

# Ferðamannaborgin REYKJAVÍK



**Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar**  
2004–2010



Reykjavíkurborg



# EFNISYFIRLIT

Ávarp borgarstjóra

## 1. STEFNAN

- 1.1 Ferðamannaborgin
- 1.2 Gáttin að Íslandi
- 1.3 Stoðirnar
- 1.4 Vörumerkið

## 2. VERKEFNASKRÁ OG AÐGERÐAÁÆTLUN

- 2.1 Innviðir og markaðsmál
- 2.2 Menningarborgin/Miðborgin
- 2.3 Heilsuborgin/Nábýli við náttúru
- 2.4 Ráðstefnu- og verslunarborgin
- 2.5 Hafnarborgin og samgöngur

## 3. NIÐURSTÖÐUR SAMRÁÐSHÓPA

- 3.1 Menningarborgin
- 3.2 Heilsuborgin
- 3.3 Ráðstefnuborgin
- 3.4 Hafnar- og samgönguborgin
- 3.5 Miðborgin
- 3.6 Verslunarborgin
- 3.7 Gestrisin borg

## 4. GREINING

- 4.1 Umfangið
- 4.2 Fjöldinn
- 4.3 Dvölin
- 4.4 Viðauki



## Ferðamannaborgin Reykjavík



Sú stefna Reykjavíkurborgar í ferðapjónustu sem hér er kynnt er metnaðarfull og góður vitnisburður um það öfluga starf sem borgin vinnur í ferðamálum. Meðal útlendinga er Reykjavík án efa þekktasti staðurinn á Íslandi. Því er á miklu að byggja þegar nafn höfuðborgarinnar er notað við markaðssetningu á Íslandi á erlendra grund. Það kemur ekki eingöngu ferðapjónustu í Reykjavík til góða heldur Íslandi öllu. Reykjavík hefur margvíslegu þjónustuhlutverki að gegna gagnvart öllum landsmönnum en það að vera höfuðborg sem þeir geta verið stoltir af er ekki sísta hlutverkið.

Við þurfum líka að gæta þess að Reykjavík veki áfram jákvæðar hugmyndir í hugum útlendinga. Á umliðnum árum hefur sýnt sig að það sem við viljum sýna gestum sem ber að garði er líka gott fyrir íbúana. Um leið og við búum okkur sjálfum lífvænlegt umhverfi verður borgin okkar jafnframt vinsæll viðkomustaður annarra.

Reykjavík hefur valið sér kjörorðið Pure Energy eða „hrein orka“ til markaðssetningar í útlöndum. Það endurspeglar í senn þróttmikið mannlíf og fjörugan sköpunarkraftinn í borginni og íbúum hennar en um leið hið tæra og ferska sem felst í nánd Reykjavíkur við ósnortna náttúru. Það rímar líka einkar vel við þátttöku borgarinnar í spennandi rannsóknarverkefnum á borð við notkun vetnisvagna í almenningssamgöngum sem vakið hefur mikla athygli víða um heim.

Þá hefur verið einkar ánægjulegt fyrir mig að fylgjast með því sem áunnist hefur í þróun ferðapjónustu í Reykjavík síðustu ár. Fyrir tæpum áratug leiddi ég stefnumótun í ferðapjónustu fyrir borgina. Fagmennska í ferðapjónustu og nýting þeirra krafta og kosta sem borgin hefur upp á að bjóða hefur eflst stórlega síðan. Þá var að hefjast vinna við að laða erlenda ferðamenn til Íslands utan hefðbundins háannatíma í því skyni að nýta betur þá innviði sem byggðir hafa verið upp í ferðapjónustu. Með öflugum samstarfi og ekki síður framtaki einstakra fyrirtækja hefur þetta tekist. Nú er viðurkennt að borgarferðir eru sá þáttur ferðamennskunnar þar sem mestan tekjuauka er að sækja. Ferðamannastraumur utan háannatímans hefur líka eflt menningarlíf og mannlíf hér í Reykjavík og ferðapjónustufólk utan höfuðborgarinnar er í auknum mæli að nýta sér þennan straum ferðamanna til borgarinnar á vetrum.

Ég vil þakka þeim fjölmörgu sem komu að þessari stefnumótun sem unnin var á vegum Höfuðborgarstofu. Það var á annað hundrað manns samtals, starfsmenn Reykjavíkurborgar, borgarfulltrúar, sérfræðingar í ferðapjónustu og fagfólk í þessari ört vaxandi þjónustugrein. Starf þeirra sem hér birtist er gott og verður vonandi leiðarljós Reykjavíkurborgar í ferðamálum á næstu árum.



# 1. STEFNAN

## 1.1 FERÐAMANNABORGIN

Fyrsta stefnumótun Reykjavíkurborgar í ferðamálum var gefin út árið 1997 og nefndist Stefnumót 2002. Í henni var lögð áhersla á nábyli borgar og náttúru og Reykjavík kynnt undir slagorðinu Next Door to Nature. Áfangaskýrsla var jafnframt birt í janúar 1999.

Hafin var vinna við þá stefnumótun er hér birtist í september 2002, á sama tíma og verið var að undirbúa stofnun Höfuðborgarstofu – markaðs- og ferðamálastofu Reykjavíkur. Leitað var til hátt á annað hundrað aðila sem tengjast ferðaþjónustu með afar fjölbreyttum hætti og níu hópar störfuðu að afmörkuðum viðfangs-efnum undir leiðsögn hópstjóra og verkefnisstjóra stefnumótunar, Sævars Kristinssonar, ráðgjafa. Svanhildur Konráðsdóttir, forstöðumaður Höfuðborgarstofu, vann jafnframt samantekog greiningu. Dagur B. Eggertsson, formaður stjórnar Höfuðborgarstofu, stýrði verkefnaáætlun og úrvinnslu.

### Hóparnir voru:

1. Ferðamannaborgin  
– *innviðir og uppbygging*
2. Ferðamannaborgin  
– *ímynd og markaðsmál*
3. Menningar- og mannlífsborgin
4. Heilsu- og íþróttaborgin
5. Ráðstefnuborgin
6. Hafnarborgin og samgöngur
7. Miðborgin
8. Verslunarborgin
9. Gestrisin borg

Við úrvinnslu á niðurstöðum hópanna voru samstarfs- og hagsmunaaðilar á hverju sviði enn fremur kallaðir til og upp úr þessu víðtæka samráði er sprottin sú stefna og verkefnaskrá í ferðamálum sem hér birtist og nær til ársins 2010.

### Leiðarljós

**Reykjavík eflist sem höfuðborg Íslands í alþjóðlegri samkeppni á sviði ferðamála. Sérstaða hennar sem hreinnar og nútímalegrar menningarborgar í nábyli við einstæða náttúru verði þekkt og virt.**

**Reykjavík verði eftirsóttur áfangastaður allt árið um kring og þannig verði rennt styrkari stoðum undir fjölbreytt atvinnulíf og menningarstarf í tengslum við ferðaþjónustu á Íslandi.**

### 1.1.1 Meginmarkmið

1. Gestir Reykjavíkur fái framúrskarandi móttökur og verði auðveldað að ferðast á eigin vegum.
2. Auka vægi viðburða og menningar í ferðamennsku í Reykjavík til hagsbóta fyrir íbúa, atvinnulíf og gesti höfuðborgarinnar.
3. Efla heilsu- og íþróttatengda ferðaþjónustu með markvissri vörupróun og kynningarstarfi.
4. Stórauka áherslu á Reykjavík sem ráðstefnuborg og stuðla að auknum gæðum í þjónustu og innviðum.
5. Rækta hlutverk Reykjavíkur sem höfuðborgar landsins alls með traustri miðlun upplýsinga um Ísland til ferðamanna og áherslu á Reykjavík sem gáttina að Íslandi.
6. Koma á samstarfi sveitarfélaga og fyrirtækja á höfuðborgarsvæðinu með það að markmiði að svæðið eflist sem ein heild í ferðaþjónustu.
7. Virkja stofnanir og fyrirtæki borgarinnar til samstarfs um að styrkja Reykjavík sem áfangastað.



### Mælanleg markmið

1. Fjöldi erlendra ferðamanna á Íslandi aukist um 7% árlega og verði orðinn 510.000 árið 2010.
2. Ferðamenn dveljist lengur í Reykjavík, að meðaltali 1½ gistinótt lengur árið 2010 en árið 2004.
3. Gestum fjölgi hlutfallslega meira utan háannatíma.
4. Meðalnýting á hótelum í Reykjavík verði ekki undir 70% í lok tímabilsins.
5. Farþegum skemmtiferðaskipa fjölgi um 7% árlega.
6. Afkoma fyrirtækja í ferðaþjónustu batni. Gjaldeyriskjukur af ferðaþjónustu aukist um 10% árlega og verði orðnar 65,5 milljarðar árið 2010.
7. Meira en 80% erlendra ferðamanna verði ánægð með dvölinu í Reykjavík.

## 1.2 GÁTTIN AÐ ÍSLANDI

Aðdráttarafli Reykjavíkur sem höfuðborgar Íslands hefur vaxið jafnt og þétt á umliðnum árum. Reykjavík er mikilvægur segull til að laða að ráðstefnugesti og ferðamenn utan háannatíma auk þess að vera lykkillinn að vexti menningartengdrar ferðaþjónustu á Íslandi.

### SVÓT-greining

Samráðshóparnir sem starfað hafa greindu styrkleika og veikleika Reykjavíkur sem áfangastaðar og hefur niðurstaðan verið nýtt við markmiðasetningu og mótun á nýju slagorði og markaðssetningu á vörumerkinu Reykjavík.

### Styrkleikar

- Reykjavík er höfuðborg.
- Innviðir almennt góðir.
- Örug borg.
- Hrein orka.
- Nábyli við fagra náttúru.
- Stutt á milli staða.
- Mikið úrval óvenjulegrar afþreyingar.
- Sundlaugar/heilsulindir.
- Íslenskt listafólk.
- Fjörugt næturlíf.
- Gestrisni borgarbúa.
- Hafnarborg.
- Óvenjulegur valkostur fyrir borgarferðalanga.
- Mikil uppbygging framundan.
- Vaxandi markaðssetning og kynning.
- Höfuðborgarstofa og þátttaka Reykjavíkurborgar.

### Veikleikar

- Ekki nógu þekkt vörumerki.
- Þjónusta ekki nógu góð.
- Hátt verðlag á áfengi og mat.
- Skortur á merkingum og upplýsingum á erlendum málum.
- Löng lágönn.
- Skortur á menningarlegri afþreyingu.
- Skortur á afþreyingu fyrir börn.
- Skortur á áhugaverðum byggingum.
- Of fáir staðir sem nauðsynlegt þykir að sjá.
- Skortur á samstöðu í kynningarmálum.
- Opnunartímar verslana, veitingastaða og menningarstofnana.
- Skortur á menntun starfsfólks í ferðaþjónustu.
- Arðsemi í greininni of lítil.
- Of dýrt að komast til landsins.



## Ógnanir og tækifæri

Það sem helst ógnar Reykjavík er samkeppni við aðrar borgir – ekki síst nýja áfangastaði í Eystrasaltslöndunum og Austur-Evrópu. Ótti við hryðjuverk hefur áhrif á ferðalög um allan heim og þrátt fyrir að Reykjavík hafi sterkari stöðu en margir aðrir áfangastaðir fer hún ekki varhluta af því. Landfræðileg lega Íslands og einhæfni í samgöngum eru einnig takmarkandi og hið sama má segja um styrk krónunnar gagnvart erlendum gjaldmiðlum. Neikvæð umfjöllun erlendra fjölmiðla um hvalveiðar, virkjanir og hátt verðlag er einnig ógnun við Reykjavík sem aðlaðandi áfangastað. Óútreiknanlegt veðurfar er einnig hamlandi – ekki síst við vöruþróun á lágönn.

Tækifærin eru hins vegar fjölmörg. Ber þar fyrst að nefna mikla uppbyggingu á innviðum Reykjavíkur, svo sem tónlistar- og ráðstefnuhús með hóteli við Austurhöfn og áform um stórbætta aðstöðu fyrir skemmtiferðaskip. Reykjavík er gáttin að Íslandi; örugg borg í öruggu landi sem nýtur tíðari samgangna við umheiminn og aukinnar fjárfestingar í markaðsstarfi á vettvangi ferðaþjónustunnar.

Nýir markaðir eru að opnast, t.d. Asía og Austur-Evrópa og borgarferðir verða sífellt vinsælli. Mikið tækifæri felst jafnframt í því að nýta betur hreinleika landsins og heita vatnið í Reykjavík, gera borgina að skiptihöfn fyrir skemmtiferðaskip og gera íslenska menningu sýnilegri.

## 1.3 STOÐIRNAR



INNVIÐIR		
Samgöngur, gisting, veitingastaðir, verslanir, miðborg, stofnanir		
<b>NÁTTÚRA</b> Heilsa, vellíðan, íþróttir og afþreying	<b>RÁÐSTEFNUR</b> Hvataferðir og fundir	<b>MENNING</b> Listir, saga, viðburðir og næturlíf
MARKAÐSMÁL		

Ferðamannaborgin Reykjavík hvílir á þremur meginstöðum sem eru: **Náttúra – Ráðstefnur – Menning**. Stefnumótun til 2010 endurspeglar þessar grunnáherslur, jafnt í forgangsöröðun, vöruþróun, markaðssetningu og vali á samstarfsverkefnum.

Kannanir World Travel Trends 2003–2004,<sup>1</sup> sem niðurstöður íslenskra athugana styðja, sýna eftirfarandi hneigðir:<sup>2</sup>

- Afgerandi breyting er að verða á þeim miðlum sem helst eru nýttir sem upplýsingaveitur. Notkun netmiðla eykst mjög en vægi ferðaskrifstofa og ferðabæklinga minnkar.
  - Ferðalögum á ári fjölga og ferðir stytast.
  - Fyrirvari styttest.
  - Sjálfstæðum ferðalögum fjölga á kostnað skipulagðra ferða.
  - Borgarferðum fjölga mest af einstökum tegundum ferða.
  - Vaxandi áhersla á öryggi.
  - Vaxandi áhersla á umhverfi og sjálfbærni.
  - Vaxandi áhugi á óspilltri náttúru og óvenjulegri menningu.
  - Viðburða-/upplifanatengd ferðaþjónusta í vexti á kostnað tryggðar við tiltekinn áfangastað.
- Ofangreind atriði eru mjög jákvæð fyrir framtíðarhorfur Reykjavíkur sem áfangastaðar.



## Stórverkefni í uppbyggingu

Innviðir ferðaþjónustu á höfuðborgarsvæðinu hafa verið byggðir gríðarlega hratt upp á síðustu árum. Enn stærri verkefni eru framundan, svo sem:

- Bygging tónlistar- og ráðstefnuhúss og nýs hótels við Austurhöfn.
- Fleiri nýjar hótélbyggingar og breytingar á eldri byggingum.
- Stórtækar umbætur í umferðarmannvirkjum og samgöngum.
- Stórbætt aðstaða fyrir skemmtiferðaskip.
- Uppbygging í Laugardal með sérstakri áherslu á börn og heilsutengda starfsemi.
- Menningarviðburðum fjölga og söfn verða fjölbreyttari.

*Fjallað verður um fleiri verkefni í köflunum hér á eftir.*

Einnig má benda á að flest samgöngufyrirtæki eru á höfuðborgarsvæðinu, hvort sem um er að ræða samgöngur milli landa eða innanlands. Í Reykjavík eru jafnframt flest veitingahús og flest fyrirtæki er bjóða upp á skipulagðar ferðir út á land, menningarlíf stendur með blóma og sífellt fjölga þeim viðburðum á menningarsviðinu sem höfðað geta til erlendra gesta.

## Upplýsingamiðlun í Reykjavík

Reykjavíkurborg tók við rekstri Upplýsingamiðstöðvar ferðamanna í Reykjavík 1. janúar 2003. Með stórauðnum framlögum til miðstöðvarinnar undirstrikar Reykjavík höfuðborgarhlutverk sitt, en miðstöðin miðlar einna mestum upplýsingum um íslenska ferðaþjónustu innanlands.

### Hjá upplýsingamiðstöðinni skal lögð áhersla á faglega og fjölbreytta þjónustu við ferðamenn.

- Húsnæði og aðstaða Upplýsingamiðstöðvar ferðamanna skal bjóða upp á góða þjónustu við ferðamenn, aðgengi að upplýsingaefni og fjölbreytta nýtingu á kynningarrými.
- Reglubundnar viðhorfs- og þjónustukannanir skulu gerðar meðal gesta.
- Taka skal þátt í kynningar- og starfsþjálfunarverkefnum fyrir starfsfólk upplýsingamiðstöðva úti um landið og miðla nýjungum sem nýta má á vettvangi miðstöðvanna.
- Standa skal að reglulegum kynningar- og samráðsfundum með aðilum í ferðaþjónustu um málefni er varða gæðastjórnun og stefnu í upplýsingamiðlun til ferðamanna á Íslandi.
- Miðstöðin skal hafa á að skipa hæfu og menntuðu starfsfólki.

### Miðstöðin sinnir þjónustu við landið allt. Lögð er áhersla á samstarf við opinbera aðila, landshlutasamtök, atvinnuþróunarfélög, ferðamálanefndir og aðra um land allt sem koma að ferðamálum með það að markmiði að starfa að sameiginlegum hagsmunum, auka upplýsingamiðlun, fagmennsku og miðla reynslu.

- Framlög ferðamálayfirvalda til upplýsingamiðstöðvarinnar endurspeglir hlutverk hennar sem mikilvægustu upplýsingamiðlunar íslenskrar ferðaþjónustu.
- Kynningar- og þjónustusamningar verði gerðir við einstaka landshluta, byggðarlög eða fyrirtæki um sérstakar kynningar á vettvangi upplýsingamiðstöðvarinnar.
- Skýrar verklagsreglur gildi um notkun á kynningarrými og áhersla verði lögð á gæði þess kynningarefnis sem dreift er til ferðamanna.

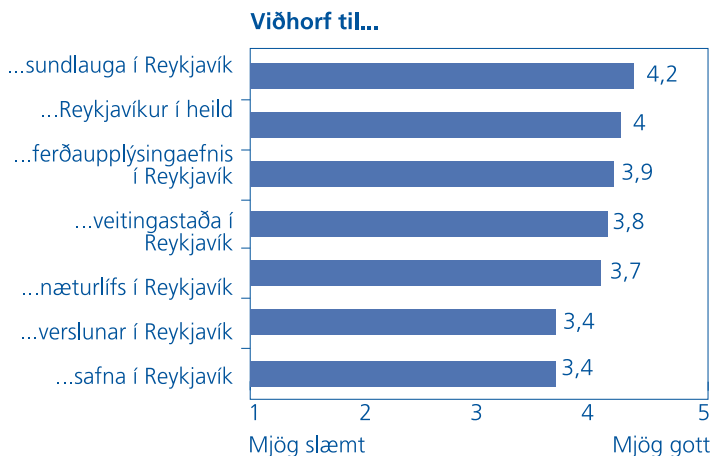
<sup>1</sup> Framtíðarráðstefna WTT, London 2003, <http://www.etc-corporate.org/>.

<sup>2</sup> Rétt er að hafa í huga að verulegur munur getur verið á hegðun eftir markaðssvæðum og fleiri breytum. Hér er lagt út af meginstraumum í hneigðum í ferðamennsku í helstu viðskiptalöndum Íslands á vettvangi ferðaþjónustu.



Höfuðborgarstofa hóf starfsemi 1. janúar 2003 og er farvegur fyrir framkvæmd og samstarf um ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar. Stofan sinnir þríþættum verkefnum: almennum ferða- og kynningarmálum Reykjavíkur, rekstri Upplýsingamiðstöðvar ferðamanna í Reykjavík og ber ábyrgð á skipulagi og framkvæmd ýmissa lykilviðburða á vegum borgarinnar. Höfuðborgarstofa er vettvangur fyrir markvissa samvinnu Reykjavíkurborgar og stofnana hennar annars vegar og ferðaþjónustunnar hins vegar, öllum aðilum til hagsbóta. Skýr stefna í ferða- og kynningarmálum og samþætting við viðburðaskrifstofu skapar jafnframt nýja möguleika í vörupróun, t.d. á sviði menningar- og heilsutengdrar ferðaþjónustu.

### 1.4.1 Könnun Ferðamálaráðs Íslands í Leifsstöð sumarið 2000



### 1.4 VÖRUMERKIÐ

#### Slagorðið

Slagorðið PURE ENERGY eða „hrein orka“ varð niðurstaðan eftir fyrsta áfanga stefnumótunarvinnunnar 2002 og víðtækt samráð við erlenda samstarfsaðila úti á mörkuðunum. Markaðs- og söluaðilar, svæðisstjórar og almannatenglar voru beðnir að greiða atkvæði um slagorð. Niðurstaðan varð:

#### PURE ENERGY

- Slagorðið vísar til þeirrar hreinu orku sem Reykjavík býr yfir í fleiri en einni merkingu. Það vísar til náttúrunnar, menningarinnar, sköpunarkrafts, atorkusemi, nýsköpunar, vatnsins, matar og lífs-gæða. Það hæfir ungri borg sem býður upp á sterka upplifun og fjölbreytta afþreyingu. Einnig þótti afgerandi kostur að auðvelt er að þýða slagorðið á flest tungumál sem töluð eru á mikilvægustu markaðssvæðum Reykjavíkur.

Vörumerkið leggur áherslu á nafn borgarinnar sem sett er undir græna vonarstjörnu. Litirnir tákna vatn og jörð og styrkja tengingu við íslenska náttúru.



#### Markhópurinn

- Áhugasamt ferðafólk sem hefur komið til helstu borga Evrópu og leitar að nýjum og spennandi stöðum.
- Ungir eldhugar í leit að ævintýrum og óvenjulegri upplifun.
- Fyrirtæki sem leita að kraftmiklum og uppörvandi stöðum til að halda viðskipta- og starfsmannafundi.

#### Markmiðin í markaðssetningu

- Að auka áhuga og þekkingu markhópsins á Reykjavík.
- Að lengja dvöl markhópsins í Reykjavík um 1 1/2 dag og auka þar með arðsemi greinarinnar.
- Að beina meiri umferð og fleiri fyrirspurnum á [www.visitreykjavik.is](http://www.visitreykjavik.is) sem helstu upplýsingagátt um höfuðborgina.





Reykjavík er tiltölulega ungt vörumerki. Hún verður þó sífellt kunnari og hefur fengið nokkuð góða umfjöllun í fjölmiðlum undanfarin ár á helstu markaðssvæðum.

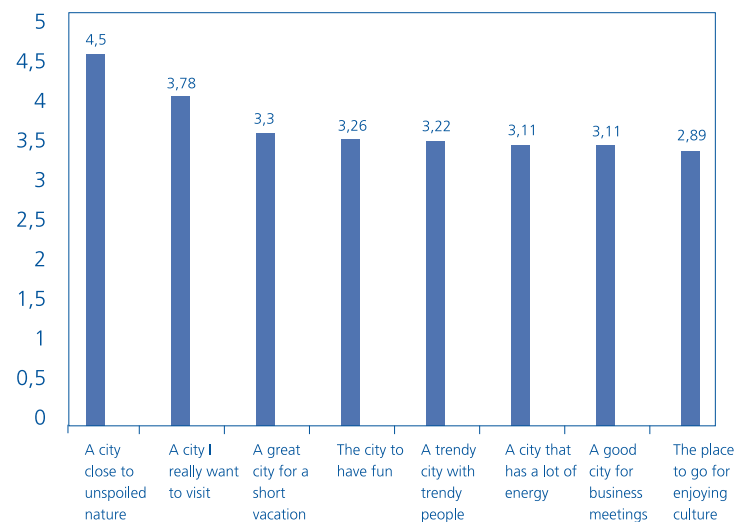
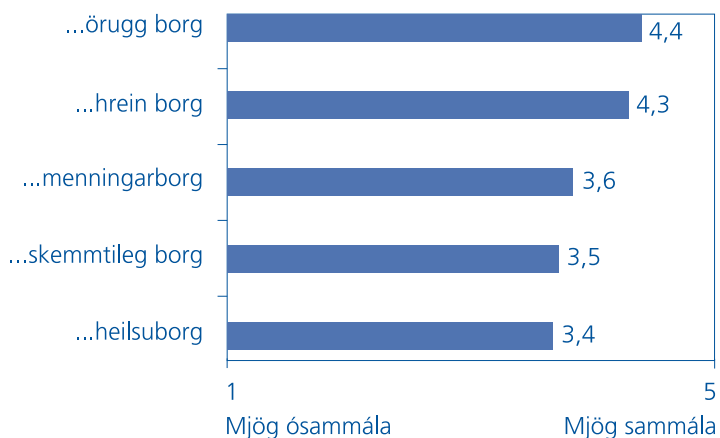
### 1.4.2 Könnun Ferðamálaráðs Íslands í Leifsstöð sumarið 2002

Takmarkaðar upplýsingar eru til um viðhorf erlendra ferðamanna til Reykjavíkur. Þó hafa kannanir Ferðamálaráðs gefið vísbendingar þegar Reykjavíkurborg hefur lagt fyrir sértakar spurningar. Þegar spurt er um gildi staðhæfinga um Reykjavík kemur í ljós að borgin þykir almennt örugg og hrein og upplifun gesta í heild er jákvæð.

### 1.4.3 Vefkönnun Íslensku auglýsingastofunnar sumar 2003

Samkvæmt vefkönnun sem Íslenska auglýsingastofan gerði fyrir Höfuðborgarstofu í júlí–ágúst 2003 á þremur evrópskum mörkuðum er sterk tenging á milli Reykjavíkur og náttúrunnar í huga fólks sem ekki hefur komið til borgarinnar. Afar jákvætt er að sjá þann áhuga sem birtist í könnuninni því að einkunnin 3,78 (af 5 mögulegum) er gefin staðhæfingunni að Reykjavík sé borg sem viðkomandi hefur virkilegan áhuga á að heimsækja.

Hversu sammála ert þú fullyrðingunni: Reykjavík er...





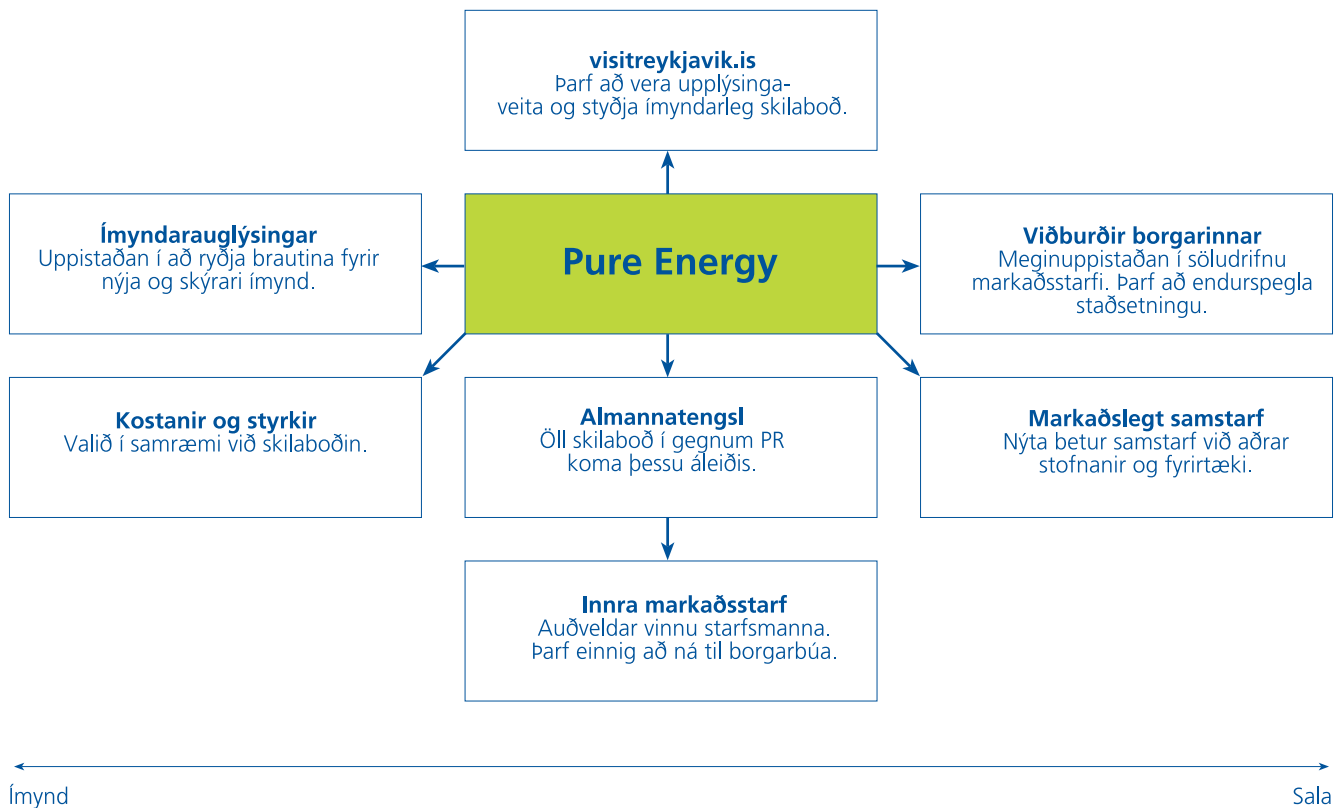
#### 1.4.4 Grunnmynd markaðssetningar PURE ENERGY

Markmiðin með markaðssetningu á Reykjavík eru að:

- fanga athygli markhópsins og halda henni,
- skapa ímynd og persónuleika,
- útskýra það sem Reykjavík hefur fram yfir keppinauta á áhuga-verðan og hreinskilinn hátt,
- staðsetja Reykjavík sem kraftmikla borg í huga fólks.

#### Markaðssetning Reykjavíkur

Markaðsvinna til að kynna Reykjavík er margþætt; útgáfa, vefsvæði, almannatengsl, bein markaðssetning, innri markaðssetning, viðburðir og auglýsingar.





## 2. VERKEFNASKRÁ OG AÐGERÐAÁÆTLUN

Eftirfarandi verkefnaskrá stefnumótunar Reykjavíkurborgar í ferðamálum skiptist í fimm áherslukafla og 40 verkefni.

### Áherslur

- Innviðir og markaðsmál
- Menningarborgin / miðborg
- Heilsuborgin / nábýli við náttúru
- Ráðstefnu- og verslunarborgin
- Hafnarborgin og samgöngur

Áherslukafllarnir endurspeglar stoðirnar þrjár sem skilgreindar hafa verið sem undirstöður ferðamannaborgarinnar næstu árin: 1) mannlíf og menning, 2) heilsa og náttúra, 3) ráðstefnur.

Aðgerðaáætlun gerir grein fyrir þremur meginþáttum:

**Hver:** Lykilaðili og samstarfsaðilar.

**Hvernig:** Tillögur að helstu leiðum.

**Hvenær:** Framkvæmdaáfangar eru árin 2004/2006/2010.

### 2.1. INNVIÐIR OG MARKAÐSMÁL

#### 1. PURE ENERGY – SAMRÆMD MARKAÐSSETNING

Tryggt verði að samstarfsaðilar um kynningu og markaðssetningu Reykjavíkur noti útlitið og slagorðið **PURE ENERGY**. Slagorðið – eða meginhugsun þess – birtist í tengslum við alla stærri markaðssetningu og vefslóðin [www.visitreykjavik.is](http://www.visitreykjavik.is) verði tengd við alla helstu ferðamála- og landkynningarvefi um Ísland.

#### Hver:

- Höfuðborgarstofa.

**Samstarfsaðilar:** Ferðamálaráð, Icelandair, Heilsuborgin, Aflvaki og aðrir helstu ferðaþjónustuaðilar sem kynna Reykjavík.

#### Hvernig:

- Alhliða kynning á vörumerkinu.
- Innri markaðssetning.
- Samstarfsverkefni.

**Hvenær: 2004.**

#### 2. EFLING LÁGANNAR

Ferðamönnum í Reykjavík utan háannatíma verði fjölgað. Samstarf um viðburðaríka vetrarmánuði, vöruþróun á afþreyingu og menningu og víðtækt kynningarstarf.

#### Hver:

- Höfuðborgarstofa.

**Samstarfsaðilar:** Menningarmálanefnd, menningarstofnanir, skipuleggjendur viðburða, Heilsuborgin, Ferðamálaráð og ferðaþjónustuaðilar.

#### Hvernig:

- Tengsl við menningarstofnanir og skipuleggjendur viðburða. Tekið verði tillit til hagsmuna ferðaþjónustu í Reykjavík við útlutun styrkja og þegar ákveðið er hverja Reykjavíkurborg styður. Leitast verður við að fjölga viðburðum sem höfða til ferðamanna utan háannatíma.
- Nýsköpunarsjóður fyrir vöruþróun í ferðaþjónustu.
- Markaðssetning á viðburðum efld, m.a. á vefsvæði og í samstarfi við hagsmunaaðila í greininni.

**Hvenær: 2004/2006.**

#### 3. BÆTTAR MERKINGAR

Merkingar verði stórbættar á borgarmörkum, í gatnakerfi, á göngu-leiðum, við áhugaverðar byggingar og fjölsóttar ferðamannastaði.

#### Hver:

- Gatnamálastofa og Vegagerð ríkisins.

**Samstarfsaðili:** Höfuðborgarstofa, framkvæmdastjóri miðborgarinnar, Minjasafn Reykjavíkur.

#### Hvernig:

- Þörf fyrir bættar merkingar skilgreind.
- Settar verði upp merkingar, vegprestar og skilti.
- Tryggð verði uppfærsla og endurskoðun götukorta og annarra gagna fyrir ferðamenn.

**Hvenær: 2004.**



#### 4. EFLING UPPLÝSINGAMIÐSTÖÐVAR FERÐAMANNA

Tryggð verði áframhaldandi uppbygging Upplýsingamiðstöðvar ferðamanna í Reykjavík og þess gætt að áfram verði veitt fagleg og hlutlaus þjónusta fyrir landið allt.

##### Hver:

- Höfuðborgarstofa.

##### Hvernig:

- Víðtækt samstarf við ríki, sveitarfélög, ferðamálasamtök og greinina.
- Þjónustusamningar við sveitarfélög á höfuðborgarsvæðinu.
- Þróun þjónustu í takt við þarfir viðskiptavina.
- Rekstrarframlög tryggð sem og sértekjuginnir miðstöðvarinnar.

**Hvenær: 2004.**

#### 5. RAFRÆNA REYKJAVÍK

Samstarf um rafrænar lausnir með snjallkortum. Gsm-leiðsögn, upplýsingaveitur og rafrænar greiðslur í stöðumæla verði nýttar til að einfalda ferðalög í Reykjavík.

##### Hver:

- Bílastæðasjóður, samgöngunefnd, Íþrótt- og tómsundaráð og Höfuðborgarstofa.

##### Hvernig:

- Samráð við verkefnisstjórn um þróun snjallkorta um það hvernig nýta megi lausnir fyrir ferðamenn.
- Gestakorti Reykjavíkur breytt í rafrænt kort og möguleikar á mismunandi útgáfum kortsins þannig auknir.
- Þróun á gsm-leiðsögn í tengslum við göngukort og viðburði.
- Uppsetning á Reykjavíkurvefsjá fyrir ferðamenn í tengslum við [www.visitreykjavik.is](http://www.visitreykjavik.is) og Upplýsingamiðstöð ferðamanna.

**Hvenær: 2004/2006.**

#### 6. FERÐAMAÐUR Í EINN DAG

Ferðast á heimaslóð – árlgur dagur ferðapjónustunnar.

##### Hver:

- Höfuðborgarstofa.

##### Hvernig:

- Samstarf við sveitarfélög á höfuðborgarsvæðinu, Ferðamálaráð og

hagsmunaaðila í ferðapjónustu.

- „Ferðalangur – ferðast á heimaslóð“ verði árviss viðburður á sumardaginn fyrsta.

**Hvenær: 2004.**

#### 7. GÆÐASTJÓRNUN

Mælikvarðar á gæði verði teknir upp fyrir veitingastaði og aðra þjónustuaðila, sambærilegir við stjörnujöf fyrir hótél og gististaði.

##### Hver:

- Ferðamálaráð og Samtök ferðapjónustunnar.

##### Hvernig:

- Nýir staðlar skilgreindir og kynntir.

**Hvenær: 2006.**

#### 8. PERLAN

– Hugað verði að nýtingu Perlunnar til að hún nýtist betur sem einn af lykilstöðum Reykjavíkur fyrir ferðamenn.

##### Hver:

- Orkuveita Reykjavíkur.

*Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

##### Hvernig:

- Komið á fót samráðshópi til að vinna hugmyndir um framtíðar-nýtingu hússins.

**Hvenær: 2004.**

#### 9. BETRI TJALDSVÆÐI

Aðstaða fyrir tjöld og húsbíla í borgarlandinu verði bætt.

##### Hver:

- Skipulags- og byggingarsvið Reykjavíkur og Íþrótt- og tómsundaráð.

##### Hvernig:

- Erindi frá stjórn Höfuðborgarstofu.
- Stöðumat og spá um framtíðarþróun.
- Aðgerðaáætlun.

**Hvenær: 2004.**

#### 10. ÖRUGG HÖFUÐBORG

Öryggi borgara og gesta verði tryggt og innviðir styrktir, m.a. með



starfsemi öflugra eftirlitsaðila. Kynntir verði markvisst þeir þættir sem gera Reykjavík að öruggri borg.

#### Hver:

- Samstarf við samstarfsnefnd um lögreglumálefni og vinnuhópur um löggæslumál.
- Höfuðborgarstofa, Samtök ferðaþjónustunnar, Ferðamálaráð.

#### Hvernig:

- Samstarfsfundir með ábyrgðaraðilum.
- Kynningar og fræðsla fyrir ferðaþjónustuna.
- Kynntar verði betur jákvæðar staðreyndir og töluleg gögn um öryggi í Reykjavík.
- Mælikvarðar og staðlar kortlagðir betur.

**Hvenær: 2006 – áfangamat.**

## 2.2 MENNINGARBORGIN/MÍÐBORGIN

### 11. LANDNÁMSSKÁLI Í AÐALSTRÆTI

Sýningu um landnám og sögu Reykjavíkur verði komið upp sem fyrst og skálinn verði einn af helstu viðkomustöðum ferðamanna í Reykjavík.

#### Hver:

- Menningarmálanefnd Reykjavíkur – Minjasafn Reykjavíkur.

#### Hvernig:

- Stjórn Höfuðborgarstofu óskar eftir að koma að samstarfi um undirbúning sýningar og kynningu á skálanum.

**Hvenær: 2004/2006.**

### 12. SJÓMINJASAFN VIÐ HÖFNINA

Hraðað verði opnun sjóminjasafns við höfnina. Þar verði atvinnusögu og náttúru hafsins gerð góð skil og safnaflóra borgarinnar gerð fjölbreyttari.

#### Hver:

- Undirbúningshópur um stofnun sjóminjasafns.
- Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

#### Hvernig:

- Rekstrargrunnur tryggður með samstarfi við fyrirtæki og stofnanir sem tengjast sjávarútvegi.

- Horft verði til samstarfs við fleiri rekstraraðila á svæðinu til að gera staðsetningu safnsins aðlaðandi.
- Safnið tekið inn í Gestakort Reykjavíkur og kynnt í markaðsstarfi Höfuðborgarstofu.

**Hvenær: 2004/2006.**

### 13. SÖGUSLÓÐANET

Menningararfurinn verði sýnilegur og aðgengilegur ferðamönnum.

#### Hver:

- Þjóðminjasafn.
- Samstarfsaðilar:* Höfuðborgarstofa og Minjasafn Reykjavíkur.

#### Hvernig:

- Höfuðborgarstofa leiti eftir samstarfi við Þjóðminjasafn um að koma á neti sögufrægra staða og menningarminja þar sem landnámsskál-inn í Aðalstræti yrði upphafsreitur.
- Söguslóðanet verði gefið út á korti og kynnt markvisst.

**Hvenær: 2006.**

### 14. NÝJA ÍSLAND

Leitað verði leiða til að kynna sem best nútímamenningu og skapandi starfsemi í Reykjavík.

#### Hver:

- Höfuðborgarstofa.
- Samstarfsaðilar:* Menningarmálanefnd Reykjavíkur og skrifstofa menningarmála. Einstakar menningarstofnanir og aðilar í menningarstarfsemi.

#### Hvernig:

- Samtímalist í Reykjavík og listaverk í opinberu rými kynnt sérstaklega.
- Komið á föstum sýningum í borgarlandslaginu, sbr. Strandlengju-sýninguna árið 2000.
- Möguleikar kannaðir á að koma á miðstöð/safni fyrir dægurmenningu og tónlistarsögu.
- Viðburðadagatal Höfuðborgarstofu eftir sem og miðlun upplýsinga um menningarviðburði.

**Hvenær: 2006.**



### 15. STERKARI LOFTBRÚ

Stuðningur við útrás listamanna í anda Reykjavíkur Loftbrúar verði aukinn og fleiri fengnir í samstarf um menningarlega útrás frá Reykjavík.

#### Hver:

- Höfuðborgarstofa.

*Samstarfsaðilar:* Menningarmálanefnd Reykjavíkur, Icelandair og fagfélög listamanna.

#### Hvernig:

- Reykjavík Loftbrú styrkt með framlögum fleiri aðila.
- Kannaðir kostir þess að koma á sambærilegum útflutningssjóði fyrir myndlist, hönnun og fleiri greinar.
- Ávinningur og árangur sjóðanna verði metinn reglulega.

**Hvenær: 2004/2006.**

### 16. LIFANDI TORG Í MIÐBORGinni

Opin svæði og torg í miðborg Reykjavíkur verði fegruð og nýtt fyrir lifandi starfsemi sem auðgar mannlíf í ferðamannaborginni.

#### Hver:

- Framkvæmdastjóri miðborgarinnar.

*Samstarfsaðilar:* Gatnamálastofa, Höfuðborgarstofa, hverfisráð miðborgarinnar, Hitt húsið, Þróunarfélag miðborgar og aðrir hagsmunaaðilar.

#### Hvernig:

- Stjórn Höfuðborgarstofu óski eftir að hverfisráð miðborgarinnar skipi vinnuhóp um torgin – starfsemi, nýtingu og fegrun.

**Hvenær: 2006.**

### 17. FEGRUN MIÐBORGARINNAR

Gert verði átak í að bæta ásýnd og umhverfi í miðborg Reykjavíkur.

#### Hver:

- Gatnamálastofa.

*Samstarfsaðilar:* Hverfisráð miðborgarinnar, framkvæmdastjóri miðborgarinnar, Þróunarfélag miðborgarinnar, Umhverfisstofa.

#### Hvernig:

- Fegrunarátak.
- Nýtt átak til að hvetja til bættrar umgengni.
- Auka tíðni hreinsunar og sorplosunar.

- Viðurkenningar fyrir fallegt umhverfi.

**Hvenær: 2004.**

### 18. GANGSTÉTTAKAFFI OG ÚTIMARKAÐIR

Gert verði auðveldara að selja veitingar og stunda aðra sölustarfsemi utandyra. Sérstaklega verði horft til þess að auðvelda skipuleggjendum hátíða að stunda götusölu í tengslum við viðburði.

#### Hver:

- Skrifstofa borgarstjórnar.

*Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

#### Hvernig:

- Einföldun reglna og lækkun leyfisgjalda.
- Höfuðborgarstofa verði umsagnaraðili vegna hátíða og stórra viðburða.

**Hvenær: 2006.**

### 19. HLJÓMSKÁLAGARÐURINN

Skipulag og notkun Hljómskálagarðsins verði endurskoðað með það fyrir augum að auka mannlíf og nýta svæðið betur.

#### Hver:

- Hópur um nýtingu útivistarsvæða.

*Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

#### Hvernig:

- Komið verði á fót starfsemi í garðinum sem laðar að sér gesti.

**Hvenær: 2006.**

## 2.3 HEILSUBORGIN / NÁBÝLI VIÐ NÁTTÚRU

### 20. HEILSUBORP Í LAUGARDAL

Laugardalurinn verði miðstöð heilsutengdrar ferðaþjónustu í Reykjavík.

#### Hver:

- Íþrótt- og tómstundaráð, Fjölskyldu- og húsdýragarðurinn.

*Samstarfsaðilar:* Höfuðborgarstofa, Latibær, rekstraraðilar í dalnum og umhverfis hann.

#### Hvernig:

- Kannaðir möguleikar þess að koma upp heilsutengdri afþreyingu og fræðslu fyrir börn í anda Latabæjar.
- Fjölskyldu- og húsdýragarðurinn höfði einnig til erlendra gesta.



- Starfsemi í Laugardalnum verði kynnt sem heild með sérstakri áherslu á útivistarmöguleika og heilsurækt.

**Hvenær: 2006.**

### 21. PARÍSARHJÓL Í LAUGARDALINN

Þróuð verði gæðaafþreying fyrir börn og fjölskyldur í tengslum við Fjölskyldu- og húsdýragarðinn.

**Hver:**

- Íþróttta- og tómsundaráð.

*Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa, Fjölskyldu- og húsdýragarðurinn.

**Hvernig:**

- Bætt verði við afþreyingu og leiktæki í tengslum við F&H-garðinn.
- Leikjagarður verði opinn allt árið um kring.

**Hvenær: 2006.**

### 22. FRÁ LAUGUM TIL BAÐS

Stuðlað verði að vöruþróun og kynningu á sundlaugum og heilsulindum borgarinnar þannig að þær nýtist enn betur til að laða að erlenda ferðamenn.

**Hver:**

- Heilsuborgarverkefnið, Íþróttta- og tómsundaráð og Heilsulinda-samtökin.

*Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

**Hvernig:**

- Markviss vöruþróun og gæðaeftirlit í laugum.
- Komið verði á stöðlum og stjörnujöf sem hægt er að nýta í markaðssetningu.
- Tungumálakunnátta tryggð og hátt þjónustustig meðal starfsfólks.
- Sérstaða hverrar laugar aukin með mismunandi áherslum í þjónustu og aðstöðu.

**Hvenær: 2004/2006.**

### 23. NAUTHÓLSVÍK

Kannaðir verði möguleikar á að auka nýtingu ylstrandarinnar og nágreinnis allt árið.

**Hver:**

- Íþróttta- og tómsundaráð, Umhverfis- og heilbrigðisstofa.

**Hvernig:** Gerð fýsileikakönnun á mögulegri starfsemi og nýtingu.

**Hvenær: 2004.**

### 24. HELGI HEILSUEFLINGAR

Komið verði á sérstökum íþróttatengdum viðburðum í tengslum við Jónsmessu sem laða að innlenda sem erlenda gesti og þátttakendur.

**Hver:**

- Íþróttta- og tómsundaráð, Íþróttabandalag Reykjavíkur.

*Samstarfsaðilar:* Reykjavíkummaráþon, Höfuðborgarstofa og ferðaþjónustuaðilar.

**Hvernig:**

- Skipuð verði verkefnisstjórn með fulltrúum ofangreindra.

**Hvenær: 2004/2006.**

### 25. HEILSULÓN Á HELLISHEIÐI

Efnt verði til samstarfs aðila í ferðaþjónustu og Orkuveitu Reykjavíkur um að nýta sóknarfæri jarðvarmavirkjunar á Hellisheiði fyrir ferðaþjónustu. Jafnframt skal huga að tengingum við ferðaþjónustuaðila í Ölfusi.

**Hver:**

- Orkuveita Reykjavíkur.

**Hvernig:**

- Orkuveitan kanni fýsileika verkefnisins og áhuga mögulegra rekstraraðila.

**Hvenær: 2010.**

### 26. ÚTIVISTARPARADÍS Í ELLIÐAÁRDAL

Hlúð verði að aðstöðu og umhverfi til útivistar í Elliðaárdal.

**Hver:**

- Orkuveitan, Umhverfis- og tækni- og Reykjavíkurborgar.

**Hvernig:**

- Bættar merkingar – einnig á erlendum málum.
- Aukin kynning á dalnum og útivistarmöguleikum.
- Viðburðir skipulagðir í dalnum með áherslu á útivist.

**Hvenær: 2006.**



## 27. MIÐNÆTURSPORT

Komið verði á samstarfi um að þróa framboð og aðstöðu til miðnætur-íþróttá á bjartasta tíma ársins.

### Hver:

- Íþróttá- og tómsundaráð, Íþróttabandalag Reykjavíkur.
- Samstarfsaðilar:* Reykjavíkumaraþon, Höfuðborgarstofa, golfklúbbar og ferðapjónustuaðilar.

### Hvernig:

- Skipuð verði verkefnisstjórn með fulltrúum ofangreindra.

**Hvenær: 2006.**

## 28. ALÞJÓÐLEG ÍÞRÓTTAMÓT

Leitað verði leiða til að auðvelda skipuleggjendum að halda smá sem stór íþróttamót í Reykjavík allt árið um kring.

### Hver:

- Íþróttá- og tómsundaráð, Íþróttabandalag Reykjavíkur og Höfuðborgarstofa.

### Hvernig:

- Kynnt stórbætt aðstaða til íþróttaiðkunar innanhúss í Egilshöll, frjálss-íþróttahúsi og sundlaug í Laugardal.
- Samstarf um að þróa gestakort Reykjavíkur þannig að það nýtist betur þátttakendum í íþróttamótum.
- Auknir möguleikar á ódýrri gistingu fyrir stóra hópa ungs fólks.

**Hvenær: 2004/2006.**

## 29. VIÐEY

Samstarf verði eftt um að byggja upp aðstöðu fyrir ferðamenn í sátt við náttúruna.

### Hver:

- Menningarmálanefnd, skrifstofa menningarmála, Umhverfis- og heilbrigðisstofa Reykjavíkur.
- Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

### Hvernig:

- Samgöngur við Viðey bættar – t.d. með samningi við Strætó bs.
- Leyft verði að koma við í eygni í útsýnissiglingum um sundin.
- Komið upp alþjóðlegum umhverfislistagarði og listamannavinnustofu í Viðey.

- Sögustaðurinn gerður sýnilegri og tengdur við söguslóðanet.

**Hvenær: 2006/2010.**

## 30. OPNUN ÞRÍHNÚKAGÍGS

Gíghvelfingin í Þríhnúkum verði aðgengileg almenningi.

### Hver:

- Samstarf frumkvöðla, sveitarfélaga á svæðinu og ráðuneyta.
- Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

### Hvernig:

- Hvatt til þess að markvissar kannanir verði gerðar á fýsileika og framkvæmd.
- Hugmyndin kynnt fyrir almenningi og ferðapjónustunni.

**Hvenær: 2010.**

## 31. HREINASTA HÖFUÐBORGIN

Kannað verði hvað þarf til þess að Reykjavík geti hlotið titilinn hreinasta höfuðborg Evrópu. Jafnframt verði leitað leiða til að halda forskoti Reykjavíkur í vetnisverkefninu og stuðla að notkun vistvænna orkugjafa í anda slagorðsins PURE ENERGY.

### Hver:

- Höfuðborgarstofa.
- Samstarfsaðilar:* Umhverfis- og heilbrigðisstofa, Nýorka og samstarfsaðilar, Heilsborgarverkefnið.

### Hvernig:

- Erindi frá stjórn Höfuðborgarstofu til Umhverfis- og heilbrigðisnefndar með ósk um samstarf.
- Skipun samráðshóps um notkun og kynningu á vistvænum orkugjöfum.

**Hvenær: 2006/2010.**





## 2.4 RÁÐSTEFNU- OG VERSLUNARBORGIN

### 32. TÓNLISTAR- OG RÁÐSTEFNUHÚS VIÐ HÖFNINA

Kynning á ráðstefnuborginni Reykjavík verði eflað í tengslum við byggingu tónlistar- og ráðstefnuhúss við Austurhöfn.

#### Hver:

- Höfuðborgarstofa.

*Samstarfsaðilar:* Ferðamálaráð, Ráðstefnuskrifstofa Íslands, Austurhöfn TRH og Samtök ferðapjónustunnar.

#### Hvernig:

- Framlög til kynningar á ráðstefnuborginni Reykjavík verði aukin.
- Fyrirkomulag Ráðstefnuskrifstofu Íslands endurskoðað.
- Fleiri hagsmunaaðilar fengnir til að taka þátt í markaðsstarfi.
- Tryggt verði náð samstarf um kynningarmál við rekstraraðila hússins.

**Hvenær: 2004/2006.**

### 33. SAMRÆMING AFGREIÐSLUTÍMA OG VERÐLAGS

Samstarf verði haft um samræmingu og kynningu á afgreiðslutímum í verslunar- og þjónustufyrirtækjum sem tengjast ferðapjónustu. Jafnframt verði leitað skýringa á því að verðlag á léttvíni og bjór er ekki samanburðarhæft við helstu samkeppnislönd.

#### Hver:

- Samtök ferðapjónustunnar.

*Samstarfsaðilar:* Samtök verslunarinnar, Þróunarfélag miðborgarinnar og Höfuðborgarstofa.

#### Hvernig:

- Haldnir samráðsfundir með þjónustuaðilum.
- Upplýsingamiðlun um þjónustu aukin.
- Þarfir ferðamanna greindar með viðhorfskönnunum.

**Hvenær: 2004/2006.**

### 34. SÝNINGARHÖLL Í LAUGARDAL

Markaðssetning á aðstöðu til sýninga og mótahalds verði hafin án tafar.

#### Hver:

- Rekstraraðilar sýningarhallar.

*Samstarfsaðilar:* Íþrótt- og tómstundaráð og Höfuðborgarstofa.

#### Hvernig:

- Markhópar skilgreindir.
- Aðild rekstraraðila að Ráðstefnuskrifstofu Íslands.
- Kynningarstarf.

**Hvenær: 2004.**

## 2.5 HAFNARBORGIN OG SAMGÖNGUR

### 35. MÓTTAKA SKEMMTIFERÐASKIPA

Aðstaða fyrir skemmtiferðaskip verði stórbætt.

#### Hver:

- Reykjavíkurböfn.

#### Hvernig:

- Nýr viðlegukantur við Sæbraut.
- Móttökumiðstöð við Sæbraut og Sundahöfn.
- Bættar samgöngur frá skipi til miðborgar.

**Hvenær: 2010.**

### 36. LIFANDI HAFNARSVÆÐI

Leitað verði fjölbreyttra leiða til að gera hafnarsvæðið aðlaðandi fyrir ferðamenn.

#### Hver:

- Reykjavíkurböfn.

*Samstarfsaðilar:* Siglingaklúbbur, Höfuðborgarstofa og ferðapjónustuaðilar.

#### Hvernig:

- Framboð á siglingum aukið.
- Fiskmarkaði verði komið á.
- Alþjóðlegum siglingakeppnum fjölgi.
- Hátíð hafsins eflað og viðburðir sem tengjast hafi og sjósókn.
- Opnun sjóminjasafns.

**Hvenær: 2006/2010.**

### 37. MARKAÐSSETNING HAFNARINNAR

Kostir Reykjavíkur sem hafnarborgar verði nýttir til fullnustu og markaðssetning á Reykjavík sem viðkomuhöfn skemmtiferðaskipa verði eflað. Reykjavík verði í auknum mæli kynnt sem skiptihöfn.

**Hver:**

- Reykjavíkurborg og Höfuðborgarstofa.

**Hvernig:**

- Samráð og samstarfsverkefni í markaðsmálum, m.a. með Cruise Iceland.

**Hvenær: 2004.**

**38. AÐGENGILEGAR ALMENNINGSSAMGÖNGUR**

Leiðakerfi almenningsgangna verði aðgengilegt erlendum ferðamönnum og þeir hvattir til að nýta það.

**Hver:**

- Strætó bs.
- Samstarfsaðili:* Höfuðborgarstofa.

**Hvernig:**

- Leiðakerfi og kort verði gefin út á ensku.
- Vagnar og viðkomustaðir vel merktir.
- Miðstöðvar Strætó bs. geri ráð fyrir erlendum farþegum, m.a. í upplýsingaefni og þjónustu.
- Fram komi hvaða tungumál vagnstjórar tala.
- Gestakort Reykjavíkur / strætókort verði kynnt ferðamönnum sérstaklega.

**Hvenær: 2004.**

**39. BÆTT AÐSTAÐA HÓPFERÐABÍLA**

Bæta þarf aðstöðu og aðkoma fyrir hópferðabíla í miðborginni og við fjölsóttu ferðamannastaði verði bætt. Framtíðarþörfin verði kortlögð, m.a. með tilliti til byggingar á tónlistar- og ráðstefnuhúsi, hótélum og fjölsóttum ferðamannastöðum í og við miðborgina.

**Hver:**

- Samgöngunefnd og skipulags- og byggingarnefnd Reykjavíkurborgar.

**Hvernig:**

- Erindi frá stjórn Höfuðborgarstofu.
- Stöðumat og spá um framtíðarþróun.
- Aðgerðaáætlun.

**Hvenær: 2004/2006.**

**40. SAMGÖNGUMIÐSTÖÐ**

Alhliða samgöngumiðstöð fyrir strætó, langferðabíla og flugrútuna verði fundinn staður með góðri tengingu við miðborgina.

**Hver:**

- Samgöngunefnd, skipulags- og byggingarnefnd.

**Hvernig:**

- Skipulag, undirbúningur og hönnun verði í samræmi við áherslur í deiliskipulagi svæðisins.

**Hvenær: 2010.**



## 3. NIÐURSTÖÐUR SAMRÁÐSHÓPA

### 3.1 MENNINGARBORGIN

Öflugt og fjölskrúðugt menningar- og mannlíf er grunnforsenda þess að Reykjavík verði eftirminnilegur og eftirsóttur ferðamannastaður allt árið um kring. Sérstaða borgarinnar felst ekki síst í samspili menningar og náttúru og kraftmikilli sköpun á sviði framsækinnar tónlistar, bókmennta og myndlistar.

Kannanir sýna að allt að þriðjungur þeirra sem koma til Íslands eða Reykjavíkur nefna menningu sem aðdráttarafl. Framboð á söfnum og galleríum virðist þó ekki vera ferðamönnum fyllilega að skapi. Lokun Þjóðminjasafnsins síðastliðin ár skiptir án efa allnokkru máli.

Sóknarfæri felast í fjölbreyttari safnaflóru, auknum möguleikum ferðamanna á óvenjulegri upplifun upp á eigin spýtur með því að gera menningararfinn sýnilegri og framsækna list aðgengilegri. Viðburðir sem krydda borgarlífið eru lykill að því að gera ráðstefnu eða dvöl í Reykjavík ógleymanlega.

Menningarnótt, Reykjavíkumaraþon og Hinsegin dagar eru viðburðir sem eru farnir að draga að sér ferðamenn. Árlega Listahátíð og aðrar hátíðir má efla og nýta enn frekar í þá veru. Síðast en ekki síst skapar bygging tónlistar- og ráðstefnuhúss við höfnina áður óþekkt möguleika. Það er stærsta og mikilvægasta verkefnið á sviði menningartengdrar ferðaþjónustu.

#### Menningarlífið í tölum\*

#### Menningarstofnanir Reykjavíkur 2003

Mælikvarðar	Samtals
Aðsókn að stofnunum	1.080.140
Fjöldi menningarviðburða á vegum menningarstofnana borgarinnar	135
Fjöldi menningarviðburða fyrir börn og fjölskyldur	245
Framboð kynningarefnis á erlendum tungumálum	49
Þátttaka í alþjóðlegum viðburðum á vegum borgarinnar	6
Þátttaka í faglegu samstarfi erlendis	4
Fjöldi verkefna sem sérstaklega eru sniðin að þörfum erl. gesta	7
Fjöldi verkefna sem koma ísl. listam./fagfólki á framfæri erl.	2
Fjöldi innlendra verkefna sem hafa alþjóðleg tengsl	16
Fjöldi erlendra sýninga/viðburða	9
% viðskiptavina sem eru ánægðir með þjónustu	80%
% viðskiptavina sem eru ánægðir með viðmót starfsmanna	86%
% viðskiptavina sem telja sig fá hraða/skilvirka þjónustu	74%
% ánægja með starfsemi menningarstofnana	81%

\*Samkvæmt upplýsingum frá skrifstofu menningarmála Reykjavíkurborgar. Viðburðir á vegum ÍTR og Höfuðborgarstofu ekki meðtaldir.



### Styrkleikar

- Árangur framsækinn listamanna, s.s. Bjarkar, Sigur Rósar, Ólafs Elíassonar, múm, og viðburðir eins og Iceland Airwaves og Frost Activity styðja við ímynd Reykjavíkur, Pure Energy.
- Fjölsóttir viðburðir á sumrin gera Íslandsvöl eftirminnilega og uppbygging hátíða haust, vor og vetur styrkir lágönn ferðapjónustunnar.
- Mikilvægur markhópur hefur áhuga á íslenskum bókmenntaarfi og handritunum.
- Listahátíð nýtur vaxandi viðurkenningar og Ísland er eftirsóttur viðkomustaður heimsþekktara listamanna.
- Nálægðin við náttúruna skapar möguleika á umhverfislist og menningarviðburðum um bjartar nætur sem í vetrarmyrkri.
- Smæðin gerir framkvæmd viðburða auðveldari og aðgengi betra.

### Veikleikar

- Reykjavík er ekki þekkt sem menningarborg.
- Markaðssetningu skortir á þeim viðburðum sem fyrir eru, s.s. Bókmenntahátíð, Listahátíð o.fl.
- Fábreytt framboð menningarviðburða á öðrum tungumálum en íslensku.
- Fábreytt söfn. Vantar sjóminjasafn, náttúrugripasafn og sædýrasafn.
- Menningarviðburðir skipulagðir með of stuttum fyrirvara og upplýsingamiðlun ómarkviss.
- Samráð og samstarf menningarstofnana og ferðapjónustu skortir.

### Framtíðarsýn

Lífandi menning og fjölbreytt mannlíf í Reykjavík verði markvisst virki að sem aðráttarafi í ferðapjónustu enda er menning skilgreind sem ein af aðalstöðum greinarinnar. Fjölbreyttu og kraftmiklu tónlistarlífi, myndlist, bókmenntum og sviðslistum verði sköpuð umgjörð til að ná til ferðamanna og vinna um leið nýja markaði fyrir skapandi listamenn. Menningarstofnanir og skipuleggjendur viðburða skilgreini sig sem hagsmunaaðila í ferðapjónustu og tryggji að upplýsingum um menningu og viðburði verði miðlað vel og tímanlega.

### Áhersluatriði

1. Tónlistar- og ráðstefnuhús verði byggt til að styðja við og efla allt tónlistarlíf og ráðstefnuhald á Íslandi.

2. Árvissir viðburðir og hátíðir verði nýtt til að ná til ferðamanna. Skipulag, tímasetningar og kynning slíkra viðburða taki mið af því markmiði.
3. Stutt verði við bakið á framsæknum listamönnum til kynningar á Reykjavík.
4. Söfnin í borginni séu öflug og fjölbreytt og gerð aðgengileg allt árið.
5. Menningararfurinn verði gerður sýnilegur og aðgengilegur, s.s. með landnámskála í Aðalstræti, öflugri starfsemi Þjóðminjasafns og Þjóðmenningarhúss.
6. Áhersla verði lögð á umhverfislist í borgarlandinu.

### 3.2 HEILSUBORGIN

Íþrótta- og heilsuræktaraðstaða er einn af grunnþáttum nútímaferðapjónustu og sérstakar heilsuferðir ryðja sér víða til rúms. Í Reykjavík eru til staðar fjölbreyttir möguleikar á heilsutengdri ferðapjónustu sem byggjast á styrkleikum borgarinnar: hreinleika, heitu vatni og nálægð við náttúruna.

Á umliðnum árum hefur hugtakið *velliðan* hlotið byr í tengslum við ferðapjónustu. Sérstakt heilsuborgarverkefni á vegum Orkuveitu Reykjavíkur og Íþrótta- og tómstundaráðs, hefur lagt grunn að þróun sundlauga borgarinnar og kynningu Reykjavíkur sem heilsulindar.

Bláa lónið gegnir afar mikilvægu hlutverki við að gera stuttar ferðir til Reykjavíkur utan háannatíma aðlaðandi kost og sýnir sóknarfæri heilsutengdrar ferðapjónustu. Hestaleigur geta ekki síður gert kynni af íslenskrí náttúru ógleymanleg.

Önnur íþróttamannvirki en sundlaugar eru enn svo til ónýtt auðlind í ferðapjónustu. Golfvellir þyrftu að vera aðgengilegir ferðamönnum án mikils fyrirvara.

Í borginni eru haldin fjölmörg opin íþróttamót sem hægt er að bjóða erlendum gestum til, s.s. Reykjavíkurmaraþon, Kvannahlaupið, Rey-Cup og Amstel Light golfmótið. Fyllsta ástæða er til að ýta undir og auðvelda slíkt mótshald.



### Styrkleikar

- Nábyli við hreina og fagra náttúru.
- Hrein orka og heitt vatn.
- Bláa lónið.
- Ylströndin í Nauthólsvík.
- Gnægð af hreinu, köldu vatni.
- Hreint og gott hráefni í matvælum. Fjölbreyttir og góðir veitingastaðir.
- Öryggi og mikil lífsgæði.
- Vel menntað fólk sem almennt talar erlend tungumál.
- Útivistar- og heilsuræktaraðstaða í Laugardal.
- Stórbætt aðstaða til iðkunar íþróttanna innandyra.
- Góðar líkamsræktarstöðvar.
- Velliðunaraðstaða (spa) á stærstu hótélum borgarinnar.
- Frambærilegir golfvöllir. Fjölbreytt umhverfi – óvenjulegir möguleikar, s.s. miðnæturgolf.

### Veikleikar

- Ósamhæfð markaðssetning.
- Heilsutengd ferðaþjónusta á heilsársgrunni er of fábreytt.
- Menningarviðburði og afþreyingu sem styðja við heilsu- og íþróttatengda ferðaþjónustu skortir.
- Ekki er hægt að gera út á vetraríþróttir sökum ótryggs veðurfars.
- Golfvöllir eru of ásetnir.
- Of fá hótél tengja sig heilsurækt eða heilsulind.
- Ekkert fimm stjörnu hótél er á Íslandi.
- Afgreiðslutímar eru ekki sniðnir að ferðamönnum – sérstaklega ekki um stórhátíðir.

### Framtíðarsýn

Reykjavík verði þekkt sem borg þar sem gestir ganga í endurnýjun lífdaganna – hlaða líkama og sál hreinni orku. Hrein orka og vellíðan verði samnefnari fyrir þróun og kynningu á íþrótt- og heilsutengdri ferðaþjónustu í Reykjavík.

### Áhersluatriði

1. Markaðssetning á heilsu- og íþróttatengdri ferðaþjónustu verði eflid og samræmd í samstarfi helstu aðila.
2. Laugardalur verði miðstöð heilsu- og vellíðunartengdrar ferðaþjónustu.
3. Sundlaugar borgarinnar verði sérhæfðari og þróaðar og aðra þjónustu.
4. Eflid verði samvinna á milli aðila í ferðaþjónustu, m.a. til að tengja saman vellíðan og íþróttir/útivist.
5. Ár hvert verði haldin alþjóðleg íþróttamót í Reykjavík.
6. Ferðamönnum verði markvisst kynntir kostir á iðkun einstaklingsíþróttanna, s.s. sund, golf og hestamennska.
7. Útivistarmöguleikar í nágrenni borgarinnar verði kynntir ferðamönnum.
8. Nesjavellir verði gerðir að útivistarparadís.
9. Ódýrri gistingu verði komið upp í kringum Laugardalinn til að auðvelda ungu fólki að sækja íþróttamót í Reykjavík.



### 3.3 RÁÐSTEFNUBORGIN

Ráðstefnur, fundir og hvataferðir eru einn helsti vaxtarbroddurinn í alþjóðlegri ferðaþjónustu. Sérstaða Reykjavíkur er nálægðin við náttúruna og óvenjulegir möguleikar í afþreyingu og upplifun. Gestir sem sækja ráðstefnur og eru í hvataferðum skila gestgjöfunum að jafnaði mun meiri tekjum en hefðbundnir ferðamenn. Ráðstefnu- og hvataferðir eru því eitt mikilvægasta sóknarfæri Reykjavíkur á næstu árum.

Markaðurinn fyrir ráðstefnur, fundi og hvataferðir virðist vera að stækka verulega innan Evrópu. Áætlað er að aukningin hafi verið 28% milli ára 2001–2002. Flestar ráðstefnur, sem haldnar eru í Evrópu, sækja um 250–500 þátttakendur. Á einungis 8% ráðstefna í heiminum voru meira en 2.000 manns.<sup>3</sup>

Fjöldi alþjóðlegra ráðstefna hérlendis hefur verið sveiflukenndur, en náði hámarki árið 2000. Ráðstefnugestir og fólk í hvataferðum dvelur að meðaltali fjóra daga á Íslandi, aðeins skemur en meðaltalið er í Evrópu (4,3 dagar). Tekjur af hverjum ráðstefnugesti á Íslandi hafa verið áætlaðar á bilinu 100.000–140.000 kr.<sup>4</sup>

Ekki eru tiltækar tölur um fjölda fólks í hvataferðum á Íslandi. Flestum ber þó saman um að þær séu í ótvíræðri sókn. Hvataferðir eru ekki sist á lágönn og falla því vel að þeim áherslum stefnumótunarinnar að fjölga ferðamönnum þá. Þær eru oftast en ekki skipulagðar út frá Reykjavík sem þannig verður heimastöð fyrir meirihluta gistingu og þjónustu í hverri ferð. Ekki liggur fyrir hve miklar tekjur þessar hópar skilja eftir – en vísbendingar eru um að þær séu enn hærri en tekjur af ráðstefnugestum.

Uppbygging tónlistar- og ráðstefnuhúss við höfnina og sýningarhallar í Laugardal felur ekki aðeins í sér sóknarfæri Reykjavíkur heldur kallar á að aukinn kraftur sé settur í markaðssetningu Reykjavíkur sem vettvangs ráðstefnu-, funda- og hvataferða.

#### Styrkleikar

- Nálægðin við náttúruna og miklir afþreyingarmöguleikar.
- Öryggi og þægindi. Skammt á milli staða innan borgarlandsins.
- Umtalsverður fjöldi hágæðaveitingastaða; ferskt hráefni, hreint vatn og margvíslegir möguleikar á að auka velliðan.
- Staðsetning mitt á milli Evrópu og Ameríku. Tíðar og öruggar flugsamgöngur sem tengja áfangastaði austan hafs og vestan.
- Metnaðarfull uppbygging á fullkominni ráðstefnu- og sýningarstöðu.

#### Veikleikar

- Skortur á skýrri og kröftugri markaðssetningu á ráðstefnuborginni Reykjavík.
- Skortur á yfirsýn og upplýsingum um lykilkætti er lúta að ráðstefnu- og hvataferðum.
- Of lítið framboð á menningarviðburðum á ensku og upplýsingamiðlun ómarkviss.
- Of hátt verðlag á áfengi og mat.
- Sveiflur í gengi valda óvissu um bókanir langt fram í tímann.

#### Framtíðarsýn

Ráðstefnuborgin Reykjavík verði þekktur og eftirsóttur vettvangur ráðstefna, funda og sýninga. Reykjavík verði valin vegna góðrar aðstöðu, öryggis, stórbrotinnar náttúru, ómengaðs umhverfis og hreinnar orku. Kraftmikið menningar- og mannlíf auki aðdráttarafl borgarinnar, sem og aukin áhersla á rannsóknir og alþjóðleg tengsl í atvinnulífi og vísindum.

<sup>3</sup> Skv. ICCA-data, skýrslu um „International meeting market“ 2003.

<sup>4</sup> Skv. upplýsingum frá Ráðstefnuskrifstofu Íslands.



### Áhersluatriði

1. Miðstöðvar ráðstefnu- og sýningarhalds í Reykjavík verði tvær:
  - Miðborgin: Menning, listir, veitingahús og afþreying eru styrkur miðborgarinnar. Uppbygging aðstöðu, s.s. tónlistar- og ráðstefnuhúss, og fjölgun hótela í miðborg styrkir hana.
  - Laugardalur: Útivistar- og heilsubótarmiðstöð Reykjavíkur umkringd fjórum hótelum og annarri gistiaðstöðu. Sýningarhöll og bætt aðstaða fyrir heilsurækt og íþróttamót eykur enn á mikilvægi svæðisins fyrir greinina.
2. Í markaðssetningu verði lögð áhersla á örugga, hreina og kraftmikla borg.
3. Skilgreindir verði mælikvarðar með stjörnuþjöf fyrir fundaaðstöðu, veitingastaði, afþreyingu og aðra grunnþjónustu á sama hátt og gististaðir eru nú gæðaflokkaðir.
4. Stóraukin áhersla verði lögð á skráningu og miðlun upplýsinga um viðburði og afþreyingu sem miðast við þarfir ráðstefnuhaldara.
5. Lögð verði sérstök rækt við að hvetja innlenda gestgjafa og mögulega tengiliði til að kynna Reykjavík sem spennandi kost fyrir ráðstefnu- og sýningarhald.
6. Verð á léttvíni og bjór verði lækkað og mælieiningar samræmdar alþjóðlegum stöðlum (breytt úr 3 cl í 2,5 cl).

### Ráðstefnur í tölum

Samtals voru 139 ráðstefnur haldnar á Íslandi árið 2000 en 2001 voru haldnar 66 alþjóðlegar ráðstefnur hérlendis og 13 íslenskar.<sup>5</sup>

## 3.4 HAFNAR- OG SAMGÖNGUBORGIN

Greiðar samgöngur ráða úrslitum um umfang ferðaþjónustu á Íslandi. Tíðni flugsamgangna og fjöldi áfangastaða flugfélaga sem fljúga til landsins og frá því setur þak á fjölda ferðamanna. Ícelandair hefur að mestu haldið samgöngunetinu úti en sætaframboð á vegum annarra, lággjaldaflugfélaga og ferðaskrifstofa, hefur aukist umtalsvert á undanfönum árum.

Sjóleiðina koma farþegar með skemmtiferðaskipum og hefur þeim fjölgað ár frá ári. Með stærri ferju og aukinni tíðni ferða Norrænu mun þeim einnig fjölga sem koma til landsins um Seyðisfjörð.

Fólk ferðast í vaxandi mæli á eigin vegum. Þetta þýðir að fleiri aka sjálfir og því þarf að tryggja auðvelt aðgengi þeirra um samgöngukerfi borgarinnar. Hér skipta merkingar og önnur upplýsingamiðlun höfuðmáli, s.s. útprentanleg kort á vefsvæði, upplýsingar um bílastæði o.fl.

### Núverandi staða

Um Reykjavíkflugvöll fóru um 336.000 farþegar árið 2002.<sup>6</sup> Samkvæmt áætlun borgaryfirvalda verður flugvöllurinn fluttur burtu árið 2016 og bendir ýmislegt til að Keflavíkflugvöllur taki við innanlandsflugi í kjölfarið þótt það hafi ekki verið ákveðið. Tvöföldun Reykjanesbrautar stuðlar að þessu.

Vega- og leiðamerkingar í Reykjavík og nágrenni hafa ekki verið gerðar með þarfir ferðamanna í huga og skortir víða algerlega.

Strætó er orðinn spennandi kostur fyrir ferðamenn eftir tilkomu vetnisvagna. Yfirstandandi endurskoðun leiðakerfisins nær til höfuðborgarsvæðisins í heild sem er fagnaðarefni þar sem það er alls ekki nógu aðgengilegt né heldur upplýsingar um það. Einnig er takmarkandi að fargjöld er aðeins hægt að greiða með reiðufé og ekki er gefið til baka.

Leigubílar í Reykjavík eru almennt í háum gæðaflokki og biðstöðvar aðgengilegar. Víða skortir hins vegar aðstöðu fyrir folksflutningabifreiðar í Reykjavík – ekki síst í miðborginni. Þetta gerir alla aðkomu að hótelum og þjónustustöðum erfiða. Hringbraut rýfur tengsl miðborgar við BSÍ auk þess sem göngustígar og merkingar eru óviðunandi.

Árið 2002 komu um 30.000 ferðamenn til Reykjavíkur með skemmtiferðaskipum.<sup>7</sup> Reykjavík sem lifandi hafnarborg þarf að vera aðgengileg jafnt íbúum sem ferðamönnum en samgöngur frá Sundahöfn í miðbæ eru ekki nægilega góðar. Auka þarf fjölbreytni og framboð á siglingum á sundunum, tryggja að siglingakeppnir verði árlegur viðburður og auðvelda umferð um hafnarsvæðið.

<sup>5</sup> Skv. upplýsingum frá Ráðstefnuskrifstofu Íslands.

<sup>6</sup> Skv. flugtölum útgefnum af Flugmálastjórn Íslands.

<sup>7</sup> Skv. Reykjavíkurhöfn.



Mikið starf hefur verið unnið við göngustígakerfi borgarinnar og lítið vantar upp á að ljúka þeim. Betur þarf að standa að kynningu og merkingum á stígunum auk þess sem hjólaleiga fyrir ferðamenn er óþægður akur.

### Styrkleikar

- Alþjóðaflugvöllur og innanlandsflugvöllur í nábýli við borgina.
- Öflugt net áfangastaða Icelandair og tíðar ferðir bæði til Evrópu og Bandaríkjanna.
- Vaxandi starfsemi Iceland-Express og lággjaldaflugfélaga.
- Gestakort sem veitir aðgang að almenningsamgöngum.
- Flutningsgeta vega er góð og mikil uppbygging framundan bæði til og frá borginni sem og innan hennar.
- Fjölbreytt framboð á góðum bílaleigubílum.
- Hafnarborg – áfangastaður skemmtiferðaskipa.

### Veikleikar

- Merkingar á götum og leiðum ónógar.
- Skortur á aðstöðu fyrir stærri skemmtiferðaskip.
- Strætó gefur ekki til baka.
- Heiti vantar á biðstöðvar Strætó og betri kynningu á leiðakerfinu.
- Lélegar samgöngur við BSÍ, Perluna, Sundahöfn og fleiri lykilstaði.
- Samgöngumiðstöð vantar í Reykjavík.
- Bílastæðakort gilda ekki í öll hús og kynning á þeim er ekki miðuð við ferðamenn.
- Hjóla- og göngustígar ekki hugsaðir sem samgönguæðar.
- Aðstöðu fyrir seglskútur vantar.
- Tungumálþekking leigubílstjóra ekki næg.
- Erfitt aðgengi fólksflutningabíla í miðborg.

### Framtíðarsýn

Ein af grunnforsendum góðrar ferðaþjónustu er öruggt, aðgengilegt og augljóst samgöngukerfi til og frá borginni. Reykjavík er gáttin að Íslandi og þannig miðdepill í samgönguneti landsins.

Samgöngur innan borgarinnar þurfa jafnframt að verða góðar og taka tillit til þarfa ferðamanna. Kapp verði lagt á góðar vega- og leiðarmerkingar á íslensku og erlendum tungumálum þar sem hafa þarf til hliðsjónar þá staðreynd að ferðamönnum á eigin vegum fjölg-

ar mjög og einnig þarf að auðvelda aðkomu fólksflutningabifreiða að hótélum og helstu ferðamannastöðum í miðborginni.

### Áhersluatriði

1. Greinargóðar og aðlaðandi merkingar fyrir ferðamenn verði settar upp um alla borg. Heildstæðar merkingar á öllum vegum verði unnar með þarfir ferðamanna í huga. Leiðarmerkingar að áhugaverðum ferðamannastöðum þarf að bæta sérstaklega í samvinnu Vegagerðar og gatnamálastjóra auk hagsmunaaðila.
2. Hafnarsvæðið verði lifandi og skemmtilegur vettvangur afþreyingar fyrir íbúa og gesti. Aðstaða skemmtiferðaskipa verði stórbætt og taki mið af vaxandi stærð skipa og auknum öryggiskröfum. Markaðssetning og þjónusta við farþega skemmtiferðaskipa verði eflað og aðstaða fyrir skútur verði bætt.
3. Könnuð verði hagkvæmni samgöngumiðstöðvar sem tengi saman rútuferðir, strætisvagna, bílaleigubíla og flug. Sérstakri endastöð fyrir rútur verði fundinn staður í miðborginni þar sem einnig verði hægt að geyma farangur. Farþegamiðstöðin á Reykjavíkurlflugvelli verði gerð aðlaðandi fyrir farþega og ferðamenn. Flug til Grænlands og Færeyja verði tryggt allt árið.
4. Reykjavík stefni að því að vera hreinasta höfuðborg Evrópu. Sérstaklega verði kynnt notkun vistvænnar orku í tengslum við almenningsamgöngur í borginni með tilkomu vetnisstrætisvagna.
5. Teknir verði upp rafrænir greiðslumiðlar í strætó og í bílastæði og upplýsingamiðlun til ferðamanna stórauðin.
6. Göngustígar (frá höfn til hafnar) verði fullkláraðir og möguleikar á að hjóla og ganga kynntir ferðamönnum.





### 3.5 MIÐBORGIN

Miðborgin er náttúrulegur miðpunktur ferðaþjónustu í Reykjavík og þar með landsins alls. Hún er hjarta menningar og lista; þar er að finna margar merkustu byggingar landsins, mestu menningarverðmætin og vettvang sögulegra viðburða. Miðborgin er jafnframt miðstöð verslunar og þjónustu, veitingastaða, næturlifs og mannlífs og þar á sér nú stað kraftmikil uppbygging – ekki síst á vettvangi ferðaþjónustunnar.

#### Núverandi staða

Gríðarlegt sóknarfæri felst í nábýlinu við Reykjavíkurborg sem verið hefur lífæð atvinnulífs borgarinnar og ein stærsta verstöð landsins. Fyrirhuguð bygging sjóminjasafns á slippsvæðinu er mikilvæg viðbót við söfn í borginni og nauðsynlegur þáttur í uppbyggingu hafnar-svæðisins.

Uppbygging hótela og staðsetning upplýsingamiðstöðvar í Aðalstræti hefur þegar lagt drög að nýjum kjarna í miðbænum og kemur til með að vinna vel með menningarstofnunum í Gróf – ekki síst ef landnámskáli rís á horni Aðalstrætis og Túngötu.

Tónlistar- og ráðstefnuhús á Austurhöfn hefur ótvírætt alla möguleika á að verða eitt mikilvægasta kennileiti Reykjavíkur og kjölfestan í áframhaldandi vexti miðborgarinnar.

Framkvæmdir við Þjóðminjasafn hafa dregist úr hömlu, og hefur safnið verið lokað síðan 1998. Safnið verður opnað að nýju í september 2004 og mun án efa laða til sín marga gesti. Verslun í miðbæ hefur dregist saman í heild sinni þótt ferðamannaverslun þar hafi eflst. Með uppbyggingu í Skuggahverfi verður á næstu árum veitt nýju lífi í miðborgina.

#### Styrkleikar

- Lítil og þægileg miðborg. Auðvelt að rata og stutt á milli lykilstaða.
- Hrein og örugg miðborg.
- Tengsl við höfnina og hafið. Möguleikar á mun betri tengslum með uppbyggingu á hafnar-svæðinu.
- Miðja menningarlifs, hátíða og viðburða.
- Mjög fjölbreyttir og góðir veitingastaðir. Fjöldi kaffihúsa, bara og skemmtistaða.
- Miðja sögu og upphaf byggðar á Íslandi.
- Falleg svæði, s.s. Tjörninn og Þingholtin. Fagurt útsýni – Esjan og sundin.
- Nálægð við fjölbreytta afþreyingu, s.s. siglingar, sund, hvalaskoðun, dagsferðir o.fl.

#### Veikleikar

- Ekki nógu fjölbreyttar verslanir.
- Verslunarhúsnæði takmarkandi fyrir rekstur.
- Afgreiðslutími verslana tekur ekki tillit til ferðamanna.
- Byggð of gisin og of margir „svartir blettir“ í miðborginni.
- Stórar umferðaræðar skera miðborgina úr tengslum við umhverfið.
- Torgin vannýtt og líflaus.
- Erfitt fyrir rútur að komast um í miðborg – engin rútustæði.
- Hljómskálagarðurinn vannýttur og aðkoman óhentug.
- Hafnar-svæðið úr tengslum við miðborg og það skortir líf, t.d. í tengslum við veitingahús, sjóminjasafn, fiskmarkað o.fl.
- Barnvæna afþreyingu skortir.
- Of lítið samráð á milli aðila sem vinna að þróun og framgangi miðborgar, og verkaskipting oft óljós.

#### Framtíðarsýn 2010

Litríkt mannlíf miðborgarinnar í bland við fjölbreytta sögu- og menningarstarfsemi laði að bæði ferðamenn og íbúa. Miðbærinn verði ekki síst þekktur fyrir fjölbreytt úrval veitingastaða og kaffihúsa. Tónlistar- og ráðstefnuhús verði komið í notkun og miðborgin verði því annar tveggja ráðstefnukjarna í Reykjavík. Samfara byggingu tónlistar- og ráðstefnuhúss hafi farið fram gagnger uppbygging í Kvosinni, endurskoðun á Lækjartorgi og nánasta umhverfi.



Verslanir í miðborginni bjóði upp á fjölbreyttar vörur sem henta ferðamönnum; innlendum og erlendum. Ferðamenn leiti í Kvosina í tengslum við starfsemi í tónlistar- og ráðstefnuhúsi, verslunarkjarna, ný hótél og menningarstofnanir auk þjónustu við ferðamenn í Ingólfsnausti. Með tilkomu sjóminjasafns og líflegra hafnar-svæðis mun miðborgin teygja sig vestar og tengjast höfninni betur. Starfsemi í Hljómskálagarðinum laði að fólk allt árið um kring. Öll aðkoma ferðamanna að miðborginni sé auðveld og aðlaðandi; merkningar góðar og næg bílastæði fyrir fólksflutningabíla og einkabíla.

#### Áhersluatriði

1. Byggt verði tónlistar- og ráðstefnuhús á Austurhöfn.
2. Í Hljómskálagarðinum verði skapaður grundvöllur fyrir heilsársferðaþjónustu þar sem hægt væri að halda viðburði tengda aðventu og jólum, þorra og öðrum þjóðlegum hátíðum.
3. Verslun í miðborginni byggist á sérstöðu sem laði að bæði ferðamenn og innlenda viðskiptavinum. Afgreiðslutími taki tillit til þarfa ferðamanna. Kanna þarf möguleika á rekstri blóma- og grænmetistorgs, endurvekja lækinn eða setja upp gosbrunn á nýju Lækjartorgi.
4. Miðbærinn verði iðandi af mannlífi og aðlaðandi fyrir innlenda og erlenda ferðamenn ekki síður en íbúa höfuðborgarinnar. Tryggja þarf fjölbreytta viðburði í miðbænum allt árið, á borð við Menningarnótt, Vetrarhátíð, Hinsegin daga o.fl.
5. Áhersla verði lögð á að fá Listaháskóla Íslands í miðborgina. Athugað verði hvort rétt sé að flytja Héraðsdóm úr miðborginni í viðleitni til að gæða Lækjartorg lífi.
6. Afgreiðslutími safna verði samræmdur og kannað hvort aðgangur að þeim eigi að einhverju leyti að vera endurgjaldslaus.

### 3.6 VERSLUNARBORGIN

Ferðamenn eru mikilvægur hópur viðskiptavina verslana og veitingastaða. Samkvæmt upplýsingum frá Evrópusambandinu eru um 24% tekna af ferðamönnum tilkomin vegna vörukaupa þeirra.<sup>8</sup> Nokkur áhersla hefur verið lögð á að kynna Reykjavík sem áhugaverða verslunarborg og hefur þar aðallega verið lagt upp úr innlendri framleiðslu og hagstæðu verðlagi á alþjóðlegum gæðamerkjum.

Með tilkomu aukinnar samkeppni fyrirtækja sem sjá um endurgreiðslu virðisaukaskatts hefur allt kynningarstarf í þessa veru aukist til muna. Samkeppni verslunarkjarna í Reykjavík um vörukaup ferðamanna hefur einnig leitt af sér aukið markaðsstarf og vöruþróun sem hefur í vaxandi mæli tekið mið af þörfum ferðamanna. Enn er þó langt í að Reykjavík geti talist þekkt verslunarborg.

#### Núverandi staða

Vörukaup ferðamanna í Reykjavík hafa aukist mjög á undanförunum árum. Frá árinu 1996 hafa þeir keypt þrefalt meira en áður miðað við endurgreiðslu á virðisaukaskatti sem nam árið 2002 alls 1,3 milljörðum kr. Samkvæmt upplýsingum frá fyrirtækjum sem sjá um endurgreiðslu á virðisaukaskatti sýndi árið 2003 um 5% lækkun miðað við árið á undan. Þetta styður þá skoðun að það sé mikilvægt að horfa á hvaðan ferðamenn koma í stað þess að einblína á fjöldann. Niðurstöðutölur sýna t.d. að Bandaríkjamenn voru 14% af heildarfjölda ferðamanna en sáu um rúmlega 25% af vörukaupum ferðamanna. Fækkun ferðamanna frá Bandaríkjunum er því mikið áhyggjuefni fyrir verslunarfólk hér á landi.

Fyrstu þrjú mánuðir ársins 2004 sýna vísbendingar um 3,5% aukningu í verslun miðað við sama tíma síðasta árs eða svipaðar tölur og árið 2002.

Áætla má að erlendir ferðamenn kaupi vörur fyrir 3,9 milljarða kr. á þessu ári<sup>9</sup> sem er verulega miklu minna en Evrópusambandið miðar við. Samkvæmt tölum ESB mætti áætla að ferðamenn gætu eytt um 6,4 milljörðum kr. í verslunum á höfuðborgarsvæðinu.

Um 40% af endurgreiddri virðisaukaskattsveltu<sup>10</sup> er vegna ullarvara og minjagripa og má ljóst vera að verulegt svigrúm er til að auka ferðamannavörukaup hérlendis.



### Styrkleikar

- Verð merkjavöru er hagstætt.
- Mjög öflugt kerfi fyrir endurgreiðslu virðisaukaskatts.
- Gott vöruúrval, heimsþekkt merki í bland við þjóðlegan varning.
- Fjölbreytileiki; aðlaðandi miðborg og tvær verslunarmiðstöðvar á heimsmælikvarða.
- Fjölbreytt og góð veitingahús í miðborginni.
- Miðborgin er styrkur höfuðborgarinnar.

### Veikleikar

- Þjónustuhugsun sem tekur mið af þörfum ferðamanna skortir.
- Ósamræmdur og of skammur afgreiðslutími, t.d. á hátíðum.
- Skortur á samheldni verslana í miðborg.
- Stjórnskipulag miðborgar flókið og ómarkvisst.
- Bílastæðagjöld og sektir fæla fólk frá miðborg.
- Yfirbyggð svæði vantar í miðborginni og fegra þarf umhverfi.
- Ímynd miðborgarinnar óskýr og úthald/samheldni í kynningarstarfi skortir.
- Sérstaka „pakka“ fyrir ferðamenn vantar, t.d. fyrir farþega skemmtiferðaskipa.

### Framtíðarsýn 2010

Aukin vörukaup ferðamanna efla verslanarekstur í Reykjavík. Verslanir taki mið af þörfum ferðamanna með rýmri afgreiðslutíma, meira vöruúrvali og þjónustu sem höfðar til þess hóps. Framboð á vönduðum minjagripum og íslenskri hönnun auki verslun ferðamanna. Viðmið Evrópusambandsins um hlutfall verslunar í tekjum af ferðamönnum eigi við í Reykjavík og auki þannig arðsemi verslana í borginni. Samstaða sé meðal verslunarmanna um kynningarmál og markaðssetningu á Reykjavík sem aðlaðandi verslunarborg.

### Áhersluatriði

1. Fjölga þarf þeim verslunum sem skilgreina sig sem hagsmunaaðila í ferðaþjónustu.
2. Rækta þarf þjónustuvitund gagnvart ferðamönnum, jafnt innlendum sem erlendum.
3. Gera þarf verslunarkjarna höfuðborgarinnar aðlaðandi og tryggja að allar nauðsynlegar merkingar fyrir ferðamenn séu fyrir hendi.

Aðgengi þarf að vera gott, almenningssamgöngur greiðar og upplýsingar fyrirliggjandi á erlendum tungumálum.

4. Afgreiðslutíma þarf að samræma og kynna. Sérstaklega þarf að huga að hátíðisdögum í þessu sambandi. Tímamunur milli Íslands og meginlands Evrópu að sumri kallar á að einstakar verslanir reyni að opna fyrr, að minnsta kosti á háanattíma.
5. Kanna þarf kosti þess og galla að taka upp sumartíma til samræmis við önnur Evrópulönd.
6. Hvetja þarf til meiri samvinnu milli nútímahönnunar og minjagripaframleiðenda, listsköpunar og útgáfu af ýmsu tagi. Nýja Ísland selur ekki síður en gamli tíminn.
7. Afla verður upplýsinga um þróun vörukaup ferðamanna, þjónustu og viðmót í verslunarkjörnum höfuðborgarsvæðisins og miðla þeim til verslunarfólks í því skyni að auka vitund um mikilvægi greinarinnar.
8. Ýta þarf undir lifandi mannlíf á götum úti. Gera þarf verslun og veitingastöðum auðveldara að færa starfsemi sína út á götur á góðviðrisdögum. Götulistamenn og viðburðir geta stutt við markaðssetningu verslunarkjarna og gætt mannlífið lit. Grænmetis- og blómatorg á vel heima á Lækjartorgi ásamt annarri sölustarfsemi sem stendur undir sér.
9. Stjórnskipulag miðborgar þarf að skýra og stytta boðleiðir.
10. Nýta þarf sóknarfæri í deiliskipulagi miðborgar til að byggja upp verslunarmiðstöðvar.
11. Bílastæðahúsin verði betur kynnt og unnið að því að bæta þá neikvæðu ímynd sem miðborgin hefur vegna sekta bílastæðasjóðs.

<sup>8</sup> Skv. fréttabréfi Ferðamálaráðs 2002.

<sup>9</sup> Skv. upplýsingum frá Iceland Refund má áætla að heildarvörukaup ferðamanna séu þreföld þau vörukaup sem þeir fá endurgreiddan virðisaukaskatt af.

<sup>10</sup> Upplýsingar frá Iceland Refund.



### 3.7 GESTRISIN BORG

Á undanförnum árum hefur gistirými aukist lítið í Reykjavík fyrr en árið 2003 þegar gistirými í Reykjavík fram til ársins 2003 þegar það jókst um 20%. Munar þar mest um stækkun á Nordica (áður Hótel Esja) auk nýrra hótela. Gisting í Reykjavík hefur orðið fjölbreyttari á allra síðustu árum þótt enn sé ekki fimm stjörnu hótél í höfuðborginni. Sveiflur eftir árstíðum gera rekstur hótela og gististaða erfiðan þótt nýtingin fari batnandi utan háannatíma.

Margir góðir veitingastaðir eru í miðborginni. Þeir eru í vaxandi mæli nýttir til að vekja athygli á Reykjavík sem áhugaverðum áfangastað og má þar sérstaklega nefna hátíðina Food & Fun. Alþjóðlegar matvælasýningar vekja einnig athygli á framboði á hreinu gæðahráefni, sem er ótvírætt sóknarfæri. Nokkuð vantar þó upp á að nægilegt úrval sé af frambærilegum ódýrum stöðum sem ekki falla í flokk skyndibitastaða. Rúmur afgreiðslutími veitingahúsa og skemmtistaða stuðlar að ímynd Reykjavíkur sem skemmtilegrar næturlífsborgar.

#### Núverandi staða

Skilgreind hótél á höfuðborgarsvæðinu eru 36 talsins og herbergin samtals 1893. Fjögurra stjörnu hótélín eru 7 og herbergin alls 940. Þriggja stjörnu hótélín eru 5 og herbergin 302 og önnur hótél eru 14 og herbergin 651.<sup>11</sup> Ekki er fimm stjörnu hótél á landinu, en mikilvæg viðbót við gistinguáætlun var opnun designhótelins 101 árið 2003.

Meðalnýting hótela í Reykjavík hefur verið um 70%. Meðalnýtingin í júní og ágúst er um 90% en fer niður í 40% á lágönn (tímabilinu frá miðjum október til loka mars). Nýtingarhlutfall lækkaði á háannatíma (júní/júlí) 2003 frá fyrra ári og því ljóst að markaðurinn stækkar ekki í takt við aukið framboð. Fjölgun gistiheimila tengist skorti á gistirými á hótélum (á sumrin) og getur rekstrargrundvöllur þeirra reynst ótryggur því að einingarnar eru litlar og þola illa lágönnina þegar mikið er um undirboð.

Íbúðahótél eru ekki stjörnumerkt og einnig vantar staðla fyrir þau. Gæðakröfur og eftirlit með heimgastingu skortir sárlega og of algengt er að gististaðir starfi án leyfis.

Staðir á höfuðborgarsvæðinu með bæði veitinga- og vínveitingaleyfi

voru alls 219 talsins í árslok 2003. 32 þeirra hafa leyfi til að færa borð og stóla út á gangstétt á góðviðrisdögum og 13 þeirra mega afgreiða vín utanhúss.<sup>12</sup>

Eitt helsta umkvörtunarefni erlendra ferðamanna hefur verið verðlagning á bjór og léttum vínnum. Samtök ferðapjónustunnar hafa unnið ótulllega að því að fá opinberar álögur lækkaðar, en án árangurs enn sem komið er. Áfengisgjald er nú hæst á Íslandi á Norðurlöndunum.

#### Styrkleikar

- Fjölbreyttir gisti- og veitingastaðir.
- Mikil uppbygging framundan.
- Starfsemi Samtaka ferðapjónustunnar – þótt enn megi styrkja hana.
- Ráðstefnuaðstaða góð og fer mjög batnandi.
- Rúmur afgreiðslutími veitingahúsa.
- Gott hráefni og mikil fagþekking í veitingaiðnaði.

#### Veikleikar

- Of hátt verð á áfengum drykkjum.
- Léleg arðsemi og of litlar einingar.
- Ekkert fimm stjörnu hótél. Efsta stigið vantar í aðstöðu og þjónustu.
- Skortur á faglærðu starfsfólki og óstöðugleiki í þjónustustigi.
- Takmarkanir á afgreiðslutíma veitingahúsa, s.s. um stórhátíðir.
- Takmarkaður skilningur opinberra aðila á ferðapjónustu.
- Samstöðu í greininni skortir – í gæða-, þróunar-, og kynningar-málum.
- Orðspor verðlags á veitingastöðum.

#### Framtíðarsýn 2010

Öflug ferðapjónusta allt árið er lykillinn að bættum rekstrarskilyrðum og fjölbreyttu úrvali hótela og veitingahúsa í Reykjavík. Árið 2010 hafi Reykjavík skipað sér á stall meðal þekkra borga Evrópu fyrir góða þjónustu og fjölbreytta gisti- og veitingastaði.

Fimm stjörnu hótél verði risið í tengslum við tónlistar- og ráðstefnuhús og sérstaða íslensks hráefnis njóti sín hjá vönduðum veitingastöðum, m.a. fiskstöðum á hafnarsvæðinu og þematengdum stöðum, sem gera út á sambland af menningu og mat.



## 4. GREINING

Samstaða verði innan greinarinnar um heildstæða markaðssetningu í samstarfi við opinbera aðila og átak hafi verið gert til að auka menntun og fagmennsku hjá starfsfólki og þjónustuaðilum.

### Áhersluatriði

1. Áfengisgjöld af léttum vínnum og bjór þarf að lækka. Verð á léttvínnum og bjór á veitingastöðum verði sambærilegt við verð í samkeppnisborgum. Sjússamæla á Íslandi þarf að staðla að erlendri fyrirmynd sem er 2,5 cl í stað 3 cl sem er mælieiningin hérlendis.
2. Koma þarf á gæðastöðlum sem taka til annars konar þjónustu en gististaða og kynna þá vel.
3. Tryggja þarf að til staðar sé gott kynningarefni um veitingar og gistingu í borginni og hagsmunaaðilar taki þátt í gerð slíks efnis. Netíð verði nýtt til hlítar til kynningar ásamt prentuðu efni.
4. Draga þarf fram séreinkenni íslensks matar og matargerðarlistar, meðal annars með viðburðum í anda Food & Fun.
5. Gera þarf veitingastöðum auðvelt að setja borð og stóla út á göðviðrisdögum og auðga þannig stemningu í miðborginni.
6. Til að bæta og efla þjónustu á gisti- og veitingastöðum þarf að tryggja fagmenntun starfsmanna, s.s. þjóna og starfsfólks í mótöku.
7. Kanna skal kosti þess að taka upp evru í stað íslensku krónunnar. Þannig myndu sparast verulegir fjármunir ásamt því að allt rekstrarumhverfi ferðaþjónustunnar myndi gjörbreytast við að hafa tekjur og gjöld í sama gjaldmiðli.

<sup>11</sup> Skv. vef Ferðamálaráðs og Höfuðborgarstofu.

<sup>12</sup> Skv. upplýsingum frá skrifstofu Lögreglustjórans í Reykjavík.

<sup>13</sup> Using Natural and Cultural Heritage to Develop Sustainable Tourism, Directorate-General for Enterprise Tourism Unit, Brussels 2002.

<sup>14</sup> Skýrsla nr. C03:07, Flug- og ferðaþjónusta á Íslandi: Umfjöllun í tilefni af beiðni Ryanair um lækkan gjalda á Keflavíkflugvelli, skýrsla til vinnuhóps í samgönguráðuneytinu, janúar 2004.

### 4.1 UMFANGIÐ

Alþjóðlegar kannanir sýna að ferðalög verða æ stærri þáttur í lífi almennings um allan heim og ræðst þessi þróun meðal annars af vaxandi velmegun, stórbættum samgöngum á viðráðanlegu verði og auknum frítíma fólks. Bein afleiðing þessa er að gildi ferðaþjónustu í hagrænu og menningarlegu samhengi vex mjög ört og hreyfiafl hennar er meira.

Í skýrslu frá Evrópusambandinu<sup>13</sup> kemur fram að um 12% af þjóðartekjum landa innan sambandsins koma að jafnaði frá ferðamennsku. Gert er ráð fyrir að fjöldi ferðamanna í Evrópu tvöfaldist á næstu 25 árum og því er spáð að árið 2020 ferðist meira en 700 milljónir manna yfir landamæri í Evrópu og að um 100.000 ný störf í ferðaþjónustu verði til á ári hverju. Þýðing ferðaþjónustu fyrir evrópska hagkerfið er því gríðarleg og gert er ráð fyrir að meira en 20 milljónir nýrra starfa verði til í ferðaþjónustu – mestmegnis hjá litlum eða meðalstórum fyrirtækjum. Tekjurnar af ferðaþjónustu dreifast mjög víða um hagkerfið og ýta víðast hvar undir fjölbreytt atvinnulíf og einstaklingsframtak.

Hið sama má segja um áhrif ferðaþjónustu á Íslandi á atvinnulíf – en samkvæmt skýrslu Hagfræðistofnunar<sup>14</sup> sem gerð var fyrir samgönguráðuneytið í janúar 2004 hefur vöxtur íslenskrar ferðaþjónustu m.a. skilað sér í eftirfarandi þáttum:

#### 1. Aukin framleiðni vinnuafls

Sköpun nýrra starfa í ferðaþjónustu sem gefur fólki tækifæri til að afla sér hærri tekna en ella, þegar tekið er tillit til menntunar, búsetu og starfsþjálfunar.

#### 2. Bætt framleiðni einkafjármagns

Aukin nýting fastafjármuna vegna meiri veltu hjá fyrirtækjum sem tengjast ferðaþjónustu með beinum eða óbeinum hætti, s.s. þjónustu-, flutninga- og afþreyingarfyrirtækja.

#### 3. Bætt framleiðni opinbers fjármagns og innviða

Hlutdeild í kostnaði vegna notkunar á innviðum íslensks þjóðfélags, svo sem samgöngumannvirkjum, sem skilar sér beint og óbeint til íslenska ríkisins. Hagræðið kemur einkum fram ef notkun landsmanna sjálfra er fremur lítil og aukinn fjöldi notenda tefur ekki fyrir þeim sem þegar nýta sér umferðarmannvirkin.



#### 4. Sterkari grundvöllur fyrir sérhæfingu og fjölbreytni

Sérhæfing eða nýbreytni af einhverjum toga krefst ákveðins lágmarksfjölda af viðskiptavinum til þess að fastur kostnaður dreifist á nægilega margar einingar. Þjóðin er fámenn og hefur þess vegna takmarkað svigrúm til þess að skapa fjölbreytileika í verslun og þjónustu sem krefst fjárfestingar og byggist á stærðarhagkvæmni. Um leið og ferðamönnum fjólgar skapast aukið svigrúm að þessu leyti. Verslunar- og þjónustufyrirtæki spretta upp sem þjóna heimamönnum en ættu samt ekki tilveru grundvöll ef ferðamenn væru ekki til staðar.

#### Verðmæti íslenskrar ferðabjónustu

Þegar litið er til ferðabjónustu á Íslandi kemur í ljós að mikilvægi hennar fyrir íslenskt efnahagslíf er jafnvel enn meira en jafnaðartölur fyrir lönd innan Evrópusambandsins gefa til kynna. Gildi ferðabjónustu hér á landi eykst hröðum skrefum með sívaxandi fjölda gesta og aukinni fjárfestingu í innviðum og uppbyggingu. Sá galli hefur þó löngum verið á tölfræði í tengslum við ferðabjónustu, að hún er of óræð í ýmsum meginatriðum. Orsaka þessa er m.a. að leita í því að greinin er tiltölulega ung og því lítt kortlögð hér á landi.

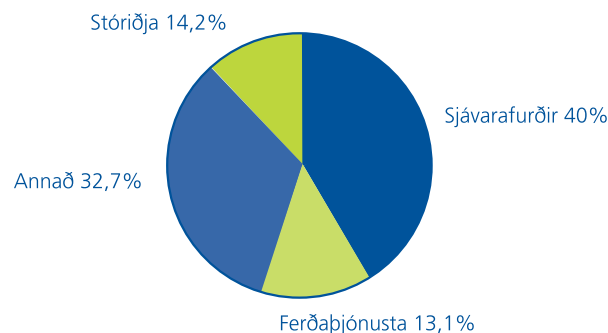
Í hagtölum frá Hagstofu Íslands er ferðabjónusta ekki til sem skilgreind atvinnugrein í skilningi þjóðhagsreikninga heldur er hún samsett af mörgum atvinnugreinum sem eiga viðskipti við ferðamenn en sinna jafnframt öðrum hópum. Því er erfitt að meta umfang greinarinnar. Ef langt tímabil er skoðað fæst þó viðunandi mælikvarði á þær breytingar sem kunna að hafa orðið á vægi ferðabjónustu í samanburði við aðrar atvinnugreinar.

Í samantekt sem Aflvaki vann fyrir Höfuðborgarstofu um þróun og umfang ferðabjónustu á höfuðborgarsvæðinu<sup>15</sup> er þetta vandamál undirstrikað og hið sama er gert í áður nefndri skýrslu Hagfræðistofnunar.

#### Helstu kennitölur<sup>16</sup>

- 1990–2002: Heildarumfang greinarinnar jókst að meðaltali um 9,1% á ári.
- 1990–2002: Hluttur ferðabjónustu og annarra samgangna í heildarútflutningi vöru og þjónustu jókst á tímabilinu um 140%.
- 2002: Heildargjaldeyrstekjur af ferðabjónustu samkvæmt útreikningum Hagstofunnar voru 37,1 milljarður.
- 2002: Hlutfall ferðabjónustu af gjaldeyrstekjum var 12,4%.
- 2002: Ferðabjónusta skilaði 5,1% af vergri þjóðarframleiðslu sem er tæplega 42% aukning frá árinu 1991.

#### 3.1.1. Skipting útflutningstekna á atvinnugreinar 2003



<sup>15</sup> Umfang og þróun ferðabjónustu á höfuðborgarsvæðinu, Aflvaki, samantekt febrúar 2004.

<sup>16</sup> Aflvaki, skýrsla; Hagstofa Íslands og Ferðamálaráð Íslands, Ferðabjónusta á Íslandi í tölum, útg. 2003.

<sup>17</sup> Skýrsla nr. C03:07, Flug- og ferðabjónusta á Íslandi: Umfjöllun í tilefni af beiðni Ryanair um lækkun gjalda á Keflavíkurlugvelli, skýrsla til vinnuhóps í samgönguráðuneytinu, janúar 2004.



### 4.1.2. Velta í ferðaþjónustu

	Hlutfall	1999	2000	2001	2002
Hótel- og veitingahúsarekstur	60%	12.815	14.387	15.551	15.849
Samgöngur á landi	58%	4.643	5.103	5.023	4.720
Samgöngur á sjó og vatnaleiðum	4,5%	960	986	1.233	1.065
Flugsamgöngur	80%	27.958	34.377	43.866	46.218
Flutningar, ferðaskrifstofur o.þ.h.	100%	8.406	12.257	18.745	16.919
Bílaleiga	58%	1.986	2.318	2.672	3.069
Blönduð smásala	18%	13.221	13.197	14.177	14.899
Önnur smásala	4,5%	2.394	2.609	2.390	2.669
Gjafavörur og sportfatnaður	18%	1.333	1.345	1.253	1.397
Tómstundir og menning	12%	1.380	1.483	1.455	1.435
		<b>75.095</b>	<b>88.061</b>	<b>106.365</b>	<b>108.240</b>

Af þessum tölum má sjá að velta ferðaþjónustunnar er umtalsverð, en þegar kemur að því að skoða umfang ferðaþjónustunnar er gjarnan vísað til hlutfalls í útflutningi á vörum og þjónustu. Samtök ferðaþjónustunnar hafa bent á að umfang ferðaþjónustu á Íslandi sé stórlega vanmetið og vísa þá til þess að velta fyrirtækja sem eru innan samtakanna og telja sig starfa í ferðaþjónustu nemur árið 2002 rúmlega 100 milljörðum kr.

Taflan hér að ofan, sem Aflvaki byggir á viðmiðun Hagstofunnar, sýnir hver umsvifin voru á árunum 1999–2002 og staðfestir fullyrðingu Samtaka ferðaþjónustunnar þar sem hún sýnir að veltan árið 2002 var 108 milljarðar króna þegar búið er að beita þeim aðferðum sem Hagstofan notar til að skilgreina ferðaþjónustu.

Úttekt Hagfræðistofnunar, sem áður var getið, ber að sama brunni en þar kemur fram að umsvif ferðaþjónustunnar á Íslandi séu veruleg, hvort sem litið er til beinna, óbeinna eða afleiddra áhrifa.<sup>17</sup> Útreikningar stofnunarinnar leiða í ljós að veltan í ferðaþjónustu árið 2002 sem stafar af heimsóknum erlendra ferðamanna og metin hefur verið á 22,8 milljarða sé í raun 92,2 milljarðar (jafngildir um 99,4 milljörðum árið 2003). Rétt er að taka fram að hvorki er tekið tillit til flugfargjalda né veltu vegna innlendra ferðamanna.

### 4.1.3. Efnahagsáhrif útgjalda ferðamanna innanlands–bein, óbein og afleidd áhrif

#### Framleiðsla í milljörðum króna

Bein áhrif	22,8
Óbein og afleidd áhrif	69,4
<b>Samtals</b>	<b>92,2</b>

#### Útreikningar: Hagfræðistofnun

Í skýrslu Hagfræðistofnunar segir að af þessum tölum megi sjá að þau heildarumsvif sem verða til í hagkerfinu vegna útgjalda ferðamanna eru um 92,2 milljarðar. Þetta svari til um 5% heildarframleiðslu og veltu árið 2002. Það er áhugavert að skoða þessar stærðir með tilliti til fjölda ferðamanna. Árið 2002 var fjöldi þeirra 279.600. Bein áhrif af þeim nema 82 þúsund krónum í eyðslu á ferðamann. Ef á hinn bóginn er tekið tillit til efnahagsáhrifa útgjalda innanlands af hverjum ferðamanni á veltu og framleiðslu nemur sú fjárhæð um 330 þúsund krónum á hvern ferðamann. Í þessum tölum er ekki tekið tillit til þeirra tekna sem verða af þeim flugfargjöldum sem þeir greiða til að komast til landsins.

Af ofangreindu má draga þá skýru ályktun að afgerandi vöxtur sé í ferðaþjónustu á Íslandi og gildi hennar fyrir efnahags- og atvinnulíf aukist hratt.



Jafnframt er þó ljóst að mikið skortir á að umfang greinarinnar og gildi hennar njóti opinberrar viðurkenningar – en þetta endurspeglast m.a. í skorti á heildstæðum mælingum á ýmsum lykilstærðum. Afar brýnt er að úr þessu verði bætt sem allra fyrst.

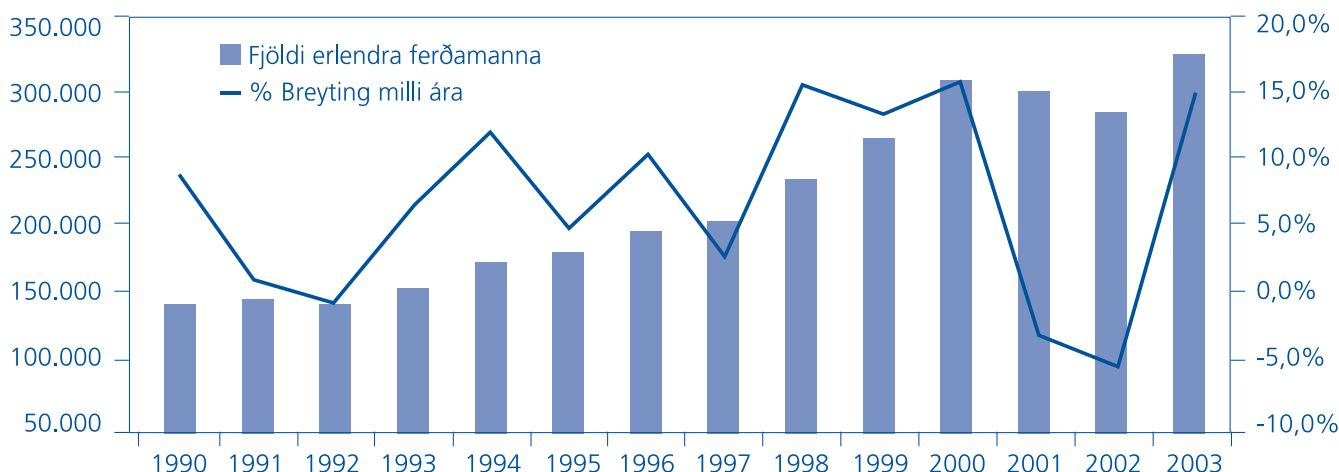
## 4.2 FJÖLDINN

- Erlendum ferðamönnum á Íslandi fjölgaði um 110% á 10 ára tímabili, 1993–2003.
- Vöxturinn milli ára hefur verið um 9% að meðaltali á tímabilinu 1991–2000 samkvæmt tölum Ferðamálaráðs.
- 0,075% ferðamanna (300.000) í Evrópu árið 2001 fóru til Íslands.
- Alls komu 320.000 ferðamenn til landsins árið 2003 og fjölgaði um 15,4% á milli ára.

Í alþjóðlegum samanburði er þessi vöxtur mikill, en í skýrslu World Tourism Organization kemur fram að ferðalög í heiminum jukust um 4,5% á ári á tímabilinu 1990–2000. Langtímaspá WTO gerir ráð fyrir að ferðalög milli landa aukist að meðaltali um 4,1% til ársins 2020 og að Evrópa verði eftir sem áður með stærsta markaðshlutdeild þó svo að heildarhlutdeildin minnki úr 59,9% árið 1995 í 45,9% árið 2020 (sbr. úttekt Aflvaka).

### 4.2.1. Fjöldi ferðamanna á ári og árleg fjölgun

Erlendum farþegum á skemmtiferðaskipum hefur einnig fjölgað jafnt og þétt á umliðnum árum. Árið 2001 komu 49 skemmtiferðaskip til Íslands með 27.500 farþega – en árið 2004 er áætlað að 68 skip með rúmlega 36.000 farþega leggist að íslenski bryggju.



Heimild: Hagstofa Íslands



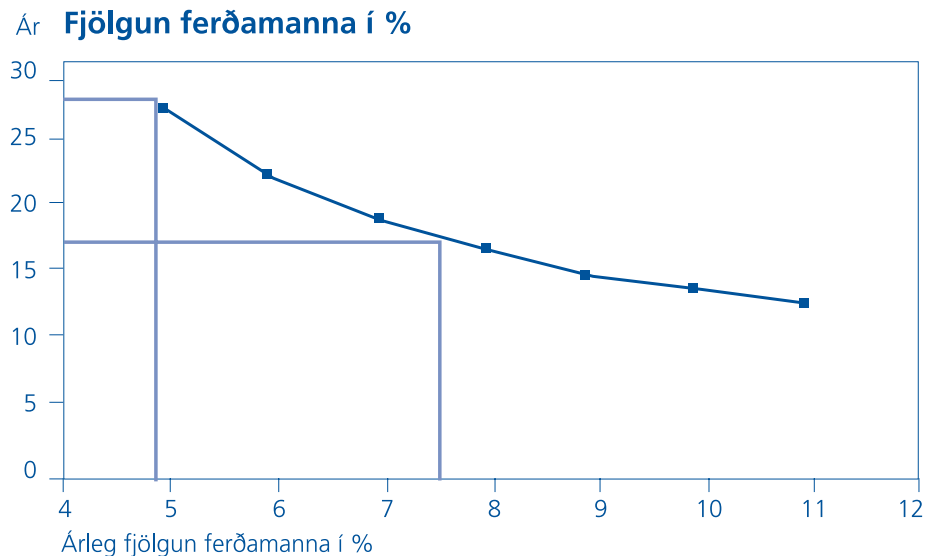


#### 4.2.2. Hvenær verða milljón ferðamenn á Íslandi?<sup>18</sup>

Miðað við þróun síðustu 10 ára er ekki óeðlilegt að áætla að ferðamönnum á Íslandi fjölgi talsvert meira fram til 2020 en spá WTO gerir ráð fyrir. Verði 6% árleg aukning að meðaltali frá árinu 2002 verður fjöldi erlendra ferðamanna kominn yfir eina milljón árið 2024. Á næstu mynd má sjá hvenær þeim áfanga yrði náð miðað við mismunandi forsendur um árlegan vöxt.

Sterk rök hníga þó að því að íslensk ferðabjónusta og opinberir aðilar einbeiti sér fremur að því að auka fjölda gesta á lágönn og fjölga arðbærustu gestunum, s.s. ráðstefnugestum og fólki í hvataferðum, en að einblína á sem mesta heildaraukningu. Innviðir eru víða of veikir og vanþróaðir, gæðastjórnun of stutt á veg komin og þolmörk fjölsótttra ferðamannastaða of lítil til þess að vænlegt sé að stefna skilyrðislaust að óheftri fjölgun gesta.

**Miðað við ofangreindar forsendur næðu erlendir ferðamenn einni milljón árið 2015 ef vaxtarhraði undangenginna ára helst óbreyttur**

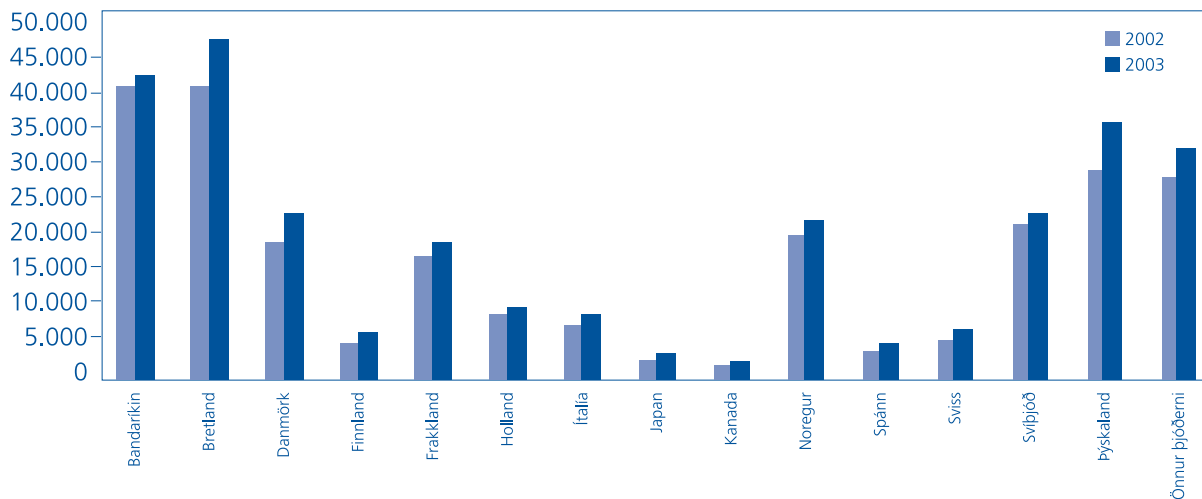


<sup>18</sup> Umfang og þróun ferðabjónustu á höfuðborgarsvæðinu, Aflvaki, samantekt febrúar 2004.



### 4.2.3. Skipting ferðamanna eftir þjóðerni 2002–2003<sup>19</sup>

Mars–desember 2002 og 2003



Í samræmi við aukið framboð og lækkandi verð á flugsætum frá Bretlandi og Danmörku frá árinu 2003 má sjá á ferðamönnum þaðan hefur fjölgað umtalsvert. Jafnframt hefur þýskum ferðamönnum fjölgað marktækt á milli ára.

#### Dæmigerður ferðamaður

Ef marka má viðhorfskannanir, sem Ferðamálaráð Íslands hefur látið gera í Leifsstöð frá árinu 1996, er dæmigerður erlendur ferðamaður á Íslandi:

- Á aldursbilinu 45–55 ára.
- Fleiri karlmenn en konur koma hingað að vetrarlagi og vetrarferðalangar eru að jafnaði fimm árum yngri en þeir sem ferðast að sumri.
- Flestir falla í flokkinn stjórnendur og sérfræðingar – 55,2% af vetrargestum og 47,1% af sumargestum. Námsmenn eru stærsti einstaki hópurinn þar á eftir.
- Mikill meirihluti kveðst hafa tekjur um og yfir meðallagi.<sup>20</sup>

Þegar spurt er hvaða þættir hafi mest áhrif á ákvörðun um ferðalag til Íslands nefna tæp 80% sumargesta náttúruna sem helsta aðráttarafið og rúmur helmingur vetrargesta. Næst á eftir er það menningin og sagan sem laða fólk til landsins; um þriðjungur vetrargesta kemur hingað í leit að menningu en aðeins rúm 20% sumargesta. Innan við 15% koma hingað í viðskiptaerindum eða vegna ráðstefna og funda.

Í áðurnefndum könnunum Ferðamálaráðs kemur fram að hjá 67% aðspurðra kom ekkert annað land til greina. Þótt athyglisverður munur sé á milli markaðssvæða virðist meirihluti erlendra ferðamanna því velja Ísland af mjög skýrum ástæðum – en ekki sem hliðstæðan og jafngildan kost við annan áfangastað.

<sup>19</sup> Ferðapjónusta á Íslandi í tölum, Ferðamálaráð Íslands, 2003.

<sup>20</sup> Brottfararkönnun Ferðamálaráðs Íslands í Leifsstöð, september 2001 – ágúst 2002.

<sup>21</sup> Skýrsla nr. C03:07, Flug- og ferðapjónusta á Íslandi: Umfjöllun í tilefni af beiðni Ryanair um lækkun gjalda á Keflavíkurflugvelli, skýrsla til vinnuhóps í samgönguráðuneytinu, janúar 2004.

<sup>22</sup> Ferðapjónusta á Íslandi í tölum, Ferðamálaráð Íslands, 2003.



#### 4.2.4. Kom til greina að ferðast til annars lands?

	Já	Nei	Fjöldi
N-Ameríka	44,90%	55,10%	385
Norðurlönd	16,40%	83,60%	377
V-Evrópa	26,50%	73,50%	1073
S-Evrópa	55,10%	44,90%	425
Annað	43,30%	56,70%	67
Allir	<b>33,80%</b>	<b>66,20%</b>	<b>2381</b>

Heimild: Ferðamálaráð, könnun júní-ágúst 2002

Skýringar á stöðugri fjölgun erlendra ferðamanna sem sækja til Íslands eru nokkrar – en allar benda til tvenns: stærri markhóps og öflugri markaðssetningu.

- Ísland nýtur almennrar aukningar á ferðalögum í heiminum sem og fjölgunar á áfangastöðum og tíðari ferða til og frá landinu.
- Vinsældir borgarferða hafa aukist og Reykjavík styrkst sem áfangastaður árið um kring.
- Aukin fjárfesting í markaðssetningu og kynningu.
- Markvissari skilaboð með beinni og óbeinni markaðssetningu á Íslandi og Reykjavík með samstarfi opinberra aðila, Reykjavíkurborgar og ferðapjónustufyrirtækja.

#### 4.3 DVÖLIN

Sú regla sem notuð var í Stefnumóti 2002, stefnumótun Reykjavíkurborgar í ferðamálum frá 1997, við að meta tekjur og umfang ferðapjónustu á höfuðborgarsvæðinu var að skoða hlutfall gistinátta. Þá voru tekjur af gistingu á höfuðborgarsvæðinu 63% af tekjum af gistingu á öllu landinu. Vísbendingar eru um að þetta hlutfall hafi fremur hækkað og sé nú um 65%. Gjaldeyrstekjur af ferðapjónustunni voru árið 2002 37,1 milljarður og miðað við ofangreinda nálgun varð um 24,1 milljarður til á höfuðborgarsvæðinu.

Ef hins vegar er horft til niðurstaðna Hagfræðistofnunar<sup>21</sup> eru efnahagsleg áhrif erlendra ferðamanna (án fargjaldatekna) allt að 92,2 milljarðar á ári – eða um 330.000 kr. á hvern ferðamann. Miðað við

þessa tölfræði og 65% regluna um hlutfall höfuðborgarsvæðisins í ferðapjónustu, eru beinar og óbeinar tekjur af erlendum ferðamönnum á höfuðborgarsvæðinu tæpir 60 milljarðar á ári.

#### Gisting

Langstærstur hluti ferðamanna, sem til landsins koma, gistir í Reykjavík einhvern hluta dvalarinnar eða allan tímann. Að meðaltali dvelja sumarferðamenn tíu nætur á landinu en vetrarferðalangar fimm nætur – þar af langflestar á höfuðborgarsvæðinu. Meðaldvalarlengd erlendra ferðamanna á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu var 2,4 nætur árið 2003. Í samanburði var landsmeðaltalið 1,8 nætur.

#### Hlutfall þeirra erlendu ferðamanna sem gista a.m.k. eina nótt í Reykjavík<sup>22</sup>

Vetur	Sumar
97,0%	93,8%

Þróunin helst í hendur við áberandi vöxt í borgarferðum á alþjóðavísu og breytta hegðun ferðamanna á öllum stigum ferðamennsku. 325 ný gistiherbergi voru tekin í notkun í Reykjavík milli árána 2002 og 2003 og jókst framboð á hótélherbergjum um 14,3% á milli ára. Alls eru 3.350 hótélherbergi á höfuðborgarsvæðinu.

Samkvæmt upplýsingum úr Hagtíðindum, maí 2004, fjölgaði gistináttum á höfuðborgarsvæðinu alls um 7,8% á milli árána 2002 og 2003. Gistináttum Íslendinga fækkaði um 7,5% á meðan gistináttum erlendra ferðamanna fjölgaði um 9,7%.

- Hlutdeild höfuðborgarsvæðisins í framboði gistirýmis á hótélum og gistiheimilumernúkomið í um 35% á móti 65% hlutlandsbyggðarinnar, en hlutfallið hefur verið í kringum 32% frá árinu 2000.
- Nýting herbergja er mjög mismunandi eftir árstíma. Nýtingin á höfuðborgarsvæðinu er minnst í desember (33,6%) og janúar (46%) samkvæmt upplýsingum af heimasíðu Samtaka ferðapjónustunnar, en samtökin gera reglulega könnun á meðal tíu hótela á höfuðborgarsvæðinu og tíu hótela á landsbyggðinni.



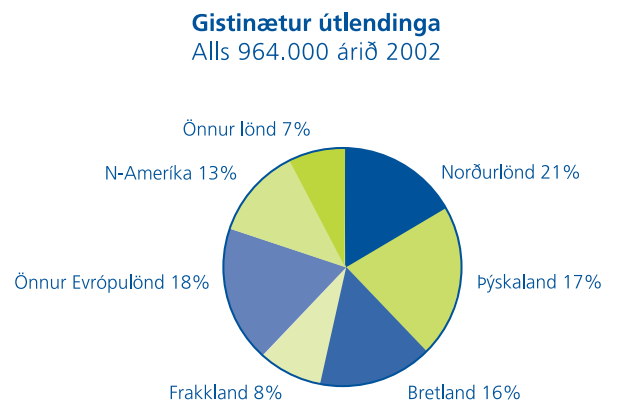
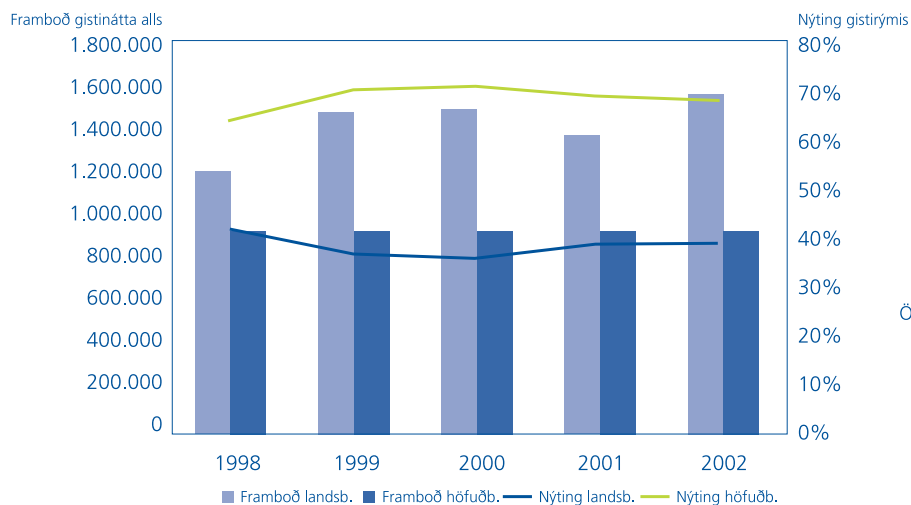
- Að meðaltali er nýting gistirýmis á höfuðborgarsvæðinu um 68% að jafnaði á tímabilinu 2000 til 2003, en fór hæst í 71% árið 2000. Landsbyggðin er með um 38% að meðaltali, en hefur mest náð 39% 2001 og 2002. Myndin hér að neðan sýnir hversu mikið framboð er af gistingu á höfuðborgarsvæðinu annars vegar og landsbyggðinni hins vegar og hvernig nýtingarhlutfall gistirýmis hefur þróast.

### 4.3.2. Gistinætur erlendra ferðamanna

Myndin hér fyrir neðan sýnir heildarfjölda gistinátta útlendinga á hótélum og gistiheimilum.

Eins og myndin sýnir er ljóst að Evrópubúar voru samanlagt 80% með af fjölda gistinátta árið 2002. Aðrar þjóðir standa samtals fyrir 20% hlut, þ.e. Norður-Ameríka og önnur lönd utan Evrópu.

### 4.3.1. Framboð gistinátta og nýting

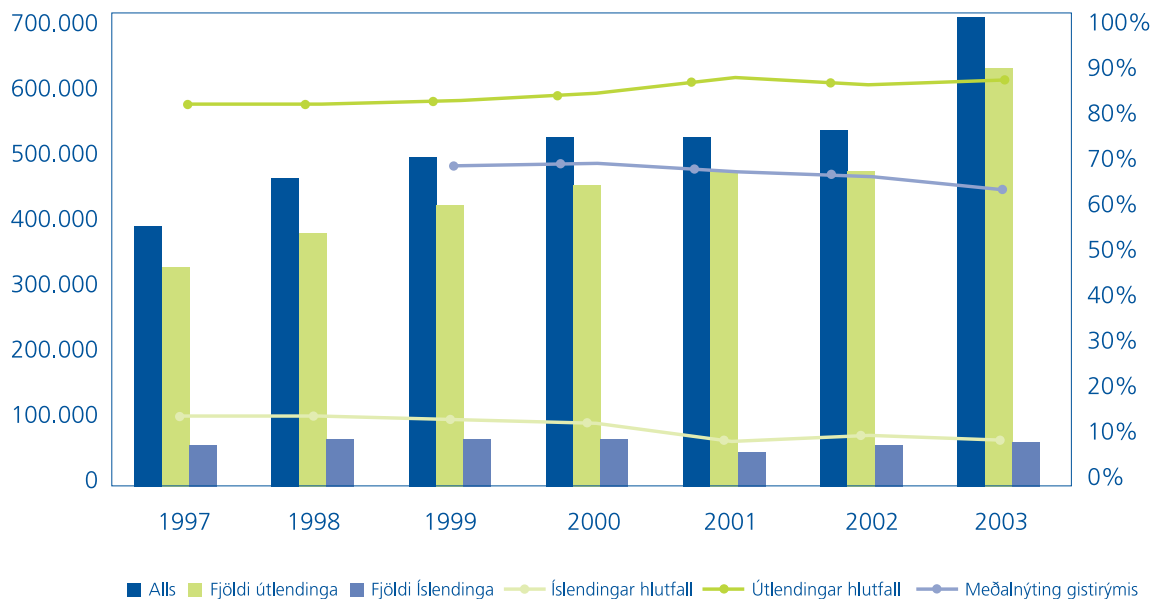


Heimild: Hagstofa Íslands, Gistinætur útlendinga 2002.



### 4.3.3. Fjöldi gistinguáttá á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu og nýting

Þessi mynd sýnir mjög greinilega hversu mikilvægir erlendir ferðamenn eru fyrir ferðaþjónustu á höfuðborgarsvæðinu, með rúmlega 90% hlutdeild í gistinguáttafjölda. Hlutdeild innlendra ferðamanna hefur farið minnkandi, eða úr 16% 1997 í 10% 2003. Vaxandi umsvif á höfuðborgarsvæðinu eru því líklega að mestu háð því að erlendum ferðamönnum fjölgi.





## 4.4 Erlendir ferðamenn í Reykjavík janúar til apríl 2004

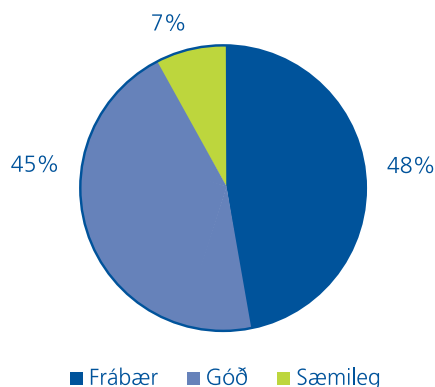
### Helstu niðurstöður úr könnun

Hér á eftir fara helstu niðurstöður úr könnun sem Rannsóknir og ráðgjöf ferðapjónustunnar (RRF) framkvæmdu fyrir Höfuðborgarstofu meðal erlendra ferðamanna á tímabilinu janúar til apríl 2004. Könnunin var gerð meðal brottfararfarþega í Leifsstöð og var liður í stærri könnun RRF, Dear Visitors 2004. Alls svöruðu 1557 ferðamenn könnuninni, um 88% þeirra sem fengu hana í hendur.

Samkvæmt talningu Ferðamálaráðs komu um 73.600 erlendir ferðamenn til landsins á fyrsta þriðjungi ársins. Út frá þeirri tölu má áætla fjölda ferðamanna sem nýttu sér upplýsingamiðstöðina í Ingólfsnausti og þjónustu þar, afþreyingu í höfuðborginni eða Reykjavík Tourist Card, miðað við niðurstöðurnar sem hér fara á eftir.

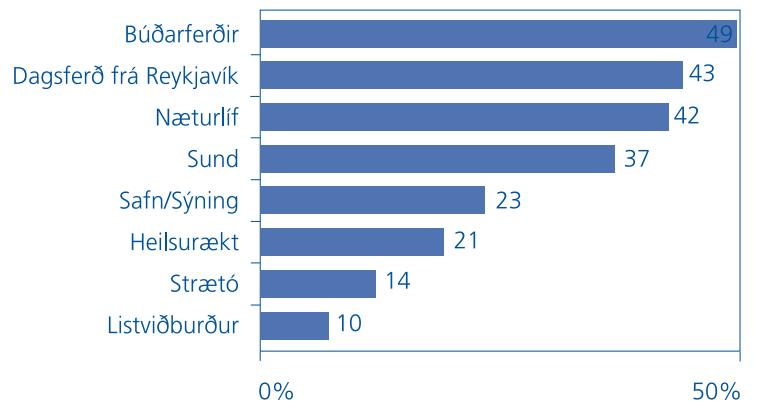
Reynsla fólks af Reykjavík var í heildina tekið mjög jákvæð; 93% kváðu hana frábæra eða góða en einungis 7% sæmilega.

### Reynslan af Reykjavík



Spurt var um afþreyingu fólks í Reykjavík, alls átta þætti. Algengast var að fólk færi í verslanir, í dagsferð út frá Reykjavík eða skoðaði næturlífið. Einnig fóru margir í sund. Rúmlega fimmti hluti svarenda skoðaði safn/sýningu eða stundaði aðra heilsurækt en sund, s.s. heilsulind (spa), skokk eða langar gönguferðir. Sjöundi hver notaði strætisvagna Reykjavíkur og einn af hverjum tíu fór á listviðburð, s.s. á tónleika eða í leikhús.

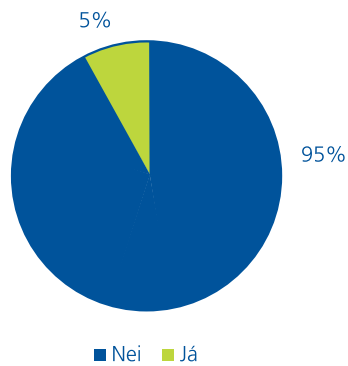
### Dægradvöl og fleira



Um 5% aðspurðra höfðu notað Reykjavík Tourist Card, þ.e. einn af hverjum tuttugu. Þannig má áætla að 3–4 þúsund erlendir ferðamenn hafi notað kortið fyrstu fjóra mánuði ársins 2004.



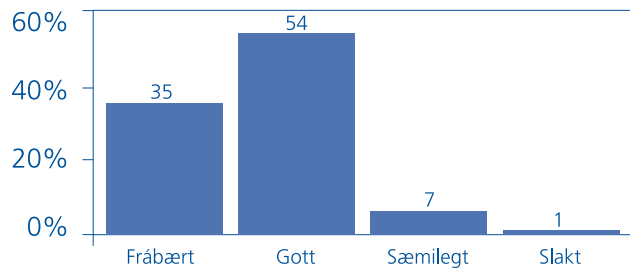
### Notaðir þú Reykjavík Tourist Card?



Flestir þeirra sem notuðu kortið voru mjög eða fremur ánægðir með það. Ljóst er að mikið sóknarfæri er í að markaðssetja kortið fyrir erlenda ferðamenn.

### Álit á Reykjavík Tourist Card

þeir sem notuðu kortið

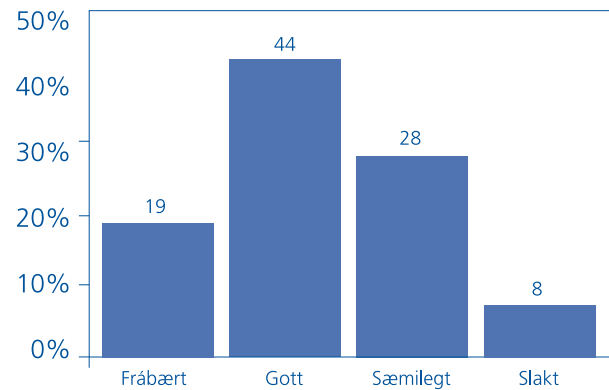


Spurt var hvernig fólki þætti slagorðið „Pure Energy“ hæfa Reykjavík. 17% tóku ekki afstöðu til spurningarinnar. Hér verður gerð grein fyrir svörum þeirra sem afstöðu tóku.

Niðurstaðan er sú að slagorðið þótti að jafnaði nokkuð gott og hér um bil einn af hverjum fimm taldi það frábært.

### Álit á slagorðinu „Reykjavík – Pure Energy“

þeir sem notuðu kortið





# Þátttakendur í stefnumótun Reykjavíkurborgar í ferðamálum

## Stjórn Höfuðborgarstofu

Dagur B. Eggertsson  
Felix Bergsson  
Vilhjálmur Þ. Vilhjálmsson  
Guðmundur Þóroddsson  
Guðjón Arngrímsson  
Hrönn Greipsdóttir

## Umsjón

Sævar Kristinsson, verkefnisstjóri stefnumótunar  
Svanhildur Konráðsdóttir, forstöðumaður  
Höfuðborgarstofu  
Halldóra Gunnarsdóttir, Fjölskyldu- og þróunarsvið  
Ása Kolka Haraldsdóttir, Höfuðborgarstofa

## Samráðshópar

### Ferðamannaborgin/innviðir

Dagur B. Eggertsson, borgarfulltrúi  
Karl Steinar Valsson, Lögreglan í Reykjavík  
Erna Hauksdóttir, Samtök ferðaþjónustunnar  
Þórolfur Jónsson, Umhverfisstofa Reykjavíkurborgar  
Pétur Rafnsson, Ferðamálaráð Íslands  
Ingi Gunnar Jóhannsson, Höfuðborgarstofa

### Ferðamannaborgin/markaðsmál

Guðjón Arngrímsson, Icelandair  
Guðjón Magnússon, Orkuveita Reykjavíkur  
Svanhildur Konráðsdóttir, Höfuðborgarstofa  
Gunnar Steinn Pálsson, almannatengill  
Bjarnheiður Hallsdóttir, Katla Travel  
Steinþór Einarsson, Íþrótt- og tómstundaráð

## Ráðstefnuborgin

Helga Jónsdóttir, Borgarritari  
Rósbjörg Jónsdóttir, Ráðstefnuskrifstofa Íslands  
Steinn Lárusson, Icelandair  
Ingibjörg Ólafsdóttir, Radisson SAS Hótel Ísland  
Sigríður Gunnarsdóttir, Ferðaskrifstofa Íslands  
Guðfinna Bjarnadóttir, Háskólinn í Reykjavík  
Þórunn Sigurðardóttir, Listahátíð í Reykjavík

## Menningarborgin

Stefán Jón Hafstein, borgarfulltrúi  
Soffía Karlsdóttir, Listasafn Reykjavíkur  
Andri Snær Magnason, rithöfundur  
Þorsteinn Stephensen, Iceland Airwaves  
Sif Gunnarsdóttir, Höfuðborgarstofa  
Tómas Jónsson, Fjölskyldu- og húsdýragarðurinn  
Stefán Ólafsson, Háskóli Íslands  
Guðjón Petersen, Leikfélag Reykjavíkur





### **Verslunarborgin**

Vilhjálmur Þ. Vilhjálmsson, borgarfulltrúi  
Ívar Sigurjónsson, Kringlan  
Jónas Hagan, Iceland Refund  
Guðmundur F. Sigurðsson, Iceland Refund  
Arndís Sigurgeirsdóttir, Mál og menning  
Björg Ingadóttir, Spaksmannsspjarir  
Bjarni Jóhannesson, Rammagerðin  
Guðjón K. Reynisson, 10-11 verslanir  
Sigurður G. Steinþórsson, Gull og silfur

### **Heilsuborgin**

Anna Kristinsdóttir, borgarfulltrúi  
Ómar Einarsson, Íþrótt- og tómstundaráð  
Sigmar B. Hauksson, Heilsuborgarverkefnið  
Hörður Hilmarsson, ÍT ferðir  
Björn Leifsson, World Class  
Einar Bollason, Íshestar  
Anna Sverrisdóttir, Bláa lónið  
Júlíus Rafnsson, Golfsamband Íslands  
Guðmundur Vignir Óskarsson, Rey Cup

### **Miðborgin**

Gísli Marteinn Baldursson, borgarfulltrúi  
Kristín Einarsdóttir, framkvæmdastjóri miðborgarinnar  
Einar Haraldsson, 101 Skuggahverfi hf.  
Ari Skúlason, Aflvaki  
Guðvarður Gíslason, Apótek veitingastaður  
Helga Bragadóttir, Borgarskipulag  
Felix Bergsson, leikari  
Anna Torfadóttir, Borgarbókasafn  
Jóna Hrönn Bolladóttir, miðborgarprestur  
Þorkell Sigurlaugsson, Eimskip

### **Hafnarborgin/samgöngur**

Árni Þór Sigurðsson, borgarfulltrúi  
Ágúst Ágústsson, Reykjavíkurbörn  
Ólafía Sveinsdóttir, Atlantik ferðaskrifstofa  
Ásgeir Eiríksson, Strætó bs  
Jón Karl Ólafsson, Flugfélag Íslands  
Þórir Garðarsson, Allrahanda  
Þórunn Reynisdóttir, Avis  
Helga Haraldsdóttir, samgönguráðuneyti  
Sigurður Skarphéðinsson, Gatnamálastofa

### **Gestrisin borg**

Hrönn Greipisdóttir, Hótel Saga  
Kári Kárason, Nordica Hotel  
Árni Einarsson, Room with a View  
Markús Einarsson, Farfuglar  
Kristján Sigfússon, Argentína steikhús  
Ingibjörg Pálmadóttir, 101 Hótel



Reykjavik   
PURE ENERGY



