

Til borgarstjórnar Reykjavíkur

Efni: Beiðni um breytingar á útsendum gögnum vegna Ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020-2025

Menningar- og ferðamálasvið óskar eftir að gerðar verði eftirfarandi breytingar á Ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020-2025 sem lögð var fyrir borgarráð fimmtudaginn 1. október sl.

Breytingarnar sem um ræðir eru þessar:

- Í 1. meginmarkmiði ferðamálastefnunnar eru mælanleg markmið: Að minnsta kosti **95%** gesta borgarinnar (í stað 92% áður) mæli með áfangastaðnum Reykjavík og telji íbúa gestrisna og vinsamlega og borgina spennandi og friðsæla.
- Meðal aðgerða í forgangi fyrir 1. meginmarkmið ferðamálastefnunnar:
 - Endurmeta sameiginlegt markmið og leiðarljós með nágrannasveitarfélögunum í ferðamálum sem ná inn í sameiginlega markaðssetningu á áfangastaðnum. Kannaður verði áhugi á enn breiðara samstarfi í **samræmi við áherslur sóknaráætlunar höfuðborgarsvæðisins**. (Síðari hluti setningarinnar er viðbót).
- Í 2. meginmarkmiði ferðamálastefnunnar eru mælanleg markmið: Að minnsta kosti **90%** íbúa (í stað 80% áður) séu jákvæð í garð ferðaþjónustu og ferðamennsku.
- Í 3. meginmarkmiði ferðamálastefnunnar eru mælanleg markmið: Að markaðsefni gagnvart erlendum gestum verði alfarið eða einnig stafrænt árið **2021** (í stað ársins 2020 áður).
- Meðal aðgerða í forgangi fyrir 3. meginmarkmið ferðamálastefnunnar:
 - **Á árinu 2021** (í stað „Fyrir árslok 2020“ áður) liggi fyrir mat á hvernig borgin geti nýtt stafræn tækifæri til framtíðar gagnvart ferðaþjónustu.
 - **Á árinu 2021** (í stað „Fyrir árslok 2020“ áður) liggi fyrir hvaða tölulegu upplýsingum þurfi að safna og halda til haga og hvernig.

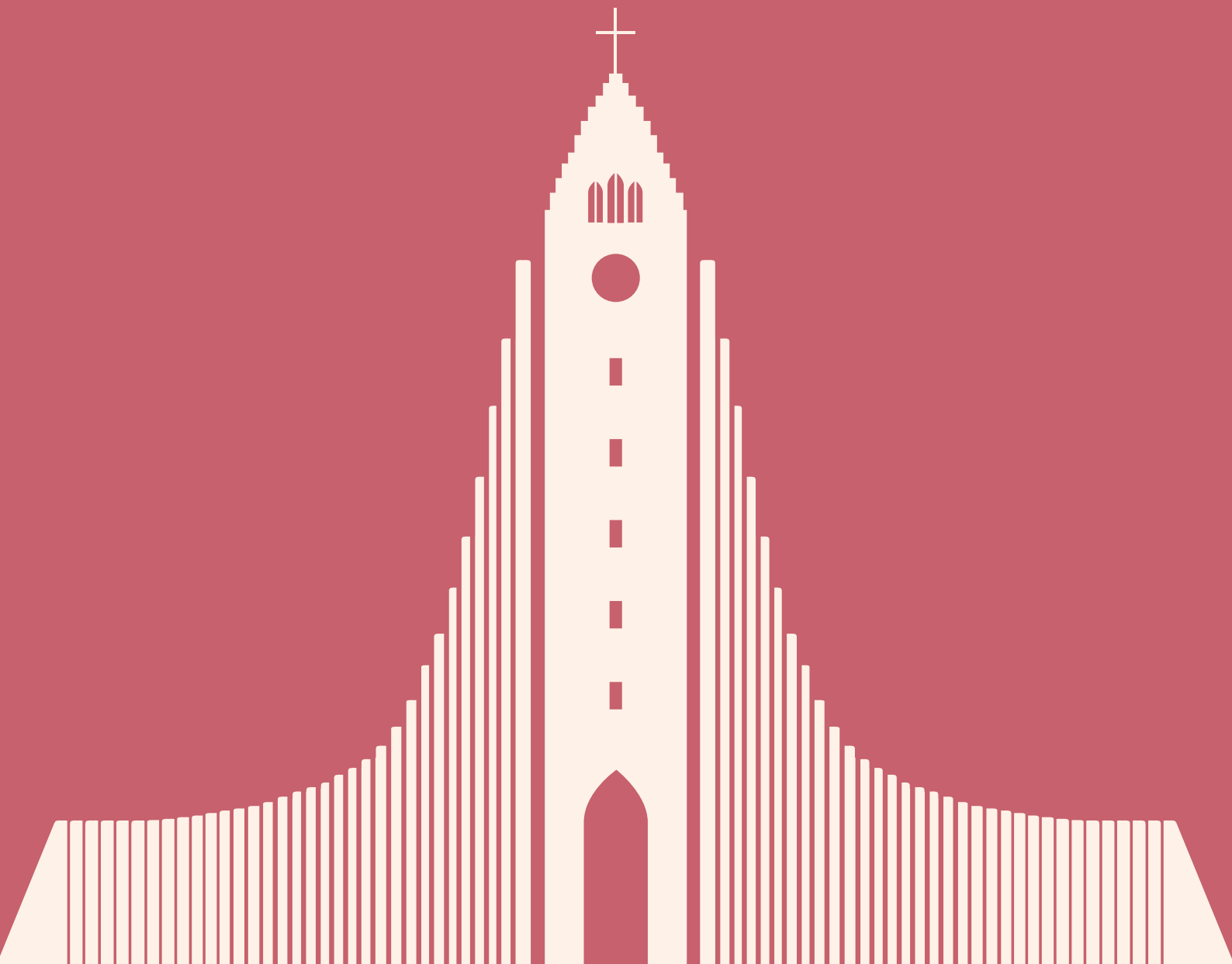
**FERÐAMÁLASTEUFNA
REYKJAVÍKURBORGAR**

2020–25



„Reykjavík er fegursta borg sem ég hef séð. Svo hrein, svo vingjarnlegt fólk og svo mikið að gera! Hingað verða allir að koma!“

Starr Comer, frá Bandaríkjunum



ÁFANGASTAÐURINN

REYKJAVÍK

Ferðaþjónusta hefur verið einn helsti drifkraftur framfara í höfuðborginni undanfarin ár. Hún hefur skilað miklum tekjum til fyrirtækja, einstaklinga og hins opinbera, ýtt undir margvíslega grósku og gætt borgina auknu lífi.

Á köflum hefur einnig reynt á innviði borgarinnar og þolrif íbúa, ekki síst miðsvæðis og fjöldi ferðamanna hefur kallað á kostnaðarsamar fjárfestingar í innviðum og þar með aukin útgjöld fyrir borgina.

Ferðaþjónusta um allan heim lamaðist á fyrri hluta ársins 2020 vegna heimsfaraldurs af völdum Covid-19. Íslensk ferðaþjónusta og áfangastaðurinn Reykjavík hafa ekki farið varhluta af því. Enn er óvíst hversu langan tíma mun taka fyrir ferðaþjónustu að ná aftur því umfangi er hún hafði fyrir faraldurinn. Þó er ljóst að engar vísbendingar eru um að áhugi á Íslandi og Reykjavík sem áfangastað fari minnkandi. Framtíðarsýn um þróun borgarinnar verður því að taka mið af því að Reykjavík verði aftur áfangastaður hundraða þúsunda ferðamanna á hverju ári þegar fram í sækir. Það gerist hins vegar ekki sjálfkrafa.

Miklu skiptir að þegar geta og vilji almennings til að ferðast glæðist á nýjan leik sé áfangastaðurinn Reykjavík reiðubúinn að blása til sóknar með öflugri markaðssetningu þannig að ferðaþjónusta dafni á nýjan leik og verði áfram sá drifkraftur verðmætasköpunar, atvinnu og grósku sem hún hefur verið.

Markaðs- og ímyndarvinna Reykjavíkur sem áfangastaðar verður að byggja á grunni skýrrar framtíðarsýnar og stefnu og hafa sterka umgjörð og aðbúnað.

Borgin er mikilvægur hluti af áfangastaðnum Íslandi og „hlið“ og „grunnbúðir“ ferðamanna. Þeir njóta náttúru Íslands en jafnframt borgarlífs Reykjavíkur. Eitt af verkefnum næstu ára er að styrkja enn frekar sjálfstæða ímynd Reykjavíkur sem áfangastaðar í hugum ferðamanna áður en þeir koma til Íslands.

Meginverkefni Reykjavíkurborgar undanfarin ár hefur verið og verður að þróa borgina sem áfangastað í sátt við borgarbúa.

Ferðaþjónusta í Reykjavík er að mestu leyti bundin við miðhluta borgarinnar þótt vissulega hafi miðborgin „stækkað“ jafnt til austurs og vesturs, t.d. með uppbyggingu Grandasvæðisins. Þegar horft er til framtíðar er mikilvægt að byggðir verði upp staðir víðar um borgarlandið sem laða til sín ferðamenn.

Ör vöxtur ferðaþjónustu hefur knúið borgina í þá stöðu að vera stöðugt að bregðast við í stað þess að ná að móta og framfylgja skýrri sýn. Nú þegar aðstæður hafa breyst er lag að ná tökum á áskorunum og gegna frumkvæðishlutverki.

MÓTUN NÝRRAR FERÐAMÁLASTEFNU

Menningar- og ferðamálasvið Reykjavíkurborgar hóf vorið 2018 undirbúning að mótun nýrrar ferðamálastefnu fyrir Reykjavíkurborg. Lagt var upp með að borgin þyrfti að skerpa sýn, forgangsraða og endurmeta með hvaða hætti hún hygðist sinna málaflokknum til lengri tíma litið og að hún þyrfti að vera leiðandi í þeirri vinnu. Leiðarljósið var að halda jafnvægi á milli þarfa ferðapjónustu og sjónarmiða og þarfa íbúa borgarinnar.

Meðalútgjöld ferðamanna á sólarhring í Reykjavík:

2018: **37.693**

Menningar- og ferðamálasvið fékk sérfræðinga frá Capacent til að koma að ferlinu í samvinnu við starfsmenn sviðsins og þar með Höfuðborgarstofu en til ráðgjafar var starfshópur, skipaður sviðsstjóra umhverfis- og skipulagssviðs, borgarritara, skrifstofustjóra borgarstjórnar, auk sviðsstjóra menningar- og ferðamálsviðs, sem jafnframt var formaður hópsins, og verkefnastjóra ferðamála hjá Höfuðborgarstofu, sem jafnframt var starfsmaður hans.

Vinnan hófst á stöðugreiningu og djúpvíðtölum við helstu hagsmunaaðila, svo sem einstaklinga í ferðapjónustu, stjórnkerfi ferðamála og í stjórnkerfi borgarinnar, til að fá skýrari sýn á málaflokkinn og hvernig honum hefði verið sinnt af hálfu borgarinnar árin á undan; hvað hefði gefist vel og hverju þyrfti að breyta. Auk þess voru haldnar vinnustofur með fulltrúum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu sem og opnir vinnufundir með fulltrúum ferðapjónustu í borginni og íbúum. Í þessu ferli var aflað lykilgagna sem voru nýtt við áframhaldandi stefnumótunarvinnu.

Þegar helstu áskoranir verkefnisins höfðu verið kortlagðar haustið 2018 skipaði borgarráð þriggja manna stýrihóp yfir verkefninu, þau Þórdísi Lóu Þórhallsdóttur, formann borgarráðs sem jafnframt er formaður hópsins, og borgarfulltrúana Hjálmar Sveinsson og Valgerði Sigurðardóttir.

Stöðumat var kynnt á fundi borgarráðs 4. október 2018 en í því voru dregnar fram fimm megináskoranir sem miðað var við að stefnan tækist á við.

- **Uppbygging innviða haldist í hendur við sýn um þróun borgarinnar sem áfangastaðar ferðamanna.**
- **Samtal borgar og hagaðila í ferðaþjónustu.**
- **Sátt milli íbúa og ferðaþjónustu.**
- **Aukna festu í markaðsmálum og skýrari sýn um hvernig Reykjavík vill þróast sem áfangastaður.**
- **Samræma betur hvernig borgin sinnir áskorunum tengdum ferðaþjónustu.**

Í stöðumatinu var einnig horft til nokkurra evrópskra borga þar sem ferðaþjónusta hefur vaxið hratt á undanförunum árum. Sú skoðun leiddi í ljós nokkra sameiginlega þætti:

- Ofuráhersla er lögð á „sátt“ milli íbúa og ferðamanna enda er það forsenda lífvænlegs borgarlífs jafnt sem að ferðaþjónusta dafni og vaxi.
- Áhersla er á að vöxtur ferðaþjónustu sé sjálfbær og valdi sem minnstu raski á innviðum, umhverfi og samfélagi.
- Aukin áhersla er á að borgir nái tökum á þeim þáttum sem skipta mestu máli og stýri – svo sem gistiþjónustu í gegnum deiliahagkerfi.
- Áhersla er á að gera upplifun ferðamanna sem eftirminnilegasta og besta, ekki síst með stafrænum og snjöllum lausnum.
- Áhersla er á að viðhalda sérkennum og sérstöðu borga enda grunnur að aðdráttarafli þeirra fyrir ferðaþjónustu.

Fjöldi hótalgistinátta í Reykjavík:

2019:

2.515.000

Hlutfall þeirra erlendu gesta sem myndu mæla með Reykjavík við aðra:

Sumarið 2018:

92%

Næsta skref fólst í því að halda vinnufund með borgarfulltrúum þar sem kallað var eftir sýn þeirra í málaflokknum til framtíðar. Einnig voru tekin fleiri djúpvíðtöl og nú við æðstu stjórnendur borgarinnar, aðrir vinnufundir haldnir og áfram unnið með efniviðinn úr djúpvíðtölunum og vinnufundunum með fulltrúum ferðaþjónustu, íbúa og nágrannasveitarfélaga, fyrr í ferlinu.

Miklar sviptingar í íslenskri ferðaþjónustu þá mánuði sem vinna við mótun stefnunnar stóð yfir. Á fyrri hluta ársins 2019 dró verulega úr framboði á flugi til landsins, fyrst og fremst vegna gjaldþrots flugfélagsins WOW og kyrrsetningar á Boeing 737-Max þotum um allan heim. Þá hefur heimsfaraldur af völdum Covid-19 haft gífurleg áhrif á ferðaþjónustu um allan heim. Í þessu ferli þurfti því ítrekað að meta áhrif og taka tillit til afleiðinga þessa umróts.

Öll þessi vinna var á vettvangi stýrihópsins lögð til grundvallar við mótun draga að nýrri ferðamálastefnu sem leysa skyldi af hólmi eldri stefnu sem gilti til ársins 2020. Í framhaldinu voru drögin send út í opið umsagnarferli þar sem öllum var frjálst að senda inn athugasemdir. Samtök ferðaþjónustunnar, Samtök verslunar og þjónustu og Íbúasamtök miðbæjar voru sérstaklega hvött til að senda inn umsagnir.

Þegar tekið hafði verið tillit til þeirra umsagna sem bárust var óskað umsagnar fjögurra fagraða Reykjavíkurborgar; umhverfis- og heilbrigðisráðs, skipulags- og samgönguráðs, menningar-, íþróttá- og tómstundaráðs, og mannréttinda-, nýsköpunar- og lýðræðisráðs. Umsagnir bárust frá þremur síðasttöldu ráðunum.

Hlutfall ráðstefnugesta í Reykjavík:

2019: **7,5%** allra ferðamanna eða um

149.815

Fjöldi heimsókna á vefinn *visitreykjavik*:

2019: **813.537**

Meðaldvalarlengd erlendra gesta í Reykjavík:

2018: **2,6** dagar

Ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar er ætlað að tala við aðrar stefnur borgarinnar, svo sem menningarstefnu, atvinnustefnu og aðalskipulagið. Samhliða vinnu við ferðamálastefnuna var á Höfuðborgarstofu unnið að áfangastaðaáætlun fyrir allt höfuðborgarsvæðið í samstarfi við Ferðamálastofu og nágrennasveitarfélögin en drög að slíkri áætlun bíða afstöðu Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu. Í þeim drögum er víða samhljómur við ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar.

Menningar- og ferðamálasvið ber ábyrgð á innleiðingu ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar og leiðir Höfuðborgarstofa vinnu við gerð aðgerðaáætlunar til eins árs í senn. Stefnan gildir í fimm ár og verður endurskoðuð að þeim tíma liðnum eða fyrr ef ástæða þykir til.

Stefnunni er ætlað að vera leiðarljós Reykjavíkurborgar í því hvernig hún hyggst þróast áfram sem áfangastaður ferðamanna, mæta þörfum ferðapjónustu og íbúa og vera borg sem hefur aðdráttarafl og auðgar líf íbúa jafnt sem innlendra og erlendra gesta.

Hlutfall þeirra erlendu gesta sem kaupa menningartengda þjónustu í Reykjavík:

2018: **41%**

FRAMTÍÐARSÝNIN

Lifandi, framsækin borgarmenning og einstök náttúra gera Reykjavík að eftirsóttum áfangastað.

Ferðaþjónustan ýtir undir eflingu og uppbyggingu kraftmikillar borgar. Hún er jákvæður **drifkraftur** sem þróast í sátt við íbúa, atvinnulíf, umhverfi og menningu.

Stafræn umskipti og sjálfbærar áherslur gera Reykjavík að **snjallri, aðgengilegri** og **umhverfisvænni** ferðamannaborg.



*„Ég elskaði þessa borg!
Andrúmsloftið er eins og í litlu
þorpi en það er boðið upp á
jafnmikið að gera og í stórborg!
Ég sakna Reykjavíkur og vil
koma aftur þangað sem fyrst.“
Abby Reid, frá Bretlandi*

MEGINMARKMIÐ FERÐAMÁLASTEFNU

1. Reykjavík er lifandi og framsækin mannlífsborg umvafin einstakri náttúru

Sérstaða áfangastaðarins Reykjavíkur er að bjóða í senn lifandi og framsækna borgarmenningu, frjótt listalíf, þekkingarsköpun, fjölbreytta hágæðapjónustu, tækifæri til útivistar og einstaka náttúru sem er samofin og umlykur borgina.

2. Sjálfbær ferðapjónusta í sátt við samfélag

Áframhaldandi uppbygging og þróun ferðapjónustu er sjálfbær, helst í hendur við þróun borgarinnar í heild og er í sátt við borgarsamfélagið. Ferðapjónusta er kolefnisjöfnuð.

3. Samræmd, einföld, skilvirk og snjöll

Stjórnkerfi er samræmt og einfaldað og stafrænum lausnum beitt til að takast á við megináskoranir, stuðla að nýsköpun, spennandi upplifun og háþróað virðis fyrir gesti, borg og borgarbúa.

REYKJAVÍK ER LIFANDI OG FRAMSÆKIN MANNLÍFSBORG UM VAFIN EINSTAKRI NÁTTÚRU

Sérstaða áfangastaðarins Reykjavíkur er að bjóða í senn lifandi og framsækna borgarmenningu, frjótt listalíf, þekkingarsköpun, fjölbreytta hágæðapjónustu, tækifæri til útivistar og einstaka náttúru sem er samofin og umlykur borgina.

Helstu áherslur í meginmarkmiði 1:

- a) Styðja við endurreisn ferðapjónustu í kjölfar heimsfaraldurs með öflugum markaðsátaki sem leggur grunn að áframhaldandi verðmæta- og atvinnusköpun.
- b) Styrkja stöðugt innviði menningarstarfsins í Reykjavík og halda um leið á lofti þeirri ímynd sem borgin hefur áunnið sér að vera frjó, skapandi, kraftmikil og spennandi. Draga markvisst fram tækifæri til útivistar og íþróttaiðkunar í einstöku umhverfi borgarinnar með áherslu á fjölbreytni svæðisins, s.s. Esju, víðfeðmar heiðar, strandlengju og náttúruperlur á borð við Elliðaárdalinn í hjarta borgarlandsins.
- c) Styrkja stöðu borgarinnar sem áfangastaðar um vetrarmánuðina.
- d) Skilgreina og vinna með þá markhópa sem borgin vill sækja með markaðsstarfi.
- e) Styrkja stöðu Reykjavíkur sem ráðstefnuborgar og auka aðdráttarafli borgarinnar fyrir ráðstefnu-, hvata- og viðburðagesti (MICE).
- f) Áhersla á eftirminnilega hönnun svæða og rýma á vegum borgarinnar.
- g) Kynning á söfnum, menningarstofnunum og viðburðum borgarinnar gagnvart erlendum gestum verði eflað og vakinn áhugi á spennandi og metnaðarfullum borgarmenningarhátíðum.
- h) Byggja upp orðspor Reykjavíkur sem þekkingarborgar í sterkum tengslum við atvinnulífið og háskólasamfélagið.
- i) Upplifun gesta borgarinnar á að vera jákvæð, borgin virkar gestrisin, spennandi, örugg og vinsamleg.
- j) Tryggja samræmi í því fyrir hvað borgin stendur innan borgarkerfisins og í samvinnu og samtali við hagaðila.

UMFJÖLLUN

Sérstaða og aðgreining Reykjavíkur er samofin þeim lífsgæðum sem gera hana að einstaklega mannvænni borg fyrir íbúa. Reykjavík er í senn græn borg, hrein, jafnréttisborg, menningarborg, hafnarborg, friðsæl borg og skapandi þekkingarborg sem er samofin og umvafin einstakri náttúru. Reykjavík leggur áherslu á aðgengi allra og algilda hönnun rýma borgarinnar.

Ímynd áfangastaðarins byggir á raunverulegum styrkleikum og einkennum borgarinnar sem jafnt þeir sem sækja borgina heim og þeir sem búa í borginni geta samsamað sig við.

MÆLANLEG MARKMIÐ

Að minnsta kosti 95% gesta borgarinnar mæli með áfangastaðnum Reykjavík og telji íbúa gestrisna og vinsamlega og borgina spennandi og friðsæla. Auka hlutfall ráðstefnu-, hvata- og viðburðagesta í borginni í 15% fyrir 2025.

AÐGERÐIR Í FORGANGI

Markaðsáttak í samvinnu við hagaðila er dregur fram sérstöðu og styrkleika Reykjavíkur og styður við endurreisn ferðaþjónustu í kjölfar Covid-19.

Skilgreina meginmarkhópa fyrir árslok 2020.

Endurmeta sameiginlegt markmið og leiðarljós með nágretta-sveitarfélögunum í ferðamálum sem ná inn í sameiginlega markaðssetningu á áfangastaðnum. Kannaður verði áhugi á enn breiðara samstarfi í samræmi við áherslur sóknaráætlunar höfuðborgarsvæðisins.

Gera reglulega kannanir á viðhorfi gesta borgarinnar.

Borgin sækir um styrki úr Framkvæmdasjóði ferðamannastaða til að styrkja innviði og uppbyggingu.

SJÁLFBÆR FERÐAÞJÓNUSTA Í SÁTT VIÐ SAMFÉLAG

Áframhaldandi uppbygging og þróun ferðaþjónustu er sjálfbær, helst í hendur við þróun borgarinnar í heild og er í sátt við borgarsamfélagið. Ferðaþjónusta er kolefnisjöfnuð.

Helstu áherslur í meginmarkmiði 2:

- a) Ferðaþjónusta er mikilvæg atvinnugrein sem styður við verðmæta- og atvinnusköpun, gæðir borgina lífi og styrkir menningarlega fjölbreytni. Mikilvægt er að borgin hafi skilning á eðli og þörfum hennar og vinni stöðugt að því að bæta umgjörð atvinnustarfsemi þannig að ferðaþjónusta geti byggst upp að nýju, dafnað og eflst. Taka verður tillit til sveiflna sem einkenna atvinnugreinina, vegna ófyrirsjáanlegra atburða á borð við heimsfaraldurs og hafa áhrif á margvíslega þætti s.s. þörf fyrir gistirými á hverjum tíma. Borgin reyni að koma til móts við ferðaþjónustu eins og hægt er til að bregðast við slíkum breytingum.
- b) Borgin eigi frumkvæði að því að draga úr neikvæðum umhverfisáhrifum ferðaþjónustu með eigin aðgerðum, hvatningu og samstarfi. Unnið verði markvisst að því að kolefnisjafna ferðaþjónustu í Reykjavík.
- c) Markviss stýring, markaðssetning og skipulag verði nýtt til að álag vegna ferðaþjónustu dreifist jafnar um borgina og að þau stjórnþæki sem borgin hefur til þess verði styrkt. Beitt verður stýringu eins og þörf krefur líkt og gert hefur verið í tengslum við gistirými í miðborginni og til að stjórna umferð og álagi vegna bílaleigubíla. Unnið verði að því að skipuleggja sleppistæði og biðstæði fyrir rútbifreiðar og hanna samgöngur með tilliti til þess að örflæði (micro-mobility) geti sem mest dregið úr rútuskutli á styttri vegalengdum.
- d) Sjálfbærni verði leiðarstef í allri uppbyggingu á náttúrusvæðum í og við borgarlandið. Öll uppbygging miði að því að byggja undir umhverfisgæði og takmarka ágang sem valdið getur óafturkræfum skemmdum, á sama tíma og upplifun og aðgengi að svæðum til útivistar verði háværkuð.
- e) Reykjavíkurborg verði rafvædd þegar tækni leyfir þannig að skemmtiferðaskip þurfi ekki að nota jarðefnaeldsneyti heldur verði nýtt önnur möguleg tækifæri til orkuskipta tengd ferðaþjónustu.
- f) Efld verði upplýsingagjöf og samtal við íbúa og aðra hagaðila með það að markmiði að ná sátt og samstöðu um eflingu ferðaþjónustu. Jafnframt því takist að viðhalda bæjarbrag og líffræði einstakra svæða borgarinnar og uppbyggingu sem bætir upplifun jafnt íbúa sem ferðamanna.
- g) Markaðssetning ferðamála Reykjavíkurborgar snúi einnig að borgarbúum og byggi upp vitund og skilning á sameiginlegum hagsmunum íbúa og ferðaþjónustu og þeim verðmætum, fjárhagslegum jafnt sem menningarlegum, er öflug, sjálfbær ferðaþjónusta skilar borgarbúum.

UMFJÖLLUN

Miðborgin er og verður meginsegull ferðaþjónustu í Reykjavík en mikilvægt er að stuðla að því að ferðaþjónusta styðji við uppbyggingu mannlífs og þjónustu sem víðast um borgina.

Frekari uppbygging og þróun ferðaþjónustu tengist almennum uppbyggingaráformum borgarinnar, m.a. þróun borgarlínu, og verði nýtt til að lyfta upp og efla menningarstarfsemi og þjónustu sem þegar er til staðar eða þarft er að byggja upp í hverfum borgarinnar.

MÆLANLEG MARKMIÐ

Að minnsta kosti 90% íbúa séu jákvæð í garð ferðaþjónustu og ferðamennsku.

AÐGERÐIR

Sjálfbærni og umhverfisvernd verði í hávegum höfð í öllum samstarfsverkefnum borgarinnar sem snerta ferðamennsku og ferðaþjónustu.

Í markaðsstarfi verði sérstaklega hugað að því að kynna vel almenningssamgöngur og aðrar vistvænar samgöngur gagnvart erlendum gestum.

Á árinu 2020 verði hafin vinna að áætlun um hvernig kolefnisjafna megi ferðaþjónustu í borginni.

Myndaður verði samráðsvettvangur fyrir árslok 2020 sem leiðir saman ferðaþjónustu, íbúa og borg sem fundi reglulega.

Reglulega verði kannað viðhorf íbúa til ferðaþjónustu og ferðamennsku.

SAMRÆMD, EINFÖLD, SKILVIRK OG SNJÖLL

Stjórnkerfi er samræmt og einfaldað og stafrænum lausnum beitt til að takast á við megináskoranir, stuðla að nýsköpun, spennandi upplifun og hámarks virðis fyrir gesti, borg og borgarbúa.

Helstu áherslur í meginmarkmiði 3:

- a) Ferðamálastefna og aðrar stefnur borgarinnar styðji hverjar við aðra og tryggð verði þverfagleg nálgun þar sem þess er þörf.
- b) Tryggt verði að borgin hafi hverju sinni þær upplýsingar, tölur og gögn sem stuðla að því að allar ákvarðanir séu byggðar á traustum grunni.
- c) Borgin vinni stöðugt að nýsköpun á grundvelli snjallborgarinnar Reykjavíkur til að vinna að sjálfbærnimarkmiðum sínum í ferðaþjónustu og til að hámarka upplifun og virði fyrir gesti, borg og borgarbúa.
- d) Markviss uppbygging stafrænna lausna í fjölbreyttu formi verði nýtt til að vinna að markmiðum ferðamálastefnunnar, jafnt hvað varðar markaðsmál sem sjálfbærni.

„Gestrisni íbúanna eykur bara við fegurð þessarar frábæru borgar.“

Javier Olivares, frá Spáni

UMFJÖLLUN

Ferðapjónusta er málaflokkur og atvinnugrein sem hefur þá stöðu að snerta nær öll svið. Ferðapjónusta snýr að atvinnuþróun, skipulagsmálum og menningarmálum, svo dæmi séu nefnd, auk þess að hafa áhrif á daglegt líf nær allra borgarbúa með einhverjum hætti.

Stjórnkerfi borgarinnar verður styrkt og samræmt til að vera í stakk búið til að takast á við áskoranir tengdar ferðapjónustu, hvort sem þær snúa að íbúum, fyrirtækjum í ferðapjónustu eða sjálfbærni.

Stafrænar lausnir verða eitt öflugasta tækið til upplýsingamiðlunar til ferðamanna á meðan þeir dvelja í borginni og þarf að nýta til að auðvelda ferðamönnum jafnt sem íbúum að nýta margvíslega þjónustu.

MÆLANLEG MARKMIÐ:

Allt markaðsefni gagnvart erlendum gestum verði alfarið eða einnig stafrænt árið 2021.

AÐGERÐIR Í FORGANGI:

Kannaður verði grundvöllur þess fyrir árslok 2020 að mynduð verði áfanga- og markaðsstofa höfuðborgarsvæðisins með öflugum stuðningi atvinnulífs og ríkis, ásamt framlagi frá borginni. Jafnframt verði leitast eftir þátttöku nágrennasveitarfélaganna.

Myndaður verði formlegur samráðsvettvangur þvert á svið og stofnanir borgarinnar til að tryggja upplýsingaflæði og sameiginlega nálgun fyrir árslok 2020.

Á árinu 2021 liggi fyrir mat á hvernig borgin geti nýtt stafræn tækifæri til framtíðar gagnvart ferðapjónustu.

Á árinu 2021 liggi fyrir hvaða tölulegu upplýsingum þurfi að safna og halda til haga og hvernig.

Hugmyndir að leiðum, áherslum og aðgerðum sem fram hafa komið og tengjast megináherslu 1:

- Móta og innleiða kröftuga markaðsstefnu, með skýrum skilaboðum og skýrri staðfærslu þar sem byggt er á sérstöðu og styrkleikum Reykjavíkur.
- Mæla reglulega árangur markaðsaðgerða og endurmeta og efla ef þörf þykir mælingar á borð við heimsóknartölur, þolmarkakannanir og viðhorfskannanir meðal heimamanna, ferðamanna og ferðaþjónustufyrirtækja.
- Tryggja að hægt sé að sinna fjölbreyttum markaðsaðgerðum með það fyrir augum að byggja upp og viðhalda virði vörumerkisins Reykjavík.
- Sækja markvisst alþjóðlegar ráðstefnur og fundi til landsins í samstarfi við atvinnulífið, háskólasamfélagið og fleiri aðila sem stuðla að alþjóðlegu orðspori Reykjavíkur sem leiðandi borgar á sviði rannsókna og nýsköpunar, svo sem á vettvangi jafnréttismála, friðar, orku, norðurslóða, erfðafræði, sjávarútvegs og skapandi greina.
- Styrkja tengslin við háskólaumhverfið sem þegar hefur sýnt að það sé aðdráttarafl fyrir erlenda nemendur. Slík tengsl styrkja stöðu borgarinnar á alþjóðavettvangi þegar litið er til náms, rannsókna, ráðstefna, nýsköpunar og þróunar.
- Styrkja með öflugum hætti grasrótastarf í tónlist sem einn af meginþráttum íslensks listalífs.
- Flagga UNESCO, bókmenntaborgartitli Reykjavíkurborgar, sem víðast. Byggja undir sýnileika bókmenntaarfsins í borgarlandinu, með merkingum, gagnvirkni og ferðamannaleiðum.
- Vinna að umgjörð og skipulagi svæða utan miðborgar til hátíða- og viðburðahalds svo minnka megi álag á miðborgina og styrkja hverfin sem lifandi mannlífskjarna.
- Styðja við gerð skemmtilegra útilistaverka. Þau geta haft talsvert aðdráttarafl og þau gefa hverfum karakter, byggja undir jákvæða upplifun og félagslegt samtal.
- Styrkja rekstrargrundvöll safna og sýninga á vegum borgarinnar og tryggja reglulega uppfærslu fastra grunnsýninga þannig að söfnin séu aðdráttarafl og standist alþjóðleg gæðaviðmið.
- Styðja við uppbyggingu kvikmyndaiðnaðarins í borginni. Borgin geri erlendum kvikmyndaframleiðendum auðvelt að fjárfesta með verkefnum sínum í borginni, með markvissri afgreiðslu fyrirspurna og þjónustu við notkun á borgarlandi í kvikmyndaerkefnum.

Hugmyndir að leiðum, áherslum og aðgerðum sem fram hafa komið og tengjast megináherslu 2:

- Mæta þörfum fyrir meira samtal og samráð ólíkra aðila, hvort sem er með samráðs- eða ráðgjafarhópum, reglulegum fundum verkefnahópa, málþingum eða öðrum skilvirkum leiðum.
- Leggja mat á þróun deilihagkerfis í ferðaþjónustu og afþreyingu til lengri tíma, móta skýra nálgun um hvernig sú þróun nýtist íbúum og ferðaþjónustu til hagsbóta.
- Styrkja samtal við önnur sveitarfélög á höfuðborgarsvæðinu, landshlutasamtök og ríkið, enda eru þessir aðilar innbyrðis háðir hver öðrum þegar kemur að stýringu ferðamála og markaðssetningu og ákvörðunum er lúta að dreifingu ferðamanna og uppbyggingu innviða og þjónustu.
- Að borgin skilji betur þarfir og væntingar ferðaþjónustu í borginni með samtali, upplýsingamiðlun og skýrri ábyrgð innan stjórnskerfis.
- Nýta uppbyggingu göngu- og hjólastíga og útivistarsvæða í Reykjavík í markaðssetningu borgarinnar gagnvart erlendum gestum.
- Styðja við uppbyggingu möguleika til útivistar og menningarupplifunar, svo sem í Elliðaárdal, Heiðmörk og við Esju.
- Minnka ljósmengun með stýringu ljósmagns og skilgreiningu á svokölluðum myrkursvæðum (dark parks) svo auka megi myrkurgæði og aðgengi okkar að náttúru himinhvolfsins.
- Tryggja græna innviði, svo sem vistvænni orkugjafa og flokkun sorps.
- Auka hlutfall þeirra sem kjósa að nýta sér almenningssamgöngur meðan þeir dvelja í Reykjavík.
- Horfa til nýrra svæða við uppbyggingu ferðaþjónustu til að draga úr álagi á miðborgina og efla mannlíf og þjónustu sem víðast um borgina, í samræmi við þá sýn sem dregin hefur verið upp um framtíðaruppbyggingu gististarfsemi í Reykjavík.
- Grandinn er dæmi um svæði þar sem vel hefur tekist til við uppbyggingu hvers konar þjónustu fyrir ferðamenn jafnt sem íbúa. Þegar er hafin uppbygging hótela og styrking þjónustu meðfram þróunarsí á Suðurlandsbraut og inn í Skeifu og mun hún halda áfram.
- Nýtt þróunarsvæði er strandlengja Reykjavíkur – okkar „Sunset Boulevard“ – en svæðið frá Granda að Snorrabraut hefur þegar mikið aðdráttarafl fyrir ferðamenn. Svæðið frá Snorrabraut að Kirkjusandi, í gegnum Vogabyggð og inn að Elliðaárdal býður því upp á ný tækifæri fyrir þjónustu við ferðamenn.

- Þegar má finna fjölda útilistaverka og menningarhús meðfram strandlengjunni, söguminjar eins og Höfða, auk þess sem strandlengjan brúar leiðina út í náttúru-, menningar- og sögupperluna Viðey. Styrkja ber þennan þátt enn frekar og þar með svæðið í heild sinni.
- Strandlengjan liggur vel að stofnæðum, hefur góða tengimöguleika við jafnt miðborg sem alþjóðaflugvöll.
- Metið verði í tengslum við uppbyggingu á næstu árum hvort gera eigi ráð fyrir nýjum ráðstefnukjarna er væri viðbót við og hefði skýra aðgreiningu frá ráðstefnu- og tónlistarhúsinu Hörpu þannig að saman mynduðu þessi hús öflugri segul fyrir ráðstefnuborgina Reykjavík. Slíkan ráðstefnukjarna yrði að staðsetja utan miðborgar við öflugan almenningssamgönguás svo hann styddi við uppbyggingu þjónustu utan miðborgar og skapaði nýjan hverfasegul.

Hugmyndir að leiðum, áherslum og aðgerðum sem fram hafa komið og tengjast megináherslu 3:

- Samræming og samstarf þeirra eininga sem koma að kynningar- og markaðsmálum Reykjavíkur er mikilvægt til að stuðla að markvissri ímyndaruppbyggingu, vörumerkjastjórnun, markaðssetningu og heildrænni markaðssókn Reykjavíkurborgar á alþjóðavettvangi.
- Styðja vel við hvers konar þróun stafrænna lausna og tryggja öfluga efnissköpun fyrir þessar lausnir, hvort sem er í myndrænu eða textaformi.

„Persónulega fannst mér þetta ógleymanleg upplifun; ég elska söfnin og staðinn allan. Ég ætla að koma aftur í nóvember 2020 til að sjá norðurljósinn!“

Federico, frá Mexíkó



Stýrihópur:

Þórdís Lóa Þórhallsdóttir, Hjálmar Sveinsson og Valgerður Sigurðardóttir

Útgefandi:

Menningar- og ferðamálasvið Reykjavíkurborgar 2020

Ábyrgðarmaður og ritstjórn:

Arna Schram

Hönnun og uppsetning:

Baddydesign

Tölulegar upplýsingar:

Höfuðborgarstofa, Ferðamálastofa og Meet in Reykjavík.