

STYRKAR STOÐIR



MENNINGARBORGIN

M



RÁÐSTEFNUBORGIN

R

FERÐAMÁLASTEFNA
REYKJAVÍKURBORGAR
2011–2020



HEILSUBORGIN

H



VETRARBORGIN

V



Reykjavíkurborg

EFNISYFIRLIT

FRAMTÍÐARSÝN	2
FERÐAÞJÓNUSTA Í REYKJAVÍK	3
VÖRUMERKI REYKJAVÍKUR	6
FERÐAMÁLASTEFTA REYKJAVÍKURBORGAR 2004–2010	7
STAÐA FERÐAMANNABORGARINNAR 2011	10
FERÐAMÁLASTEFTA REYKJAVÍKURBORGAR 2011–2020	11
HORFT TIL FRAMTÍÐAR	12
STOÐIR	13
GILDI	13
LYKLAR OG AÐGERÐIR	14
MENNINGARBORGIN	16
RÁÐSTEFNUBORGIN	22
HEILSUBORGIN	28
VETRARBORGIN	34
FORGANGSAÐGERÐIR	40
GREINING	42
ÞÁTTTAKENDUR	50

Reykjavík verði eftirsóttur áfangastaður ferðamanna allt árið um kring og með því verði rennt styrkari stoðum undir fjölbreytt atvinnulíf og menningarstarf í borginni. Markviss uppbygging innviða ferðamannaborgarinnar og samræmt kynningarstarf leiði til þess að Reykjavík eflist til muna sem vettvangur ráðstefna og alþjóðlegra viðburða og verði þekkt og virt sem áhugaverð menningarborg í nábýli við einstæða náttúru. Heilsuferðaþjónusta verði jafnframt ein af meginstoðunum þar sem sérstaða Reykjavíkur felst í nýtingu hreinnar orku, heits vatns og í fyrsta flokks aðstöðu.

Ferðaþjónusta skiptir máli, ekki eingöngu fyrir fyrirtæki í ferðaþjónustu, heldur er sú hálf milljón ferðamanna sem nú sækir Reykjavík heim gríðarlega mikilvæg fyrir lífið í borginni. Ferðamenn sem hér dvelja á hótelum, snæða á veitingahúsum og nýta sér menningu og afþreyingu í borginni skapa rekstrargrundvöll fyrir þessa þjónustu. Reykjavík yrði í margföldum skilningi snauðari ef erlendir gestir hættu að sækja hana heim.

Frá því að síðasta ferðamálastefna Reykjavíkurborgar var samþykkt árið 2004 hefur margt breyst í umhverfi og innviðum íslenskrar ferðaþjónustu. Fyrirtækjum hefur fjölgað, afar miklar breytingar hafa orðið á tíðni flugs með aukinni samkeppni, áfangastöðum hefur fjölgað og nýir markaðir opnast. Afþreying er orðin fjölbreyttari, markaðsmál ferðaþjónustunnar eru nú komin í sameiginlegan farveg með kynningarstarfi annarra útflutningsgreina á vettvangi Íslandsstofu og öflugar

menningarstofnanir hafa bæst í þá auðugu flóru sem prýðir borgina – nú síðast Harpa sem á eftir að skipta sköpum, bæði í menningarlegu tilliti og hvað varðar ráðstefnuaðstöðu.

Á umliðnum árum hafa sveitarfélögin á höfuðborgarsvæðinu unnið saman að kynningu og upplýsingamiðlun fyrir erlenda ferðamenn og haft samráð um viðburði. Þegar horft er til framtíðar er ljóst að þetta samstarf þyrfti að vera mun öflugra; ná til fleiri þátta í starfsemi sveitarfélaganna og mun meiri kraft þyrfti að leggja í aðkomu þeirra að samstarfinu.

Segja má að ferðaþjónustan hafi á síðustu árum loks komist í flokk undirstöðuáttvinnugreina þjóðarinnar. Tölur frá síðustu árum sýna að hlutur ferðaþjónustu í landsframleiðslu er um 4,6% og milli átta og níu þúsund manns starfa í greininni. Gjaldeyrstekjur af ferðaþjónustu (án fargjaldatekna) voru um 70 milljarðar 2010 en það ár kom tæp hálf milljón ferðamanna til landsins auk um 70.000 dagsferðamenn með skemmtiferðaskipum til Reykjavíkur (sjá nánar GREININGU bls. 42).

**GJALDEYRISTEKJUR AF
FERÐAÞJÓNUSTU VORU
UM 70 MILLJARÐAR 2010**

Ákveðin vatnaskil urðu í viðhorfi hins almenna borgara til ferðaþjónustunnar árið 2010, þegar gosið í Eyjafjallajökli virtist ætla að verða til þess að verulega drægi úr straumi ferðamanna til Þjóðarinnar, með tugmilljarða tekju- og gjaldeyrisbrottfalli. Fyrirtæki í ferðaþjónustu urðu strax fyrir miklu áfalli þegar bókanir fyrir sumarið hrundu og rekstraraðilar í miðborg Reykjavíkur fengu skýra áminningu um það hve viðskipti erlendra ferðamanna vega þungt í hagkerfi þessa fjölsóttasta ferðamannastaðar landsins. Helstu hagsmunaaðilar í ferðaþjónustu – ríki, Reykjavíkurborg og yfir 70 ferðaþjónustufyrirtæki brugðust hratt og markvisst við og tóku höndum saman um kraftmesta markaðsáttak sem ráðist hefur verið í hérlendis. Reykjavíkurborg kom mjög myndarlega að verkefninu *Inspired by Iceland* – með 100 milljóna kr. fjárframlagi og margvíslegri þátttöku Höfuðborgarstofu í framkvæmd og eftirfylgni. Þau áhrif sem þó vega þyngst í kjölfar átaksins eru

sá samstarfsvilji og samstaða sem skapaðist, bæði milli ferðaþjónustufyrirtækja innbyrðis og við opinbera aðila. Samstarfið í gegnum *Inspired by Iceland* sáði fræjum að hugmyndum um enn frekara samstarf á breiðum vettvangi – ekki síst í Reykjavík. Fyrirtæki í ferðaþjónustu í Reykjavík sýna nú mikinn áhuga á því að vinna með Höfuðborgarstofu á nýjan og markvissari hátt – jafnt í almennri kynningu sem á vettvangi Ráðstefnuborgarinnar.

Áframhaldandi uppbygging ferðaþjónustu í Reykjavík byggir á þremur grunnforsendum: góðum innviðum, skapandi vöruþróun og markvissri kynningu og markaðssetningu. Reykjavíkurborg getur beitt sér fyrir því að þróa afþreyingu og tækifæri til upplifunar í öllu hugsanlegu formi í samvinnu við ferðaþjónustuna og skapandi greinar. Sterk vöruþróun er vísasta uppskrift að góðri langtímaþróun áfanga- staðarins. Vöruþróun sem studd er með markvissu kynningarstarfi – með sérstakri áherslu á ráðstefnuborgina, menningu og heimsóknir utan háannatíma – og skýrri forgangsröðun í þágu gæða og grænna gilda, er sá grunnur sem Reykjavíkurborg beitir sér nú fyrir.

GÓÐIR INNVIÐIR
SKAPANDI VÖRUÞRÓUN
MARKVISS KYNNING OG
MARKAÐSSETNING

Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar 2011–2020 snertir starfsemi á mun fleiri sviðum borgarinnar en Menningar- og ferðamálasviði. Eins og fram kemur í aðgerðaáætlun stefnunnar er nauðsynlegt að svið á borð við Skipulags- og byggingarsvið, Íþrótt- og tómstundasvið, Umhverfis- og samgöngusvið og Framkvæmda- og eignasvið taki þátt í útfærslu leiða og komi að framkvæmd stefnunnar til þess að markmið hennar nái fram að ganga. Ýmis verkefni kalla á sérstaka fjármögnun úr borgarsjóði og/eða að viðeigandi svið geri ráð fyrir framkvæmd þeirra í starfs- og fjárhagsáætlunum sínum.

Ferðamálastefnan nær yfir áratug og nauðsynlegt verður að taka stöðu hennar nokkrum sinnum á því tímabili, því ógjörningur er að ráðast samtímis í öll verkefni sem hún stefnir að. Í ljósi þessa fylgja stefnunni tillögur að 15 forgangsverkefnum sem eru grundvöllur þess að meginmarkmið hennar náist og framtíðarsýn fyrir ferðamannaborgina 2020 verði að veruleika.

Mikilvægur liður í aðgerðum Reykjavíkurborgar í ferðamálum er að móta og kynna vörumerki (e. *brand*) sem er lýsandi fyrir styrkleika áfangastaðarins og áherslur til framtíðar og kemur heim og saman við upplifun þeirra gesta sem sækja borgina heim. Ytri birtingarmyndir vörumerkis áfangastaðar geta verið tákni, slagorð, tiltekin orða-, lita- og myndanotkun o.s.frv. Innri virkni vel mótaðs vörumerkis er ekki síður mikilvæg fyrir heildstæða stefnu, því hún endurspeglar gildi og forgangsröðun. Vel unnið vörumerki styður jafnframt við markvissa aðgerðaáætlun og sterkt og samræmt kynningarstarf sem miðlar sérstöðu og kostum Reykjavíkur sem spennandi áfangastaðar.

Mótun, miðlun og ekki síst þróun góðs vörumerkis fyrir áfangastað krefst mikillar alúðar og stöðugrar vinnu við að verja það og styrkja. Breið samstaða og eignarhald allra helstu hagsmunaaðila í ferðaþjónustu á vörumerkinu og innihaldi þess skiptir þar afar miklu máli. Allar aðgerðir Reykjavíkurborgar í ferðamálum verða að styðja við vörumerkið sem borgin kýs að starfa undir og glæða það lífi og innihaldi.

Vörumerki Reykjavíkur frá 2003 – *Pure Energy* – endurspeglaði vel þær áherslur sem ferðamálastefnan 2004 – 2010 lagði. Nokkuð skorti hins vegar á að breið samstaða og eignarhald næðist um notkun þess meðal helstu hagsmunaaðila en kannanir meðal brottfarargesta í Leifstöð undanfarin ár sýna að gestir Reykjavíkur hafa talið í vaxandi mæli að vörumerkið/slagorðið endurspegli vel upplifun þeirra af borginni.

Ný stefna felur í sér þróun á fyrri áherslum og endurskoðun á forgangsröðun. Margt hefur einnig breyst á síðustu árum sem hefur áhrif á val á slagorði eða yfirskrift vörumerkis fyrir ferðamannaborgina. Í ljósi þessa verður það ein af lykilaðgerðum ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2011–2020 að endurmeta og gera tillögur að nýrri útfærslu og ytri birtingarmynd vörumerkisins.



VEL UNNIÐ VÖRUMERKI
STYÐUR VIÐ MARKVISSA
AÐGERÐAÁÆTLUN OG
STERKT OG SAMRÆMT
KYNNINGARSTARF

Fyrsta stefnumótun Reykjavíkurborgar í ferðamálum var gefin út árið 1997 og nefndist **STEFNUMÓT 2002**. Í henni var lögð áhersla á nábyli borgar og náttúru og Reykjavík kynnt undir slagorðinu *Next Door to Nature*.

Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar, **FERÐAMANNABORGIN REYKJAVÍK 2004–2010** var önnur stefna borgarinnar í ferðamálum og hófst vinna við hana í september 2002. Um 200 manns úr öllum greinum ferðaþjónustunnar komu að gerð stefnunnar, auk fjölbreytts hóps samstarfs- og hagsmunaaðila. Þátttakendum var skipt í níu þemahópa: Ferðamannaborgin - innviðir og uppbygging, Ferðamannaborgin - ímynd og markaðsmál, Menningarborgin, Heilsuborgin, Ráðstefnuborgin, Hafnar- og samgönguborgin, Miðborgin, Verslunarborgin og Gestrisin borg. Hver hópur svóτ greindi sitt þema og lagði fram tillögur um aðgerðir til næstu ára.

Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar 2004 – 2010 byggði á þremur meginstoðum og áherslum:

- Náttúra – heilsa, vellíðan, íþróttir og afþreying
- Ráðstefnur – hvataferðir og fundir
- Menning – listir, saga, viðburðir og næturlíf

Helstu markmið stefnunnar:

- Að efla Reykjavík sem höfuðborg Íslands.
- Að byggja upp sérstöðu hreinnar og nútímalegrar borgar í nábyli við einstaka náttúru.
- Að fjölga ferðamönnum til borgarinnar, sérstaklega utan háannatíma.
- Að auka vægi menningar, viðburða og ráðstefna í borginni.
- Að bæta ýmsa mælikvarða, s.s. dvalarlengd ferðamanna, nýtingu hótela og afkomu fyrirtækja í ferðaþjónustu, auka gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu og ánægju fólks af dvöl sinni í borginni.

Fjölmargt hefur áunnist á gildistíma stefnunnar og eru öll þessi markmið enn í fullu gildi.

NÁTTÚRA
RÁÐSTEFNUR
MENNING

EFLA
BYGGJA
FJÖLGA
BÆTA

Úr stefnumótuninni spratt vörumerkið *Reykjavík – Pure Energy*, en það vísar til þeirrar hreinu orku sem Reykjavík býr yfir í fleiri en einum skilningi. Það var talið endurspegla í senn þróttmikið mannlíf og fjörugan sköpunarkraft í borginni en um leið nánd Reykjavíkur við ósnortna náttúru.

Markhópar Reykjavíkurheimsókna voru skilgreindir sem áhugasamt ferðafólk í leit að nýjum stöðum, ungir eldhugar í ævintýraleit og fyrirtæki í leit að óvenjulegum fundarstöðum.

Ítarleg verkefnaáætlun tilgreindi 40 aðgerðir sem stefnt var að því að ljúka fyrir árið 2011. Fjölmargt komst til framkvæmda á tímabilinu – t.a.m. stofnun Sjóminjasafns og Landnáms-sýningar, uppbygging í Viðey, bætt aðstaða fyrir skemmtiferðaskip, fjölbreyttari starfsemi á hafnarsvæðinu og síðast en ekki síst bygging tónlistar- og ráðstefnuhússins Hörpu. Laugardalurinn hefur verið kynntur sem miðstöð heilsutengdrar ferðaþjónustu í borginni. Laugardalshöll var stækkuð og endurbætt og býður nú upp á góða aðstöðu til ráðstefnu- og sýningahalds, ásamt auknum möguleikum til íþróttaiðkunar, auk þess sem ýmsar aðrar framkvæmdir á svæðinu stórbæta alla aðstöðu.

Annað í áætluninni eru brýn langtímaverkefni Reykjavíkur í ferðamálum, s.s. gæðamál, efling lágannar og fegrin miðborgar, sem verða áfram áberandi í stefnunni til 2020.

Nokkuð vel hefur tekist til við að fjölga ferðamönnum utan háannar. Reykjavík verður æ vinsælli áfangastaður fyrir styttri borgarferðir – ekki síst utan háannatíma og skiptir þar mestu aukið framboð í flugsamgöngum, fleiri áfangastaðir og gott samstarf í kynningarmálum á lykilmörkuðum – en Reykjavík gekk t.a.m. árið 2007 til liðs við markaðsverkefnið *Iceland Naturally* í Norður-Ameríku. Framboð á gistingu og afþreyingu fyrir ferðamenn í borginni hefur aukist samhliða fjölgun gesta, þótt enn skorti verulega á að framboð afþreyingar í borginni sé viðunandi.

Dæmi um aðgerðir sem ekki komust til framkvæmda eru rafrænir greiðslumöguleikar í strætó og heilsulón á Hellsheiði sem átti að auka fjölbreytni baðmenningar og nýtingu heita vatnsins – en vönduð gestamóttaka og upplýsingamiðstöð í Hellsheiðarvirkjun laðar þó til sín mikinn fjölda ferðamanna.

Staðan var metin og stefnan endurskoðuð árið 2007 í samráði við breiðan hóp. Farið var kerfisbundið yfir stefnuna, árangur var veginn og metinn og nýjar hugmyndir kallaðar fram.

Ljóst er því að umtalsverður árangur hefur náðst á mörgum sviðum.

NOKKUÐ VEL HEFUR TEKIST TIL VIÐ AÐ FJÖLGA FERÐAMÖNNUM UTAN HÁANNAR

MÆLANLEG MARKMIÐ FERÐAMÁLASTEFNU 2004–2010

1. Fjöldi erlendra ferðamanna á Íslandi aukist um 7% árlega og verði orðinn 510.000 árið 2010.

☞ Ferðamönnum fjölgaði að meðaltali um 5,6% milli ára 2004–2010 og heildarfjöldi ferðamanna til landsins – að frátöldum farþegum skemmtiferðaskipa – var um hálf milljón 2007–2010.

2. Ferðamenn dveljist lengur í Reykjavík, að meðaltali 1½ gistinótt lengur árið 2010 en árið 2004.

☞ Meðal dvalarlengd erlendra gesta á hótelum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu óx úr 2,3 gistinóttum í 2,5 á tímabilinu, sem er aukning um fimmtung úr gistinótt.

3. Gestum fjölgi hlutfallslega meira utan háannatíma.

☞ Ferðamönnum fjölgaði í öllum mánuðum milli 2004 og 2010 (undantekning er apríl vegna gossins í Eyjafjallajökli 2010) og hlutfallsleg aukning var að meðaltali meiri á tímabilinu október–apríl (34%) en maí–september (31%).

4. Meðalnýting á hótelum í Reykjavík verði ekki undir 70% í lok tímabilsins.

☞ Meðal herbergjanýting á hótelum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu árið 2010 var 53% og var hæst 61% á tímabilinu.

5. Farþegum skemmtiferðaskipa fjölgi um 7% árlega.

☞ Farþegum með skemmtiferðaskipum til Reykjavíkur fjölgaði að meðaltali um 8,2% árlega milli 2004 og 2010.

6. Afkoma fyrirtækja í ferðaþjónustu batni. Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu aukist um 10% árlega og verði orðnar 65,5 milljarðar árið 2010.

☞ Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu (án fargjaldtekna) jukust um 7,8% milli ára að meðaltali og voru um 70 milljarðar á tímabilinu 2004–2010.

7. Meira en 80% erlendra ferðamanna verði ánægð með dvölinu í Reykjavík.

☞ Ánægja erlendra ferðamanna með dvöl sína í Reykjavík hefur frá upphafi mælinga árið 2004 verið yfir 80%. 88–95% erlendra gesta (eftir árstíma) 2010 sögðu reynslu sína af Reykjavík hafa verið frábæra eða góða.

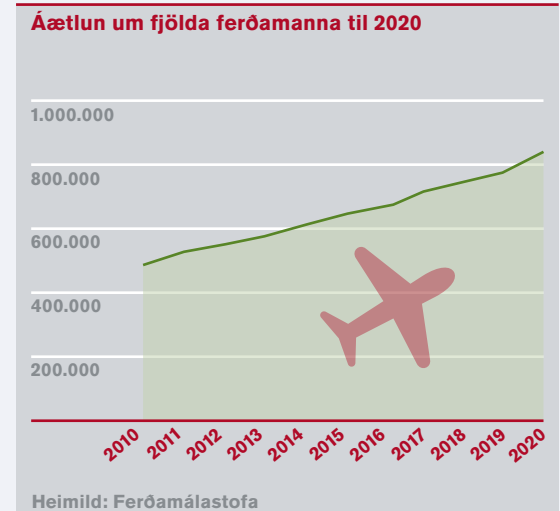
Sjá nánar Greiningu bls. 42

Unnið hefur verið að því að Reykjavík verði þekkt sem borg sem vert er að heimsækja árið um kring. Reykjavík er gáttin að Íslandi og á einstök sóknarfæri í íslenskri náttúru, menningar- og heilsuferðaþjónustu. Reykjavík er eitt sterkasta vörumerki Íslands sem áfangastaðar og hefur mikla þýðingu fyrir aukinn fjölda ferðamanna á lágönn. Mikilvægt er að þessi staða Reykjavíkur endurspeglar í áherslum Íslandsstofu í kynningarstarfi hennar á erlendum mörkuðum.

Íslenskir flugrekendur hafa bætt við flugflota sinn og hafa aldrei haft jafnmargar flugvélar í áætlunarflugi til og frá landinu. Einnig eru ný erlend félög að hefja sumarflug til landsins, nýir áfangastaðir bætast við, auk þess sem tíðni ferða til margra borga hefur aukist. Árið 2011 héldu alls 15 flugfélög uppi ferðum til Íslands og eru vísbendingar um að 2011 stefni í metár í ferðaþjónustu.

Það er hins vegar áhyggjuefni að fjölgun ferðamanna hefur ekki leitt til ásættanlegrar nýtingar stærri hótela í Reykjavík og langt er í land með að borgin verði þekkt sem áhugaverð ráðstefnuborg og vettvangur alþjóðlegra viðburða. Þetta er umhugsunarefni í ljósi þeirrar fjárfestingar sem liggur í Hörpu og áriðandi er að nýta sem best. Þrátt fyrir erfitt efnahags- umhverfi hefur tekist vel að halda úti árvissum viðburðum og hátíðum sem laða til sín erlenda gesti og eru jákvæðir þættir í kynningarstarfi fyrir borgina – en ótrygg fjármögnun og skortur á vöruþróun kemur í veg fyrir að ýmis tækifæri séu nýtt sem skyldi.

Ef horft er aftur um 10 ár var meðaltalsfjöldun ferðamanna til landsins á ári á tímabilinu 2000–2010 5,3%. Ef gert er ráð fyrir áframhaldandi 5,3% fjölgun ferðamanna á ári má gera ráð fyrir að rúmlega 800.000 gestir muni sækja Ísland heim árið 2020.



Fjölgun ferðamanna kallar á bættu innviði á öllum sviðum, auk meiri fjölbreytni í afþreyingu og þjónustu í borginni.

Alþjóðlegir atburðir og þróun, s.s. á vettvangi efnahags- og umhverfismála, og ófyrirsjáanleg inngríp, s.s. náttúruhamfarir á Íslandi, skapa þó umtalsverða ógn við þau tækifæri sem Reykjavík nýtur sem vaxandi ferðamannaborg. Hækkandi verð á olíu, aukin skattlagning og annað sem gerir flugsamgöngur dýrari, hefur meiri áhrif á Reykjavík sem áfangastað en flestar samkeppnisborgirnar og því eru allar áætlanir í ferðamálum ofurviðkvæmar fyrir breytingum á leiðakerfi og framboði á flugi.

VÍSBENDINGAR ERU UM AÐ 2011 STEFNI Í METÁR Í FERÐAÞJÓNUSTU

VERKLAG

Hátt á þriðja hundrað manns tóku þátt í að móta stefnu Reykjavíkurborgar í ferðamálum 2011–2020.

Snemma árs 2010 var settur á fót stýrihópur sem var skipaður fulltrúum menningar- og ferðamálaráðs, auk starfsmanna Höfuðborgarstofu. Stýrihópurinn fór yfir ýmis gögn, s.s. fyrri stefnumótun í ferðamálum, stefnur annarra borga, **Ferðamálaáætlun 2005–2015, Sóknaráætlun Reykjavíkurborgar, Menningarstefnu Reykjavíkurborgar 2009–2012 og Umhverfisstefnu Reykjavíkurborgar – Grænu skrefin**, auk þess að kynna sér niðurstöður ýmissa rannsókna og kannana. Stýrihópurinn réði síðan Sævar Kristinsson ráðgjafa hjá Netspori til þess að stýra stefnumótuninni.

Í apríl var skipaður stefnuhópur með lykil aðilum úr borgarkerfinu, ferðaþjónustu o.fl. Stefnuhópurinn greindi tækifæri og ógnanir við Reykjavík sem ferðamannaborg og sóknarfæri voru skoðuð, m.a. með því að beita sviðsmyndavinnu.

Í vinnu stefnuhópsins komu fram nokkur meginefni – eða þemu – sem haldið var áfram að vinna með í fundaröð haustið 2010 sem á annað hundrað manns tóku þátt í. Þemun voru: Ferðamannaborgin, Fjölskylduborgin, Græna borgin, Heilsuborgin, Menningarborgin, Ráðstefnuborgin, Samgönguborgin og Nýsköpun.

Í framhaldi af vinnu hópanna var opnuð gátt á vefsvæðinu www.reykjavik.is þar sem borgarþúar og aðrir landsmenn voru hvattir til að taka þátt í hugmyndavinnunni. Á þriðja hundrað hugmyndir skiluðu sér frá áhugasömum borgarbúum.

Allir kjörnir fulltrúar í borgarstjórn Reykjavíkur voru svo boðaðir á vinnufund þar sem unnið var áfram með helstu niðurstöður hugmynda- og samráðsfundanna, auk þess sem leitast var við að skilgreina sérstöðu og samkeppnishæfni ferðamannaborgarinnar Reykjavíkur.

Drög ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar komu til umfjöllunar á tveimur fundum menningar- og ferðamálaráðs og voru þaðan send til umsagna til eftirtalinnna aðila: Ferðamálastofu, Íslandsstofu, Samtaka ferðaþjónustunnar, Ferðamálasamtaka höfuðborgarsvæðisins, Ráðstefnuskrifstofu Íslands, Faxaflóahafna og til Miðborgarinnar okkar. Stefnan var jafnframt send til umsagnar til sviðsstjóra og formanna eftirtalinnna fagráða- og sviða Reykjavíkurborgar: Íþróttta- og tómstundasviðs, Umhverfis- og samgöngusviðs, Skipulags- og byggingasviðs og Framkvæmda- og eignasviðs. Að fengnum umsögnum voru gerðar viðeigandi breytingar á stefnunni sem síðan var lögð fyrir og samþykkt á fundi menningar- og ferðamálaráðs þann 18. apríl 2011. Stefnan var samþykkt í borgarstjórn í apríl 2011.

HÁTT Á ÞRIÐJA HUNDRAÐ MANNS TÓKU ÞÁTT Í AÐ MÓTA FERÐAMÁLASTEFNU REYKJAVÍKURBORGAR

Þegar horft var til samkeppnisforskots Reykjavíkur var annars vegar byggt á rauðum þráðum sem komu fram í vinnu hópanna sem voru að störfum árið 2010 og hins vegar á svokallaðri VRIO-greiningu (Value, Rarity, Imitability og Organisation) sem kjörnir fulltrúar í borgarstjórn Reykjavíkur tóku þátt í.

Eftirfarandi fimm þættir skoruðu hæst við að styrkja samkeppnishæfni Reykjavíkur að mati kjörinna fulltrúa:

- Það felst samkeppnisforskot fyrir Reykjavík í því að vera **höfuðborg Íslands**. Ísland hefur hlotið gífurlega kynningu, m.a. vegna eldgosa og magnaðrar náttúru og nýtur Reykjavík góðs af þeim vaxandi áhuga sem beinist að Íslandi og þeirri þjóð sem landið byggir.
- **Nálægð við náttúruna**. Aðgengi að náttúruperlum er einstakt og veitir gestum tækifæri til að upplifa sjaldgæfa kyrrð og einstæða náttúrufegurð.

➤ **Heita vatnið** og sjálfbær nýting jarðvarmans. Þar eru **sundlaugarnar í Reykjavík** í fararbroddi og eru táknrænar fyrir bæði það menningu landsmanna og ekki síður þá grænu borg sem Reykjavík hefur metnað til að vera. Um þriðjungur ferðamanna sem kemur til höfuðborgarinnar fer í sundlaugarnar og telur það vera einstaka og afar jákvæða upplifun.

➤ **Íslensk tónlist og bókmenntir**. Íslensk menning er styrkur og sérstaða þar sem tónlistarmenn og rithöfundar hafa hvað helst vakið alþjóðlega athygli og beint sjónum að Reykjavík sem áhugaverðri menningarborg.

➤ **Friður**. Ísland er herlaust land og bent er á að mun betur megi nýta þá sérstöðu. Friðarsúlan *Imagine Peace Tower* í Viðey og tækifæri henni tengd skapa samkeppnisforskot fyrir Reykjavík.

HÖFUÐBORG
NÁTTÚRA

HEITT VATN
TÓNLIST
BÓKMENNTIR
FRIDUR

Áherslur Reykjavíkurborgar við að byggja upp öflugri og meira aðlaðandi áfangastað til ársins 2020 birtast í fjórum meginstoðum. Þær eru rökrétt framhald af langtímasýn fyrri stefnumótunar og endurspeglar mat þeirra fjölmörgu sem að vinnunni hafa komið. Meginstoðirnar eru fjórar:

- ☛ **Menningarborg**
- ☛ **Heilsuborg**
- ☛ **Ráðstefnuborg**
- ☛ **Vetrarborg**

Þær undirstrika annars vegar styrkleika Reykjavíkur, s.s. á sviði menningar, nábylis við náttúru og tækifæra í heilsuferðþjónustu (Menningarborgin og Heilsuborgin), en hins vegar þá þætti sem þarf að efla og styðja með auknum áherslum og kraftmeiri aðgerðum (Ráðstefnuborgin og Vetrarborgin).

Þau grunnildi sem ganga eins og rauður þráður í gegnum áherslur og aðgerðir ferðamálastefnunnar endurspeglar vilja til þess að setja í forgang **græn** gildi, til dæmis heilnæmi og mikil loft- og vatnsgæði. Þannig má tengja saman með beinum hætti umhverfis- og ferðamálastefnur Reykjavíkur og horfa til umhverfisþátta sem mælikvarða á þau verkefni sem ráðist er í eða njóta stuðnings Reykjavíkurborgar í ferðamálum.

Reykjavík vill verða **barnvæn** ferðamannaborg og snertir þetta gildi jafnt þætti eins og öryggi, aðgengi og þróun fjölskylduvænnar afþreyingar, fræðslu og upplifana í Reykjavík.

Áhersla á **gæði** er grunnurinn að farsælum vexti ferðþjónustu í Reykjavík. Þetta snertir öll svið; jafnt framkvæmdir og verkefni á vegum borgarinnar í ferðamálum, til dæmis viðleitni til að hvetja fyrirtæki og hagsmunaaðila til að vinna samkvæmt metnaðarfullri gæðastefnu. Aukin gæði á öllum sviðum eru lykillinn að árangri við að reisa stoðirnar fjórar; ekki síst Ráðstefnuborgina og Heilsuborgina.

Verklagið við stefnumótunarvinnu Reykjavíkurborgar í ferðamálum endurspeglar þá staðreynd að það er sameiginlegt verkefni borgaryfirvalda og þeirra sem starfa að ferðþjónustu í borginni og á höfuðborgarsvæðinu að byggja Reykjavík upp sem áhugaverðan og arðbæran áfangastað. **Samstarf** er því grunnildi og stefnt er að markvissum aðgerðum til að auka það, t.d. í formi klasa, sterks samráðsvettvangs eða samstarfs um einstök verkefni.

MENNINGARBORG

HEILSUBORG

RÁÐSTEFNUBORG

VETRARBORG

GRÆN

BARNVÆN

GÆÐI

SAMSTARF

Í eftirfarandi töflu má sjá nokkra helstu **velgengnisþætti** og verkfæri sem þarf að nýta til þess að aðgerðaáætlun verði raunhæf og líkleg til árangurs. **Aðgerðir** ferðamálastefnunnar þurfa að endurspeгла grunnildin og styðja við uppbyggingu á þeim fjórum meginviðum sem liggja til grundvallar stefnunnar. **Lykilþættir** eins og vörupróun og nýsköpun, vel skilgreindir samstarfs- og framkvæmdaðilar og jákvæð áhrif á gæði og grunngerð verða að birtast í öllum aðgerðum.



LYKLAR

GÆÐI OG
GRUNGERÐ

UMHVERFI

VÖRUPRÓUN/
NÝSKÖPUN

FRAMKVÆMD/
SAMSTARFSADILAR

MENNINGARBORGIN	RÁÐSTEFNUBORGIN	HEILSUBORGIN	VETRARBORGIN
<p>M</p> <p>Menningarstarf, listir, hátíðir, viðburðir, miðborgin</p> <p>AÐGERÐIR</p>	<p>R</p> <p>Gæði, upplifun, viðburðir, matur</p> <p>AÐGERÐIR</p>	<p>H</p> <p>Umhverfi, vatn, náttúra, vellíðan, íþróttir</p> <p>AÐGERÐIR</p>	<p>V</p> <p>Myrkur, rómantík, hönnun, verslun</p> <p>AÐGERÐIR</p>
<p>DÆMI* <i>Stefna um miðborgina</i></p>			
		<p>DÆMI* <i>Aðgengi að úti-vistarsvæðum bætt</i></p>	
	<p>DÆMI* <i>Samráðsvettvangur um ráðstefnu-og viðburða-ferðaþjónustu</i></p>		
			<p>DÆMI* <i>Samstarfsverkefni um fjölgun gesta útan háannar</i></p>

* Ofangreind dæmi eru úr forgangsaðgerðum sjá bls. 40-41





MENNINGARBORGIN

M



MENNINGARBORGIN
RÁÐSTEFNUBORGIN
HEILSUBORGIN
VETRARBORGIN

LEIÐARLIJÓS

Eitt af markmiðum menningarstefnu Reykjavíkurborgar er að í borginni verði mót ólíkra stefna og strauma og að menningarlífð einkennist af alþjóðlegum borgarbrag og menningarlegri sérstöðu. Fjölbreytt menningarlíf, árvissir viðburðir og aðlaðandi og skemmtileg miðborg eru forsendur þess að Reykjavík eflist sem áfangastaður. Styrkar stöðir verði undir því menningarstarfi og þeim viðburðum sem stuðla að jákvæðu orðsperi Reykjavíkur sem menningarborgar og laða til sín gesti sérstaklega utan háannar. Áhersla á aðlaðandi miðborg, menningu og skapandi greinar verði afgerandi og birtist í markvissum stuðningi og öflugu kynningarstarfi Reykjavíkurborgar.

STAÐAN

Flestar helstu menningarstofnanir landsins eru í miðborg Reykjavíkur og með tilkomu Hörpu styrkist þessi menningarklassi enn frekar. Þjóðleikhúsið, Listasafn Reykjavíkur, Listasafn Íslands, Harpa, Þjóðmenningarhúsið, Landnámssýningin, Nýlistasafnið og Þjóðminjasafnið ekki langt undan, auk sögufrægra húsa, Tjarnarinnar, og menningarminja. Miðborgin er þannig helsti menningarkjarni landsins og mikilvægt að vekja athygli á því að á einum stað og í auðveldu göngufæri er hægt að kynna íslenski list, fara á tónleika, ganga um gamla miðbæinn, koma við í hönnunarbúðum og borða á bestu veitingahúsum borgarinnar, enda er miðborgin fjölsóttasti ferðamannastaður landsins. Talsvert skortir á að hreinsun, fegrun og umgengni um miðborgina endurspegli mikilvægi hennar. Göturýmið í miðborginni þarf jafnframt að hvetja meira til sýnilegs mannlífs, hvort sem litið er til tónlistarflutnings, götusölu eða annarrar menningarstarfsemi.

Saga Reykjavíkur og menningararfur styrkja sérstöðu hennar. Mikilvægt er að miðla henni á margvíslegan hátt, s.s. með menningarkerkingum, fræðslugöngum, sýningum og kynningarefni fyrir ferðamenn.

Söfnin sýna íslenska list og menningarsögu og gefa út efni á ensku til að koma til móts við erlenda gesti. Söfnin leitast við að kynna sig

sem best en fjölmörg tækifæri til að nýta þau markvissit í kynningu borgarinnar eru ennþá vannýtt.

Tónlistarhúsið Harpa opnar nýja möguleika fyrir tónlistarflutning innlendra og erlendra tónlistarmanna í borginni og eykur tækifæri Sinfóníuhljómsveitar Íslands og Íslensku óperunnar til að vekja alþjóðlega athygli og fjölga erlendum gestum.

Árlegum menningarviðburðum í Reykjavík hefur fjölgað og er svo komið að margir þeirra laða að fjölda ferðamanna, s.s. Iceland Airwaves, Listahátíð í Reykjavík, HönnunarMars, Gay Pride og Alþjóðleg kvikmyndahátíð í Reykjavík (RIFF). Stuðla þarf að markvissri uppbyggingu þeirra borgarhátíða sem eru hvað mikilvægastar.

Þróttmikið bókmenntalíf er í Reykjavík. Mikið er gefið út af bókum og er bókasala pr. íbúa með því mesta sem gerist í heiminum. Stórauka þarf aðgengi ferðamanna að einstæðum bókmenntarfi Íslendinga og fjölga bókmenntaviðburðum allt árið um kring, t.a.m. í bókmenntahúsi.

Aukin gæði og fjölbreytni einkenna matarmenningu í Reykjavík og þar má nú finna flestar þær matreiðslustefnur sem mun stærri borgir státa af, þar sem byggt er á úrvals íslensku hráefni.

Íslenski hönnun hefur vaxið ásmegin á undanförunum árum og er nú bæði fjölbreyttari og aðgengilegri en áður. Fjölmargar íslenskar hönnunarverslanir prýða miðborgina og eru vel sóttar af ferðamönnum. Bæði er um að ræða vörumerki sem nú eru að hasla sér völl erlendis, framsækna skartgripahönnuði og fatahönnuði.

Íslenskir listamenn bera hróður Reykjavíkurborgar út um heiminn. Mikilvægt er að nýta þá jákvæðu ímynd sem þeir ljá borginni og stuðla að sýnileika þeirra á erlendri grund. *Reykjavík Loftbrú* fyrir tónlistarmenn, *Muggur* fyrir myndlistarmenn og *Talía* fyrir sviðslistamenn eru ágæt dæmi um slíkan stuðning borgarinnar, auk náins samstarfs við utanríkisþjónustuna og erlenda fjölmiðla.



MARKMIÐ

Miðborgin verði gerð meira aðlaðandi og eftirsóknarverður áfangastaður fyrir bæði íbúa og gesti í Reykjavík.

AÐGERÐIR

- Mótun verði stefna um miðborgina sem taki mið af einstöku hlutverki hennar sem fjlsóttasti ferðamannastaður landsins. Stefnan taki m.a. til fegrunar, hreinsunar, öryggismála, umhverfis- og borgargæða og skerpi einnig á umgjörð rekstraraðila og húseigenda, s.s. með ákvæðum um ábyrgð á útliti fasteigna, hreinsun, opnunartíma o.fl.
- Menningarstofnanir í miðborginni verði eflar og tryggt að þær geti þjónað bæði íbúum og gestum af fagmennsku og metnaði. Jafnframt verði tryggt að þær séu órjúfanlegur hluti af kynningu miðborgarinnar.
- Harpa verði opin ferðamönnum og bjóði upp á dagskrá sem sérstaklega höfði til gesta í borginni. Þannig nýtist húsið allt árið um kring sem einn helsti segullinn í Reykjavík.
- Útivistarsvæði í miðborginni verði aðlaðandi með veitingastöðum og aðstöðu fyrir börn til leikja og útivistar.
- Götumenning í miðborginni verði efl og styrkt með listrænum uppákomum ásamt góðu skipulagi á götu- og togsölu.

**MARKMIÐ**

Tryggð verði samfella og framþróun í árvissum menningarviðburðum í Reykjavík sem laða jafnt innlenda sem erlenda gesti til borgarinnar. Upplýsingamiðlun og kynningarstarf um menningarlíf í Reykjavík verði öflugt og stuðli að fjölgun gesta og auknu vægi menningar fyrir ferðaþjónustuna.

AÐGERÐIR

- Komið verði upp borgarhátíðasjóði í samstarfi Reykjavíkurborgar og fleiri aðila, sem hafi þann megintilgang að styðja við fasta árlega viðburði ásamt því að örva nýsköpun í hátíðahaldi í Reykjavík.
- Viðburðadagatal á www.visitreykjavik.is verði eflt til muna, m.a. með auknu samstarfi við viðburðahaldara og aðra skipuleggjendur. Ferðavefsvæðið og önnur regluleg upplýsingamiðlun Höfuðborgarstofu tryggi að ferðaskipuleggjendur og aðrir helstu hagsmunaaðilar hafi gott aðgengi að tímanlegum upplýsingum um viðburði og menningarstarf í Reykjavík.
- Rafræn kaup á miðum á menningarviðburði verði gerð aðgengileg fyrir erlenda gesti í gegnum www.visitreykjavik.is.
- Ferðaþjónustuaðilar sem kynna Ísland og Reykjavík verði hvattir til að nota og nýta menningarlíf borgarinnar sem aðdráttaraf og þróa ný tilboð sem innihalda menningarviðburði í Reykjavík.
- Upplýsingafulltrúar Reykjavíkurborgar leggi sig fram um að finna alþjóðleg sjónarhorn á fréttum sínum og tryggja sér sambönd hjá alþjóðlegum fréttaveitum.



MENNINGARBORGIN
RÁÐSTEFNUBORGIN
HEILSUBORGIN
VETRARBORGIN

MARKMIÐ

Saga og menningararfur Reykjavíkur verði sýnileg í borgarlandinu og áhersla lögð á menningarlega sérstöðu borgarinnar.

AÐGERÐIR

- Í uppbyggingu á hafnarsvæði miðborgarinnar liggja fjölmörg tækifæri sem ber að nýta. Hafsækin ferðaþjónusta er sproti sem vert er að veita sérstaka athygli og hlúa að. Hún endurspeglar legu landsins og stöðu Reykjavíkur sem hafnarborgar. Má í því sambandi nefna dæmi um vaxandi haftengda ferðaþjónustu sem starfrækt er við Gömlu höfnina, hvalaskoðun, Viðeyjarsiglingar, náttúru- og fuglaskoðun og sjóstangaveiði.
- Menningarmerkingum í borginni verði fjölgað og hlúð verði að menningarminjum.
- Áhersla verði lögð á mikilvæga sögustaði í og við borgina og söfn og sýningar sem miðla sögu og menningararfi, s.s. Landnámssýninguna Reykjavík 871±2, Alþingisreitinn, Árbæjarsafn, Þjóðminjasafn, Sjóminjasafn og Viðey.

MARKMIÐ

Staða Reykjavíkur sem Bókmenntaborgar UNESCO verði þekkt og virt. Bókmenntaarfur Þjóðarinnar verði gerður aðgengilegur með skapandi miðlun og öflugu kynningarstarfi.

AÐGERÐIR

- Komið verði á fót Bókmenntamiðstöð í Reykjavík. Reykjavíkurborg standi í samstarfi við helstu hagsmunaðila að starfseminni, sem m.a. mun gera íslenskar bókmenntir mun aðgengilegri fyrir erlenda ferðamenn.
- Kynning og framsetning á handritunum geri þau að einum af helstu seglum borgarinnar.
- Bókmenntahátíð í Reykjavík verði eflð þannig að áhrifa hennar gæti um alla borg.
- Dregnar verði fram söguslóðir ákveðinna höfunda, m.a. með borgargöngum og menningarmerkingum á erlendum tungumálum.
- Boðið verði upp á bókmenntaferðir fyrir ferðamenn út frá stefnum og straumum í íslenskum bókmenntum.



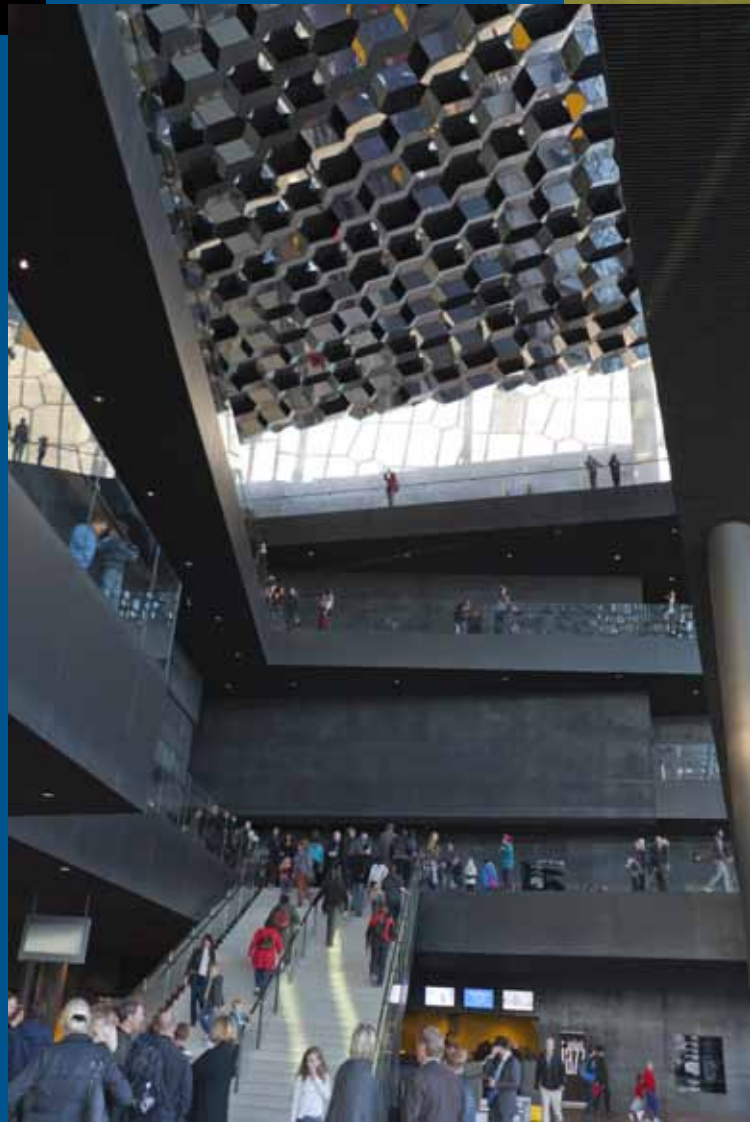
MARKMIÐ

Byggð verði upp fjölbreytt barnamenning í Reykjavík og þannig rennt styrkari stoðum undir Reykjavík sem fjölskylduvænan áfangastað.

AÐGERÐIR

- Barnamenningarhátíð í Reykjavík verði árviss viðburður sem höfði einnig til ferðamanna.
- „Edutainment City“ – Þróaðar verði barnvænar dagskrár sem bæði fræði og skemmti gestum, t.d. í samstarfi við söfn, menningarstofnanir og Fjölskyldu- og húsdýrgarðinn.
- Leiksvæði verði gerð aðgengilegri um alla borg og þau gerð einstök og spennandi – hvert á sinn hátt.
- Sundlaugar borgarinnar byggist áfram upp sem barnvæn svæði.
- Börn eigi sitt sköpunarsvæði á öllum menningarstofnunum borgarinnar, þar sem þau hafi aðstöðu til sköpunar í anda viðkomandi stofnunar.
- Barnamenningarhúsi verði komið upp í Reykjavík.







RÁÐSTEFNUBORGIN

R



VERDAMÁLASTEFNA
REYKJAVÍKURBORGAR

MENNINGARBORGIN
RÁÐSTEFNUBORGIN
HEILSUBORGIN
VETRARBORGIN

LEIÐARLIJÓŠ

Ferðaþjónusta tengd ráðstefnum, fundum og alþjóðlegum viðburðum af ýmsu tagi er eitt mikilvægasta sóknarfæri Reykjavíkur á næstu árum. Tónlistar- og ráðstefnuhúsið Harpa og önnur fjárfesting í borginni bjóða upp á dýrmæt tækifæri sem brýnt er að nýta. Mun meiri áherslu skal leggja á markaðssetningu Reykjavíkur sem ráðstefnuborgar og koma á samstarfi helstu hagsmunaaðila um að ná áhugaverðum alþjóðlegum viðburðum til Reykjavíkur.

STAÐAN

Ísland hefur orð á sér fyrir að vera spennandi áfangastaður fyrir ráðstefnur og hvataferðir. Mikilvægt er að tryggja fjölbreytni í framboði afþreyingar, bæði fyrir ráðstefnugesti og ekki síður fyrir maka þeirra. Slíkt krefst stöðugrar vörubrúunar til að mæta síbreytilegum þörfum gesta.

Aðstaða til ráðstefnuhalds í Reykjavík er nú orðin samanburðarhæf við margar helstu samkeppnisborgir Reykjavíkur. Fjöldi hótela og veitingastaða af ýmsum gerðum getur mætt þörfum ráðstefnugesta, þótt óneitanlega sé óheppilegt að ekki sé til staðar 5 stjörnu hótél á Íslandi. Öll aðstaða og tæki fyrir þýðendur eru fyrir hendi í helstu ráðstefnusölum og einnig starfar fjöldi faglegra ráðstefnuskipuleggjenda í borginni. Ráðstefnustaðurinn Reykjavík þarf að vera græn og umhverfisvæn borg sem leggur áherslu á gæði í hvítvetna.

Ráðstefnuskrifstofa Íslands (RSÍ) hefur verið starfrækt síðan 1992 en á umliðnum árum hefur starfsemi hennar að mestu staðið í stað, aðildarfélögum hefur lítið fjölgað (voru ríflega 30 talsins árið 2010) og skrifstofan hefur einungis einn fastan starfsmann. RSÍ hefur því ekki náð þeim slagkrafti sem á þarf að halda til að fá ráðstefnur og viðburði til borgarinnar og afar illa hefur gengið að ná saman upplýsingum og gögnum um þessa grein ferðaþjónustu á Íslandi.

Ráðstefnuskipuleggjendur kalla eftir mun markvissara samstarfi við borgaryfirvöld. Margar samkeppnisborgir bjóða upp á skipulagt samstarf t.d. með stuðningsbréfum, styrkjum, upplýsingaefni eða móttöku fyrir ráðstefnugesti þar sem borgaryfirvöld bjóða gesti velkomna.



MARKMIÐ

2020 verði Reykjavík með eftirsóttustu ráðstefnu- og viðburðaborgum í norðanverðri Evrópu.

AÐGERÐIR

- Reykjavíkurborg taki forystu í að kynna Reykjavík sem ráðstefnuborg og leiti jafnframt eftir samstarfi um verkefnið við helstu hagsmunaaðila á höfuðborgarsvæðinu.
- Komið verði á laggirnar öflugum samstarfsvettvangi og ráðstefnuvef Reykjavíkur sem hafi það meginhlutverk að samræma markaðssókn og samstarf á þessu sviði.
- Hafið verði samstarf um vörubróun í ferðaþjónustu í borginni með það að markmiði að efla framboð afþreyingar sem sérstaklega getur höfðað til ráðstefnu- og hvataferðagesta.



MARKMIÐ

Græn og umhverfsvæn starfsemi og ímynd Reykjavíkur laði að ráðstefnur og viðburði.

AÐGERÐIR

- Reykjavík hvetji til grænnar starfsemi sem vekur alþjóðlega athygli og gerir borgina þekkt fyrir umhverfsvænar áherslur og lausnir.
- Byggðar verði upp vistvænar hraðsamgöngur (hraðlest) milli Reykjavíkur og Keflavíkurflugvallar.
- Almenningsamgöngutæki borgarinnar (strætisvagnar, leigubílar) nýti einungis vistvænt eldsneyti og leiðakerfið verði skýrt og auðvelt í notkun.
- Betri aðstaða fyrir gangandi og hjólandi vegfarendur fái forgang í samgöngustefnu Reykjavíkurborgar.
- Fyrirtæki í ráðstefnu- og viðburðaskipulagningu verði hvött til þess að starfa í samræmi við gæða- og umhverfisstefnu og halda umhverfsvæna viðburði.
- Aðstaða fyrir rafmagnsbíla í borginni verði ekki síðri en best gerist erlendis.
- Gestir borgarinnar hafi aðgang að reiðhjólum til að ferðast milli staða.
- Hreinsun og fegrun borgarinnar stuðli að auknu aðdráttarafli hennar sem umgjörð ráðstefna og viðburða.

MARKMIÐ

Byggt verði upp alþjóðlegt net málsvara Reykjavíkur með það að markmiði að laða ráðstefnur, fundi og viðburði til borgarinnar.

AÐGERÐIR

- Háskóla-, fræða- og fagsamfélagið verði virkjað og fulltrúar þess hvattir til að bjóða Reykjavík sem gestgjafa fyrir ráðstefnur og fundi.
- Fagfélög og forsvarsmenn í viðskiptalífi verði hvattir til að laða erlendar ráðstefnur og fundi til Reykjavíkur.
- Bætt verði aðgengi að kynningarefni um ráðstefnuborgina Reykjavík, bæði prentuðu og rafrænu.









HEILSUBORGIN

H



LEIÐARLIÓS

Sérstaða og sóknarfæri Reykjavíkur liggja ekki eingöngu í nábyli borgarinnar við einstaka náttúru, ómengað umhverfi og nýtingu hreinnar orku, heldur ekki síður í villtri og manngerðri náttúru innan sjálfra borgarmarkanna. Allt eru þetta lykjar að heilsuferðaþjónustu sem hefur alla burði til að verða ein af helstu stöðum ferðaþjónustu í Reykjavík. Fjölbreytt nýting á heitu og köldu vatni, bætt aðstaða og innviðir til íþróttaiðkunar og útivistar, nýsköpun í vöruþróun og aukin áhersla á gæði eru allt mikilvægir velgengnisþættir Heilsuborgarinnar.

STAÐAN

Mikil tækifæri felast í heilsuferðamennsku í Reykjavík en talsvert skortir á að þau séu nýtt. Skortur er á fjölbreytni í vöruþróun auk þess sem græn svæði í og við borgina eru hvorki nægilega aðgengileg né vel kynnt.

Reykjavík er hrein borg í því tilliti að húsnæði er hitað með jarðvarma og rafmagn fengið með vatnsvirkjunum og engin iðnaðarvirkjun er í nágrenni borgarinnar. Þetta skapar gott og heilnæmt umhverfi fyrir borgarbúa og ferðamenn. Reykjavík þarf að kynna betur sem borg sem er rík af náttúrulegri fjölbreytni og leggja aukna áherslu á vatn, græn svæði og útivist.

Græni trefillinn umlykur höfuðborgarsvæðið. Hann hlykkjast ofan byggðar til yndis, útivistar og skjóls og opnar möguleika til útivistar. Stígar og áningarstaðir eru lagðir um svæðin, hann skapar skjól og verndar náttúru- og/eða söguminjar innan svæðanna og stuðlar að vatnsvernd. Græna trefillinn þarf að efla og kynna í samstarfi við önnur sveitarfélög á höfuðborgarsvæðinu.

Sundlaugar borgarinnar eru mjög vinsælar og eftirsóttar, bæði af borgarbúum og ferðamönnum. Þær bjóða í meginráttum allar upp á sambærilega þjónustu og mætti gjarnan auka aðgreiningu milli þeirra í framboði á vöru og þjónustu. Laugardalurinn er miðstöð heilsueflingar borgarbúa og svæðið er barnvænt á margan hátt. Þetta svæði þarf að kynna mun betur fyrir gestum borgarinnar.

Skipuleggja þarf og laða að alþjóðlega íþróttaviðburði til borgarinnar og nýta innviði sem til staðar eru, t.d. í Laugardalnum.

Árið 2010 samþykkti Reykjavíkurborg nýja hjólreiðaáætlun fyrir borgina sem felur í sér stórbættar aðstæður fyrir alla sem vilja fara um borgina á reiðhjóli.

Þríhnúkaígur er eitt af náttúruundrum landsins á útivistarsvæði borgarbúa. Unnið hefur verið að frumathugunum á möguleikum til að gera hann aðgengilegan almenningi. Mikilvægt er að þeirri vinnu verði fylgt eftir, en ljóst er að það mun bæði krefjast tíma og fjármagns.

Matarmenning í borginni byggir á fjölbreyttu úrvali veitingastaða og þeim stöðum fjölgar sem leggja upp úr heilsusamlegum kosti og sérstöðu íslensks hráefnis.



Meðal þeirrar aðstöðu og þjónustu sem boðið er uppá á í Reykjavík og nágrenni og tengjast heilsu- og vellíðunarferðaþjónustu (e. *wellness*) eru:

- Bláa lónið
- Sundlaugarnar í Reykjavík
- Laugardalurinn og íþróttamannvirkin þar
- Græni trefillinn - útivistarsvæði borgarinnar, s.s. Heiðmörk, Öskjuhlíð, Viðey og Esjan
- Bláa línán - strandlengjan
- Göngustígar
- Nauthólsvík - Ylströndin
- Golfvellir
- Skíðasvæðin
- Hestatengd þjónusta
- Reykjavíkurmaraþon, ReyCup, Reykjavík International Games og aðrir alþjóðlegir íþróttaviðburðir
- Nokkurt úrval af spa-stöðum
- Heilsuræktarstöðvar
- Lækningameðferðir



MARKMIÐ

Baðmenning þróist enn frekar og verði eitt af aðaleinkennum Reykjavíkur. Boðið verði upp á heildarupplifun í baðtengdri vellíðunar- og heilsuferðaþjónustu sem verði alþjóðlega þekkt og eftirsótt.

AÐGERÐIR

- Aukin áhersla verði lögð á vörubrúun í sundlaugunum í Reykjavík þannig að þær einkennist af fjölbreytni og hverri laug verði sköpuð áhugaverð sérstaða.
- Aðstaða til baðmenningar, sjósunds og heilsuferðaþjónustu í Nauthólsvík verði bætt.
- Komið verði upp hafnarböðum í anda framkominna tillagna frá Vatnavinum.

MARKMIÐ

Aðgengi ferðamanna að útivistarsvæðum og náttúruperlum í og við Reykjavík verði stórbætt og lögð áhersla á aukna vörubrúun og nýsköpun.

AÐGERÐIR

- Reykjavíkurborg taki þátt í að gera Þríhnúkaág aðgengilegan ferðamönnum og þar verði þróaður áfangastaður á heimsmælikvarða.
- Samkeppni verði um skipulag náttúruleikvalla á útivistarsvæðum borgarinnar með það í huga að þau verði m.a. gerð barnvænni með leiktækjum og landmótun sem vísar í sérstöðu og náttúru landsins.
- Útivistarsvæði borgarinnar verði mun betur kynnt fyrir ferðamönnum.
- Tryggðar verði almenningssamgöngur til allra helstu útivistarsvæða borgarinnar, s.s. Esju, Heiðmerkur og Nauthólsvíkur.



MARKMIÐ

Samgöngukerfi borgarinnar setji lýðheilsu borgarbúa og ferðamanna í forgang með áherslu á vistvænar, heilsueflandi samgöngur.

AÐGERÐIR

- Göngu- og hjólréiðastígakerfið verði stækkað og tengist annarri þjónustu sem í boði er í borginni, s.s. veitingastöðum.
- Almennings-samgöngukerfið verði eft og gert aðgengilegra, m.a. með upptöku rafgreiðslukerfis.
- Einkenni göngustíga borgarinnar verði margvísleg útilistaverk meðfram þeim víðsvegar um borgina. Haldin verði samkeppni um verkin og staðsetningu þeirra.

MARKMIÐ

Reykjavík verði þekkt fyrir fjölbreytt úrval alþjóðlegra heilsu- og umhverfistengdra viðburða.

AÐGERÐIR

- Þróaður verði viðburður með jafn sterkri alþjóðlegri skírskotun og Reykjavíkurmaraþon á öðrum tíma ársins.
- Íþróttabandalag Reykjavíkur verði í samstarfi við íþróttafélögin í borginni hvatt til að sækja og standa fyrir reglulegum alþjóðlegum íþróttamótum í borginni.
- Þróaður verði alþjóðlegur viðburður á sviði umhverfismála sem styrki borgina á þeim vettvangi, t.d. *Reykjavik International Water Week*.
- Kannaðir verði möguleikar á að tryggja snjó á skíðasvæðum höfuðborgarsvæðisins.
- Skautasvell verði starfrækt í miðborginni yfir vetrartímann.







VETRARBORGIN



MENNINGARBORGIN
RÁÐSTEFNUBORGIN
HEILSUBORGIN
VETRARBORGIN

LEIÐARLJÓŠ

Reykjavík verði eftirsóttur áfangastaður allt árið um kring. Samstillt átak borgarinnar og ferðaþjónustuaðila auki möguleika á heilsársstörfum og stuðli þar með að aukinni fagmennsku, stöðugleika og arðsemi í greininni. Vetrarborgin hvílir á markvissri þróun og nýsköpun í afþreyingu, þjónustu við ferðamenn og kynningarstarfi sem laðar gesti til Reykjavíkur á tímabilinu október–apríl.

STAÐAN

Nokkur árangur hefur náðst í að fjölga ferðamönnum utan háannar. Viðburðir eins og Iceland Airwaves, RIFF og í vaxandi mæli Imagine Peace-viðburðir draga gesti inn á haustið auk þess sem HönnunarMars og Lista-hátíð í Reykjavík eru tilefni að vori. Ferðaþjónusta um jól og áramót hefur vaxið og er Reykjavík orðin þekktari sem spennandi áfangastaður til að heimsækja um hátíðarnar (sbr. mat ferðavefs CNN að Reykjavík væri ein besta jólaborgin 2010). Höfuðborgarstofa áætlar að um 4.000 erlendir ferðamenn hafi komið til borgarinnar um jól og áramót árið 2010.

Hvataferðir eru farnar til Íslands allt árið um kring og möguleikar til ráðstefnuhalds eru að stóraukast.

Myrkrið og margbreytilegt veður í Reykjavík yfir háveturinn býður upp á margvíslega möguleika og norðurljósin eru vannýtt auðlind. Hinsvegar er erfitt að tryggja vetrariþróttir s.s. skíðamennsku sökum óvissu í veðurfari.



Fjölgun ferðamanna og uppbygging sterkari heilsársáfangastaðar kallar einnig á að fleiri svæði innan Reykjavíkur og á höfuðborgarsvæðinu öllu verði með skilgreinda sérstöðu og aðráttarafl:

- ☛ Laugarneshverfið: Heilsuverfi borgarinnar með Laugardalinn og Laugardalslaug sem miðju og fjölda útivistar- og heilsustaða í nánasta umhverfi. Þar eru einnig söfn, sögustaðir, stór hótél og veitingastaðir ásamt kvikmyndahúsi.
- ☛ Vesturbær/Vatnsmýri: Þekkingarmiðstöð með háskólasvæðum, söfnum, sundlaug, ylströnd ásamt útivistarmöguleikum í Öskjuhlíð og meðfram strandlengjunni.
- ☛ Árbær/Elliðaárdalur: Margir spennandi viðkomustaðir fyrir ferðamenn þar sem útivistarperlan í Elliðaárdalnum rammast inn af Árbæjarsafni og Árbæjarlaug.

MARKMIÐ

Fjölgun gesta utan háannatíma (október–apríl), verði ekki undir 10% á ári á tímabilinu 2011–2020. Samstilltar áherslur í nýsköpun og kynningarstarfi á Vetrarborginni Reykjavík sé grunnur samstarfs Reykjavíkurborgar með helstu hagsmunaaðilum.

AÐGERÐIR

- ☛ Komið verði á þriggja ára samstarfsverkefni við ríkið og helstu hagsmunaaðila um átak í vöruþróun með það að markmiði að auka fjölbreytni og framboð afþreyingar og þjónustu utan háannar.
- ☛ Komið verði á þriggja ára samstarfsverkefni við ríkið og helstu hagsmunaaðila um kynningarstarf með það að markmiði að auka fjölda gesta í Reykjavík utan háannar.
- ☛ Komið verði á fót hugmyndasamkeppni um nýja viðburði á lágönn í borginni.



MARKMIÐ

Jólaborgin Reykjavík verði markaðssett sérstaklega og lögð áhersla á að fjölga gestum og auka verslun á aðventunni.

AÐGERÐIR

- Komið verði á samstarfsvettvangi Reykjavíkurborgar, Miðborgarinnar okkar og fulltrúa annarra hagsmunaaðila um dagskrá og kynningarstarf fyrir jólaborgina Reykjavík.
- Borgin verði skreytt meira og markvissar fyrir jólin og áhersla lögð á að kynna sérstöðu íslenskra jólasíða.
- Jólaland í Laugardalnum með aðkomu Grasagarðs (jólamarkaður), Fjölskyldu- og húsdýragarðs (hreindýr), Skautahallar (jólaböll) og Laugardalslaugar (jólaopnun, piparkökur, tónlist).

MARKMIÐ

Reykjavík verði ákjósanlegur áfangastaður yfir vetrartímann fyrir þá sem vilja slaka á og byggja upp líkama og sál.

AÐGERÐIR

- Viðburðir og fjölbreytt dagskrá tengd Friðarsúlunni í Viðey standi frá 9. október til 8. desember ár hvert. Auk þess verði lengdur sá tími sem kveikt er á súlunni.
- Breytt verði vöruframboði sundlauga borgarinnar sem leiði til aukinnar þjónustu. Dæmi um slíkt er næturopnun.
- Aðgengi að Ylströndinni í Nauthólvík verði bætt og þjónusta þar aukin.
- Hafið verði vöruþróunarverkefni með ferðaþjónustuaðilum í borginni til að þróa og stórefla framboð á slökunartengdri þjónustu í Reykjavík.



MARKMIÐ

Vetraríþróttir í Reykjavík laði að fjölda ferðamanna utan háannar.

AÐGERÐIR

- Skíðasvæði höfuðborgarsvæðisins verði styrkt í sessi.
- Kannaðir verði möguleikar á að hafa opið skautasvæði utandyra yfir háveturinn.

MARKMIÐ

Reykjavík öðlist sess sem valkostur fyrir fjölskyldur í vetrarfríum.

AÐGERÐIR

- Framboð á fjölskylduvænum viðburðum og aðstöðu verði aukið (sjá einnig Menningarborgin).
- Þróaðir verði fjölskylduvænir ferðapakkar á útivistarsvæði borgarinnar, ferðir, afþreying, matur.
- Unnið verði að því með Menntasviði Reykjavíkur að virkja skólana til að kynna fyrir erlendum skólum möguleika á að heimsækja Reykjavík í vetrarfríum.



VÖRUPRÓUN

1. Komið verði á samstarfsverkefni við ríkið, Samtök ferðaþjónustunnar, Íslandsstofu, Ferðamálastofu, Nýsköpunarmiðstöð og aðra hagsmunaaðila um átak í vörupróun með það að markmiði að auka fjölbreytni og framboð afþreyingar og þjónustu í Reykjavík utan háannar. Stefnt verði að því að verkefnið standi í þrjú ár hið minnsta.
2. Komið verði upp Borgarhátíðasjóði í samstarfi Reykjavíkurborgar, mennta- og menningarmálaráðuneytisins og annarra samstarfsaðila sem hafi þann megintilgang að styðja við fasta árlega viðburði og örva nýsköpun í hátíðahaldi í Reykjavík.
3. Áhersla á vörupróun í heilsutengdri afþreyingu verði aukin með sérstakri áherslu á sundlaugarnar í Reykjavík þannig að þær einkennist af fjölbreytni og hverri laug verði sköpuð áhugaverð sérstaða.
4. Komið verði á fót miðstöð bókmennta í Reykjavík. Reykjavíkurborg standi í samstarfi við helstu hagsmunaaðila að starfsemi sem m.a. geri íslenskar bókmenntir mun aðgengilegri en áður fyrir erlenda ferðamenn. Aukin kynning og betra aðgengi að íslensku handritunum geri þau að einum af helstu seglum borgarinnar.
5. Reykjavíkurborg taki þátt í að kanna möguleika á að gera Þríhnúkagíg á Reykjanesfólkvangi aðgengilegan ferðamönnum með það að markmiði að þar verði þróaður áfangastaður á heimsmælikvarða.
6. Árlegir viðburðir og fjölbreytt dagskrá tengd Friðarsúlunni í Viðey verði tryggð. Auk þess verði lengdur sá tími sem kveikt er á verkinu og leitað eftir samstarfi við listakonuna Yoko Ono um uppbyggingu friðarfræðsluseturs í Viðey sem stórbæti skilyrði til að taka á móti börnum og laði að aukinn fjöldi gesta.

KYNNINGARMÁL

1. Komið verði á samstarfsverkefni við ríkið, Íslandsstofu, Samtök ferðaþjónustunnar og aðra hagsmunaaðila um kynningarstarf með það að markmiði að fjölga gestum í Reykjavík utan háannar. Stefnt verði að því að verkefnið standi í þrjú ár hið minnsta.
 1. Reykjavíkurborg stórauki áherslur sínar og verði leiðandi í kynningarstarfi um ráðstefnu- og viðburðaferðaþjónustu í borginni. Stofnað verði til formlegs samstarfsvettvangs með helstu hagsmunaaðilum á höfuðborgarsvæðinu á þessu sviði, s.s. Hörpu, flugfélögum, helstu hótelum, fundarstöðum, ráðstefnuskipuleggjendum o.fl. Einnig verði horft til náins samstarfs við Íslandsstofu til að nýta sem best samlegð í erlendra kynningu. Samstarfsvettvangurinn taki til starfa haustið 2011.
 3. Komið verði á samstarfsvettvangi Reykjavíkurborgar, Miðborgarinnar okkar og fulltrúa annarra hagsmunaaðila um dagskrá og kynningarstarf fyrir jólaborgina Reykjavík.
 4. Vörumerkið (e. *brand*) fyrir ferðamannaborgina Reykjavík verði endurmetið og gerðar tillögur að nýrri útfærslu þess. Leitað verði eftir hugmyndum og samstarfi við hönnuði, auglýsingastofur og/eða markaðsfyrirtæki sem byggja á gildum og stöðum ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2011–2020.
 5. Innlendir ferðamenn eru mikilvægir í uppbyggingu Reykjavíkurborgar sem ferðamannaborgar allt árið um kring. Höfuðborgarstofa víkki út áherslur í kynningarstarfi sínu og tali jafnframt til þessa markhóps.

INNVIÐIR OG GÆÐAMÁL

1. Mótuð verði stefna um miðborgina sem taki mið af einstöku hlutverki hennar sem fjölsóttasta ferðamannastaðar landsins. Stefnan taki m.a. til fegrunar, hreinsunar, öryggismála, aðgengis, umhverfis- og borgargæða og skerpi einnig á umgjörð rekstraraðila og húseigenda m.a. með ákvæðum um ábyrgð á útliti fasteigna, hreinsun, opnunartíma o.fl.
2. Aðgengi að útivistarsvæðum borgarinnar verði stórbætt og þau gerð meira aðlaðandi fyrir börn og fjölskyldufólk. Hugmyndavinna verði hafin um skipulag náttúruleikvalla á völdum útivistarsvæðum.
3. Rekstur og starfsemi Höfuðborgarstofu verði endurskoðuð með hugmyndir um markaðstofu höfuðborgarsvæðisins og aukna aðkomu ferðaþjónustunnar að leiðarljósi.
4. Höfuðborgarstofa beiti sér fyrir því, í samstarfi við Ferðamálastofu, að ferðaþjónustufyrirtæki í Reykjavík innleiði *Vaka*, nýtt gæða- og umhverfissvottunarkerfi.

GREINING

Eftirfarandi greining leitast við að sýna stöðu Íslands og Reykjavíkur sem áfangastaðar 2011 og þróunina frá 2004 þegar síðasta ferðamálastefna Reykjavíkurborgar tók gildi. Hér á eftir er fjallað um hagræn áhrif ferðapjónustu, fjölda ferðamanna og árstíðasveiflu, tölur um gistingu, einkenni ferðamanna og ánægju og upplifun þeirra af borginni.

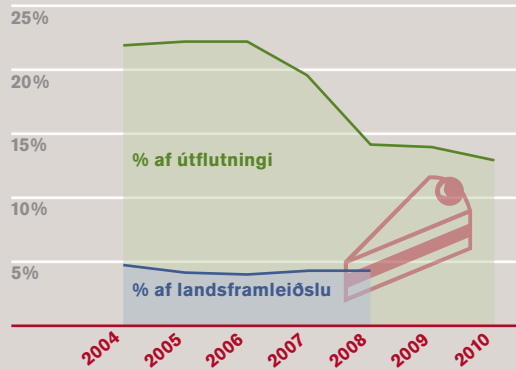
Hlutfur ferðaþjónustu í vergri landsframleiðslu 2008 var 4,6%

Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu fyrir utan fargjaldatekjur voru um 70 milljarðar króna 2010

Störf í ferðaþjónustu voru 5,1% starfa á landinu árið 2009

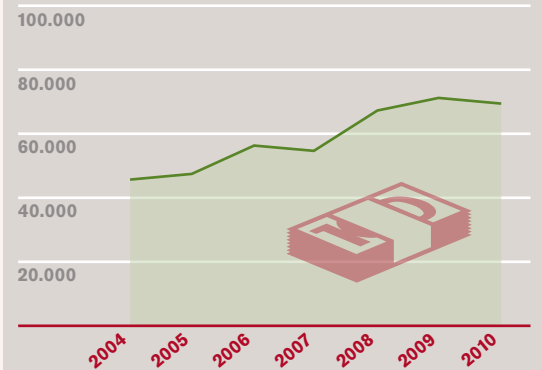
Ferðaþjónustan er ein mikilvægasta atvinnugrein þjóðarinnar og gildi hennar fyrir efnahags- og atvinnulíf er ótvírætt. Hún aflar mikilvægs gjaldeyris, hún skapar fjölda starfa – og til hennar er horft sem burðaráss í atvinnulífi framtíðarinnar. Hlutfur ferðaþjónustu í landsframleiðslu hefur haldist nokkuð stöðugur síðustu ár og var 4,6% árið 2008. Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu hafa aukist hratt, hinsvegar hefur hlutfur ferðaþjónustu í heildarútflutningstekjum minnkað síðan 2004 sem má útskýra með því að aðrar útflutningsgreinar hafa einnig aukið vægið sitt. Störf í ferðaþjónustu voru á níunda þúsund árið 2009 eða rúmlega 5% allra starfa á landinu.

Hlutfur ferðaþjónustu í landsframleiðslu og hlutfur í heildarútflutningstekjum 2004–2010



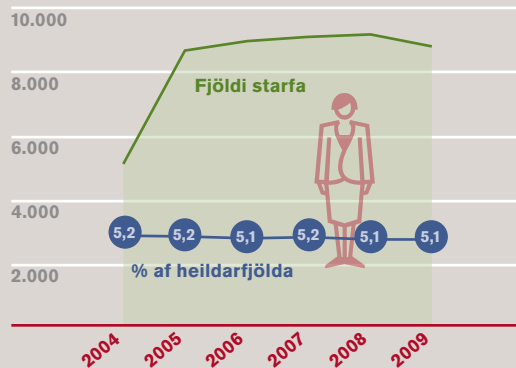
Heimild: Hagstofa Íslands

Gjaldeyristekjur af ferðaþjónustu án fargjaldatekna 2004–2010 (milljónir ISK)



Heimild: Hagstofa Íslands

Fjöldi starfa í ferðaþjónustu og hlutfur þeirra af heildarfjölda starfa á landinu 2004–2009



Heimild: Hagstofa Íslands

Áætla má að meirihluti útgjalda erlendra ferðamanna innanlands eða um 55% verði til í Reykjavík



Heimild: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) 2007

Erlendum ferðamönnum á Íslandi fjölgaði töluvert á tímabilinu 2004–2010 eða um 5,6% milli ára að meðaltali. Tæplega hálf milljón ferðamanna kom til Íslands í gegnum Leifsstöð árið 2010, en nær allir erlendir ferðamenn sem koma til Íslands heimsækja Reykjavík. Komum skemmtiferðaskipafarþega til borgarinnar hefur einnig fjölgað mikið, en þeir eru skilgreindir sem dagsferðamenn og eru því ekki meðtaldir í ofangreindri heildartölu. Árstíðasveifla í komum ferðamanna til landsins eftir mánuðum er enn mikil. Gestum fjölgaði í öllum mánuðum utan háannar á tímabilinu 2004–2010 (nema í apríl vegna eldgossins í Eyjafjallajökli 2010), en enn kemur um helmingur ferðamanna til Íslands yfir sumarmánuðina þrjá; júní, júlí og ágúst. Þó má merkja hlutfallslega mikla fjölgun ferðamanna um áramót. Bretar og Bandaríkjamenn eru hvað duglegastir að heimsækja Ísland á lágönn en gestir frá Mið- og Suður-Evrópu koma áberandi mest á sumrin.

Um hálf milljón erlendra ferðamanna heimsótti Ísland árið 2010

Árleg fjölgun erlendra ferðamanna til Íslands hefur verið **5,6%** milli ára að meðaltali síðan 2004

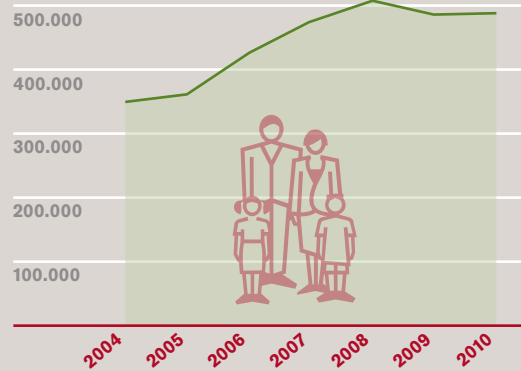
Árið 2010 komu um **70.000** farþegar með **74** skemmtiferðaskipum til Reykjavíkur

Um **helmingur** allra erlendra ferðamanna heimsækir Ísland yfir sumarmánuðina

98% erlendra ferðamanna á Íslandi heimsækja Reykjavík**

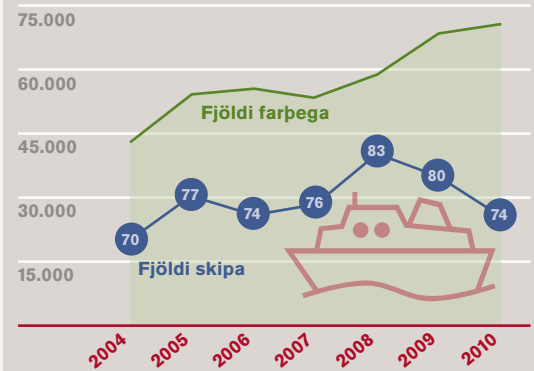
Hlutfallsleg fjölgun ferðamanna 2004–2010 var að meðaltali **34%** á tímabilinu október–apríl en **31%** á tímabilinu maí–september

Heildarfjöldi erlendra ferðamanna til Íslands 2004–2010



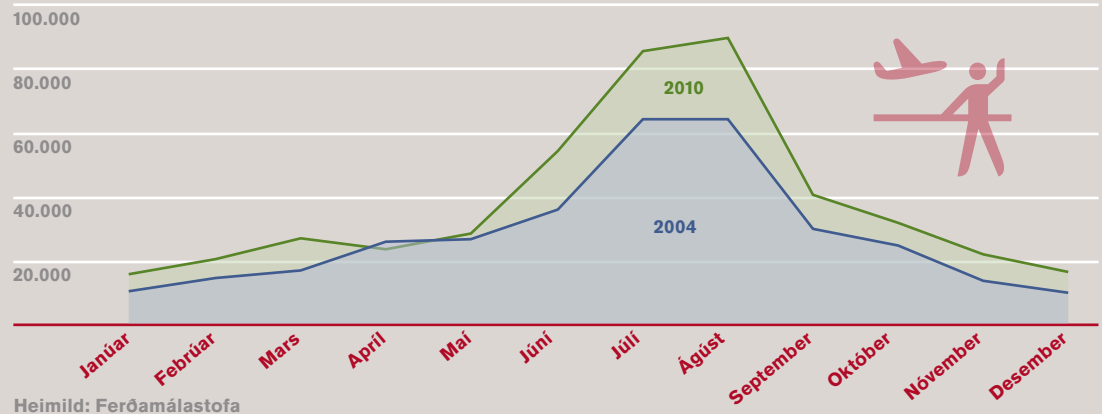
Heimild: Ferðamálastofa

Erlendir gestir með skemmtiferðaskipum til Reykjavíkur 2004–2010



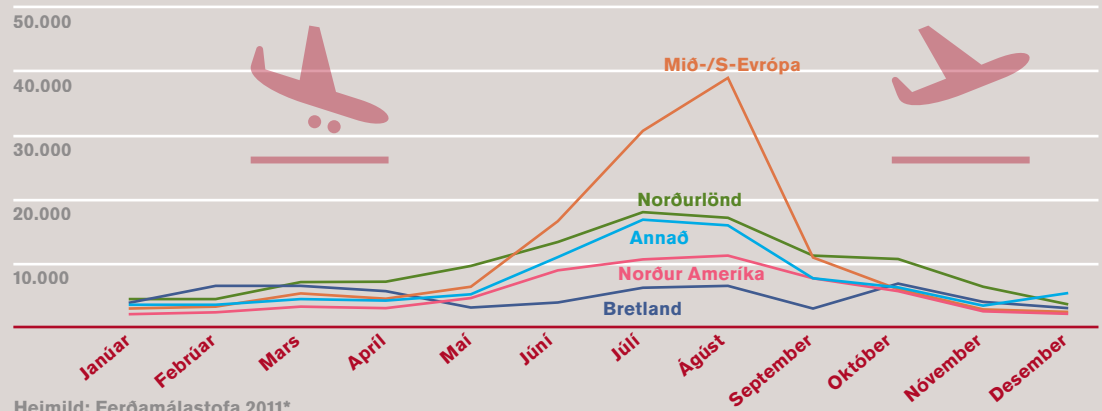
Heimild: Faxaflóahafnir

Brottfarir um Leifsstöð eftir mánuðum 2004 og 2010



Heimild: Ferðamálastofa

Brottfarir um Leifsstöð eftir markaðssvæðum og mánuðum 2010



Heimild: Ferðamálastofa 2011*

* Tölfræðibæklingur Ferðamálastofu Ferðapjónusta í tölum mars 2011

**Rannsóknir og ráðgjöf ferðapjónustunnar (RRF) 2007

Langstærstur hluti ferðamanna sem til landsins koma, gistir í Reykjavík að minnsta kosti einhvern hluta dvalarinnar. Gistinóttum á höfuðborgarsvæðinu hefur fjölgað mikið á undanförunum árum og framboð á gistirými sömuleiðis aukist. Meðalherbergjanýting á hótelum og gistiheimilum hefur hinsvegar minnkað en hún var hæst 61% á tímabilinu 2004–2010. Nýtingin er misjöfn eftir árstíma og endurspeglar að miklu leyti árstíðasveifluna í komum erlendra ferðamanna, hún er best yfir sumarmánuðina og slökust á veturna. Hinsvegar dvelja ferðamennirnir alla jafna lengur í Reykjavík á veturna en á sumrin, þannig gætir árstíða sveiflunnar minna í höfuðborginni en úti á landi. Meðaldvalarlengd erlendra ferðamanna á höfuðborgarsvæðinu jókst lítillega á tímabilinu 2004–2010 og var meðaldvölin tvær og hálf nótt árið 2010.

Gistinætur útlendinga á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu voru rétt undir 1 milljón árið 2010

Meðalherbergjanýting hótela og gistiheimila var 53% árið 2010 og var hæst 61% á tímabilinu 2004–2010

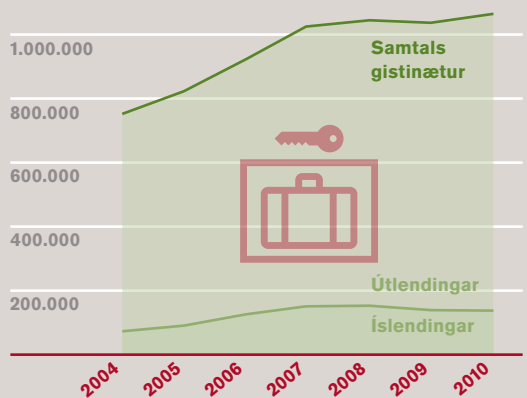
Að meðaltali dvaldi erlendur ferðamaður tvær og hálfu nótt á höfuðborgarsvæðinu árið 2010

Erlendir ferðamenn dvelja u.þ.b. einni nótt lengur á höfuðborgarsvæðinu um hávetur en um hásumar

85% erlendra ferðamanna gisti í Reykjavík sumarið 2007 og 94% gistu í Reykjavík veturinn 2007*

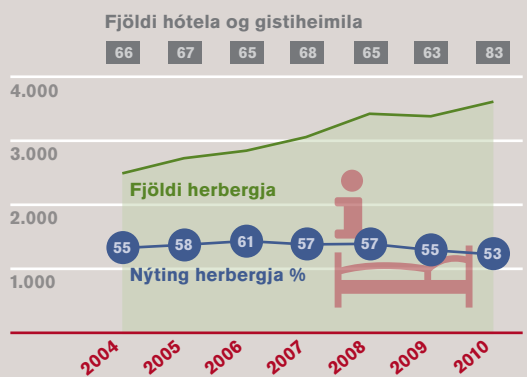
Meðaldvalarlengd erlendra ferðamanna á Íslandi er 10,4 nætur að sumri og 5,9 nætur að vetri**

Gistinætur á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu 2004–2010



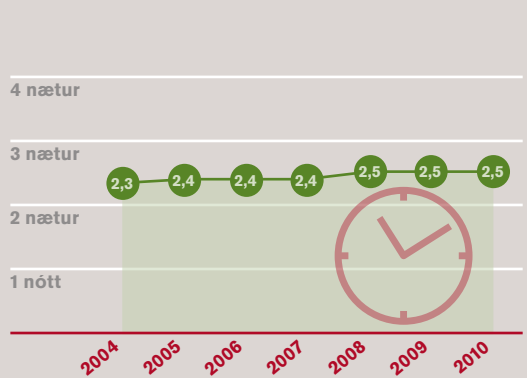
Heimild: Hagstofa Íslands

Framboð gistirýmis á hótélum og gistiheimilum og herbergjanýting á höfuðborgarsvæðinu 2004–2010



Heimild: Hagstofa Íslands

Meðaldvalarlengd útlendinga á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu 2004–2010



Heimild: Hagstofa Íslands

88% gistinátta á höfuðborgarsvæðinu voru vegna útlendinga

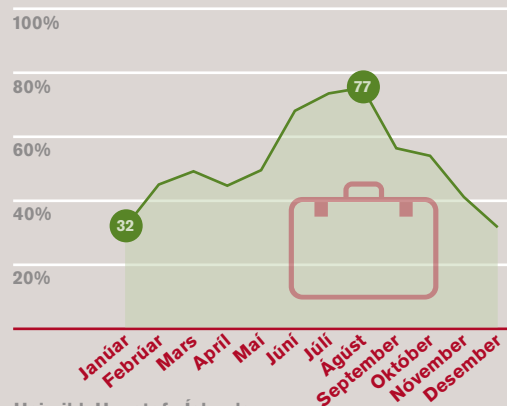
54% gistinátta á landinu voru á höfuðborgarsvæðinu

44% landsmeðaltal herbergjanýtingar



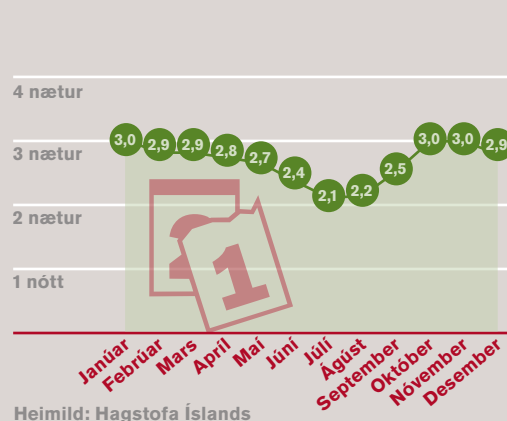
Heimild: Hagstofa Íslands (tölur frá hótélum og gistiheimilum 2010)

Nýting herbergja á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu eftir mánuðum



Heimild: Hagstofa Íslands

Meðaldvalarlengd útlendinga á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu eftir mánuðum 2010



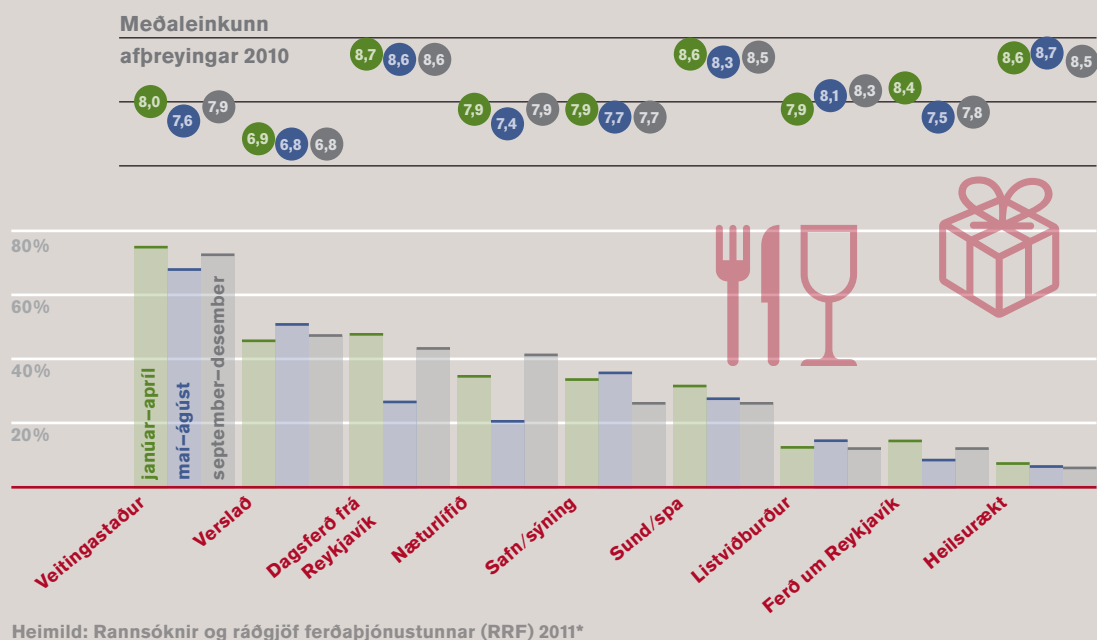
Heimild: Hagstofa Íslands

* Rannsóknir og ráðgjöf ferðabjónustunnar (RRF) 2007
**Ferðamálastofa 2011

FERÐAMAÐURINN Í REYKJAVÍK

Erlendir ferðamenn á Íslandi eru fjölbreyttur hópur, þó má sjá ákveðin einkenni útfrá könnunum. Meðalaldur ferðamannsins er um 40 ár, örlítið fleiri karlar sækja landið heim en konur, og algengastir eru Norðurlandabúar, Bretar, Þjóðverjar og Bandaríkjamenn. Flestir ferðamenn á Íslandi eru í fríi, en örlítið færri eru í fríi og á móti örlítið fleiri í viðskiptaerindum á veturna. Flestir koma til Íslands vegna náttúru landsins en margir nefna einnig íslenska menningu eða sögu. Reynsla fólks af Reykjavík hefur verið mjög jákvæð gegnum árin, sérstaklega að vetri til. Merkja má mun á afþreyingu sem er sótt að vetri til og sumri t.d. er vinsælla að fara á veitingastaði, stunda næturlífið og fara í dagsferðir að vetri til. Slagorðið „Reykjavík – Pure Energy“ virðist vera í nokkuð góðum samhljómi við reynslu erlendra ferðamanna í Reykjavík, þó má segja að æskilegt væri að enn fleiri teldu það passa mjög vel við upplifun sína. Upplýsingamiðstöð ferðamanna í Aðalstræti hefur verið vel sótt gegnum árin en tæpir 300.000 gestir sóttu hana heim árið 2010.

Afþreying í Reykjavík 2010



* Könnun Rannsóknna og ráðgjafar ferðaþjónustunnar (RRF) sem vísað er til hér að ofan er könnunin *Dear Visitors*, gerð meðal erlendra brottfararfurpa í Leifsstöð og brottfararfurpa Norrænu á Seyðisfirði árið 2010, úrtak 3.244 manns.

**Alhengustu þjóð-
erni erlendra ferða-
manna eru Norður-
landabúar, Bretar,
Þjóðverjar og Banda-
ríkjamenn.**

**Flestir eru á Íslandi
í fríi og koma vegna
náttúru landsins en
margir nefna einnig
íslenska menningu
eða sögu sem
áhrifaþátt**

**88–95% erlendra
ferðamanna sögðu
reynslu sína af
Reykjavík frábæra
eða góða 2010, eftir
árstíma**

**Flestir erlendir
ferðamenn í Reykja-
vík fara á veitingahús
og versla, en um og
yfir þriðjungur fer
í dagsferðir, kíkir á
næturlífið, fer á söfn
og sýningar og í
sund/spa**

**Heildarfjöldi gesta
á Upplýsingamiðstöð
ferðamanna í Reykja-
vík var rétt undir
300.000 árið 2010**

**22% erlendra
ferðamanna sumarið
2010 höfðu komið
áður til Íslands***

Brottfarir um Leifsstöð eftir þjóðernum 2010

	%		
Annað	18		83.971
Bretland	13		60.326
Þýskaland	12		54.377
Bandaríkin	11		51.166
Danmörk	8		38.139
Noregur	8		35.662
Frakkland	6		29.255
Svíþjóð	6		27.944
Holland	4		17.281
Kanada	3		13.447
Spánn	3		12.237
Finnland	2		11.012
Ítalía	2		9.692
Sviss	2		9.163
Japan	1		5.580
Samtals			459.252

Heimild: Ferðamálastofa

Reynslan af Reykjavík eftir tímabilum 2010 (%)

janúar–apríl			
maí–ágúst			
september–desember			

frábær góð **sæmileg slæm**

Heimild: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) 2011

Mæla með Reykjavík við aðra 2010 (%)

janúar–apríl		
maí–ágúst		
september–desember		

já nei

Heimild: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) 2011

Hvernig passar slagorðið Reykjavík–Pure Energy við upplifunina af Reykjavík 2009 (%)?

janúar–apríl				
maí–ágúst				
september–desember				

mjög vel fremur vel **fremur illa mjög illa**

Heimild: Rannsóknir og ráðgjöf ferðaþjónustunnar (RRF) 2011

Kyn og meðalaldur ferðamanna á Íslandi veturinn 2009–2010 og sumarið 2010

Karlar	52%	59%
Konur	48%	41%
Aldur	37,8	43,0

Heimild: Ferðamálastofa 2011

Tilgangur ferðar til Íslands veturinn 2009–2010 og sumarið 2010

Frí	82%	87%
Heimsókn	7%	7%
Viðskipti	8%	5%
Ráðstefna	4%	4%

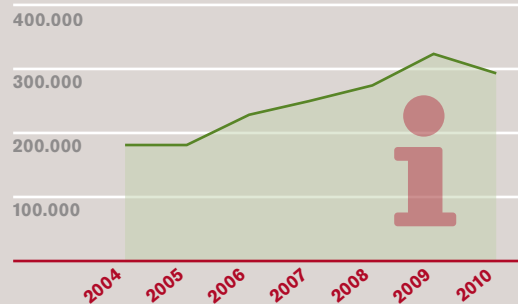
Heimild: Ferðamálastofa 2011

Þættir sem höfðu áhrif á ákvörðun um Íslandsferð sumarið 2010

Náttúra Íslands	82%
Íslensk menning/saga	32%
Ferðatilboð	10%
Vinir/ættingjar á Íslandi	10%
Millilending á Íslandi	7%
Spa/heilsulind	6%

Heimild: Ferðamálastofa 2011

Heildarfjöldi gesta á Upplýsingamiðstöð ferðamanna í Reykjavík 2004–2010



Heimild: Talning Höfuðborgarstofu

Adda Rúna Valdimarsdóttir <i>Barnamenningarhátið</i>	Daníel Björnsson <i>Kling & Bang</i>	Grímur Atlason <i>Iceland Airwaves</i>
Addý Ólafsdóttir <i>Icelandair</i>	David Stefánsson <i>menningar- og ferðamálaráði (V)</i>	Gróa Ásgeirsdóttir <i>Ferðamálasamtökum höfuðborgar- svæðisins/Flugfélagi Íslands</i>
Andri Snær Magnason <i>rithöfundur</i>	Dorothee Kirch <i>Kynningarmiðstöð íslenskrar myndlistar</i>	Guðbrandur Benediktsson <i>Mínjasafni Reykjavíkur</i>
Anna G. Sverrisdóttir <i>AGMOS og Vatnavinum</i>	Dóra Magnúsdóttir <i>Höfuðborgarstofu</i>	Guðlaug E. Ólafsdóttir <i>Menningar- og ferðamálasviði</i>
Anna Karlsdóttir <i>Háskóla Íslands</i>	Drífa Magnúsdóttir <i>Höfuðborgarstofu</i>	Guðný Gerður Gunnarsdóttir <i>Mínjasafni Reykjavíkur</i>
Anna María Bogadóttir <i>arkitekt</i>	Edda Sólveig Gísladóttir <i>Bláa lóninu</i>	Guðrún A. Tryggvadóttir <i>Nattura.is</i>
Anna Valdimarsdóttir <i>Ráðstefnuskrifstofu Íslands</i>	Einar Þór Karlsson <i>Höfuðborgarstofu</i>	Guðrún Backmann <i>Háskóla Íslands</i>
Arnar Jónsson <i>Íslenskir fjallaleiðsögumenn</i>	Einar Örn Benediktsson <i>borgarfulltrúi (Æ)</i>	Guðrún Dís Jónatansdóttir <i>Menningarmiðstöðinni Gerðubergi</i>
Auður Edda Jökulsdóttir <i>utanríkisráðuneytinu</i>	Eiríkur Hjálmarsson <i>Orkuveitu Reykjavíkur</i>	Gunnar Hersveinn <i>Umhverfis- og samgöngusviði</i>
Auður Halldórsdóttir <i>UMFR Höfuðborgarstofu</i>	Elías Guðmundsson <i>Gló/Himneskt</i>	Gunnar Valur Sveinsson <i>Samtökum ferðaþjónustunnar</i>
Auður Rán Þorgeirsdóttir <i>Höfuðborgarstofu</i>	Ellý K. Guðmundsdóttir <i>Umhverfis- og samgöngusviði</i>	Hafdís Jónsdóttir <i>World Class</i>
Ágúst Ágústsson <i>Faxaflóahöfnum</i>	Elsa Hrafnhildur Yeoman <i>borgarfulltrúi (Æ)</i>	Hafþór Yngvason <i>Listasafni Reykjavíkur</i>
Árni Gunnarsson <i>Flugfélagi Íslands og form. Samtaka ferðaþjónustunnar</i>	Elvar Knútur Valsson <i>Nýsköpunarmiðstöð Íslands</i>	Halla Helgadóttir <i>Hönnunarmiðstöð Íslands</i>
Ársæll Hauksson <i>Bandalagi íslenskra leigubílstjóra</i>	Erna Hauksdóttir <i>Samtökum ferðaþjónustunnar</i>	Harpa Elísa Þórsdóttir <i>menningar- og ferðamálaráði (Æ)</i>
Ása Sigríður Þórisdóttir <i>Höfuðborgarstofu</i>	Eva Baldursdóttir <i>menningar- og ferðamálaráði (S)</i>	Heiða Kristín Pétursdóttir <i>frankvæmdastjóri Besta flokksins</i>
Áslaug Friðriksdóttir <i>varaborgarfulltrúi (D)</i>	Eva Einarsdóttir <i>borgarfulltrúi (Æ)</i>	Heiðrún Hákonardóttir <i>Höfuðborgarstofu</i>
Björg Rún Óskarsdóttir <i>UMFR Höfuðborgarstofu</i>	Eva María Þórarinsdóttir <i>Eldingu/Hinsegin dögum í Reykjavík</i>	Helga Haraldsdóttir <i>iðnarráðuneytinu</i>
Björk Vilhelmsdóttir <i>borgarfulltrúi (S)</i>	Eyþór Guðjónsson <i>Skemmtigarðinum</i>	Helgi Jónsson <i>Global Blue</i>
Björn Blöndal <i>aðstoðarmaður borgarstjóra (Æ)</i>	Frímann Ari Ferdinandsson <i>Íþróttabandalagi Reykjavíkur</i>	Helgi Steinar Helgason <i>Skyggni frábert</i>
Bryndís Sverrisdóttir <i>Þjóðmínjasafni Íslands</i>	Geir Sveinsson <i>varaborgarfulltrúi (D)</i>	Hildur Sif Arnardóttir <i>Menningar- og ferðamálasviði</i>
Dagur B. Eggertsson <i>borgarfulltrúi (S)</i>	Gísli Marteinn Baldursson <i>borgarfulltrúi (D)</i>	Hjálmar Sveinsson <i>varaborgarfulltrúi (S)</i>

Hrefna Haraldsdóttir <i>Listahátið í Reykjavík</i>	Margrét Hallgrímsdóttir <i>Þjóðminjasafni Íslands</i>	Sigurður Hall <i>Food & Fun</i>	Vilborg H. Júlíusdóttir <i>Hagstofu Íslands</i>
Hrólfur Jónsson <i>Framkvæmda- og eignasviði</i>	Margrét Ragnarsdóttir <i>Sinfóníuhljómsveit Íslands</i>	Sigrún Pálsdóttir <i>Menningar- og ferðamálasviði</i>	Yngvi Örn Stefánsson <i>Iceland Travel Assistance</i>
Hrönn Ingólfssdóttir <i>Hörpu</i>	María Reynisdóttir <i>Höfuðborgarstofu</i>	Sigríður Helga Stefánsdóttir <i>Iceland Express</i>	Þorbjörg Helga Vigfúsdóttir <i>borgarfulltrúi (D)</i>
Hugleikur Dagsson <i>menningar- og ferðamálaráði (Æ)</i>	Marín Magnúsdóttir <i>Practical</i>	Sigríður Ólafsdóttir <i>Farfuglum</i>	Þorsteinn Örn Guðmundsson <i>Reykjavík by Day & Night</i>
Hörður Hilmarsson <i>IT ferðum</i>	Markús Einarsson <i>Farfuglum</i>	Sigrún Hlín Sigurðardóttir <i>Ferðamálastofu</i>	Þór Tjörvi Þórsson <i>Kvikmyndamiðstöð Íslands</i>
Inga Hlín Pálsdóttir <i>Íslandsstofu</i>	Marta Guðjónsdóttir <i>varaborgarfulltrúi (D)</i>	Skúli Gautason <i>Höfuðborgarstofu</i>	Þórarinn Þór <i>Reykjavík Excursions</i>
Ingibjörg Guðmundsdóttir <i>Skemmtigarðinum</i>	Max Dager <i>Norræna húsinu</i>	Snæfríður Ingadóttir <i>Pressan.is</i>	Þórgnýr Thoroddsen <i>Couch surfing</i>
Ingibjörg Sigurjónsdóttir <i>Kling & Bang</i>	Oddur Halldórsson <i>CCP</i>	Sólveig Eiríksdóttir <i>Gló/Himneskt</i>	Þórir Garðarsson <i>Allrahanda</i>
Jakob Frímann Magnússon <i>Miðborginni okkar</i>	Ólafur Ólafsson <i>Dill</i>	Stefán Benediktsson <i>menningar- og ferðamálaráði</i>	Þórleifur Þór Jónsson <i>Íslandsstofu</i>
Jóhannes Kjarval <i>Skipulags- og byggingarsviði</i>	Ólöf Ýrr Atladóttir <i>Ferðamálastofu</i>	Stefán Helgi Valsson <i>Reykjavík Biketours</i>	Þórólfur Árnason <i>Flugstöðum</i>
Jón Gnarr <i>borgarstjóri</i>	Ólöf Örvarsdóttir <i>Skipulags- og byggingarsviði</i>	Steinunn Guðbjörnsdóttir <i>Íshestum</i>	Auk þess sendu tæplega 100 manns inn ábendingar og hugmyndir í vefgátt sem opin var í tvær vikur.
Jón Karl Ólafsson <i>menningar- og ferðamálaráði (D)</i>	Óttar Proppé <i>borgarfulltrúi (Æ)</i>	Steinþór Einarsson <i>Íþrótt- og tómstundasviði</i>	
Karl Sigurðsson <i>borgarfulltrúi (Æ)</i>	Páll Hjaltason <i>varaborgarfulltrúi (Æ)</i>	Súsanna Rós Westlund <i>Iceland Travel Assistance</i>	
Kolbrún Halldórsdóttir <i>Bandalagi íslenskra listamanna</i>	Pálmi Freyr Randversson <i>Umhverfis- og samgöngusviði</i>	Svanhildur Konráðsdóttir <i>Menningar- og ferðamálasviði</i>	
Kolbrún Vigfúsdóttir <i>Leikskólasviði</i>	Pétur J. Eiríksson <i>Hörpu</i>	Svava Oddný Ásgeirsdóttir <i>Íþróttabandalagi Reykjavíkur</i>	
Kormákur Geirharðsson <i>Ólstofunni</i>	Rannveig Grétarsdóttir <i>Eldingu</i>	Sveinn M. Sveinsson <i>Plús Film</i>	
Kristín Vala Ragnarsdóttir <i>Háskóla Íslands</i>	Reynir Jónsson <i>Strætó bs.</i>	Sævar Kristinsson <i>Netspori</i>	
Laufey Guðjónsdóttir <i>Kvikmyndamiðstöð Íslands</i>	Rósbjörg Jónsdóttir <i>Hótel Holti</i>	Tómas Ó. Guðmundsson <i>Fjölskyldu- og húsdýragarðinum</i>	
Lárus Jóhannesson <i>12 Tónum</i>	Selma Hreggviðsdóttir <i>Kling & Bang</i>	Unnur Björg Hansdóttir <i>Esjustofu</i>	
Logi Sigurðsson <i>Íþrótt- og tómstundasviði</i>	Sif Gunnarsdóttir <i>Höfuðborgarstofu</i>	Unnur Pálsdóttir <i>Happi</i>	
Magnús Orri Schram <i>alþingismaður/Heilsulandið Ísland</i>	Sigfús Sigfússon <i>Hertz</i>	Valgerður Matthíasdóttir <i>dagskrágerðarmaður</i>	

**Stýrihópur Ferðamálastefnu
Reykjavíkurborgar 2011-2020**

Áslaug Friðriksdóttir
Brynjar Fransson (til maí 2010)
Dofri Hermannsson (til maí 2010)
Einar Örn Benediktsson (frá maí 2010)
María Reynisdóttir
Sif Gunnarsdóttir
Stefán Benediktsson (frá maí 2010)
Svanhildur Konráðsdóttir

Ljósmyndir

Ragnar Th. Sigurðsson, arctic-images.com

101 Hotel
Alexander Matukhno fyrir Iceland Airwaves
Bjarni Grímsson, backstage.is
Fiskmarkaðurinn
Grillmarkaðurinn
Hótel Borg
Íshestar
Nigel Hicks
Paul van Riel

Grafísk hönnun

Vinnustofa Atla Hilmarssonar

Prentun

Prentmet Reykjavík

© Reykjavíkurborg 2011



Höfuðborgarstofa
Aðalstræti 2
101 Reykjavík

590 1500 sími
590 1501 fax

info@visitreykjavik.is
www.visitreykjavik.is



Reykjavíkurborg