

# STARFSEMI FERÐAMÁLRAÐS ÍSLANDS 2003

## NOKKRIR PUNKTAR MARS 2004

### *Efnisyfirlit:*

1	Ferðamálaráð.....	3
2	Almennt um starfið á árinu 2003 .....	3
2.1	Fjárhagsleg umsvif.....	3
2.2	Nýtt skipurit tekur gildi.....	3
2.3	Starfsfólk.....	4
2.4	Skrifstofa Ferðamálaráðs Íslands í New York.....	5
2.5	Skrifstofa Ferðamálaráðs Íslands í Frankfurt.....	5
2.6	Bretlandsmarkaður.....	6
2.7	Skrifstofa opnuð í Kaupmannahöfn.....	6
3	Markaðsstarf erlendis.....	6
3.1	Inngangur.....	6
3.2	Ný aðferð þróuð.....	7
3.3	Samstarf - ekki styrkir.....	7
3.4	Fjögur markaðssvæði.....	7
3.5	400 milljónir króna til landkynningar.....	7
3.6	Unnið að frekari þróun.....	8
3.7	Íslandsbæklingur.....	8
3.8	Ferðasýningar erlendis.....	8
3.9	Móttaka erlendra fjölmiðla og sölufólks.....	9
3.10	Netkynning.....	9
3.11	Ísland vinnur ferðaverðlaun The Guardian / Observer.....	9
4	Markaðsstarf innanlands.....	9
4.1	Samstarf vegna auglýsinga innanlands.....	9
4.2	Ferðaleikurinn “Á puttanum”.....	10
5	Erlent samstarf.....	10
5.1	Ferðamálaráð Norðurlanda.....	10
5.2	Ferðamálaráð Evrópu.....	10
6	Ferðasýningar og- kaupstefnur innanlands.....	10
6.1	Ferðatorg 2003.....	10
6.2	Nordic Overseas Workshop.....	11
7	Rannsóknir – kannanir – skýrslur - kynningarrit.....	11
7.1	Talning ferðamanna eftir þjóðerni.....	11
7.2	Innanlandskönnun.....	11
7.3	Könnun meðal erlendra ferðamanna.....	12
7.4	Þolmörk ferðamannastaða.....	12

7.5	Tölfræðibæklingur .....	12
7.6	Fréttabréf.....	13
7.7	Kynningarrit.....	13
7.8	Samningur um eflingu rannsókna á sviði ferðamennsku.....	13
8	Fundir - ráðstefnur – námskeið .....	13
8.1	Ferðamálaráðstefnan 2003 .....	13
8.2	Fundaröð með FSÍ .....	14
8.3	Námskeið fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva.....	14
9	Gagnagrunnur og Handbókin Ísland .....	14
10	Vefmál.....	15
10.1	Landkynningarvefir .....	15
10.2	Svörun fyrirspurna .....	15
10.3	Samskiptavefur .....	15
11	Flokkun gististaða .....	16
11.1	Í gangi frá árinu 2000.....	16
11.2	Samnorrænt flokkunarkerfi.....	16
11.3	Æskilegt að sjá meiri þátttöku .....	16
12	Flokkun tjaldsvæða .....	16
13	Umhverfismál .....	17
13.1	Úrbætur á fjölsóttum ferðamannastöðum .....	17
13.2	Styrkir til úrbóta í umhverfismálum .....	17
13.3	Breytt verklag .....	18
14	Gagnagrunnur um gönguleiðir .....	18
14.1	Samstarfsverkefni FMR, UMFÍ og LMÍ.....	18
14.2	Upplýsingar aðgengilegar almenningi á einum stað.....	19
14.3	Göngum um Ísland.....	19
15	Upplýsingamiðstöðvar fyrir ferðamenn .....	19
16	Ráðstefnuskrifstofa Íslands.....	20
17	Ferðamálaáætlun 2006-20015.....	20
18	Árangur ársins metinn.....	20

## **1 Ferðamálaráð**

Nýtt Ferðamálaráð kom saman til síns fyrsta fundar 30. júní en samkvæmt lögum er ráðið skipað til fjögurra ára í senn. Sjö fulltrúar sitja í Ferðamálaráði, 2 skipaðir af samgönguráðherra, 2 af Samtökum ferðaþjónustunnar, 2 af Sambandi íslenskra sveitarfélaga og 1 frá Ferðamálasamtökum Íslands, samkvæmt tilnefningu. Ráðið er nú þannig skipað:

### **Aðalmenn:**

Einar Kr. Guðfinnsson, formaður, Ísólfur Gylfi Pálmason, varaformaður, báðir skipaðir af ráðherra. Fulltrúar Sambands íslenskra sveitarfélaga eru Gunnar Sigurðsson, bæjarfulltrúi á Akranesi (tók við af Kristjáni Þór Júlíussyni, bæjarstjóri á Akureyri, 1. október) og Dagur B. Eggertsson, borgarfulltrúi. Fyrir hönd Samtaka ferðaþjónustunnar sitja í ráðinu þeir Steinn Lárusson frá Icelandair og Hlynur Jónsson frá KEA Hótelum/Greifanum. Pétur Rafnsson er fulltrúi Ferðamálasamtaka Íslands

### **Varamenn:**

Skjöldur Orri Skjaldarson, skipaður af ráðherra; Þórunn Gestsdóttir, skipuð af ráðherra; Felix Bergsson, Samband íslenskra sveitarfélaga; Ásborg Arnþórsdóttir, Samband íslenskra sveitarfélaga; Anna G. Sverrisdóttir, Samtök ferðaþjónustunnar; Steingrímur Birgisson, Samtök ferðaþjónustunnar; Ásmundur Gíslason, Ferðamálasamtök Íslands

Ferðamálaráð hélt 9 fundi á árinu 2003. Að jafnaði eru fundir haldnir á skrifstofu Ferðamálaráðs í Gimli en undantekning var gerð þann 8. september þegar ráðið hélt fund sinn á skrifstofu Ferðamálaráðs á Akureyri. Við sama tækifæri var haldinn opin fundur um ferðamál á Hótel KEA. Þá fór ráðið í kynnisferð til Seyðisfjarðar í ágúst.

## **2 Almenn um starfið á árinu 2003**

### **2.1 Fjárhagsleg umsvif**

Á árinu 2003 voru 620 milljónir króna á fjárlögum ríkisins markaðar beint til ferðaþjónustu. Þar af voru 260 milljónir króna í almenna kynningu erlendis, 46 milljónir til innlendrar kynningar, 20 milljónir til byggðratengdra verkefna í ferðaþjónustu, 26 milljónir til gestastofa, safna og afþreyingar, 17 milljónir til upplýsingamiðlunar til ferðamanna og 50 milljónir til úrbóta á ferðamannastöðum. Hefur þá 300 milljónum króna verið varið síðasttalda verkefnisins á síðustu 8 árum.

### **2.2 Nýtt skipurit tekur gildi**

Um mánaðamótin janúar-febrúar tóku gildi skipulagsbreytingar á Ferðamálaráði Íslands þar sem starfsemi ráðsins var formlega skipt upp í þrjú svið. Mesta breytingin fólst í því að stofnað var nýtt svið, markaðssvið. Undir það heyra öll markaðsmál, jafnt innlend sem erlend.

Breytingin var gerð í kjölfar þess að samningur um Markaðsráð ferðaþjónustunnar rann út í lok árs 2002 eftir fjögurra ára gildistíma. Í því ljósi beindi samgönguráðherra, Sturla Böðvarsson, því til Ferðamálaráðs að þessi lögbundni málaflokkur stofnunarinnar, þ.e. markaðs- og kynningarmál, yrði eflður. Til að verða

við tilmælum ráðherra, og jafnframt til að gera Ferðamálaráð enn betur í stakk búið til að sinna verkefnum sínum, var unnið skipurit fyrir stofnunina þar sem starfseminni var skipt upp í þrjú svið, sem fyrr er sagt. Með því var leitast við að gera verkefni ráðsins skilvirkari og línur á milli mismunandi málaflokka stofnunarinnar skýrari. Segja má að hér hafi verið fest á blað í aðalatriðum það verklag sem unnið hefur verið eftir í stofnuninni en með samþykki ráðsins var það formlega staðfest. Þannig hefur verið rennt styrkari stöðum undir starfsemi Ferðamálaráðs, auknar áherslur lagðar á meginmálaflokka og búið í haginn fyrir nýja.

### **Markaðssvið**

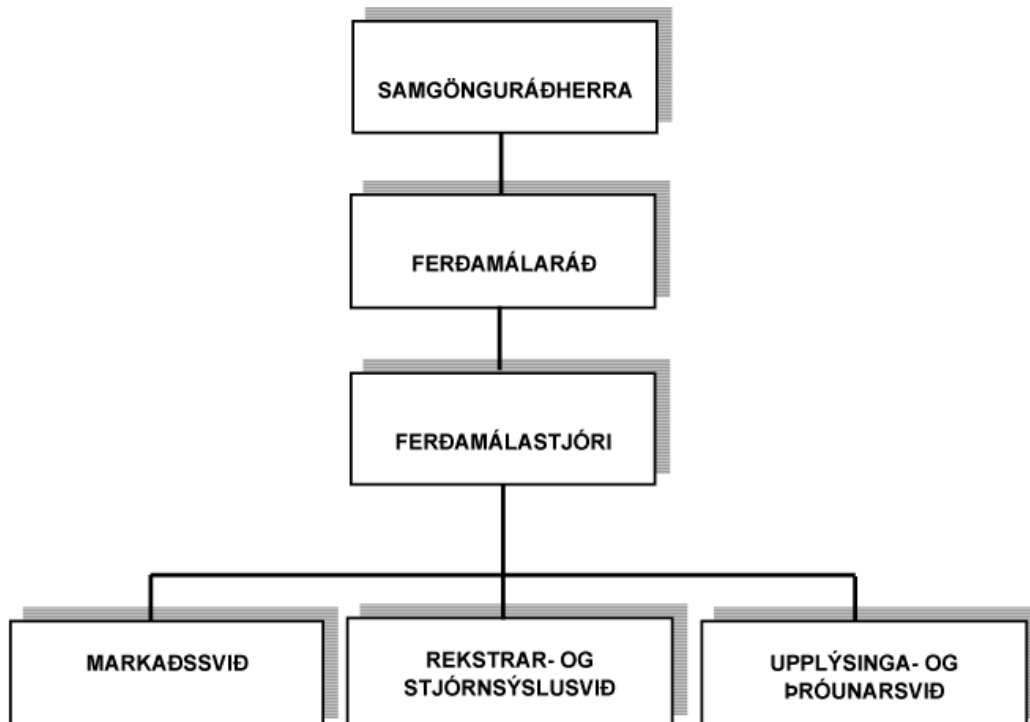
Landkynningar- og markaðsmál voru styrkt með stofnun á nýju markaðssviði. Öll markaðsmál, jafnt innlend sem erlend, heyra undir sviðið, þ.á.m. kynningarskrifstofur Ferðamálaráðs í New York, Frankfurt og skrifstofa í Kaupmannahöfn sem opnuð var í árslok. Forstöðumaður sviðsins var ráðinn Ársæll Harðarson.

### **Upplýsinga- og þróunarsvið**

Skrifstofa Ferðamálaráðs á Akureyri fékk nafnið upplýsinga- og þróunarsvið. Meðal verkefna eru upplýsingamál, gerð gagnagrunns, umhverfismál, fræðslumál, vefþróun og -viðhald, rannsóknir, flokkun gististaða o.fl. Forstöðumaður er Elías Bj. Gíslason.

### **Rekstrar- og stjórnsýslusvið**

Þriðja sviðið er síðan rekstrar- og stjórnsýslusvið og þar er Magnús Oddsson ferðamálastjóri jafnframt forstöðumaður. Undir sviðið heyra m.a. rekstur og fjármál, skipulag og áætlanagerð, lögbundin stjórnsýsluverkefni, umsjón með samningagerð, kannanir, leyfismál, fjölþjóðlegt samstarf o.fl. Skipuritið má sjá hér að neðan.



## **2.3 Starfsfólk**

Starfsemin Ferðamálaráðs var með líku sniði á árinu 2003 og verið hefur. Starfsmenn á aðalskrifstofunni í Reykjavík voru átta talsins og fimm á skrifstofunni á Akureyri. Tveir starfsmenn voru sem fyrr á skrifstofu Ferðamálaráðs í New York og fjórir á

skrifstofunni í Frankfurt. Þá var í árslok ráðinn einn starfsmaður á nýja skrifstofu ráðsins í Kaupmannahöfn, eins og síðar verður vikið að. Frá ársbyrjun 2002 hefur markaðsstarfi fyrir Bretland verið sinnt frá skrifstofu Ferðamálaráðs í Reykjavík af sérstökum starfsmanni þar.

## **2.4 Skrifstofa Ferðamálaráðs Íslands í New York**

Tveir starfsmenn störfuðu sem fyrr á markaðsskrifstofu Ferðamálaráðs Íslands í New York. Samvinna og hagræðing er höfð við frændur okkur á hinum Norðurlöndunum og er skrifstofa Íslands rekin sem sjálfstæð eining innan ferðamálaráða Norðurlandanna.

Óþarfi er að fjölyrða um þær hremmingar sem dunið höfðu yfir bandarískan ferðamarkað frá haustinu 2001 og leitt til verulegrar fækkunar ferðamanna frá Bandaríkjunum til Evrópu síðan þá. Með markvissu og öfluglu starfi tókst Íslendingum hins vegar, á undan mörgum öðrum þjóðum, að snúa þessari þróun við og fjölgaði bandaríkum ferðamönnum hingað til lands á árinu 2003. Mikið er um ný fyrirtæki sem hafa tekið upp markaðssetningu Íslandsferða og hafa margir af stærstu og virtustu ferðaheildsölum Bandaríkjanna hafið sölu á ferðum til Íslands. Þessir aðilar hafa nánast undantekningalaust gefið til kynna mikla grósku. Verulegar breytingar hafa orði á nokkrum árum á markaðsdreifingu Íslandsferða vestanhafs með tilkomu þessara aðila og ná þeir í mörgum tilfellum til nýrra hópa viðskiptavina. Er því um hreina viðbót að ræða.

Veruleg breyting hefur átt sér stað í ferðavenjum Bandaríkjamanna sem heimsækja landið. Í fyrsta lagi þá hefur tekist dreifa þeim betur um landsbyggðina og hafa gistinætur Bandaríkjamanna á út á landi meira en tvöfaldast á örfáum árum. Einnig hefur tekist að lengja dvalartíma Bandarískra gesta undanfarin ár og er þetta mjög athyglisverð og ánægjuleg þróun. Þrátt fyrir góðan árangur á árinu má gera ráð fyrir vissum mótstraumi á markaðnum á þessu ári þar sem verulegar verðhækkanir í dollurum á Íslandsferðum mun veikja eftirspurn.

Af sérstökum verkefnum má nefna að skrifstofan stjórnaði sameiginlegum rekstri Norðurlandaskrifstofunnar á árinu. Einnig stjórnar skrifstofan verkefninu "Iceland Naturally", sameiginlegu markaðsátaki fyrirtækja og ferðaþjónustuaðila á bandaríkjamarkaði til að auka spurn eftir íslenskum afurðum og örva ferðamannastraum til landsins frá Norður-Ameríku.

## **2.5 Skrifstofa Ferðamálaráðs Íslands í Frankfurt**

Fjórir starfsmenn störfuðu á markaðsskrifstofu Ferðamálaráðs Íslands í Frankfurt á árinu og eru þeir í rúmlega þremur stöðugildum. Svæði skrifstofunnar tekur til allrar Mið-Evrópu, svo sem Þýskalands, Frakklands, Austurríkis, Sviss, Ítalíu, Hollands Belgíu o.fl. landa og átti Ísland góðu gengi að fagna á þessu svæði á árinu. Þar sem annars staðar lögð aukin áhersla á að kynna Ísland sem áfangastað utan háannatímans.

Markaðsaðgerðum skrifstofunnar má í grófum dráttum skipta í þrennt, þ.e. sýningahald, Internetið og það sem kalla má beinar markaðsaðgerðir, svo sem auglýsingar og samskipti við fjölmiðla. Hvað varðar sýningarhald hefur sú stefna verið mörkuð að taka þátt í færri sýningum en áður en gefa þeim sem taldar eru mikilvægastar aukið vægi. Hefur þetta gefið góða raun. Hlutverk Internetsins hefur farið vaxandi og þá var á árinu lögð aukin áhersla á þátttöku í verkefnum vegna ráðstefnu- og hvataferða.

Jafnframt hefur aukin áhersla verið lögð á að skipuleggja heimsóknir fjölmiðlafólks til Íslands og er engum vafa undirorpið að þetta starf hefur skilað gríðarlega góðum árangri. Ísland hefur fengið mikla og góða umfjöllun í mörgum

stærstu fjölmiðlum á meginlandi Evrópu í kjölfar heimsókna þeirra til Íslands, bæði í prentmiðlum og sjónvarpi. Það er alveg ljóst að svona umfjöllun má meta til nokkur hundruð milljóna króna í auglýsingum, mun meiri fjármuna en mögulegt væri að setja í beinar auglýsingar.

## **2.6 Bretlandsmarkaður**

Bretlandsmarkaður hefur sem kunnugt er verið í mikilli sókn síðustu misseri. Mikilvægt er að fylgja þessari velgengni eftir og slaka hvergi á í markaðsstarfinu. Líkt og á árinu 2002 var markaðsstarfi fyrir Bretland sinnt frá skrifstofu Ferðamálaráðs í Reykjavík og hefur það fyrirkomulag gefið góða raun. Tíðar flugsamgöngur gera þennan markað afar mikilvægan fyrir íslenska ferðaþjónustu. Flestar bresku ferðaskrifstofurnar sem selja Íslandsferðir eru bæði með lengri ferðir yfir sumartímamann og selja einnig stuttar ferðir. Borgarferðirnar eru í gangi allt árið og því eru Bretar mjög duglegir við að koma til Íslands utan háannatímans, sem eykur enn á mikilvægi Bretlandsmarkaðar.

Starfið hefur m.a. falist í að heimsækja stærstu ferðaskrifstofurnar sem eru að selja ferðir til Íslands en nauðsynlegt er að efla og tryggja þau viðskiptasambönd sem fyrir eru og leita nýrra. Þó nokkrar ferðaskrifstofur bættust á árinu í hóp þeirra sem bjóða ferðir til Íslands. Þá liggur talsverð vinna í samskiptum við blaðamenn og aðstoð við þá. Má segja að varla líði sá dagur að ekki birtist eitthvað um Ísland í breskum blöðum og tímaritum. Jafnframt komu þó nokkrar brekar sjónvarpsstöðvar til landsins á árinu til að gera hér þætti.

Mikill Íslandsáhugi er í Bretlandi hjá fólki á öllum aldri. Má segja að sá áhugi hafi fengið byr undir báða vængi í júní þegar tilkynnt var um árleg ferðaverðlaun sem bresku fjölmiðlarnir The Guardian, The Observer og Gurdian Unlimited standa. Veitt eru verðlaun í nokkrum flokkum og var Ísland í fyrsta sæti í flokkum "Uppáhalds Evrópulandið".

## **2.7 Skrifstofa opnuð í Kaupmannahöfn**

Á árinu var unnið að undirbúningi opunar nýrrar skrifstofu í Kaupmannahöfn sem sinna mun markaðssvæði Norðurlanda. Auglýst var eftir forstöðumanni og Lisbeth Jensen ráðin úr hópi 44 umsækjenda. Skrifstofan var síðan opnuð í janúar 2004. Skrifstofan er til húsa í Norðurbryggju, sameiginlegu menningarsetri Íslendinga, Færeyinga og Grænlandinga. Þar er sendiráð Íslands m.a. til húsa. Samstarf er haft við ferðamálaráð Færeyja og Grænlands og mun hvert land um sig hafa skrifstofu í húsinu. Þá hafa löndin þrjú stofnað sameiginlegt fyrirtæki til að sinna upplýsingagjöf, dreifingu á bæklingum og fleiru sem hagkvæmt er talið.

## **3 Markaðsstarf erlendis**

### **3.1 Inngangur**

Á fjárlögum fyrir árið 2003 samþykkti Alþingi að veita 300 milljónum króna til markaðssóknar íslenskrar ferðaþjónustu. Hefur ekki áður meiri fjármunum verið varið til þessa málaflokks á einu ári og var tilgangurinn að gera þennan þátt enn umfangsmeiri en verið hefur. Á árunum 1999 til 2002 var ráðstöfun þeirra fjármuna sem hið opinbera úthlutaði í markaðs- og kynningarmál erlendis í höndum Markaðsráðs ferðaþjónustunnar. Er líða tók á árið 2002 lá fyrir að Markaðsráðið myndi ekki starfa nema til ársloka og því ljóst að fara þyrfti aðrar leiðir við markaðsstarfið fyrir árið 2003.

### **3.2 Ný aðferð þróuð**

Í nóvember 2002 óskaði Sturla Böðvarsson, samgönguráðherra, eftir því við Magnús Oddsson ferðamálastjóra og Jakob Fal Garðarsson, þáverandi aðstoðarmann sinn, að þeir ynnu fyrir sig hugmyndir að notkun þessara 300 milljóna. Í þeirri vinnu leituðu þeir víða fanga. Meðal annars leituðu þeir álits starfsmanna Ferðamálaráðs í markaðsmálum, innanlands sem erlendis, og kynntu sér hugmyndir og áherslur Samtaka ferðapjónustunnar í þessum málaflokki. Að teknu ákveðnu tilliti til þessara hugmynda og fleiri atriða lögðu ferðamálastjóri og aðstoðarmaður ráðherra ákveðnar hugmyndir fyrir ráðherra um notkun og fyrirkomulag þessa markaðsstarfs á árinu 2003. Þær tillögur tóku breytingum í meðförum ráðuneytis, voru einnig kynntar á fundi Ferðamálaráðs í lok janúar 2003 og í byrjun febrúar var endanleg ákvörðun tekin um fyrirkomulag og framkvæmd.

### **3.3 Samstarf - ekki styrkir**

Hvað varðar hugmyndafræðina þá var sú leið farin að nýta 202 milljónir, af þeim 300 sem voru veittar af opinberri hálfu til markaðsstarfs á árinu 2003, til samstarfsverkefna í almennri landkynningu á 4 markaðssvæðum erlendis næstu 11 mánuði. Var auglýst eftir samstarfsaðilum þann 6. febrúar 2003.

***Skal sérstaklega undirstrikað að í umræddri auglýsingu var tekið fram að ekki væri um styrki að ræða.*** Verið var að auglýsa eftir samstarfsaðilum, sem væru reiðubúnir að koma að ***almennri landkynningu erlendis*** með Ferðamálaráði og leggja til þess fjármuni a.m.k. jafnmikla og hið opinbera, í þeim tilgangi að upphæðin myndi a.m.k. tvöfaldast og kynningin yrði þannig öflugri fyrir heildina. Þetta er einmitt í anda þess sem greinin hafði lagt áherslu á að yrði gert. Um er að ræða samstarf um almenna kynningu sem hvetur fólk til Íslandsferða. Var hugsunin sú að fá fjármagn frá stórum og smáum fyrirtækjum innan greinarinnar sem kæmi til viðbótar þeirri kynningu sem fyrirtækin sinna á sínum forsendum.

### **3.4 Fjögur markaðssvæði**

Eins og sagt var hér að framan var fjármununum skipt á fjögur markaðssvæði. Í grundvallaratriðum var skiptingin þannig að á hverju markaðssvæði vara annars vegar um að ræða tvö samstarfsverkefni þar sem lágmarksframlag væntanlegs samstarfsaðila var 20 milljónir króna fyrir hvort verkefni. Hins vegar var hægt að sækja um fyrir nokkur minni samstarfsverkefni þar sem lágmarksframlag hvers samstarfsaðila var 1 milljón króna. Til minni verkefnanna voru samtals 8 til 18 milljónir króna til ráðstöfunar á hverju svæði. Umsóknir sem bárust innan auglýsts frests, og voru því teknar til skoðunar, voru alls 146. Þær skiptust þannig á markaðssvæðin:

Norður-Ameríka: 36 umsóknir

Norðurlönd: 38 umsóknir

Bretlandseyjar: 28 umsóknir

Meginland Evrópu: 44 umsóknir

### **3.5 400 milljónir króna til landkynningar**

Að loknum umsóknarfresti voru umsóknir flokkaðar eftir markaðssvæðunum fjórum sem miðað var við í auglýsingunni. Forstöðumaður markaðssviðs Ferðamálaráðs fór síðan yfir umsóknirnar með viðkomandi sérfræðingum stofnunarinnar á hverju svæði, þ.e. Bretlandi, N.- Ameríku og á meginlandi Evrópu. Enginn starfsmaður var á þessum tíma á vegum stofnunarinnar á Norðurlöndum. Eftir yfirferð þessara

sérfræðinga á umsóknum og að fengnum tillögum þeirra tók ferðamálastjóri ákvörðun um til hvaða samstarfs yrði gengið, á grundvelli umsókna og með vísan til texta auglýsingarinnar. Ákveðið var að ganga þá þegar til samstarfs um notkun 185 milljóna af þeim 202 milljónum sem voru til ráðstöfunar í þetta samstarf erlendis, eða alls 22 samstarfsverkefni. Jafnframt var ákveðið að ganga til samstarfs við fleiri aðila til að nýta þær 17 milljónir sem eftir voru. Þegar framlagi samstarfsaðila er bætt við voru með þessu samstarfi því alls nýttar rúmlega 400 milljónir í almenna kynningu á markaðssvæðunum fjórum til loka febrúar 2004.

Lista yfir þá aðila sem gengið var til samstarfs við og lýsingu á verkefnum má finna hér á vef Ferðamálaráðs

### **3.6 Unnið að frekari þróun**

Í athugasemdum og ábendingum sem settar voru fram vegna ákvörðunar um ráðstöfun þessara fjármuna var bent á nokkur atriði sem eðlilegt þótti að skoða betur og var því unnið að frekari þróun aðferðafræðinnar til að reyna að koma í veg fyrir þann misskilning sem kom upp hjá nokkrum aðilum um eðli umræddra samstarfsverkefna. Þannig var auglýsing ummarkaðssamstarf fyrir árið 2004 fyrir á ferðinni en áður, unnin voru sérstök umsóknareyðublöð og jafnframt voru haldnir sérstakir upplýsingafundir.

### **3.7 Íslandsbæklingur**

Hinn árlegi Íslandsbæklingur Ferðamálaráðs er mikilvægur liður í markaðssetningu Íslands sem ferðamannalands og fór bæklingurinn fyrir árið 2005 í dreifingu í nóvember 2004. Íslandsbæklingurinn er myndskreyttur landkynningarbæklingur og var sem fyrr gefinn út á 10 tungumálum, þ.e. ensku, dönsku, sænsku, norsku, finnsku, hollensku, ítölsku og spænsku, auk sérútgáfu fyrir þýskumælandi lönd, Frakkland og Norður-Ameríku. Upplag bæklingins er 350 þúsund eintök. Skrifstofur FMR erlendis, sem og ferðaheildsalar í viðkomandi löndum, annast dreifingu bæklingins, auk þess sem hann er kynntur á ferðasýningum víðsvegar um heim og sendur til íslenskra sendiráða og ræðismanna. Leitað er eftir þátttöku aðila í ferðaþjónustu í kostnaði við gerð bæklingins og aftast í honum er að finna upplýsingasíður þar sem þeim gefst kostur á að fá birtar upplýsingar um fyrirtæki sitt gegn gjaldi.

### **3.8 Ferðasýningar erlendis**

Á síðustu árum hefur heldur verið dregið úr þátttöku í ferðasýningum vegna minnkandi áhuga innlendra ferðaþjónustufyrirtækja. Á árinu 2003 var tekið þátt í 3 hefðbundnum sýningum: International Tourism - Börse (ITB) í Berlín (mars), Swedish International Travel & Tourism Fair (TUR) í Gautaborg (mars) og World Travel Market (WTM) í London (nóvember). Íslenskum ferðaþjónustuaðilum býðst að fá aðstöðu í bás ráðsins gegn föstu gjaldi. Rúm er fyrir 10-15 fyrirtæki á hverri sýningu. Ferðamálaráð sér um að útbúa básana og skapa mönnum aðstöðu til að hitta viðskiptavinum sína en síðan er undir hverjum og einum komið að nýta tækifærið sem best. Sýningarstandar Ferðamálaráðs á þessum sýningum standa nú einnig opnir erlendum fyrirtækjum er koma að sölu Íslandsferða. Fulltrúar Ferðamálaráðs taka einnig þátt í fjölda annarra svæðisbundinna sýninga, t.a.m. í Þýskalandi og Frakklandi.

Hin árlega Vestnorden ferðakaupstefna, sem Ferðamálaráð Íslands, Grænlands og Færeyja hafa staðið að síðastliðna tvo áratugi, var að þessu sinni haldin í Færeyjum. Sýnendur koma frá vestnorrænu löndunum þremur auk þess sem fyrirtæki



frá Danmörku og Settlendseyjum tóku þátt. Samtals voru 112 fyrirtæki frá þessum löndum skráð sem sýnendur, þar af 70 frá Íslandi. Á Vestnorden hitta sýnendurnir ferðaheildsala hvaðanæva að úr heiminum sem eru að selja ferðir til norrænu landanna og eiga með þeim stutta fundi sem búið er að tímasetja áður en kaupstefnan hefst. Næsta Vestnorden kaupstefna verður haldin í Reykjavík dagana 13.-14. september 2004.

### **3.9 Móttaka erlendra fjölmiðla og sölufólks**

Umfjöllun um Ísland í erlendum fjölmiðlum hefur stóraukist og er lögð mikil áhersla á að greiða leið fjölmiðlafólks sem best. Einnig er lögð áhersla á að greiða götu sölufólks hjá erlendum ferðaskrifstofum.

### **3.10 Netkyrning**

Mikil áhersla er lögð á að viðhalda upplýsingum og endurnýja vefi Ferðamálaráðs með reglubundnum hætti (sjá nánar síðar).

### **3.11 Ísland vinnur ferðaverðlaun The Guardian / Observer**

Í júní voru árleg ferðaverðlaun sem bresku fjölmiðlarnir The Guardian, The Observer og Gurdian Unlimited standa fyrir afhent í Marokkó. Veitt eru verðlaun í nokkrum flokkum og var Ísland í fyrsta sæti í flokkum "Uppáhalds Evrópulandið". Verðlaunin byggja á niðurstöðum könnunar sem fjölmiðlarnir gera árlega á meðal lesenda sinna. Verðlaunin voru þau 17. í röðinni og hefur þátttaka aldrei verið betri en 24.000 svör bárust. Könnunin gengur þannig fyrir sig að lesendur eru beðnir að meta þá þjónustu sem þeir fá í ferðalögum sínum með því að gefa henni einkunn. Könnunin fór fram í janúar 2003 og byggir þannig á áliti ferðamanna sem hér voru á árinu 2002. Útnefning Íslands vakti verðskuldaða athygli og sérstaklega mátti merkja aukinn áhuga fjölmiðlafólks á landi og þjóð, sem síðan skilar sér í aukinni umfjöllun og kynningu.

## **4 Markaðsstarf innanlands**

### **4.1 Samstarf vegna auglýsinga innanlands**

Þeirri hugmyndafræði sem lýst er hér að ofan um markaðssetningu Íslands erlendis, og stundum er kölluð "króna á móti krónu", var beitt með góðum árangri á innanlandsmarkaði haustið 2002 þegar Ferðamálaráð bauð íslenskum fyrirtækjum til samstarfs um gerð og birtingu auglýsinga er hvöttu landsmenn til ferðalaga innanlands. Um var að ræða framhald af herferðinni "Ísland - sækjum það heim" sem var í gangi sumarið 2002. Verkefnið tókst vel og því eðlilegt að halda áfram á sömu braut. Í lok mars 2003 var auglýst eftir samstarfsaðilum um gerð og birtingu auglýsinga með áður nefnt markmið og ákveðið að verja 15 milljónum króna til verkefnisins á tímabilinu 15. maí 2003 til 30. apríl 2004. Fjármunum Ferðamálaráðs var skipt í 20 hluta; 10 að fjárhæð ein milljón króna og 10 að fjárhæð 500.000 krónur. Lágmarksframlag þeirra sem vildu taka þátt var jafnhá upphæð í hverjum hluta. Hver aðili gat einungis boðið í einn hlut.

Umsóknir voru 30 talsins og flestar uppfylltu skilyrði um samstarf um auglýsingar. Ákveðið var að ganga til samstarfs við 20 umsækjendur og er mótframlag þeirra alls 31 milljón króna. Að viðbættum 15 milljónum króna frá Ferðamálaráði er heildarupphæðin því 46 milljónir króna.

Lista yfir þá aðila sem gengið var til samstarfs við og lýsingu á verkefnum má finna á vef Ferðamálaráðs.

## **4.2 Ferðaleikurinn “Á puttanum”**

Í byrjun júlí hófst ferðaleikur Ferðamálaráðs, Shellstöðvanna og Símans sem kallaðist "Á puttanum". Leikurinn var liður í kynningarátaki Ferðamálaráðs "Ísland sækjum það heim". Hugmyndin er að hvetja Íslendinga á ferðalagi á landið til að heimsækja Upplýsingamiðstöðvar ferðamanna, þjónustumiðstöðvar Símans og Shellstöðvar um land allt og afla sér upplýsinga um landið. Leikurinn gekk þannig fyrir sig að hver upplýsingamiðstöð fékk sitt ferðanúmer og þetta númer gátu gestir sent með SMS í tiltekið símanúmer. Þar með fóru þeir í verðlaunapott með glæsilegum vinningum. Eftir því sem fleiri miðstöðvar voru heimsóttar og fleiri ferðanúmer send inn jukust líkur á vinningi. Í hverri viku til 30. ágúst voru dregnir út eigulegir vinningar og í byrjun september var dregið úr sérstökum lokapotti.

## **5 Erlent samstarf**

### **5.1 Ferðamálaráð Norðurlanda**

Norðurlöndin hafa með sér talsvert samstarf á sviði ferðamála. Í ýmsum sameiginlegum hagsmunamálum, svo sem á vettvangi Ferðamálaráðs Evrópu koma þau gjarnan fram sameiginlega og mynda ákveðna heild. Þá hafa þau með sér afar mikilvægt samstarf í kynningarmálum í Bandaríkjunum en þar reka þau saman fyrirtækið Scandinavian Tourism Inc. til að sinna sameiginlegum markaðsmálum og fleiri þáttum sem löndin hafa talið hagkvæmt að leysa í sameiningu.

### **5.2 Ferðamálaráð Evrópu**

Ferðamálaráð Íslands hefur í áratugi verið aðili að Ferðamálaráði Evrópu ( European Travel Commission - ETC). Innan þessara 50 ára gömlu samtaka eru nú 33 ferðamálaráð jafnmargra þjóða. Ferðamálastjóri, Magnús Oddsson, hefur sl. fimm ár setið í framkvæmdastjórn Ferðamálaráðs Evrópu. Sl. fjögur ár hefur Einar Gústavsson, forstöðumaður skrifstofu Ferðamálaráðs Íslands í Bandaríkjunum, verið formaður bandarísku deildar ETC og situr einnig sem slíkur í framkvæmdastjórn samtakanna. Þannig sitja nú í reynd tveir fulltrúar Íslands í framkvæmdastjórn Ferðamálaráðs Evrópu.

## **6 Ferðasýningar og- kaupstefnur innanlands**

### **6.1 Ferðatorg 2003**

Sýningin Ferðatorg 2003 var haldin í annað sinn í Vetrargarði Smáralindar helgina 2.-4. maí. Er talið að yfir 20.000 manns hafi komið í heimsókn. Að sýningunni standa Ferðamálasamtök Íslands með góðum stuðningi samgönguráðuneytisins. Innan Ferðamálasamtakanna eru átta landshlutafélög sem öll tóku þátt í sýningunni. Aðrir sýnendur voru Landmælingar Íslands, Vegagerðin, UMFÍ, Landsvirkjun, Ferðaþjónusta bænda, Umhverfisstofnun, Flugfélag Íslands, og Bandalag íslenskra farfugla. Ferðatorginu er ætlað að vera markaðstorg ferðaþjónustu á Íslandi þar sem einstaklingar og fyrirtæki geta komið og kynnt sér þá fjölmörgu valmöguleika sem að er að finna á ævintýralandinu Íslandi.

## **6.2 Nordic Overseas Workshop**

Tekin var ákvörðun um að fresta um eitt ár ferðakaupstefnunni Nordic Overseas Workshop (NOW) sem halda átti í Reykjavík í maí 2003. Ástæðan var bráðalungnabólga sem þá herjaði á ýmis lönd. Kaupstefnan verður haldin 10.-11. maí 2004.

NOW er samstarfsverkefni norrænu ferðamálaráðanna og flugfélaganna Flugleiða og SAS. Tilgangurinn er að leiða saman ferðaðþjónustuaðila (suppliers) á Norðurlöndum og ferðaskipuleggjendur (buyers) frá fjarlægum mörkuðum í Norður- og Suður-Ameríku, Asíu og Eyjaálfu. Markmiðið er þannig að stuðla að auknum ferðamannastraumi frá fjarlægum heimshornum til Norðurlandanna. Til kaupstefnunnar er aðeins boðið viðurkenndum kaupendum frá sterkustu mörkuðunum og mest er lagt upp úr aðilum frá eftirtöldum ríkjum: Bandaríkjunum, Kanada, Japan, Taiwan, Kína, Suður-Kóreu, Singapore og Ástralíu.

Fyrsta NOW-kaupstefnan var haldin í Danmörku 1999, árið eftir í Svíþjóð, árið 2000 í Finnlandi og sl. vor í Osló. Í vor lýkur umferðinni síðan á Íslandi. Ferðamálaráð Íslands hefur með höndum framkvæmd NOW í vor en undirbúningur er í höndum Ráðstefna og funda ehf. í Kópavogi.

## **7 Rannsóknir – kannanir – skýrslur - kynningarrit**

### **7.1 Talning ferðamanna eftir þjóðerni**

Metfjöldi erlendra ferðamanna sótti landið heim árið 2003. Alls komu 320 þúsund ferðamenn hingað til lands, samborið við 277.900 árið áður. Fyrra met var sett árið 2000 þegar ferðamenn voru 302.900 þannig að metið var bætt um 17.000 gesti.

Frá árinu 1949 annaðist Útlendingaeftirlitið talningar á ferðamönnum sem komu erlendis frá en í árslok 2000 lögðust þær niður vegna Schengen samkomulagsins. Engar talningar voru í gangi árið 2001 en áætlað er að um 295 þúsund gestir hafi komið það ár.

Ferðamálaráð hóf brottfarartalningar í Leifsstöð í febrúar 2002 og hafa þær verið í gangi síðan. Samkvæmt þeim fóru 308.000 erlendir ferðamenn um völinn á árinu 2003. Áætlað er að talningarnar í Leifsstöð nái til 96% ferðamanna sem koma til landsins og þegar bætt er við þeim gestum sem fara um aðra millilandflugvelli en Keflavík og farþegum Norrænu er heildartalan fyrir árið 2003 því 320.000 sem fyrr segir. Inn á vef Ferðamálaráðs, undir liðnum “Tölfræði”, má nálgast niðurstöður úr talningum Ferðamálaráðs og einnig ýmsan fróðlegan samanburð sem unnin hefur verið úr tölum um fjölda ferðamanna síðustu ár.

### **7.2 Innanlandskönnun**

Í desember gerði Gallup könnun fyrir Ferðamálaráð á ferðavenjum Íslendinga. Sambærileg könnun var síðast gerð á sama tíma árið 2000. Könnunin nú náði til 1.400 manna slembiúrtaks úr þjóðskrá á aldrinum 18-80 ára. Fjöldi svarenda var 788 og svarhlutfallið því 60,2%.

Meðal þess sem fram kemur í könnuninni er að Íslendingar vilja ferðast meira innanlands en þá skortir tíma eða finnst það vera of dýrt. Samt ferðuðust átta af hverjum tíu landsmanna innanlands á síðasta ári og nærri níu af hverjum 10 hyggja á ferðalag innanlands á þessu ári. Mun fleiri Íslendingar leita sér nú upplýsinga áður en lagt er af stað í ferðalag innanlands og aukinn áhugi virðist vera á áfangastöðum á hálendinu og Vestfjörðum. Heildarniðurstöður könnunarinnar eru aðgengilegar á vef Ferðamálaráðs.

### **7.3 Könnun meðal erlendra ferðamanna**

Ferðamálaráð hefur til fjölda ára gert kannanir meðal erlendra gesta en þessar kannanir eru afar fróðlegar og nauðsynlegar í markaðsstarfi íslenskrar ferðaþjónustu. Engin könnun var í gangi á árinu 2003 en ákveðið var að hrinda af stað könnun á árinu 2004. Kannanirnar nýtast öllum sem þurfa á upplýsingum að halda um síbreytilegan markað ferðamanna á Íslandi. Með þeim er fyrst og fremst leitast við að öðlast heildarsýn yfir þá ferðamarkaði sem hingað sækja, hvað dregur fólk til Íslands, eftir hverju sækjast erlendir ferðamenn, hver er ferðahegðun þeirra, hve miklu eyða þeir og hver eru viðhorf þeirra.

### **7.4 Þolmörk ferðamannastaða**

Á árinu var haldið áfram að vinna úr niðurstöðum rannsókna sem Ferðamálaráð í samstarfi við Háskóla Íslands og Háskólann á Akureyri lét gera á þolmörkum ferðamennsku fimm vinsælla ferðamannastaða. Staðirnir eru Þjóðgarðurinn í Skaftafelli, Lónsöræfi, Landmannalaugar, Mývatnssveit og Þjóðgarðurinn í Jökulsárgljúfrum. Verkefnið er styrkt af Rannís.

Rannsóknarskýrslur fyrir Skaftafell og Lónsöræfi eru nú konar út og hinar munu fylgja í kjölfarið. Í samræmi við samþykkt Ferðamálaráðs varð sú breyting um áramót in 2002/2003 að starfsmaður Ferðamálaráðs sem unnið hafði að rannsóknunum færðist til Ferðamálaseturs Íslands við Háskólann á Akureyri og heldur áfram að vinna við þolmarkarannsóknirnar þar.

### **7.5 Tölfræðibæklingur**

Tölfræðibæklingurinn „Tourism in Iceland in figures“ kom út á árinu. Í honum eru teknar saman með myndrænum hætti ýmsar staðreyndir um íslenska ferðaþjónustu. Meðal efnis í bæklingnum má nefna:

- Helstu útflutningsgreinar
- Gjaldeyrstekjur
- Komur erlendra ferðamanna 1992-2002
- Ferðamenn eftir þjóðerni
- Árstíðabundnar breytingar komufarþega frá helstu markaðssvæðum
- Gistirými eftir landshlutum
- Nýting á gistirými
- Kyn, aldur, starf og tekjur komufarþega
- Hvaðan fær viðkomandi hugmyndina að koma til Íslands?
- Hvað laðar fólk til landsins?
- Hvaðan fá ferðamennirnir upplýsingar um landið?
- Hvar dvelur ferðamaðurinn á meðan hann er hér á landi?
- Hvaða afþreyingu stundar fólk á meðan á dvöl stendur?

Fyrir árið 2003 var tekin ákvörðun um að gefa tölfræðibæklinginn út bæði á íslensku og ensku og kom hann út í febrúar 2003. Auk prentaðrar útgáfu má nálgast vefútgáfu af bæklingnum inn á samskiptavef Ferðamálaráðs.

## **7.6 Fréttabréf**

Fréttabréf Ferðamálaráðs, Ferðafréttir, kom út tvívegis á árinu. Hið fyrra kom út í júní og meðal efnis í því var kynning á nýjum aðferðum í markaðssetningu Íslands, sagt frá vinnu sem var að fara í gang við nýja stefnumótun fyrir íslenska ferðaþjónustu, skipurit Ferðamálaráðs var kynnt og rætt við nýjan markaðsstjóra. Þá var rætt við nokkra aðila í ferðaþjónustu víðsvegar um land og þeir spurðir um horfur í sumarsins, fjallað um flokkun gististaða, flugsamgöngur til og frá landinu, nýja Norrænu, upplýsingamiðstöðvar og Félag ferðamálafulltrúa, verkefni Ráðstefnuskrifstofu Íslands, úthlutun styrkja í umhverfismálum o.fl.

Síðara tölublaðið kom út í tengslum við ferðamálaráðstefnuna í Mývatnssveit og var dreift þar. Meðal efnisatriða var dagskrá ferðamálaráðstefnunnar, sagt var frá nýju verklagi við útteilingu á fjármunum til umhverfismála, heimsóknum skemmtiferðaskipa sumarið 2003 og rætt við ferðamálafulltrúa víða um land um ferðasumarið 2003. Þá var í fréttabréfinu að finna fróðlegan samanburð á gistinóttum og fjölda ferðamanna nokkur ár aftur í tímann og greint frá talningu ferðamanna í Leifsstöð. Einnig má nefna umfjöllun um gönguleiðaverkefni sem Ferðamálaráð vinnur að, reglur um flokkun tjaldsvæða með stjörnuþjöf sem Ferðamálaráð hafði forgöngu um og síðast en ekki síst kynningu á starfsfólki Ferðamálaráðs. Bæði fréttabréfin eru aðgengileg í rafrænni útgáfu á vef Ferðamálaráðs.

## **7.7 Kynningarrit**

Á árinu var efnt til kynningar á starfi Ferðamálaráðs á sviði umhverfismála og af því tilefni gefið út lítið kynningarrit. Þá var bæklingur um merkingu gönguleiða endurunninn og útbúin prentvæn útgáfa sem nálgast má á vef Ferðamálaráðs.

## **7.8 Samningur um eflingu rannsókna á sviði ferðamennsku**

Undir lok ársins gengu Ferðamálaráð og Ferðamálaasetur Íslands frá samningi sem hefur að markmiði að efla enn frekar rannsóknir og þróun á sviði ferðaþjónustu og ferðamennsku. Ferðamálaasetur Íslands var stofnað í september 1999. Það er til húsa í húsnæði Háskólans á Akureyri á Sólborg en stofnunin er samstarfsverkefni Háskóla Íslands og Háskólans á Akureyri. Ferðamálaasetrið er miðstöð rannsókna, fræðslu og samstarfs í greinum sem tengjast ferðamálum. Markmið stofnunarinnar er m.a. að efla rannsóknir og menntun á sviði ferðamála, styrkja tengsl háskólastarfs og atvinnulífs og auka þekkingu um ferðamál. Helstu verkefni snúast um rannsóknir í faginu, samstarf við innlenda og erlenda rannsóknaraðila, útgáfu fræðirit og kynningarbæklinga, upplýsingamiðlun, ráðgjöf og að gangast fyrir námskeiðum, ráðstefnum og fyrirlesturum í ferðamálafræðum.

Í áðurnefndum samningi kemur fram að Ferðamálaráð leggur Ferðamálaasetrinu til ákveðna fjárupphæð mánaðarlega vegna rannsókna eða þróunarverkefna í ferðaþjónustu. Er m.a. kveðið á um að stofnanirnar vinni sameiginlega áætlun um hvers konar rannsóknir og/eða þróunarverkefni sem Ferðamálaasetrið vinni.

## **8 Fundir - ráðstefnur – námskeið**

### **8.1 Ferðamálaráðstefnan 2003**

Um 200 manns sóttu árlega ferðamálaráðstefnu Ferðamálaráðs Íslands sem að þessu sinni var haldin í félagsheimilinu Skjólbrekku í Mývatnssveit dagana 16.-17. október. Ekki var annað að heyra á gestum en að þeir færu sáttir til síns heima, enda voru mörg fróðleg erindi flutt og fjörugar umræður á köflum. Meginefni og yfirskrift

ráðstefnunnar að þessu sinni var "Markaðssetning Íslands - breyttar áherslur." Með yfirskriftinni var verið að vísa til þeirrar nýju leiðar sem farin var á árinu við nýtingu þess fjármagns sem stjórnvöld ákváðu að verja til markaðssóknar íslenskrar ferðaþjónustu. Framsögu hafði Ársæll Harðarson, forstöðumaður markaðssviðs Ferðamálaráðs Íslands. Í kjölfarið fylgdu pallborðsumræður um málið og eftir þær var opnað fyrir umræður og fyrirspurnir. Eftir kaffihlé voru síðan almennar umræður og afgangsla ályktana og var þar samþykkt ályktun tengd hvalveiðum.

Líkt og undanfarin ár eru öll erindi og allar umræður frá ráðstefnunni aðgengileg á vef ferðamálaráðs undir liðnum "[Fundir og ráðstefnur](#)".

Samkvæmt venju voru umhverfisverðlaun Ferðamálaráðs afhent á ráðstefnunni. Þau hafa verið afhent árlega frá árinu 1995 og eru hugsuð sem hvatning til þeirra sem stunda umhverfissvæna ferðamennsku. Verðlaunin komu að þessu sinni í hlut Bandalags íslenskra farfugla ehf.

## **8.2 Fundaröð með FSÍ**

Á árinu var fram haldið fundaröð sem Ferðamálaráð og Ferðamálasamtök Íslands (FSÍ) efndu til í sameiningu. Fundað verður með heimamönnum um allt land og eru fundirnir hugsaðir bæði til að veita heimamönnum upplýsingar og ekki síður til að hlusta á viðhorf þeirra. Til fundanna hafa m.a. verið boðaðar stjórnir ferðamálasamtakanna á hverju svæði, ferða- og atvinnumálafulltrúar, sveitarstjórnarmenn og rekstraraðilar í greininni. Fundirnir hafa undantekningarlaust verið vel sóttir og líflegar umræður skapast. Á þeim hefur verið komið inn á alla helstu þætti sem snúa að málaflokknum, svo sem markaðsmál erlendis sem innanlands, rekstrarumhverfi greinarinnar, samgöngur, fjármögnun, gæði og öryggi, þróun upplýsingamiðstöðva, verkefni og verkswið Ferðamálaráðs o.fl.

## **8.3 Námskeið fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva**

Undanfarin ár hefur Ferðamálaráð Íslands staðið fyrir námskeiðum fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva og svo var einnig á árinu 2003. 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 mánudaginn 2. júní og var þátttakendafjöldinn um 30 manns.

## **9 Gagnagrunnur og Handbókin Ísland**

Á undanförunum árum hefur á vegum Ferðamálaráðs Íslands 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 landkynningarvef Ferðamálaráðs, [www.icetourist.is](http://www.icetourist.is) undir "Gulu síðurnar".

Handbók Ferðamálaráðs, Ísland, byggir á gagnagrunninum og er því viðamikili rit. Útgáfa bókarinnar hófst árið 1987 og var hún þá unnin á

Upplýsingamiðstöð Ferðamála í Reykjavík. Frá árinu 1994 hefur bókin verið unnin á skrifstofu Ferðamálaráðs á Akureyri, þar sem einnig er haldið utan um gagnagrunninn. Handbókin er gefin út á ensku og íslensku og kemur út einu sinni á ári, undir lok ársins. Um er að ræða mikilvægt uppflettirit fyrir alla þá sem starfa að skipulagningu og upplýsingagjöf í ferðaþjónustu. Bókin er seld í áskrift.

## **10 Vefmál**

### **10.1 Landkynningarvefir**

Ljóst er að vægi Internetsins er stöðugt að aukast þegar kemur að upplýsingagjöf til ferðafólks. Í nýjustu könnun Ferðamálaráðs meðal erlendra ferðamanna kom m.a. í ljós að tæplega 50% gesta höfðu leitað sér upplýsinga um Ísland á Netinu sem var hæsta hlutfallið af þeim þáttum sem mældir voru.

Umferð um vefinn hefur farið stigvaxandi. Að jafnaði fær vefurinn heimsóknir frá gestum ríflega 70 þjóðlanda í hverjum mánuði og þeir eru samtals að skoða um 300.000 síður á vefnum. Þetta er þriðjungs aukning miðað við sama tíma í fyrra. Vefurinn er á 6 tungumálum og það sem gefur honum algera sérstöðu umfram aðra vefi sem kynna Ísland er sá viðamikli gagnagrunnur sem tengdur er við hann. Þarna geta notendur Internetsins leitað að þeirri tegund þjónustu sem þeir óska um allt land. Stöðugt er unnið að endurbótum á framsetningu þessara upplýsinga þannig að þær nýtist ferðamönnum sem best. Ný útgáfa af vefnum fer í loftið á vordögum 2004.

Skrifstofur Ferðamálaráðs í New York og Frankfurt halda báðar úti sér vefsíðum sem sérstaklega eru hannaðar með markaðssvæði viðkomandi landa í huga.

### **10.2 Svörun fyrirspurna**

Mikilvægur þáttur í því að halda úti vefsíðum er svörun fyrirspurna og verulega hefur færst í vöxt að fólk nýti sér þennan samskiptamöguleika til að fá upplýsingar um land og þjóð. Í meirihluta tilfella er hægt að sjá frá hvaða landi tölvupóstsendingarnar koma og er þannig hægt að greina fyrirspurnir til Ferðamálaráðs Íslands frá um 100 þjóðlöndum á árinu 2003. Vart þarf að koma á óvart að flestar fyrirspurnir eru að koma frá stærstu markaðssvæðum Íslands í ferðamennsku, 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 Channel-eyjar, Bermuda, Tjedjeníu, Uganda, Uspekistan og Zimbabwe, svo nokkur dæmi séu tekin. Svörun fyrirspurna fer fram á skrifstofu Ferðamálaráðs á Akureyri.

### **10.3 Samskiptavefur**

Áfram var haldið að þróa samskiptavef Ferðamálaráðs sem er í slóðinni [www.ferdamalarad.is](http://www.ferdamalarad.is). Á vefnum er að finna ýmsan fróðleik varðandi íslenska ferðaþjónustu og starfsemi Ferðamálaráðs, s.s. tölfræði, fræðslurit, lagaumhverfi, markaðsmál, útgáfumál Ferðamálaráðs og umræðusvæði ásamt ýmsu öðru. Fréttapáttur vefsins hefur verið að eflast og er vefurinn uppfærður daglega og jafnvel oft á dag. Á virkum dögum heimsækja að jafnaði um 200 manns vefinn til að leita sér upplýsinga.

## **11 Flokkun gististaða**

### **11.1 Í gangi frá árinu 2000**

Flokkun gististaða á Íslandi hófst árið 2000 og hefur frá upphafi verið í umsón Ferðamálaráðs. Krafan um að gististaðir yrðu flokkaðir hafði verið lengi í umræðunni og voru það einkum talsmenn ferðaskrifstofa sem töluðu um kosti þess að gististaðir yrðu teknir út og flokkaðir. Þegar lagt var af stað árið 2000 gerðu áætlanir ráð fyrir að um 80-100 gististaðir yrðu flokkaðir. Því miður hefur ekki tekist sem skildi að sannfæra rekstaraaðila gististaða um ágæti þess að láta flokka staði sína. Á síðasta ári voru 53 gististaðir flokkaðir en í handbók Ferðamálaráðs eru skráðir um 400 gististaðir, sem þýðir að um 14% gististaða eru flokkaðir. Þess ber þó að geta að um 44% allra herbergja eru flokkuð sem aftur segir okkur að það eru einkum stærri gististaðir sem eru flokkaðir.

### **11.2 Samnorrænt flokkunarkerfi**

Flokkunarkerfið sem notast er við er upprunnið frá dönsku hótél- og veitingahúsasamtökunum (HORESTA). Í gildandi samningi milli Ferðamálaráðs og HORESTA er ákvæði um að fulltrúi frá HORESTA komi árlega til Íslands til eftirlits. Fulltrúar HORESTA dvöldu á Íslandi um miðjan ágúst sl og að þessu sinni voru gististaðir á Reykjanesi, Suðurlandi og Reykjavík heimsóttir. Voru fulltrúar HORESTA ánægður með hvernig til hefur tekist með úttekt á flokkuðum stöðum.

Flokkunarkerfi Horesta verið að vinna á og ná meiri útbreiðslu. Það hefur verið notað í Danmörku, Íslandi og Grænlandi undanfarin ár, nú eru Svíþjóð og Færeyjar að bætast í hópinn og Norðmenn hafa sýnt mikinn áhuga þannig að líklegt má telja að þeir bætist við innan skamms. Þetta er afar ánægjuleg þróun því ef tekst að fá Finna með þá verður til samnorrænt flokkunarkerfi fyrir gistingu sem væri mjög góður áfangi. Eins og staðan er í dag er ekkert samræmt kerfi til, hvorki fyrir Evrópu, hvað þá á heimsvísu. Megintilgangur svona flokkunarkerfis er ávallt að stuðla að auknum gæðum gistingar og að viðskiptavinir eigi auðveldara með að velja sér þá þjónustu sem þeir sækjast eftir.

### **11.3 Æskilegt að sjá meiri þátttöku**

Sem fyrr er sagt voru dönsku gestirnir ánægðir með það sem þeir sáu hérlendis enda eru gæðamál þeirra gististaða sem tekið hafa þátt í flokkuninni almennt í mjög góðu lagi. Vissulega væri æskilegt að sjá fleiri íslenska gististaði nýta sér kerfið. Er raunar umhugsunarefni hvers vegna við sjáum ekki enn fleiri taka kerfið upp því kostirnir eru augljósir og kostnaðurinn að mjög hóflegur. Þó er ánægjulegt að flestir sem koma á fót nýjum gististöðum eða fara í verulega endurnýjun á aðstöðunni hjá sér horfa til flokkunarkerfisins. Æskilegt væri hins vegar að sjá fleiri stíga skrefið til fulls og taka þátt með formlegum hætti.

## **12 Flokkun tjaldsvæða**

Að forgöngu Ferðamálaráðs var á árinu unnið að reglum 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.

Haustið 2002 var stofnuð verkefnisnefnd til að vinna tillögur að flokkun tjaldsvæða. Nefndina skipuðu, auk umhverfisfulltrúa Ferðamálaráðs, sem var verkefnisstjóri, fulltrúar Ferðamálasamtaka Íslands, Samtaka ferðaþjónustunnar,



Félags ferðamálafulltrúa, Bandalags íslenskra Farfugla og Ferðaþjónustu bænda. Við undirbúning málsins var stuðst við flokkunarkerfi sem notuð eru í Noregi og Danmörku. Nefndin skilaði af sér tillögum sem samþykktar voru á fundi Ferðamálaráðs Íslands. Í framhaldinu er síðan áætlað að gefa út leiðbeiningarrit um rekstur og uppbyggingu tjaldsvæða.

Í reglunum er gengið út frá flokkun tjaldsvæða með stjörnuþjöf frá einni upp í fimm stjörnur. Ekki er gert ráð fyrir að tjaldsvæði beri sérstakan kostnað 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 stjörnuþjöf 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.

## **13 Umhverfismál**

### **13.1 Úrbætur á fjölsóttum ferðamannastöðum**

Á umliðnum árum hefur Ferðamálaráð Íslands unnið að uppbyggingu á fjölsóttum ferðamannastöðum víðsvegar um land. Hefur stofnun þannig á rúmum áratug staðið fyrir eða komið að framkvæmdum á yfir 40 stöðum. Á árinu 2003 var unnið að úrbótum við Krýsuvík, Hveri austan Námaskarðs, Dyrhólaey, Seljalandsfoss, Skaftafell og Dynjandi. Auk þess var unnið að þremur öðrum verkefnum frá fyrra ári, þ.e. við Djúpálónssand, Hraunfossa/Barnafoss og við Skógarfoss. Unnið var fyrir um 33 milljónir króna á árinu.

Hraunfossar og Barnafoss í Borgarfjarðarsveit er eitt þeirra svæða sem Ferðamálaráð hóf fyrst framkvæmdir á. Hefur verkið verið unnið í nokkrum áföngum og þann 29. apríl 2003 opnaði samgönguráðherra Sturla Böðvarsson svæðið með formlegum hætti eftir endurbætur. Við það tækifæri var jafnframt kynnt starf Ferðamálaráðs að umhverfismálum.

### **13.2 Styrkir til úrbóta í umhverfismálum**

Á undanförunum árum hefur Ferðamálaráð Íslands veitt styrki til úrbóta í umhverfismálum á ferðamannastöðum. Yfirleitt hafa ákveðnir landshlutar komið til úthlutunar á hverju ári en að þessu sinni var ekki um slíka skiptingu að ræða heldur var hægt að sækja um styrki til úrbóta á ferðamannastöðum um allt land. Ákvörðunin var tekin í ljósi þess að heildarupphæðin sem var til úthlutunar var hækkuð verulega frá fyrra ári, eða úr 6 milljónir króna í 10 milljónir króna. Styrkirnir eru veittir til framkvæmda á vegum einstaklinga, fyrirtækja, félagasamtaka og sveitarfélaga. Skilyrði er að framkvæmdirnar stuðli að verndun náttúrunnar, samhliða bættum aðbúnaði ferðamanna.

Að þessu sinni bárust 160 umsóknir þar sem sótt var um styrki til um 180 verkefna. Sem fyrr segir voru 10 milljónir króna til úthlutunar en alls nam heildarupphæð styrkumsókna 125 milljónum króna. Af því leiðir að mörgum verkefnum sem vert hefði verið að leggja lið varð að hafna. Við úthlutunina nú var haft til viðmiðunar að styrkja verkefni sem draga úr mengun, auka öryggi ferðafólks eða bæta aðgengi hreyfihamlaðra. Einnig var litið til verkefna sem miða að bættri hreinlætisaðstöðu á stöðum þar sem ferðafólk nýtir sér aðeins þá þjónustu þótt fleira sé í boði. Víða skapast vandræðaástand vegna hópa sem aðeins nýta sér hreinlætisaðstöðu sem í boði er og bitnar það á viðskiptavinum og starfsfólki

þjónustufyrirtækjanna. Lista yfir þá sem hlutu styrki á árinu 2003 má finna á vef Ferðamálaráðs.

### **13.3 Breytt verklag**

Á fundi Ferðamálaráðs Íslands þann 6. október var samþykkt nýtt verklag varðandi útteilingu þeirra fjármuna sem varið er til umhverfismála af hálfu stofnunarinnar og tók það gildi fyrir úthlutun á árinu 2004. Meginbreytingin felst í því að bróðurparti fjármunanna verður úthlutað í styrkjaformi. Eins og rakið er hér að ofan hefur fjármununum Ferðamálaráðs til umhverfismála til þessa verið tvískipt. Um fimmtingi þeirra hefur verið úthlutað í formi tiltölulega lágra styrkja en afganginum verið varið til úrbóta á fjölsóttum ferðamannastöðum þar sem Ferðamálaráð hefur sjálft séð um framkvæmdir í samvinnu við fleiri aðila, svo sem Vegagerðina, Umhverfisstofnun og sveitarfélög á viðkomandi stað. Á umliðnum árum hefur Ferðamálaráð Íslands þannig lagt um 300 milljónir króna til uppbyggingar á ferðamannastöðum víðsvegar um land.

Nú verður hins vegar sem fyrr er sagt bróðurparti fjármunanna úthlutað í styrkjaformi. Með þessari nýju leið er verið að leitast við að nýta sem best útsjónarsemi þeirra sem að viðkomandi verki standa og um leið að auka ábyrgð þeirra. Um er að ræða í þrjá meginflokka:

#### **1. Minni verkefni í umhverfismálum:**

Fyrir árið 2004 var lögð áhersla á uppbyggingu gönguleiða. Eingöngu eru veittir styrkir til efniskaupa og hámarksupphæð hvers styrks er 500 þúsund krónur.

#### **2. Stærri verkefni á fjölsóttum ferðamannastöðum:**

Veittir verða styrkir til tveggja stærri verkefna þar sem umsækjendur stýra framkvæmdum og svæðin verða í umsjón eða eigu styrkþega eftir að framkvæmdum lýkur.

#### **3 Uppbygging á nýjum svæðum:**

Veittir verða styrkir til uppbyggingar á nýjum svæðum sem skipulögð hafa verið þannig að ferðamönnum nýtist viðkomandi svæði.

Þann 13. nóvember var auglýst eftir umsóknum um styrki fyrir árið 2004 samkvæmt þessu nýja verklagi og bárust 252 umsóknir.

## **14 Gagnagrunnur um gönguleiðir**

### **14.1 Samstarfsverkefni FMR, UMFÍ og LMÍ**

Á árinu var unnið að nýju verkefni sem miðar að skráningu gönguleiða og miðlun upplýsinga um þær til almennings. Um er að ræða samstarfsverkefni Ferðamálaráðs Íslands, Ungmennafélags Íslands og Landmælinga Íslands. Unnið er að gerð gagnagrunns með gönguleiðum og verður hann aðgengilegur almenningi á heimasíðunni [www.ganga.is](http://www.ganga.is). Stefnt er á að opna heimasíðuna 1. maí 2004 og þá verði þar að finna upplýsingar um a.m.k. 500 gönguleiðir, ásamt upplýsingum er tengjast slíkum ferðalögum hér á landi. Fleiri leiðir munu svo bætast við í framtíðinni.

Gönguleiðir eru skilgreindar í þessu verkefni sem leiðir er tekur a.m.k. tvær klukkustundir að ganga. Þessar leiðir geta verið merktar sem ómerktar en markmið verkefnisins er að stuðla enn frekar að uppbyggingu gönguleiða á Íslandi og aðgengi að þeim, sem og hvetja fólk til að ganga um landið og kynnast því á þennan heilsusamlega hátt.

## **14.2 Upplýsingar aðgengilegar almenningi á einum stað**

Mikil vakning hefur átt sér stað hér á landi undanfarin ár gagnvart útivist af þessu tagi, bæði stuttum heilsubótargönguferðum og skipulögðum nokkurra daga ferðum. Hafa ferðafélög og áhugahópar um gönguleiðir víðs vegar um landið unnið mjög gott starf, t.d. við gerð göngukorta, vefsíðna og merkingu gönguleiða. Ætlunin með þessu verkefni er að þær upplýsingar sem nú þegar eru til verði aðgengilegar almenningi á einum stað á slóðinni [www.ganga.is](http://www.ganga.is) og er það von aðstandenda verkefnisins að upplýsingarnar muni nýtast sem flestum er hyggja á ferðalög og útivist og efla um leið enn frekar þessa tegund afþreyingar í íslenskri ferðaþjónustu.

## **14.3 Göngum um Ísland**

Verkefni þetta er framhald af verkefni sem Ungmennafélag Íslands fór af stað með árið 2002, með styrk frá Heilbrigðisráðuneytinu, þess efnis að fá fólk til að ganga reglulega sér til heilsubótar sem og til að fá ferðafólk til að staldra við á ferðum sínum um landið og fara í stuttar gönguferðir. Afrakstur þess átaks er handbókin *Göngum um Ísland* sem verður endurútgefin á sumri komanda og mun þá hafa að geyma lýsingar á yfir 300 merktum gönguleiðum víðsvegar um landið, sem eru að jafnaði hálf tíma til tveggja tíma ganga og því tilvaldar fjölskylduleiðir. Upplýsingar úr bókinni eru aðgengilegar á áður nefndri vefslóð.

## **15 Upplýsingamiðstöðvar fyrir ferðamenn**

Þróunarverkefni Ferðamálaráðs um upplýsingarmiðstöðvar heldur áfram og eru landshlutamiðstöðvar nú orðnar níu talsins og landamærastöðvar tvær. Þessar stöðvar eru í Reykjanesbæ, Reykjavík, Borgarnesi, Ísafirði, Varmahlíð, Akureyri, Egilsstöðum, Höfn og Hveragerði. Landamærastöðvarnar eru á Seyðisfirði og í Leifstöð. Skilningur á mikilvægi upplýsingagjafar í ferðaþjónustu og á nauðsynlegri uppbyggingu upplýsingamiðstöðva hefur aukist til muna og eiga bæði sveitarstjórnarmenn og alþingismenn heiður skilið fyrir jákvæð viðbrögð við þessu viðamikla verkefni.

Fyrirmynd upplýsingamiðstöðva landsins sem unnið er að er á Suðurlandi byggist á þróun móðurstöðvar (landshlutastöð) og nokkurra undirstöðva (svæðastöðvar). Unnið hefur verið að því nú undanfarið að skilgreina samstarf milli svæðastöðva og samhengis þeirra við móðurstöðina. Einnig er unnið að því að skýra og skilgreina ábyrgð og eignaraðild að móðurstöðinni í Hveragerði. Það eru sveitarfélögin á Suðurlandi með Atvinnuþróunarsjóður Suðurlands sem fulltrúa sinn sem vinna að gerð samnings um rekstur og ábyrgð á landshlutamiðstöðinni í Hveragerði við Hveragerðisbæ og Ferðamálasamtök Suðurlands. Þetta verk er langt komið og mun að lokum skýra til muna alla ábyrgð á framtíð upplýsingamiðstöðva á Suðurlandi.

Síðan fer í hönd vinna við að útskýra þessa fyrirmynd fyrir sveitarstjórnarmönnum, fyrirtækjum og samtökum í ferðaþjónustu í öðrum landshlutum og virkja með því samtakamátt þeirra til að taka til sín þessa fyrirmynd og þróa áfram í hverjum landshluta. Samkvæmt verkáætlun þróunarverkefnis Ferðamálaráðs um upplýsingamiðstöðvar og upplýsingagjöf frá árinu 2000 var reiknað með að kerfi upplýsingamiðstöðva á landinu yrði komið í ákveðið horf árið 2004. Bendir allt til að svo megi verða.

## **16 Ráðstefnuskrifstofa Íslands**

Hlutverk Ráðstefnuskrifstofu Íslands er að markaðssetja Ísland á alþjóðamarkaði sem ákjósanlegan áfangastað til ráðstefnuhalds og hvataferða. Auk þess ber skrifstofunni að vekja áhuga Íslendinga í alþjóðasamskiptum á að halda ráðstefnur og fundi fagfélaga sinna hér á landi. Að baki skrifstofunni standa Ferðamálaráð Íslands, Reykjavíkurborg, Flugleiðir, flest leiðandi hótél á sviði ráðstefnuhalds og hvataferða auk annarra fyrirtækja, s.s. afþreyingarfyrirtækja, veitingahúsa og fleiri sem eiga hagsmuna að gæta af ráðstefnuhaldi og móttöku hvataferða. Frá því haustið 1997 hefur starfsemi Ráðstefnustefnuskrifstofu Íslands verið hýst hjá Ferðamálaráði Íslands sem jafnframt hefur séð um rekstur hennar samkvæmt samkomulagi við stjórn skrifstofunnar.

## **17 Ferðamálaáætlun 2006-20015**

Á árinu hófst undirbúningur að nýrri stefnumótun fyrir íslenska ferðaþjónustu 2006-2015. Frá árinu 1996 hefur ferðaþjónustan unnið eftir stefnumótun sem nær til ársins 2005. Samgönguráðherra hefur á undanförunum misserum látið vinna mikla undirbúningsvinnu sem lögð verður til grundvallar við gerð umræddrar stefnumótunar. Þar má m.a. nefna skýrslur um menningartengda ferðaþjónustu, heilsutengda ferðaþjónustu, Auðlindin Ísland og nú síðast skýrsla framtíðarnefndar ferðaþjónustunnar.

Í nóvember 2003 skipaði ráðherrann stýrihóp til þess að leiða vinnu við gerð áætlunarinnar. Magnús Oddsson ferðamálastjóri var skipaður formaður hópsins, en aðrir í honum eru Helga Haraldsdóttir, skrifstofustjóri í samgönguráðuneyti og Erna Hauksdóttir, framkvæmdastjóri Samtaka ferðaþjónustunnar (SAF). Með stýrihópnum starfar Jón Gunnar Borgþórsson, en hann var ráðinn verkefnisstjóri frá áramótum 2003/2004. Stýrihópurinn hefur einnig samráð við sérstakan vettvang hagsmunaaðila og leitar þar m.a. sjónarmiða og tillagna um það sem betur má fara. Opnað hefur verið sérstakt vefsvæði fyrir ferðamálaáætlunina og er það aðgengilegt á forsiðu vefs Ferðamálaráðs.

## **18 Árangur ársins metinn**

Ljóst er að þeir sem koma að íslenskri ferðaþjónustu geta að mörgu leyti verið sáttir við þann árangur sem náðist á árinu 2003. Þannig var met slegið í fjölda ferðamanna hingað til lands, eins og fyrr er sagt. Þá fjölgaði gistinóttum á hótélum um 10% miðað við 2002, innlendum gestum um 7,5% og erlendum gestum um 10,1%.

Samanborið við nágrannalönd okkar er Ísland að ná mjög góður árangri. Þannig fækkaði t.d. gistinóttum á hinum Norðurlöndunum árið 2003 um 2,3% að meðaltali, langmest í Noregi um 7,3%, um 1% í Finnlandi og Svíþjóð og 0,1% í Danmörku.. Samkvæmt upplýsingum WTO (Alþjóðaferðamálaráðsins) og ETC (Ferðamálaráð Evrópu) er Ísland meðal þeirra landa sem nær bestum árangri í fjölgun ferðamanna. Á heimsvísu fækkaði ferðamönnum árið 2003 um 1,2 % miðað við árið 2002. Hins vegar fjölgaði ferðamönnum sem heimsóttu Evrópulönd alls um 0,4% Séu tölurnar greindar niður á einstök ríki kemur í ljós að hlutfallslega hafa aðeins 2 lönd náð betri árangri en Ísland í að auka fjölda gesta til landsins. Þetta eru Búlagaría og Rúmenía.

Svo virðist að með samstilltum aðgerðum hafi Íslendingum á undan öðrum þjóðum tekist að vinna úr því áfalli sem ferðaþjónustan á heimsvísu varð fyrir í kjölfar hryðjuverkanna í Bandaríkjunum 11. september 2001. Strax í október 2001 var

unnin aðgerðaráætlun stjórnvalda og atvinnugreinarinnar og brugðist við aðstæðum til að verja þann árangur sem náðst hafði árin á undan. Stjórnvöld hafa þannig veitt 750 milljónum króna til markssamstarfs með greininni á þeim tíma sem liðinn er frá 11. september 2001 umfram hefðbundnar markaðsaðgerðir. Hér er því um nýtt fjármagn til markaðssetningar Íslands sem ferðamannalands að ræða. Þannig tókst að verja góðan árangur ferðaþjónustunnar og árangur okkar er hlutfallslega meiri en í nágrannalöndunum og flestum löndum Evrópu, eins og rakið var hér að framan. Þetta sýnir að ákvarðanir stjórnvalda og greinarinnar um aðgerðir og aðferðafræði til varnar aðstæðum voru réttar.