

Íbúar eru líka gestir !  
Sveitarfélög og ferðapjónusta  
ávarp sbj

Ágætu gestir

Það er mér mikil ánægja að fá að ávarpa þetta ferðamálalag og þakka það.

Ég hef alltaf haft mikinn áhuga á ferðamálum og vann til lengri tíma í þessum geira. Ég er svo heppin að vera bæjarstjóri á vinsælasta ferðamannastað landsins og stjórna stærsta ferðapjónustuaðilanum á Norðurlandi sem ég tel Akureyrarbæ vera. Þetta er skemmtilegasti bransi sem hægt er að hugsa sér að vinna í og það helgast ekki síst af því að við erum með frábæra vöru að selja – landið okkar – náttúru, mannlíf og menningu sem við erum svo stolt af og viljum að allur heimurinn fái að njóta.

Fólkið sem hefur valið sér þennan geira að atvinnu vill gera íslandsheimsóknina að ógleymanlegu ferðalagi og upplifun og hefur svo sannarlega lagt sitt af mörkum til að svo megi verða.

Það sem einkennir ferðapjónustuna er að það er dagurinn í dag sem skiptir máli, það þarf að grípa hann og nýta hann vel. Þetta er svona sagna og hetjudáðabransi sem hentar vel íslensku þjóðarsálinni.

Ég ætla að fjalla hér í dag um mikilvægi samvinnu í þessum geira og hvernig við getum orðið sterkari saman.

Fyrir um 16 árum síðan var ég hóteltjóri á Hótel Norðurlandi á Akureyri og þá ríkti grimm samkeppni á milli Gunna Karls skattstjóra á KEA, Aðalgeirs á Hótel Óðali og mín og það var óhugsandi að þessi hótél ættu eftir að sameinast eða nokkuð slíkt – sem reyndin er í dag. Þá hittust aðilar í ferðapjónustu á samráðsfundum þá var ákveðið að fara í markaðsátak og markaðssetja Akureyri um páska.

Sloganið var Akureyri staður til að slappa af - þá var staðan þannig að Sundlaugin var lokað föstudaginn langa og páskadag, þetta var fyrir tíma Listasafnsins, Leikfélagið var í páskafrí og það var hægt að spássera hér um miðbæinn og innbæinn eftir skíðaferð í fjallið. Karólína var ekki komin og ekki Bláa kannan það var ekkert nema , Bautinn og Terían á KEA þar sem mátti fá sér saxbauta frá og Greifinn sem var nýji veitingastaðurinn þannig að yfirskriftin var mjög passandi –

Akureyri staður til að slappa af og gárungarnir sem láta ekki að sér hæða voru búnir að betrubæta slagorðið áður en dagurinn var liðinn

Akureyri staður til að slappa af – Akureyri staður til að deyja á !!!!

Þetta var fyrir nákvæmlega 16 árum síðan – það er ekki lengra síðan. Átakið tókst ekkert sérstaklega vel og verður ekki í minnum haft en engu að síður settust samkeppnisaðilar niður og réðu ráðum sínum

En hægt og sígandi óx ferðapjónustunni á Akureyri og í Eyjafirði fiskur um hrygg –en án tiltölulegrar litlar stefnumótunnar eða áherslu. Ferðamálasamtökin lögðu sitt af mörkum og unnu mikilvægt grasrótastarf og úr varð Markaðsskrifstofa Norðurlands í góðri samvinnu við sveitarfélögin og fyrirtæki á svæðinu til fyrir nokkrum árum sem var hárrétt skref að stíga að mínu mati og starf Markaðsstofunnar hefur sannað sig og þar held ég að öðrum ólöstum sé hlutur Kjartans Lárussonar stærstur.

Ég tel mjög mikilvægt að við temjum okkur þennan svæðishugsunarhátt og í þeim tilgangi að auka fjölbreytni og aðdráttarafl fyrir ferðamenn - það er eitthvað sem er litlu bæjarfélagi um megn. Í Byggðaáætlun sem var í gangi hér fyrir nokkrum árum var líka myndaður ferðamálaklassi og sú aðferðarfræði með MFN virkaði ágætlega og klasasamstarf yfirleitt hentar geira eins og ferðapjónustunni ágætlega - að skapa samvinnu í annars harðri samkeppni. -

Okkur Akureyringum fannst engu að síður eitthvað skorta og í kjölfar kosningar 2006 var lagt af stað með hugmynd um að efla ferðapjónustuna í bænum og gera henni hærra undir höfði – viðurkenna sem atvinnugrein. Breyta Akureyri úr viðkomustað í áfangastað.

Akureyrarstofa var sett á laggirnar og unnin mjög viðamikil stefnumótun í ferðapjónustu fyrir Akureyri – Gerð SVÓT greining og lögð mikil áhersla á að greina sóknarfærin og veikleikanna og bæta úr þeim sem mest við getum.

Við fundum það í þessari vinnu að þeim sem stóðu að MFN var ekki sama - óttuðust um sinn hag en unnu með okkur í góðri sátt engu að síður en ég held að reynslan hafi sýnt að þetta er til hagsbóta fyrir báða aðila. Sterk sýn Akureyrar á ferðapjónustuhlutverk sitt hlýtur að styrkja starf MFN og öfugt.

Í svæðisamvinnu á víðfeðmu svæði er alltaf hættan á að einhverjir upplifi sig sem að þeir njóti ekki ávaxtanna en ef að sýn litlu aðilana er sterk og ákveðin til framtíðar þá geta þeir gert aðrar og betri kröfur til starfs markaðsskrifstofanna og það er með þetta eins og allt annað - við uppskerum eins og við sáum.

Sveitarfélögin eru flest líka ferðapjónustuaðilar - og ég tala kannski fyrst og fremst út frá mínu bæjarfélagi - allt sem við gerum fyrir íbúa bæjarins nýtist líka í ferðapjónustu og íbúarnir okkar eru líka gestir sem þarf að taka tillit til og markaðssetja vörur eða viðburði.

Sveitarfélögin reka t.d. tjaldsvæði, skíðasvæði, söfn, íþróttamannvirki, hafnir, útivistarsvæði, íbúarnir hafa atvinnu af ferðapjónustu í gegnum opinbera þjónustu og í gegnum verslun og þjónustu, gististaði, bílaleigur, bensínstöðvar og svo mætti lengi telja.

Það er mjög mikilvægt fyrir sveitarfélögin að líta á sig sem ferðapjónustuaðila – það kemur ný hugsun í gang- bæði hvað varðar opnunartíma, tilboð, markaðssetningu og möguleika.

Ég nefni sem dæmi að ég lít á skíðasvæðið í Hlíðarfjalli ekki bara sem útivistarsvæði og íþróttamannvirki heldur einn af seglum Akureyrar en skíðasvæðið í Bláfjöllum er útivistarsvæði og íþróttamannvirki en ekki einn af seglum Reykjavíkur – og ég varð að viðurkenna að mér hefur ekki dottið í hug að fara í skíðaferð til Reykjavíkur – kannski þegar brekkurnar verða orðnar yfirbyggðar ???

Við höfum markvisst verið að efla markaðssetningu á bænum og sjáum ferðapjónustuna sem einn af lykilþáttum í atvinnusköpun þar. Þar hafa „pakkar“ til Akureyrar verið kynnt undir sameiginlegu merki – Komdu norður – öll lífsins list og Aðventuævintýri

Annað dæmi um samvinnu er verslunarmannahelgin – sem tókst afar vel í ár í góðri samvinnu tuga aðila sem settu sér sameiginleg markmið og lögðu allt undir til að ná þeim fram. Núna í ár lögðum við áherslu á sérstöðu Akureyringa, Ingimar Eydal, pylsur með rauðkáli, kók í bauk, lindusúkkulaði og valash og vorum kannski hæfilega sveitaleg og það gekk betur. Allir elskuðu friðinn enda var tekið á móti þeim með ást og kærleik á rauðu ljósi.

Bæjarhátíðir sérstakt fyrirbrigði sem settar voru af stað í upphafi sérstaklega til að auka staðarvitund og samkennd íbúa, laða til sín fjölmarga ferðamenn – suma sem hafa áhuga á að kynnast þessari staðarvitund og samkennd og aðra sem eru í allt öðrum tilgangi og þessi hugmynd eins frábær og hún er snýst stundum upp í andhverfu sína og hefur neikvæð áhrif á ferðamennsku. Hverja einustu helgi yfir 10 vikna sumartímabil er einhversstaðar bæjarhátíð að finna á landinu – í öllum landshornum og flestar ganga ágætlega og eru vel heppnaðar en engu að síður eru sveitarfélög að lenda í vandræðum og leiðindauppákomum sem

enginn vill standa í. Því þetta er sett af stað með töluverðum fjármunum og fyrirhöfn til að vekja athygli á bæjarfélaginu, skapa viðburð, afla tekna og skapa eitthvað við að vera.

Það sem hefur einkennt þennan bransa er óþolinmæði eftir árangri og uppskeru. Hann býr við óþolinmótt fjármagn og hátt vaxtarstig og gríðarmiklar og oft á tíðum bjartsýnar fjárfestingar sem skila arði seint og illa, mikla skuldsetningu og saga ferðaþjónustufyrirtækja er ekki sérlega girnileg eða jákvæð og eiginlega mesta furða að fólk skuli yfirhöfuð leggja í þetta en ég held að sannfæringin um ágæti vörunnar sé það freistandi að það ráði för.

Oft hefur verið kvartað um á þessum vettvangi þeir tiltölulega litlu fjármunir sem hið opinbera - ríkið setur í þessa atvinnugrein og það er held ég kveikjan að dagskrá þessa þings hér dag og eitthvað sem við munum ræða frekar í umræðum á eftir.

Við sjáum sem betur fer rannsóknir í ferðaþjónustu vera að aukast og ég fagna hverri rannsókn því allar skipta þær máli við það að þróa vöruframboðið, meta stöðu Íslands sem ferðamannalands, leggja mat á hin hagrænu áhrif sem greinin skilar inní þjóðarbúið og skapa okkur betri stöðu. Ég held að við ættum að stefna að rannsóknþingi ferðaþjónustunnar til þess að fara yfir það sem hefur verið gert í heild sinni og nýta niðurstöðurnar til að styrkja framtíðarsýnina og stuðla að öflugri vöruþróun.

Því við sjáum mjög oft dæmi um þróun á vörum vera oft á tíðum tilviljunarkennda og oft framtak „sérvitringa“ sem þróast uppí eftirsóttan árlegan viðburð sem fólk safnar í sarpinn og leggur mikið á sig til að taka þátt í.

Ég nefni sem dæmi:

Þíslarganga um Mývatn -tveir menn sem röltu þetta á föstudaginn langa en nú eru það hundruðir

24 tindar á 24 tímum – ofurganga um fjallahring Glerárdals – tugir manna og sífellt meiri áhugi.

Jökulsárhlaupið og almenningshlaup almennt víða um land.

Ég var um tíma formaður menningarmálanefndar Akureyrar og þar skorti ekki erindi um það að stofna söfn af ýmsum toga – Ég held að við séum með flest söfn á Íbúa í veröldinni – ef ég man rétt – en söfn eru frábær og m.a.hlutverk sveitarfélaga að halda utan um menningararfinn nefni sem dæmi

Flugsafnið á Akureyri – Hlutverk Flugsafnsins er mikilvægt að því leyti að þarna er að finna hluti sem var bjargað frá því að fara í glatkistuna. Mikilvægt svo sannarlega því þetta eru hlutir sem eru mikilvægur hluti af sögu okkar Íslendingar, farþegaflugi, hetjudáðum, póstflutningum, björgunarafrekum, síldarleit og fleiru. Og það er eitt að sjá þessa hluti - en annað að fara með Arngrími Jóhannssyni um húsakynninn því þá lifnar allt við- þannig að hann þarf að vera safngripur líka. Þá kemur kikkið við að safna hlutunum ! hann segir sögur og þær viljum við Íslendingar heyra.

Baðmenning landans er annað vannýtt tækifæri og allar sundlaugarnar við eigum að gera út á þetta enn frekar en gert er. Ég sá umfjöllun um þau sprotafyrirtæki í tengslum við hugmyndir Bjarkar Guðmundsdóttur og það er ástæða til að fagna þeim. Margar hugmyndir hafa verið í gangi í fjölmörg ár og það er svo margt sem búið er að skoða aftur og aftur – nefnd eftir nefnd en við höfum einfaldlega ekki sett fjármagn af neinu viti til að vinna þessa hugmynd og selja hana.

Ég minnst þess að ég fékk einhvern tíma spurningu frá ferðaskrifstofu á meginlandinu sem var í miklum viðskiptum við Úrval útsýn á sínum tíma – nota b – sú sem spurði hafði aldrei komið til landsins – en hver einasta ferð sem hún fékk tilboð í frá okkur hófst á þá leið að farþegar voru drifnir í bláa lónið strax eftir komu til Keflavíkur og hún spurði í sakleysi sínu af hverju við legðum þessa áherslu á að baða alla áður en þeir kæmu til Reykjavíkur- í huga hennar var þetta sóttkví en ekki staður til að slaka á og njóta kokteilsins.

Við sjáum mikla þróun í matarmenningu landsins og áhersla er á mat úr héraði núna í öllum héruðum landsins að frumkvæði Friðriks V á Akureyri sem hefur lagt áherslu á að matur eigi að ferðast um stuttan veg en mennirnir um langan veg til að njóta hans - við eigum að bjóða kræklinginn úr Hrísey bara í Eyjafirði – eins og humarinn á Stokkseyri sú áhersla er skynsamleg og við eigum að leggja áherslu á sérstöðuna – hreinleika matarins, vatnsins og landsins og gefa engan afslátt af því.

Íslenski hesturinn er enn eitt tækifærið sem farið er að bera miklu meira á heldur en hér áður og gríðarmikil uppbygging í sveitarfélögum víða um landið til að bæta aðstöðu fyrir þjálfun og reiðmennsku og í tengslum við það batna möguleikar ferðaþjónustu tengdri hestamennsku

Ísland er lítið land og nýtur sérstöðu sinnar –við erum að keppa við lönd sem eru fjarlæg og fjölmarga spennandi áfangastaði í öðrum heimsálfum

Lykilatriði í mínum huga er að við eigum að og verðum að hugsa stærra – einbeita okkur að kynningu á svæðisvísu – landshlutum – út og upp yfir fjöllin og hreppamörkin- njóta styrksins í samkeppni og fókusera á að hagur eins er hagur annars en ekki dauði.

Stefnumótun þarf að vera samræmd og sýnin sterk og til langs tíma. – ég held að það sé lykilþáttur til árangurs að hvert og eitt sveitarfélag vinni sína stefnu – hafi það á annað borð áhuga á að vinna í ferðaþjónustu og að svæðisskrifstofurnar setji niður sameiginlega áætlun til 10 –15 ára – leggi niður fyrir sér möguleika og tækifæri á þróun nýrra áfangastaða og afþreyingar – hvort sem það er á sviði menningararfs – fornleifa – sögunnar- bílabrauta – útsýnisferða. Að allir líti á samvinnu sem styrk í samkeppni - ég nefni sem nýafstaðna safnahelgi á suðurlandi

Samvinna opinberra aðila og einkafyrirtækja þarf að vera á jafningjagrunni og sátt á milli – báðir þurfa að draga vagninn og horfa staðfastir á sýnina.

En síðast en ekki síst þarf ríkið að koma myndarlega að málum – gera ráðuneyti ferðamála hærra undir höfði og styrkja þennan málaflokk. Á þeim tímum sem við lifum í dag er einn helsti styrkur landsins öflug ferðaþjónusta og við erum með bestu spilin á hendi sem við fáum nokkurn tíma.

Nýjstu atburðir í efnahafslífinu ættu að kenna okkur að menn ættu að líta sér nær í fjarfestingum. Og fjárfesta hér heima í því sem við þekkjum og erum vel - stendur okkur nær. Við þurfum vissulega að leggja aðeins undir en ég er sannfærð um að hver króna sem í það fari skilar sér margfalt til baka. Og við skulum aldrei missa álitid á vörunni - því sem við erum að selja – er landið okkar sem við eigum og er ógleymanlegur einstakur staður og nú er sókn besta vörnin.