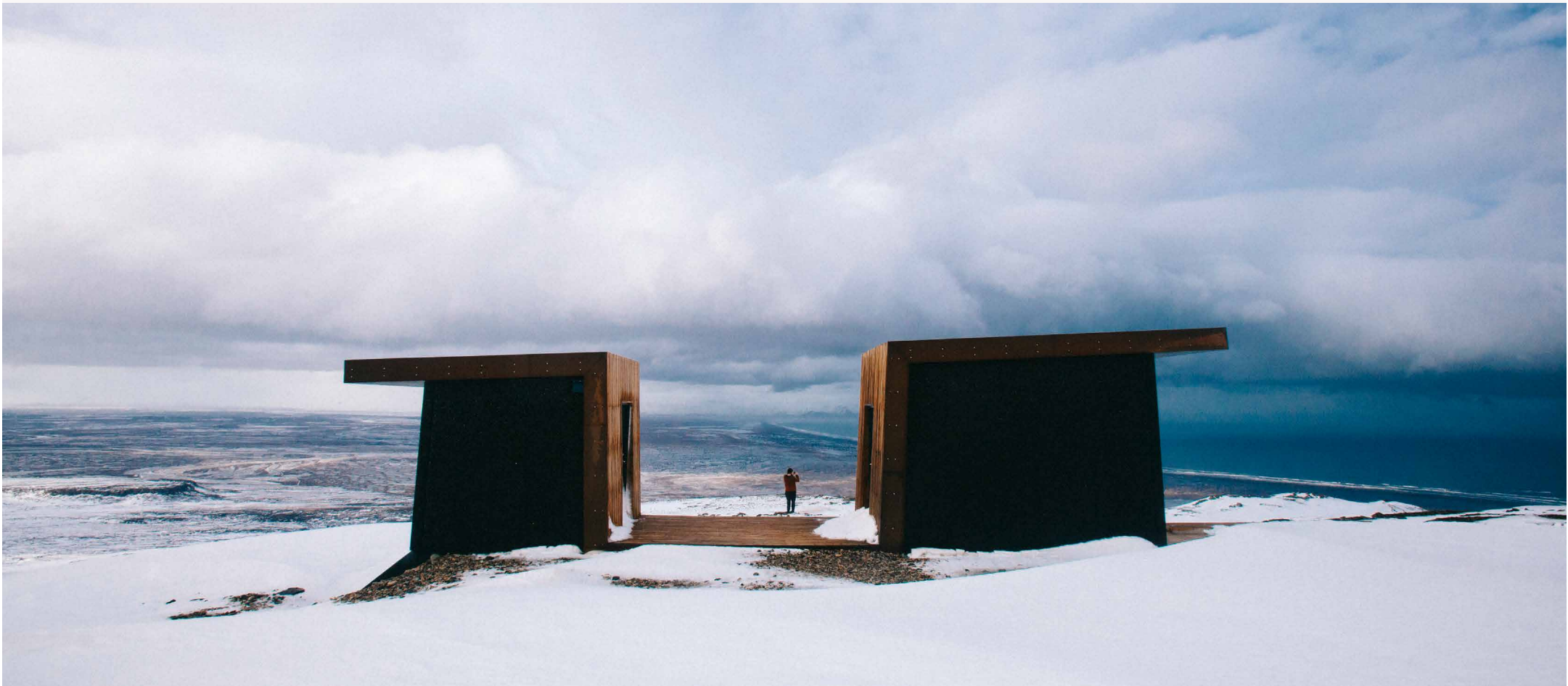
## SKÖPUN & MENNING

- Það þarf að þróa upplifun sem tengist lofordunum í stefnu áfangastaðarins.
- Það þarf að hvetja til þverfaglegs samstarfs og styðja sjálfbæra þróun á aðgengilegri og jafngildri menningu sem ögrar venjum og staðalímyndum, og styrkir tilveru og mikilvægi einstaklinga.
- Það þarf bæði að halda tengslum við menningararfleifð okkar og vera opin fyrir nýjum áhrifum.
- Það verður að leggja mikið af mörkum til sköpunar með innblæstri, hlutdeild, virkum samræðum og áherslu á sögur um velgengni.
- Það þarf að styrkja fyrirtækin okkar í ferli sköpunar og vöruþróunar sem leiðir til frumlegra hugmynda/nýsköpunar.
- Það ætti að gera alla hluta áfangastaðarins einstaka með því að bjóða upp á menningarleg gæði.
- Það þarf að hafa menningartengd og skapandi fyrirtæki meira með okkur í áfangastaðaþróuninni.
- Það þarf að deila staðbundnum viðburðum betur, bæði á íslensku og ensku.
- Menningarviðburðir þurfa að vera aðgengilegir gestum svæðisins

# Áfangastaðaverkefni

Eftirfarandi kort sýna vinsæla áfangastaði á Austurlandi, verkefni sem eru í vinnslu hjá sveitarfélögunum og staði sem mögulega má þróa frekar. Þau verkefni sem eru í vinnslu eru að hluta eða öllu leyti fjármögnuð en forgangsverkefni eru ýmist ófjármögnuð eða að hluta.

Þessi listi er settur saman í samstarfi við sveitarfélögin á Austurlandi og gefur skýra mynd af þróuninni á svæðinu. Á listanum er aðeins að finna verkefninn á höndum sveitarfélaganna en ekki verkefni á vegum einkaaðila.



# Vinsælar áfangastaðir

## Vopnarfjarðarhreppur

1. HELLISHEIDI
2. BUSTARFELL
3. SELÁRLAUG
4. SKJÓLFJÖRUR
5. FUGLABJARGANES

## Fljótsdalshérað

6. SÆNAUTASEL
7. MÖÐRUDALUR
8. STUDLAGIL
9. STÖRURÐ
10. HALLORMSSTAÐUR
11. FARDAGAFOSS
12. YTRI RJÚKANDI
13. STAPAVÍK

## Fjarðabyggð

14. HÓLMANES
15. FRANSKI SPÍTALINN
16. PÁSKAHELLIR - FÓLKVANGUR
17. HELGUSTADANÁMA
18. STEINASAFN PETRU
19. SJÁVARHVERINN SAXA

## Djúpavogshreppur

20. TEIGARHORN
21. PAPEY
22. EGGIN Í GLEÐIVÍK
23. ÖXI
24. STRÖNDIN VIÐ DJÚPAVOG
25. STAPINN Í STAPAVÍK

## Fljótsdalshreppur

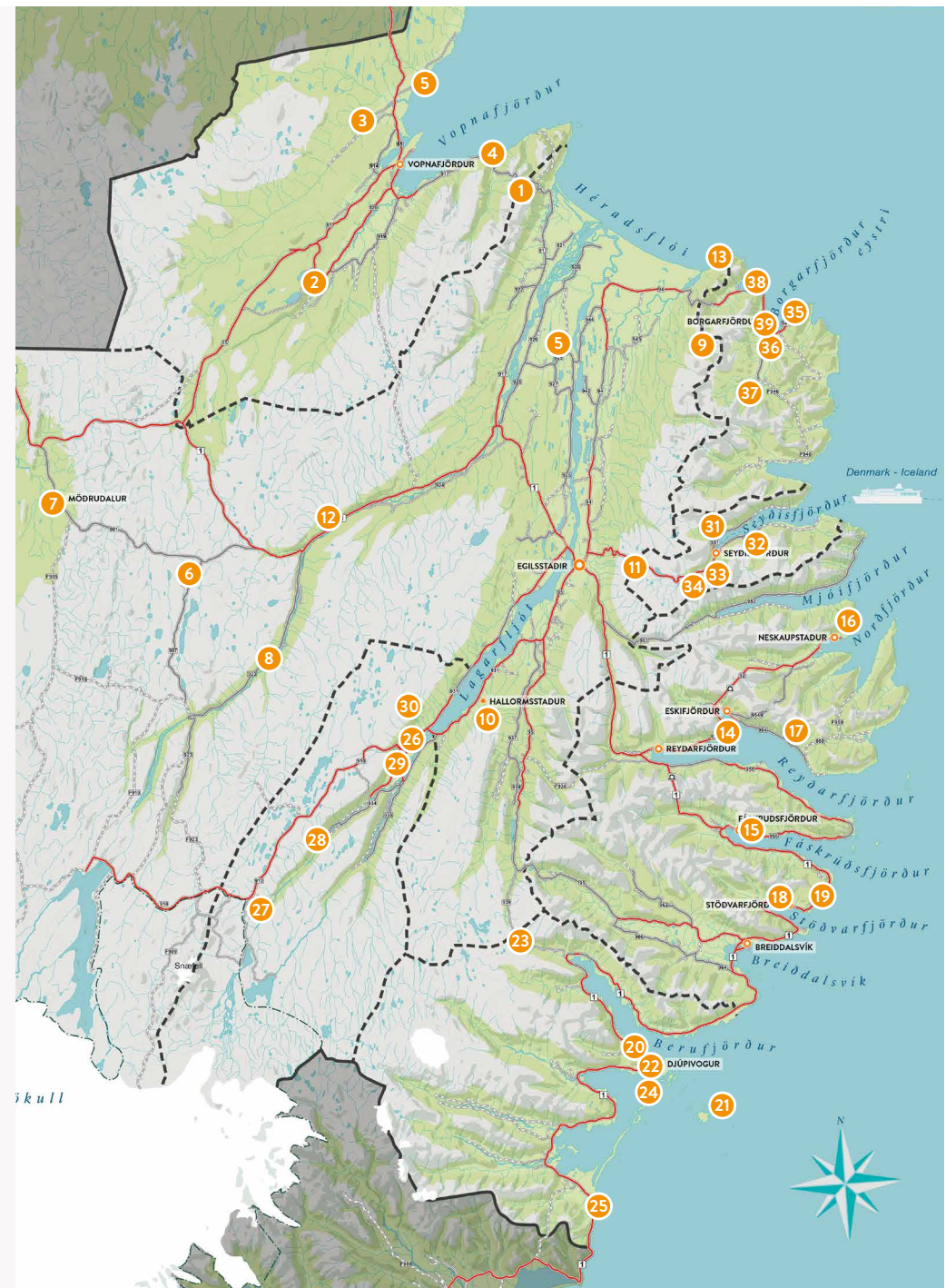
26. SNÆFELLSSTOFA  
VATNAJÖKULSPJÓÐGARÐUR
27. LAUGARFELL HOT SPRINGS
28. WILDERNESS CENTER
29. SKRÍÐUKLAUSTUR
30. HENGIFOSS

## Seyðisfjarðarkaupstaður

31. REGNBOGAGATAN
32. TVÍSÖNGUR
33. BÚÐARÁRFOSS
34. NEÐRI STAFUR

## Borgarfjarðarhreppur

35. HAFNARHÓLMI
36. ÁLFABORG
37. VÍKNASLÓÐIR TRAILS
38. NJARÐVÍKURSKRÍÐUR
39. LINDARBAKKI



# Mögulegir áfangastaðir

## Vopnarfjarðarhreppur

1. HOFSKIRKJA
2. BÖÐVARSDALUR
3. ÞVERÁRGIL

## Fljótsdalshérað

4. HÚSEY
5. HAFRAHVAMMAGLJÚFUR
6. LAUGARVELLIR
7. KÁRAHNJÚKAR
8. KVERKFJÖLL
9. HJARÐARHAGI GÖMUL FJÁRHÚS

## Fjarðabyggð

10. GRÆNAFELL
11. FRANSKI GRAFREITURINN
12. GAMLA BRÚIN / OLD BRIDGE
13. BÚÐARÁRFOSS
14. BLEIKSÁRFOSS
15. BELJANDI FOSS

## Fljótsdalshreppur

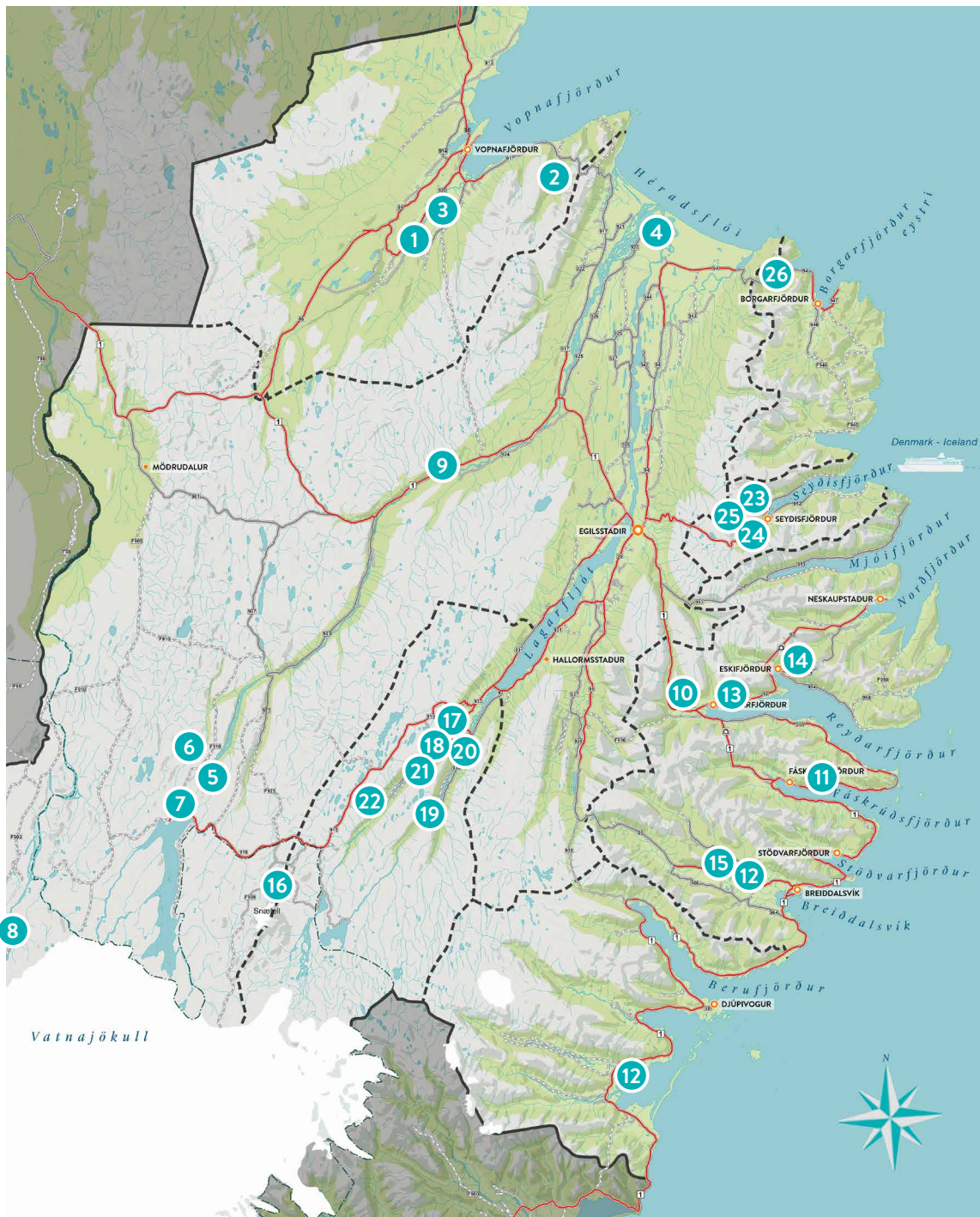
16. SNÆFELLS AREA -  
VATNAJÖKULL NATIONAL PARK
17. BESSASTAÐAÁRGIL - MELARÉTT
18. VALÞJÓFSSTAÐARKIRKJA
19. STRÚTSFOSS
20. RANASKÓGUR
21. TRÖLLKONUSTÍGUR
22. FOSSAHRINGURINN

## Seyðisfjarðarkaupstaður

23. VESTDALUR
24. FJARÐARSEL SVIRKJUN
25. SNJÓFLÓÐAVARNAGARÐAR  
VIÐ BJÓLF

## Borgarfjarðarhreppur

26. INNRA - HVANNAGIL



# Verkefni í vinnslu

## Fljótsdalshérað

1. HAFRAHVAMMAGLJÚFUR
2. FJARÐARHEIÐI REST STOP
3. STUÐLAGIL
4. GALTASTADIR FRAM

## Fjarðabyggð

5. STREITISHVARF
6. HÓLMANES

## Fljótsdalshreppur

7. HENGIFOSS ÞJÓNUSTUHÚS

## Seyðisfjarðarkaupstaður

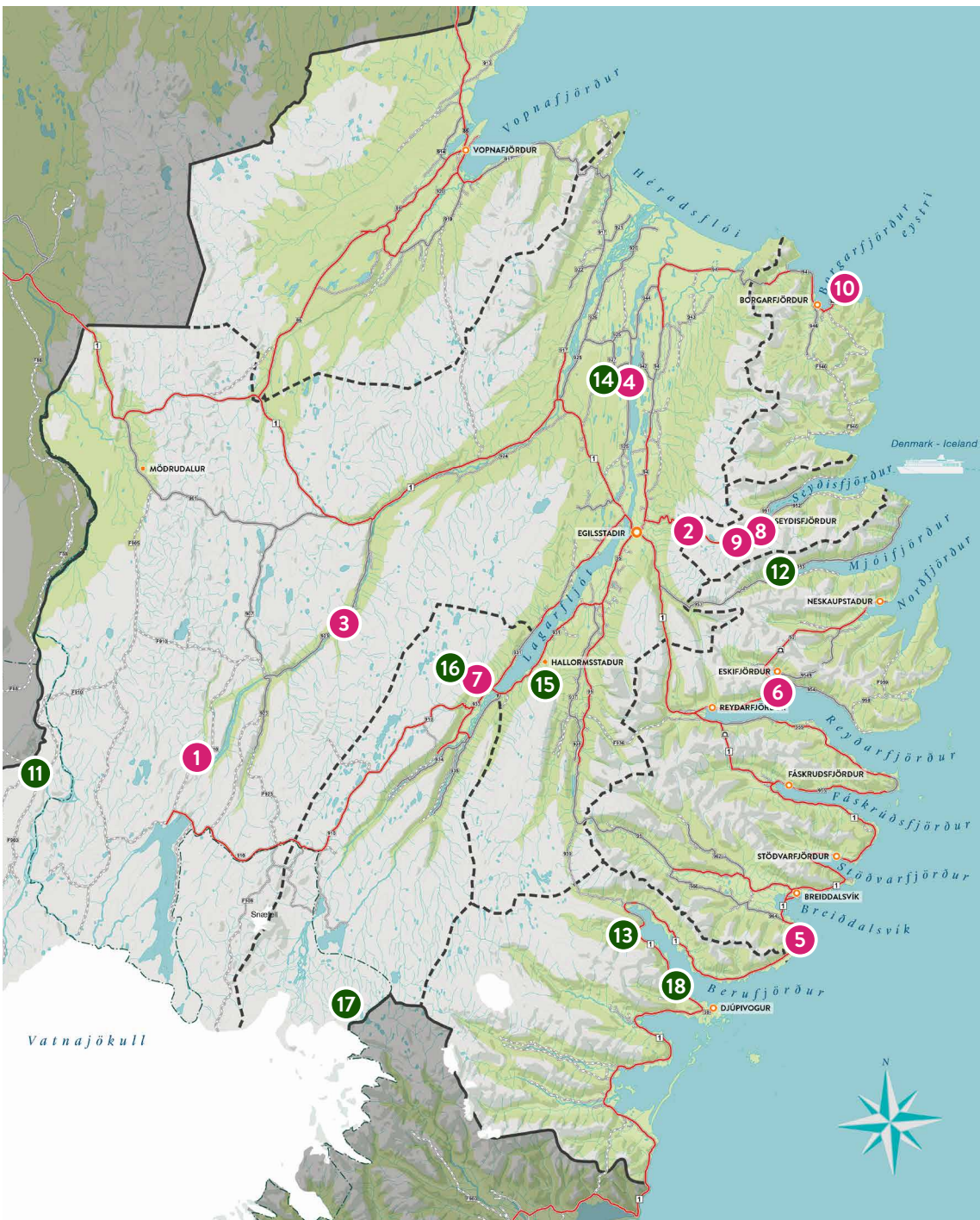
8. GUFUFOSS
9. NEDRI STAFUR - ÚTSÝNISSVÆÐI

## Borgarfjarðarhreppur

10. HAFNARHÓLMI

## Landsáætlun projects

11. BLANDA VIÐ GELDINGAFELL
12. FJÁRBORG Í MJÓAFIRÐI
13. FOSSÁRDALUR
14. GALTASTADIR FRAM
15. HALLORMSSTAÐARSKÓGUR
16. HENGIFOSS
17. KREPPUTUNGA
18. TEIGARHORN



# Fleiri ferðamenn og vöxtur í ferðapjónustu

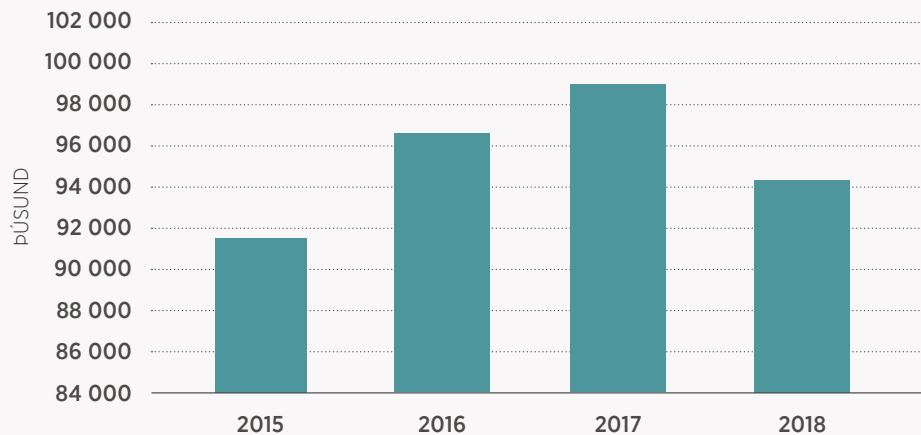
Brottfarir erlendra ferðamanna frá Keflavíkurflugvelli voru 2,3 milljónir árið 2018, það er aukning um 5,5% frá árinu 2017.

Ef fjöldi ferðamanna er skoðaður út frá þjóðerni þá eru Bandaríkjamenn og Bretar í miklum meirihluta (samanlagt 43%), en næstir eru Þjóðverjar (6%), Kanadamenn (4,3%) og Frakkar (4,2%). Brottförum fjölgaði á öllum árstíðum 2016 til 2017.

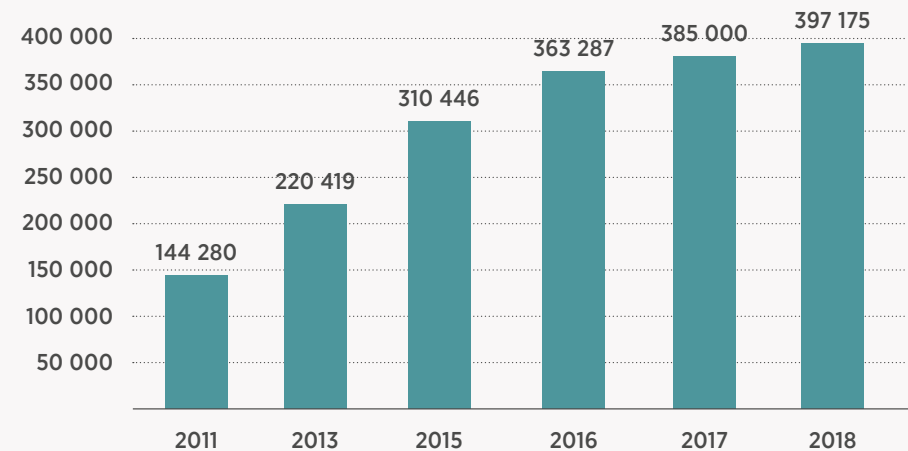
Ferðamönnum fjölgaði frá öllum markaðssvæðum nema Norðurlöndunum yfir veturinn. Undanfarin ár hefur sveiflan á milli árstíða farið minnkandi.

Ferðapjónusta á stóran þátt í efnahagsvexti Íslands undanfarin ár og hefur skapað þúsundir nýrra starfa. Aukin dreifing ferðamanna um landið er frábært tækifæri fyrir samfélagið á Austurlandi til þess að auka velmegun og jákvæða þróun svæðisins.

FARÞEGAR UM EGILSSTAÐAFLUGVÖLL 2015-2018



GISTINÆTUR Á ÖLLUM TEGUNDUM GISTIRÝMA

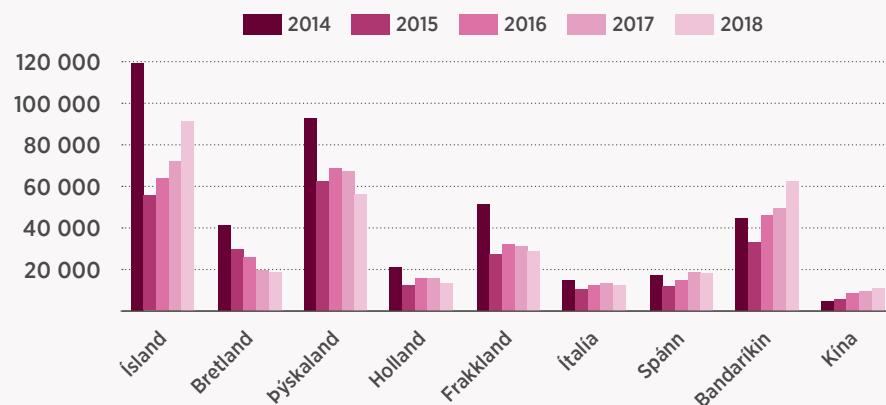


# Markaðsmat fyrir Austurland

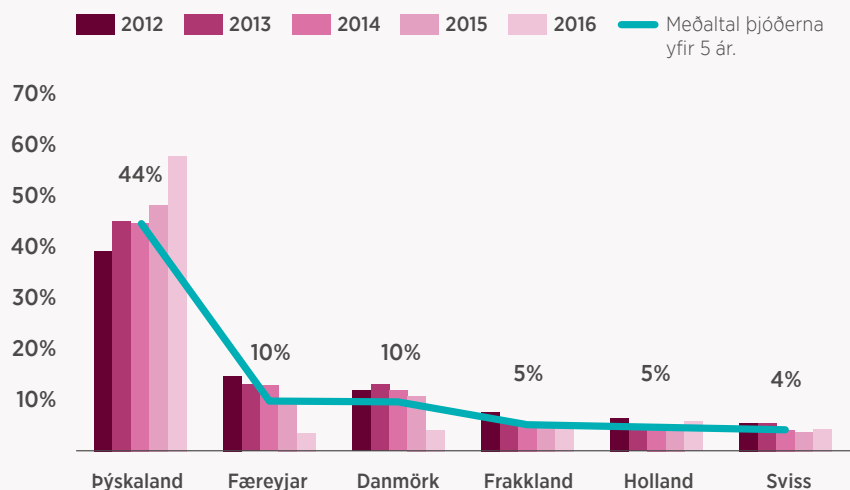
Þýskaland, Bandaríkin og Frakkland eru stærstu markaðirnir fyrir Austurland. Bandaríkjamönnum hefur fjölgað hvað mest síðustu ár og eru að nálgast Þýskaland í heimsóknunum.

Við mat á markaðsáhuga á Austurlandi er mikilvægt að skoða aðsókn í allar gerðir gistirýma auk fjölda ferðamanna sem koma með ferju til Seyðisfjarðar. Þýskaland er stærsti markaðurinn okkar og stór hluti ferðamanna frá Þýskalandi kemur með ferjunni til Seyðisfjarðar.

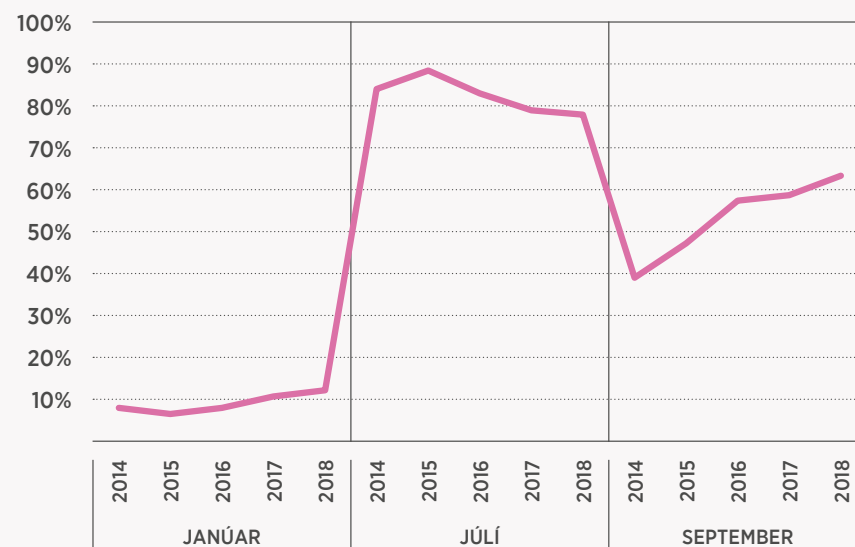
GISTINÆTUR Á ÖLLUM TEGUNDUM SKRÁÐRA GISTISTAÐA 2014-2018



FARÞEGAR MED NORRÆNU Í GEGNUM SEYÐISFJÖRÐ EFTIR LÖNDUM

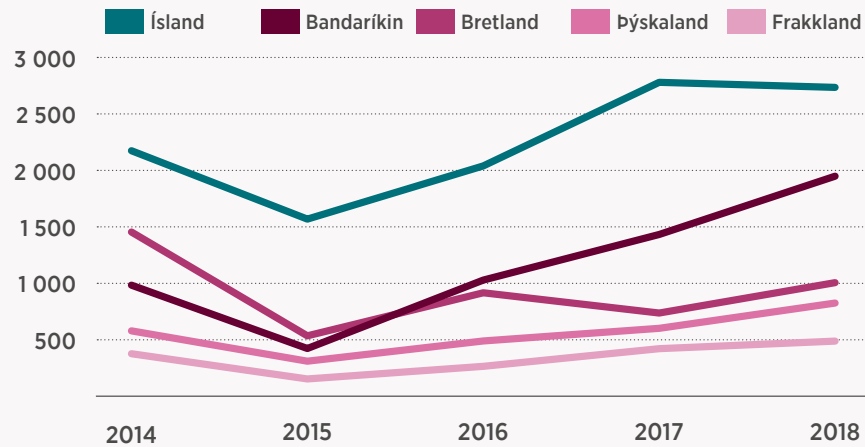


NÝTING HERBERGJA Á HÓTELUM 2014-2018

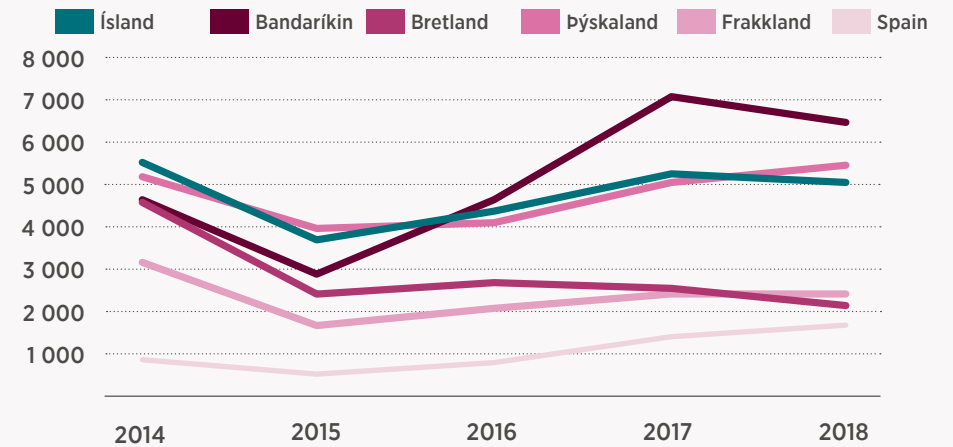


# Gestakomur eftir árstíðum

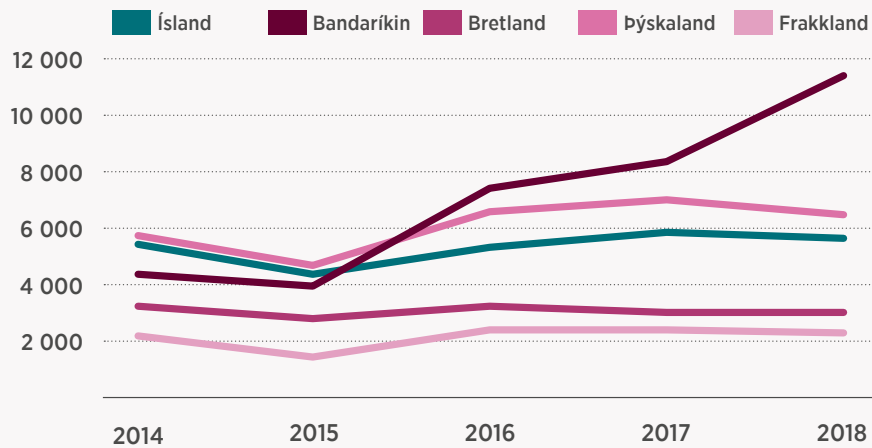
## VETUR



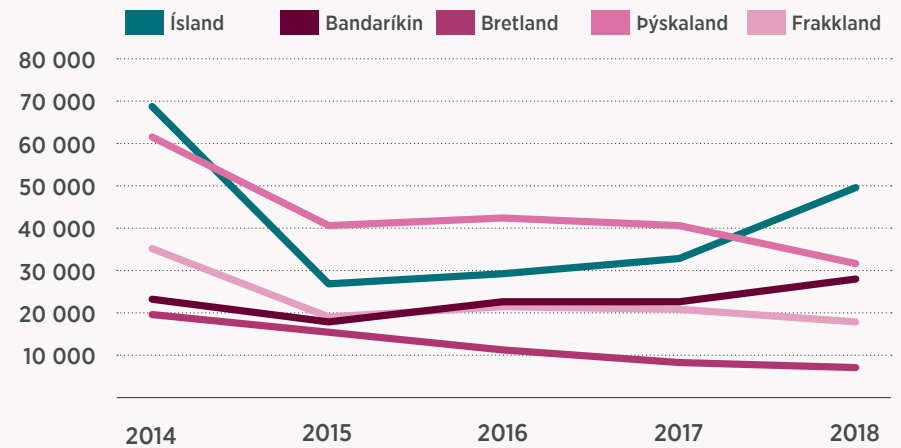
## VOR



## HAUST



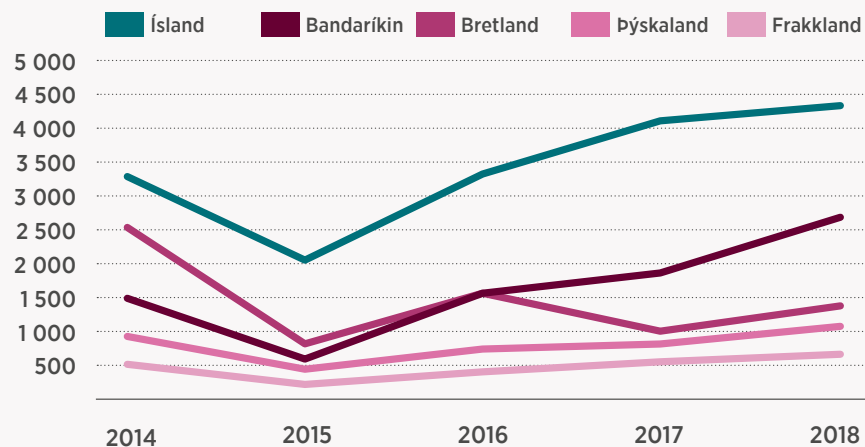
## SUMAR



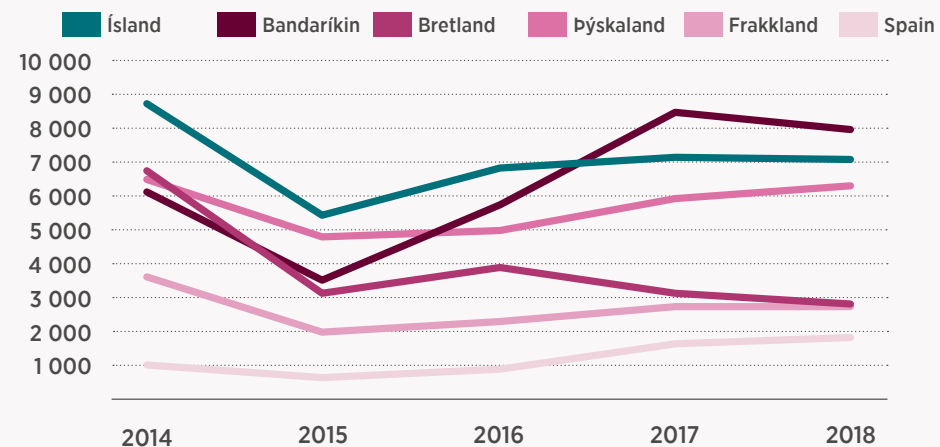


# Gistinætur eftir árstíðum

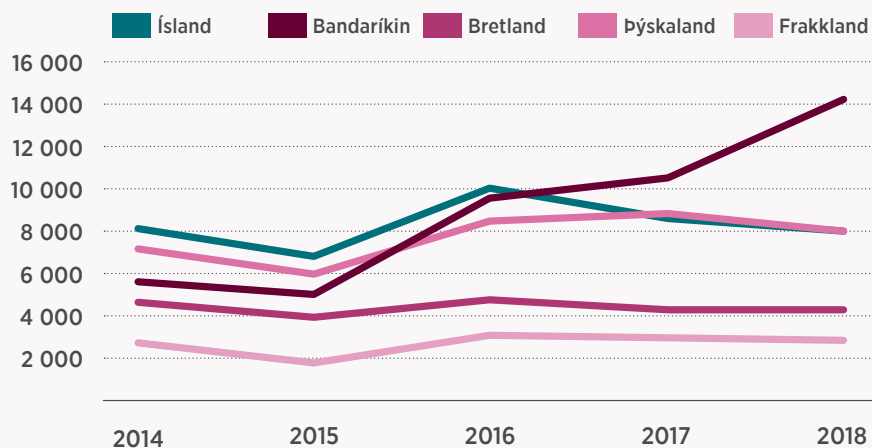
## VETUR



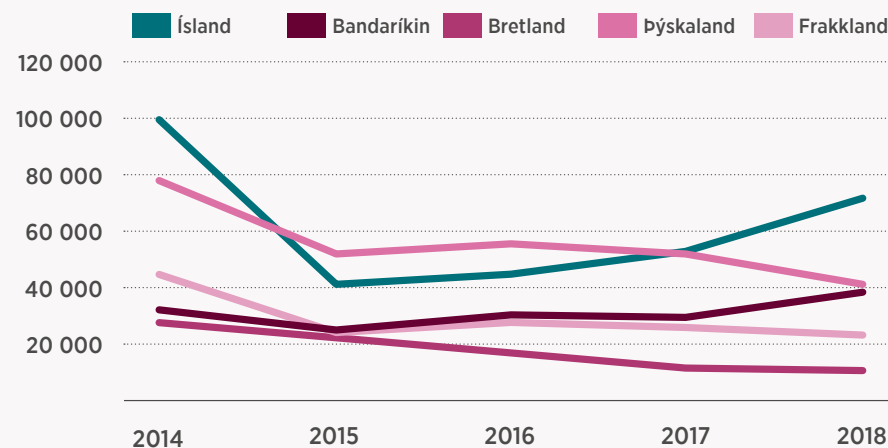
## VOR



## HAUST



## SUMAR



# Mat á áhrifum ferðapjónustu

Árin 2015 og 2017 voru viðhorfskannanir lagðar fyrir íbúa Austurlands þar sem viðhorf til ferðapjónustu og áfangastaðarins var rannsakað. Almennt sýndu svörin að íbúar teldu ferðapjónustu hafa jákvæð áhrif á líf sitt, með smávægilegum frávikum á stöðum þar sem fiskvinnsla eða áliðnaður eru ríkjandi. Ferðapjónusta hefur almennt haft góð áhrif á svæðið. Neikvæðu áhrifin snúa helst að því að innviðir á sumum svæðum bera ekki þennan aukna fjölda gesta. Að auki kvarta íbúar yfir rusli og því að gistibílar leggi utan tjaldsvæða en það hefur slæm áhrif á jarðveginn. Þar skortir lagasetningu.



## JÁKVÆÐ ÁHRIF FERÐAÞJÓNUSTU

- Aukið úrval veitingastaða og þjónustu
- Opnunartími þjónustuaðila lengist
- Aukin meðvitund um mikilvægi góðrar aðstöðu
  - Fleiri atvinnutækifæri
  - Tækifæri til nýsköpunar
- Aukinn fjölbreytileiki í daglegu lífi
- Með fleiri verkefnum á svæðinu eykst sjálfstraust og samheldni íbúa



## NEIKVÆÐ ÁHRIF FERÐAÞJÓNUSTU

- Aukið álag á náttúru og hreinlæti svæðisins
- Aukin umferð, ekki nægir áningarstaðir
- Gestir stoppa við bóndabæi og gefa hestum
- Gestir tjalda eða leggja gistibílum utan tjaldsvæða
  - Minna umferðaröryggi þar sem hringvegurinn liggur í gegnum/við bæi
- Stórir farþegahópar af skemmtiferðaskipum breyta andrúmsloftinu
- Aukið álag á vegakerfi og stjórnvöld of lengi að bregðast við

# Áskoranir

Þrátt fyrir að ferðamannastraumurinn til Íslands aukist enn og dreifist jafnar yfir árið er hann enn mjög árstíðabundinn á Austurlandi. Hápunkturinn er sumartíminn frá júlí fram í september. Innkoma fyrirtækja á svæðinu er því mjög ójöfn og erfiðara er að fá nýja fjárfesta hingað en á aðra staði á Íslandi.

Austurland er einnig lengst allra landshluta frá höfuðborgarsvæðinu.

## SVEITARFÉLÖG

Almennur skortur á innsýn í ferðaþjónustu

Fjármögnun yfirstandandi verkefna

Skortur á húsnæði fyrir íbúa

Skaddaðir innviðir, t.d. vegir

Peningar frá stjórnvöldum skila sér ekki í samræmi við gistinætur

## FERÐAÞJÓNUSTUFYRIRTÆKI

Of miklar sveiflur á milli árstíða

Mönnun

Húsnæði fyrir starfsfólk

Álitið kalt svæði í fjármögnun

Mörg lítil fyrirtæki

Óskráð Airbnb-gisting

Of mikið álag þegar skemmtiferðaskip liggja við bryggju

Hefur slæm áhrif á aðra gesti, skortur á „ekta“ upplifun

Skortur á millilandaflugi í gegnum Egilsstaðaflugvöll

Skortur á hvötum fyrir millilandaflug þó flugvöllurinn sé rekinn af stjórnvöldum

## Áherslur:

Austurland býr yfir frábærum eiginleikum og á góða möguleika á að verða sjálfbær heilsársáfangastaður. Til þess að ná því markmiði þurfum við að vinna faglega út frá áfangastaðastjórnun og uppbyggingu.

# Hvernig viljum við vera?

## **Framtíðarsýn**

*Uppbygging Austurlands sem áfangastaðar heldur áfram á grundvelli áætlunarinnar sem unnin er af Áfangastaðastofu Austurlands. Það þarf að bæta framboð á ferðaþjónustu og skapa ný tækifæri til að upplifa svæðið á eftirminnilegan hátt allan ársins hring. Með áherslu á aukin gæði er gætt að hverju smáatriði í samræmi við markmiðin sem sett hafa verið.*

*Það hefur alltaf verið áhersluatriði innan verkefnisins að áfangastaðapróunin nái til sem flestra á Austurlandi. Það er mikilvægt að áfangastaðastofa sé í sameiginlegri eigu allra hagsmunaaðila. Áfangastaðurinn verður sterkari eftir því sem erindrekar hans eru fleiri. Það þarf að halda fleiri opna fundi með öllum hagsmunaaðilum en þannig göngum við í takt í átt að sömu framtíðarsýn.*

## STEFNUMÓTANDI MARKMIÐ

### SAMSTARF ÞVERT Á SVÆÐI

Aukið samstarf á milli svæða, sveitarfélaga og fyrirtækja. Einnig aukið samstarf þvert á atvinnuvegi.

### HUGA AÐ RÓTUM OKKAR

Þróun á grunni gilda okkar.

### ALLAR ÁRSTÍÐIR

Þróa Austurland sem heilsársáfangastað.

### INNVIÐIR, UPPLÝSINGAR OG AÐSTAÐA VIÐ ÞJÓÐVEGINN

Framþróun með áherslu á gæði og tengsl við gildi svæðisins.

### SAMGÖNGUR OG AÐGENGI

Þróun fjölbreyttra ferðaleiðangra og bætt aðgengi að völdum stöðum.

### TEKJUMYNDUN OG GÓÐ UPPLIFUN

Betrumbæta og þróa upplifun og auka þar með virði hennar.

### FRAMFYLGJA LOFORÐUM VÖRUMERKISINS TIL HINS ÝTRASTA

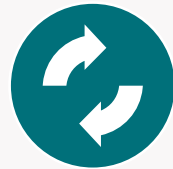
Þróun í sterkum tengslum við gildi okkar.



SAMSTARF  
ÞVERT Á SVÆÐI



HUGA AÐ  
RÓTUM OKKAR



ALLAR  
ÁRSTÍÐIR



INNVIÐIR, UPPLÝSINGAR  
OG AÐSTAÐA VIÐ  
ÞJÓÐVEGINN



SAMGÖNGUR  
OG AÐGENGI



TEKJUMYNDUN  
OG GÓÐ  
UPPLIFUN



FRAMFYLGJA  
LOFORÐUM VÖRUMERKISINS  
TIL HINS ÝTRASTA



## YFIRMARKMIÐ

Innan hvers yfirmarkmiðs höfum við skilgreint sértækar aðgerðir. Þeim fylgja mælanleg markmið sem tengjast ábyrgðarþáttum.

### AÐ KOMA AUSTURLANDI Á KORTIÐ SEM STERKUM ÁFANGASTAÐ

Árangursmiðuð og framsækinn stjórnun áfangastaðarins.

### AÐ STYÐJA VIÐ KLASANA OKKAR

Tengjast og þróa klasana okkar og tengslanet.

### STUÐLA AÐ HÆFNI

Samtal við greinina, vera móttækileg og styðja við.

### SKIPULAGNING STAÐA OG SAMFÉLAGS

Ávallt taka mið af Austurlandi\* í öllum skipulagsverkefnum.

# Hvernig komumst við þangað?

## **Hvernig ferðabjónusta ætti að vera á svæðinu?**

Ferðabjónusta ætti að vera byggð á upplifun; að gestir vilji eitthvað sérstakt og persónulegt. Það þarf að ná til markhóps sem kann að meta sérkenni hvers svæðis þegar kemur að matarmenningu, samskiptum við heimamenn og ósviknum upplifunum.

Það þarf að ná til ferðamanna sem þyrstir í ævintýri, þeirra sem eru forvitnir og spenntir fyrir náttúrulegu umhverfi og ósnortinni náttúru. Ævintýraferðamennska vekur athygli vegna áherslu á dreifbýl svæði, staðbundna menningu og vegna þess að hana er hægt að byggja upp innan núverandi kerfis. Oft eru það ferðamennirnir sem gera svæði að áfangastað fremur en tilbúin afbreyting. Engu að síður þurfa vissar forsendur að vera til staðar fyrir markaðsþróun.

## **Forgangsröðun á markaði**

Þegar talað er um markhóp svæðisins, þá er bæði verið að tala um gesti og íbúa.

Auk þess þarf að hafa fólk sem myndi vilja flytja hingað.

Hugtakið „gestur“ er þýðingarmikið þegar kemur að því hvernig íbúar á Austurlandi hugsa hver um annan. Allir sem heimsækja Austurland eru gestir svæðisins og mögulegir vinir. Það ætti því að forðast að tala við gesti sem neytendur eða ferðamenn. Það hefur áhrif á viðhorf íbúa til fólks sem ákveður að heimsækja Austurland, og einnig á viðhorf íbúa til hvers annars. Það erum allir gestir hver hjá öðrum, í mismunandi samhengi. Inni á heimilum koma gestgjafar fram af gestrisni og gestir bera virðingu fyrir gestgjafanum. Svo einfalt er það.

# Gestir

## **SJÁLFASTÆÐI LANDKÖNNUÐURINN / SELECTIVE EXPLORER** (INDEPENDENT EXPLORER)\*

- Er ástríðufullur um ferðalög og ævintýri.
- Vill síður fara troðnar slóðir.
- Kann vel við fjölbreytt mannlíf og umhverfi.
- Vill vita hvaðan maturinn kemur.
- Er til í að borga meira fyrir gæði.
- Er vel upplýstur og forvitinn.
- Er ábyrgur.

## **LÍFSGLAÐI HEIMSBORGARINN / GENTLE ADVENTURER** (THE FUN LOVING GLOBETROTTER)\*

- Sækist eftir hinu óvænta en skynsamlega.
- Heillast af staðbundnum mat, menningu og fólki.
- Fer fram á skipulagt frelsi; velur merktar gönguleiðir og forðast vitleysu.
- Fer fram á leiðsögn og skipulagningu; vill geta séð um sig sjálfur en kann að meta góða þjónustu og aðstoð.
- Safnar sögum til þess að segja vinum frá ferðum sínum; mjög virkur á samfélagsmiðlum, birtir mikið fyrir ferðalagið, á meðan á ferðalaginu stendur og eftir að því lýkur.
- Dáist að náttúru og fólki; sýnir umhverfi og menningararfleið virðingu.

## **MAKINDALEGI MENNINGARVITINN / ACTIVE RELAXER** (THE CULTURAL COMFORT SEEKER)\*

- Er varkár ævintýramaður.
- Kann vel við rólega morgna en hefur ekkert á móti fjallgöngu seinni partinn.
- Vill sjá eldfjallið en þarf ekki að skilja hvernig það virkar.
- Ferð með fram strandlengjunni og matur undir berum himni er hans fullkomni dagur.
- Velur skipulagðar ferðir sem halda utan um öll smáatriði.
- Kann að meta þægindi með góðum mat, góðri þjónustu og góðum félagsskap.

## **DREIFBÝLISBÓHEM / NÁTTÚRUNÖRD / NATURE NERDS**

- Mér finnst gaman að horfa á fjall og skil hvernig það varð til.
- Ég fer á safn fyrir hádegi og í fjallgöngu eftir hádegi.
- Jarðfræði er mitt hjartans mál - fjall er ekki bara fjall!
- Ég er vel græjaður og undirbúinn.
- Ég kann að meta góðar upplýsingar um svæðið.

## **ODD CREATIVES**

- Ég hleð batterið á Austurlandi.
- Ég tek mikið af myndum.
- Ég fyllist innblæstri.
- Ég hef áhuga á viðburðum á stöðum sem ég heimsæki
- Ég er dreifbýlisbóhem – elska rúral.

\* The three visitor types, the Fun Loving Globetrotter, Independent Explorer and Cultural Comfort seeker have been analysed further by Íslandsstofa.

# Fullmótuð vara fyrir gesti svæðisins

## **Fullmótuð vara fyrir gesti svæðisins**

Fullmótuð vara einkennist af þekkingu á þörfum og hvötum alþjóðlegs markhóps. Þannig er hægt að móta áfangastaðinn og bjóða upp á vörur og þjónustu sem höfða til væntanlegra gesta.

Kröfur og þarfir markaða og markhópa eru breytilegar og geta tekið mið af þjóðerni og árstíðum ásamt mörgum öðrum þáttum. Þegar kemur að því að byggja upp tengsl við ákveðna markaði eða markhópa getur verið gott að vinna út frá þeirra forsendum. Mikilvægt er að greina markhópin vandlega og meta hvaða svæði skal byggja upp með tilliti til markaðarins.

## **Gátlisti fyrir áfangastað sem býður upp á fullmótaða vöru:**

- Áfangastaðurinn getur boðið upp á 2-5 daga upplifun sem inniheldur allt (gistingu, mat, samgöngur, afþreyingu, verslun).
- Framsetningin á áfangastaðnum er heildrænn pakki sem hægt er að kaupa.
- Upplýsingar frá áfangastaðnum hljóma vel.
- Boðið er upp á úrval leiða til áfangastaðarins.
- Áfangastaðurinn er með viðskiptaáætlun og stefnumótandi þekkingu á mörkuðum, markhópum, framboði, auðlindum og gestrisni.
- Áfangastaðurinn forgangsraðar ákveðnum mörkuðum og markaðspáttum, og við tengjum loforð vörumerkisins við sjálfbærni og langtímanálgun.

Niðurstaða: Austurland hefur verk að vinna í tengslum við þróun á pakkaferðum sem innihalda allt. Upplifunin verður að vera tilbúin til kaups og kynnt á réttan hátt. Það eru of fáar leiðir til þess að ferðast til Austurlands og Austurland skortir viðskiptaáætlun.



# DMP Aðgerðaáætlun

DMP aðferðin er dínámísk og byggir á langtímasýn og ætti alltaf að vera lifandi og breytileg. Hún þarfnast reglulegs eftirlits og skýrslugerðar varðandi aðgerðir og hana þarf að endurskoða og endurnýja með reglulegu millibili.

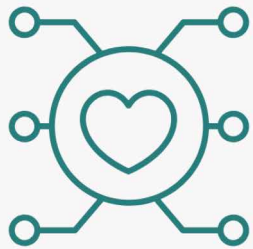
Eftirfarandi aðgerðaáætlun er hönnuð til að styðja hámarksviðmið þau sem voru sett fyrir tímabilið 2018-2021. Hún mun hjálpar okkur að ná stefnumótandi markmiðum.

Aðgerðirnar hafa verið þróaðar út frá SMART-aðferðafræðinni.

(Markmið séu nákvæm, mælanleg, framkvæmanleg, raunhæf og tímasett.)

Að styrkja tengsl á milli fjárfesta og samstarfsaðila á svæðinu er mikilvægt fyrir þróun sterks áfangastaðar.

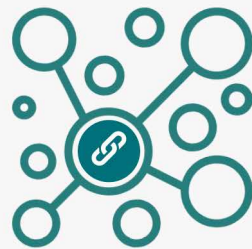
## FORGANGSMÁL 1



### STÝRING & MIÐLUN



## FORGANGSMÁL 2



### KLASAR



## FORGANGSMÁL 3



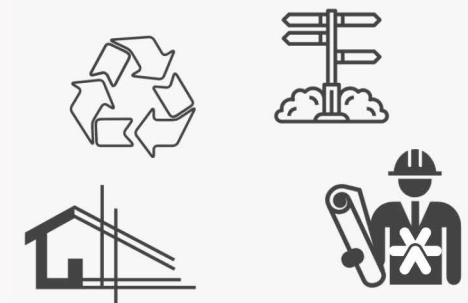
### GÆÐI



## FORGANGSMÁL 4



### SKIPULAG & SAMFÉLAG



## FORGANGSMÁL 1 : AÐ GERA AUSTURLAND AÐ ÁKJÓSANLEGUM ÁFANGASTAÐ

ADGERÐ	ÁBYRGÐ	VERK	MÆLANLEGIR ÁFANGAR	VERKTÍMI
1.1 Formleg stofnun Áfangastaðastofu Austurlands (Austurland DMO)	Austurbrú SSA - Samband Sveitarfélaga á Austurland Sveitarfélögin Ferðamálastofa	1.1.1 Formlegur samningur	Samningur undirritaður	Október 2019
		1.1.2 Kostnaðaráætlun	Tillaga	Október 2019
		1.1.3 Skipulag starfsemi	Ábyrgðarmaður (Tengiliður)	Október 2019
		1.1.4 Reglulegir fundir	<u>Verkefnisteymi:</u> Vikulega  <u>Sveitarfélög:</u> 10 sinnum á ári  <u>Stýrihópur:</u> Tvisvar á ári  <u>Klasar &amp; aðrir hagsmunaaðilar:</u> Eftir þörfum	Reglulega
		1.1.5 Áfangastaðastofa hefur starfsemi	Fundir með landsbundnum og svæðisbundnum hagsmunaaðilum um framkæmd DMP	Viðvarandi
1.2 Árangursmat forgangsmarkmiða	Austurbrú Austurland DMO Sveitarfélög Ferðaþjónustuaðilar Íslandsstofa	1.2.1 Þróun verkferla til þess að safna tölfræðiupplýsingum	Fjöldi gesta og upplifun	Árlega að hausti
		1.2.2 Gerð ársskýrslu	Árleg skýrsla	Gefin út í árslok
		1.2.3 Kynning ársskýrslu	Útgáfa og fjömlíðlakynning	Árlega í janúar

## FORGANGSMÁL 1 : AÐ GERA AUSTURLAND AÐ ÁKJÓSANLEGUM ÁFANGASTAÐ

ADGERÐ	ÁBYRGÐ	VERK	MÆLANLEGIR ÁFANGAR	VERKTÍMI
1.3 Stuðningur við vörubrúun og frumkvöðlastarf	Austurbrú Austurland DMO Nýsköpunarmiðstöð Íslenski Ferðaklasinn Íslandsstofa	1.3.1 Skipulagning vinnusmiðja	Stór vinnustofa haldin árlega	Haust
		1.3.2 Fræðsla um verkfæri	Námskeið tvisvar á ári með utanaðkomandi sérfræðingum  Samtal við Íslenska Ferðaklasann og Íslandsstofu til að fá sérfræðinga til Austurlands í tengslum við stærri fundi í Reykjavík	Vetur og vor
		1.3.3 Þróun og uppfærsla verkfæra	Stöðugt í framkvæmd á milli námskeiða á aðgerðalista	Viðvarandi
1.4 Frásagnir af Austurlandi	Austurbrú Austurland DMO Íslandsstofa Sveitarfélög	1.4.1 Fundur og árleg áætlun um frásagnir	Markaðsáætlun gerð á hverju ári með verkefnateymi og Íslandsstofu og fundur til að kynna hana fyrir samstarfsaðilum til samþykktar	Haust
		1.4.2 Frásagnaframleiðsla	Teymisvinna um efni af fundum	Febrúar
		1.4.3 Dreifing frásagna	Tengsl við dreifileiðir	Mars
		1.4.4 Útgáfa Austurland Lifestyle Magazine	Árlegt tímarit tengt ákveðnu efni eða stað	Maí

## FORGANGSMÁL 1 : AÐ GERA AUSTURLAND AÐ ÁKJÓSANLEGUM ÁFANGASTAÐ

ADGERÐ	ÁBYRGÐ	VERK	MÆLANLEGIR ÁFANGAR	VERKTÍMI
1.5 Deila viðburðum	Austurland DMO	1.5.1 Leita eftir viðburðum til að birta í viðburðadagatali, bæði á íslensku og ensku	Einu sinni í viku	Vikulega
1.6 Skipt yfir í stafræna markaðssetningu til að styðja við umtal á netinu	Austurland DMO Sveitarfélö Fyrirtæki Ferðamálastofa Íslenski Ferðaklasinn	1.6.1 Að styrkja og mæla internetkynningu	Kynning á samskiptamiðlum mæld	Viðvarandi
1.7 Mat á þróun og tækifærum á svæðinu	Austurland DMO Nýsköpunarmiðstöð Íslandsstofa Sveitarfélög	1.7.1 Kortlagning vöruþróunar eftir þróunarstigi. (Tilbúin vara, hugmynd, möguleiki á vöruþróun)	Söfnun gagna um vöruþróun á ólíkum stigum. Söfnun hugmynda og tengisla myndun á milli frumkvöðla	Viðvarandi

## FORGANGSMÁL 2 : AÐ STYÐJA KLASANA

ADGERÐ	ÁBYRGÐ	VERK	MÆLANLEGIR ÁFANGAR	VERKTÍMI
2.1 Hvatning til staðbundinna klasa að nota stefnu áherslusviða Austurlands	Austurland DMO Íslenski Ferðaklasinn	2.1.1 Stuðningur við styrkumsóknir og vörupróun	Gögn frá Austurlandi á einum stað og aðgengi að sérfræðiaðstoð	Viðvarandi
		2.1.2 Innleiðing stefnuyfirlýsingar	Stefnuyfirlýsing innleidd hjá klösum með formlegum fundi	Viðvarandi
2.2 Starfa sem yfirbygging fyrir klasa og tengslanet	Austurland DMO Klasar Tengslanet Samtök Íslenski Ferðaklasinn	2.2.1 Skipuleggja fundi fyrir klasa og tengslanet tengd áherslusviðum Austurlands, taka fundarpunkta, hlusta og styðja framkvæmdir.	Að minnsta kosti tveir fundir á ári í tengslum við hvert áherslusvið	Viðvarandi

## FORGANGSMÁL 3 : AUKIN SAMKEPPNISHÆFNI

ADGERÐ	ÁBYRGÐ	VERK	MÆLANLEGIR ÁFANGAR	VERKTÍMI
3.1 Markmið sett í aukinni gæðavottun og fjölgun fyrirtækja sem nýta gæðakerfi á borð við Vakann	Austurland DMO Ferðamálastofa Fræðslumiðstöð Atvinnulífsins Íslenski Ferðaklasinn	3.1.1 Að styðja fyrirtæki í að uppfylla skilyrði fyrir Vakann eða aðra gæðavottun	Fleiri gæðavottuð fyrirtæki	Viðvarandi
3.2 Rafræn gátt með námsefni, verkfærum og stöðlum sem styrkja gæðastjórnun	Austurland DMO Ferðamálastofa Nýsköpunarmiðstöð Íslandsstofa Fræðslumiðstöð Atvinnulífsins	3.2.1 Aðlaga og uppfæra verfæri á Austurland.is eftir þörfum	Árleg notendakönnun	Viðvarandi
3.3 Endurmat á hæfniskröfum og hæfni starfsfólks í ferðamennsku aukin	Austurbrú Austurland DMO Samband Íslenskra Sveitarfélaga Fræðslumiðstöð Atvinnulífsins	3.3.1 Greina tölfræði um fjölda og hæfni starfsfólks með upplýsingum frá fyrirtækjum	Minnst 80% meðlima Austurland DMO taki þátt í þjónustuþjálfun	Nóvember
3.4 Hvatning til fyrirtækja að nota viðurkennd hæfniviðmið og setja sér stefnu til að vinna eftir	Austurbrú Austurland DMO Íslenski Ferðaklasinn	3.4.1 Hvetja fyrirtæki á svæðinu til að setja sér stefnu um ábyrga þjónustu	Hversu mörg fyrirtæki setja sér stefnu.	Ársfjórðungslega

## FORGANGSMÁL 4 : SKIPULAG BYGGÐAR OG SAMFÉLAGS

ADGERÐ	ÁBYRGÐ	VERK	MÆLANLEGIR ÁFANGAR	VERKTÍMI
4.1 Ferðamálastefna fyrir hvert sveitarfélag í samræmi við Áfangastaðaáætlun Austurlands (DMP)	Sveitarfélög Austurland DMO	4.1.1 Fundir á milli sveitarfélaga um áframhaldandi verkefni til að tryggja að þau séu í samræmi við DMP	Að öll sveitarfélögin verði komin með áætlun í ferðamennsku árið 2021	Fyrir 2021
4.2 Að hvetja til hönnunar og arkitektúrs þegar verið er að byggja upp nýja áfangastaði	Austurland DMO Sveitarfélög	4.2.1 Til dæmis hönnunarsamkeppni meðal arkitekta eða ráðning menntaðra hönnuða	Í samræmi við stefnuyfirlýsingu DMO og framtíðarsýnar DMP	Viðvarandi
4.3 Koma á stöðlun í skiltahönnun	Austurland DMO Sveitarfélög Samband Sveitarfélaga á Austurlandi Skiltaframleiðendur á Austurlandi	4.3.1 Vinna með skipulags- og byggingaraðilum í sveitarfélögum að skiltagerð	Tvö skiltaverkefni á ári	Viðvarandi
		4.3.2 Rannsókn á því hvar þróun skilta er stöðd	Vinna með hverju sveitarfélagi fyrir sig eftir því hversu mikið skiltaverkefnið þarf að koma að hverju verkefni fyrir sig	Lokið haust 2019
		4.3.3 Kynna núverandi skilta áætlun fyrir félaga í Austurland DMO	Vinna með félögum að því hvar þarf að setja upp skilti (gönguleiðir, upplýsingar o.fl.)	Viðvarandi
		4.3.4 Tengsl við skiltafyrirtæki á svæðinu	Fundir með fyrirtækjum sem framleiða skilti	Tvisvar á ári



## FORGANGSMÁL 4 : SKIPULAG BYGGÐAR OG SAMFÉLAGS

ADGERÐ	ÁBYRGÐ	VERK	MÆLANLEGIR ÁFANGAR	VERKTÍMI
4.4 Að beina sjónum að umhverfinu	Sveitarfélög Íbúar Austurland DMO Skipulagsaðilar Félagasamtök Samfélagshópar	4.4.1 Notkun á úrbótagöngum sem aðferð til að forgangsraða því sem gera þarf í umhverfinu	Að koma úrbótagöngum af stað og halda þeirri aðferð gangandi með í það minnsta tveimur sveitarfélögum á ári	Viðvarandi
4.5 Að tryggja gæði og öryggi gönguleiða	Sveitafélög Ferðafélög Austurland DMO Björgunarsveitir Safetravel Lögregla	4.5.1 Vinna við stíga og slóðir sem eru markaðsettar sem kortlagðar gönguleiðir	Meta þarf gönguleiðir árlega í tengslum við markaðssetningu Eitt svæði í einu	Apríl 2020
4.6 Mat á þolmörkum og afkastagetu	Sveitarfélög Austurland DMO Fyrirtæki sem sjá um mat og greiningu á þolmörkum	4.6.1 Mat á afkastagetu svæðisins í tengslum við komur skemmtiferðaskipta	Skýrsla í árslok 2019 með mælingum á þolmörkum og afkastagetu svæðisins vegna skemmtiferðaskipta	Árslok 2019





## ÁFANGASTAÐAÁÆTLUN AUSTURLANDS

Áfangastaðurinn Austurland  
2018-2021

### VERKEFNASTJÓRAR

María Hjálmarsdóttir / Daniel Byström

### HAFÐU SAMBAND

[maria@austurbru.is](mailto:maria@austurbru.is) / [daniel@designnation.se](mailto:daniel@designnation.se)

Copyright © 2019

Áfangastaðurinn Austurland / Destination Austurland  
All rights reserved



AUSTURLAND