



EFNISYFIRLIT

Ávarp ferðamálastjóra	3	4. Markaðssvið	13
1. Almenn um starfið á árinu 2009	4	4.1. Breytingar á markaðssviði	13
1.1. Hlutverk Ferðamálastofu	4	4.2. Starf á mörkuðum	13
1.2. Stefnumótun	4	4.2.1. Norðurlönd	13
1.3. Stjórnskipulag	4	4.2.2. Bretland	14
1.4. Starfsfólk	5	4.2.3. Mið Evrópa	16
1.5. Flutt í nýtt húsnæði	6	4.2.4. Norður-Ameríka	17
1.6. Erlent samstarf	6	4.3. Móttaka erlendra fjölmiðla og sölufólks	18
1.6.1. North Atlantic Tourist Association – NATA	6	4.4. Íslandsbæklingur	18
1.6.2. Ferðamálaráð Evrópu	6	4.5. Ferðasýningar erlendis	19
2. Rekstur og fjármál	7	4.6. Vestnorden 2009	20
2.1. Rekstrarforsendur	7	4.7. Markaðsátak í Evrópu 2009	20
2.2. Fjárframlög	7	4.8. Smærri markaðsverkefni	20
2.3. Rekstur Ferðamálastofu á árinu 2009	7	4.9. Markaðsátak í ferðaþjónustu haustið 2009	21
3. Þróunarsvið	8	4.10. Samningar við markaðsstofur landshlutanna	21
3.1. Umhverfismál	8	4.11. Vefsíður	22
3.1.1. Almenn	8	4.12. Ráðstefnuskrifstofa Íslands	23
3.1.2. Styrkir	8	4.13. Cruise Iceland	23
3.1.3. Umhverfisverðlaun	9	4.14. Vænlegasta veganestið 2009	23
3.2. Gæðaflokkun gistingar	9	4.15. Starfshópur um markaðssetningu Keflavíkurflugvallar	23
3.2.1. Flokkun gjististaða	9	5. Stjórnsýsla og lögfræði	24
3.2.2. Flokkun tjaldsvæða	9	5.1. Upplýsingar og eftirlit	24
3.3. Styrkir og þróunarverkefni	10	5.2. Þvingunarúrræði	24
3.3.1. Styrkir iðnaðarráðuneytis til uppbyggingar í ferðaþjónustu á landsbyggðinni	10	5.3. Tryggingar	24
3.3.2. Þróunarverkefni í ferðaþjónustu	10	5.4. Niðurfelling leyfis	25
3.3.3. Skilti við Reynisfjöru	10	5.5. Yfirlit um útgefin leyfi	25
3.4. Starfshópur um fyrirkomulag upplýsingamiðstöðva	11	5.6. Endurskoðun laga	25
3.5. Námskeið fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva	11	6. Rannsóknir og kannanir	26
3.6. Svörun fyrirspurna	11	6.1. Fjöldi ferðamanna	26
3.7. Gagnagrunnur og handbók	12	6.2. Rannsókn á viðhorfi til Íslands	28
3.8. Samskiptavefur	12	6.3. Ferðaáform Íslendinga innanlands	29
3.9. Rafrænt fréttabréf	12	6.4. Tölfræðibæklingur Ferðamálastofu	30
		6.5. Samantekt um ferðamenn	30
		7. Samtök um heilsuferðaþjónustu	31

Útgefandi: Ferðamálastofa.
Myndir: Ragnar Th. Sigurðsson, Ferðamálastofa og fleiri.
Hönnun og umbrot: Stíll. Prentun: Stéll

ÁVARP FERÐAMÁLASTJÓRA

Ólöf Ýrr Atladóttir



Árið 2009 mætti Íslendingum í skugga bankahrunsins með tilheyra óvissu fyrir alla þá sem koma að ferðamálum. Ferðapjónustan sýndi það hins vegar og sannaði á árinu hvers hún er megnug og hvernig fyrirtæki og stofnanir geta tekið höndum saman og eflt samvinnu sína í því skyni að tryggja hag atvinnugreinarinnar. Enda fór það svo að á árinu, sem var flestum Evrópuríkjum afar þungt í skauti, var Ísland eitt fárra sem upplifði vöxt í ferðapjónustu. Til marks um það var 21% aukning á raungjaldeyristekjum á milli ára og á sama tíma naut íslensk ferðapjónusta góðs af vaxandi ferðalögum Íslendinga um eigið land. Þessa steina þarf að klappa; vinna áfram af festu á erlendum mörkuðum en nota jafnframt tækifærið og ala upp kynslóð Íslendinga sem lítur á Ísland sem uppáhaldsáfangastaðinn sinn.

Ekki þarf að hafa mörg orð um þann vanda sem steðjar að í ríkisrekstrinum. Þar reyndist nauðsynlegt að gripa til umtalsverðra aðhaldsaðgerða á ýmsum sviðum. Í því ljósi er ánægjulegur sá skilningur sem var ríkjandi á gildi ferðapjónustunnar fyrir íslenskt þjóðfélag og endurreisn efnahagsins. Þrátt fyrir samdrátt var opinber stuðningur við ferðapjónustuna áfram umtalsverður og fór hún betur en flestar aðrar greinar út úr þeim mikla niðurskurði á ríkisútgjöldum sem nauðsynlegur var.

Á Ferðamálastofu hefur fólk mætt þeim nýju aðstæðum sem ríkja í þjóðfélaginu með því að horfa fram á veginn. Unnið hefur verið að nýjum þróunarverkefnum og stoðverkefnum fyrir innviði ferðapjónustunnar af miklum krafti. Ber þar kannski hæst að nefna metnaðarfullt verkefni um gæða- og umhverfisvottunarkerfi sem hafinn var undirbúningur að á árinu í góðri samvinnu við ferðapjónustuaðila og Nýsköpunarmiðstöð Íslands. Umhverfismálin voru áfram veigamikill þáttur í starfsemi og mikil aukning hefur verið í útgáfu leyfa til ferðaskipuleggjenda. Á árinu var og ráðist í rannsóknir og kannanir sem koma okkur að góðum notum við við skipulagningu og áætlanagerð.

Þær kerfisbreytingar sem boðaðar höfðu verið á fyrirkomulagi markaðsmála gengur því miður ekki eftir á árinu. Það skapaði ýmsar áskoranir fyrir starfsfólk á markaðssviði þar sem nauðsynlegt reyndist að draga saman seglin í rekstri erlendis til að mæta gengishruni íslensku krónunnar, án þess að skerða verkefnavinnuna. Þeim áskorunum var mætt með aukinni vinnusemi og vel gekk að halda hefðbundinni starfsemi markaðssviðsins í föstum skorðum.

Árið 2009 var að sönnu ár mikilla sviptinga í íslensku samfélagi og þær sviptingar koma við starfsemi Ferðamálastofu eins og margra annarra stofnana ríkisins. Við höfum mætt þeim áskorunum af fagmennsku, verkvilja og trúnaði við þá atvinnugrein sem við þjónum. Ég er stolt af því hvernig starfsfólk Ferðamálastofu tókst á við árið 2009 og veit að við munum áfram horfa til framtíðar með það fyrir augum að tryggja áframhaldandi velgengni í íslenskri ferðapjónustu. Sú velgengni verður þó ekki nema með áframhaldandi góðri samvinnu við atvinnugreinina. Ég er sannfærð um að við höldum áfram á þeirri braut og hlakka til að vinna með ykkur og fyrir ykkur á komandi árum.

Ólöf Ýrr Atladóttir

1. ALMENNT UM STARFIÐ Á ÁRINU 2009

1.1. Hlutverk Ferðamálastofu

Ferðamálastofa hefur þrjúþætt skilgreint verkefni í lögum um skipan ferðamála:

- Útgáfa leyfa, skráning á starfsemi og eftirlit með að skilyrðum fyrir þeim sé fullnægt.
- Þróunar-, gæða- og skipulagsmál ferðaþjónustu, þ.e. framkvæmd markaðrar ferðamálastefnu, samræming umhverfis- og fræðslumála, miðlun upplýsinga, svæðisbundin þróun og alþjóðlegt samstarf.
- Markaðs- og kynningarmál ferðaþjónustu, í samræmi við ákvörðun ráðherra hverju sinni.

Þegar Alþingi samþykkti árið 2005 þingsályktunartillögu um ferðamálaáætlun sem nær til ársins 2015, má segja að settur hafi verið nokkurs konar vegvísir að öllu starfi Ferðamálastofu. Í áætluninni er lögð áhersla á mikilvægi náttúru Íslands, menningu, byggðafestu og fagmennsku í þróun ferðamála. Tryggja ber samkeppnishæfni ferðaþjónustunnar sem stuðli að hámarksafrekstri í greininni og unnið verði að því að álag vegna ferðaþjónustu verði jafnað á landið og íbúa þess. Síðast en ekki síst er lögð áhersla á að ímynd Íslands sem ferðamannastaðar verði byggð upp og varin svo sem kostur er.

Allt starf Ferðamálastofu byggist á þremur stöðum greinarinnar, þ.e. náttúru, menningu og fagmennsku. Þessir lykilþættir koma við sögu í öllu daglegu starfi stofnunarinnar.

1.2. Stefnumótun

Undir lok árs 2008 hófst vinna við stefnumótun fyrir Ferðamálastofu. Fyrsta áfanga hennar lauk í febrúar 2009 og um leið var kynnt til sögunnar nýtt skipulag. Samfara urðu talsverðar breytingar á skipulagi starfseminnar, sérstaklega hvað varðar markaðsmál. Meginmarkmiðið var að marka stefnu stofnunarinnar með hlöðsýn af nýjum kröfum um starfshætti innan stjórnáætlunar, um aukna samvinnu og betri nýtingu fjármuna hjá hinu opinbera og um skýra framtíðarsýn fyrir hina margvíslegu þætti starfseminnar.

Ferðamálastofa fer samkvæmt lögum með framkvæmd ferðamála og er í því sambandi ætlað viðtækt stuðnings og þjónustuhlutverk. Framtíðarsýn stofunnar tekur mið af þessu; Ferðamálastofa stefnir að því að vera frumkvæðis- og samræmingaraðili opinberrar þjónustu við íslenska ferðaþjónustu og stefnumarkandi í markaðsstarfi fyrir greinina. Ennfremur felst í framtíðarsýninni að Ferðamálastofa stuðli að því að styrkja og viðhalda ímynd Íslands og að ferðaþjónustan verði virt og þekkt sem ein af helstu atvinnugreinum landsins.

Starfsemi Ferðamálastofu snýst í miklum mæli um samstarf og samskipti við aðila innan ferðaþjónustunnar. Er sérstaklega tekið á þeim þætti í stefnumótuninni og hlutverki Ferðamálastofu í samræmingu og heildarsýn opinberrar þjónustu við greinina. Þá eru í stefnumótuninni sett fram gildi sem verða starfsmönnum til leiðbeiningar í daglegum störfum og við ákvarðanatöku. Þau lýsa með hvaða hætti verkefni skuli leyst og hvaða meginreglur gilda í samstarfi við aðra. Gildi Ferðamálastofu eru Samvinna-Jákvæðni-Kappsemi.

1.3. Stjórnskipulag

Samkvæmt nýrri stefnumótun var tekið upp nýtt stjórnskipulag út frá svokölluðu fléttuskipulagi þar sem stofnuninni var skipt í þrjú svið, þ.e. tvö fagsvið auk þjónustusviðs. Fagsviðin eru þróunarsvið og markaðssvið.

Þróunarsvið:

Þróunarsvið Ferðamálastofu er frumkvæðis- og samræmingaraðili á sviði þróunar- og nýsköpunar í starfseminni. Forstöðumaður sviðsins er einn af stjórnendum Ferðamálastofu og hefur það hlutverk að hvetja og efla samstarfsmenn sína við þau verkefni sem sviðið annast.

Helstu verkefni:

- Mótar og framfylgir stefnu á sviði gæðamála, s.s. flokkun gististaða og tjaldsvæða.
- Vefþróun- og viðhald á samskiptavef og gagnabanka sem þeim vef tengjast.
- Umsjón- og þróun á gagnabanka Ferðamálastofu og útgáfa Handbókar.
- Verkefni á sviði almannatengsla og auglýsinga innanlands s.s. fréttatilkynningar og ársskýrslur.
- Framkvæmd og þróun samninga sem varða ferðamál innanlands á sviði uppbyggingar og þróunar ásamt rekstrar- og fjármáladeild, s.s. umsjón með uppbyggingu og þróun landshluta- og upplýsingamiðstöðva.
- Umsjón með uppbyggingu og þróun ferðamannastaða.
- Svörun rafrænna fyrirspurna, samanber info@icetourist.is.
- Umhverfismál.
- Fræðslumál.

Markaðssvið

Markaðssvið Ferðamálastofu er frumkvæðis- og samræmingaraðili á sviði markaðsmála. Forstöðumaður sviðsins er einn af stjórnendum Ferðamálastofu og hefur það hlutverk að hvetja og efla samstarfsmenn sína við þau verkefni sem sviðið annast.

Helstu verkefni:

- Markaðsmál innanlands og erlendis.
- Markaðsáætlanir og framkvæmd þeirra.
- Umsjón og framkvæmd ferðasýninga.
- Umsjón og framkvæmd hýsingarverkefna, s.s. Ráðstefnuskrifstofu Íslands og Cruise Iceland.
- Gerð landkynningarefnis og markviss dreifing.
- Vefþróun- og viðhald landkynningarvefja, s.s. visiticeland.com, ferdalag.is, goiceland.org og íslenski hluti visiteurope.com.
- Framkvæmd og þróun samninga sem varða markaðssetningu Íslands á erlendri grundu, ásamt rekstrar- og fjármáladeild, s.s. Iceland Naturally.
- Stefnumótandi framkvæmdaaðili í ímyndarmálum.

Þjónustusvið:

Deildir á þjónustusviði eru eftirfarandi:

Rekstur og fjármál, lögfræði og stjórnsýsla, sérverkefni og rannsóknir og kannanir. Starfsfólk deilda á þjónustusviði heyrir beint undir ferðamálastjóra.

1.4. Starfsfólk

Í árslok störfuðu 17 starfsmenn hjá Ferðamálastofu:



Alda Þrastardóttir
verkefnastjóri
Markaðssvið
Reykjavík



Anna Valdimarsdóttir
verkefnastjóri RSÍ
Markaðssvið
Reykjavík



Davíð Jóhannsson
umdæmisstjóri Mið-Evrópu
Markaðssvið
Berlín



Einar Gústavsson
umdæmisstjóri Ameríku
Markaðssvið
New York



Elías Bj. Gíslason
forstöðumaður þróunarsviðs
þróunarsvið
Akureyri



Elin Svava Ingvarsdóttir
verkefnastjóri
Þróunarsvið
Akureyri



Halldór Arinbjarnarson
upplýsingastjóri
Þróunarsvið
Akureyri



Helena Þ. Karlsdóttir
lögfræðingur
þjónustusvið
Akureyri



Jón Gunnar Borgþórsson
forstöðumaður markaðssviðs
Markaðssvið
Reykjavík



Katrín Gylfadóttir
verkefnastjóri
þjónustusvið
Reykjavík



Oddný Þóra Óladóttir
rannsóknastjóri
þjónustusvið
Reykjavík



Ólafur Aðalgeirsson
rekrstarstjóri
þjónustusvið
Akureyri



Ólöf Ýrr Atladóttir
ferðamálastjóri
Reykjavík



Sigríður Gróa Þórarinsdóttir
markaðsstjóri Bretlandsmarkaðar
Markaðssvið
Reykjavík



Sigrún Hlín Sigurðardóttir
þróunarstjóri markaðsmála
þjónustusvið
Reykjavík



Sunna Þórðardóttir
verkefnastjóri
Markaðssvið
Reykjavík



Sveinn R. Traustason
umhverfisstjóri
Þróunarsvið
Akureyri

1.5. Flutt í nýtt húsnæði

Í lok ágúst var aðalskrifstofa Ferðamálastofu í Reykjavík flutt um set, frá Gimli að Lækjargötu 3, að Geirsgötu 9. Nýja húsnæðið er á allan hátt hentugra og hæfir starfseminni betur. Starfsemin er nú til dæmis öll á einni hæð, með góðri fundaðstöðu.



Ferðamálastofa er til húsa í Geirsgötu 9, 3ju hæð.

1.6. Erlent samstarf

1.6.1. North Atlantic Tourist Association – NATA

Ferðamálasamstarf Íslands, Færeyja og Grænlands hefur staðið um árabíl og var ný skipan þess ákveðin í lok árs 2006. Með North Atlantic Tourism Association, NATA, var stofnaður nýr vettvangur á gömlum grunni til að móta sameiginlega stefnu í ferðamálum fyrir Vestur-Norðurlönd og styrkja ýmis verkefni sem efla ferðaþjónustu innan svæðisins. Í NATA sameinast starfsemi Vestnorræna ferðamálaráðsins (VNTB), sem öll löndin eiga aðild að, og markmið ferðamálasamninganna SAMIK og FITUR, sem í gildi hafa verið frá árinu 1995 við Grænland og Færeyjar. Nafnið hefur alþjóðlega skírskotun og einnig er haft í huga að samstarfið geti náð til fleiri nágranna við Norður-Atlantshafið í framtíðinni. Í samningnum kemur fram að markmið NATA sé að styrkja, samhæfa og tryggja ferðamálasamstarf á milli landanna. NATA ber að skilgreina sameiginlega hagsmuni og fjalla m.a. um gæðamál, ýmis samstarfsverkefni og stofna sérstaka vefgátt fyrir ferðaþjónustu á vestnorræna svæðinu. NATA hefur einnig það hlutverk að efla samstarf í markaðsmálum, auglýsa styrki eins og hingað til (SAMIK og FITUR) og að tryggja þróun vestnorrænu ferðakaupstefnunnar, Vestnorden. Nýjar áherslur voru mótaðar í styrkveitingum á árinu á grunni viljayfirlýsinga frá ráðherrum landanna þriggja. Samstarfsverkefni á sviði vörubróunar og markaðssetningar ferðaþjónustunnar eru sett í forgang við úthlutun styrkja, en þar að auki er unnið að því að móta sameiginlegar markaðsáherslur og verkefni sem varða uppbyggingu innviða. Þrír Íslendingar sátu í stjórn NATA árið 2009: Áslaug Alfreðsdóttir, Gunnar Sigurðsson og Ólöf Ýrr Atladóttir.

1.6.2. Ferðamálaráð Evrópu

Ferðamálastofa hefur í áratugi verið aðili að Ferðamálaráði Evrópu (European Travel Commission - ETC). Innan þessara rúmlega 50 ára gömlu samtaka eru nú 39 ferðamálaráð jafnmargra þjóða. Í sparnaðarskyni var tekin ákvörðun um að sækja ekki almenna aðildarfundi ETC á árinu 2009.



2. REKSTUR OG FJÁRMÁL

2.1. Rekstrarforsendur

Við gerð rekstraráætlunar 2009 blásti fljótlega við hversu erfitt yrði að ná endum saman í ljósi þeirra breytinga sem orðið höfðu í rekstrarumhverfi hér á landi. Veiking íslensku krónunnar hafði veruleg áhrif þar um og samhliða verðlagshækkunum var ljóst að ef takast ætti að ljúka rekstrarárinu 2009 á viðunandi hátt þá þyrfti að gera umtalsverðar breytingar á rekstri stofnunarinnar. Stefna ráðherra um fyrirhugaðar breytingar á starfsemi með tilkomu Íslandsstofu og víðtækari aðkoma utanríkisþjónustunnar að markaðsstarfi, studdu við þá ákvörðun að draga mjög úr starfsemi landkynningarskrifstofa erlendis. Í kjölfar nánari skoðunar á þeim málum var ákveðið að loka skrifstofum í Danmörku og Þýskalandi og færa verkefni þeirra yfir á markaðssviðið á Íslandi og til sendiráða, eins og fram kemur síðar í skýrslunni. Ofangreindar breytingar ásamt víðtækum aðhaldsaðgerðum gerðu að verkum að hægt var að ná rekstri Ferðamálastofu heim og saman á árinu 2009, án þess að breyttar rekstrarforsendur kæmu niður á föstum verkefnum stofnunarinnar.

2.2. Fjárframlög

Fjárveitingar Alþingis til reksturs og verkefna Ferðamálastofu námu 454,9 milljónum króna samkvæmt fjárlögum 2008. Til reksturs og verkefna á Íslandi voru áætlaðar 255,7 milljónir króna og til reksturs landkynningarskrifstofa erlendis 199,2 milljónir króna.

Jafnframt var Ferðamálastofu falin umsjón með ráðstöfun fjárveitinga á vegum iðnaðarráðuneytis, alls 272,6 milljónir króna sem ráðstafað skyldi með eftirfarandi hætti:

- Til markaðsverkefna í Norður-Ameríku: 87,6 milljónir króna
- Til markaðssóknar í íslenskri ferðaþjónustu: 105 milljónir króna
- Til uppbyggingar ferðaþjónustu á svæðum sem verða fyrir aflasamdrætti: 80 milljónir króna

Þessu til viðbótar var stofnuninni falin umsjón með 100 milljónum króna af byggðaáætlun en fjármagnnið fór til nýsköpunarverkefna í ferðaþjónustu á landsbyggðinni.

Á fjáráukalögum 2009 námu fjárveitingar til Ferðamálastofu alls 25 milljónum króna sem varið var til markaðsátaks sem iðnaðarráðuneyti, Útflutningsráð, Reykjavíkurborg og Ferðamálastofa stöðu sameiginlega að.

Fjárhagsleg umsvif Ferðamálastofu 2008	
Fjárveitingar til rekstrar og verkefna	454,9
Rekstur á Íslandi	255,7
Landkynningarskrifstofur	199,2
Fjárveitingar iðnaðarráðuneytis	272,6
Markaðsverkefni N.-Ameríku	87,6
Markaðssókn í íslenskri ferðaþjónustu	105
Uppbygging v. aflasamdráttar	80
Fjárveitingar af fjáráukalögum 2009	25
Markaðsátak að hausti 09 (samstarf)	25
SAMTALS:	752,5

Tafla 1

2.3. Rekstur Ferðamálastofu 2009

Rekstur Ferðamálastofu gekk vel á árinu 2009 og tókst með ofangreindum aðgerðum að afstýra mjög erfiðri stöðu sem annars hefði óhjákvæmilega komið upp. Lokun skrifstofa í Danmörku og Þýskalandi hefur aukið álag á starfsfólk á markaðssviði og nýtt vinnulag hefur þurft tíma til að slípast til og enn á eftir að ljúka þeirri aðlögun, en dráttur á stofnun Íslandsstofu hefur dregið það ferli á langinn.

Samhliða breytingum á rekstri landkynningaskrifstofa var unnið að því að breyta fyrirkomulagi bókhalds stofnunarinnar og færa rekstur landkynningarskrifstofa inn í bókhald Ferðamálastofu en fram að því höfðu landkynningarskrifstofur skilað aðskildu bókhaldi. Ferðamálastofu var gert að draga saman í rekstri á árinu líkt og öðrum stofnunum ríkisins og var brugðist við þeirri kröfu.

Þrátt fyrir um margt erfiðar aðstæður og umtalsverðar breytingar á skipulagi hluta starfsemi Ferðamálastofu gekk rekstur ársins með ágætum og var innan heimilda.

3. ÞRÓUNARSVIÐ

3.1. Umhverfismál

3.1.1. Almennt

Umhverfismál eru samkvæmt lögum um skipulag ferðamála eitt af verkefnum Ferðamálastofu. Stofnunin sinnir fjölþættri starfsemi á þessu sviði og má þar til dæmis nefna:

- Úthlutun styrkja til þeirra sem vinna að úrbótum í umhverfismálum á ferðamannastöðum
- Fræðslustarf, svo sem útgáfu leiðbeininga- og fræðslurita
- Ráðgjöf
- Einstök tímabundin verkefni

3.1.2. Styrkir

Alls bárust Ferðamálastofu 213 umsóknir um styrki til úrbóta á ferðamannastöðum fyrir árið 2009, sem var 40% fjölgun á milli ára. Hlutu 108 verkefni styrk að þessu sinni. Til úthlutunar voru um 56 milljónir króna og auk þess var úthlutað hálfri milljón króna til deiliskipulagsvinnu á tveimur stöðum. Umsóknir hljóðuðu upp á samtals tæplega 478 milljónir króna. Styrkir skiptust sem fyrr í þrjá meginflokka, þ.e. minni verkefni, stærri verkefni á fjölsóttum ferðamannastöðum og uppbygging á nýjum svæðum. Sérstök áhersla var lögð á verkefni sem stuðla að bættu aðgengi að áningarstöðum. Líkt og fram kom í auglýsingu var við úthlutun

m.a. tekið mið af ástandi og álagi svæða og mikilvægi aðgerðanna vegna náttúruverndar. Einnig var tekið tillit til þess hvort viðkomandi verkefni nyti þegar fjárstuðnings opinberra aðila. Lista yfir þá sem fengu úthlutun má nálgast á vef Ferðamálastofu, ferdamalastofa.is.

Í töflunni hér að neðan hafa styrkir verið flokkaðir niður eftir eðli verkefna. Athugið að hvert verkefni getur fallið í fleiri en einn flokk.

	Fjöldi styrkja	Upphæð
Stigar	55	21.650.00
Skilti / merkingar	17	6.500.00
Salerni	15	10.300.00
Fuglaskoðunarhús	11	5.450.00
Böð	4	1.000.00
Leiksvæði	2	850.000
Lendingarbætur	2	500.000
Rampur	2	1.500.000
Afmörkun	1	250.000
Bætt aðkoma	1	200.000
Deiliskipulag	1	500.000

Tafla 2



Meðal þeirra fjölmörgu verkefna sem Ferðamálastofa hefur styrkt er bætt aðgengi að gamla vitanum á Garðskaga, sem nú er aðgengilegur öllum.



Frá afhendingu umhverfisverðlauna Ferðamálastofu 2009. Talið frá vinstri: Sveinn Rúnar Traustason umhverfisstjóri Ferðamálastofu; Ólöf Ýr Atladóttir ferðamálastjóri; Jón Gauti Jónsson, Elín S. Sigurðardóttir, Ester Ósk Traustadóttir, Leifur Örn Svavarsson og Arnar Jónsson, öll frá Íslenskum Fjallaleiðsögumönnum og Katrín Júlíusdóttir, ráðherra ferðamála.

3.1.3. Umhverfisverðlaun

Umhverfisverðlaun Ferðamálastofu voru afhent í 15. sinn þann 19. nóvember. Þau komu í hlut Íslenskra Fjallaleiðsögumanna fyrir markvissa umhverfisstefnu, með það að leiðarljósi að öll ferðamennska á vegum fyrirtækisins sé sjálfbær. Einnig fyrir áralanga baráttu fyrir verndun viðkvæmrar náttúru norðurslóða með hagsmunum næstu kynslóða í huga. Katrín Júlíusdóttir iðnaðarráðherra afhenti verðlaunin.

3.2. Gæðaflokkun gistingar

3.2.1. Flokkun gististaða

Flokkun gististaða með stjörnuþjóf hófst árið 2000 og hefur frá upphafi verið í umsjón Ferðamálastofu. Flokkaðir gististaðir eru heimsóttir og skoðaðir af starfsmanni Ferðamálastofu einu sinni á ári. Í árslok 2009 voru 69 gististaðir þátttakendur í flokkunarkerfinu og lætur nærri að það sé um 40% af gistirými þar sem flestir af stærri gististöðunum eru flokkaðir.

Ísland er í samstarfi með Dönum, Svíum, Færeyingum, Grænlandingum og Eystarsaltsríkjunum um flokkun gististaða og styðjast löndin við sameiginleg flokkunarviðmið. Samstarfsvettvangurinn ber nafnið Nordic Baltic Classification Board (NBCB). Ekki er einfalt mál að sameina alla Evrópu hvað þetta varðar því nokkur kerfi eru í gangi og jafnvel mörg innan sama lands. Talsverð hreyfing hefur verið á þessum málum innan Evrópu undanfarin misseri og þann 6. nóvember 2009 samþykktu hagsmunasamtök hótela og veitingastaða í Evrópu (HOTREC) viðmiðunarreglur í 21 lið um hvað flokkunarviðmið þyrftu til að bera til að geta talist marktæk. Þá sameinuðust 7 lönd innan HOTREC, þar á meðal Þýskaland og Svíþjóð, um ný flokkunarviðmið í lok árs en síðarnefnda landið hefur verið innan vébanda NBCB samstarfsins. Líklegt má teljast að NBCB kerfið, sem m.a. er notað hér á landi, komi til með að taka mið af þessu nýja kerfi innan fárra ára.

3.2.2. Flokkun tjaldsvæða

Ferðamálastofa hefur umsjón með verkefni um flokkun tjaldsvæða. Tilgangurinn er að auðvelda ferðalöngum að átta sig á þeirri þjónustu sem í boði er á viðkomandi stað og vera rekstraraðilum stuðningur við uppbyggingu tjaldsvæðis. Í reglum er gengið út frá flokkun tjaldsvæða með stjörnuþjóf frá einni upp í fimm stjörnur. Ekki er gert ráð fyrir að tjaldsvæði beri sérstakan kostnað af þátttöku í flokkuninni heldur er framkvæmdin hugsuð með þeim hætti að rekstraraðilar tjaldsvæðis ákveði í hvaða flokki þeir vilji vera, setji flokkunarviðmið upp á áberandi stað á tjaldsvæðinu og síðan sé það gesta að ganga eftir því að svæðið standist þær kröfur sem stjörnuþjóf þess gerir ráð fyrir. Rekstraraðilum tjaldsvæða er í sjálfsvald sett hvort þeir taka þátt í flokkuninni en gera má ráð fyrir að þegar fram í sækir leitist gestir frekar við að gista á tjaldsvæðum þar sem þeir vita að hverju þeir ganga. Í árslok var tæpur helmingur þeirra tjaldsvæða sem skráður er í gagnagrunn Ferðamálastofu þátttakendur í flokkuninni, eða 59 af 134.



Reynisfjara: Frá vígslu á nýju upplýsinga- og viðvörðunarskilti í Reynisfjöru.

3.3. Styrkir og þróunarverkefni

3.3.1. Styrkir iðnaðarráðuneytis til uppbyggingar í ferðaþjónustu á landsbyggðinni

Ríkisstjórnin ákvað að veita 100 milljónum króna af byggðaaáætlun 2006-2009 til að styrkja uppbyggingu í ferðaþjónustu og renna frekari stöðum undir uppbyggingu atvinnugreinarinnar á landsbyggðinni. Nauðsynlegt var að verkefni væru atvinnuskapandi á viðkomandi svæði. Auglýst var eftir styrkjum í febrúar og skiptust þeir í tvo flokka:

a. Móttökuaðstaða í höfnum fyrir farþega skemmtiferðaskipa: Varið var 30 milljónum króna til upplýsingagjafar, fegrunar umhverfis, uppsetningar þjónustuhúss o.fl.

b. Nýsköpun í ferðaþjónustu: Varið var 70 milljónum króna til uppbyggingar á nýjum svæðum, þróunar á nýrri vöru eða þjónustu er styrkir viðkomandi svæði sem ferðamannastað. Við mat á umsóknum var sérstaklega horft til nýsköpunargildis þeirrar vöru eða þjónustu sem sótt var um til.

Styrkir gátu að hámarki numið 50% af heildarkostnaði verkefnisins og hámarksstyrkur til einstaks verkefnis gat orðið allt að 20 milljónir króna. Alls bárust 210 umsóknir um styrkina og lýsir það þeirri grósku sem er í ferðaþjónustu hér á landi. Styrkir til menningar- og heilsuferðaþjónustu voru áberandi en einnig til náttúruskoðunar ýmiss konar. Sérstök nefnd fór yfir allar umsóknir og fengu 40 verkefni styrki.

3.3.2. Umsjón og eftirlit með styrkveitingum

Iðnaðarráðuneytið fól Ferðamálastofu á árinu 2008 umsjón og eftirlit vegna styrkveitinga frá fjárlaganefnd Alþingis er tengdust ferðaþjónustu. Styrkþegar þurfa meðal annars að skila Ferðamálastofu framvinduskýrsla vegna verkefna sinna. Voru útbúin eyðublöð í þessum tilgangi og þau sett á vef Ferðamálastofu. Allir styrkþegar skiluðu inn framvinduskýrslum og fengu í framhaldinu seinni helming styrksins greiddan. Ferðamálastofu var falið að sinna þessu verkefni áfram árið 2009. Alls voru veittir 18 styrkir af fjárlaganefnd þetta árið og nam heildarupphæð þeirra rúmum 40 milljónum króna.

3.3.3. Þróunarverkefni í ferðaþjónustu

Árið 2008 fól iðnaðarráðuneytið Ferðamálastofu og Nýsköpunarmiðstöð Íslands að vinna að þróunarverkefnum er tengjast ferðaþjónustu og hélt vinna við þau áfram á árinu. Verkefni skiptust í þrjú flokka:

a. Gáttir; vörubrúunarverkefni á sviði menningartengdrar ferðaþjónustu þar sem markmiðið er að fjölga arðbærum vörum og þjónustu og vinna úr sérkennum svæða og staða. Alls hafa verið veittir þrjú styrkir til klasaverkefna en upphaflega fengu sjö verkefni forverkefnisstyrk.

b. Krásir; fræðslu og þróunarverkefni í svæðisbundinni matargerð. Í verkefninu hefur verið boðið upp á fræðslu auk faglegs og fjárhagslegs stuðnings við þróun og sölu matvæla. Verkefnið hefur verið opið fyrir einstaklinga og lítil fyrirtæki sem óska eftir að vinna saman við þróun á matvörum. Alls voru veittir 29 styrkir á árinu 2009 til fjölbættra verkefna.

c. Gæða- og umhverfisviðmið. Byrjað var á því verkefni að meta stöðuna í umhverfis- og gæðamálum ferðaþjónustunnar á Íslandi sem og að bera saman aðferðafræði og stöðu þessara málaflokka í nokkrum viðmiðunarlöndum. Í framhaldi af þeim athugunum var ákveðið að ráðast í það metnaðarfulla verkefni að vinna að gerða heildstæðra gæða- og umhverfisviðmiða fyrir íslenska ferðaþjónustu sem myndi byggja á kerfi því sem unnið er eftir í Nýja-Sjálandi. Verkefni þetta er unnið í náinni samvinnu við Samtök ferðaþjónustunnar og Ferðamálasamtök Íslands, enda mikilvægt að breið samstaða skapist um þennan málaflokk. Stefnt er á að verkefnið komist vel á skrið á árinu 2010.

3.3.4. Skilti við Reynisfjöru

Í apríl var nýtt upplýsinga- og viðvörðunarskilti formlega afhjúpað í Reynisfjöru. Fimm aðilar kostuðu gerð og uppsetningu þess en það voru Ferðamálastofa, Kynnisferðir, Mýrdalshreppur, Hótel Dyrhólaey og Landsbjörg. Á skiltinu eru ýmsar áhugaverðar upplýsingar fyrir ferðamenn og á gulum bakgrunni standa varnaðarorðin: „Lífshætta - öldurnar geta verið ófyrirsjáanlegar og óvæntar, sjávarstraumar eru einstaklega sterkir. Farið því ekki nærri sjónum - Varist grjóthrun úr fjallinu.“ Reynisfjara er fjölsóttur ferðamannastaður allt árið en þar þarf, eins og svo víða í íslenskri náttúru, að fara með varúð og dæmi eru um hörmuleg slys. Þá má einnig geta þess að Ferðamálastofa hefur kostað gerð deiliskipulags á svæðinu, sem og við Sólheimajökul.

3.4. Starfshópur um fyrirkomulag upplýsingamiðstöðva

Starfshópur skipaður fulltrúum markaðsstofa landshlutanna, Sambands íslenskra sveitarfélaga og Ferðamálastofu var á árinu skipaður til skoða framtíðarskipan við rekstur upplýsingamiðstöðva. Rekstur upplýsingamiðstöðva hefur verið með ýmsu móti. Sumar eru alfarið á vegum einkaaðila eða sveitarfélaga en Ferðamálastofa hefur í gegnum ríkissjóð varið fé til rekstrar níu landslutamiðstöðva og tveggja landamæramiðstöðva.

Starfshópurinn lagði til að landinu yrði skipt upp í fimm svæði: Höfuðborgarsvæði og Suðurnes, Vesturland og Vestfirði, Norðurland, Austurland og Suðurland. Hópurinn skoðaði aðallega þrjár breytur sem taka þyrfti tillit til við skiptingu landsins í svæði; stærð, fjölda gistinguáttu og fjölda fyrirtækja í ferðaþjónustu. Einnig var horft til landfræðilegrar legu svæðanna. Jafnframt lagði hópurinn til að þegar kemur að skiptingu fjármuna á milli svæða verði að hluta stuðst við þessar breytur.

Starfshópurinn lagði til að á hverju svæði yrði a.m.k. ein til tvær upplýsingamiðstöðvar sem styrktar verði af Ferðamálastofu. Markaðsstofurnar hafi umsjón með rekstri upplýsingamiðstöðva á sínu svæði og komi með tillögum um hvaða upplýsingamiðstöðvar verði styrktar. Þá lagði hópurinn jafnframt til að heimamenn hafi val um hvort rekstur upplýsingamiðstöðva yrði samþættur rekstri markaðsstofa eða þriðja aðila falið að sjá um reksturinn. Hvor leiðin sem valin verður þá þarf viðkomandi upplýsingamiðstöð að uppfylla öll lagaleg skilyrði ásamt kröfum Ferðamálastofu um rekstur upplýsingamiðstöðva. Þá lagði starfshópurinn til að Ferðamálastofa hafi milligöngu um viðræður milli hagsmunaaðila um fyrirkomulag og rekstur upplýsingamiðstöðvanna á Keflavíkurlflugvelli og á Seyðisfirði enda taldi hópurinn að sérstaða þessara upplýsingamiðstöðva væri allnokkur.

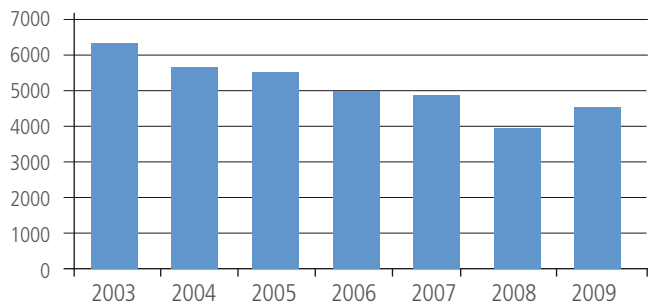
3.5. Námskeið fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva

Undanfarin ár hefur Ferðamálastofa staðið fyrir námskeiðum fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva og svo var einnig á árinu 2009. Lögð er áhersla á að fá sem flest starfsfólk upplýsingamiðstöðva á námskeiðið og er mikilvægt að a.m.k. nýtt starfsfólk sitji það. Þýðingarmikið er að skapa tengsl á milli stöðva auk þess sem yfirbragð stöðvanna verður líkara innbyrðis ef sem flestir starfsmenn hafa setið námskeið. Námskeiðið í ár var haldið 3. júní í Listasafni Reykjavíkur, Hafnarhúsinu, í samvinnu við Upplýsingamiðstöð ferðamanna í Reykjavík.

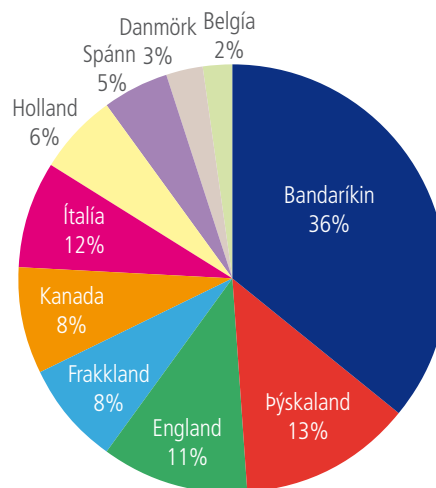
3.6. Svörun fyrirspurna

Mikilvægur liður í því að halda úti vefsíðum er svörun fyrirspurna og rúmlega 4.600 fyrirspurnir bárust á árinu, sem er fjölgun frá fyrra ári. Þróun undanfarinna ára hefur verið sú að fyrirspurnum sem berast í gegnum vefinn hefur farið fækkandi, þrátt fyrir verulega aukna netumferð, eins og myndritið hér að neðan sýnir. Bendir það til þess að vefurinn sinni æ betur því upplýsingahlutverki sem honum er ætlað. Aukninguna á árinu 2009 má að líkindum rekja á árinu til breytinga á rekstri skrifstofa erlendis, sem voru að taka hluta þeirra fyrirspurna sem nú er svarað hér heima.

Fjöldi fyrirspurna með tölvupósti



Í meirihluta tilfella er hægt að sjá frá hvaða landi tölvupóstsendingarnar koma og er þannig hægt að greina fyrirspurnir til Ferðamálastofu frá um 100 þjóðlöndum á árinu 2009. Vart þarf að koma á óvart að flestar fyrirspurnir eru að koma frá stærstu markaðssvæðum Íslands, þ.e. Bretlandi, Bandaríkjunum, ríkjum Mið-Evrópu og Skandinavíu. Þá er fróðlegt að sjá hversu víða að fyrirspurnir koma og má í því sambandi nefna fjarlæg ríki eins og Ermasundseyjar, Bermuda, Tjetjeníu, Uganda, Usbekistan og Zimbabve, svo nokkur dæmi séu tekin. Á myndritinu hér fyrir neðan má sjá hvaðan flestar fyrirspurnir eru að koma.



3.7. Gagnagrunnur og handbók

Á undanföllum árum hefur á vegum Ferðamálastofu verið byggður upp viðamikill gagnagrunnur. Í honum eru nú upplýsingar um vel á annað þúsund ferðaþjónustuaðila um allt land, ásamt ýmsum hagnýtum upplýsingum fyrir ferðafólk, bæði á ensku og íslensku. Má fullyrða að um er að ræða heildstæðasta gagnagrunninn um íslenska ferðaþjónustu sem til er í dag og er hann alltaf að stækka. Í grunninum er m.a. að finna ítarlegar upplýsingar um gistingu, skipulagðar ferðir af öllu tagi, samgöngur, hvers kyns afþreyingu, viðburðadagatal og ýmsar fleiri hagnýtar upplýsingar. Skráning í grunninn er ferðaþjónustuaðilum að kostnaðarlausu og hann er öllum aðgengilegur á landkyrningarvef Ferðamálastofu, www.visiticeland.com.

Í árslok voru skráningar í grunninn rúmlega 2.100 talsins í fimm flokkum og jókst hann talsvert að umfangi á árinu, eins og sést í meðfylgjandi töflu. Einstök fyriræki geta verið skráð í fleiri en einn flokk þannig að fjöldi aðila er rúmlega 1.400 talsins.

Á árinu hófst vinna við endurnýjun grunnsins og yfirfærslu í nýtt umsýjarkerfi. Er það umfangsmikið verk en m.a. verða nú allir þjónustuaðilar tengdir gagnvirku landakorti.

Handbók Ferðamálastofu, „Ísland“, byggir á gagnagrunninum og er því viðamikili rit. Handbókin er gefin út á ensku og íslensku og kemur út einu sinni á ári, í ársbyrjun. Um er að ræða mikilvægt uppflettirit fyrir alla þá sem starfa að skipulagningu og upplýsingagjöf í ferðaþjónustu. Bókin er seld í áskrift.

Skráningar í gagnagrunn	2008	2009
Almennar upplýsingar	398	503
Samgöngur	73	94
Gisting	687	712
Afþreying	497	542
Listir og menning	227	251
Samtals:	1882	2102

Tafla 3

3.8. Samskiptavefur

Áfram var haldið að þróa samskiptavef Ferðamálastofu sem er á slóðinni www.ferdamalastofa.is. Á vefnum er að finna ýmsan fróðleik um íslenska ferðaþjónustu og starfsemi Ferðamálastofu, s.s. tölfræði, fræðslurit, lagaumhverfi, markaðsmál, útgáfumál og leyfismál ásamt ýmsu öðru. Fréttabáttur vefsins hefur verið að eflast og er vefurinn uppfærður oft á dag. Daglegar heimsóknir á vefinn eru á bilinu 700-1.200.

3.9. Rafrænt fréttabréf

Tæplega 1.000 áskrifendur eru að rafrænu fréttabréfi Ferðamálastofu sem sent er út með reglubundnum hætti. Í því eru teknar saman þær fréttir sem birtast á vef stofnunarinnar ferdamalastofa.is.



4. MARKAÐSSVIÐ

4.1. Breytingar á markaðssviði

Viðtækustu breytingarnar á starfsemi Ferðamálastofu á árinu urðu á fyrirkomulagi markaðsmála. Ráðist var í þær með það fyrir augum að nýta betur þá fjármuni sem til ráðstöfunar eru fyrir markaðssetningu landsins. Skrifað var undir samning milli utanríkisráðuneytisins, Ferðamálastofu og Útflutningsráðs um stóraukið samstarf í landkynningar- og markaðssamstarfi erlendis. Var þetta samstarf undanfari stofnunar Íslandsstofu. Í stað þess að reka sérstakar skrifstofur erlendis var þannig tekið upp aukið samstarf við aðra aðila sem vinna að kynningarmálum Íslands. Ferðamálastofa hefur rekið skrifstofur í þremur löndum með 1 til 4 starfsmönnum á hverjum stað. Slíkur rekstur er afar kostnaðarsamur, ekki síst í ljósi þróunar á gengismálum undanfarið. Með breytingunni jukust möguleikar á því að nýta fjárveitingar til þinnar markaðssetningar. Jafnframt var eftir fongum reynt að hlúa að þeim fjölmörgu stoðverkefnum á sviði markaðssetningar sem Ferðamálastofa hefur sinnt og halda tengslum við aðila á þessum lykilmörkuðum íslenskrar ferðaþjónustu, bæði í gegnum sendiráðin og með þeim góðu flugsamgöngum sem eru við landið.

Íslandsstofa verður stofnuð á grundvelli laga um Útflutningsráð en verkefni hennar eru mun viðameiri en verkefnasvið Útflutningsráðs. Í fyrsta lagi verður markaðssvið Ferðamálastofu rekið að mestu innan vébanda Íslandsstofu sem mun fá það lögbundna hlutverk samkvæmt framlögðu frumvarpi að laða til landsins erlenda ferðamenn. Í öðru lagi er Íslandsstofa ætlað að móta og koma á framfæri heildarstefnu í ímyndar- og kynningarmálum Íslands í samstarfi við aðila í útflutningi, ferðaþjónustu, menningarstarfsemi, fjármálum og þekkingariðnaði. Í þriðja lagi er Íslandsstofa ætlað að bæta og auka þekkingu fyrirtækja í ferðaþjónustu um erlenda markaði eins og fram kemur í umræddu frumvarpi til laga.

4.2. Starf á mörkuðum

4.2.1. Norðurlönd

Markaðsverkefnum á Norðurlöndunum er stýrt og fylgt eftir frá Ferðamálastofu á Íslandi en við lokun skrifstofunnar í Kaupmannahöfn var markaðssviðið á Íslandi styrkt. Náð samstarf er við utanríkisþjónustuna og Útflutningsráð um ýmis markaðsverkefni auk þess sem sendiráð Íslands í Kaupmannahöfn mun sinna símsvör- un, almennri upplýsingagjöf og aðstoða við markaðsverkefni. Þá mun starfsfólk sendiráðanna á þessum markaði aðstoða við framkvæmd annarra verkefna eftir því sem kraftar leyfa.

Fjöldi ferðamanna

Til samans eru Norðurlöndin stærsta markaðssvæði íslenskrar ferðaþjónustu og átti Ísland þar ágætu gengi að fagna á árinu. Frá svæðinu komu 119.742 ferðamenn sem er nánast sami fjöldi og árið 2008. Sé litit á einstök lönd þá fjölgaði Finnum mest

hlutfallslega líkt og 2008 eða um 7,1%. Norðmönnum fjölgaði um 3,9% en Dönum og Svíum fækkaði lítillega.

Þjóðerni	2008	2009	Mism.	%
Danmörk	41.026	40.270	-756	-1,8
Finnland	10.797	11.566	769	7,1
Noregur	35.122	36.485	1.363	3,9
Svíþjóð	32.259	31.421	-838	-2,6
Samtals	119.204	119.742	538	6,6

Tafla 4

Landkynningarefni

Pantanir einstaklinga og ferðaskrifstofa á Íslandsbæklingnum fara flestar fram í gegnum vefinn visiticeland.com en dreifingarhús sér um að afgreiða þessar pantanir sem og að dreifa Íslandsbæklingnum til einstaklinga og ferðaskrifstofa á markaðnum. Í desember var farið í dreifingarátak með landkynningarbæklinginn í Danmörku og var 12.500 eintökum dreift á 54 lestarstöðvum með friblaðinu Metro Express. Samið var við netmarkaðsfyrirtækið Nordic Emarketing um dreifingu á rafrænum fréttatilkynningum en einn megintilgangurinn með þessu verkefni var m.a. sá að auka umferð og sjáanleika www.visiticeland.com í gegnum Google leitarvélinu og að vekja athygli á vörumerkinu Visit Iceland. Alls voru sendar út 59 fréttatilkynningar á tímabilinu apríl til desember. Þessi vinna leiddi m.a. í ljós að Visit Iceland síðurnar eru auðfinnanlegar á leitarvélum og hafa sterka viðveru undir mörgum leitarorðum og samsetningum.

Fjölmíðlaferðir og almannatengsl

Fjölmíðlaferðir og heimsóknir blaðamanna voru sem fyrr margar og af ýmsum toga. Bæði var um að ræða ferðir sem tengjast sérstöku þema eins og veiðiskap og gönguferðum og almennar blaðamannaferðir bæði hópa og einstaklinga. Ferðamálastofa vinnur náið með flugfélögum og ferðaskrifstofum á markaðssvæðinu að skipulagningu og móttöku fjölmíðlafólks. Miðlarnir sem komu til landsins voru bæði dagblöð, lífsstílstímarit, fagtímarit og ljósvakamiðlar. Um var að ræða fjölmíðla frá öllum löndum markaðssvæðisins, alls í kringum 80 manns.

Sýningar og viðburðir

TUR mássan í Gautaborg er stærsta ferðasýning á Norðurlöndunum og hefur Ísland tekið þátt til margra ára. Að þessu sinni tóku 15 fyrirtæki þátt, annað hvort með viðveru á sýningarbasnum eða dreifðu kynningarefni sínu þar. Ferðamálastofa styrkti Íslandsbásinn með fjárframlagi og vinnuframlagi en sýnendurnir sjálfir sáu að öðru leyti um framkvæmdina. Þetta fyrirkomulag gekk afar vel og ákveðið að hafa sama fyrirkomulag á sýningunni að ári. Alls heimsóttu TUR sýninguna 53 þúsund manns og sýnendur voru frá 103 löndum. Ferðamálastofa tók einnig þátt í MATKA í Helsinki, sem 85 þúsund manns heimsóttu. Íslensk fyrirtæki á sýningarbasnum voru átta.

Á árinu tók Ferðamálastofa þátt í workshop í Noregi í samstarfi

við Útflutningsráð og voru ferðaskipuleggjendur og ferðaskrifstofur auk aðila á hvata- og fundamarkaðnum boðaðir til leiks. Alls slógst 21 ferðaþjónustufyrirtæki frá Íslandi með í för. Um 50 norskir aðilar mættu til leiks en vonast hafði verið eftir meiri þátttöku af hálfu Norðmanna. Þó má greina mikinn áhuga á ferðum til Íslands og því mörg tækifæri á þeim markaði.

Ferðamálastofa tók þátt í Meet the Danish Travel Trade & Press á vegum ferðatímaritsins Vagabond í október og tókst það með ágætum.

Sem fyrr var Ísland með á Nord Atlantiske Dager á Bryggjuni í Kaupmannahöfn. Sá viðburður er haldinn í samstarfi við Færeyninga og Grænlandinga og boðið er upp á ítarlegar landkynningar, fyrirlestra, listviðburði og tónlistaratriði.

Fræðsla fyrir sölufólk og starfsfólk sendiráða

Lögð var áhersla á að styrkja tengsl við lykilfólk í hverju landi á markaðssvæðinu með viðskiptaheimsóknnum og kynningum, ásamt því að efla samstarf við ferðaþjónustuaðila og leita allra leiða til að hafa Ísland sem sýnilegast. Má í þessu sambandi nefna fundi með ferðaskrifstofum í Stokkhólmi í október og í Kaupmannahöfn í september.

Þann 14. maí var stóð Ferðamálastofa fyrir fræðsludegi í Kaupmannahöfn fyrir starfsfólk sendiráðanna á Norðurlöndunum. Tilgangurinn með fræðsludeginum var að kynna markaðsstarf Ferðamálastofu og setja viðskiptafultrúa inn í þau verkefni sem sendiráðin væntanlega taka yfir við stofnun Íslandsstofu.

Markaðshorfur

Margt bendir til að Norðurlandamarkaður muni halda áfram að vaxa á árinu 2010 með aukinni ferðatíðni. Íslensku flugfélögin munu fljúga til þriggja áfangastaða í Danmörku, þ.e. Kaupmannahafnar, Álaborgar og Billund og fjögurra áfangastaða í Noregi, þ.e. Osló, Bergen, Stavanger og Þrándheims, sem bætist við þann 10. júní 2010. Hvað varðar Stokkhólmi og Helsinki er búið að lengja tímabilið sem flogið er beint á milli Helsinki og Keflavíkur, eða frá enda marsmánaðar til loka október. Þá mun Iceland Express halda áfram með beint flug á milli Kaupmannahafnar og Akureyrar sumarið 2010 sem einnig eru bundnar góðar vonir við.

4.2.2. Bretland

Sem fyrr var markaðsstarfi fyrir Bretlandsmarkað sinn frá aðal- skrifstofu Ferðamálastofu í Reykjavík af sérstökum starfsmanni. Þetta fyrirkomulag hefur gefið góða raun frá því að það var tekið upp í ársbyrjun 2002.

Fjöldi ferðamanna

Ferðamönnum frá Bretlandi fækkaði um 12% á árinu 2009 miðað við árið á undan. Ástæður fækkunar eru margvíslegar, svo sem minnkað flugframboð frá Bretlandi til Íslands þar sem British Airways flaug til Íslands hluta árs 2008 og íslensku flugfélögin drógu úr framboði sínu. Aðalástæðan er samt kreppa í Bretlandi og almenn fækkun í ferðalögum Breta. Ferðaþjónusta á Íslandi

má jafnvel vel við una þar sem almenn fækkun ferðalaga Breta var um 15%. Bretar voru sem fyrr fjölmennastir þeirra gesta sem hingað koma utan háannatíma og í því ljósi afar mikilvægir fyrir ferðaþjónustuna.

Þjóðerni:	2008	2009	Mism.	%
Bretland	69.982	61.619	-8.363	-12,0

Tafla 5

Landkynningarefni:

Póstdreifingarfyrtæki sér um alla dreifingu í Bretlandi fyrir Ferðamálastofu. Það sér um daglegar pantanir sem koma annað hvort af sérstökum bæklingasímsvara eða gegnum visiticeland.com. Þá dreifa þeir efni til ferðaheildsala og ferðaskrifstofa og einnig ýmissa sérhópa sem eru að hugsa um Íslandsferð. Farið var í þrjár sérstakar herferðir, tvær í samstarfi við Icelandair og Iceland Express.

Upplýsingavefurinn icelandgourmetguide.com, sérvefur um íslenskan mat og veitingahús, var uppfærður og betrubættur. Heim- sóknir á vefinn voru ríflega 40.000 á síðasta ári.

Fjölmiðlaferðir og almannatengsl

Mikil áhersla var lögð á blaðamannaferðir á árinu, bæði einstaklingsferðir og hópa. Saltmarsh PR, sem sinnir almannatengslum fyrir Ferðamálastofu á Bretlandsmarkaði, gerir árlega lista yfir þá miðla sem er eftirsóknarvert að fá til landsins og vandar val miðla í hvívetna. Ferðamálastofa stuðlaði á þennan hátt með beinum hætti að komu 80 blaðamanna frá Bretlandi til Íslands. Þar af voru þrjár hópferðir sem byggðust á ákveðnum þemum. Einn hópurinn kynnti sér ævintýralandið Ísland með fjölbreyttri afþreyingu þar sem blaðmennirnir gengu m.a. yfir Fimmvörðuháls. Annar hópur kynnti sér matarmenningu og ferðaþjónustu Norðurlands og sérstök norðurljósahópferð var svo farin í nóvember.

Blaðmennirnir fjölluðu um ferðamannalandið Ísland á margvíslegan hátt, allt frá þorablótum á Snæfellsnesi til kynngimagn- aðs Norðurlands og frá siglingum á Ísafjarðardjúpi til Ísjaka á Breiðamerkursandi. Stærstu einstöku miðlarnir sem hingað komu voru BBC High Altitude, BBC Fast Track, Guardian Weekend, Sunday Times, Independent, Lonely Planet Magazine og Observer, svo nokkrir séu nefndir. Sjálfsgagt telst þó umfjöllum GMTV einna mikilvægust þar sem þetta vinsælasta morgunsjónvarp Evrópu var með mjög svo jákvæð innslög um land og þjóð tvisvar á morgni í heila viku í tengslum við Healthy Heart Week.

Margir aðilar komu að og aðstoðuðu við þessar fjölmiðlaheim- sóknir með Ferðamálastofu og má þar nefna Icelandair, Iceland Express, ferðaskrifstofur í Bretlandi og markaðsstofur landshlut- anna, auk hótela, veitingahúsa og fleiri birgja. Er öllum þessum aðilum færðar þakkir fyrir mikinn og góðan vilja til að aðstoða. Þegar tekið er saman virði umfjöllunar í breskum prentmiðlum sem Ferðamálastofa og Saltmarsh stöðu að fyrir árið 2009 þá nemur það samtals 1,6 milljónum punda. Virði umfjöllunar sjón- varpsmiðlanna GMTV og BBC High Altitude og BBC Fast Track er



Frá móttöku í London þar sem sérstaða Íslands þegar kemur að Norðurljósunum var kynnt.

ekki inni í þessari tölu þar sem erfitt er að setja verðmiða á slíka umfjöllun.

Fræðsla fyrir sölufólk

Lögð var mikil áhersla á að styrkja og viðhalda tengslum við lykilmenn sem skipuleggur og selur ferðir til Íslands með viðskiptaheimsóknum og kynningum, ásamt því að efla samstarf við ferðaþjónustuaðila og aðstoða sérstaklega nýja söluaðila á Íslandsferðum.

Sýningar og viðburðir

Ferðamálastofa og Icelandair stóðu fyrir móttöku í London í september til kynningar á sérstöðu Íslands þegar kemur að Norðurljósunum. Móttakan var haldin í Texture, íslenskum veitingastað í miðborg London og þangað mættu um 70 söluaðilar á Íslandsferðum og blaðamenn. Nutu þeir íslenskra veitinga og hlustuðu á íslenska tónlist flutta af Lay Low. Þá fræddust þeir um leyndardóma norðurljósa á Íslandi en Ari Trausti Guðmundsson flutti erindi skreytt norðurljósa myndum Ragnars Th. Sigurðssonar.

Vel tókst til með framkvæmd á World Travel Market og íslensku fyrirtækin fundu fyrir miklum áhuga á ferðum til landsins. Sem fyrr sá Ferðamálastofa um undirbúning og skipulagningu fyrir Íslands hönd en 14 íslensk fyrirtæki auk Ferðamálastofu voru meðal þátttakenda. Íslensku fyrirtækin fundu fyrir enn meiri áhuga en síðasta ár á ferðum til landsins. Viðmælendur fulltrúa Ferðamálastofu voru sammála um að það gætti heldur meiri

bjartsýni um næsta ár samanborið við raunniðurstöðu þessa árs. Líkt og fyrr ár var sýningarsvæðið sett upp í samstarfi við frændur okkar á Norðurlöndunum.

Af öðrum sýningum má nefna Destinations, Manchester Travel Show, the Adventure show og fleiri neytendasýningar þar sem bæklingum var dreift.

Markaðshorfur

Flest bendir til þess að eftir erfitt ár 2009 séu mjög jákvæðar horfur á þessum markaði fyrir Íslandsferðir árið 2010. Icelandair og Iceland Express eru bæði að fjölga flugleiðum og flugtiðni til Íslands og breski markaðurinn hefur almennt verið að rétta úr kútnum. Söluaðilum á Íslandsferðum hefur fjölgað og mikill áhugi er á Íslandi í kjölfar síaukinnar umfjöllunar um land og þjóð.



Svæði Íslands á ITB í Berlín 2009.

4.2.3. Mið Evrópa

Skrifstofu Ferðamálastofu í Frankfurt var lokað á árinu. Forstöðumaður hélt áfram störfum og hefur aðstoðu í sendiráði Íslands í Berlín þaðan sem hann sinnir markaðsstarfi fyrir Mið-Evrópu. Almennri afgreiðslu, svo sem símsvörum og svörum fyrirspurna, er nú sinnt að hluta af starfsfólki sendiráðsins í Berlin og starfsfólki Ferðamálastofu á Íslandi. Samningur er við almanna-tengslafyrirtæki um ákveðna þætti og þá eru einnig í gildi samningar við sérhæfð fyrirtæki á sviði póstdreifingar í hverju landi sem sjá um að dreifa Íslandsbæklingnum á viðkomandi svæði. Pöntun á honum er að langmestu leyti rafræn og fer í gegnum landkynningarvefinn visiticeland.com

Fjöldi ferðamanna

Á árinu fjölgaði ferðamönnum frá markaðssvæðinu um 14,7%. Með tilliti til þess samdráttar sem almennt varð á ferðalögum fólks markaðssvæðinu, hlýtur útkoma Íslands að teljast vel við unandi. Í kjölfar þessa má merkja aukinn áhuga söluaðila að nýta sér þann meðbyr sem Ísland hefur sem áfangastaður þessi misserin.

Það sem helst vekur eftirtekt þegar tölur eru skoðaðar er að aukning ársins er að mestu leyti innan sumarmánuðanna. Á heilsársmörkuðunum þremur (Þýskalandi, Frakklandi og Hollandi). Er þetta ólíkt þróun árunna á undan þar sem mánuðirnir utan háannatíma voru í mestum vexti. Athyglisvert er hve vel suður-evrópsku markaðirnir eru að þróast en ekki síst þar voru menn uggandi um að lakara efnahagsástand gæti komið niður á ferðum til landa eins og Íslands.

Fjölmiðlaferðir og almannatengsl

Á árinu fór áfram mikill tími í að sinna fjölmiðlum sem vildu fá nánari útlistingar á þýðingu efnahagsástandsins fyrir Ísland sem ferðamannaland. Með því skapaðist kærkomið tækifæri til að koma á framfæri skilaboðum sem settu hlutina í rétt samhengi og gerðu t.d. myndina um þróun verðlags eftir fall krónunnar skýrari og réttari, eftir margar misvísandi fyrisagnir fyrri mánaða.

Fjöldi ferðamanna

Þjóðerni	2008	2009	Mism.	%
Frakkland	26.161	28.818	2.657	10,2%
Holland	18.756	19.262	506	2,7%
Ítalía	10.116	12.645	2.529	25,0%
Spánn	10.438	13.771	3.333	31,9%
Sviss	7.136	8.646	1.510	21,2%
Þýskaland	45.120	51.879	6.759	15,0%
Samtals	117.727	135.021	17.294	14,7%

Tafla 6

Stærsta fjölmiðlaherferðin var strax í byrjun árs þegar útvarpsleikur með HR3, aðalútvarpsstöð Frankfurtsvæðisins, fór af stað í morgunútvarpi stöðvarinnar. Stöð leikurinn yfir í 2 vikur í janúar og í síðustu viku mánaðarins héldu svo 50 hlustendur í verðlaunaferð til Íslands.

Þá var veitt aðstoð við undirbúning nokkurra stærri sjónvarpsþátta sem teknir voru á Íslandi og má þar nefna ferðaþættina „ARD Ratgeber Reise“ og „100% Urlaub“ hjá Þýska ríkissjónvarpinu, svo og hina vinsælu barna- og fjölskyldufræðsluþætti „Willi will es wissen“ hjá sömu stöð.

Á árinu var tekið þátt í nokkrum kynnisferðum fyrir starfsfólk ferðaskrifstofa af markaðssvæðinu en slíkar ferðir eru jafnan unnar í samvinnu við ferðaheildsölufrýrtækin og flugfélögin. Flestar ef ekki allar slíkar ferðir eru farnar utan háannatíma og gefa þær því söluþáttinum góða innsýn inn í þann árstíma sem mest hefur verið haldið á lofti í markaðsstarfinu: þ.e. vor, haust og vetur.

Sýningar og viðburðir

Sem fyrr var íslensk ferðapjónusta kynnt með öflugum hætti á ITB í Berlín í mars. Að þessu sinni voru 19 íslensk fyrirtæki meðal sýnenda. Sýningin var nú haldin í 43. sinn og hefur Ferðamálastofa tekið þátt í henni nánast frá upphafi. Þátttakendur frá um 180 löndum mættu til Berlínar, alls um 10 þúsund sýnendur, og má af því sjá að samkeppnin um að ná hylli ferðamanna var hörð. Um 170.000 sýningargestir komu á ITB, þar af um 100.000 fagaðilar.

Haustið 2009 gekkst Ferðamálastofa, í samstarfi við önnur Norðurlönd, fyrir „workshops“ í þremur löndum Suður-Evrópu, Spáni, Frakklandi og Ítalíu, en öll eru þau mikilvæg viðskiptalönd fyrir íslenska ferðapjónustu. Íslenskum ferðapjónustuaðilum bauðst að taka þátt en á viðburðina var boðið áhugaverðum viðskiptaaðilum úr sameiginlegum gagnabanka Norðurlandanna. Tímasetningin (8.-15. október) var hagstæð fyrir alla þá söluaðila sem vildu fylgja eftir fundum frá Vestnorden eða stofna til nýrra sambanda á þessum mörkuðum. Byrjað var í Madrid 8. október, næst borið niður í París 13. október og endað á Rimini 15. október.

Að auki var tekið þátt í skipulagningu svipaðra vinnufunda í lok október og byrjun desember sem Útflutningsráð hafði forgöngu um í Frankfurt, Berlin, Amsterdam og Brussel, þar sem eingöngu Ísland var kynnt fyrir söluaðilum af þessum svæðum.

Markaðshorfur

Ekki verður annað sagt en að fyrstu viðbrögð markaðarins á nýju ári gefi tilefni til nokkurrar bjartsýni. Aukið sætaframboð frá nokkrum flugvöllum svo og ný bein flug, t.d. frá Brussel, gefa nýja og aukna möguleika. Þá er ljóst að ekki er langt í að flug á heilsársgrunni verði í boði frá fleiri flugvöllum á meginlandi Evrópu og verður slík viðbót gríðarleg lyftistöng fyrir íslenska ferðapjónustu.

4.2.4. Norður-Ameríka

Skrifstofa Ferðamálastofu Íslands í Norður Ameríku er á Manhattan og starfaði einn starfsmaður þar á árinu. Auk þess notar skrifstofan utanaðkomandi verktaka fyrir ýmis verkefni í markaðs-, fjölmiðla-, bókhalds- og vefmálum. Norðurlöndin eru öll með skrifstofur á sama stað og er samvinna við hin Norðurlöndin á ýmsum vettvangi sem hefur í för með sér hagræði og samlegðaráhrif á ýmsum sviðum.

Fjöldi ferðamanna

Þokkalegur árangur náðist í komum ferðamanna frá Norður-Ameríku á árinu og varð aukningin 7,5% á sama tíma og Bandaríkjamönnum til Evrópu fækkaði um 3,5%. Þetta má að mestu þakka að flug hófst á nýrri leið í maímánuði, frá Seattle, og voru viðtökur markaðarins með betra móti. Iceland Naturally stóð fyrir viðamikilli landkynningu á svæðinu í maí og september sem studdi og styrkti nýja flugið. Einnig má þakka árangurinn fjölmiðlaherferðinni „Affordable Iceland“ sem hófst í kjölfar falls krónunnar og stóð yfir langt fram eftir árinu. Tókst hún með ágætum og vakti athygli fjölmiðla.

Þjóðerni	2008	2009	Mism.	%
Bandaríkin	40.495	43.909	3.414	8,4
Kanada	10.568	11.063	495	4,7
Samtals	51.063	54.972	3.909	7,7

Tafla 7

Landkynningarefni

Allt kynningarefni er sérhannað fyrir N-Ameríkumarkað, þ.e. 42 síðna bæklingur í 75.000 eintaka upplagi og DVD kynningarmynd sem einnig er framléidd og dreift í 100.000 eintökum. Skrifstofan rekur öflugan sérhannaðan frétt- og landkynningarvef fyrir Norður-Ameríkumarkað, www.icelandtouristboard.com sem þrjár milljónir manna heimsóttu á árinu. Þar er meðal annars bæði hægt að panta Íslandsbæklinginn eða hlaða honum niður. Skrifstofan hefur um árabíl byggt upp afar öflugan gagnabanka og gefur mánaðarlega úr fréttabréfið „Dateline Iceland“ sem sent er til 153.000 áskrifenda.

Markaðsaðstæður

Markaðsaðstæður á árinu 2009 voru að ýmsu leyti óvenjulegar og varð mikil fækkun ferðamanna til Evrópu á fyrri hluta ársins. Fækkuðu flest flugfélög mjög ferðum sínum yfir Atlantshafið. Þegar leið á árið byrjaði markaðurinn að taka við sér af krafti og náðist að rétta af samdráttinn að tölverðum hluta. Á árinu 2008 fór Ísland úr því að vera eitt dýrasta land á markaðnum í að vera ódyrt. Það fór síðan aftur að verða dýrara þegar leið á árið 2009. Fyrir tæpum 10 árum var gerð stefnubreyting á markaðsstarfsemi Íslands í N-Ameríku þar sem dregið var úr áherslum á kynningu til aðila í ferðapjónustu og höfuðáherslan lögð á að tala beint við neytendur og gera landið spennandi í þeirra augum bæði vetur og sumar. Allar markaðsrannsóknir benda til að þetta hafi verið rétt ákvörðun og hefur ímynd Íslands meðal almennings á þessum markaði styrkst verulega á undanföllum árum.

Iceland Naturally

Samstarfsverkefnið Iceland Naturally, sem rekið er af skrifstofunni í samvinnu við viðskiptapjónustu utanríkisráðuneytisins, hefur verið starfrækt í 10 ár. Að baki því standa nú 10 fyrirtæki sem hagsmuna eiga að gæta á Ameríkumarkaði, ásamt íslenska ríkinu. Markmið verkefnisins er í stuttu máli að auka eftirspurn eftir íslenskum afurðum og þjónustu og örva ferðamannastraum til landsins frá Norður-Ameríku. Á árinu óskuðu meðlimafyrirtækin eftir framlengingu samningsins við íslenska ríkið og var undirritaður samningur sem tryggir framhald verkefnisins til ársins 2015. Ferðamálastjóri situr stjórnarfundum Iceland Naturally sem áheyrnarfulltrúi.

Markaðshorfur

Flestar ytri aðstæður benda til að árið 2010 verði gott fyrir íslenska ferðapjónustu hvað varðar Bandaríkjamarkað og Kanada. Áfangastöðum fjölgar um tvo og verða samtals 9. Þar af eru þrjú í Kanada yfir sumartímann og sex frá Bandaríkjunum, þrjú þeirra á ársgrundvelli. „Loftbrúin yfir Atlantshafið“ stækkar því ef svo má segja. Hvað sem líður ytri aðstæðum þá stendur upp úr að staða Íslands á þessum markaði er traust þar sem viðhorfsbreyting neytenda hefur á verulegan hátt breyst Íslandi í hag.

4.3. Móttaka erlendra fjölmiðla og sölufólks

Fjölmiðlaheimsóknir og annað almannatengslastarf er meðal mikilvægustu verkefna í markaðsstarfi Ferðamálastofu, eins og tíundað var í umfjöllum um hvert markaðssvæði hér að framan. Slíkt starf skilar sér iðulega í veglegri umfjöllun í viðkomandi fjölmiðlum, kynningu sem með þessum hætti verður margfalt ódýrari en samsvarandi auglýsingapláss hefði kostað. Rík áhersla er lögð á að velja af kostgæfni þá miðla sem gengið er til samstarfs við í þessum efnum. Umfjöllun um Ísland í erlendum fjölmiðlum hefur stóraukist á síðustu árum og er lögð mikil áhersla á að greiða leið fjölmiðlafólks sem best. Einnig er lögð áhersla á að greiða götu sölufólks hjá erlendum ferðaskrifstofum.



Frá JATA sýningunni í Japan.

4.4. Íslandsbæklingur

Íslandsbæklingur Ferðamálastofu, sem gefinn er út árlega, er mikilvægur liður í markaðssetningu Íslands sem ferðamannalands og fór bæklingurinn fyrir árið 2010 í dreifingu í nóvember 2009. Íslandsbæklingurinn er myndskreyttur landkynningarbæklingur og var sem fyrr gefinn út á 10 tungumálum, þ.e. ensku, dönsku, sænsku, norsku, finnsku, þýsku, frönsku, hollensku, ítölsku og spænsku, auk sérútgáfu fyrir Norður-Ameríku. Þá hefur hluti bæklingins einnig verið þýddur á kínversku. Leitað er eftir þátttöku aðila í ferðaþjónustu í kostnaði við gerð bæklingins og dreifingu og aftast í honum er að finna upplýsingasiður þar sem

þeim gefst kostur á að fá birtar upplýsingar um fyrirtæki sitt gegn gjaldi. Upplag bæklingins er 400 þúsund eintök og er honum dreift á ferðasýningum víðsvegar um heim, í markpósti á valin pósthúmer og gegnum dreifingarfyritæki á helstu mörkuðum. Þá fara nokkur þúsund eintök til neytenda í gegnum visiticeland.com vefinn en þar hefur verið hægt að panta eintak og fá sent í pósti um alllangt skeið, ásamt því að hlaða bæklingnum niður í rafrænni útgáfu. Bæklingurinn liggur einnig frammi í sendiráðum Íslands, hjá ræðismönnum og hjá ferðaskrifstofum sem selja Ísland.



4.5. Ferðasýningar erlendis

Á árinu 2009 tók Ferðamálastofa líkt og undanfarin ár þátt í tveimur af stærstu ferðasýningunum á meginmarkaðssvæði Íslands: International Tourism - Börse (ITB) í Berlín (mars) og World Travel Market (WTM) í London (nóvember). Eru þessar stærstu ferðasýningar mikilvægur vettvangur fyrir ferðaþjónustuna til að koma vöru og þjónustu sinni á framfæri og til að halda á lofti almennri kynningu á Íslandi. Íslenskum ferðaþjónustuaðilum býðst að fá aðstöðu í bás Ferðamálastofu gegn föstu gjaldi. Rúm er fyrir 10-15 fyrirtæki á hverri sýningu. Ferðamálastofa sér um að útbúa básana og skapa mönnum aðstöðu til að hitta viðskiptavinina en síðan er undir hverjum og einum komið að nýta tækifærið sem best. Sýningarstandar Ferðamálastofu á sumum þessum sýningum standa einnig opnir erlendum fyrirtækjum er koma að sölu Íslandsferða.

Fulltrúar Ferðamálastofu taka einnig þátt í fjölda annarra svæðisbundinna sýninga á flestum markaðssvæðum, eins og fram kemur í umfjöllun um einstök markaðssvæði.

Á árinu stóð Ferðamálastofa fyrir þátttöku íslenskra ferðaþjónustuaðila í JATA sýningunni í Japan, í samstarfi við Útflutningsráð Íslands. Gefinn var út bæklingur og bætt við japanskri síðu á landkynningarvefnum visiticeland.com af þessu tilefni. Sýningin er ein af þeim áhrifameiri í Asíu og hana sækja um 110 þúsund gestir, en þar af voru tæplega 40 þúsund fulltrúar ferðaþjónustuaðila og fjölmiðla. Ísland naut verulegrar athygli á JATA. Sex íslenskir aðilar tóku þátt á sameiginlegum Íslandsbás en Ferðamálastofa og Útflutningsráð styrktu þátttökuna fjárhagslega og Ferðamálastofa ásamt sendiráði Íslands í Japan undirbjó og sá um framkvæmdina. Þema íslenska sýningarbássins var norðurljósinn og heilsulindir. Sett var upp eftirlíking af heitri laug við Mývatn og vakti laugin mikla athygli sýningargesta. Daginn áður en sýningin hófst þann 18. september hélt Íslenska verslunarráðið í Tókýó kynningu á íslenskri ferðaþjónustu, þróun hennar og nýsköpun. Hún var haldin í íslenska sendiráðinu í Tókýó.



Frá World Travel Market í London



4.6. Vestnorden 2009

Um 120 íslensk fyrirtæki tóku þátt í 24. Vestnorden ferðakaupstefnunni sem haldin var í Kaupmannahöfn í september í umsjón Grænlandinga. Ísland, Grænland og Færeyjar hafa staðið að Vestnorden ferðakaupstefnunni frá upphafi en hún er nú haldin á vegum Ferðamálasamtaka Norður-Atlantshafsins (NATA), sem stofnuð voru af löndunum þremur í ársbyrjun 2007. Kaupstefnan er haldin til skiptis í löndunum þremur, þar af annað hvert ár á Íslandi. Nýtt fyrirkomulag var nú reynt varðandi uppsetningu en í stað bása voru eingöngu borð. Virtist nýtt fyrirkomulag mælast vel fyrir þótt plássíð hefði þurft að vera betra. Þátttakendur virtust ánægðir með sinn hlut þegar upp var staðið, bæði kaupendur og seljendur. Ákvörðun var tekin um að halda Vestnorden 2010 á Akureyri í september.

4.7. Markaðsátak í Evrópu 2009

Í febrúar auglýsti Ferðamálastofa eftir tillögum að samstarfsverkefnum til markaðssetningar íslenskrar ferðaþjónustu í Evrópu. Um var að ræða verkefni sem dreifðust á þrjú meginmarkaðssvæði íslenskrar ferðaþjónustu í Evrópu: í Bretlandi, á meginlandi Evrópu og á Norðurlöndum. Heildarráðstöfunarfé Ferðamálastofu til samstarfsverkefnanna var 70 milljónir króna, sem skiptist bæði í stærri og minni verkefni þar sem framlag Ferðamálastofu gat verið 10, 5 eða 2 milljónir króna. Alls barst 71 umsókn í verkefni að fjárhæð um 700 milljónir króna. Úthlutað var til 17 verkefna. Við mat á umsóknum var tekið tillit til þeirra krafna sem fram komu í auglýsingu en hópur starfsmanna Ferðamálastofu vann að matinu.

4.8. Smærri markaðsverkefni

Í júlí auglýsti Ferðamálastofa eftir umsóknum um samstarfsverkefni vegna smærri verkefna sem tengjast markaðs- og kynningarmálum ferðaþjónustunnar að hausti og vetri 2009-2010. Hámarksframlag Ferðamálastofu til einstaks verkefnis var 1 milljón króna en 300 þúsund að lágmarki, gegn a.m.k. jafnháu framlagi umsækjenda. Óskað var eftir tillögum frá markaðsstofum, ferðamálasamtökum landshlutanna og ferðaþjónustuklúsum um markaðsverkefni og forsvarsmenn þeirra hvattir til að benda ferðaþjónustuaðilum innan sinna vébanda á þá möguleika að sækja um. Gert var ráð fyrir að um samstarfsverkefni nokkurra ferðaþjónustufyrirtækja væri að ræða, eða aðila sem sinna markaðssetningar- og kynningarmálum skilgreindra landssvæða eða fyrirtækjaklasa. Fjórtán verkefni uppfylltu skilyrði og voru valin til samstarfs.

4.9. Markaðsáttak í ferðapjónustu haustið 2009

Í september auglýsti Ferðamálastofa í samstarfi við iðnaðar-ráðuneytið, Útflutningsráð og Reykjavíkurborg, eftir tillögum frá íslenskum ferðapjónustuaðilum að samstarfsverkefnum til markaðssetningar Íslands á tímabilinu október til desember 2009. Um var að ræða verkefni sem dreifðust á meginmarkaðs-svæði íslenskrar ferðapjónustu í Bretlandi, á meginlandi Evrópu, í N-Ameríku og á Norðurlöndum. Heildarráðstöfunarfé/-framlag til samstarfsverkefnanna var 50 milljónir króna og skyldi mótfamlag umssækjenda að lágmarki vera tvöfalt hærra en framlag Ferðamálastofu (2 kr. á móti einni). Lágmarksframlag til eins verkefnis miðaðist við 5 milljónir króna og hámarksframlag við kr. 10 milljónir króna. Alls bárust 20 umsóknir og var samþykkt að ganga til samninga um sex verkefni að heildarfjárhæð um 170 milljónir króna. Öll verkefni snérist um kynningu í formi auglýsinga í prentmiðlum og/eða á vefnum á því tímabili sem um var rætt og uppfylltu einnig önnur þau skilyrði sem fram komu í auglýsingunni um verkefnið.

4.10. Samningar við markaðsstofur landshlutanna

Á síðustu árum hafa ríki, sveitarfélög, ferðamálasamtök og fyrirtæki í ferðapjónustu innanlands þróað svæðisbundið samstarf um markaðs-, upplýsinga- og uppbyggingarmál ferðapjónustunnar. Í mars var gengið frá fyrstu samningum milli Ferðamálastofu og sjö markaðsstofa sem vonast er til að leggja grundvöll að tryggum rekstri þeirra á næstu árum. Samstarfið byggir á sérstakri fjárveitingu og á þeirri forsendu að sveitarfélög og fyrirtæki komi einnig að rekstrinum á móti ríkinu.



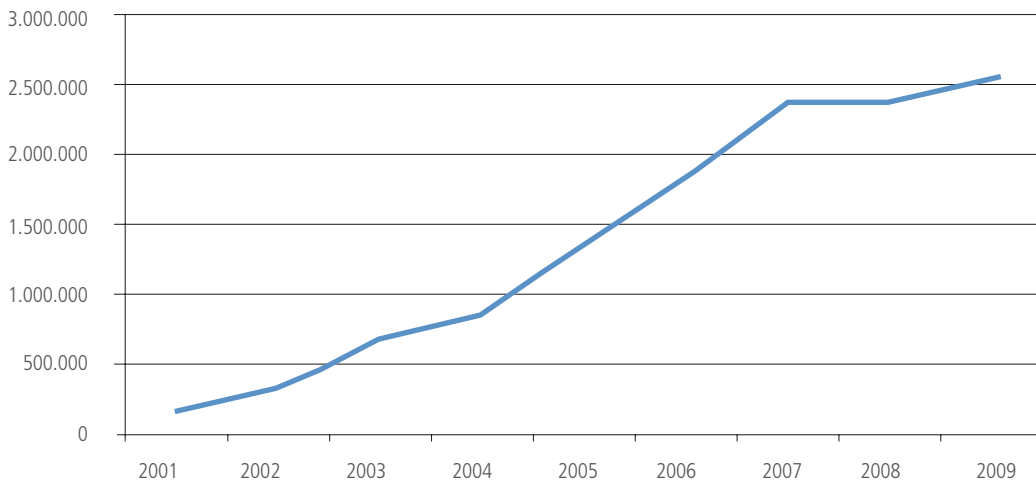
Ferðamálastjóri og forstöðumaður markaðssviðs með framkvæmdastjórum markaðsskrifstofa landshlutanna og Höfuðborgarstofu.

4.11. Vefsíður

Á árinu var sem fyrr haldið áfram þróun landkynningarvefsins www.visiticeland.com. Vefurinn er á níu erlendum tungumálum, þ.e. ensku, dönsku, þýsku, frönsku, spænsku, norsku, sænsku, hollensku og ítölsku. Íslenski hlutinn er síðan ferdalag.is. Við hönnun vefjanna var haft að markmiði að safna saman á einn stað sem mestu af þeim upplýsingum sem nýst gætu bæði Íslendingum og ferðamönnum erlendis frá við skipulagningu ferðalaga um landið. Grundvallarþáttur vefjanna er sá viðamikli gagnagrunnur sem sagt var frá hér að framan. Við gagnagrunninn hefur verið tengd öflug leitarvél sem ætti að gagnast fólki vel við að skipuleggja ferð sína um landið. Með því að nota hana getur fólk fundið upplýsingar um þá tegund þjónustu sem það sækist eftir, í þeim landshluta þangað sem ferðinni er heitið. Heimsóknir voru rúmlega 2,5 milljónir á árinu 2009, sem er talsverð aukning frá fyrra ári. Á meðfylgjandi myndriti má sjá að umferðin hefur vaxið hröðum skrefum undanfarin ár.



Fjöldi heimsókna á visiticeland.com



Á árinu hófst vinna við gagngera endurnýjun vefsins. Verkið er unnið í samstarfi við markaðsstofur landshlutanna og verða í raun til sjö vefir í samræmdu útliti sem allir sækja upplýsingar um þjónustuaðila í gagnagrunn Ferðamálastofu. Með þessu verður til samhæft net landkynningarvefja með yfirgripsmiklum upplýsingum um alla landshluta. Sem fyrr er sagt var á árinu einnig sett upp japönsk síða í tengslum við JATA-ferðakaupstefnuna. Skrifstofa Ferðamálastofu í New York heldur úti sér vefsíðu sem sérstaklega er hönnuð með markaðssvæði N.-Ameríku í huga. Hann er á slóðinni www.icelandtouristboard.com. „Iceland Gourmetguide“ er vefur sem ætlað er að kynna sælkeralandið Ísland erlendis, einkum á Bretlandsmarkaði. Um er að

ræða gagnvirkan vef með upplýsingum um veitingastaði um allt land, kynningu á íslensku gæðahráefni og matarhefðum, ásamt umfjöllun um okkar helstu matreiðslumeistara. Að vefnum standa Ferðamálastofa og Iceland Naturally verkefnið. Slóðin er www.icelandgourmetguide.com

Ferðamálastofa sér einnig um hluta Íslands á Evrópugáttinni svonefndu eða www.visiteruope.com. Verkefninu er stýrt af Ferðamálaráði Evrópu þar sem Ísland á aðild. Vefurinn er einkum hugsaður fyrir fjærmarkaði, þ.e. Ameríku, Asíu, Afríku og Eyjaálfu, og ber hvert land ábyrgð á að koma upplýsingum inn á sinn hluta vefsins.

4.12. Ráðstefnuskrifstofa Íslands

Vegna erfiðrar fjárhagsstöðu Ráðstefnuskrifstofu Íslands, sem orsakaðist af gengistapi árið 2008, ákvað stjórnin að draga saman seglin og einbeita sér að því að byggja aftur fjárhagslegan grunn undir starfseminni. Því var ákveðið að fella niður öll samþykkt verkefni samkvæmt verkefnaáætlun að undanskildum sýningunum IMEX í Frankfurt og EIBTM í Barcelona, ásamt kynningarferð fyrir fagaðila (FAM-ferð) undir merkjum Get the Idea. IMEX í Frankfurt fór fram dagana 26.-28. maí og tóku 8 aðildarfélagar þátt í sýningunni. Sýningin gekk vel þó svo að greinilegt væri að markaðurinn hafði ekki enn tekið við sér að fullu. Send voru út um 700 póstkort á kaupendur til þess að vekja athygli á Íslandi. Einnig var dreift fréttatilkyningum í sama tilgangi á meðan á sýningunni stóð.

EIBTM í Barcelona fór fram dagana 1.-3. desember og tóku 12 aðildarfélagar þátt í sýningunni. Sýningin gekk vel. Voru allir sammála um að markaðurinn væri að taka kipp og að það væri greinilegt að fyrirtæki, félagasamtök og stofnanir væru aftur farin að huga að ráðstefnum, viðburðum og hvataferðum.

Ráðstefnuskrifstofan stóð fyrir kynningarferð fyrir fagaðila (FAM-ferð) í september sem gekk undir nafninu „Get the Idea“. Alls tóku 12 söluaðilar frá Evrópu þátt í ferðinni og 6 aðildarfélagar og miðaðist dagskrá ferðarinnar við að sýna hvað Ísland hefur upp á að bjóða fyrir bæði ráðstefnur og hvataferðir. Almennt var ánægja með ferðina hjá þeim sem tóku þátt.

Að öðru leyti fór starf Ráðstefnuskrifstofunnar í upplýsingaöflun, svörum fyrirspurna og undirbúningsvinnu vegna nýrrar heimasíðu, ásamt hefðbundnu starfi.

4.13. Cruise Iceland

Cruise Iceland er samvinnuverkefni þeirra hagsmunaaðila sem njóta góðs af komu skemmtiferðaskipa til landsins. Hér er um að ræða einn af mörgum vaxtarbroddum í ferðaþjónustunni og hefur með samstilltu átaki tekist að fjölga jafnt og þétt heimsóknum skemmtiferðaskipa með tilheyrandi fjölgun ferðamanna. Einnig hefur tekist að fjölga aðildarfélögum og eru þeir nú samtals 25, þar af 11 hafnir. Ferðamálastofa hefur frá upphafi séð um mál-efni Cruise Iceland samkvæmt samningi við stjórn verkefnisins. Meðal helstu verkefna er skipulagning og þátttaka á fagsýningum í Miami og í Evrópu, viðhald vefsíðu, svörum fyrirspurna og skipulagning blaðamannaferða. Á árinu lauk verkefninu Komdu í land sem Útflutningsráð Íslands stóð fyrir í samstarfi við Ferðamálastofu. Tilgangur þessarar vinnu var að skoða möguleika á hverjum stað fyrir sig er tekur á móti skemmtiferðaskipum og hvernig hægt er að vinna betur saman og byggja upp aukna þjónustu fyrir farþega skemmtiferðaskipa og áhafnameðlima sem ekki eru að fara í skipulagðar ferðir.

Á árinu var haldinn stefnumótunarfundur í Borgarnesi og var megingilgangurinn að fá aðildarfélag til að koma saman og endurskoða og leggja ný drög að stefnu samtakanna til framtíðar.



Frá EIBTM í Barcelona 2009.

4.14. Vænlegasta veganestið 2009

„Vænlegasta veganestið“ var nafnið á léttum og skemmtilegum leik sem Ferðamálastofa gekkst fyrir sumarið 2009 í samvinnu við Rás 2. Í honum gafst almenningi kostur á að velja „vænlegasta veganestið“ með því að senda inn ábendingar um skemmtilegan, óvenjulegan eða sérstaklega góðan skyndibita eða aðrar veitingar á ferð sinni um landið. Dreigið var úr hópi þátttakenda í viku hverri. Til að senda inn ábendingar var farið inn á vefinn www.ferdalag.is og skiptu þær hundruðum.

4.15. Starfshópur um markaðssetningu Keflavíkurflugvallar

Ráðherra ferðamála skipaði á árinu starfshóp til að móta aðkomu ferðaþjónustunnar að markaðssetningu Keflavíkurflugvallar ohf. Ferðamálastjóri stýrði hópnum og Sunna Þórðardóttir, verkefnisstjóri hjá Ferðamálastofu, var starfsmaður hans. Aðrir í hópnum voru aðilar frá Keflavíkurflugvelli, Reykjavíkurborg og SAF. Hlutverk hópsins var tvíþætt. Annarsvegar átti fyrir 1. maí að skila tillögum sem nýst gætu á kaupstefnunni Routes Europe. Hins vegar átti hópurinn að skila fyrir 10. nóvember mótaðri tillögu til ráðherra ferðamála um það hvernig þessu samstarfi skuli háttað og hvernig best skuli staðið að aðkomu hagsmunaaðila og fjármögnun þess. Um mitt ár var hópurinn jafnframt beðinn um að huga að öðrum flugvöllum á Íslandi í vinnu sinni. Hópurinn skilaði tillögum sínum til ráðherra í lok árs 2009, en tillögurnar má nálgast hjá Sunnu Þórðardóttur (sunna@icetourist.is).

5. STJÓRNSÝSLA OG LÖGFRÆÐI

Útgáfa starfsleyfa og skráning starfsemi er meðal verkefna Ferðamálastofu samkvæmt lögum. Í ört vaxandi atvinnugrein er mikilvægt að staðið sé faglega að leyfisveitingum og auknar kröfur eru liður í að auka gæði íslenskrar ferðaþjónustu. Öll starfsemi og þjónusta ferðaskrifstofa og ferðaskipulagningar er leyfisskyld en öll starfsemi bókonarþjónustu og upplýsingamiðstöðva er skráningarskyld. Með því að næstum öll ferðatengd þjónusta í atvinnuskyni sé leyfisskyld eru hagsmunir neytenda verndaðir enn frekar og þeir meðvitaðri um virði þess að ferðaþjónustuaðilar hafi tilskilin leyfi og hvatt til aukins eftirlits neytenda.

5.1. Upplýsingar og eftirlit

Ferðamálastofa birtir skrá yfir leyfis- og skráningarskylda aðila á heimasíðu sinni sem og tilkynningar um brotfall leyfa. Með þessu er aðgengi almennings að upplýsingum gert betra.

Ferðamálastofa hefur eftirlit með rekstri ferðaskrifstofa og með að skilyrðum fyrir leyfum og skráningu sé fullnægt. Enn fremur hefur stofnunin eftirlit með ólöglegri starfsemi og að myndræn auðkenni séu ekki misnotuð en á leyfisskyldum aðilum hvílir sú skylda að birta myndrænt auðkenni Ferðamálastofu á vefsíðum sínum og í auglýsingum. Skráningarskyldir aðilar hafa heimild til að nota auðkennin.

5.2. Þvingunarúrræði

Ef starfsemi er rekin án tilskilins leyfis eða skráningar getur Ferðamálastofa beitt þvingunarúrræðum. Ferðamálastofa getur óskað atbeina lögreglustjóra sem ber án fyrirvara eða aðvörunar að stöðva starfsemi, þ.á m. með lokun starfsstöðva og heimasíðu. Það varðar sektum að reka starfsemi án leyfis eða skráningar nema þingri refsing liggja við samkvæmt öðrum lögum. Til slíks hefur þó ekki komið.

5.3. Tryggingar

Leyfisskyldir aðilar sem selja alferðir, þ.e.a.s. ferðaskrifstofur, eru skyldugir til að hafa tryggingu komi til rekstrarstöðvunar eða gjaldþrots. Tryggingin er ekki starfsábyrgðartrygging heldur er henni ætlað að tryggja að viðskiptavinur geti lokið alferð í samræmi við upphaflega áætlun, heimflutning viðskiptavina úr alferð og endurgreiðslu fjár sem viðskiptavinur hefur þegar greitt vegna alferðar sem enn er ófarin. Einungis er beint fjárhagslegt tjón af alferð greitt af tryggingarfé ferðaskrifstofa en ekki tjón sem rekja má til hugsanlegra óþæginda eða miska. Fjárhæð trygginga er ákvörðuð út frá veltu ferðaskrifstofa. Ferðamálastofa tekur ákvörðun um fjárhæð tryggingar að fenginni umsögn löggilts endurskoðanda.



5.4. Niðurfelling leyfis

Leyfi til reksturs ferðaskipuleggjanda og ferðaskrifstofu fellur niður ef leyfishafi eða forsvarsmáður leyfishafa er úrskurðaður gjaldþrota, er sviptur fjárræði eða ef trygging sú sem ferðaskrifstofu er skylt að setja fellur niður eða fullnægir ekki laga-skilyrðum.

Ferðamálastofa getur fellt úr gildi leyfi ef leyfishafi eða forsvarsmáður uppfyllir ekki lengur skilyrði leyfisveitinga, ef leyfishafi eða forsvarsmáður verður uppvís að misnotkun á leyfi eða myndrænu auðkenni Ferðamálastofu eða brýtur á annan hátt gegn ákvæðum laga nr. 73/2005 um skipulag ferðamála.

Ef ferðaskrifstofa skilar ekki ársreikningum eða öðrum nauðsynlegum gögnum vegna mats á tryggingarfjárhæð eða hún sinnir ekki ákvörðun Ferðamálastofu um hækkun tryggingarfjárhæðar innan mánaðar frá því að ákvörðun um hækkun er tilkynnt er Ferðamálastofu heimilt að fella niður leyfi.

Fjöl margar ábendingar bárust um starfsemi leyfislausra ferðaskipuleggjanda árið 2009. Við ábendingum var brugðist og flestir hafa nú sótt um leyfi eða eru í umsóknarferli.

Á árinu kærðu nokkrar ferðaskrifstofur ákvarðanir Ferðamálastofu um tryggingarfjárhæðir vegna alferða til iðnaðarráðuneytisins. Kærurnar beindust m.a. að því að sú regla, að miða við veltu ársins á undan, þegar það átti við, við útreikning á fjárhæð trygginga, hafi komið sér afar illa í kjölfar efnahagskreppunnar, þar sem sala alferða til útlanda hafi dregist mjög mikið saman milli ára og að erfiðara hafi verið fyrir ferðaskrifstofur að fá bankaábyrgðir fyrir umræddum tryggingum.

Ein ákvörðun vegna veitingar ferðaskipuleggjendaleyfis var kærð til iðnaðarráðuneytisins.

Nokkrar kvartanir bárust vegna þjónustu ferðaþjónustuaðila og var þeim svarað eða þær framsendar á þar til bært yfirvald. Engar beiðnir voru sendar til lögreglustjóra um lokun starfsemi.

5.5. Yfirlit um útgefin leyfi

Í meðfylgjandi töflu má sjá þróun í fjölda útgefna leyfa. Eins og fram kemur varð mikil fjölgun í útgáfu ferðaskipuleggjendaleyfa á árinu.

Yfirlit um útgefin leyfi	2008	2009
Ferðaskrifstofuleyfi í árslok 2008	112	109
Ný leyfi útgefin á árinu 2008	13	11
Ferðaskipuleggjendaleyfi í árslok 2008	130	224
Ný leyfi útgefin á árinu 2008	34	96
Upplýsingamiðst./bókunarmiðst. í árslok 2008	40	54
Ný leyfi útgefin á árinu 2008	7	14

Tafla 8

6. RANNSÓKNIR OG KANNANIR

6.1. Fjöldi ferðamanna

Erlendum ferðamönnum fjölgaði frá mörgum helstu mörkuðum íslenskrar ferðþjónustu skv. talingum Ferðamálastofu á brottförum um Leifsstöð. Ferðamálastofa hóf brottfarartalningar í Leifsstöð í febrúar 2002 og hafa þær verið í gangi síðan.

Erlendir gestir á árinu, að meðtöldum farþegum skemmtiferðaskipa, voru 566 þúsund á árinu en voru 562 þúsund árið 2008. Langflestir erlendra gesta, eða 94%, fóru um Keflavíkurflugvöll, 2,8% um Reykjavíkurflugvöll, 2,8% með Norrænu um Seyðisfjörð og 0,3% um Akureyrar- og Egilsstaðaflugvöll. Skiptinguna má sjá í töflunni hér fyrir neðan. Farþegar til Íslands með skemmtiferðaskipum voru tæplega 72 þúsund á árinu 2009, 16% fleiri en árinu áður.

Erlendir gestir til Íslands 2008/2009	Breyting milli ára			
	2008	2009	Fjöldi	(%)
Keflavíkurflugvöllur	472.700	464.540	-8.160	-1,7
Seyðisfjörður	14.500	13.900	-600	-4,4
Reykjavíkurflugvöllur	12.100	13.800	1.700	14,2
Akureyrarflugvöllur	2.000	1.600	-400	-21,5
Egilsstaðaflugvöllur	1.000	150	-850	-18,8
Samtals	502.300	493.990	-8.310	-1,7
Farþegar með skemmtiferðaskipum	61.700	71.600	9.900	16,0

Tafla 9



Brottfarartalningar á Keflavíkurflugvelli

Eins og fram kemur hér að ofan fóru 464.500 erlendir gestir frá landinu um Leifsstöð á árinu 2009 en samkvæmt brottfarartalningum Ferðamálastofu á Keflavíkurflugvelli eftir helstu þjóðernum var mikil fjölgun frá Mið- og Suður Evrópu á árinu 2009 í samanburði við fyrra ár, Spánverjum fjölgaði um 32%, Ítölum um 25%, Svisslendingum um 21%, Þjóðverjum um 15% og Frökkum um 10%. Ferðamönnum frá ríkjum Norður Ameríkönnum fjölgaði um tæp 8% en fjöldi Norðurlandabúa stóð í stað. Bretum fækkaði hins vegar um 12%, Pólverjum um 41% og gestum frá öðrum svæðum um 15%.

Allar brottfarir erlendra gesta um Leifsstöð eru inni í þessum talningum, þ.m.t. brottfarir erlends vinnuafls. Þar sem ekki er eftirlit með vinnuafli frá evrópska efnahagssvæðinu er erfitt að meta hlutfall þess í tölum en gera má ráð fyrir að erlent vinnuafl hafi vegið töluvert þyngra árið 2008.

Samkvæmt talningum Ferðamálastofu á Keflavíkurflugvelli fóru 254.500 Íslendingar utan á árinu 2009 en á árinu 2008 fóru 406.600 Íslendingar utan. Fækkunin nemur 37% milli ára.

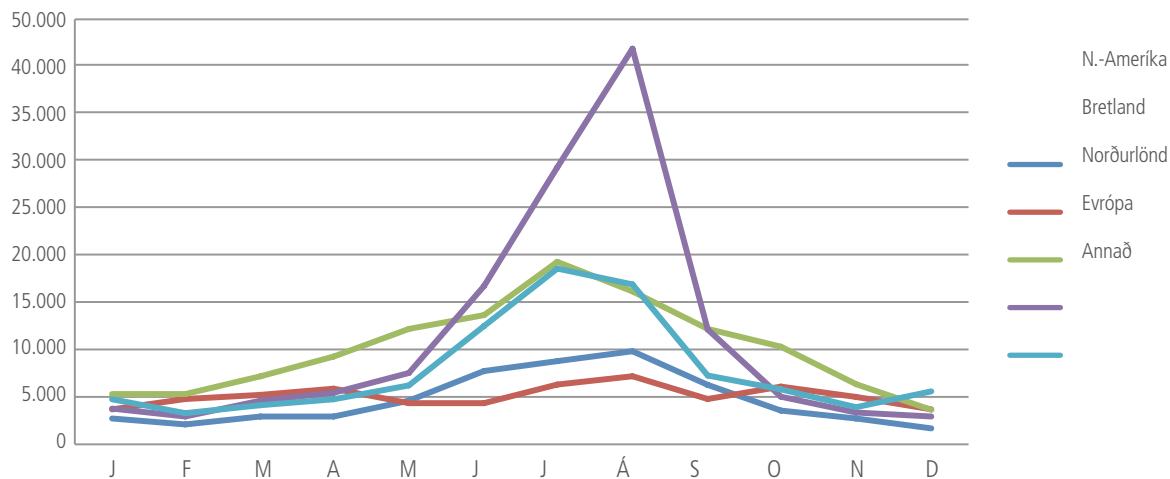
Brottfarir um Leifsstöð eftir markaðssvæðum				
	Breyting milli ára			
	2008	2009	Fjöldi	(%)
Norðurlönd	119.204	119.742	538	0,5
Bretland	69.982	61.619	-8.363	-12,0
Mið-/S-Evrópa	117.727	135.021	17.294	14,7
Norður Ameríka	51.063	54.972	3.909	7,7
Annað	114.696	93.182	-21.514	-18,8
Samtals	472.672	464.536	-8.136	-1,7
Ísland	406.646	254.537	-152.109	-37,4

Tafla 10

Brottfarir um Leifsstöð eftir þjóðernum				
	Breyting milli ára			
	2008	2009	Fjöldi	(%)
Bandaríkin	40.495	43.909	3.414	8,4
Bretland	69.982	61.619	-8.363	-12,0
Danmörk	41.026	40.270	-756	-1,8
Finnland	10.797	11.566	769	7,1
Frakkland	26.161	28.818	2.657	10,2
Holland	18.756	19.262	506	2,7
Ítalía	10.116	12.645	2.529	25,0
Japan	6.732	7.048	316	4,7
Kanada	10.568	11.063	495	4,7
Kína	5.760	5.368	-392	-6,8
Noregur	35.122	36.485	1.363	3,9
Pólland	24.227	14.340	-9.887	-40,8
Spánn	10.438	13.771	3.333	31,9
Sviss	7.136	8.646	1.510	21,2
Svíþjóð	32.259	31.421	-838	-2,6
Þýskaland	45.120	51.879	6.759	15,0
Annað	77.977	66.426	-11.551	-14,8
Samtals	472.672	464.536	-8.136	-1,7

Tafla 11

Dreifing ferðamanna yfir árið eftir markaðssvæðum



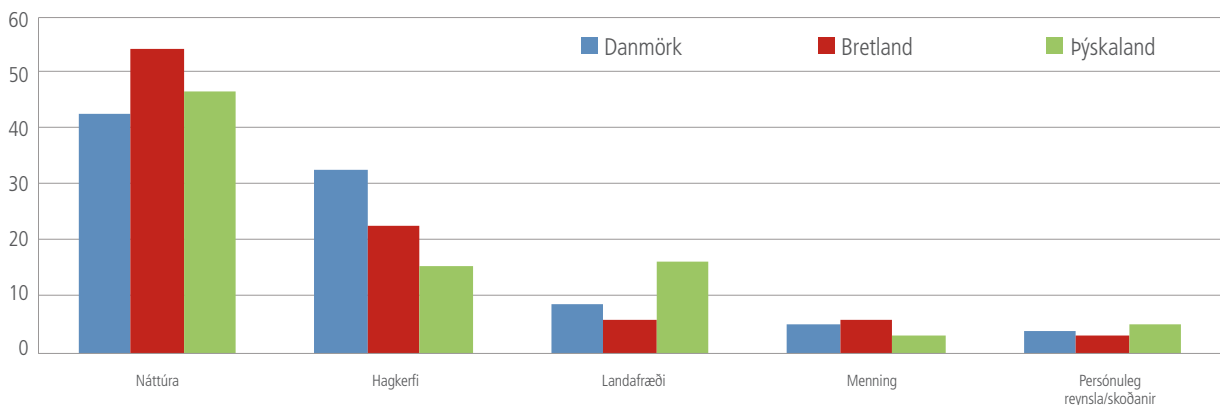
6.2. Rannsókn á viðhorfi til Íslands

Útflutningsráð Íslands og Ferðamálastofa fengu snemma árs 2009 ParX Viðskiptaráðgjöf IBM til að rannsaka viðhorf almennings til Íslands í þremur löndum: Bretlandi, Þýskalandi og Danmörku en löndin eru meðal stærstu viðskiptamarkaða Íslands. Markmið rannsóknarinnar var að byggja upp hagnýt viðmið sem nýta mætti við mat og uppbyggingu á ímynd landsins. Í því samhengi var viðhorf almennings til lands og þjóðar metið sem og viðhorf til íslenskrar vöru, þjónustu og til landsins almennt sem áfangastaðar fyrir ferðamenn. Í rannsóknina var m.a. ráðist í ljósi mikillar umræðu um að ímynd Íslands hefði beðið hnekki á alþjóðavettvangi í kjölfar bankahrunsins og að hana þyrfti að bæta. Fáar viðhorfsrannsóknir hafa verið gerðar um Ísland en

samstarfsverkefnið Iceland Naturally hefur þó staðið fyrir slíkum rannsóknum í Bandaríkjunum og Evrópu. Þá lét Ferðamálastofa gera viðhorfsrannsókn til Íslands og hvalveiða í fimm löndum árið 2007. Þessar rannsóknir voru notaðar til viðmiðunar og samanburðar.

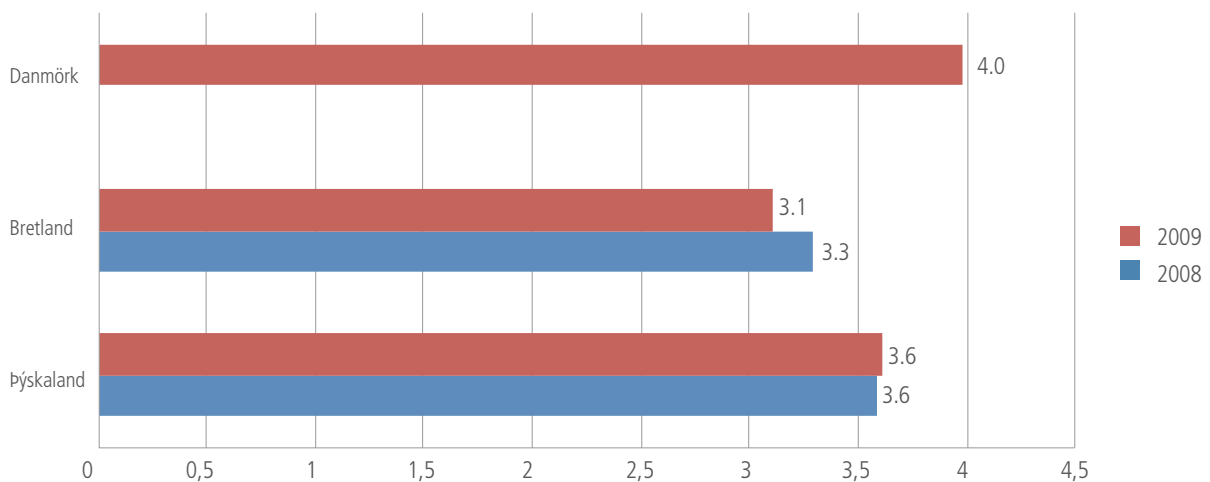
Niðurstöður voru kynntar á málþingi í Salnum í Kópavogi í maí, undir yfirskriftinni „Að tala fyrir Íslands hönd“. Meginniðurstöður sýndu að Ísland er sem fyrr helst tengt við náttúru, þó staða þjóðarbúsins sé einnig ofarlega í huga almennings í Danmörku, Bretlandi og Þýskalandi. Viðhorf til Íslands sem áfangastaðar er gott og hefur ekki breyst í Þýskalandi frá árinu 2007 en hefur breyst til hins verra í Bretlandi. Danir eru hins vegar jákvæðastir gagnvart Íslandi sem áfangastað fyrir ferðamenn. Heildarniðurstöður eru aðgengilegar á ferdamalastofa.is.

Ísland - hvað kemur upp í hugann?



Hversu jákvæð(ur) eða neikvæð(ur) ert þú gagnvart Íslandi sem áfangastað

5 = Mjög jákvæð(ur), 1 = Mjög neikvæð(ur)



6.3. Ferðaáform Íslendinga innanlands

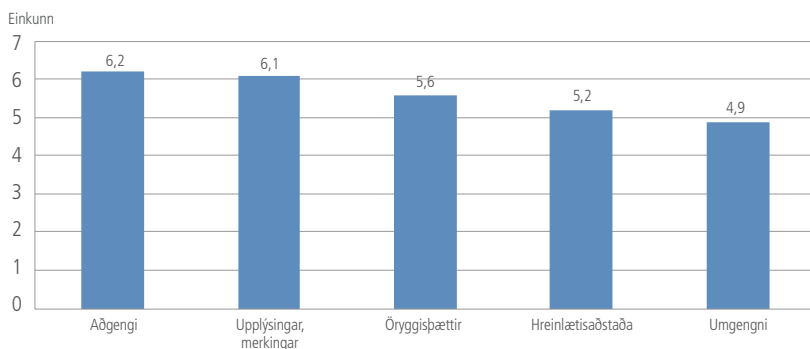
Ferðamálastofa fékk fyrirtækið MMR (Markaðs og miðlarannsóknir ehf.) til að framkvæma könnun um ferðaáform Íslendinga innanlands á tímabilinu maí til september 2009. Kannað var hvort Íslendingar ætluðu að ferðast í meira mæli innanlands en fyrri ár, hvert þeir ætluðu að ferðast, hvaða þjónustu þeir ætluðu að nýta, hvenær og hve margar ferðir þeir áætluðu að fara, hve lengi þeir áætluðu að dvelja og með hverjum þeir kæmu til með að ferðast. Auk þess var hugað að því hvað hefði áhrif á ákvarðanatöku

þegar ferðalög innanlands eru annars vegar, hvaða svæði væri mest spennandi til ferðalaga og hver viðhorf Íslendinga væru almennt til aðstöðu á ferðamannastöðum. Könnunin var unnin sem net- og símakönnun.

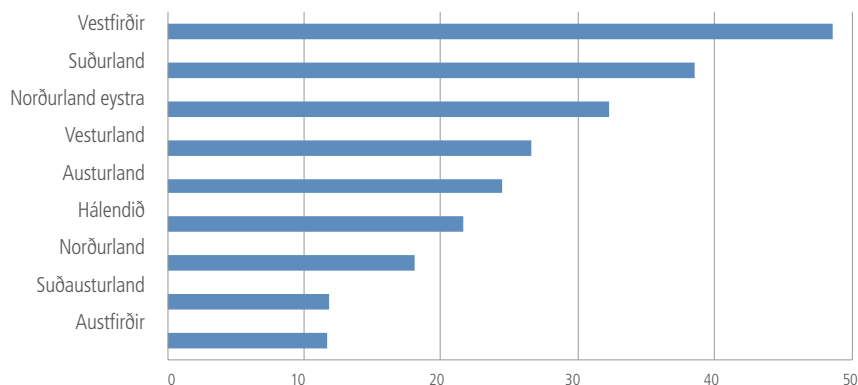
Niðurstöður sýndu að níu Íslendingar af hverjum tíu ætluðu að ferðast innanlands sem var nokkuð hærra hlutfall en fyrri kannanir Ferðamálastofu höfðu sýnt. Rúmlega 60% ætluðu eingöngu að ferðast innanlands, tæplega helmingur ætlaði að eyða fleiri gistinóttum á ferðalögum innanlands á tímabilinu en árinu áður og tveir þriðju ætluðu að fara að minnsta kosti þrjár ferðir. Heildarniðurstöður eru aðgengilegar á ferdamalastofa.is

Hversu ánægð(ur) eða óánægð(ur) ert þú með ferðamannastaði

10 = Mjög jákvæð(ur), 1 = Mjög neikvæð(ur)



Hvaða landssvæði eru mest spennandi til ferðalaga á Íslandi?



6.4. Tölfræðibæklingur Ferðamálastofu

Tölfræðibæklingur Ferðamálastofu, Ferðapjónusta á Íslandi í tölum, kom út í október. Ferðamálastofa stefnir á að auka miðlun tölfræðilegra upplýsinga er varða atvinnugreinina og verður bæklingurinn endurnýjaður um það bil ársþriðjungslega. Tölfræðibæklingurinn er gefinn út á rafrænu formi sem PDF-skjal, bæði á íslensku og ensku. Í bæklingnum eru teknar saman og settar fram í myndrænu formi ýmsar tölulegar staðreyndir um íslenska ferðapjónustu, fjölda erlendra ferðamanna og ferðahæðun þeirra. Helstu heimildir eru kannanir Ferðamálastofu meðal erlendra ferðamanna, talning ferðamanna í Leifsstöð og tölur frá Seðlabankanum og Hagstofunni.

6.5. Samantekt um ferðamenn

Á árinu var skrifað undir samning við Rannsóknir og ráðgjöf ferðapjónustunnar (RFF) um að vinna samantekt um ferðamenn á Íslandi frá september 2008 til ágúst 2009 og samanburð við árið á undan. Í greinargerðinni er stuðst við könnun sem (RFF) framkvæmdi meðal erlendra brottfarargesta í Leifsstöð og á

Seyðisfirði. Könnunin gengur undir heitinu Dear Visitors og hefur verið framkvæmd frá árinu 1996 og stöðugt allt árið frá janúar 2004. Markmiðið með greinargerðinni er að nýta upplýsingar úr könnunum til að fá gleggri upplýsingar um samsetningu erlendra ferðamanna sem til Íslands komu á þessu tímabili.



7. SAMTÖK UM HEILSUFERÐAÞJÓNUSTU

Á árinu tók Ferðamálastofa þátt í vinnu í tengslum við heilsuferðaþjónustu og möguleika á eflingu hennar hérlandis.

Miðvikudaginn 18. mars gekkst iðnaðarráðuneytið í samstarfi við og Ferðamálastofu, Háskólann á Hólum og Vatnavini fyrir ráðstefnu um heilsuferðaþjónustu undir yfirskriftinni Heilsa – Upplifun – Velliðan. Ráðstefnan var haldin á Hilton Reykjavík Nordica og var fjölsótt.

Á haustdögum óskaði iðnaðarráðherra eftir að fá tillögur um þá möguleika sem felast í nýtingu heita vatnsins og annarra náttúruauðlinda hér á landi til eflingar heilsutengdri ferðaþjónustu. Óformlegur starfshópur var skipaður í málið og í honum sátu f.h. Ferðamálastofu Jón Gunnar Borgþórsson og Sunna Þórðardóttir. Hópurinn fundaði nokkrum sinnum með hagsmunaaðilum og skilaði tillögum sínum til ráðherra.

Þann 5. nóvember gengust Ferðamálastofa og iðnaðarráðuneytið fyrir vinnufundi um sóknarfæri í heilsutengdri ferðaþjónustu. Þangað mætti breiður hópur fulltrúa fyrirtækja í ferðaþjónustu og heilbrigðisþjónustu og sérfræðinga tengdum heilbrigðum lífsstíl. Fundargestir skipuðu sér í fimm umræðuhópa og ræddu m.a. gæði í íslenskrri heilsuferðaþjónustu, vörubrúun, markaðsmál, samstarfsvettvang og hvar íslensk heilsuferðaþjónusta yrði hugsanlega stödd árið 2014. Fjörugar umræður spunnust um efni fundarins og greinilegt að fjölmörg atriði þarf að fara í saumana á til að þessi ferðaþjónusta geti orðið að söluvænni vöru. Í framhaldi af þessu voru í lok janúar 2010 stofnuð með formlegum hætti Samtök um heilsuferðaþjónustu.



Frá vinnufundi iðnaðarráðuneytis og Ferðamálastofu um sóknarfæri í heilsutengdri ferðaþjónustu



