

33. Ferðamálaráðstefna Ferðamálaráðs Íslands haldin í Mývatnssveit 16.-17. október 2003

Dagskrá

Fimmtudagur 16. október

- kl.
09:00 Skráning og afhending gagna.
- kl.
10:30 Setning: [Einar Kr. Guðfinnsson](#), formaður Ferðamálaráðs Íslands.
- kl.
10:50 Ávarp: [Sigbjörn Gunnarsson](#), sveitarstjóri Skútustaðahrepps
- kl.
11:00 Ávarp: [Hr. Sturla Böðvarsson](#), samgönguráðherra.
- kl.
11:20 Markaðssetning Íslands, breyttar áherslur
[Ársæll Harðarson](#), forstöðumarðu Markaðssviðs Ferðamálaráðs Íslands
- kl.
12:00 **Hádegisverðarhlé.**
- kl.
13:45 **Pallborðsumræður:** Markaðssetning Íslands, breyttar áherslur.
[Hannes Hilmarsson](#), svæðisstjóri Icelandair
[Svanhildur Konráðsdóttir](#), framkvæmdastjóri Höfuðborgarstofu
[Gunnar Rafn Birgisson](#), framkvæmdastjóri Atlantic
[Óli Jón Ólason](#), hótélstjóri Hótel Reykholti
[Ingibjörg Pálmadóttir](#), eigandi Hótel 101
[Magnús Oddsson](#), ferðamálastjóri
- kl.
14:45 Umræður og fyrirspurnir.
- kl.
15:30 **Kaffihlé.**
- kl.
16:00 Almennar umræður og afgreiðsla ályktana.
- kl.
17.45 Ráðstefnuslit.
- kl.
19:30 Móttaka í boði samgönguráðherra.
- kl.
20:00 Kvöldverður og skemmtun.

Ráðstefnustjórar:

Valtýr Sigurbjarnarson, framkvæmdastjóri Héraðsnefndar Eyjafjarðar og Þórunn Snæbjarnardóttir.

Einar K. Guðfinnsson, formaður Ferðamálaráðs Íslands.

Hér áður og fyrr var gjarnan spurt, - hvernig komst þú undan vetri? Þá var vísað í átökin við náttúruöflin, sem settu svip sinn svo mjög á atvinnulíf okkar Íslendinga. Í íslenskri ferðaþjónustu spyrja menn ekki endilega; hvernig komst þú undan vetri, heldur hvernig komstu undan sumri. Þrátt fyrir að við höfum mikið gert til þess að lengja ferðamannatímann þá er það engu að síður staðreynd, ómótmælanleg staðreynd, að sumarmánuðirnir skipta ennþá mestu fyrir íslenska ferðaþjónustu vítt og breytt, þó okkur hafi sannarlega



Einar K. Guðfinnsson, form. ráð. Ferðamálaráðs, flytur stund á milli.

tekist að lengja ferðamannatímann í heild sinni En hvernig komum við þá annars undan þessu ári, að svo miklu leyti sem því verður svarað nú að áliðnu hausti, skömmu fyrir fyrsta vetrardag: Jú takk alveg bærilega getum við ótvírætt svarað þegar við skoðum staðreyndir og tölur um þróun í ferðaþjónustu á þessu ári og berum þær saman við tölur frá síðasta ári. Sömu sögu er að segja þegar við berum okkur saman við árangur annarra þjóða. Í þessum samanburði geta íslenskir ferðaþjónustuaðilar vissulega staðið keikir, árangurinn er betri hér en víða annars staðar, ferðamönnunum fjölgar, gistinæturnar eru fleiri og við erum því á réttri leið. Þetta tel ég að sé megin niðurstaðan.

Talningar Ferðamálaráðs á komum ferðamanna hingað til lands hafa staðið yfir frá því í febrúar 2002 og því liggja fyrir samanburðarhæfar niðurstöður fyrir tímabilin mars til september nú í ár og í fyrra. Séu þessi tímabil borin saman kemur í ljós að erlendir ferðamenn í ár eru 12 prósent fleiri en í fyrra. Ef við skoðum síðan haldbærar tölur fyrir fyrstu sjö mánuði þessa árs þá kemur fram að gistinóttum á íslenskum hótélum hefur fjölgað um tæp 7% á þessu tímabili. Athyglisvert er að þessi aukning á eingöngu, við um erlendu gestina.

Samkvæmt tölum Hagstofunnar fyrir fyrsta ársþriðjung á þessu ári hafði gistinóttum á höfuðborgarsvæðinu fjölgað um 5% , á Suðurnesjum um 11%, á Vestfjörðum um 21%, á Norðurlandi vestra um 47%, á Suðurlandi 31% en annars staðar hafði gistinóttunum fækkað. Þó um sé að ræða verulega breytilegar aðstæður á milli svæða þá er það engu að síður þannig að þessar tölur segja okkur ótvírætt að ýmis svæði, sem hafa átt undir högg að sækja í ferðaþjónustu og hafa talið hlut sinn of rýran, eru nú að sækja í sig veðrið.

Vissulega má draga af þessu margs konar lærdóm. Meðal annars þann að þetta sé vísbending um að ferðamenn dreifist nú meira um landið en áður og erlendir ferðamenn eru betur að gera sér grein fyrir fjölbreytileika landsins. Það er sannarlega vel.

Hryðjuverkin 11. september árið 2001 gjörbreyttu starfsumhverfi ferðaþjónustunnar á svipstundu. Það var alls ekki viðblasandi hvernig ætti að bregðast við þeim breyttu aðstæðum. Það var öllum ljóst að íslensk ferðaþjónusta, kannski umfram ferðaþjónustu í ýmsum öðrum löndum, hlaut að verða fyrir miklu áfalli. Vegna þess hversu mjög við vorum háð Norður Atlantshafsleiðinni. Sú ákvörðun okkar að bregðast strax við með markaðsátaki var sannarlega umdeilanleg á þeim tíma. Sagan hefur hins vegar dæmt að hún hafi verið rétt.

Ýmsar þjóðir töldu skynsamlegast að leggja tímabundið árar í bát, meðan óveðrið gengi yfir. Við töldum á hinn bóginn rétt að róa tafarlaust upp í brimskaflinn og komast á sléttari sjó. Sú ákvörðun hefur skilað íslensku þjóðinni mörgum milljörðum í viðbótar gjaldeyrstekjum.

Þetta hygg ég að sé til marks um framsýni íslensks ferðaþjónustufólks og forystumanna þeirra sem og íslenskra stjórnvalda sem sameiginlega lögðust á árararnar með mjög myndarlegu átaki. Aukinni áherslu á markaðsstarfsemi sem leitt hefur til þess að árangur okkar er jafn góður og tölulegar staðreyndir sýna fram á.

Að mínu mati eru þetta fyrst og fremst skilaboð til okkar allra um það að vinna áfram og enn betur saman í þessum efnum. Íslensk stjórnvöld hafa viðurkennt þýðingu þessa með því að leggja fram meiri fjármuni en nokkru sinni áður til markaðsmála. Nú síðast með fjárlagafrumvarpinu fyrir næsta ár þar sem um 320 m.kr. verður varið til sérstaks markaðs átaks. Þetta kemur í kjölfar 300 milljóna króna fjárveitingar á þessu ári og 150 milljóna árið 2003. Þar með hefur um 800 milljónum króna að núvirði verið varið sérstaka af hinu opinbera til markaðsátaks í ferðaþjónustu á þremur árum, til viðbótar almennri markaðs og kynningarstarfsemi.

Auðvitað er það svo að við útdeilingu opinbers fjár verða alltaf átök. Ekki síst þegar um er að ræða svo myndarlegar fjárhæðir. Menn hafa misjafnar skoðanir á því hvernig með skuli fara. Það var hins vegar að frumkvæði sjálfrar atvinnugreinarinnar að sú aðferðarfræði varð til sem notuð var á þessu ári. Íslensk ferðaþjónusta óskaði eftir því að um væri að ræða samstarfsverkefni opinberra aðila og ferðaþjónustunnar um útdeilingu þessa fjármagns. Sú aðferð sem við höfum kallað krónu á móti krónu hafði verið reynd í fyrra í íslenska markaðsátakinu og skilað okkur þá margfeldisáhrifum af opinberum framlögum. Nákvæmlega sama reynsla fékkst á þessu ári. Jafnt í innlenda sem hinu erlenda átaki. Ferðamálaráð ræddi þessi mál og setti fram skoðun sína og tvennt vil ég nefna sem þar kom fram. Í fyrsta lagi komu fram þau viðhorf, að leggja þyrfti meiri áherslu á innlenda markaði, einkallega vegna stöðu ýmissa svæða í ferðaþjónustu sem byggja mjög mikið á innlendum ferðamönnum. Samgönguráðherra tók tillit til þessara ábendinga, sem komu fram innan ráðsins og jók vægi innlends markaðs átaks. Nú upp á síðkastið höfum við séð afrakstur þess í íslenskum fjölmiðlum.

Í annan stað þá var af hálfu ráðsins lögð mikil áhersla á að jafnræðis yrði gætt meðal þeirra sem sæktu um og stjórnskipulega yrði farið rétt í hlutina. Ennfremur að við útteilingu fjármagnsins byggðu menn á þeim forsendum sem lagðar voru til grundvallar í þeirri auglýsingu sem kynnti átakið og að ekki mætti undir neinum kringumstæðum vinna að þessu máli öðruvísi en svo að stjórnskipulega væri kórrétt að verki staðið. Að öðru leyti voru þessi mál í höndum fagaðila og síðan endanlega staðfest af samgönguráðherra, sem hafði forræði málsins samkvæmt fjárlögum.

Sitt hvað getum við lært af reynslunni að mínu mati. Í fyrsta lagi tel ég að við eigum áfram að leita samstarfs við ferðaþjónustuaðila með því að auglýsa eftir þátttöku þeirra í þessu verkefni. Bent hefur verið á að hlutur almennrar kynningar eigi að vera meiri. Um það þurfum við að ræða. En í megin atriðum tel ég samt sem áður, að við eigum að stefna að samstarfsverkefnum í millum atvinnulífsins og hins opinbera á grundvelli útboða líkt og við gerðum.

Í annan stað þá er mér það ljóst eftir þetta að aðkoma opinberra aðila að þessu máli við ákvarðanatökuna er óhjákvæmileg. Ella er augljóst mál af þeim viðbrögðum sem þegar hafa orðið, að mikil tortryggni yrði um útteilingu þessa fjármagns. Fyrir nú utan það að ég geri ekki ráð fyrir því að það yrði talið viðunandi af hálfu þingmanna og löggjafarsamkomu þjóðarinnar að afhenda ráðstöfun ríflega 300 milljóna króna til hagsmunaaðila.

Í þriðja lagi þurfum við að auka kynninguna varðandi þessi mál. Við þurfum að gera þeim sem vilja taka þátt í þessu verkefni með okkur, betur grein fyrir því að hverju stefnt sé. Þegar við fórum af stað með innlenda átakið, í kjölfar þess erlenda á þessu ári, þá var niðurstaðan sú að við útbjuggum eyðublað. Án þess að því hafi verið slegið föstu þá hygg ég að reynslan hafi verið með þeim hætti að það kynni að vera skynsamlegt líka fyrir hið erlenda átak til þess að menn sækji um í samræmi við auglýsinguna, í samræmi við þá skilmála sem þar koma fram af hálfu opinberra aðila. Á því var hins vegar verulegur misbrestur því miður. Það er alveg ljóst mál að þeir sem ekki sækja um þátttöku í markaðslegu samstarfi af þessu tagi, í samræmi við skilmála opinberra aðila, geta ekki átt von á jákvæðri úrlausn. Slíkt væri einfaldlega í ósamræmi við stjórnskipulegar reglur og stæðist því engan veginn nánari skoðun.

Þessi mál verða á dagskrá í dag en ég vildi hins vegar strax í upphafi deila með ykkur skoðunum mínum á því á hvaða reynslu við ættum að byggja.

Á síðustu Ferðamálaráðstefnu, sem var sú fyrsta sem ég sat sem formaður Ferðamálaráðs, sagði ég að íslensk ferðaþjónusta eins og alþjóðleg ferðaþjónusta hefði gengið í gegnum mikla sviptibylji og því miður hefur orðið áframhald á því. HABL eða SARS veiran, óttinn við hryðjuverk, vandi flugfélaga á erlendum mörkuðum, sameining risaflugfélaga á alþjóðavísu, breytilegt gengi margra gjaldmiðla. Allt hefur þetta sett svip sinn á hið alþjóðlega ferðamálastarf og þar með starf okkar. Þetta hefur íslensk ferðaþjónusta staðið af sér með

sóma. Athyglisvert er til dæmis að okkar meginflugfélag Flugleiðir skiluðu til dæmis hagnaði á síðasta ári á sama tíma og sumir erlendu keppinautarnir skriðu í náðarfaðm ríkissjóða sinna eða urðu gjaldþrota vegna örðugra skilyrða.

En til viðbótar sviptingum í alþjóðlegu umhverfi þá hafa líka orðið gríðarlegar breytingar á þessu ári í umhverfi ferðaþjónustunnar. Ég nefndi hér áðan fjölgun gistinguáttanna og fjölgun komu erlendra ferðamanna hingað til lands. Þetta hefur vitaskuld haldist hönd í hönd og kallast á hagfræðimáli, aukning á eftirspurnarhliðinni og gleður okkur vitanlega

En við sjáum líka gífurlega fjölgun á framboðshliðinni. Við höfum tekið saman hjá Ferðamálaráði upplýsingar um gistinguáttur á hótélum og gistiheimilum og fjölda rúma á grundvelli talna frá Hagstofu Íslands á síðustu 10 árum og þar getur að líta ótrúlegar breytingar.

Á Íslandi var heildarfjöldi rúma á gistiheimilum og hótélum árið 1993 tæplega 7.900. Á þessu ári var heildarrúmafjöldinn 16.200. Aukning um meira en helming. Ef við skoðum landsbyggðina sérstaklega þá var fjöldi rúma þar um 5.100 árið 1993 en er nú um 11.200 sem er einnig meira en 100% aukning. Ef við skoðum síðan höfuðborgarsvæðið þá er það svo að fjöldi rúma þar var um 2.800 árið 2002 en er nú tæplega 5.000. Þetta er tæplega þróun. Miklu fremur hrein stökkbreyting og segir margt og mikið um þá umbreytingu greinarinnar á ekki lengri tíma.

Í þessu sambandi vil ég minna á að á síðasta Ferðamálaráðstefnu vék ég sérstaklega að stöðu hótela og ferðaþjónustufyrirtækja á landsbyggðinni. Það er ljóst að vandi margra fyrirtækjanna stafar að minnsta kosti að hluta af þeirri miklu fjárfestingu sem þær tölur sem ég var hér að rekja eru til vísbendingar um. Samgönguráðherra setti saman nefnd til að fara yfir þessi mál. Starfi þeirrar nefndar hefur þó miðað hægar en vonast var til. Samkvæmt þeim upplýsingum sem ég hef stafar það m.a. af því að illa hefur gengið að safna nauðsynlegum upplýsingum um atvinnugreinina, sem er þó auðvitað forsenda þess að hægt sé að ná árangri og gera skynsamlegar tillögur.

Á höfuðborgarsvæðinu hafa orðið hrein risastökk í hótélrými á síðustu tveimur árum. Hótélrumum hefur fjölgað um eitt þúsund á þremur árum, sem svarar til um 500 herbergja fjölgunar á ekki lengri tíma. Árið 2001 voru tæplega 4 þúsund rúm á höfuðborgarsvæðinu á gistiheimilum og hótélum. Hafði fjölgað um ríflega 400 árið 2002 og enn um 500 í ár og eru nú á hótélum og gistiheimilum á höfuðborgarsvæðinu tæplega 5.000 rúm. Fjölgunin á tveimur árum er um 25% það er enginn vafi á því að þetta hlýtur að skila sér í harðvítugri samkeppni. Þrátt fyrir þetta er athyglisvert að meðalverð hótél herbergja hefur heldur hækkað á milli ára á höfuðborgarsvæðinu.

Ef við vendum nú okkar kvæði í kross og lítum aðeins til ferðaframboðsins til og frá landinu er skammt frá því að segja að hvergi hefur umhverfið sennilega

breyst jafn mikið og þar. Því er stundum haldið fram að ekki sé samkeppni í flugi til og frá landinu. Hvílk della. Hér ríkir hörkusamkeppni. Tilkoma Iceland Express hefur vitaskuld gjörbreytt myndinni. Frá því að þeir hófu starfsemi hafa þeir flutt um 100 þús. farþega. Önnur flugfélög hafa líka bæst í hópinn. Nú er flogið beint flug milli Íslands og Kaupmannahafnar frá Akureyri á vegum grænlenka flugfélagsins Greenlandair. LTU heldur uppi flugi milli Íslands og Þýskalands, m.a. um Egilsstaði. Auk leiguflugfélaga. Síðast en ekki síst hefur bæst við stórglæsilegt skip, ný Norræna sem er hrein viðbót við íslenska ferðaþjónustuflóru og hefur reynst þegar ómetanlegur styrkur fyrir ferðaþjónustuna ekki síst á landsbyggðinni vegna þess að kannanir sýna okkur að þeir gestir sem koma á þessu skipi verja tíma sínum frekar á landsbyggðinni.

Þegar þetta er skoðað í heild sinni blasa við þær staðreyndir að viðbótar sætafjöldi landsins með flugi og ferjuverður á þessu ári um 120 þúsund, lang flest með Iceland Express. Þetta er gríðarleg aukning. Höfum í huga að um 300 þúsund erlendir farþegar koma hingað til lands í ár og 250 þúsund Íslendingar leggja í hann til annarra landa. Athyglisvert er hve hlutur Íslendinga sjálfra í ferðalögum hefur aukist. Stafar það að öllum líkindum jafnt af betri lífkjörum og meira og ódýrara sætaframboði. Nú er svo komið að Íslendingar ferðast að meðaltali oft en einu sinni til útlanda á ári hverju. Það er ljóst að aukning á einu ári um 120 þúsund sæti eins og á þessu ári eykur framboðið um 20 prósent miðað við þann farþegafjölda sem um þessar mundir er að koma til landsins. Samkvæmt nýjustu fréttum má gera ráð fyrir verulegri aukningu á þessu sætaframboði á næsta ári.

Hin mikla aukning flugsætaframboðs og hótelrymis hlýtur að vera vísbending um væntingar innan atvinnugreinarinnar um enn frekari sókn inn á erlenda markaði. Möguleikarnir á aukningu hér innanlands eru augljóslega takmarkaðir og því hlýtur útrás - tískuorð íslensks athafnalífs um þessar mundir - að vera svarið. Í því sambandi getum við ekki annað en sett traust okkar á að aukið framboð á hvers konar þjónustu, fjölbreyttari og eftirsóknarverðari vara og öflugt markaðsátak, stutt af hinu opinbera skili okkur áframhaldandi aukningu.

Við fögnum heilbrigðri og raunsæri samkeppni sem er aðalsmerki frjáls atvinnulífs hverju nafni sem það nefnist. En auðvitað hefur þessi mikla verðsamkeppni áhrif á tekjustreymi þeirra sem eru að flytja farþegana. Það er á hinn bóginn enginn vafi á því að þessi mikla aukning á framboðshliðinni hefur verið að búa til nýjan markað; stækkað íslenskan ferðaþjónustumarkað og fjölgað ferðamönnum. Bæði Íslendingum sem fara til útlanda og útlendingum sem hingað koma. Við hljótum því að vænta þess að þetta ásamt öðru, verði til þess að styrkja okkur þegar fram í sækir.

Góðir ráðstefnugestir.

Mér hefur orðið nokkuð tíðrætt um árangur okkar í ferðamálum og ég tel ástæðu til þess að gera það vegna þess að hann hefur verið góður. Til marks um það vil ég nefna viðurkenningu sem íslenskri ferðaþjónustu var veitt 24. júlí

á þessu ári sem skiptir okkur auðvitað miklu máli, er uppörvandi en um leið vekur athygli á okkar landi sem áfangastað. Bresku fjölmiðlarnir The Guardian og The Observer standa fyrir ferðaverðlaunum sem afhent voru í Marokkó að þessu sinni. Þetta eru verðlaun sem veitt eru nokkrum flokkum og var Ísland í fyrsta sæti í flokknum; Uppáhalds Evrópulandið. Þessi verðlaun byggja á niðurstöðum könnunar sem fjölmiðlarnir gera árlega meðal lesenda sinna. Þetta voru sautjándu verðlaunin í röð og þátttaka hefur aldrei verið betri. 24. þúsund svör bárust frá lesendum þessara fjölmiðla sem beðnir er um að meta þá þjónustu sem þeir fá í ferðlögum sínum með því að gefa einkunn. Þetta er með öðrum orðum álit ferðamannanna sjálfra. Þeirra sem hafa reynsluna. Þeirra skoðun er sú að Ísland sé best. Ég held að þetta hljóti nú að teljast býsna ólygin reynsla.

Málefni hvalveiða og ferðaðjónustu hafa verið all mikið til umræðu síðustu vikurnar. Hvalveiðar hófust í vísindaskyni í samræmi við ákvörðun ríkisstjórnarinnar sem byggðist á yfirgnæfandi samþykkt Alþingis frá því fyrir nokkrum árum. Mín skoðun er sú að ríkisstjórnin hafi ekki átt annan kost en að fullnusta samþykkt Alþingis ella hefði hún verið að sniðganga hana. Það er ljóst mál að ef mikill og frekari dráttur hefði orðið á þessari ákvörðun hefði ríkisstjórnin orðið að fara fyrir Alþingi með tillögu um að hverfa frá fyrri samþykkt sinni. Ég er ekki í nokkrum vafa um það að slík tillaga hefði ekki haft þingmeiri hluta.

Það hefur löngum verið vitað að innan ferðaðjónustunnar hefur verið andstaða við hvalveiðar og menn hafa talað um að hvalveiðar væru fjandsamlegar hagsmunum íslenskrar ferðaðjónustu. Innan Ferðamálaráðs hafa þessi mál verið rædd og þar eru menn ekki á einu máli fremur en annars staðar í þjóðfélaginu um þá ákvörðun stjórnvalda að hefja veiðar á hvölum. Á fundi ráðsins á Akureyri 8. september sl. kom þetta m.a. fram. Á opnum fundi, sem þar var haldinn í kjölfarið, greindi ég frá sameiginlegum skilningi ráðsins á þessu máli sem var að þá leið að fulltrúar í Ferðamálaráði hafa allir ríkan skilning á framkomnum áhyggjum af áhrifum hvalveiða á þá sókn sem hefur verið í ferðaðjónustu undanfarin ár. Ráðið hyggst vinna að því að hvalveiðar hafi sem minnstar neikvæðar afleiðingar fyrir ferðaðjónustu í landinu og munum við reyna að beita okkur fyrir því að viðeigandi ráðuneyti tryggi að öll rök Íslands fyrir ákvörðun sinni liggi haldbær fyrir þar sem menn þurfa á þeim að halda. Jafnframt að efnt verði til mótvægisáðgerða til að lágmarka þann skaða, hvort sem menn meta það sem tímabundinn eða lagtíma skaða. Ég tel að ákvörðun ríkisstjórnarinnar um að leggja áframhaldandi fé til markaðsmála og sú tilkynning samgönguráðherra að eðlilegt sé að meta hvort ekki sé æskilegt að gera sérstakt átak við kynningu á hvalaskoðunarsiglingum við landið, og styrkja þannig stoðir þeirrar greinar, sé í samræmi við þennan vilja Ferðamálaráðs.

Frá því að síðasta Ferðamálaráðstefna var haldin hefur verið efnt til fjölda opinna funda með ferðaðjónustuaðilum, sveitastjórnarmönnum og öðru áhugafólki um ferðamál. Ætlunin er að áfram verði haldið á sömu braut og fleiri

fundir haldnir í vetur. Við teljum að þetta sé mjög þýðingarmikið til þess að kynnast viðhorfum fólks og kynna starfsemi Ferðamálaráðs fyrir almenningi og aðilum í greininni. Annar liður í því að opna þessa stjórnslu enn frekar er sú virka heimasíða sem Ferðamálaráð heldur úti og hefur reynst öflugur vettvangur og gott tæki fyrir greinina. Þar getur að lita gríðarlegar upplýsingar um ferðapjónustu sem ég hvet menn til þess að nýta sér.

Á síðasta fundi Ferðamálaráðs var samþykkt ályktun þar sem hvatt var til þess að tjaldstæði yrðu gæðaflokkuð. Þetta var í samræmi við svipaðar hugmyndir sem Ferðamálaráð hafði fjallað um áður. Að þessu máli hefur verið unnið á vegum Ferðamálaráðs og er þessi vinna nú á lokastigi í góðri samvinnu við hagsmunaaðila og aðra þá sem málið láta sig varða.

Rannsóknir og kannanir á vegum Ferðamálaráðs hafa reynst afar þýðingarmiklar. Mér er þó ekki örgrannt um að fólk í atvinnugreininni gæti enn betur nýtt sér þær upplýsingar er þar að finna. Fyrirnefndir fundir okkar um landið hafa meðal annars verið liður í því að vekja athygli á gildi slíkra upplýsinga. Ákvarðanir hafa verið teknar um breytt verkskipulag varðandi rannsóknabáttinn og mun hann fara fram utan stofnunarinnar. Nú er að ljúka vel heppnaðri rannsókn um þolmörk nokkurra fjölsótttra ferðamanna. Framundan er að beina sjónum okkar að rannsóknnum að öðrum sviðum og verður þá tekið mið af vilja fólks í greininni í því sambandi.

Á fundi Ferðamálaráðs fyrir skemmstu var samþykkt að stefna að því að taka upp aftur í byrjun næsta árs könnun meðal erlendra ferðamanna í Leifsstöð. Síðustu könnuninni af þessu tagi lauk fyrir rúmu ári síðan. Jafnframt samþykkti ráðið að stefnt verði að innlendri símakönnun nú í nóvember, hliðstæðri og var gerð haustið 2000. Loks var samþykkt að unnið verði frekar úr upplýsingum frá markaðssvæðum okkar um þróun á einstökum mörkuðum.

Góðir fundarmenn

Af mörgu er að taka þegar málefni ferðapjónustunnar ber á góma. Ég hef leitast við að víkja að nokkrum stórum dráttum í þeirri flóknu og margbrotnu heildarmynd sem blasir við þegar skyggst er um á sviði þessarar miklu og mikilsverðu atvinnugreinar. Í heildina tekið getum við litið stolt um öxl, þegar árangur liðinna ára er metinn. Fjárfestingar í innviðum greinarinnar, augljós trú forráðamanna fyrirtækjanna á á möguleikunum sem koma fram í framtíðaráformum þeirra, gefa okkur til kynna að vænta megi frekari sóknartækifæra á þessum vettvangi. En í þessum atvinnurekstri er ekki á vísan að róa fremur en í öðrum atvinnugreinum. Þar veldur hver á heldur auk þess sem við vitum að óviðráðanlegar aðstæður, líkt og þær sem dunið hafa yfir okkur og hér hafa verið raktar, geta alltaf sett strik í reikninginn. Þrátt fyrir það er það augljóslega sameiginlegt mat stjórnvalda og þeirra sem í ferðapjónustunni starfa að þar séu miklir möguleikar á vexti og arðsemi. Það er

slík trú framtíðina sem knýr okkur áfram, til frekari sóknar, atvinnusköpunar og gjaldeyrisöflunar í þágu okkar allra. - Höldum áfram á þeirri braut.

Ég vil ljúka þessum orðum með því að færa félögum mínum í Ferðamálaráði, bæði hinu fyrra og núverandi, kærar þakkir fyrir gott samstarf. Starfsfólki ráðsins þakka ég dugmikið starf og ferðamálastjóra fyrir snurðulaust samstarf og vel unnin störf. Ennfremur flyt ég samgönguráðherra, ráðherra ferðamála, þakkir fyrir gott samstarf og trausta varðstöðu um hagsmuni ferðamála í landinu.

Sigbjörn Gunnarsson, sveitarstjóri Skútustaðahrepps.

Samgönguráðherra, ráðstefnustjórar, virðulegu ráðstefnugestir.



Þegar ég leit hér upp að og gekk hér upp á sviðið þá hvarflaði hugurinn svona 10 ár aftur í tímann eða nákvæmlega 10 ár vegna þess að Sturla og Einar og ég vorum samstarfsmenn við það að skera allt niður í þessu landi. Ég sem formaður fjárlaganefndar, Sturla varaformaður og Einar Kristinn var með okkur í þessum verkum og Magnús Oddsson fittaði vel inn í myndina vegna þess að við skárum hann líka. En sú sláturtíð er liðin en það kemur kannski einhvern tíma einhver önnur, auðvitað vonum við ekki.

Ég býð ykkur hjartanlega velkomin í Mývatnssveit og vona það að þið munið eiga árangursríka ráðstefnu hér. Hugurinn hvarflar oft til baka og í þessu landi stendur nú um þessar mundir yfir mikil keppni í fornleifarannsóknum. Það er keppt í tveimur til þremur deildum og ef að einhver finnur eitthvað sniðugt þá kemur hálfum mánuði seinna frá næsta lið að það er fundið eitthvað ennþá sniðugra. Allt þetta höfum við möguleika auðvitað til þess að nýta okkur og ferðaþjónustunni til framdráttar.

En því segi ég þetta, vegna þess að ekki alls fyrir löngu, kannski fyrir einum 2-3 árum það er reyndar lengra síðan kannski, þá uppgötvuðust hér og greindust miklar fornminjar skammt frá okkur á Höfsstöðum í Laxárdal og talið er að þær séu frá landnámstíð. Þá sagði gamall vinur minn hér og mikill viskubrunnur "Sagði ég ekki, Mývatnssveit byggðist löngu fyrir landnám."

Og ég held að það sé alveg rétt og ég held að Mývetningar hafi líka baðað sig frá því löngu fyrir landnám en í dag kl. 1 á að taka hér fyrstu skóflustungu að jarðböðum, við köllum það jarðböð enda eru þau í Jarðbaðshólum. Þetta er skammt sunnan Kísiliðjunnar ef að einhverjir hafa áhuga á því að vera þar viðstaddir kl. 1. Þetta er eitt af þeim tækifærum sem að eru framundan í ferðaþjónustu og að mínu mati munu styrkja þá ferðaþjónustu sem að fyrir er í Mývatnssveit.

Á hátíðarstundum, við sögðum þetta líka félagarnir þegar við vorum að skera Magnús niður, þá sögðum við að vaxtarbroddur atvinnulífsins liggur í ferðapjónustu. Það er enn sagt og hann er þar. Það er hinsvegar margt sem að þarf að gera til þess að efla þennan vaxtarbrodd. Mestu veikleikarnir að mínu mati í ferðapjónustu, til þess að fjárfestingin sem að gerð hefur verið víða um land megi nýtast, er á sviði samgöngumála. Þar kemur að samgönguráðherranum aftur, hann er auðvitað ekki einn þar um. Hvað hefur þá verið til að styrkja samgöngurnar í hinum dreifðu byggðum og upp um hálendið á undanförunum árum? Auðvitað eru það virkjanir og nýtingin á auðlindunum sem að við eigum sem að hafa orðið til þess að opna ýmis svæði sem að ella hefðu verið dulin landsmönnum sem og erlendum gestum okkar. Besta dæmið um þetta er einmitt í þessari sveit og það er Krafla sem er að verða einn fjölmennasti og fjölsóttasti staðurinn hér í Mývatnssveit. Það er vegna samgangnanna. Ég get sagt ykkur frá og þá hverjum fyrir sig ef að hann hefur áhuga á að hér er fjöldi náttúruperla sem að fáir vita um. Jú ýmsir fróðir menn þekkja en það er bara ekki hægt að komast að þeim. Að þeim liggja þó slóðar sem að eru færir fjórhjóladrifnum bílum, þeir eru illa úr garði gerðir og hafa bara orðið til sem slóðar. Hvað þýðir það, það þýðir það að menn bröлта um þessa slóða, og þetta á auðvitað ekkert sérstaklega við um Mývatnssveit, þetta er miklu víðar. Síðan kemur kelda í slóðann og menn krækja fyrir kelduna og til verður nýr stígur þannig að við erum alltaf að ganga á og spilla okkar ágæta landi t.d. með því að vanda ekki til vegagerðar að fjölsóttum ferðamannastöðum.

Margir segja og sagt hefur verið um skeið og nýlega hafa verið af því fréttir að talað er um offjárfestingu í ferðamannaíðnaði og er þá auðvitað sérstaklega átt við uppbyggingu út um land. Þetta er í sjálfu sér umdeilanlegt. Auðvitað er það svo að t.d. á síðustu 5 árum hafa risið hér í Mývatnssveit 2 stór hótél, stór hótél miðað við það sem að við að minnsta kosti tölum um úti á landsbyggðinni. Hvað þurfum við að gera? Auðvitað er það svo að þessi hótél eru full skamman tíma ársins, einhverja 3 mánuði. Sem betur fer er alltaf að lengjast sá tími sem að þau eru nýtt og við þurfum auðvitað að vinna að því að þessi fjárfesting bæði hér í Mývatnssveit og annarsstaðar úti um land megi nýtast enn betur. Þess vegna hygg ég að ákaflega mikilvægt sé fyrir ykkur sem að vinnið að því að móta stefnu í ferðamálum og uppbyggingu ferðamála að leitast við að dreifa álaginu og traffíkinni sem mest um landið.

Einhverra hluta vegna hefur hægt gengið finnst manni að auka ferðamennsku úti um land að vetrum. Þó hefur orðið á því veruleg breyting á skömmum tíma. Ég hef orðið var við það á þeim stutta tíma sem að ég hef búið hér í þessari miklu ferðamannasveit. Ég nefndi áðan að virkjanir og atvinnulíf sé gríðarlega mikill stuðningur við ferðamennsku. Ég tók virkjanir sem dæmi og auðvitað er það virkjun núna á austurlandi og það stefnir í það að atvinnulíf á austurlandi eflist verulega. Ég er ekki í minnsta vafa um það að það mun verða styrkur fyrir ferðapjónustuna á svæðinu. Það mun líka verða styrkur fyrir ferðapjónustuna hérna í Mývatnssveit og reyndar um allt land. Við sjáum það núna og heyrum af

Því fréttir að þegar hafa verið settar upp fleiri áætlunarferðir með flugi austur til Egilsstaða og allt þetta mun þýða það að ferðapjónustan hefur meiri möguleika til þess að dafna. Það er nefnilega þannig að styrkur og aukning og efling einnar atvinnugreinar styrkri aðrar. Við erum ekki eyland.

Í sjálfu sér get ég talað hér mjög ábyrgðarlaust, annað en þessir virðulegu menn sem að hafa talað hér á undan og á eftir og ég ætla auðvitað ekki að tefja ykkar verk mikið frekar. Ég vil þó segja það að hér á eftir á að kynna breyttar áherslur á markaðssetningu í ferðamálum og ég tók eftir því í fréttum í nýliðinni viku að nú þegar er byrjað að beita a.m.k. einu vopni í þessum breyttu áherslum í markaðssetningu. Það var þannig að ég var búinn að steingleyma þessu fína fína draugasetri á Stokkseyri. Biskupinn lagðist á sveif með draugasetrinu og það er alveg klárt að ég ætla að drífa mig í draugasetrið næst þegar ég kem á suðurland, ég hefði gleymt því ella. Ég efast ekki um það að í þeim áherslum sem að hér verður breytt á eftir að eitt af leynivopnunum er biskupinn.

Ég óska ykkur velfarnaðar á þessari ráðstefnu. Megi vinna ykkar hér í dag leiða okkur til betri framtíðar í ferðapjónustu. Þakka ykkur fyrir.

Sturla Böðvarsson, samgönguráðherra.

Ráðstefnustjóri, ágætu ráðstefnugestir!

Mér er það sérstök ánægja að ávarpa ferðamálaráðstefnu Ferðamálaráðs Íslands hér í dag enda er Mývatn og einstök náttúra þessa svæðis einn af þeim hornsteinum sem íslensk ferðapjónusta byggir á.

Á síðustu ferðamálaráðstefnu fór ég yfir viðbrögð stjórnvalda vegna hryðjuverkanna 11. september 2001, sem ótvírætt hafa ógnað ferðapjónustunni um allan heim. Ég er mjög ánægður með hvernig samstarf stjórnvalda og hagsmunaaðila í greininni hefur skilað okkur árangri, sem flestir hefðu talið útilokaðan, miðað við þann vanda sem við stóðum gagnvart fyrir réttum tveimur árum.

Við skulum þó ekki dvelja við það heldur horfa fram á veginn. Í stefnuyfirlýsingu ríkisstjórnar er lögð áhersla á að nýta sóknarfæri ferðapjónustunnar eins og kostur er og gert ráð fyrir að Ferðamálaráð vinni náið með aðilum í greininni að markaðsstarfi og framþróun með það að markmiði að þjónusta við ferðamenn verði heilsársatvinnugrein sem skapi fleiri örugg og vel launuð störf.



Sturla Böðvarsson er höfðingur á þessum myndunum á ferðamálaráðstefnunni. Mynd: Svaldi.

Í nýju fjárlagafrumvarpi er gert ráð fyrir 320 milljónum króna til markaðssóknar í íslenskri ferðaþjónustu og eru þeir fjármunir enn á ný hrein viðbót við það fé sem Ferðamálaráð hefur úr að spila vegna markaðsstarfs á erlendum vettvangi og þess sem fer til ferðamálasamtaka landshlutanna.

Í ljósi góðrar reynslu munu þessir fjármunir fara í sérstakt markaðsátak undir stjórn ferðamálastjóra og forstöðumanns markaðssviðs Ferðamálaráðs. Reikna ég með að umfangsmikilli auglýsinga- og kynningarherferð verði hrundið af stað á hefðbundnum markaðssvæðum, en að einnig verði stutt við markaðsstarfið í Japan, sem gefur miklar vonir, og er farið að skila sér. Eins geri ég ráð fyrir að skrifstofa Ferðamálaráðs muni í byrjun næsta árs bjóða út fjármuni til samstarfsverkefna og leitast þannig við að tvöfalda það fjármagn sem kemur frá hinu opinbera. Þetta hefur nú verið gert tvisvar sinnum og gafst mjög vel þó að borið hafi á óánægju hjá þeim sem ekki náðu samningum.

Þer að harma það kærumál sem er í gangi svo ekki sé nú talað um þau ómálefnalegu skrif sem ferðaskrifstofa hefur látið sér sæma að útbreiða á Netinu í tilraunum sínum til þess að koma höggi á ráðherra ferðamála. Eru trúlega fá dæmi um sambærilegan málf lutning.

Samgönguráðuneytið hefur lagt áherslu á skýrar reglur, svo ekki fari á milli mála hvaða kröfur þarf að uppfylla, til að samstarf um landkynningu komist á með fjármunum úr ríkissjóði.

Ferðamálastjóri hefur ákveðið að halda kynningarfundum um málið, lengja umsóknarfrestinn verulega svo ekki fari á milli mála um hvað málið snýst.

Ég vona að haldið verði áfram með markaðsherferðina „Ísland, sækjum það heim“ enda byggja fjölmargir aðilar í íslenskri ferðaþjónustu afkomu sína á Íslendingum sem ferðamönnum í eigin landi.

"Iceland Naturally"átakið í Norður-Ameríku hefur nú staðið yfir í fjögur ár, en þar er á ferðinni samstarfsverkefni stjórnvalda og fyrirtækja sem selja vörur og þjónustu á Bandaríkjamarkað. Framlag samgönguráðuneytis er rétt um sjötíu milljónir króna á ári en fyrirtækin leggja fram um það bil 30 milljónir. Þarna hefur skapast öflugt og eftirtektarvert samstarf sem ekki einvörðungu hefur náð góðum árangri heldur sýnir þann slagkraft sem hið opinbera og hagsmunaaðilar geta náð með því að samnýta fjármagn og þekkingu til að ná sameiginlegu markmiði. Ég tel vel koma til greina að nýta reynsluna af IN til hliðstæðs markaðsstarfs í Evrópu.

Með breyttu ferðamynstri hefur þýðing upplýsingamiðstöðva aukist gríðarlega en með því á ég við fjölgun ferðamanna á eigin vegum sem margir hverjir hafa ekki skipulagt dvöl sína út í æsar og þurfa mikla þjónustu.

Reykjavíkurborg opnaði á þessu ári öfluga upplýsingamiðstöð í Reykjavík og heyrir hún undir Höfuðborgarstofu. Eftir að Reykjavíkurborg ákvað að draga sig út úr samstarfi innan Markaðsráðs ferðaþjónustunnar beitti ég mér fyrir því að

Ferðamálaráð og Höfuðborgarstofa gerðu með sér samkomulag um aðkomu ríkisins að rekstri stöðvarinnar enda mikilvægt að ferðaþjónustan á öllu landinu eigi aðkomu að þessari þýðingarmiklu upplýsingamiðstöð og borgin komi þannig til samstarfs að nýju sem nýtist á landsvísu. Hefur Höfuðborgarstofa einnig fengið sérstakan styrk til markaðsmála. Meta þarf árangurinn af þessu samstarfi þegar markaðsaðgerðir verða endurmetnar.

Það var svo vordögum að ný og glæsileg Norræna sigldi inn í höfnina á Seyðisfirði. Þetta markar tímamót í ferjusiglingum hingað til lands því hér er komið skip sem stenst kröfur um þægindi.

Tölur hafa sýnt fram á þýðingu þeirra farþega sem til landsins koma á þennan hátt þar sem þeir virðast fara víðar um landið og dvelja lengur á landsbyggðinni en margir aðrir. Ég tel því að fjárfesting í hafnarmannvirkjum og móttökustöðinni hafi verið fullkomlega réttlætanleg og mikilvæg fyrir ferðaþjónustuna.

Vísindaveiðar á hrefnu hófust hér við land þann 16. ágúst s.l. Veiðarnar hafa valdið Samtökum ferðaþjónustunnar, og sérstaklega þeim sem starfa við hvalaskoðun, miklum áhyggjum, eins og við er að búast. Hvalaskoðun hefur vaxið sem atvinnugrein og því var fyrirséð að hvalveiðar myndu valda deilum.

Ég legg mikla áherslu á að stjórnendur vísindaveiðanna taki tillit til hvalaskoðunar og forðist að fara inn á þau svæði sem þeir nýta við atvinnu sína. Fjölmíðlaumfjöllun um vísindaveiðarnar hefur verið miklu minni en ég átti von á. Hvort hún á eftir að aukast og skaða okkur á næstu árum er útilokað að segja um á þessu stigi. Í september komu hingað til lands rúmlega 16% fleiri gestir en á sama tíma í fyrra. Við þurfum þó eðlilega að fylgjast vel með allri umfjöllun og hugsanlegum afleiðingum veiðanna. Ég legg þó áherslu á að við tökum ekki sjálf þátt í að blása þetta mál upp í erlendum og innlendum fjölmíðlum á neikvæðum forsendum. Með sama hætti og við gerum kröfur til þess að sjávarútvegurinn taki tillit til ferðaþjónustunnar verðum við, sem erum talsmenn ferðaþjónustunnar, að taka tillit til þeirra hagsmuna sem sjávarútvegurinn telur að þurfi að verja með vísindaveiðum.

Sumarið 2002 gerði Ferðamálasetur Íslands könnun á viðhorfi þátttakenda í hvalaskoðunarferðum. Þar kom m.a. fram að 75 % aðspurðra hefðu komið til Íslands þó að hér væru stundaðar hvalveiðar.

Samgönguráðuneytið var á meðal þeirra sem styrktu þessa rannsókn og mun leggja sitt af mörkum til að tryggja að hún haldi áfram svo leggja megi áfram mat á viðhorf þessa hóps.

Samgönguráðuneytið leggur mikla áherslu á að við alla almenna kynningu á landinu á næstunni verði tekið mið af þessum aðstæðum. Við verðum að tryggja að áfram komi hingað náttúruunnendur sem sækjast í siglingar við landið og hafa áhuga á að skoða hvali og njóta útivistar.

Nú er stutt í að Norðurbryggja, eða Bryggjan, í Kaupmannahöfn verður opnuð með pomp og pragt. Þar verður sköpuð umgjörð fyrir blómlegt starf, sem miðar að því að efla samstarf Íslands, Danmerkur, Færeyja og Grænlands. Löndin fjögur hafa sameinast um að endurreisa eitt elsta og fegursta pakkhúsið á hafnarsvæðinu og mun Ferðamálaráð Íslands opna þar sérstaka landkynningarskrifstofu, en jafnframt verður þarna aðsetur sendiráðs Íslands í Danmörku. Landkynningarskrifstofan á Norðurbryggju markar nýja tíma og nýjar áherslur með öflugri útrás á Norðurlöndum og í Evrópu.

Á næsta ári mun Ísland vera í formennsku í Norðurlandaráði. Á þeim vettvangi er sjónum manna í auknum mæli beint að ferðaþjónustu sem vaxandi atvinnugrein ef rétt er á málum haldið. Samgönguráðuneytið leggur áherslu á að á þessum vettvangi verði stuðlað að gerð samnorrænnar stefnumótunar á sviði menningartengdrar ferðaþjónustu. Hér er um gríðarlega víðfeðmt verkefni að ræða og hefur þegar verið unnið mikið starf á ýmsum sviðum nátengdum þessu málefni. Það er því nauðsynlegt að afmarka verkefnið við skýrt afmarkaða og sameiginlega þætti úr menningu Norðurlandanna, í fortíð, nútíð og framtíð.

Einnig verður lögð áhersla á frekari vinnu við stefnumörkun í sjálfbærri ferðaþjónustu á norðurskautssvæðum og að hrinda í framkvæmd aðgerðaráætlun tengdri þessari stefnu. Hér er um þýðingarmikið mál að ræða þar sem ferðaþjónustan getur tengt okkur saman og um sameiginlegar hugmyndir er að ræða. Þá skal stefnt að því að tryggja að Norðurlöndin verði í fararbroddi í aðgengismálum hreyfihamlaðra á ferðamannastöðum.

Ráðstefnugestir. Í sumar gerði ég víðreist um landið til að kynna mér stöðu og nýjungar í ferðaþjónustu. Það eru margir spennandi og ólíkir hlutir á ferðinni; þannig heyrði ég t.d. af hugmyndum um ferðamannagöng í Látrabjargi og fékk fréttir af sælkerældhúsi í Skagafirði.

Ferðaþjónustan stendur í miklum blóma víðast hvar en stríðir eðlilega við ýmis vandamál sem einkum tengjast miklum fjárfestingum og litlum viðskiptum yfir veturinn. Auk þess er margt í innviðum sem þarf að bæta m.a. á sviði samgangna og fjarskipta. Samgönguáætlun gerir ráð fyrir miklum framkvæmdum, sem bæta stöðu ferðaþjónustunnar, og það er mér kappsmál að símafyrirtækin í landinu taki við sér og sjái sér hag í því að efla þjónustuna um allt land svo aukin flutningsgeta á Internetinu og farsíminn geti, í samræmi við kröfur nútímans, verið það atvinnu- og öryggistæki sem ferðamenn og aðilar í ferðaþjónustu um allt land geta treyst á.

Því fer þó fjarri að stöðnun ríki á þessum vettvangi og í síðustu viku var undirritað samkomulag á milli Símans og verkefnisins Upplýsingatækni í dreifbýli - UD - um nýtingu upplýsingatækni til verðmætaaukningar og aukinnar atvinnusköpunar í sveitum landsins þar sem ferðaþjónustan er að eflast og verða mikilvægur þáttur í atvinnulífi. Verkefni Símans og UD felur meðal annars í sér það að Síminn býður bændum um allt land ISDN-plús samband á

hagstæðum kjörum hvað varðar stofngjald og fleira. Þessi þjónusta er sprottin af þeim ákvæðum fjarskiptalaganna um að Símanum sé skylt að veita öllum aðgang að ISDN tengingu sem nú þróast mjög ört og nálgast háhraða tækni.

Til þess að ferðaþjónustan hafi möguleika á að þróast sem atvinnugrein í nútímalegu samkeppnisumhverfi þurfa innviðirnir að vera í lagi. Hér á ég við fjölmarga hluti en stórátak hefur verið gert í vegamálum og áfram verður unnið að mikilvægum vegabótum á kjörtímabilinu. Jafnframt mun samgönguráðuneytið standa fyrir sérstökum umferðaröryggisaðgerðum á þjóðvegakerfinu á þessu kjörtímabili. Gert verður sérstakt átak í að sníða af hættulega kafla á vegakerfi landsins og bæta merkingar á vegum um allt land.

Á þessu ári hófst samstarf um byggðamál í tengslum við byggðaáætlun og er markmiðið að styðja sérstaklega við uppbyggingu ferðaþjónustu á landsbyggðinni næstu þrjú árin a.m.k. Einnig á samgönguráðuneytið í ýmiss konar samstarfi við ferðaþjónustuaðila um allt land í því skyni að gera ferðaþjónustunni kleift að takast á við aukinn fjölda ferðafólks og sífellt meiri kröfur um gæði og þjónustu.

Farþegaskattur hefur verið mikið til umræðu að undanfögnu í tengslum við harðnandi samkeppni á flugleiðum og vegna athugasemda ESA sem telur að það samræmist ekki EES reglum að hafa mismunandi skatt í millilandaflugi og innanlandsflugi. Því fól ég Hagfræðistofnun Háskóla Íslands að meta áhrif farþegaskatts á fjölda flugfarþega.

Í vinnslu þessa máls hafa komið fram vísbendingar um að skatturinn hafi umtalsvert meiri áhrif á flugið en áður hefur verið talið. Verðlagning ferðaþjónustu skiptir mjög miklu máli í því samkeppnisumhverfi sem við hrærumst í. Ég tel óhjákvæmilegt að taka þessa skattlagningu til endurskoðunar og mun beita mér fyrir breytingu á álagningu farþegaskatta til hagsbóta fyrir ferðaþjónustuna.

Þrátt fyrir ágætan árangur og margvísleg framfaraskref er nauðsynlegt að horfa enn frekar til framtíðar og skilgreina þau fjölmörgu verkefni sem bíða ferðaþjónustunnar svo hún megi halda mikilvægri stöðu sinni sem gjaldreyrisskapandi atvinnugrein. Það var því fyrir tveimur árum að ég skipaði nefnd um framtíð ferðaþjónustunnar og fékk henni það stóra verkefni að horfa allt fram til ársins 2030 og leitast við að meta þá sýn sem við blasir og leggja á ráðin um nauðsynlegar aðgerðir svo ferðaþjónustan megi vaxa í sátt við umhverfi landsins.

Tillögur nefndarinnar liggja nú fyrir í þessari skýrslu sem er dreift hér á fundinum og er það von mín að hér sé kominn grunnur til að byggja á nýja stefnu í ferðaþjónustu. Formanni framtíðarnefndar, nefndarmönnum og starfsmanni færi ég mínar bestu þakkir fyrir vel unnin störf.

Með þessari skýrslu framtíðarnefndar, skýrslunni um menningartengda ferðaþjónustu, skýrslunni um heilsutengda ferðaþjónustu og skýrslunni um Auðlindina Ísland tel ég að grundvallarvinnu fyrir stefnumótun íslenskrar ferðaþjónustu liggi fyrir.

Við erum komin á framkvæmdastigið!

Á næstu dögum mun ég skipa þriggja manna stýrihóp sem fær það verkefni að fara í gegnum áðurgreinda vinnu og leggja drög að nýrri ferðamálaáætlun.

Á vegum stýrihópsins starfa síðan tveir undirhópar; annar fær það viðamikla verkefni að vinna tillögur til stýrihóps um þann hluta ferðamálaáætlunar sem snýr að skipulagi, verkefnum og hlutverki stjórnsýslu og annarra þjónustubátta íslenskrar ferðaþjónustu en hinum er ætlað að gera tillögur um breytt lagaumhverfi greinarinnar. Starfsmaður stýrihópsins verður frá Ferðamálaráði. Stýrihópurinn er fámennur en honum til halds og traust mun ég óska eftir tilnefningum hagsmunaaðila fyrir sérstakan samráðsvettvang, allt að 20 manna en hann mun væntanlega, í samráði við stýrihópinn, halda úti virkri heimasíðu þar sem ALLIR sem við ferðaþjónustu starfa geta komið skoðunum sínum á framfæri. Þeir sem ég mun óska eftir tilnefningum frá eru SAF, Ferðamálasamtök Íslands, Samband íslenskra sveitarfélaga og stjórnmalaflokkarnir.

Þið heyrið á þessum orðum mínum að ég vil leggja skýrar línur á þessum vettvangi og ég sé ferðamálin verða í algjörum forgrunni í samgönguráðuneytinu á þessu kjörtímabili. Þess vegna hefur verið ákveðið að setja á laggirnar í fyrsta sinn sérstaka skrifstofu ferðamála í ráðuneytinu en ferðamálin hafa hingað til verið á skrifstofu með öðrum og ólíkum málaflokkum og mun skrifstofa ferðamála ásamt Ferðamálaráði koma að vinnu við framtíðar stefnumótun, lagamma og annað það sem greinin þarf á að halda við upphaf nýrrar aldar. Einnig mun skrifstofan áfram sinna þeim fjölmörgu samstarfsverkefnum sem ráðuneytið kemur að um allt land og erlendu samstarfi.

Ágætu ráðstefnugestir! Það verður spennandi að fylgjast með þeim erindum sem hér verða í dag en meginumræðuefni ráðstefnunnar - markaðssetning Íslands, breyttar áherslur - er mjög brýnt í umhverfi sem tekur stöðugum breytingum og býr oft við mikla óvissu og óstöðugleika. Umræðan er ekki síður brýn þegar fjármagn til markaðsmála hefur stórauðist því allir vilja sjá því varið á þann hátt að gagnist öllum - um allt land.

Stórbrotin náttúra og íbúar sem varðveita menningu sína af kostgæfni er uppskrift að draumastað hvers ferðamanns. Það er von mín að við missum aldrei sjónar á þessari staðreynd og að ferðaþjónustan verði ávallt í fararbroddi við verndun náttúru og menningar þessa lands.

Að lokum vil ég þakka öllum sem komið hafa að undirbúningi ráðstefnunnar; starfsfólki Ferðamálaráðs og fulltrúum ferðaþjónustunnar hér við Mývatn. Ég

óska ykkur öllum góðrar ráðstefnu og ánægjulegrar dvalar í fögru umhverfi.

Ársæll Harðarson

Samgönguráðherra, góðir fundarmenn.

Það hefur komið í minn hlut að gera grein fyrir markaðssetningu Íslands á vegum Ferðamálaráðs og þeim breyttu áherslum sem að unnið hefur verið eftir að undanfögnu. Ég mun fyrst stuttlega gera grein fyrir þeim verkefnum sem við hjá Ferðamálaráði erum að fást við í markaðssetningunni á Íslandi sem spennandi áfangastað fyrir erlenda og innlenda ferðamenn. Við munum fara yfir skipulag og aðferðir markaðssetningarinnar og að síðustu freista þess að skoða hvort að meta megi árangur af starfinu sem að unnið hefur verið í sameiningu allra þeirra sem að komið hafa að málum í atvinnugreininni.



Það er varla þörf á því á þessari samkomu að rifja upp að samkvæmt lögum um skipulag ferðamála þá er það m.a. eitt af verkefnum Ferðamálaráðs að sinna landkynningu og markaðsmálum. Ferðamálaráð hefur lagt æ meiri áherslu á markaðsmálin á undanfögnu misserum og um síðustu áramót tók gildi nýtt skipulag Ferðamálaráðs sem að styrkir enn frekar starfsemi ráðsins í landkynningar og markaðsmálum. Breytingin er m.a. fólgin í því að starfseminni er skipt upp í svið hvar nýtt markaðssvið er eitt af þremur sviðum. Markaðs- og landkynningarmálin heyra undir markaðssviði en tímans vegna mun ég ekki fjalla um aðra starfsemi en þá sem að heyrir beint undir markaðssviðið eða er mjög tengd því. Þannig fjalla ég t.d. ekki um hin sviðin tvö nema að því marki að nauðsynlegt sé vegna verkefna sem að tengjast þeim sérstaklega.

Mikilvægustu verkefni á markaðssviði eru þau verkefni sem að unnin eru á skrifstofunum úti á mörkuðunum. Þar fer fram stjórnun og skipulag á þeim verkefnum sem að beint er að afmörkuðum markaðssvæðum. Starfræktar hafa verið skrifstofur í Bandaríkjunum, í New York, síðan 1979, í Þýskalandi í Frankfurt síðan 1987 en markaðsstarfi vegna Bretlands hefur verið sinnt frá skrifstofu Ferðamálaráðs í Reykjavík frá ársbyrjun 2002. Starfsmenn okkar á þessum skrifstofum bera ábyrgð á þeim verkefnum sem að unnin eru á svæðunum. Það er svo efni í sjálfstæða kynningu að gera grein fyrir þeirri margþáttaðu starfsemi sem að erlendu skrifstofurnar sinna. Hér gefst ekki tóm til þess en auk þess að reka skrifstofur erlendis tekur Ferðamálaráð þátt í ýmsum öðrum samstarfsverkefnum sem að telja má að séu að miklu leyti hrein viðbót í markaðsstarfinu við starfsemi erlendu skrifstofanna og umfangsmikið útgáfustarf og önnur almenn samstarfsverkefni eru einnig á okkar vegum.

Ég vil hér stuttlega nefna 3 verkefni sem að bæta verulega í markaðssetninguna sem fyrir er. Eins og fram kom í máli samgönguráðherra þá er "Iceland Naturally" samstarfsverkefni Samgönguráðuneytisins, Utanríkisráðuneytisins og Ferðamálaráðs ásamt þeim aðildarfélögum sem að því standa. En það fjallar um

að auka þekkingu og eftirspurn á Íslandi og íslenskum vörum og ferðapjónustu í Bandaríkjunum. Verkefninu er stýrt af Einari Gústavssyni, okkar manni í Bandaríkjunum ásamt starfsmanni sendiráðsins í New York. Árangur þessa verkefnis er slíkur að full ástæða væri til þess að kynna sérstaklega við gott tækifæri fyrir aðila í ferðapjónustunni.

Annað samstarfsverkefni sem að Ferðamálaráð kemur að er Ráðstefnuskrifstofa Íslands og það ætti að vera betur þekkt kannski í þessum hópi. En Ráðstefnuskrifstofan hefur starfað í yfir 10 ár nú. Ferðamálaráð er stofnandi að Ráðstefnuskrifstofunni og vistar starfsemina. Ráðstefnuskrifstofan hefur haft því hlutverki að gegna að vera samræmingaraðili í markaðssetningu á markaði fyrir fundi, ráðstefnur og hvatningarferðir. Rósbjörg Jónsdóttir er verkefnisstjóri Ráðstefnuskrifstofunnar.

Þó að mest af markaðssetningunni fari fram erlendis, þ.e.a.s. hvatningin til að ferðamenn komi til Íslands má ekki gleyma því að bæði Íslendingar og erlendir gestir þurfa upplýsingar um einstök svæði landsins eftir að hingað er komið. Ferðamálasamtök Íslands gegna mikilvægu hlutverki hér svo og landshlutasamtökin. Á vegum upplýsingamiðstöðva, landshlutasamtaka og ferðamálafulltrúa fer fram mikilvæg markaðssetning einstakra svæða með samstarfi minni og smærri fyrirtækja og sveitarfélaga. Þessir aðilar þjóna mikilvægri upplýsingagjöf með sameiginlegu kynningarefni og vefsíðum á erlendum tungum. Í reynd eru landshlutasamtök og upplýsingamiðstöðvar upplýsingaveitur sem að skipt geta sköpum fyrir svæðin í markaðssetningunni á landsbyggðinni.

Nú er þess svo að geta að upplýsingamiðstöð ferðamála í Reykjavík gegnir einnig lykilhlutverki fyrir landsbyggðina og landshlutana utan höfuðborgarsvæðisins því þangað koma ferðamenn í leit að upplýsingum og líkast til er upplýsingamiðstöðin í Reykjavík einn af mikilvægustu vettvöngum fyrir landsbyggðina í sölu og markaðsstarfinu.

En snúum okkur aftur að erlendu markaðssetningunni. Það er rétt að rifja upp hér að erlendu mörkuðunum hefur verið skipt upp í svokallaða "A" og "B" markaði og endurspeglar staðsetning skrifstofu Ferðamálaráðs að verulegu leyti þessa skiptingu. Við munum flest eftir að á tímum Markaðsráðsins sem að hér starfaði um 4 ára skeið á árunum 1999-2002 voru markaðir okkar skilgreindir með þeim hætti að valin voru út megin markaðssvæði sem að skyldu teljast aðalmarkaðir, stundum nefndir "A" markaðir. Þetta voru þau markaðssvæði þar sem flestir ferðamenn komu frá og þeim var einnig þjónað með heilsárs flugsamgöngum. Markaðsráðið beindi athyglinni að "A" mörkuðunum og lagði þungann í almenna markaðssetningu á þessa markaði. En eins og þið sjáið þá voru "A" markaðirnir skilgreindir hér sem Bandaríkin, Bretland, Norðurlönd, Þýskaland, Holland og Frakkland.

"B" markaðir sem að ekki má rugla við annars flokks markaði voru skilgreindir þannig að þar var haldið uppi lágmarksaðgerðum með því takmarkaða fjármagni sem að til ráðstöfunar var til markaðsmála. Þetta eru taldir markaðir sem að lofa góðu og eru nálægir en ekki endilega með heilsársflugsamgöngum ennþá. Þessir eru Kanada, Finnland, Sviss, Austurríki, Ítalía og Spánn.

"A" markaðirnir standa undir eða standa fyrir um 78% þeirra ferðamanna sem að koma til Íslands og "B" markaðirnir standa fyrir u.þ.b. 11%. Þetta hlutfall hefur ekki breyst svo mark sé á gerandi á síðustu fáum árum. Það vekur einnig athygli núna að Asía er hvorki skilgreind sem "A" né "B" markaður en búast má við að nokkur vöxtur sé mögulegur frá því markaðssvæði á næstu misserum ef fram heldur sem horfir og aukinn þungi verði í aðgerðum þar. Það er einkar ánægjulegt að heyra hvatningu frá samgönguráðherra um að líta skuli til Japan á næstu misserum. Við munum snúa okkur nánar að þessum mörkuðum hér á eftir.

Starfsemi Ferðamálaráðs byggir að miklu leyti á dreifingu á hlutlausum og þarflegum upplýsingum sem að nýtast öllum í íslenskri ferðaþjónustu. Ferðamálaráð gefur árlega út almennan Íslandsbækling á 11 tungumálum í um 360.000 eintökum og að auki dreifir Ferðamálaráð öðrum bæklingum úr atvinnugreininni í um 200.000 eintökum. Alls er þannig dreift yfir hálfri milljón bæklinga á okkar vegum. Sennilega er bæklingur Ferðamálaráðs mest útbreiddi almenni bæklingurinn sem að gefinn er út á Íslandi. Helsti kostur þessa bæklinga er að hann er almennur og gerir Íslandi góð skil sem heilsárs áfangastaðar auk þess sem megin þunginn í bæklingnum liggur á landsbyggðinni. Þá er bæklingur Ferðamálaráðs þekktur fyrir góðan gagnagrunn eða svokallaðar "Gular síður" sem að ekki finnast umfangsmeiri eða nákvæmari í öðrum útgáfum.

Dreifing bæklinga fer svo fram með ýmsu móti en er þó markviss engu að síður. Dreifingin fer fram á okkar markaðsskrifstofum erlendis. Hún fer fram beint þaðan eða í gegnum pósthús sem að taka að sér að senda eftir beiðnum, á ferðasýningum með samstarfsaðilum, í beinum pósti þar sem fólk hefur beiðið um gögn og svo einnig hafa fyrirtæki í auknum mæli sem að eru í útrás sóst eftir að fá okkar bæklinga til dreifingar.

Bæklingarnir fyrir næsta ár eru núna meðan þessi orð eru töluðu í prentvélunum og koma út að nokkrum dögum liðnum. Hér má sjá forsíðu nýju bæklinganna sem að eru núna í prentsmiðjunni. Auk bæklinganna, þetta er nú bara smá sýnishorn, þetta er á 11 tungumálum en flestar forsíðurnar eru svipaðar. Auk bæklinganna er gefin út árlega Handbók ferðaþjónustunnar á Íslandi sem að mikið er notuð. Fyrir suma er handbókin nánast eins og biblíja með upplýsingum um allt sem að viðkemur íslenskri ferðaþjónustu. Ennfremur eru gefin út myndbönd á 6 tungumálum sem dreift er á mörkuðunum. Ljósmyndir eru í mikilli eftirspurn hjá fjölmiðlum og ferðaskrifstofum og hefur Ferðamálaráð gert þeim kleift að birta gæðamyndir íslenskra ljósmyndara og erlendra í greinum og

nýjum bæklingum. En þetta er gert með útgáfu á CD-diskum og með netaðgangi að myndum.

Þá eru unnin plaköt á nokkrum tungumálum til dreifingar meðal samstarfsaðila og söluaðila á mörkuðunum. Eins og fram kom hér áðan þá eru kannanir gerðar reglulega um ferðavenjur Íslendinga og erlendra ferðamanna og fást nú þegar mikilvægar upplýsingar um eftirspurn ferðamanna eftir afþreyingu, eyðslu þeirra, dreifingu og margt fleira. Tölfræði er mikilvægur þáttur til að mæla árangur og fylgjast með þróun í ferðaþjónustu. Flestar tölur sem að þið munið sjá hér á eftir eru unnar hjá sérfræðingi okkar sem sér um tölfræði og kannanir á skrifstofu Ferðamálaráðs.

Almennar fyrirspurnir eru ennþá ekki allar komnar á netið þó að þær séu mjög mikið þar. Starfsmenn Ferðamálaráðs svara almennum fyrirspurnum, bæði hér á Íslandi og ekki síst á markaðssvæðunum bæði í síma og þeim sem koma á tölvupósti. Þá er fyrrnefndum gagnagrunni um íslenska ferðaþjónustu viðhaldið á skrifstofu okkar á Akureyri en hann er grunnurinn að "gulu síðunum" í bæklingnum og Handbókinni og á vefnum. Gagnagrunnur okkar er einhver sá allra mikilvægasti og verðmætasti gagnagrunnur sem að íslensk ferðaþjónusta ræður yfir.

Sýningar eru mikilvægur þáttur í markaðssetningu áfangastaða. Ferðamálaráð skipuleggur mikilvægar sýningar á mörkuðunum ár hvert í samvinnu við aðila ferðaþjónustunnar. Þær helstu má sjá hér og þið þekkið þær að sjálfsögðu. Auk þess koma markaðsskrifstofur okkar erlendis með ýmsum hætti að fjölmörgum öðrum sýningum og viðburðum hver á sínu svæði. World Travel Mart í London er árleg og þar erum við saman á sýningarbásum með hinum Norðurlöndunum. Í Gautaborg erum við með eigin Íslandsbás án samstarfs við önnur Norðurlönd. Í Berlín erum við einnig með Norðurlöndunum á sýningarbás og þið þekkið Vestnorden þar sem við vinnum með hinum vestur-Norðurlöndunum og síðan er þetta Nordic Overseas Workshop sem að unnið er með hinum Norðurlöndunum. Auk þessa taka eins og áður sagði okkar skrifstofur þátt í fjölmörgum fleiri sýningum ýmist með fjárstuðningi eða með því að vera þar einnig á svæðinu.

Almannatengsl og fjölmiðlaheimsóknir fyrir litla þjóð með litla peninga eru ein árangursríkasta aðferðin við markaðssetningu. Þetta jafnast á við að gefa bragðprufu á réttunum áður en að ákveðið er að fara inn á veitingastað. Mörg hundruð fjölmiðlaheimsóknir eru farnar hingað á ári hverju ýmist með beinum atbeina Ferðamálaráðs eða með samstarfi okkar og annarra. Slíkar heimsóknir skila meiru í umfjöllun en flestir gera sér grein fyrir. Það má áætla að meðaltali sé fjallað jákvætt um Ísland sem ferðamannaland á öllum okkar markaðssvæðum á hverjum einasta degi. Vandséð er hvernig slík umfjöllun er metin til fjár. Það er þó reynt og telst í hundruðum milljóna króna ef að tekið er mið af kostnaði við auglýsingabirtingar.

Eins og þið vitið þá heldur Ferðamálaráð úti 4 vefsíðum á sjö tungumálum með íslenskunni. Annarsvegjar eru 3 landkynningarvefir á 6 erlendum tungumálum og einum íslenskum auðvitað og hinsvegjar er upplýsingavefur okkar um málefni ferðaþjónustunnar. Þetta eru þeir 3 vefir sem að erlendir gestir skoða mest og svo sá fjórði sem að er á íslensku. Ég hvet ykkur til að nýta vefina okkar, fylgjast vel með þeim og gefa okkur ábendingar og taka þátt í því að bæta þá með okkur. Þetta er icetourist.is og eins og formaðurinn benti á að ef þið lítið á hér efst til vinstri þá er lítil mynd af "Favourite European Country Travel Award" sem að hann nefndi áðan en þetta er sá vefur og svona lítur hann út frá Bandaríkjunum icelandtouristboard.com og svona lítur hann út frá Þýskalandi. En þetta eru allt vefir sem að er viðhaldið mjög reglulega. Síðan er samskiptavefurinn okkar, þennan þekkið þið vafalaust.

Ef við kíkjum svo á umferðina þá erum við bara að tala um icetourist.is, þetta er þróunin sem að hefur átt sér stað síðan í ársbyrjun 2001 og þið sjáið hvernig sveiflurnar koma, það vex umferðin yfir sumarið, dettur síðan aðeins niður um haustið og tekur síðan annan sprett upp á við og hann er í stöðugum vexti. Ef við berum þetta saman núna ár fyrir ár þá sjáið þið hvernig hver mánuður í samanburði 3 ára hefur vaxið. Umferðin hérna er þannig að samræmdar og samanburðarhæfar vefmælingar sýna að icetourist.is er mjög gjarnan í hverri viku á topp 25 á Íslandi yfir mest sóttu vefina. Við þetta þarf að bæta ef við ætlum að taka allt saman að minnsta kosti tvöföldun vegna þess að það er allaveg annað eins sem að kemur á vefinn okkar í Bandaríkjunum.

Nú ég hef í stuttu máli svona skautað yfir nokkuð af því helsta sem að unnið er af starfsmönnum Ferðamálaráðs og pínulítið þeim sem að sinna erlenda markaðsstarfinu en snúum okkur nú aðeins að ráðstöfun þessa markaðsfjár hins opinbera undanfarin misseri. Eins og við urðum vitni að flest okkar sem að vinnum í þessari spennandi og vaxandi atvinnugrein þá urðu viðburðir í heiminum síðla ársins 2001 sem breyttu miklu varðandi ferðalög almennings. Fram að 11. september 2001 hafði ríkt hér samfelld vaxtarskeið í ferðaþjónustu um langt bil. Það var engu líkara en að hér ríkti sama ástand og á hlutabréfamörkuðunum sem héldu áfram að hækka og hækka. Á þeim mörkuðum töldu menn að við værum í einhverskonar nýju hagkerfi sem liti ekki sömu lögmálum og hið gamla en annað átti eftir að koma í ljós. Munurinn á þessum vexti á hlutabréfamörkuðunum sem að byggði annarsvegjar á væntingum og hinsvegjar á viðvarandi vexti í íslensku ferðaþjónustunni var samt sá að við áttum innistæðu fyrir þessum vexti. Það hafði verið unnið markvisst að því að auka komur erlendra ferðamanna og sem dæmi má nefna að árið 1999 er fyrsta árið í sögunni þegar ferðamenn utan háannar voru orðnir fleiri að tölu en ferðamenn sem komu á háönn. Strax eftir 11. september dró úr ferðalögum einkum Bandaríkjamanna og einnig Evrópumanna. Í mörgum samkeppnislöndum okkar ákváðu menn að draga úr markaðssetningunni á þeirri forsendu að það væri soun á fé að auglýsa ferðir þegar eftirspurn væri í lágmarki, best væri að bíða af sér hretið.

Hér á landi töldu menn hinsvegar sem betur fer ekki að bíða ætti með hendur í skauti, þvert á móti var ákveðið að bregðast við og verja þann árangur sem að náðst hafði og að hugsanlega væri visst tækifæri fólgið í því að minna var auglýst á mörkuðunum og því var blásið til varnaraðgerða. Það fólst í sameiginlegu átaki til landkynningar og markaðsstarfsemi til styrktar ferðaþjónustunni til þess að auka gjaldeyristekjur og samnýta fjármuni. En eins og ég minntist á hér áðan var sérstakt Markaðsráð ferðaþjónustunnar starfandi á árunum 1999-2002. Markaðsráðið fór með úthlutun fjármagns hins opinbera í markaðs- og kynningarmálum. Strax í árslok 2001 var ákveðið að veita 150.000.000 króna til að verja þennan markaðsárangur sem að náðst hafði. Því fé var varið m.a. til framlengingar á þeim almennu kynningarverkefnum sem að þegar voru í gangi á vegum ferðaþjónustunnar.

Alþingi samþykkti á fjárlögum fyrir árið 2003 að veita 300.000.000 króna til að auka markaðssókn Íslenskrar ferðaþjónustu. Í ár er þannig veitt meira fjármagni en nokkru sinni fyrr til að styrkja viðleitni atvinnugreinarinnar í markaðssetningunni. Samgönguráðherra ákvað að nýta féð í almenn verkefni í markaðsmálum gagnvart erlendum mörkuðum í íslenskri ferðaþjónustu. Ákveðið var að nýta 202.000.000 af 300.000.000 til samstarfsverkefna í almennri landkynningu á 4 markaðssvæðum, þ.e. Bandaríkjunum, Bretlandi, Norðurlöndum og í Evrópu. Auglýst var eftir samstarfsaðilum í byrjun febrúar. Þá var boðið fram fjármagn á móti aðilum sem að reiðubúnir voru til að standa að almennri landkynningu erlendis með Ferðamálaráði og leggja til þess fjármuni a.m.k. jafn mikla og hið opinbera í þeim tilgangi að upphæði myndi a.m.k. tvöfaldast og kynningin yrði þannig öflugri fyrir heildina.

Megin kosturinn við slíka almenna kynningu sem að Ferðamálaráð og aðrir samstarfsaðilar standa að er auðvitað sá að slíkar auglýsingar eru í raun ávinningur fyrir alla. Alla þá sem starfa á Íslandi, almenn kynning nýtist líka þeim sem að ekki eru með. Hún skapar aukna eftirspurn eftir Íslandi sem áfangastað og það kemur líka þeim til góða sem að ekki hafa verið með að því sinni.

Skýrt var tekið fram að ekki væri um styrki að ræða heldur samstarfsverkefni þar sem báðir aðilar leggðu fram fé. Þarna tókst mörgum að misskilja engu að síður. Hugmyndin var að fá fjármagn frá stórum og smáum fyrirtækjum innan ferðaþjónustunnar sem kæmi til viðbótar þeirri kynningu sem að fyrirtækin sinna á sínum forsendum. Það er skemmst frá því að segja að umsóknir voru um 146 eða um 28-44 frá hverju svæði.

Þeirri hugmyndafræði sem lýst er hér að ofan um markaðssetningu Íslands erlendis og stundum er kölluð "króna á móti krónu" var beitt með góðum árangri á innanlandsmarkaði haustið 2002 þegar Ferðamálaráð bauð íslenskum fyrirtækjum til samstarfs um gerð og birtingu auglýsinga er hvöttu landsmenn til ferðalaga innanlands. Um var að ræða framhald af herferðinni "Íslands - sækjum það heim" sem var í gangi sumarið 2002. Verkefnið tókst vel og því

eðlilegt að halda áfram á sömu braut. Í lok mars var auglýst eftir samstarfsaðilum um gerð og birtingu auglýsinga innanlands með áðurgreint markmið að sjónarhóli og var ákveðið að verja 15.000.000 til verkefnisins. Þessu verkefni var skipt í 20 hluta, 10 fjárhæðir að upphæð 1.000.000 og 10 fjárhæðir að upphæð 500.000. Lágmarksframlag þeirra sem vildu taka þátt var jafnhá upphæð í hverjum hluta. Nú hér voru 30 umsóknir og umsækjendur buðu meira fé heldur en að var í boði og að viðbættum þeim 15.000.000 sem voru í boði varð heildar upphæðin hér 46.000.000. Þarna er dæmi um það að hið opinbera leggur fram fé þar sem að greinin kemur með meira en krónu á móti krónu.

Það var mjög athyglisvert að sjá í þessum umsóknum að þar höfðu svæði bundist samtökum, margir aðilar innan svæða sóttu saman í eina upphæð. Þetta hvatti verulega til samstarfs.

Ég ætla að líta pínulítið á tölulegar upplýsingar um ferðapjónustuna og kíkja pínulítið á hvernig þróunin hefur verið undanfarið. Við sjáum að það er stöðug þróun í fjölda erlendra gesta og hér hef ég tekið mér það bessaleyfi að áætla árið 2003 enda höfum við þegar fengið tölurnar fyrir september og ættum með nokkru öryggi að geta áætlað restina af árinu. Það sýnir að við erum nú þegar búin að ná metárinu 2000 og erum komin upp úr þeirri dýfu sem að blasti við. Ef við skoðum hvernig þróunin á markaðssvæðunum hefur verið þá sjáum við það að ennþá eru Norðurlöndin langstærsta svæðið en það var líka það svæði sem að tók mesta dýfu þegar áföllin dundu yfir.

Bandaríkin tóku líka mikla dýfu en Bretland mun minni og Þýskaland einnig. Þýskaland hafði hinsvegar verið í ákveðinni stöðnun sem að nú hefur verið rofin og nú hefur verið gríðarlegur vöxtur þaðan eins og frá Bretlandi og svo frá Norðurlöndunum og að hluta til allavega núna í seinni tíð frá Bandaríkjunum. En það má segja að vöxturinn sé kominn upp aftur á öllum mörkuðunum og seinast komu Bandaríkin inn en núna síðustu 4 mánuði hefur vöxtur verið frá Bandaríkjunum. Ef við berum nú saman fjölda gesta og skoðum gistinæturnar um leið þá kemur margt athyglisvert í ljós. Fjöldi ferðamanna er ágætur mælikvarði en segir ekki neitt um dvalartíma einstakra ferðamanna. Hann er auðvitað mismunandi. Hér má sjá á sömu mynd fjölda ferðamanna og gistinætur þeirra. Á vinstri ás og í súlum er fjöldi ferðamanna og á hægri og með bláum línunum gistinætur. Hér má t.d. sjá hve mikilvægir þjóðverjar eru vegna þess hve lengi þeir dvelja. Ef þið skoðið það þá er bláa línun langt fyrir ofan rauðu línuna sem sýnir það að gistinæturnar eru hlutfallslega miklu fleiri.

Þá má sjá að meðaldvalartími Norðurlandabúa er á niðurleið, allar aðrar þjóðir dvelja lengur nú en áður og er það gegn almennu hneigðinni í heiminum. Þarna erum við að sjá að meðaldvalarlengd a.m.k. meðal Bandaríkjamanna, Breta og Evrópubúanna er að lengjast og ef að tölfræðin segir ekki alveg skakkt frá þá held ég að Bandaríkjamenn hafi bætt við sig heilum degi í meðaldvalarlengd.

Kíkjum aðeins á þetta yfir árstímana. Hérna sjáum við fyrst september - apríl s.s. vetrarmánuðina. Þetta er ósköp svipuð hneigð, og vöxtur í fjölda ferðamanna og gistinóttum nema þá hjá norðurlandabúunum. Mikilvægustu vetrargestirnir eru þ.a.l. Norðurlönd, Bandaríkin og Bretland. Yfir sumarið þá sjáum við svipaða mynd og áður, Þjóðverjarnir með langflestar gistinætur og viðsnúningur eftir lægð er orðin að veruleika bæði í fjölda og í gistinóttum.

Ef við skoðum fjöldann yfir árið í samanburði við síðustu ár þá sjáum við aðeins vísbendingu um þann árangur sem að ferðaþjónustan hefur náð að undanfögnu. Svona dreifðust ferðamennirnir árið 1990, 1995 - 5 árum síðar hafði bæst við pínulítið sérstaklega vor og haust og þarna hefur kakan stækkað talsvert. Enn frekar hefur hún stækkað árið 2000 og þarna sjáið þið bæði vor og haust önnina sem sagt mars, apríl og september og október eru orðnir miklu stærri mánuðir en áður og ef við berum þetta saman núna við árið 2003 þá hefur það gerst nú í fyrsta sinn að ágúst 2003 er stærri heldur en júlí hefur nokkurn tímann verið og þið munið að júlí 2000 var stærsti mánuður nokkru sinni í ferðaþjónustunni.

Ef við berum þetta saman milli þessara tveggja tímabila þá sjáið þið glögglega hvað hefur gerst og við getum sagt sem svo og leikið okkur að tölum að janúar er stærri en maí var áður. September er stærri en ágúst var áður og desember er stærri en september var áður.

Kíkjum aðeins á þróun hinna ýmsu markaðssvæða. Hérna sjáum við hvernig þetta hefur þróast frá 1991 til 2002. Þarna eru Norðurlöndin ennþá stærstir, þetta er sama myndin bara aðeins öðruvísi og ef við kíkjum á árstíðadreifinguna þá kemur í ljós að Bretar sem að eru bláir á myndinni dreifast mjög vel yfir árið en eins og við munum þá stoppa þeir pínulítið styttra heldur en t.d. Evrópubúarnir sem að búa sunnar. Þýskaland er með þennan topp yfir sumarið en eru á móti með mjög margar gistinætur. Bandaríkjamennirnir þeir er það land sem kemur yfir allt árið langmest og mest yfir veturinn og eru þ.a.l. gríðarlega mikilvægir kúnnar utan háannarinnar og Norðurlöndin eins og áður sagði eru stærsti markaðurinn og dreifast þokkalega.

Ef við kíkjum aðeins á Norðurlöndin, þessa stóru blokk vegna þess að hún innifelur fleiri en eitt land þá sjáum við hvernig hegðunin þar er mismunandi. Finnarnir koma nokkuð dreift, Norðmennirnir líka. Danirnir minna, meira yfir sumarið og Svíarnir tiltölulega vel dreifðir.

En það er áhugavert að huga að því hvert við stefnum með þennan fjölda. Þið munið eftir því að í stefnumótuninni sem að fór fram fyrir árið 1995-2005 þá var gert ráð fyrir um 8% meðalaukningu á ári og það hefur tekist. Ég hef tekið mér það bessaleyfi án þess að hafa verið í neinni framtíðarnefnd eða tekið þátt í stefnumótuninni sem að ekki er farin í gang ennþá að framskrifa þetta aðeins lengra til þess að gera okkur grein fyrir því hvert við stefnum með ákveðinni vaxtarþrósentu. Þið sjáið að svarta línan er sú lína sem að er raunveruleg, þið sjáið dýfuna sem að kom þarna eftir 2000 og við erum búin að ná okkur upp úr

aftur og upp á það sem að ráð var fyrir gert. Ef að við næðum nú 10% aukningu þá værum við komin innan 5 ára í 500.000 ferðamenn. Ef við næðum 8% þá tæki það eitthvað aðeins lengri tíma og ef við næðum ekki nema 4,5% þá myndum við í raun lenda undir því sem að lagt var upp með 1995.

Þið sjáið að 500.000 ferðamenn innan 5 ára, erum við tilbúin í það? Við þurfum að svara því á öllum stigum þjónustunnar.

Pínulítið um staðreyndirnar sem að blasa við okkur. Þetta hefur komið fram áður að gistinóttum á hótelum hefur fjölgað um tæp 7% í ár og þá erum við bara að tala um janúar - september. Það eru bara erlendir gestir sem að standa fyrir fjölguninni, okkur hefur ekki tekist að fjölga Íslendingum á hótelum. Það er hlutfallslega miklu meiri aukning gistinátta erlendra gesta yfir vetrartímam heldur en að sumrinu og það er í samræmi við þá stefnu sem að mörkuð hefur verið. Við getum skoðað þetta og nú koma nokkrar leiðinlegar glærur með tölum en ekki leiðinlegri tölur en það að þær sýna árangur. Ef við tökum þetta mánuð fyrir mánuð þá sjáið þið heildarfjölgunina ár frá ári og það hefur satt að segja fækkað Íslendingunum en fjölgað útlendingunum. Janúar var þarna, febrúar kemur hér nákvæmlega eins og mars. Þetta er vetrartíminn, gætið að því, og apríl - ennþá fjölgun en fækkun meðal Íslendinganna. Í maí er fjölgun og í júní er fjölgun og í júlí er fjölgun útlendinga en Íslendingar standa í stað. Þarna er verk að vinna.

Hvernig lítur þetta svo út í ár. Erlendum gestum hefur fjölgað um 12,1% miðað við sama tíma í fyrra og þá erum við með september tölur og Bretunum hefur fjölgað um 24,7%. Bandaríkjamönnum hefur ekki fjölgað í ár en þess ber þó að geta að þeim hefur fjölgað síðustu 4 mánuði í röð þannig að þeir munu vera komnir á par um áramót. Þjóðverjum hefur fjölgað um 20,5% og Norðurlandabúum um tæp 10% og Frakkar hafa dottið hér niður, ég man ekki en þeim hefur fjölgað talsvert. Síðan eru hástökkvarar líka í suður Evrópu en það eru Spánn og Ítalía sem hefur fjölgað um meira en 22%.

Þegar við skoðum þessar tölur þá skulum við muna að það vantar Norrænu farþegana, það vantar millilandaflug frá Egilsstöðum, Akureyri og Reykjavík og við metum það svo að það sé um 3-4% erlendu gestanna.

Hvernig lítur þetta svo út 24 mánuðum eftir 11. september? Við settum aðgerðaáætlun í gang í október og brugðumst við aðstæðum til þess að verja árangurinn. Stjórnvöld vörðu 450.000.000 síðustu 2 ár til markaðsstarfs og það var nýtt fjármagn umfram hefðbundin verkefni. Svo virðist sem það hafi tekist að verja góðan árangur ferðaþjónustunnar og árangurinn virðist vera meiri hér en í nágrannalöndunum. Ákvarðanir stjórnvalda og greinarinnar og aðferðafræðin til varnar aðstæðum voru réttar.

Nú veturinn framundan, það er alveg öruggt að sætaframboð til Íslands eykst verulega og það er vegna Iceland Express og Greenland Air. Þetta gæti numið

um 50.000 sætum á Bretlands og Danmerkur markaðinn en það er visst áhyggjuefni hjá sumum með bókunarstöðuna fyrir veturinn og þá minnum við á það auðvitað að það er sístyttri bókunarfyrirvari og þið munið öll hvernig okkur leið mjög snemma í ári þegar við töldum að það væri léleg bókunarstaða fyrir vorið og sumarið. Það skilaði sér allt saman.

Nú framundan eru síðan samstarfsverkefni í almennu kynningunni. Þau eru á næstu 4 mánuðum rúmlega á fullum þunga eins og verið hefur. Það er aukið gistiframboð. Það mun væntanlega leiða til lægra verðs í vetur. Það er aukið sætaframboð sem líka mun leiða til lægra verðs. Krónan er veikari sem að eykur eftirspurn eftir Íslandi og við erum komin með mjög góða söluvöru á lágönninni vegna þess að það hefur farið fram mjög mikil vöruþróun yfir veturinn.

Hvað er að gerast í nágrennalöndum okkar. Hér erum við að skoða gistinætur í janúar - júlí og þetta eru sambærilegar tölur. Þarna erum við að sjá 5-10% færri gistinætur í öllum nágrennalöndunum okkar meðan að á Íslandi erum við komin yfir 10% aukningu á þessu ári.

Hverju á þá að skila þessi aukna markaðssetning, aukið sætaframboð, aukið gistirými, betri söluvara, lægra verð í flugi og gistingu, veikari króna, betri söluvara að vetri og aukin trú á ferðalög í markaðssvæðunum okkar, hraðari viðsnúningur úr lægðinni en í nágrennalöndunum. Ég vænti þess að við munum eiga áframhaldandi gott samstarf og ég vil þakka öllum þeim sem að unnið hafa með okkur í markaðsverkefnunum að undanförunu, það hefur verið lærdómsríkt og gott og vonast til góðs samstarfs áfram.

Kærar þakkir.

Hannes Hilmarsson

Samgönguráðherra og aðrir gestir.

Mig langar til að byrja á því að þakka fyrir þann heiður sem að mér er sýndur að fá að koma hérna og tala. Ég er búinn að læra mjög mikið í morgun og það sem ég ætlaði að koma með smá innleg í þetta er kannski meira sem snýr að því hvað við erum að gera í Skandinavíu. Umræðan hér mótast mikið af aðstæðum hérna heima á Íslandi en jú við erum starfandi á þessum erlendu mörkuðum þannig að ég ætlaði að reyna að gefa ykkur smá innsýn án þess að þetta erindi gefi ykkur fullnægjandi mynd en hún gefur ykkur vonandi innsýn í það hvað við erum að gera og hvernig við erum að vinna.



Fyrst langar mig til að byrja á að sýna ykkur aðeins bara þessi 3 lönd sem að við erum að tala um sem að eru í svæðinu Skandinavíu. Noregur, þarna erum við að tala um mjög efnað land. 4,5 milljónir manna og þeir eru náttúrulega

mjög vel staddir út af olíuauðnum en þeir hafa nú ekki pumpað því beint út í verðlagið eða neysluna þannig að þeir eru með svona mjög hógværan hagvöxt.

Danmörk: það sem einkennir þá er mikið af miðlungsstórum frumkvöðlafyrirtækjum. Danir hafa náttúrulega ekki miklar náttúruauðlindir þannig að þeir byggja mjög mikið á hugviti og þeirra stærð er 5,37 milljónir manna.

Svíþjóð: er langstærsta efnahagssvæðið en það sem er eftirtektarvert með Svíþjóð, 9 milljónir manna, er að þeir eru líka fátækasta landið ef þið takið þjóðartekjur á mann og mér fannst mjög merkilegt að sjá þessa setningu "Uppbygging nýrra fyrirtækja er veikleiki". Öll 50 stærstu fyrirtækin í Svíþjóð voru stofnuð fyrir 1970 og ég held að þetta lýsi dálítið því vandamáli sem að Svíarnir eiga við í dag að það er ekki alveg sama framþróun hérna í atvinnulífinu eins og er í Noregi og Danmörku.

Mig langar aðeins að fjalla um ferðamennina frá Skandinavíu. Ársæll greindi nú frá þessu mjög vel í morgun en ég vil undirstrika það að Skandinavía er stærsta markaðssvæðið og það er mjög gaman að sjá það að Ferðamálaráð sé loksins að koma með skrifstofu í Skandinavíu þar sem að þetta er gríðarlega mikilvægt svæði fyrir íslenskan ferðaiðnað.

Þetta sýnir okkur þróunina í þessum þremur löndum og það vantar reyndar inn eitt ár þar sem statistíkin týndist en við erum að fá smá skell í Skandinavíu eftir árið 2000 sem var náttúrulega metár og þar eru margir ytri þættir sem að menn vita um og hefur verið talað um sem að eru að há markaðnum og ekki síst veikleiki í efnahagslífinu. Menn mega ekki vanmeta hvað gríðarlega mikilvæg áhrif efnahagslífið hefur á þróunina sérstaklega ef að við erum að tala um ráðstefnu og fyrirtækjamarkað þá er það fyrsta sem að fyrirtækin draga saman, það eru ferðalög.

Mig langar aðeins að fjalla núna um þessar áherslur í markaðsstarfinu og þetta er kannski einfölduð mynd. Við erum að tala um í raun og veru 3 megin áherslur í markaðssetningu og það eru þessar sumarferðir, svo ráðstefnur og fundir og svo borgarferðir. Mig langar aðeins að sýna ykkur innviðina í hugsunarhættinum á bak við þetta.

Ef við skoðum sumarferðirnar þá í raun og veru hafa þær staðið í stað í Skandinavíu. Það hefur ekki verið vöxtur á þessum markaði og þetta eru náttúrulega þessar lengri ferðir þar sem að náttúra Íslands er náttúrulega samnefnari, allskonar tegundir af ferðum og þetta er þetta fræga tímabil, háönnin sem að við tölum um. Þetta er náttúrulega mikilvægt tímabil því að það eru mörg Íslensk ferðapjónustufyrirtæki sem að lifa af þessu tímabili og þarna ná fyrirtækin líka hærri verðum. Allavega í Skandinavíu höfum við séð þennan markað aðeins dragast saman og í ár braust náttúrulega út stríð á versta tíma, einmitt á þeim tíma sem að fólk er að bóka þessar ferðir og ég tel að það hafi

háð mjög allavega frá Skandinavíu túrismanum. Það sem að í raun og veru við stöndum frammi fyrir hér er að reyna að auka eftirspurnina. Það er annað hvort með vörubröun eða með því að finna nýja markhópa og allt kallar þetta á samstarf og samvinnu aðila sem að eru á markaðnum.

Markaðsstarfið sjálft er ekki bara auglýsingar. Almennatengslin hafa reynst okkur sennilega best. Hér er eitt dæmið um grein í "Alt for damerne", heilsíðu auglýsing í þessu blaði held ég að kosti um 700.000 og þarna vorum við að fá 8 blaðsíðna umfjöllun og þessi markaðssetning er mjög verðmæt. Hún byggir á því að við tökum blaðamenn í skipulagðar ferðir til Íslands og svona stýrum þeim inn, þeir skrifa náttúrulega það sem þeir sjá en skipulagið þarf að vera gott til þess að skrifin verði góð. Nú við gerum allskonar "promotions" með allskonar samstarfsaðilum. Við höfum mikið í gegnum sjónvarpsstöðvar og svo höfum við gert auglýsingar náttúrulega og við erum að styðja okkar samstarfsaðila og svo undirstrika ég að við erum að gera þarna auglýsingaherferð í samvinnu við Ferðamálaráð.

Nú myndin er fullkomnuð með því að það er fullt af aðilum á markaðnum og þeir eru mjög mikilvægir þannig að heildarmyndin af markaðsstarfinu svona samsvarar sér ágætlega á þessari mynd.

Ef við skoðum aðeins ráðstefnumarkaðinn þá er hann sennilega sterkastur í Noregi og svo Svíþjóð og hann er svona minnstur í Danmörku en hefur verið í ákveðnum vexti. Það er mjög algengt að fyrirtækin í Skandinavíu haldi svona hvataferðir fyrir starfsmennina. Skattar eru háir og þetta er einhverskonar óbein launauppbót þegar fyrirtækin bjóða mönnum að fara í svona ferðir. Þetta er mjög mikilvægt markaðs segment. Það er hærra meðalverð yfirleitt, þetta dreifist inn á lágönn og öxlina og þetta eru líka viðskipti sem að koma inn í miðri viku sem að er ekki síst mikilvægt yfir vetrartímam. Þessi markaður er sérstaklega mikilvægur fyrir sveiflum í efnahagslífi því að fyrirtækin skera þennan lið óspart niður og það höfum við séð í Skandinavíu.

Það sem við erum að gera hér er í raun og veru bara áframhaldandi uppbyggingarstarf, að skapa Íslandi sérstöðu og að koma Íslandi á blað sem spennandi og raunhæfum valkosti þegar fólk er að fara með ráðstefnuna sína erlendis.

Hér erum við í raun og veru að tala um að markaðsstarfið beinist hjá okkur að því fyrst og fremst í Skandinavíu að ákvörðunartökunni í fyrirtækjunum. Það eru líka sérhæfðir milliliðir og það er mun ódýrara og auðveldara að fara í gegnum milliliðina og það er kannski svona algengast líka þegar menn hafa ekki mikið fjármagn. Gallinn við það er ef að milliliðirnir trúu ekki á vöruna þá bjóða þeir hana ekki áfram til kunnans og milliliðirnir verða að vera mjög öruggir með það að Ísland hafi þau gæði áður en að þeir geta tekið Ísland fram yfir Barcelona eða aðrar borgir sem að valið stendur um. Hér höfum við lagt mikla áherslu í markaðsstarfinu með Ferðamálaráði að kynna Ísland í öllum viðskiptablöðunum,

við höfum gefið út 3 sérstök dagblöð um Ísland sem ráðstefnuland og erum að auka mjög meðvitund um það að Ísland hafi gæðin þannig að fólk treystir því að söluaðilarnir treysti því að mæla með Íslandi og fyrirtækin sjálf sjái Ísland og biðji um Ísland. Svo erum við náttúrulega að sjálfsögðu með auglýsingar á þessa sérhæfðu aðila og mikið markaðsstarf en markaðsstarfið okkar með Ferðamálaráði hefur byggst á þessari ákvarðanatöku innan fyrirtækjanna.

Hér eins og annarsstaðar erum við að höfða inn á almannatengsl. Hérna er dæmi um grein í "Bussen", skemmtileg tilviljun að það var grein um SAS á forsiðunni en svona umfjöllun er náttúrulega alveg ómetanleg fyrir okkur og fyrir þennan markhóp. Við höfum keyrt "promotions" og auglýsingarnar hafa eins og ég sagði áðan farið inn á þessi þrjú megin viðskiptablöð í Skandinavíu þar sem að við höfum gefið út þessi sérblöð til að kynna betur Ísland og byggja upp jákvæða ímynd. Við erum að sjálfsögðu í nánú samstarfi við alla aðilana á markaðnum sem að sérhæfa sig í að gefa út sérhæft kynningarefni fyrir þetta markaðssegment.

Að lokum þá eru það borgarferðir og hérna erum við í raun að sjá markað sem að við erum að byggja upp í Skandinavíu. Það sem að er áskorunin hér er að við erum að keppa við aðrar borgir og við erum að reyna að yfirvinna þessa ímynd sem að Reykjavík hefur að vera bæði köld og dýr. Þetta er mikilvægur markaður því að hann kemur á veturna og axlirnar og jafnar upp sveiflurnar þegar fyrirtækjamarkaðurinn svíkur okkur eins og hefur gerst síðustu tvö árin í Skandinavíu. Við höfum séð að þó svo að tölurnar hafi ekki kannski sýnt vöxt í heildina þá höfum við séð mikinn vöxt í þessum markaði því að fyrirtækin hafa dottið aðeins niður síðustu tvö árin.

Þarna erum við í mikilli samkeppni, við erum að tala um að fólk er að fara í þessar stuttu borgarferðir í 3-4 nætur og þar eru keppnautarnir aðrar borgir. Það er svona meiri harka hérna í samkeppninni og í verðsamkeppninni á þessu. Hér er mikilvægt að skapa Íslandi sérstöðu og það er gert með þessu átaki sem við köllum "Íslenski kokteillinn". Hér í raun og veru höfum við unnið mjög mikið starf og höldum því áfram að koma Reykjavík á innkaupalistann hjá fólk þannig að það hugsi um hinn svokallaða "topp 10" lista. Þið heyrðuð hér í morgun um afrekin í Bretlandi að þetta er margra ára vinna sem að liggur þar að baki að koma Íslandi á toppinn sem ferðamannalandi og það er svona samspil margra þátta og ég kem aftur inn á þetta að hér er blaðamannaáhersla sem að sýnir svona þetta segment. Það er talað um "trend" í Reykjavík að blaðamenn hafa pikkað þann vinkil upp og við höfum gert eins og ég segi margvíslegar "promotionir" í gegnum MTV og Sony og allskonar fyrirtæki þar sem að við erum að koma og borga mjög lítið fyrir að fá Ísland inn víða eins og Jagermeister herferðin hjá Sony og MTV, þarna eru margar milljónir sem að sjá Ísland kynnt þannig að þessar kynningar eru í raun og veru gríðarlega mikilvægar og koma kannski ekki mikið fyrir ykkar augu sem að eruð hérna á Íslandi.

Hérna er dæmi um þetta átak sem við höfum gert með Ferðamálaráði. Það er undir þemanu "Íslenski kokteillinn". Þar erum við að reyna að yfirvinna þessa köldu og dýru ímynd og ég tók með mér kynningarefni sem að ég get haft þarna frammi á borðunum þannig að þið getið séð og skoðað þessi dæmi um þessa markaðsetningu.

Í raun ætla ég ekki að hafa þetta lengra en ég vildi kannski bara í lokin þakka sérstaklega Ferðamálaráði og opinberum stjórnvöldum fyrir mikið hugrekki sem þeir hafa sýnt í því sem að þeir hafa gert þegar kreppan kom 2001 og það er engin spurning að svartnættið var alveg gríðarlegt. Menn vissu ekki hvort að það yrði morgun eða næsta ár og á þessum tíma sem að 11. september kom þá fórum við í gang með markaðsáttak styrkt af ríkinu og það var talað sérstaklega um það, allavega hjá mér hversu djarfir við vorum. Það vildi enginn auglýsa, menn skáru allt niður og á þeim tíma þá vorum við í raun og veru bara kannski dálítið "solo" á markaðnum af því að það voru ekki það margir að auglýsa og þessi framsýni að gera þetta svona ég held að allir séu sammála um það að þetta hafi verið rétta leiðin að bregðast við og jú við fengum smá dynk en við sáum það strax að við erum strax komin upp á lappirnar og erum komin aftur á leið með að slá við metárinu 2000. Þannig að ég vildi bara í lokin þakka sérstaklega Ferðamálaráði, Ársæli og Magnúsi fyrir mjög gott samstarf. Takk fyrir.

Svanhildur Konráðsdóttir

Ráðherra, ágætu ráðstefnugestir. Ég er forstöðumaður Höfuðborgarstofu og ég ætla hér í þessu stutta innleggi sem að verður algerlega ómyndskreytt segja ykkur annarsvegar aðeins af Höfuðborgarstofu og því starfi sem að við höfum verið að vinna það sem af er þessu ári og lítur auðvitað að nýjum áherslum í markaðssetningu og kynningu á Íslandi. En síðan aðeins kannski að leggja inn svona í umræðuna sem að vonandi verður líflæg hér á eftir það sem ég tel vera mikilvægt í markaðssetningu til framtíðar.



Nú Höfuðborgarstofa tók til starfa núna í byrjun þessa árs. Reykjavíkurborg eins og hefur komið hér fram í dag hafði komið að markaðs- og kynningarmálum áður og þá í gegnum Markaðsráð ferðaþjónustunnar en hinsvegar sýnir stofnun Höfuðborgarstofu í rauninni þann mikla áhuga sem að Reykjavíkurborg sýnir nú á því að efla ferðaþjónustu í Reykjavík og á höfuðborgarsvæðinu og leggja sitt mjög markvisst af mörkum til þess að styrkja þessa grein á landsvísu.

Nú okkar verkefni eru í grunninn þríþætt. Við vinnum sem sagt að ferðamálum og markaðssetningu á Reykjavík sérstaklega sem höfuðborg Íslands. Við sjáum um stóru viðburðina sem að Reykjavíkurborg skipuleggur að mestu eins og menningarnótt, vetrarhátíð, hátíð hafsins, aðventuviðburði og fleira. Og síðan í þriðja lagi og ekki síst mikilvægt fyrir þennan hóp sem að hér er þá rekum við

upplýsingamiðstöð ferðamanna í Reykjavík sem að er held ég að öllum öðrum ólöstuðum sú miðstöð sem helst má kallast landsmiðstöð á Íslandi.

Á þessu ári og í raun á síðasta ári fór af stað undirbúningur fyrir stefnumótun í ferðamálum fyrir Reykjavík til ársins 2010. Þá fórum við svona yfir sviðið sem að áður hafði verið ágætlega unnið en endurskoðuðum alla hluti. Reykjavík hafði áður verið kynnt undir slagorðinu "Next door to Nature". Það hafði verið að virka bærilega en okkur fannst eins og að ástæða væri til að skoða hvort að borgin hefði nú ekki vaxið og dafnað þannig og fullorðnast svo að hún stæði undir því að áherslurnar og athyglin beindist betur að henni.

Við kölluðum til samráðs um 200 eða á annað hundrað samráðsaðila að þessari stefnumótun og mörg ykkar sem að hér eruð þekkið þá vinnu. Þessi stefnumótun verður kynnt í janúar. Upp úr þessari vinnu hefur sprottið nýtt slagorð fyrir Reykjavík og þetta slagorð er "Pure Energy" og til þess að útskýra það svolítið þá fórum við nú í gegnum held ég dálítið ítarlega könnun á því hvað væri nú að virka best. Við skoðuðum og könnuðum viðhorf og vilja helstu samstarfsaðila okkar, við athuguðum það hvernig þetta slagorð og ýmis önnur sem að komu til greina væru að virka á mismunandi mörkuðum og þetta var það slagorð sem að fékk yfirgnæfandi flest atkvæði og naut mestra vinsælda og virtist virka best af því sem að við höfðum í huga.

Þetta slagorð segir ansi margt teljum við um Reykjavík og við teljum að þetta vinni gríðarlega vel með þeim áherslum sem að hafa verið lagðar á Ísland í heild. Þetta sprettur ekki upp úr tómarúmi heldur upp úr því að auðvitað skiptir orkan okkur og hreina orkan gríðarlega miklu máli. Við höfum verið að leggja áherslu á Reykjavík sem heilsuborg, við höfum verið að leggja áherslu á sundlaugarnar og svona "spa-kúltúr" á umliðnum árum en þetta hefur líka mikið að gera með þá þróun sem er að verða varðandi nýja orkugjafa eins og vetnisverkefnið sem að er að vekja gríðarlega athygli um allan heim og segir eitthvað um framtíðarsýn borgarinnar. Þetta segir eitthvað líka um íslenska menningu og kraftmikið mannlíf, um sköpunarkraft og um dirfsku, um athafnalíf og hugmyndaauðgi. Það er þetta sem að við viljum segja um Reykjavík. Við viljum segja, jú þú getur komið hingað og skemmt þér konunglega og farið út á næturlífið en það er ekki bara það sem að Reykjavík stendur fyrir. Hún er ekki bara sollurinn. Hún er líka þessi skemmtilega borg og fjöruga borg og hún kemur þér á óvart.

Við erum hinsvegar að horfa á Reykjavík í samhenginu við Ísland. Reykjavík er ekki áhugaverð nema í samhenginu Ísland. Hún er gáttin að Íslandi og þess vegna leggjum við áherslu á höfuðborgarhlutverkið bæði í titli þessarar ágætu stofu en líka í öllu okkar starfi. Þannig að í því samhengi erum við að vinna.

Nú áherslur okkar í markaðsmálum hingað til og ég geri ráð fyrir að þær verði þannig á næstu árum, það er allavega það sem að stefnumótunin segir til um, það eru eiginlega þrjár stoðir getum við sagt. Það er menningartengd

ferðapjónusta, og það er ansi margt sem að ég get nefnt sérstaklega í því sambandi sem að við höfum verið að vinna að. Til dæmis má nefna sjóðinn "Reykjavík - loftbrú" sem að er svona ný leið til að vinna að menningartengdri ferðapjónustu eða þ.e.a.s. að kynna borgina út frá menningunni. Við erum að aðstoða framsækið tónlistarfólk til að komast út fyrir landsteinana gegn því eða í því samhengi að það sé að kynna Reykjavík sem spennandi og nútímalega menningarborg og það er að kynna íslenska menningu sem kraftmikla og áhugaverða.

Nú það er áhersla augljóslega á heilsutengda ferðapjónustu og hreinleikann og það hefur gríðarleg uppbygging átt sér stað í þessum geira bæði í borginni og í nágrenni hennar og síðast en ekki síst þá er það ráðstefnuborgin og það er auðvitað ekki síst í ljósi þess að Reykjavíkurborg og ríkið eru nú að ráðast í einhverja stærstu framkvæmd á þessum vettvangi sem að farið hefur verið í þ.e.a.s. tónlistar og ráðstefnuhúsið. Það er ekki seinna vænna en að fara að spýta í lófana held ég á þeim vettvangi.

Nú við höfum opnað ferðavefsvæði sem að heitir "visitreykjavik.is", við höfum einmitt staðið í útgáfu og allskyns kynningarviðburðum, almannatengslum og fleira í þeim dúr þannig að við erum rétt að byrja. Þetta hefur verið gríðarlega skemmtilegur tími og held ég svona upptakturinn af því sem að koma skal.

Nú aðeins af því að þetta á að vera stutt innlegg og ég vonast til að við komumst í umræðurnar sem allra fyrst þá ætla ég að nefna það sem að ég held að skipti hvað mestu máli varðandi markaðssetningu og nýjar áherslur í kynningu á Íslandi. Það er í fyrsta lagi samstarfið og ég held að þessi leið sem að hefur verið farin sé geysilega góð. Þetta útboð á fjármunum, þetta hugtak "króna á móti krónu" er eitthvað sem að mér finnst vera snjallt og skynsamlegt og ég held að hafi virkað. En, að mínu mati er mjög mikilvægt nú eftir að farið er í þriðja árið í þessari nálgun að menn endurskoði aðeins það sem að liggur til grundvallar þ.e. kriteriuna ef svo má segja sem að liggur til grundvallar þessu samstarfi.

Hér hefur það komið fram hjá Hannesi og það meira að segja stendur í Morgunblaðinu og við trúum því nú að það er að auglýsingabirtingar eru afar takmörkuð leið í markaðsstarfi. Í ágættri könnun sem að ég hefði nú gjarnan viljað sjá meira af og ég veit að hér í salnum er maðurinn sem að stóð á bak við hana, Rögnvaldur Guðmundsson, og birt er hér að hluta í Morgunblaðinu í morgun þá segir að um 7% aðspurðra erlendra ferðamanna hafi heyrt um Ísland eða séð eitthvað um Ísland í gegnum auglýsingar. Hinsvegar er mun stærra hlutfall sem að hafði heyrt eitthvað um Ísland í gegnum ferðaskrifstofur eða vini og vandamenn. Ég held sum sé að við þurfum aðeins að víkka þessa hugsun og í framhaldi af því þá vil ég segja að ég held að við eigum að beita skapandi hugsun í markaðsstarfi. Við eigum að horfa vítt, við eigum að hugsa til þess að tækifærin leynast mjög víða og þau leynast ekki einu sinni heldur eru þau mjög hrópandi mörg hver og vísandi aftur hér í Morgunblaðið þá var í

morgun sagt frá því að Ólafur Elíasson var að opna þessa glæsilegu sýningu í Tate Modern, það var sagt frá því að Sigurrós er að slá í gegn í New York með Mase Cunningham. Við getum nefnt Nóa albinóa, við getum nefnt Rúrí á Fenejartvíæringnum sem að kallaði á 60-70 blaðagreinar um hana og um Ísland og um íslenska menningu. Við getum nefnt Björk að sjálfsögðu. Þannig að horfum vítt og grípum tækifærin hvar svo sem að þau gefast. Þau felast líka í landsleiknum í Hamborg sem dæmi.

Nú aðeins varðandi innra markaðsstarfið sem að ég held að sé gríðarlega mikilvægt og ekki síður mikilvægt heldur en hið ytra og það er að upplýsingamiðstöðvar eru að mínu mati lykillinn og það staðfesta tölur um að meirihluti ferðamanna koma á eigin vegum, þeir þurfa upplýsingar hér. Framboð á menningartengdri afþreyingu og slíku kallar á það að upplýsingarnar séu ítarlegar og aðgengilegar. Þannig að eflum upplýsingamiðstöðvar á Íslandi, ég held að það sé gríðarlega mikilvægt mál. Ég held að við eigum líka að gera okkur sjálf að betri gestgjöfum og það lítur að gæðamálum og það lítur að framþróun. Þetta er hægt að gera með ýmsu móti og við höfum ýmsar hugmyndir um það.

Ég held að það að búa til nýtt samhengi skipti öllu máli líka og það gerðist nú bara hérna í hádeginu yfir salatbarnum að Hafnfirðingar og Borgfirðingar eystri fóru að ræða málin og ég held bara hreinlega að það sé spröttið upp úr því nýtt safn eða safnanet sem að er svona fyrsti vísirinn að því. Þannig að hugsum í samhengi og stuðlum að samvinnu. Ég hlakka til að eiga þátt í góðum umræðum hér á eftir. Takk.

Gunnar Rafn Birgisson

Samgönguráðherra, fundarstjórar, góðir fundarmenn. Ég ætlaði að fara í gegnum þessi mál út frá okkar sjónarmiði og það sem ég ætlaði að reyna að gera var það að reyna að skoða þetta hvað varðar framtíðina af því að það var nú markmiðið með því sem að við áttum að gera. Mér finnst við vera að spá dálítið mikið í tölur og fortíðina en við þurfum líka að spá fram í tímann finnst mér.



Við þurfum samt kannski að byrja aðeins á fortíðinni. Ég held að það beri sérstaklega að fagna þeirri þróun hjá opinberum aðilum sem að hefur leitt af sér aukið opinbert fé til markaðs- og kynningarmála í ferðaþjónustunni á undanförunum árum. Gerum okkur grein fyrir því að við erum að sjá **770.000.000** á þremur árum, 2002-2004 og þetta er umtalsverð upphæð og við getum öll glaðst yfir því saman að þetta sé að gerast í greininni. Við erum búin að tala lengi um það að það hafi litlir peningar komið inn í greinina.

Það er kannski ekki að ástæðulausu sem að menn eru farnir að sjá það að það kannski borgar sig að spila með okkur. Ég var á fundi um daginn með Magnúsi

Oddssyni og þá skaut hann á það að skatttekjur ríkisins væru um 9 milljarðar á ári, beinar skatttekjur ríkisins af ferðapjónustunni. Þannig að ég myndi segja að þetta væri mjög góð fjárfesting fyrir hið opinbera.

Ef við skoðum aðeins hvernig þessir peningar hafa verið á undanförunum árum þá var það 2002 að það fóru 150 milljónir, 2003 voru það 300 milljónir og þar af var úthlutað 185 milljónum til erlendra verkefna. Ég átti svolítið erfitt með að átta mig á því hvernig restinni var ráðstafað. Það voru reyndar í kringum 50 milljónir sem að fóru í verkefni hér innanlands veit ég en restinni veit ég ekki alveg hvernig var varið en Magnús getur hugsanlega sagt okkur það. Síðan sjáum við fram á það að þá á eftir að úthluta þeim peningum eftir því sem ég veit best 320 milljónum fyrir komandi ár.

Þetta var það sem ég ætlaði að segja um stefnumótun og þessvegna var ég mjög glaður og ánægður þegar ég sá þessa skýrslu sem var að koma "Íslensk ferðapjónusta - framtíðarsýn" og ég hlakka til þess að lesa hana vegna þess að mér hefur fundist það vera langt síðan að menn settust niður og spáðu í stefnumótun fyrir greinina. Ég var með í starfshópi 1996 sem að var í því að vinna að stefnumótun og mér finnst kannski raunverulega lítið hafa áunnist síðan eða lítið nýtt verið gert. En núna er greinilega orðin breyting þar á og ég hlakka virkilega til þess að lesa skýrsluna eins og ég sagði.

Markaðsstarf Ferðamálaráðs, ég varð svolítið fyrir vonbrigðum þegar ég var að hlusta á Ársæl vegna þess að þótt að þessar glærur sem að við vorum að skoða og tölfræði væri virkilega áhugaverð og gaman að skoða hana þá sá maður ekkert um það hvað Ferðamálaráð Íslands ætlaði að gera á árinu 2004. Hver er þeirra markaðsáætlun fyrir næsta ár? Mér finnst það að Ferðamálaráð Íslands eigi að búa til sína eigin markaðsáætlun og eigi að hafa sínar eigin skoðanir á því hvernig eigi að ráðstafa fjármunum í markaðsstarfi hér á landi.

Viljum við horfa á Ferðamálaráð sem einhverskonar ferðamálasjóð eða milligönguaðila sem að tekur að sér að úthluta opinberu fé eða viljum við það að Ferðamálaráð sé virkilega að taka til hendinni í markaðssmálum. Ég held að það sé ekki gott fyrir Ferðamálaráð eða greinina að það sé verið að úthluta peningum til Ferðamálaráðs sem að síðan séu taldir sem fjármagn til ráðsins og síðan hafi Ferðamálaráðið raunverulega ekkert með þessa peninga að gera eins og var kannski með stóran hluta af þeim peningum sem að var úthlutað á síðasta ári.

Ef við förum aðeins í gegnum það hvernig þessir peningar hafa farið og ég bið menn þá bara vinsamlegast um að leiðrétta mig ef að ég fer með rangt mál og á árinu 2002 þegar við höfðum um 150 milljónir til ráðstöfunar þá fengu Flugleiðir held ég meginþorrann af þeirri upphæð. Á árinu 2003 þá fengu Flugleiðir 86% af upphæðinni sem að var til ráðstöfunar. Við vitum ekki hvernig þetta er á árinu 2004, þegar ég segi 86% þá voru 185 milljónir sem að voru notaðar erlendis. Þessar 185 milljónir ef að við skoðum þær nánar þá voru settar 58 milljónir í

meginlandsmarkaðinn. Þar fengu Flugleiðir 46 milljónir eða 79%. Á Bretlandi voru þeir með 33 milljónir eða 92%. Á Norðurlöndum voru þeir með 82% og í Norður-Ameríku eru þeir með 98%.

Flugleiðir eru mikilvægir, ég er alveg sammála því að þetta er mikilvægt fyrirtæki fyrir okkur öll í greininni en mér finnst þetta eiginlega einum of. Er allt eins og best verður á kosið? Getum við verið sátt og haldið áfram á þeirri braut sem að hefur verið mörkuð? Erum við ánægð með þá útfærslu sem að hefur verið farin við úthlutun þessara fjármuna? Ég segi, ekki alveg. Ég er ánægður með að þessir peningar hafa komið inn, ég er ánægður með það að við sjáum að við erum að ná árangri í markaðssetningunni - það er gott en við getum gert betur.

Ég vil meina það að þessar forsendur sem að voru notaðar á síðasta ári til þess að ákveða hvernig peningunum væri ráðstafað þær séu hæpnar. Ég ætla að rökstyðja það á eftir. Hinsvegar þá tel ég það að þessi stuðningur við Flugleiðir strax eftir 11. september sé mjög vel réttlætanlegur vegna þess að það var mjög alvarleg krísa uppi og menn urðu að grípa til aðgerða strax og gerðu það og ég held að það hafi bara tekist vel og ég er sammála mönnum um það. En á árinu 2003 þá voru þessar forsendur ekki að sama skapi til staðar og á árinu 2004 alls ekki. Ég tel að þessi skilyrði sem að hafa verið sett fram séu ekki nægilega vel ígrunduð og þau séu í eðli sínu þannig að þau mismuni fyrirtækjum sem að starfa í greininni. Við þurfum að breyta þessum forsendum fyrir 2004 þannig að fleiri góðar afmarkaðar og vel skilgreindar hugmyndir fá brautargengi.

Í auglýsingunni sem að var sett fram þegar var verið að kalla eftir peningunum þá voru sett fram 3 skilyrði. Þegar ég var búinn að lesa þessi þrjú skilyrði þá ákvað ég það fyrir hönd míns fyrirtækis að sækja ekki um peninga í þennan sjóð vegna þess að ég sá ekki fram á það að við raunverulega stæðumst þessi skilyrði. Þó erum við að markaðssetja Ísland allt árið um kring. Fyrsta skilyrðið gekk út á það að þetta væri almennt kynningar- og markaðsverkefni sem að hvetti neytendur til Íslandsferða en það vill bara þannig til að um langflest fyrirtæki í ferðaþjónustunni vil ég meina hérna heima að þetta eru ferðaþjónustufyrirtæki sem að eru að starfa á fyrirtækjamarkaði. Viðskiptavinir okkar eru oftast en ekki fyrirtæki og við erum yfirleitt ekki að tala við neytendur beint og við höfum bara því miður ekki efni á því.

Annað skilyrðið miðaði að því að þetta þyrfti að vera verkefni sem að styrkti ferðaþjónustuna um allt land og á heils árs grunni. Ég held að þetta sé svona pínulítið því miður, ég er ekkert að segja að það sé gott en ég held að þetta séu pínulítið gagnkvæmt útilokandi þættir. Það er miklu auðveldara að selja Reykjavík yfir veturinn og við verðum bara að viðurkenna það heldur en landsbyggðina. Við verðum líka að horfa á það að u.þ.b. 50 % ferðamanna eru að koma ennþá yfir háönnina og það er fullt af fyrirtækjum sem að eru fyrst og fremst að stóla á þennan tíma. Ég tek bara dæmi um okkar eigið fyrirtæki, við

erum í því að taka á móti erlendum skemmtiferðaskipum. Það er alveg sama hvað við gerum, við munum ekki fá skemmtiferðaskipin hérna í desember.

Þriðja skilyrðið, það var í sambandi við útbreiðslu fjölmiðla sem að áætlað er að nýta í umrædda kynningu. Það er aftur verið að höfða til neytendamarkaðar vegna þess að útbreiðsla fjölmiðla á neytendamarkaði hún hlýtur náttúrulega að vera meiri heldur en útbreiðsla fjölmiðla á fyrirtækjamarkaði. Við vitum það þannig að þetta er svona svolítið svipað og fyrsta skilyrðið finnst mér.

Nú er ég bara að horfa á þetta þröngt. Menn geta horft á þessi skilyrði mjög vítt og horft í gegnum fingur sér með það að menn séu ekki alveg innan rammans en menn geta líka horft á þau stíft og mér heyrðist það áðan þegar menn voru að tala um þetta að það þyrfti að virða forsendurnar og ég held það að ef við eigum að gera það þá þurfum við að vanda okkur við þessa skilmála og þessar forsendur.

Sumir segja að tilgangurinn helgi meðalið og af því að okkur hefur gengið vel og við höfum haft 12% vöxt núna milli ára þá sé þetta bara allt í fína lagi. Ég held það að við getum gert ennþá betur ef að við vinnum betur saman og ef við gerum þetta aðeins öðruvísi.

Það fer enginn í grafgötur með það að það er ekkert fyrirtæki hérna á landinu sem að leggur eins mikið til markaðsstarfs eins og Flugleiðir í krónum og aurum. Við getum öll verið sammála um það en það eru ýmis fyrirtæki í greininni sem að eru að leggja jafnmikinn hluta af sinni veltu eða jafnvel stærra hlutfall heldur en Flugleiðir gera þótt þetta séu mikið minni fyrirtæki og þar af leiðandi minni upphæðir. Menn eru samt að leggja heilmikið á sig í þessum efnum. Þessi glæra hérna segir eiginlega það sama. Það eru fleiri sem að eru að gera góða hluti og vilja fá sín tækifæri líka.

Almenn landkynning eða bein markaðssetning. Við þurfum núna að efla stöðu ferðaþjónustunnar til lengri tíma. Menn hafa talað um hálfa milljón ferðamanna 2007. Markaðsstarf flestra fyrirtækja í ferðaþjónustunni er sértækt og það byggist á meitluðum aðgerðum gagnvart söluaðilum en ekki beinum auglýsingum í tilteknum fjölmiðlum og slíkar auglýsingar þar sem að verið er að auglýsa einhverja ákveðna vöru, kokteila eða eitthvað annað það er skammtímaaðgerðir. Auðvitað er það meira langtíma ef að við værum í alvöru ímyndarauglýsingum þar sem að við erum að byggja eða selja ímynd Íslands en þessar auglýsingar sem hafa verið að birtast, þetta eru auglýsingar um eitthvert ákveðið og tiltekið "product" sem að hefur ákveðið upphaf og ákveðin endi.

Svo líka læðist að manni sá grunur, fyrirgefiði, en maður spyr sjálfan sig hvort að fé til markaðsmála í greininni hafi raunverulega aukist með auknu framlagi ríkisins eða hvort að framlag fyrirtækja hafi hugsanlega minnkað við það að ríkið hefur sett meira í almennt landkynningarstarf. Þurfum við ekki einhvernveginn að passa upp á það að við séum virkilega að sjá meiri peninga.

Við viljum tryggja það að það komi meiri peningar inn í greinina, ekki bara það að ríkið borgi brúsann.

Ég held það að það yrði mikið framfaraskref ef að okkur tækist það þegar við erum að leggja svona mikla peninga í markaðsmálin að það væri slegið á þessa tortryggni og efasemdir sem að maður heyrir hérna á göngum og á kaffihúsum og allsstaðar og enginn þorir að tala um en menn eru svona alltaf að spjalla um. Að þessi verkefni yrðu gerð upp, að við fengjum að vita nákvæmlega hvernig peningunum var ráðstafað. Af hverju er ekki hægt að setja endurskoðanda í það að gera upp svona "project" eins og við gerum upp fyrirtæki. Þannig að við sjáum nákvæmlega í hvað peningarnir fara. Mér finnst það ekki vera neitt feimnismál þótt að stærsta ferðapjónustufyrirtækið fái mestu peningana.

Mikilvægi Flugleiða fyrir ferðapjónustuna er ótvírætt og óumdeilt, við þurfum á öflugum flugfélagi að halda. Landkynning fyrirtækisins er mikil og margir sem að njóta góðs af starfi þeirra og það er fullkomlega eðlilegt að fyrirtækið sé sýnilegt við úthlutun þessara fjármuna en að sama skapi ótækt að það einoki þá.

Hvernig ráðstöfum við auknu fé til markaðsmála? Ég tel að við eigum að hætta að setja peninga í almennar skammtímaaðgerðir í formi auglýsinga á einhverjum kokteilum eða einhverju slíku. Við eigum að ganga úr skugga um að fyrirtækin séu að auka fjármagn til markaðsstarfs og mér finnst það líka að við eigum að skora á aðila eins og Ferðamálaráð sem að er með menn úti á örkinni, úti á markaðnum og sem að hafa raunverulega eins og staðan er í dag kannski ekkert allt of mikla peninga úr að spila, að mér finnst að við eigum að gera kröfu um það að þeir geri sínar eigin markaðsáætlanir og þeir keppi um þessa peninga líka. Taki þátt í því.

Ráðstefnuskrifstofa Íslands, ég vil að hún komi fram með markaðsáætlun og sæki í þessa peninga líka fyrir sína aðila. Og ég vil að skilyrðunum verði breytt þannig að fyrirtæki geti farið í vel skilgreind og afmörkuð verkefni á sínum markaði hver svo sem að þessi markaður er. Takk fyrir.

Óli Jón Ólason

Samgönguráðherra, formaður Ferðamálaráðs, ferðamálastjóri, ráðstefnustjórar og aðrir góðir fundarmenn. Ég vil byrja á því að þakka þann heiður sem að mér er sýndur á gamalsaldri að fá að taka þátt hérna í umræðum um ferðamál og markaðsmál í ferðapjónustu. En eins og fullorðnu fólki er gjarnt þá lifir það talsvert í fortíðinni og því mun ég byrja þar og reyna síðan að tala mig inn í nútíðina og ef tími vinnst til inn í framtíðina sem að þó er alltaf erfiðast.



Þegar ég byrjaði að vinna að ferðaþjónustunni fyrir rúmum 44 árum, löngu áður en mörg ykkar fæddust þá var ekki mikið talað um markaðsmál eða gefið út mikið af bæklingum. Enda til hvers var það? Það var aðeins ein ferðaskrifstofa sem að mátti taka á móti erlendum ferðamönnum, Ferðaskrifstofa Íslands, og hún réði hvar fólk gisti, hvar það borðaði og hún réði líka jafnvel verðinu því að Guð hjálpi þér ef að þú féllst ekki á verðið sem að þeir buðu þér.

Þeir Íslendingar sem að gistu á hótelum á landsbyggðinni voru aðallega sölumenn, menn sem að voru að þjónusta fyrirtæki á viðkomandi stað eða voru í opinberum erindum. Sem sagt menn sem að þurftu atvinnu sinnar vegna að gista en aðrir greiddu fyrir þá. Aðrir Íslendingar gistu yfirleitt hjá ættingjum og vinum enda var yfirleitt litið á það sem skömm að gista á hóteli. En þetta breyttist smám saman, lögum um ferðamál var breytt og þær ferðaskrifstofur sem að fram að þessu höfðu eingöngu sent Íslendinga á sólarstrendur fóru að bjóða erlendum gestum til Íslands.

Loftleiðir tóku upp svokallað "Stop Over" og byggð voru glæsileg hótél og sums staðar úti á landsbyggðinni og ef við skoðum línurit frá komu erlendra ferðamanna frá þessum árum þá sést greinilega hvenær þessi hótél voru byggð því að þá kom alltaf nokkurt stökk í línuritið og til þess að fylla þessi glæsilegu hótél þurftu menn að markaðssetja Ísland og það var gert.

Landsbyggðin reyndi að fylgja eftir, framsýnir menn reyndu að gefa út bæklinga um heimahagana en því miður endaði þetta oftast með sorglegum hætti því að þeir aðilar sem að stóðu að þessu þeir urðu í flestum tilfellum að borga restina úr eiginn vasa því að það gekk erfiðlega að láta menn taka þátt í þessu. Sveitarfélögin afgreiddu þetta mjög smekklega ef að þau á annað borð gerðu eitthvað. Þau settu einhverja peninga í eitthvað ákveðið verkefni í ferðamálum og þar með voru þau búin að afgreiða ferðamálin fyrir a.m.k. eitt tímabil ef ekki tvö.

En svo kom sú tíð að það var enginn maður með mönnum nema að gefa út bækling og litprentaðir bæklingar flæddu um því að allir vildu nú ná í ferðamanninn og það var yfirleitt þannig að það var fengið fallett fólk úr nærsveitunum eða einhversstaðar að til þess að sitja fyrir og konur fóru í sitt fríðasta þúss og voru með strípur og upprúllað hár en það tók oft lengri tíma og tískan var oft dottin út þegar bæklingurinn kom út.

Árangur þurfti til þess að menn gætu unnið saman og fyrir tilstuðlan núverandi samgönguráðherra sem að þá var formaður sveitarfélaga á Vesturlandi voru fyrstu ferðamálasamtökin stofnuð, Ferðamálasamtök Vesturlands. Ferðamálasamtökin unnu mikið og gott starf í markaðsmálum, bæði saman og hvert fyrir sig. Þau buðu starfsfólki ferðaskrifstofa og blaðamönnum í kynningarferðir um sitt svæði. Þau fengu sérstaka útvarpsþætti til að kynna svæði sitt og þegar að fyrsta Vestnorden kaupstefnan var haldin í anddyri Laugardalshallarinnar voru ferðamálasamtökin með stærra pláss en

ferðaskrifstofurnar og það var vel skiljanlegt vegna þess að ferðaskrifstofurnar voru ekkert hrifnar af því að koma Vestnorden á. Þeir vildu ekki hleypa okkur smákörlunum til þess að tala beint við erlendu ferðaskrifstofurnar.

Það var ekki fyrr en Sigfús Erlingsson sem að þá var sölustjóri Flugleiða tók af skarið og sagði að Flugleiðir myndu styðja þetta með því að gefa ódýrt far til Íslands að þetta varð að reynd. En fyrst ég er að tala um Vestnorden þá finnst mér að þar þurfi að gera átak í að breyta. Mér finnst þetta orðið svolítið staðnað. Það eru sömu kaupendurnir, sömu seljendurnir, það er voðalega lítið nýtt sem að kemur þar fram. Þar finnst mér að Ferðamálaráð og þeir sem að standa að Vestnorden þurfi virkilega að taka til hendinni.

Þá erum við komin aðeins inn í nútíðina. Í dag er enginn maður með mönnum nema að hann hafi sína heimasíðu og þá finnst mér ég vera kominn svolítið í hring. Því að alveg eins og með heimasíðurnar, menn búa til fallegar heimasíður en þeir fylgja þeim ekki eftir, fylgjast ekki með hvar þær eru "linkaðar" inn, og þetta er nákvæmlega það sama og var með bæklingana í gamla daga. Menn komu með bæklingana aðeins svona fyrst og síðan var ekkert fylgt eftir hvert bæklingarnir fóru. Dreifingin var ekki nógu góð.

Nú smám saman eftir mikla baráttu margra hefur ríkið séð það að það þurfi að styðja við ferðapjónustuna að við fáum hvergi hærra verð fyrir fiskinn, kjötið, ullina eða annað heldur en þar sem að við erum að taka af ferðamönnunum sem að eru búnir að kaupa sig inn til landsins til þess að nýta það sem að við erum að framleiða. Og það er mjög ánægjulegt hvað þarna hefur komið og þetta "króna á móti krónu" finnst mér mjög gott framlag ríkisins til ferðamálanna og ég vona að það verði áfram reynsla á því.

Mér var sagt að ég ætti að tala í 5-10 mínútur og nú eru held ég 5 mínútur búnar eða meira en það er eitt sem að mér finnst að þurfi að markaðssetja í framtíðinni í ferðamálunum og það er að auka áhuga fjárfesta á því að fjárfesta í ferðapjónustunni. Við vitum það að ferðapjónustan hefur staðið á brauðfótum og það er mikið út af því að menn hafa farið af stað með fjárfestingar sem að þeir hafa haft litla peninga til, þeir eru með dýra vexti, dýrar fjárfestingar og þ.a.l. hafa fjárfestar ekki séð áhuga á að fjárfesta þarna og ég er alveg klár á því að ef að farið yrði ofan í þetta að skoða hvernig fyrirtækin koma út þegar búið er að taka frá þessa vexti sem að þeir eru að borga og afborganir þá gætu þau flest skilað góðum árangri. Þetta held ég að sé stórt mál því að ef við ætlum að halda ferðapjónustunni áfram þá þurfum við að fá góða fjárfesta til að hjálpa til. Takk fyrir.

Ingibjörg Pálmadóttir

Ráðherra, ágætu fundargestir.

Mitt innlegg hérna í þessa umræðu er að ég var beðin um að segja eitthvað lítillaga frá hótelinu 101 sem að ég er eigandi



að og hönnuður. Og ég ætla aðeins að lýsa því fyrir ykkur hvernig þetta varð til.

Þetta er ekkert nýtt, þetta er oft kallað "Design Hotel" eða "Boutique Hotel". Þetta er ekkert nýtt undir sólinni, það eru svona 15 ár síðan þetta byrjaði og það sem að kannski er breytt í þessari hótelpælingu er að það er svona upplifun sem að maður á að finna og kannski einhverskonar lúxus og líða kannski betur eða fá skemmtilegri upplifun heldur en að fá bara gistingu. Ég var búin að ganga með þetta í nokkur ár og fannst hérna í Reykjavík ekki vera neinn staður sem að þú fékkst þessa upplifun og hafði skoðað þessi hótél úti mikið og fannst þetta vanta hérna eins og ég sagði áðan og einnig hafði maður hitt útlendinga sem að voru leitandi að þessari upplifun.

Mér finnst án þess að ég ætli að halla á neina aðra þá finnst mér ekki hafa kannski verið hérna þessi gæði í hótélum, þetta er meiri gisting sem að við höfum verið að bjóða og það var verið að segja það áðan að við gætum verið betri gestgjafar og ég held að þetta sé líka einn þáttur í því að bjóða upp á þetta.

Ég veit ekki hvort að ég eigi að reyna að lýsa fyrir ykkur þessu, það eru sjálfsagt margir búnir að sjá þessi hótél, þau spretta upp um allan heim. Höfundurinn líklega að þessum hótélum er hönnuðurinn Philip Stark sem að gerði hótél í New York sem að heitir Royalton og var opnað 1986. Þar byrjar þessi alda af "lifestyle boutique design" hótélum eða hvað sem að við viljum kalla það. Hann hefur svo hannað hótél í öllum helstu stórborgum, New York, London og San Francisco og á Miami og öll hafa þessi hótél verið mjög vinsæl og svona eiginlega slegið í gegn. Svo hefur samsagt samfara þessu komið öll þessi hótél út um allan heim.

Það sem að maður kannski er að reyna að fá með þessum hótélum er að þú ekki bara sefur þar, þú kemur þar og þú borðar þar, það er barlíf þar. Hugsunin er að fá local fólk til að koma líka inn á hótelið og blanda saman sem sagt "local" fólk og gestum á hótelinu. Á hótelinu hjá mér er nánast eingöngu útlendingar sem að gista þar, það er ekki mikið af Íslendingum og þetta er ekki ódýrt hótél en það er líka að bjóða upp á miklu, miklu meira heldur en gistingu.

Mig langar kannski í sambandi við það að koma kannski inn á þessa stjörnuhjól sem að verið er að gefa hérna á Íslandi. Ég er oft spurð að því hvað þetta er margra stjörnu hótél og ég vil eiginlega ekki setja stjörnur á þetta hótél og sérstaklega ekki hérna á Íslandi því að mér finnst ekkert samræmi í stjörnuhjól hérna og ég get ekki séð að fjögurra stjörnu hótél hérna sem að eru í þeim flokki hérna hafa svo mismunandi upp á bjóða og mér finnst það vera mjög villandi fyrir útlendinga að lenda á hóteli sem að er með kannski mikla þjónustu og lenda svo á öðru t.d. fjögurra stjörnu hóteli sem að kannski hefur ekki einu sinni "restaurant". Þetta finnst mér að við þurfum að laga í þessum hótélgeira hérna.

Það er nóg að segja við erlendar ferðaskrifstofur og útlendinga að þetta sé "boutique" hótél og það skilur og veit yfir höfuð hvað er verið að gera þá. Ég ætla nú kannski ekki að tala meira endilega um þetta hótél, ég er svona búin að segja ykkur gróft um hvað þetta snýst. Ég er allavega mjög ánægð með viðtökurnar sem að ég hef fengið. Þær eru mjög góðar, að ég tali nú ekki um af því að þetta er alveg nýtt hótél og alveg ný byrjað. Ég er sammála því sem að var verið að segja hérna áðan að auglýsingar, ég held að ég hafi ekki auglýst hótelið, ég hef fengið umfjöllun um það í erlendum tímaritum og það hefur held ég mörgum sinnum meiri áhrif heldur en að kaupa auglýsingar í erlendum tímaritum. Líka þetta að það sem fréttist, fólk kemur og gistir á hótelinu og segir frá því, það held ég að hafi mjög mikið að segja.

Nú eins og að hefur verið talað um að Reykjavík er að verða vinsæl og verður vinsælli eftir því sem að frá líður og fólk hefur alltaf meiri og meiri áhuga á Íslandi og Reykjavík í sambandi við þessa niðursveiflu sem að kom eftir 11. september. Við ættum kannski bara að setja "Peace" merki á Ísland og gefa út landakort með "Peace" merki og segja að það er óhætt að koma til Íslands, við verðum ekki sprengd hérna upp hugsa ég. Svo finnst mér líka að það sem hann er að gera hann Magnús Scheving sem að er "Latibær" og sem virðist kannski ætla bara að ganga hjá honum. Og ég var að hugsa þegar ég var að horfa á hann í sjónvarpinu hvort að það ætti ekki bara að gera Reykjavík að "Lazy Town", það getur verið mjög víðtækt hugtak, það þarf ekki að vera "dirty weekend in Iceland" eða "One night stand" það getur verið "Lazy town" og þar getur þú komið til þessarar fallegu skemmtilegu borgar. Hún er ekki bara djamm og bara næturlíf sem að mér finnst alltaf vera það fyrsta sem að ég heyri þegar maður er úti og er spurður hvaðan maður er og manni leiðist það.

Manni leiðist þessi mynd. Þannig að "Lazy town" gæti líka bara verið "Disneyworld" okkar og það ætti kannski að leggja meiri áherslu á fjölskyldur að koma til landsins því að þetta er mjög öruggt umhverfi, það er þægilegt að vera með börn hérna. Þú þarft ekki að hafa áhyggjur eins og þegar þú ferð til Ameríku og halda í barnið þitt hverja mínútu. Og ég tala nú ekki um ef að það væri til "Lazy town" fyrir börnin þá gæti þetta farið saman að vera hérna latur um helgar í Reykjavík eða koma með börnin í "Lazy town". Svo ætla ég bara að láta þetta enda núna hér. Takk fyrir.

Magnús Oddsson

Samgönguráðherra, ráðstefnustjórar, góðir ráðstefnugestir. Það er nú búin að segja það mikið að ég held að ég hafi þetta nú stutta samantekt. Formaður Ferðamálaráðs, samgönguráðherra og Ársæll hafa nú rakið hér hver á sinn hátt hvernig stjórnvöld og stofnunin hafa komið að þessum málaflokki undanfarið og í hvaða farveg hann verður settur allavega á næstunni.



Þá er það nú þannig hér líka að það hefur einnig verið rakið að á þessu ári hefur greinin fyrst og fremst með aðkomu ríkisins, henni hefur tekist að auka umfangið hvað varðar erlenda markaðinn verulega umfram það sem að nágrannarþjóðirnar hafa gert og reyndar mun meira en flest lönd í Evrópu. Hér hafa menn svo aftur á móti deilt og deila áfram um aðferðina en árangurinn hlýtur að benda til þess að greinin með fjárhagslegri aðkomu stjórnvalda sé að vinna rétt að þessum málum en ég tek undir með Gunnari Rafni og fleirum að auðvitað getur greinin, við og samvinnan skilað okkur miklu miklu lengra.

Ég vil nefna í þessu sambandi aðeins að sú framsýni sem að menn sýndu eftir ferðamálaráðstefnuna á Hvolsvelli árið 2001 þegar samgönguráðherra beitti sér fyrir auknum fjárveitingum og atvinnugreinin sjálf lagði í mikla herferð til þess að vinna okkur út úr þeim vanda og verja þá stöðu sem að þá var hún var alls ekki sjálfgefin. Í nóvember árið 2001 sátu ég og Einar Gústavsson á aðalfundi Ferðamálaráðs Evrópu þar sem 33 þjóðir áttu fulltrúa niður í Monaco. Þar var einmitt umræðan um það meðal þessara Evrópuþjóða að nú væri það algerlega rangt að eyða og henda fjármunum í markaðssetningu þegar markaðurinn væri í algerri lægð. Spurt var á fundinum og menn byrjuðu að rétta upp hönd hvort að einhverjar þjóðir væru að setja aukna fjármuni og það var með hálfum huga að maður lyfti hægri höndinni en Austurríki kom líka þannig að það voru tvær hendur á lofti þarna í nóvember 2001.

Ég var mjög hugsí eftir þennan fund og velti fyrir mér hvort að það gæti verið að menn væru að vinna þetta rangt en svo auðvitað fagnaði ég því, því að það hlaut að gefa okkur ákveðið svigrúm að það voru bara tvær hendur á lofti. Aðrir voru ekki að setja aukið fjármagn eða aukna vinnu í þetta verkefni. Í framhaldi af þessu þykir mér rétt að segja ykkur frá því þó aftur vilji ég minna á að deilt er um aðferðina að þessi aðferð er upprunalega komin í meginþáttum, eins og formaðurinn sagði í morgun, frá greininni sjálfri. Þessi aðferð hefur vakið mikla athygli og ég hef verið beðinn á þó nokkrum stöðum að lýsa henni, hvernig hugmyndafræðin væri á bak við hana.

Nú þrátt fyrir að ég ætli nú ekki að halda langa ræðu um þennan málaflokk þá er tvennt sem að ég vil taka hér aðeins út úr og vekja til umhugsunar. Það er í fyrsta lagi innlendi markaðurinn. Hér erum við að ræða markaðsmál og breyttar áherslur. Það hlýtur að valda okkur vonbrigðum eða vekja okkur allavega til umhugsunar að okkur hefur ekkert tekist utan háanna tíma að auka umfang þessa innlenda markaðar. Í fréttabréfi sem að þið hafið fengið þá vek ég athygli á því að á síðustu 6 árum, samkvæmt upplýsingum Hagstofunnar, hefur enginn árangur náðst í að auka fjölda gistinátta innlenda markaðarins hér á landi á meðan erlendi markaðurinn hefur vaxið á milli 70-80%.

Þarna eru ekki áhrif frá fellihýsum og tjaldvögnum, við erum að tala um veturinn. Þetta hlýtur að vekja spurningar sem ég ætla nú að lesa örfáar: Er sú vara sem að ferðarþjónustan hefur þróað og markaðssett utan háannar þróuð fyrst og fremst með erlendan markað í huga? Hefur okkar næsti markaður sem

Ódýrast er að nálgast gleymst í allri umræðunni? Það hefur lítið verið minnst á hann hér í dag. Er þessi markaður Íslendinga að vetri það lítill að hann verði ekki stækkaður meira en hann var fyrir 6 árum? Hafa menn náð einhverju hámarki? Hefur ferðapjónustan ekki beint markaðsátakinu "Ísland - sækjum það heim" nægilega að lágönninni?

Þetta eru spurningar og þær eru miklu fleiri en ég vil endilega vekja athygli á þessu hér í umræðunni í þessu pallborði að innlendi markaðurinn hlýtur að vera okkur geysi mikilvægur og má ekki gleymast í allri þessari umræðu.

Í öðru lagi og í lokin þá vil ég taka upp þann punkt sem að formaður Ferðamálaráðs ræddi í morgun um stóraukið framboð í grunnþáttunum, flutningum og gistingu. Ég get síðan bætt við þriðja grunnþættinum sem að hefur vaxið hliðstætt þ.e. veitingaþátturinn. Enn einu sinni skal minnt á það að þó að þessir þrír grunnþættir séu ferðapjónustunni lífsnauðsynlegir þá skapa þeir einir og sér ekki grundvöll fyrir ferðapjónustu. Enn skal því rifjuð upp gamla og eldgamla tuggan sem oft hefur verið sögð að það ferðast enginn vegna þess að það er til flugsæti eða til þess að gista nema þá í því sambandi sem Ingibjörg Pálmadóttir benti hér á áðan að hótelið væri það sérstakt að það drægi gestina sérstaklega að. Gífurleg aukning í framboði þessara grunnþátta og nýting þess framboðs á allt undir því að Ísland haldi sínu aðdráttarafli og hér sé sú afþreying í boði sem að höfðar til markaðarins.

Afþreyingin er stærsti þátturinn í markaðssetningunni. Alls staðar í heiminum er til nægt framboð á flugsætum, enginn skortur á því. Nægt framboð á hótélherbergjum, enginn skortur á því. En samkeppnin byggist auðvitað á og liggur í áfangastaðnum sjálfum. Samkeppnin byggist á því hvernig einstökum þjóðum tekst að draga fram, pakka inn og koma á framfæri og nýta til afþreyingar það sem að skilur okkar land og okkar þjóð frá samkeppnisaðilanum. Enn frekari uppbygging afþreyingar sem að byggir á sérstöðu okkar, hvort sem að lítið er til landsins sjálfs og náttúrunnar eða sögu og menningu þjóðarinnar er lykillinn að því að nýta þetta stóraukna framboð grunnþáttanna sem fyrirsjáanlegt er.

Samkeppnin snýst í raun og veru fyrst og fremst um það hvernig hverjum áfangastað tekst að nýta það í landinu og þjóðinni sem sker sig frá öðrum og gera úr því afþreyingu sem að höfðar til sem flestra umfram aðra áfangastaði. Þetta vildi ég minna á hér í umræðunni um markaðsmál að vöruþróun er forsenda þess að við höfum eitthvað að markaðssetja umfram aðra. Ef engin vara er til, hvort sem að það er í ferðapjónustuiðnaði eða annarsstaðar, þá skiptir engu máli hvaða fjármunir eru settir í markaðssetningu eða hve mörg flugsæti eða mörg hótélherbergi eru til. Þannig að vöruþróun er forsenda þess að við höfum eitthvað að markaðssetja umfram aðra til nýtingar á stórauknu framboði grunnþáttanna sem er í reynd oftast en ekki neitt frábrugðin því sem að er annarsstaðar.

Það er það sérstaka sem að er öðruvísi sem að skapar aðdráttaraflíð þannig að vörubrúun í gæða-afþreyingu sem að byggir á sérkennum lands og þjóðar er mikilvægasti þátturinn að mínu mati í allri okkar markaðssetningu á næstu árum og spurning hvernig við förum hægt og bítandi að nýta aukna fjármuni í það að snúa þeim að vörunni sjálfri sem að við ætlum svo að markaðssetja. Takk fyrir.

Umræður og fyrirspurnir

Ólafur Hauksson, Iceland Express:

Ýmsir sem ég vildi beina máli mínu til en langar að byrja á þeim sem að var að tala hér síðastur og því sem að hann var að tala um. Það sem hann Magnús Oddsson sagði að hér væri feiki nóg framboð af flugsætum og hótélherbergjum, það væri afþreyingin og það sem að við höfum að sækja hér sem að skipti máli.

Ég er honum hundrað prósent sammála, tel að þar hafi verið vel mælt. En er Magnús alveg viss um það að þau flugsæti sem að hann telur að hér sé nóg af séu flugsætin sem að virkilega dugi til að fá ferðamenn hingað til landsins og þá er ég nú kannski að horfa aðeins til þeirra flugsæta sem að voru í framboði áður en Iceland Express kom til sögunnar. Þá á ég við það að flugsæti hér hafa verið miklu dýrari heldur en til allra annarra áfangastaða sem að þeir gestir sem að eru að koma hingað hafa haft val um. Kannski að suður-Afríku undanskilinni.

Þegar Magnús heldur því fram að hér sé nánast eins og endalaust framboð á þessum flugsætum og það sé bara ekkert mál fyrir ferðamenn að koma hingað til lands þá held ég að hann sé að fara afar mikið villu vegar a.m.k. ef við horfum aftur fyrir 27. febrúar síðastliðinn. Það hefur nú bara sýnt sig að við það að hér tók til starfa lágfargjaldafélag þá jókst ferðamannastraumur og það var vegna þess að þá fyrst voru til flugsætin sem að á þurfti að halda og þá er líka kominn grundvöllurinn fyrir afþreyinguna fyrir það sem að landið hefur upp á að bjóða að taka við þessu fólki og þróa það áfram.

En ég mótmæli því harðlega að Flugleiðir sem að hefur hér dominerað þennan markað hafi verið sá aðili sem að hafi verið nánast með opna gátt hingað til lands, ef eitthvað er þá hefur Flugleiðir haldið þessu landi í gíslingu og gert það að verkum að hér hefur ferðaþjónustan byggst upp kannski miklu hægar heldur en hún hefði átt möguleika á. Ef maður horfir á allar þær milljónir, tugmilljónir manna sem að vilja koma til Íslands, sem að við sjáum bara á þessum meðmælum sem að koma í The Guardian og The Observer þar sem að lesendur þeirra velja Ísland sem eftirsóknarverðasta landið, af hverju er þetta fólk ekki að koma?

Ég er bara að kommentera á það sem að Magnús er að segja, ég er ekki með neina sérstaka fyrirspurn til hans enda á ég ekkert sérstaklega von á að hann muni svara henni en læt þetta gott heita í bili.

Kristján Már Hauksson, Fróði hf.:

Ég er verkefnisstjóri fyrir Randburg, infoiceland og Iceland Export Directory. Það er einn aðili af þeim sem að hefur komið hér fram þar sem eitthvað var minnst á Internetið. Það er sá sem að var elstur á mælendaskrá.

Áður en ég kem aðeins inn á það þá langar mig aðeins því ég er líka í forsvari fyrir starfsmannafélag mjög stórs fyrirtækis af því að það er verið að tala um markaðssetningu á Íslandi fyrir okkur sem að þar búum og sérstaklega varðandi veturna. Ég fæ svona 4-5 símtöl í viku þar sem að verið er að reyna að selja mér hóteldvalir úti á landi eða einhverskonar pakka fyrir starfsmenn fyrirtækisins og við höfum þá reglu að fara svona tvisvar á ári í einhverja svona ferð. Ég verð að viðurkenna það að þeir sem að hringja eru alltaf úr Reykjavík. Það er yfirleitt annaðhvort Reykjavík eða þá í mesta lagi Hveragerði, þar sem við fórum síðast, en við höfum ekki fengið símhringingu frá markaðsfólki þeirra sem að eru úti á landi og vilja fá okkur þangað.

Varðandi Internetið og bæklinga. Internetið er mjög mikið mál, þá vil ég bara benda á það að Internetið er besti miðillinn til mælingar á virkni og menn geta fengið þar mjög hnitmiðaðar niðurstöður um það hvort að það sé að virka eða ekki og þetta er besta mælitækið sem að við höfum bæði hvað varðar heimsóknir og það raunverulega hvaða viðskiptum það er að skila. Þetta var svona ábending. Takk fyrir.

Njáll Trausti Friðbertsson, nemi við Háskólann á Akureyri og flugumferðarstjóri:

Ég er mikill áhugamaður um ferðamál frá barnæsku. Ég gerði eina ritgerð og skoðaði vel eftir 11. september og mér finnst kannski hafa komið illa fram í allri þeirri umræðu að erlendir flugrekendur eða flugrekstraraðilar sem að fljúga til landsins, hversu lítið þeir koma að greininni hérna, hvað maður fær lítið að heyra af þeirra málum og við sjáum t.d. aldrei hugmyndafræði þeirra á svona fundum. Hún kemur aldrei fram. Við höfum mjög einhliða sýn á flugmálefnum á þeim ráðstefnum sem ég hef setið núna undanfarin ár.

Gunnar Rafn hérna áðan var með einhverja nýja sýn sem að ég hef aldrei heyrt á þessum ráðstefnum áður. Það var mjög gaman að fá nýja sýn á það. En mér þætti vænt um ef að einhvern tíma í framtíðinni að menn færu að sjá hérna eins og LTU, Corsair og aðra erlenda flugrekendur sem koma til landsins hvernig þeir hugsa framtíðarsýn Íslands. Mér finnst eins og markaðssetningin sem að hefur verið í gangi hérna að ég hef ekki séð neina svona markaðslega framtíðarsýn á þessum fundi eins og ég hélt kannski að ég væri að koma til að fá svona markaðssetningu Íslands til framtíðar, hvernig menn hugsuðu hana.

Nú bý ég á Akureyri og starfa á þeim flugvelli og hef nú verið að skoða ýmsa hluti og er nú sjálfur vonandi að hefja rekstur í þessari grein innan fárra missera. Fyrir eins og segjum þetta svæði hérna sem að við erum á hérna, þá er flugvöllurinn á Akureyri segi ég samgöngulega lykilþáttur ef að menn horfa

fram til 5-20 ára ef að við ætlum að gera eitthvað á þessu svæði. Það sem var nú töluverð umræða um hérna síðasta vetur þá er ég að gera enn eitt verkefni hérna í Háskólanum á Akureyri á nákvæmlega sama augnabliki með þessar gistináttatölur fyrir landsbyggðina yfir vetrarmánuðina 9. Þessi prósentuskipting, 90% allra gistinátta í Reykjavík, 10% á landsbyggðinni. Ég tók 5 ára tímabil frá 1997-2002, og það voru til mánuðir þar sem að þetta hlutfall fór upp í 94% á móti 6% - Reykjavík, landsbyggðin. Þannig að ég er búinn að spyrja oft og reyna að fá einhver svör hvaða markaðslegu sýn menn hafa á þessa framtíð. A þetta að vera hægt úti á landsbyggðinni að reka ferðapjónustu á einhverjum heilsárs grunni þar sem að rekstrarféð sem að liggur í greininni ávaxti sig eða á að halda áfram með sömu sýnina. Ég er ósammála þessari hugmyndafræði hjá Magnúsi. Hver er sýn Ferðamálaráðs til framtíðar litið gagnvart landsbyggðinni? Hvernig á að reyna að breyta þessum hlutföllum?

Samgönguráðuneytið kom með árið 1996 stefnumótun þar sem árið 2005 átti þetta hlutfall fyrir þessa 9 vetrarmánuði að vera orðið 70 / 30. Það hefur ekki nokkur skapaður hlutur breyst. Að lokum vil ég benda á að í þessari skýrslu miðast allt við Keflavíkurflugvöll, það er engin framtíðarsýn fyrir aðra landshluta.

Dr. Guðrún Helgadóttir, Hólaskóla:

Ráðherra og góðir gestir og sérstaklega þið sem að sitjið þarna í panel. Ég ætlaði nú að leyfa mér að beina til ykkar spurningu. Og hún kemur eiginlega út frá nokkru sem að þú sagðir Gunnar Rafn og ég veit ekki hvort að það hefur verið stórt atriði í þinni ræðu en þú sagðir eitthvað á þá leið að ef að við værum í alvöru ímyndaruppbyggingu og mig langar að henda þetta svolítið á lofti. Ef við værum nú í alvöru ímyndaruppbyggingu. Síðasti ræðumaður kallaði á heildarsýn, sýn í markaðsmálum og mig langar kannski til að varpa þessu til ykkar. Hvað værum við að gera ef við værum í alvöru ímyndaruppbyggingu. Takk.

Inga Birgisdóttir, Iceland Express:

Það kom fram hérna hjá Ársæli fyrr í dag að í kringum þetta fjármagn sem að var úthlutað þá bærust yfir 140 umsóknir og í framhaldi af því sem að Gunnar Rafn sagði hérna áðan þá langar mig til þess að beina fyrirspurn minni til Magnúsar Oddssonar og biðja hann í nokkrum vel völdum orðum að rökstyðja og réttlæta það að einn aðili fái afhent 86% af þessu fjármagni.

Magnús Oddsson, ferðamálastjóri:

Ég veit nú ekki alveg hvort að það var spurning frá Ólafi því að hann sagði að hann ætti ekkert frekar von á því að ég myndi svara henni. En sko Ólafur byrjaði á því að segja að ég hefði sagt að hér væri feikinóg af flugsætum. Það sagði ég nú aldrei, ég er nú með ræðuna fyrir framan mig. Ég sagði að það væru næg flugsæti í heiminum en ég talaði aldrei um það hvort að það væru næg eða skortur á flugsætum til og frá Íslandi. Það var ekki það sem ég var að ræða um og meta. Það sem að ég var að ræða um og segja var það að miðað

við þá fyrirsjáanlegu aukningu sem að orðin væri í flugsætum og gistirými þá yrðu menn að tryggja vöruna, móttökupáttinn, afþreyinguna til þess að nýta þetta til að við værum samkeppnishæf. Það var það sem ég var að segja.

Nú Njáll Trausti sagði hér, það var engin spurning, hann sagði að ekkert hefði breyst í 7 ár á landsbyggðinni. Það voru stór orð og það eru hans orð en ég er ekki sammála þeim.

Nú síðan spurði Inga og það var eina beina spurningin, þið leiðréttið mig ef rangt er. Hvernig ég ætlaði að rökstyðja að einn aðili fái afhent. Það hefur enginn einn aðili fengið afhent. Það er rétt að rifja það upp sem að við höfum margoft gert í ræðu og riti m.a. í tengslum við langa stjórnsýslukæru sem að kom frá fyrirtæki hennar á hendur mér um það að ég hefði framkvæmt hlutina rangt. Í svari við þeirri stjórnsýslukæru sem að ég vildi ekki fjalla um opinberlega á meðan hún var til umfjöllunar og ég er í svolitlum vanda að fjalla um þetta enn því að enn er kæra frá sama fyrirtæki til meðhöndlunar í Brussel sem ég sit þessa dagana við að svara. Það er mjög slæmt fyrir sakborning að vera að fjalla opinberlega um kærur svona á opinberum vettvangi á meðan þær eru til meðhöndlunar í dómskerfinu.

En ég skal svara spurningunni eftir bestu getu. Þannig var að 146 umsóknir bárust. Yfir þær var farið faglega af sérfræðingum stofnunarinnar á hverju svæði fyrir sig. Þegar þeir höfðu farið yfir þessar umsóknir og Ársæll forstöðumaður síðan með þeim þá voru fyrst teknar þær umsóknir sem að uppfylltu þau skilyrði sem að Gunnar Rafn fór hér yfir áðan mjög gaumgæfilega og var ekki sammála og það er málefnalegt hjá honum. Hann fór bara yfir þetta og sagðist ekki vera sammála skilyrðunum en þau voru sett. Og ákveðinn fjöldi umsókna uppfyllti þessi skilyrði, aðrar umsóknir uppfylltu þau ekki og þeir aðilar sem að uppfylltu skilyrðin, nær allir þó ekki allir því miður, við þá aðila var gengið til samstarfs á jafnréttisgrundvelli. Það má alveg eins segja að þeir hafi verið að afhenda okkur þessa fjármuni til jafns við ríkið. Þeir sem að voru tilbúnir að setja 40 milljónir, ríkið kom til móts við þá og úr varð pottur upp á 80 milljónir.

En það er mikið búið að ræða hér og ég skrifaði niður að menn væru að tala um að úthlutað hafi verið styrkjum og fleira og fleira. Málið bara snérist ekkert um það. Það var einfaldlega farið faglega yfir þessar umsóknir og þetta er búið að rekja í svörum við stjórnsýslukæru sem að féll mér í hag og svo sjáum við hvernig næsta kæra fer. En við erum mjög uppteknir af því núna að eyða í það vikum að svara og rökstyðja það sem að við erum að gera og allt í lagi með það en það er mjög tímafrekt. Þannig að ég held að ég svari þessu ekkert nánar í bili.

Hannes Hilmarsson, Flugleiðir.

Í mínum fyrirlestri þá var ég að reyna að sýna ákveðna víðsýni. Við erum ekki bara með eina vöru, við getum ekki bara gengið út frá því að náttúra Íslands

bjargi ferðamannaiðnaðinum. Við erum að tala um á ársgrundvelli að þá erum við að tala um vetur og ráðstefnur og annað og það sem að við erum að gera í dag að þá erum við svo sannarlega í ímyndaruppbyggingu og það kemur dálítið á punkt sem að hann Gunnar Rafn kom með að hann segir að við höfum ekki efni á því að fara í neytendaauglýsingu. Við förum bara á milliliði og ég segi á móti, höfum við efni á því að ferðapjónusta Íslands fari bara á milliliði en ekki neytendur. Það er gagnvart neytendunum sem að við erum að ná að byggja upp ímynd.

Það er sérstaklega þar sem að við erum að eyða milljónum í markaðsátök sem að virðast vera mjög vanmetið hér hvað við erum að gera til þess að byggja upp markaði. Bara það að markaðssetja Ísland sem ráðstefnuland það krefst sérstakrar uppbyggingar, markaðssetningar og mér þætti gaman Guðrún ef að þú gætir tekið hjá mér á eftir efnið sem að ég er með og sýnir sérstaklega fyrir ráðstefnumarkaðinn og sérstaklega fyrir einstaklingsmarkaðinn á borgarferðum hvað við erum að gera til þess einmitt að byggja upp jákvæða ímynd.

Við þurfum að skapa sérstöðu, við getum ekki bara sagt "Ísland". Við þurfum að segja af hverju og Magnús kom mjög skýrt inn á það að við erum að tala um ákveðna afþreyingu, það er ekki ein afþreying heldur margar. Ein af þessum afþreyingum sem að virðist hafa fengið mesta umræðu hér er næturlíf. Það er auðvitað einn partur af þessu "producti" sem að við erum að bjóða í sambandi við borgarferðir. Við kjósum að kalla þetta "Íslenska kokteilinn" sem að er markaðshugtak. Það endurspeglar að ferð til Reykjavíkur er ekki bara eitt, þú getur valið úr. Þú getur farið á snjósleða, í Bláa Lónið, í jeppaferðir og því erum við að reyna að koma á framfæri hvernig við eigum að gera það þegar við erum að keppa við aðrar borgir og við erum með svona öðruvísi "product".

Mig langar aðeins að koma inn á komment frá Ólafi Hauks. Hann stendur upp og fullyrðir að flugsæti hafi verið dýrari til Íslands en á öllum öðrum áfangastöðum. Þetta finnst mér afskaplega skrytið að heyra manninn segja og hann hefur greinilega ekki mikla innsýn í það hvað við höfum verið að gera á undanförunum árum. Flugleiðir eins og önnur fyrirtæki í greininni hafa reynt að "maximise" sínar tekjur á eftirspurnarkúrfunni. Jú verðið hefur farið upp um sumartímann en verðið hefur líka farið niður um vetrartímann. Við höfum pumpað inn ferðamönnum frá Ameríku. Við vorum að bjóða pakka á 299 dollara af því að við erum náttúrulega með okkar fjárfestingu í þessum flugvélum og við verðum að reyna að láta dæmið ganga upp, allt árið um kring. Menn mega ekki gleyma því að þetta snýst líka um arðsemi greinarinnar, þeir sem að hafa mestu fjárfestinguna þeirra eru mestu hagsmunirnir. Við erum tilbúnir til að leggja peninga í að markaðssetja Ísland meira en nokkur annar og menn mega ekki misskilja það.

Það sem að við höfum verið að gera hefur opnað okkur leið inn á markaði. Kannski aðilar sem að eru með ferðapjónustu á Íslandi þeir vita ekki allt í einu af hverju er fullt um allar helgar hjá þeim, af hverju er allt í einu biðröð inn á

hótelin og allt það. Fólk kemur ekki að sjálfu sér, það er markaðsstarf þarna að baki og mér finnst það mjög mjög leiðinlegt að heyra það þegar samkeppnisaðilar þurfa að nota orð eins og að Flugleiðir séu að halda þessu landi í gíslingu. Ferðapjónustan byggist upp hægar þegar það er staðreynd að við höfum náð mun meiri vexti en öll önnur lönd á síðustu árum út af uppbyggingu Flugleiða.

Og ég vil bara skora á þessa menn að vera aðeins meira málefnalegir og reyna að byggja þeirra "argument" á þeirra eigin verðmæti ekki að þurfa að fara á þann "level" að vera með svona lágkúru og í raun ósönn orð. Ég held af minni hálfu að þá erum við að keppa erlendis á samkeppnismörkuðum, við virðum samkeppni og við vitum það að lágkostaflugfélög eru komin til þess að vera og það er ekki spurning að þannig er heimurinn orðinn í dag og við erum að keppa að því. Við eigum að geta gert það á heiðarlegan og sanngjarnan máta. Takk fyrir.

Gunnar Rafn Birgisson, Atlantik:

Mig langaði að gera athugasemd við það sem að Ólafur sagði að ég held að það sé mjög hættulegt ef að við förum að gera ráð fyrir því að það sé mikið af útlendingum hérna sem að bara bíði eftir því að komast til Íslands og þeir hafi bara ekki getað komið út af því að einhver hafi staðið í vegi fyrir því. Því miður þá eru hlutirnir ekki svona. Við, Flugleiðir og ég held mörg fyrirtæki hérna í ferðapjónustunni erum búin að vera að leggja okkur öll fram um það að reyna að fá fólk til að koma hingað og það er bara mikið starf og það er vinna að fá þetta fólk. Það er ekki það að menn hafi verið að reyna að koma í veg fyrir það að það komist hingað. Ég held að það sé bara mjög mikil einföldun.

En í sambandi við alvöru ímyndaruppbyggingu þá þarf alvöru peninga. Ég held að við séum að stíga skref í þá átt. Við erum að fá meira fé inn í ferðapjónustuna sem að gerir okkur kleift að fjárfesta í markaðsstarfi vegna þess að vissulega er þetta fjárfesting. Það tekur langan tíma að byggja upp ímynd en það er hinsvegar mjög auðvelt og tekur mjög stuttan tíma að eyðileggja hana. Svona til þess að koma með dæmi um það hvað þetta getur verið viðkvæmur bransi sem að við erum í hérna þá var ég á ferðasýningu í september sem að tengist ráðstefnum og hvataferðum í Bandaríkjunum og þá voru kollegar mínir frá Frakklandi og Þýskalandi sem að eru að gera það sama og ég þar þ.e. að taka á móti bandarískum ferðamönnum í hvataferðir til þessara landa, þeir voru hreinlega grátandi. Vegna þess að forseti landsins er hreinlega búinn að eyðileggja ímynd Þýskalands og Frakklands á Bandaríkjamarkaði, það vill enginn fara þangað.

Þetta eru verðlaunaferðir, hvaða aðili vill verðlauna fólkið sitt með því að senda það til Frakklands. Það er þetta sem við þurfum að passa okkur svo mikið á. Í því sem að við erum að gera og þegar við erum að gera hluti hérna pólitískt þá skiptir það máli hvernig við stígum til jarðar. Vegna þess að ef hlutirnir komast í

gegnum fjölmiðlana, ef þeir komast á umræðustig þá getur það verið okkur dýrt spaug. Á meðan þeir gera það ekki og enginn veit af því þá er allt í lagi.

Svanhildur Konráðsdóttir, Höfuðborgarstofu:

Mig langar til að bæta aðeins við og það var mjög fínt að fá þessa spurningu fram varðandi ímyndarsköpunina vegna þess að ég tel að við hjá Reykjavíkurborg séum einmitt að stíga fyrstu skrefin raunverulega í þá átt að skapa borginni svona heildstæða ímynd. Þetta er hinsvegar verkefni sem að verður ekki unnið á nokkrum árum, þetta er langtíma verkefni fyrst og fremst og ímyndarsköpun er eðli málsins samkvæmt dálítið skapandi starf. Ég vil bara aðeins ítreka það sem að ég nefndi hérna í mínu stutta inngangserindi að ég held að í markaðssetningunni og það sé ákveðin sýn til framtíðar líka þá horfum við dálítið vítt og hugsum skapandi. Við hugsum um það hvernig við getum verið að miðla ímynd bæði Íslands augljóslega og í mínu sérstaka tilfelli Reykjavíkur með það að horfa til allra möguleika sem að við höfum. Allsstaðar þar sem að Ísland birtist á alþjóðavettvangi, hvort sem að það er í gegnum menningu, íþróttir, athafnalíf og hvað annað.

Og ég held að við gerum allt of lítið af því að tengja okkur saman og vita hvert af öðru eins og ég nefndi í inngangi mínum eins og sem dæmi íslenskar kvikmyndir sem að eru alveg stórkostlega mikilvægt farartæki fyrir ímyndarsköpun og hvort sem að við lítum til vörumerkisins Íslands eða vörumerkisins Reykjavíkur og ég tel eða vona að við séum að eins og ég sagði að stíga svona fyrstu mikilvægu skrefin í þá átt að gera tvennt í einu þ.e. bæði að móta þessa heildstæðu og skýru ímynd af Reykjavík en líka að þróa vöruna þannig að ímyndin verði sönn. Vegna þess að það þýðir auðvitað lítið að vera að búa til ímynd sem að ekki byggir eða hvílir á einhverju raunverulegu og sönnu. Það myndi lítið duga, það væri eins og að senda út boðskort í afmælið en gleyma að baka kökuna.

Hildur Jónsdóttir, Ferðamálasamtök Íslands:

Ég ætla að beina spurningu minni til Magnúsar. Ég hef áhuga á að sjá peninga fara í réttan farveg og þú talaðir um íslenska markaðinn og heimamarkaðinn og það er svo sannarlega rétt að við þurfum að gera átak þar. 1994 byrjaði mjög gott átak, var gefinn út stór og mikill bæklingur sem að var dreift inn á hvert heimili. Það var búið til vegabréf sem að krakkarnir fengu í bílana með landakorti sem á var stimplað á bensínstöðum hvar þau voru búin að koma. Það var nammipoki afgreiddur niðri við Akurborg sem að nú er ekki lengur til, í honum voru svona ýmsar kúnstir og klækir til að vekja athygli á Íslandi.

Þetta var gert þrisvar sinnum í formi glæsilegs bæklinga. Þetta var samstarf ESSO, Mjólkursamsölunnar, samgönguráðuneytisins og fleiri aðila sem að borguðu þetta og ég tel að þetta megi skoða aftur Magnús og þið sem að ráðið yfir buddunni. Þetta vakti athygli en í dag er "Ísland - sækjum það heim" átakið, það fer í gegnum auglýsingar og fer í gegnum krónu á móti krónu styrki og ég held að það sé ekki að skila sér þessi leið sem að við erum að fara núna. Ég

held að við ættum að endurskoða það og mig langar svo til að taka upp þessa hugmynd sem að Ingibjörg Pálmadóttir kom með í sambandi við "Latabæ"..... hringvegur af "lötum bæjum" út um allt land meðfram öllum ströndum og það verði til kannski samstarf "lata bæja" á Íslandi þar sem að kannski sveitarfélög, ferðaþjónustufyrirtæki og allir aðilar í ferðaþjónustunni kæmu upp einhverri slíkri keðju og þá tengist það annarri hugmynd sem að hefur komið hér í það minnsta tvisvar á ferðamálaráðstefnum á undanförunum árum og það eru þessi vetrarfrí í skólum.

Ef við hugsuðum okkur að við kæmum nú þessari hugmynd í framkvæmd í samstarfi við menntamálayfirvöld að gefa frí ákveðnar vikur í skólanum á mismunandi tímum á mismunandi stöðum að koma þá upp keðjuverkandi tilboðum þar sem að væri verið að bjóða á Ísafirði, Hnífsdal, yfir á Hólmavík - það væri keðja sem að færi af stað og tæki við skólakrökkum og fjölskyldum þeirra. Það er líka góð hugmynd sem að Magnús kom inn á og Ingibjörg að höfða til fjölskyldnanna og þá tæki hvert sveitarfélag sig til og það yrði gleði í "Lata bæ" út um allt land.

Anton Antonsson, Terra Nova Sól:

Ég þakka virkilega fyrir fróðleg erindi. Ég sakna eins og það er markaðsátak fyrir landsbyggðina eins og hefur komið fram margoft eins og Einar hefur bent á í sinni ræðu að hótél á landsbyggðinni eru í vanda þegar reksturinn er ekki nema frá júní - ágúst eða september. Þannig að það þarf virkilega að gera eitthvað. Tillagan er þessi að skipta þessum 320 milljónum í tvennt, 160 milljónir fara í sértækar markaðsaðgerðir fyrir landsbyggðina vegna þess að það er alveg augljóst þegar maður auglýsir á Norðurlöndum og ráðstefnum í Ameríku þá fer það til Reykjavíkur vegna þess að fólk vill bestu hótelin og dvelja stutt. Ég tel að Ferðamálaráðið þurfi að hafa frumkvæði í að búa til markaðsátak, alvöru markaðsátak fyrir landsbyggðina.

Guðmundur Gestsson, Hvalstöðin ehf.:

Ég heyri það hér að menn tala mjög mikið um ímynd. Við erum að setja hundruð milljóna í ímynd. Sérstaklega tók ég eftir því að það var talað um Frakkland, það þurfti ekki nema einn mann til að segja óvarleg orð til þess að það var ekki hægt að fá Bandaríkjamenn til að fara til Frakklands. Það var ímyndin sem að fór fyrir í því dæmi.

Við eyðum milljónum og hundruðum milljóna í ímynd og mér líst vel á það því að það er það sem að kallar ferðamennina til Íslands og þess vegna ætla ég bara að vona það að ráðamenn þjóðarinnar og ferðamálafrömuðir sem að koma að þessum málum að þeir hafi þetta verulega hugfast að við gerum ekkert sem að skemmir ímyndina. Takk.

Susanne E. Götzinger, Fosshótel:

Ég er bara með örstutta spurningu en Anton er eiginlega búinn að segja flest það sem að ég hefði viljað byrja á að segja. Takk fyrir það og takk fyrir góð

erindi yfir höfuð í dag. Til Magnúsar: hvað er yfir höfuð bara stefnumótun Ferðamálaráðs Íslands fyrir 2004-10 til að hafa svona aðeins lengra fram í tímann. Hvað er ímynd Íslands, hvað er auglýst á næstunni, í hvaða átt förum við? Hvað er "logo" Íslands og hvert er slagorð Íslands og ef við höfum ekkert hvenær kemur það þá?

Eymundur Gíslason, atvinnu og ferðamálafulltrúi í Rangárþingi og Mýrdalshreppi:

Takk fyrir góð erindi. Ég hinsvegar hjó eftir því þegar hann Magnús var að tala og mig langar til að beina þeirri spurningu til Magnúsar, bæði Svanhildur, Ingibjörg og Óli komu inn á þetta og þú rakst síðan endahnútinn á þetta Magnús með því að tala um gæði afþreyingar og nú er yfirskrift þessarar ráðstefnu eða fundar "Markaðssetning á Íslandi". Magnús, hvað erum við að markaðssetja? erum við að markaðssetja "tabu" land með enga afþreyingu eða litla, eða erum við að markaðssetja léleg gæði? Þannig að spurningin er kannski þessi erum við ekki kannski hlaupin aðeins fram úr okkur með því að gera þetta?

Sigríður Þrúður Stefánsdóttir, ferðamálaaskólinn Kópavogi:

Ég hugsa nú að ég beini þessari spurningar til Magnúsar nema ef að einhver annar getur svarað henni en það er í sambandi við innlenda markaðinn sem að ég held að sé alveg rétt að sé mjög kannski lítið búið að sinna og er vanmetinn. En það er með gistinæturnar og Magnús nefndi áðan að það væri ekki búin að vera nein breyting á gistinóttum og umfangi innlendrar ferðapjónustu en ég held kannski að þær séu dálítið vanmetnar þessar gistinætur vegna þess að er það ekki rétt hjá mér Magnús að Hagstofan er ekki að telja gistinætur í orlofshúsum þ.e.a.s. orlofshúsum sem að eru í eigu stéttarfélaganna? Ég held að það sé orðið löngu tímabært að breyta því og mig langar mjög að vita hvaða stefna er í því máli.

Magnús Oddsson:

Það er rétt hjá Sigríði Þrúði að orlofshúsin eru ekki talin með en þau hafa ekki verið talin með þá allt tímabilið þannig að það breytir ekki samanburðinum sem slíkum nema þá að í spurningunni liggja að hlutdeild þeirra í janúar - apríl hafi aukist svona gífurlega í innlenda markaðnum en það er svarið við spurningunni að þau eru ekki talin með og þú spurðir um stefnu og það er nú kannski frekar að Samtök ferðapjónustunnar svari því og þau leiðrétti mig ef ég fer með rangt mál að þau hafa á sama hátt og opinberir aðilar verið að hvetja til þess að reynt væri að ná utan um alla gistingu í landinu þannig að hvatinn er fyrir hendi á Hagstofuna að reyna að koma þessu öllu í talningu.

Eymundur spurði hvað er verið að markaðssetja. Það er geysilega víðfeðm spurning því það fer nú eftir því á hvaða svæði er verið að markaðssetja, það er ekki verið að markaðssetja það sama í Bandaríkjunum og Þýskalandi. Það fer eftir því hver er að markaðssetja það þ.e. hvaða aðili, hvort að það er landssvæði hér í Mývatnssveit eða veitingastaður í Reykjavík. Þannig að þetta er spurning sem að er geysilega víðfeðm hvað varðar Ferðamálaráð sem slíkt þá

kemur það fyrst og fremst að því að koma því á framfæri eins og Ársæll kom rækilega inn á í morgun að koma þeirri vöru á framfæri sem að er í framboði. Þannig að það er verið að markaðssetja þá vöru raunverulega sem að ferðapjónustan framleiðir. En ég kem aftur að því með ímyndina en það er sérmál en markaðsetning á vöru er þannig.

Ég náði ekki öllu hjá Susanne. Hún spurði um stefnumótun til 2010. Það er nú þessu til að svara til að vera mjög stutturður að nú er unnið eftir stefnumótun sem að tók gildi 1997-2005 og það er nú dálítið langt mál að fara í en það er svolítið skemmtilegt að fyrir einu og hálfu ári var tekið saman hvernig menn hafa getað merkt við hægt og bítandi það sem að þeir hafa unnið eftir þeirri stefnumótun og síðan skýrði ráðherra frá því hér í morgun að hann er að setja í gang núna á næstu dögum þá stefnumótun sem að tekur þá við á árinu 2005, sú vinna fer nú í gang á haustdögum og árið 2004 fer þá í það þannig að stefnumótunin sem að var gefin út 1997 er sú sem að eftir er unnið og ég hvet nú menn til að skoða hana því að það er sú sem að við vinnum eftir.

Varðandi það sem hún spurði um varðandi ímyndina, hver er ímyndin? Hún er alls ekki einsleit. Ímyndin í Svíþjóð er allt önnur en í Bandaríkjunum og það er nú þannig með ímyndina að það hefur verið rannsakað á nokkrum markaðssvæðum hver ímynd Íslands er og þá kemur tvennt til greina. Annað hvort að nota fjármuni í að ýta undir þá ímynd ef að hún er jákvæð eða að eyða fjármunum í það sem að er miklu erfiðara að breyta ímyndinni og búa aðra til. Ef ímyndin í Svíþjóð eru hestar og heitt vatn þá fínt og það er hægt að nota það í markaðssetningunni sem er. Fyrir mikla fjármuni var kannað í Bandaríkjunum hver okkar ímynd væri þar. Í framhaldi af því setti samgönguráðherra í gang átakið "Iceland Naturally" því það kom í ljós hvað það væri sem að ætti að nota þar til að koma okkur á framfæri.

Ég gæti eytt löngum orðum í þetta og tekið fleiri markaðssvæði en ég ætla ekki að gera það en svarið er að það er mjög margbreytilegt og menn verða að bregðast við á breiddinni og ýta undir það jákvæða ef að hún er jákvæð.

Anton velti upp þeirri hugmynd að skipta peningunum til helminga. Er þetta framkvæmanlegt, ég velti þeirri spurningu upp. Ég hef hugsað um þetta mikið, bæklingarnir sem að Ársæll sýndi hér í morgun, yrði þá landsbyggðarbæklingur og Reykjavíkurbæklingur? Því markaðsþeningarnir þessir fara í að gera auðvitað það efni sem að notað er á svæðunum. Við notum þessa peninga líka til að bjóða blaðamönnum heim, ættu þeir þá að vera annaðhvort á landsbyggðinni eða í Reykjavík? Ég held að við séum það lítil eining og Ísland er einn áfangastaður þá held ég að þetta verði að vinnast með auknu vægi eins og Markaðsráðið ákvað 1999 að setja vægið á norðausturland. Það var bara ákvörðun, það er hægt að breyta væginu en einhver 50% skipting alveg kvitt og klár - ég sé hana bara ekki ganga upp í fljótheitum.

Það er eitt sem ég vil segja hér varðandi ímynd og ímyndarsköpun. Það getur vel verið að einhverjir hrökkvi við en það er nú einu sinni þannig með ímynd að ef við ætlum að koma einhverri ímynd á framfæri til erlendra aðila og erlendra markaða þá verðum við sjálf að trúa á þá ímynd. Og hvernig er ímynd okkar sjálfra af Íslandi sem áfangastað? Höfum við velt því eitthvað fyrir okkur. Ég hef velt því mikið fyrir mér. Sérstaklega vegna þess að mér finnst í vaxandi mæli að við séum að verða fyrir því í fjölmiðlum sérstaklega að ímyndin sé neikvæð.

Ég hlusta á útvarpsstöðvar, kemst ekki hjá því þar sem að menn eru að velta sér upp úr að nú sé þessi og þessi leikari staddur á klakanum... hann er nú staddur á skerinu og hvernig komumst við í burt frá þessu skeri..... nú er komið flugfélag sem að gerir okkur auðvelt að komast burt frá skerinu - hlustaði ég einhverntíma á. Það er talað um klettinn og skerið, veðrið ómögulegt og ég velti því fyrir hvort að svona ímynd er hluti af því að unglingar og börn samkvæmt könnunum hafa mestan áhuga á því að búa annarsstaðar en hér þegar þau verða fullorðin. Þannig að ef að ímyndin hjá okkur sjálfum er ekki jákvæð og rétt hvernig ætlum við þá að koma henni á framfæri trúverðugt og selja öðrum hana?

Almennar umræður og afgreiðsla ályktana

Kjartan Lárusson, Markaðsskrifstofa ferðamála á Norðurlandi:

Samgönguráðherra, fundarstjórar, góðir ráðstefnugestir.

Ég ætla að gera hérna stutta grein fyrir samstarfi sveitarfélaga, ferðapjónustufyrirtækja og ferðasamtaka á Norðurlandi í sambandi við markaðsmál. Þetta hefur gengið undir nafninu Markaðsskrifstofa Norðurlands og er nú reyndar markaðsskrifstofa ferðamála á Norðurlandi.

Nú þetta starf hófst fyrir u.þ.b. tveimur árum síðan og ég kom að því fyrir u.þ.b. ári síðan en verkefnið eru sem sagt í fimm þáttum það er fyrst skýrslugerð, kynning og stefnumótun - það starf er að mestu leyti búið. Í öðru lagi samningaviðræður við bæjarstjórnir, sveitarstjórnir og ferðapjónustufyrirtæki sem að koma að þessu sameiginlega kostnaðarlega séð og í þriðja lagi er gagnagrunnur og samstarfsverkefni. Í fjórða lagi eru kynningar og markaðsmál og í fimmta lagi er nýsköpun og þróunarverkefni.

Talandi um nýsköpun og þróunarverkefni er rétt að minnst þess að fyrr í dag eins og við vitum öll var tekin skóflustunga að jarðböðum við Mývatnssvæðið og þetta verkefni tel ég að sé mjög vænlegt fyrir ferðapjónustuna svo og vetrargarðurinn, snjóhúsin og öll þessi ferðapjónusta sem að er hér í kringum Skútustaðasvæðið utan háannatímans.

Nú verkefnið hafa skarast töluvert þ.e.a.s. strax eftir að skýrslugerð lá fyrir hófst kynning og markaðssetning að vissu marki og hefur þ.a.l. fylgt okkur í þessum samningaviðræðum við heimamenn o.s.frv. Nú markmiðið með markaðsskrifstofunni er að styrkja ímynd Norðurlands sem vænlegs ferðamannasvæðis. Að gera ferðapjónustufyrirtækin sýnilegri, að aðstoða

hagsmunaaðila við að setja saman, samræma og markaðssetja nýjungar og viðburði innan svæðisins og leita uppi markhópa og aðstoða við markaðssetningu.

Í fjórða lagi að mynda tengsl við upplýsingamiðstöðvar og samræma upplýsingagjöf til ferðamanna og í fimmta lagi að hvetja til nýsköpunar í ferðaþjónustu á svæðinu. Í sjötta lagi að halda verkleg námskeið fyrir stjórnendur og starfsfólk á ýmsum sviðum markaðsmála ferðaþjónustunnar í samstarfi við Samtök ferðaþjónustunnar og fleiri. Í sjöunda lagi að kynna Norðurland erlendis á sýningum með kynningarátaki í samstarfi við Flugleiðir, Iceland Express, LTU og Ferðamálaráð á helstu markaðssvæðunum austan hafs og vestan. Í áttunda lagi að samræma kynningarmálin á Norðurlandi fyrir heimamarkaðinn. Í níunda lagi að koma á framfæri helstu þróunarverkefnum ferðaþjónustunnar á Norðurlandi á hverjum tíma og vera vettvangur samstarfs og umræðu í ferðaþjónustu á Norðurlandi.

Það má eiginlega segja að þetta verkefni sem að er tilraunaverkefni til þriggja ára er í sjálfu sér engin nýjung, þetta hefur verið bæði hugsað og reynt áður og víðar en á Norðurlandi en nú virðist vera kominn mjög jákvæður grunnur fyrir því að nýta slagkraftinn sem að kemur af því að sameina kraftana og frá Hrutafirði og austur á Þórshöfn er þetta svæði sem að við erum að huga að til frambúðar.

Helstu kostir við samstarfið eru þeir að það er til góðs fyrir alla. Öllum ferðaþjónustufyrirtækjum gefst þannig kostur á að kynna sig undir sameiginlegum hatti aukreitis sem þau eru að kynna sig sjálf beint. Samræming í stefnumótun verður til að styrkja svæðið. Það var til skamms tíma unnið á mjög mörgum stöðum sjálfstætt að ferðakynningu og stefnumótun í ferðamálum sem að verður þá ekki lengur. Hagræðing í kynningarmálum virkar að samstarfi í hagsmunamálum ferðaþjónustunnar, ódýrari framleiðslu á kynningarefni og sú von að markaðsskrifstofan gæti í framtíðinni verið nokkurskonar afl fyrir ferðamennsku á Norðurlandi.

Þetta kostar allt peninga, hér fáum við að sjá hvernig rekstraráætlunin lítur út og eins og þarna kemur fram er reiknað með að tekjur verði allt að 27,5 milljónir á ársgrundvelli og gjöldin raðast svo niður í stofnkostnað, fastan kostnað og breytilegan kostnað. Hér kemur listi yfir þau sveitarfélög sem að við höfum verið í samstarfi við eða í viðræðum við fram að þessu. Langflest þeirra hafa þegar ákveðið að vera með og telja þau væntanlega íbúa um tæplega 30 þúsund af þessum 33 þúsundum sem að þarna er niðurstöðutala þannig að við erum að komast í mark vonandi með þetta verkefni og það er við hæfi þar sem að við erum nú að tala um markaðsmál hér í dag að við kynnum það hér að Norðurland, norðanmenn, ætla sér að standa saman að því að styrkja sína markaðssókn og það er hlutur sem að ég held allir hafi löngu gert sér grein fyrir að var kominn tími til.

Nú ég skelli hérna upp einni mynd af sveitarfélögunum á landinu til þess að við áttum okkur á því, þeir sem ekki þekkja betur til, að þrátt fyrir verulega sameiningu sveitarfélaga á landsvísu þá eru um 30 sveitarfélög á Norðurlandi frá Hrútafirði að Langanesi og það tekur töluvert á að ná svo mörgum aðilum til að starfa sem einn saman að sameiginlegu markmiði. En við gerum okkur vonir um að það sé að takast og við vonumst til þess að það sem að kom reyndar hérna fram fyrir á fundinum þar sem að kom ágætis hugmynd um að skipta kynningarpeningunum í tvennt fyrir landsbyggðina annan partinn og höfuðborgarsvæðið hinn. Það er alls ekki eins fráleit hugmynd eins og sumir hafa haldið að mínu mati vegna þess að við stefnum að því að geta bjargað okkur sjálf og ef við getum það þá eigum við alveg að geta skipt peningunum okkar í milli.

Nú svona hefur ferðabjónustan á Norðurlandi litið út alveg fram á síðasta dag. Það hefur verið unnið sem sagt á einum 11 stöðum að kynna hvern fjörð fyrir sig má segja eða hvert byggðarlag og það þarf nú ekki lengi að horfa á þessa mynd til að sjá að þetta er dálítið flókið. Ekki síst fyrir ferðamanninn sem að er að ferðast á bílaleigubílnum sínum og skilur ekki að hann fær hérna fyrst og fremst bæklinga um Hrútafjörð í Hrútafirði og um Skagafjörð í Skagafirði o.s.frv.

Nú þetta er svona á landsvísu, þetta hefur sem betur fer breyst töluvert mikið en þetta sýnir að við erum mjög íhaldssöm þjóð og við höngum dálítið vel og lengi í gömlum ímyndum fortíðarinnar að sveitarfélög annarsvegar, kjördæmi eða sýslur eigi að ráða öllu um okkar líf frá degi til dags. Þessu þarf að breyta.

Svona hugsum við að þetta eigi að geta litið út fyrir Norðurland og það er ekki að ástæðulausu að það er brotin lína í austur því við teljum og höfum rætt það strax frá upphafi að það séu mikil samlegðaráhrif og margt mjög sameiginlegt sem að við getum átt með Austurlandi. Ekki síst í ferðamálum. Það er svo margt sem styður það og þess vegna viljum við sýna strax að sé áhugi þeirra megin að koma til liðs við okkur þá erum við tilbúin til þess alveg frá upphafi að skoða það þegar að því kemur.

Þetta sýnir nú kannski einfalda mynd af því hvernig markaðsetningin hefur farið fram að mestu til þessa. Þjónustuaðilarnir selja til íslenskra ferðaskrifstofa og þær til erlendra ferðaheildsöluaðila. Hannes kom einmitt inn á það fyrir í dag að við mættum ekki alveg gleyma okkur í því að það séu bara milliliðirnir sem að við snúum okkur að heldur líka endapunkturinn sem að er kunninn sjálfur. Þetta er svona kannski til íhugunar, hvar eigum við að setja áherslurnar.

Nú við gáfum út bækling í vor og ég vona að norðanmenn séu mér allir sammála um að við erum alltaf flottust, er einhver sem að mótmælir því hér? En þessi bæklingur var gefinn út fyrir íslenskan markað og byrjuðum á að kynna hann á ferðatorgi í Smáralind í byrjun maí. Því miður gat ég ekki dreift þessum bækling því einhvernvegin tókst okkur að dreifa honum öllum í sumar, bæði á upplýsingaskrifstofunum 6 hér á Norðurlandi og hinum upplýsingaskrifstofunum

m.a. Höfuðborgarstofu og síðan þegar fór að líða á sumarið þá fórum við að búa okkur undir slaginn á Vestnorden og átökin við markaðssetninguna erlendis og þá gáfum við út þennan bækling sem að við gáfum út í byrjun september og er væntanlega í ykkar gögnum og er svona þessi ímynd sem að við erum að reyna að teikna upp af Norðurlandi að þar sé mjög margt að finna og flest af því bæði fagurt og gott.

En þetta er nú bara byrjunin hjá okkur og ég ætla nú ekki að tefja lengur, ég var búinn að lofa að vera bæði hraðmáll og stuttur og þakka bara fyrir að hafa getað komið að þessari ágætu kynningu á þessu mjög vænlega samstarfi sveitarfélaga og bæjarfélaga á Norðurlandi. Takk fyrir

Glærur Power Point 926 KB

Arnar Már Ólafsson, Ferðamálasetur Íslands:

Glærur PowerPoint 1,07 MB

Samgönguráðherra, ágæta samkoma.

Ég hef verið hvattur til þess að koma hérna upp og kynna niðurstöður rannsóknar sem að við höfum verið að vinna að, verkefni sem að Ferðamálasetur Íslands tók að sér nýlega. Ég starfa sem forstöðumaður Ferðamálasetursins og er lektor við rekstrar- og viðskiptadeild Háskólans á Akureyri og kenni þar m.a. ferðamálafræði og hér eru nokkrir ágætir nemendur af þessari námsleið hjá okkur.

Bakgrunnur þessa verkefnis er sá að það voru tveir nemendur á ferðamálasviði rekstrar- og viðskiptadeildar HA sem að áttu frumkvæði að þessu verkefni og þeir voru að vinna lokaverkefni til BS gráðu og þessi könnun var liður í því verkefni og þeir sömdu spurningalistann og fengu starfsmenn þriggja hvalaskoðunarfyrtækja til að leggja hann fyrir gesti sína. Tilgangur og markmið rannsóknarinnar var að kanna viðhorf þátttakenda í hvalaskoðunarferðum til hvalveiða og hvalaskoðunarferða. Að kanna áhrif hvalveiða á þessa ferðamenn og afla upplýsinga um það hvað þeim finnst skipta máli í þeim ferðum. Það er mjög mikilvægt að taka fram að þessi viðhorf sem að hér endurspeglast eiga aðeins við um þennan hóp ferðamanna í hvalaskoðunarferðum.

Könnunin var framkvæmd í júlí 2002 og spurningalistinn var lagður fyrir þátttakendur í hvalaskoðunarferðum hjá Hvalstöðinni í Reykjavík, Sæferðum í Stykkishólmi og Norðursiglingu á Húsavík. Ástæðan fyrir því að þetta var svona lengi í kössunum var sú að þessir ágætu nemendur hurfu til annarra starfa rétt þegar þessi könnun hafði verið framkvæmd og stofnuðu fyrirtæki þannig að þetta var í marga mánuði í kössum og Ferðamálasetrið frétti af þessu nýlega og tók þetta verkefni að sér, okkur fannst synd að þetta verkefni lægi þarna kyrrt og öfluðum stuðnings í þetta verkefni. Við fengum til okkar Rannsóknarstofnun Háskólans á Akureyri til að vinna úr gögnunum og samgönguráðuneytið, sjávarútvegsráðuneytið, KEA og Ferðamálasamtök Íslands styrktu þetta verkefni.

Hér sjáum við þátttakendurna í könnuninni eftir þessum hvalaskoðunarfyrirtækjum, samtals eru þetta um 1.143 svarendur. Aldur og kyn, við sjáum það að 2/3 þátttakenda eru á aldrinum 21-50 ára og karlar og konur eru u.þ.b. með sama hlutfall. Menntun þátttakenda, um 57% þátttakenda hafa háskólapróf. Hér má sjá mynd sem að sýnir hvaðan þátttakendur koma, flestir koma frá Bretlandseyjum eða 27%, 18% frá Þýskalandi. Við tókum saman Noreg og Japan vegna þess að okkur fannst athyglisvert að fá fram hvort að þeirra viðhorf væru hugsanlega önnur heldur en annarra þar sem að Noregur og Japan eru hvalveiðipjóðir. Einhverjir Íslendingar voru þarna um 3%, 37 talsins.

Hefðir þú komið til Íslands ef að hér væru stundaðar hvalveiðar? 75% svöruðu því játandi á meðan 25% svöruðu því neitandi. 75% er nokkuð hátt hlutfall, sérstaklega miðað við þá umræðu sem að hefur verið í gangi undanfarið. 25% er líka hátt hlutfall, það fer eftir því hvernig menn líta á þetta. Hér þarf þó að slá ákveðna varnagla vegna þess að ákveðinn hluti þeirra sem að fullyrtu að þeir hefðu ekki komið til landsins ef að hér væru stundaðar hvalveiðar vissu ekki hvort að það væri hvalveiðibann eða ekki.

Hér sjáum við þetta greint eftir kyni, aldri og menntun og við sjáum það að unga fólkið hefði látið þetta hafa minnst áhrif á sig. Hér eftir þjóðum, Ísland, þessi lína á ekki að vera þarna en það kemur kannski ekki á óvart að Noregur og Japan hefðu ekki látið þetta hafa áhrif á sig en helst eru það Bretar og Þjóðverjar.

Hafði hvalaskoðun áhrif á ákvörðun þína um að koma til landsins? 28% svöruðu því játandi sem að er nokkuð hátt hlutfall. Við sjáum að það eru fyrst og fremst Bretar, um helmingur þeirra líta svo á að hvalaskoðun hafi haft áhrif á ákvörðun þeirra um að koma til landsins.

Hefðir þú farið í hvalaskoðunarferð ef að hér væru stundaðar hvalveiðar? 44% svara því neitandi sem að er athyglisvert og áhyggjuefni vissulega fyrir hvalaskoðunarfyrirtæki en ég ítreka það að menn eru ekki alveg samkvæmir sjálfum sér, þeir sem að svara þessu neitandi vegna þess að þeir voru ekki alltaf upplýstir um það hvort að það væri hér hvalveiðibann eða ekki.

Hér sjáum við það að það er helst unga fólkið aftur sem að hefði síst látið þetta hafa áhrif á sig, frekar þeir sem að eldri eru. Noregur og Japan hefðu farið í hvalaskoðunarferð, allflestir Íslendingar einnig. Síst eru það Bretar og Þjóðverjar sem að hefðu farið í hvalaskoðunarferð ef að hér væru stundaðar hvalveiðar.

Hvað finnst þér skipta máli í hvalaskoðunarferðum, nálægð við náttúruna, að sjá marga hvali? U.þ.b. 90% svara því þannig að það skipti miklu máli eða frekar miklu máli.

Vissir þú að hvalveiðar væru bannaðar á Íslandi? 2 af hverjum 3 vissi það. Ungu fólkið enn og aftur vissi það síst. Það kom svolítið í gegnum þetta allt saman að unga fólkið hvorki veit né hefur skoðun einhvernvegin á þessu öllu saman. Það voru tveir Íslendingar sem að vissu það ekki að hér væru hvalveiðar bannaðar. En Þjóðverjar virðast vera nokkuð vel upplýstir um þetta og einnig Bretar og Evrópubúar.

Fólk hefur almennt ekki áhuga á því að sjá þegar hvalur er skorinn en Noregur og Japan hafa jú, kannski helst áhuga á því eða rúmlega helmingur og Íslendingar einnig. Bretar hafa síst áhuga á því að sjá þegar hvalur er skorinn.

Telur þú að hægt sé að veiða sumar tegundir af hvölum án þess að stofna þeim í hættu? 2/3 telja að það sé ekki hægt. Þessar niðurstöður hér koma heldur ekki sérstaklega á óvart, að þarna eru hvalveiðiþjóðirnar efstar á blaði, Þjóðverjar þarna síst. Ég ítreka það að þessi spurningalisti er saminn af þessum nemendum og við höfum mikinn áhuga á því að endurtaka þessa könnun og víkka hana dálítið út og framkvæma hana aftur næsta sumar og þá að útvíkka hana þá ekki bara á meðal hvalaskoðunargesta heldur þá á meðal ferðamanna almennt á Íslandi.

Styður þú aðgerðir gegn þjóðum sem að stunda hvalveiðar eða hafa slíkt í huga? Já, segja u.þ.b. 80%, það er hinsvegar ekki skilgreint hvað það er að hafa uppi aðgerðir gagnvart þjóðum eða hvað það felur í sér. Bretlandseyjar eru á þessu, það sem vekur kannski athygli hérna er að 40% Japana og Norðmanna styðja aðgerðir gegn sjálfum sér og nokkuð hátt hlutfall Íslendinga líka en almennt er fólk fylgjandi þessu.

Það er ýmislegt í þessari könnun sem að er mjög forvitnilegt fyrir hvalaskoðunarfyrirtækin sjálf. Við getum krosskeyrt þetta og leikið okkur með þessar tölur svona að vild og það eru ýmsar hagnýtar upplýsingar í þessari könnun sem að fyrirtækin geta nýtt sér t.d. varðandi ákvörðunarferli og upplýsingar og fleira. Þetta er athyglisvert að 63% taka ákvörðun um að fara í hvalaskoðunarferð áður en að það kemur til landsins. Tæplega 40% fengu upplýsingar um hvalaskoðunarfyrirtæki hjá ferðaskrifstofu og það sem að vekur einnig athygli er að vefurinn fær falleinkunn.

Hvernig bókaðir þú hvalaskoðunarferðina? Hjá hvalaskoðunarfyrirtækinu er rúmlega helmingur. Þetta er svona dæmi um upplýsingar sem að koma þarna fram og svo að ég reyni nú að draga þetta saman, ég reyndi nú að fara eins hratt og hægt er undir liðnum um almennar umræður þannig að ég sé ekki að taka of mikinn tíma í þetta. En 70% svara því játandi sem sagt að þeir hefðu komið til Íslands þó að hér væru stundaðar hvalveiðar en 25% svara því neitandi. 56% hefðu farið í hvalaskoðun þó að hér væru stundaðar hvalveiðar en 44% hefðu ekki gert það. Þegar ákveðið var að fara til Íslands hafði hvalaskoðun áhrif á þá ákvörðun hjá 28% aðspurðra. 2 af hverjum 3 vissu af hvalveiðibanninu. 2 af hverjum 3 telja að það sé ekki hægt að veiða ákveðna

hvalategundir án þess að stofna þeim í hættu. 80% aðspurðra styðja aðgerðir gegn þjóðum sem að veiða hvali. 63% tóku ákvörðun um að fara í hvalaskoðunarferð áður en að þeir komu til landsins. Langflestir fengu upplýsingar hjá ferðaskrifstofu eða í ferðabæklingum og flestir velja hvalaskoðunarferðir vegna meðmæla annarra og 55% bóka beint hjá hvalaskoðunarfyrirtækinu.

Að lokum, þessi könnun er gerð sumarið 2002 í júlímánuði, sem sagt fyrir hval, og hvalveiðar okkar því ekki orðnar staðreynd á þeim tíma og þessar upplýsingar verður að sjá í því samhengi. Mikilvægt er eins ég ítrekaði hér áðan að gera aðra könnun 2004 og ég vonast til að fá stuðning til þess. Takk fyrir.
Glærur PowerPoint 1,07 MB

Ásbjörn Björgvinsson, forstöðumaður Hvalamiðstöðvarinnar á Húsavík:

Samgönguráðherra, ráðstefnustjórar, góðir fundarmenn. Fyrir utan að vera forstöðumaður Hvalamiðstöðvarinnar á Húsavík þá er ég jafnframt formaður í Hvalaskoðunarsamtökum Íslands og undir liðnum "Önnur mál" þá hef ég ákveðið að koma hér upp fyrir hönd félaga minna sem að stunda hvalaskoðun og koma hér á framfæri ályktun sem að við viljum leggja fyrir fundinn. En áður en að ég legg ályktunina fyrir þá langar mig að hafa smá inngang að henni.

Í kjölfar ákvörðunar sjávarútvegsráðherra um að hefja hvalveiðar að nýju hér við land kom fram veruleg gagnrýni innan ferðapjónustunnar. Ekki síst varðandi ákvörðunarferlið þ.e. að ekki var haft neitt samráð við þessa aðila né farið að ályktunum fjölmennra samtaka innan ferðapjónustunnar m.a. ályktunar frá aðalfundi SAF og Ferðamálaráðstefnunnar í Stykkishólmi á síðasta ári. Eins og þið sáuð hér áðan þá hefur Rannsóknarsetur Háskólans á Akureyri birt nýjar upplýsingar um hugsanleg áhrif hvalveiða á ferðapjónustuna og þá einkum á hvalaskoðun. Þetta er í fyrsta sinn sem þessi markhópur, hvalaskoðunarmenn, eru spurðir álits á hinum ýmsu málefnum er tengjast hvalaskoðun og hvalveiðum.

Vægi afþreyingar fyrir ferðapjónustuna og efnahagslífið er orðið verulegt eins og hefur komið hér fram áður. Á síðasta ári áætlaði Geir Oddsson, auðlindafræðingur, að bein velta ferðapjónustunnar vegna hvalaskoðunarferða hefði numið allt að einum milljarði. Það er því ljóst að afstaða þessara ferðamanna skiptir miklu máli þegar verið er að vega og meta áhrif hvalveiða á ferðapjónustuna. Mikilvægustu upplýsingarnar frá okkar sjónarhorni sem að komu út úr þessari skoðanakönnun er að horfa á hve stór hluti þessara ferðamanna kemur til landsins vegna hvalaskoðunar. Miðað við tölurnar á síðasta ári þá væru þetta um 13.500 manns og aukningin er töluverð í ár.

Það hefur líka komið fram að 63% svarenda eða um 38.000 ferðamenn hafa tekið ákvörðun um að fara í hvalaskoðun áður en að þeir koma til landsins og þessar niðurstöður sýna líka sláandi áhrif hvalveiða á hvalaskoðun. 44% svarenda eða 18.900 ferðamenn miðað við tölurnar sem að voru fyrir árið 2002

segjast ekki fara í hvalaskoðun ef að hvalveiðar verða stundaðar hér við land. Þetta eru ansi stórar tölur í okkar augum þó að öðrum kannski finnist þær léttvægar.

Það segja ennfremur 25% svarenda að þeir muni ekki koma til Íslands ef að hvalveiðar verða stundaðar hér við land. Miðað við ferðamannafjöldann í hvalaskoðun á síðasta ári þá væru það um 12.400 manns. Nú er það stjórnvalda að kynna sér niðurstöðurnar og ekki annars að vænta en að mark verði tekið á skoðunum þessa mikilvæga markhóps. Ég gæti einnig farið mörgum orðum um aðra þætti og umdeilanlega sem að tengjast þessu máli, hvalveiðum. Þá ekki síst brotalamir sem að hafa komið fram í skoðunum vísindamanna á vísindaáætlun stjórnvalda.

Ég get þó ekki lokið máli mínu án þess að minnst á þátt formanns Ferðamálaráðs við ákvörðun um hvalveiðar. Formaðurinn fagnaði ákvörðuninni, hann blés á alla gagnrýni og sagði að goluþytur mótmæla mætti ekki slá okkur út af laginu. Að mínu mati er formaður Ferðamálaráðs fánaberi íslenskrar ferðapjónustu. Og að mínu mati verður hann að ákveða hvorum megin borðsins hann ætlar að sitja. Það hefur margoft komið fram að hvalveiðar hafa og munu skaða ímynd landsins og afkomu ferðapjónustunnar. Að fagna hvalveiðum og blása á áhyggjur aðila innan ferðapjónustunnar með þeim hætti sem formaðurinn gerði er ámælisvert að mínu mati. Formaður Ferðamálaráðs hefur einnig líst því yfir að viðbrögðin við hvalveiðum hefðu verið mun minni en gert var ráð fyrir. Formleg mótmæli 23 ríkja þ.a.m. okkar helstu viðskiptalanda virðast léttvæg í þessu sambandi.

Ástæða þess að ýmis umhverfissamtök hafa komið fram með ábyrgari hætti en áður hefur þekkt gagnvart hvalveiðum okkar er ekki síst að þakka þeirri vinnu sem að Hvalaskoðunarsamtök Íslands hafa beitt sér fyrir til þess að breyta áherslum innan þessara samtaka og óska eftir því að þeir komi fram með nýjum hætti. Sum þessara samtaka hafa beinlínis hvatt ferðamenn til að ferðast til Íslands þrátt fyrir hvalveiðarnar. Þessi nýja nálgun hefur sætt mikilli gagnrýni innan umhverfissamtakanna sjálfra. Félagsmenn þeirra vilja sjá mun harðari viðbrögð við hvalveiðum okkar en raun var á, það er því líklegt að félagsmenn samtakanna muni krefjast stefnubreytingar ef að íslensk stjórnvöld hundsa tilmæli þeirra og fjölmargra erlendra ríkja um endurskoðun á ákvörðun um framhald hvalveiða.

Ég skora á ykkur kæru fundarmenn að skoða þessi mál út frá framtíðarhagsmunum ferðapjónustunnar og samþykkja eftirfarandi ályktun vegna hvalveiða. Og hér kemur hún:

"Ferðamálaráðstefnan 2003, haldin í Skjólbrekku við Mývatn 16. og 17. október mótmælir ákvörðun stjórnvalda um að hefja hvalveiðar hér við land án nokkurs samráðs við samtök innan ferðapjónustunnar eða aðra hagsmunaaðila innan greinarinnar. Ráðstefnan minnir á fyrri áskoranir til stjórnvalda um að gerð

verði ítarleg og fagleg úttekt á áhrifum hvalveiða á ferðaþjónustuna og leggur áherslu á að þegar hafa komið fram sterkar vísbendingar um skaðleg áhrif hvalveiða á ímynd landsins og þar með á ferðaþjónustuna á Íslandi. Ráðstefnan krefst þess að stjórnvöld hafi náði og opið samráð við Samtök ferðaþjónustunnar, Ferðamálasamtök Íslands og Hvalaskoðunarsamtökin áður en ákvörðun um framhald veiðanna verður tekin."

Ég legg þetta fyrir fundarstjóra og þakka fyrir gott hljóð.

Arngrímur Viðar Ásgeirsson, Ferðaskrifstofa austurlands:

Samgönguráðherra, góðir félagar.

Ég ætla aðeins að koma hér með stutta hugleiðingu. Eins og kom fram heiti ég Arngrímur Viðar og er Ásgeirsson og er starfandi hjá ferðaskrifstofu á Austurlandi á Egilsstöðum og veiti auk þess forstöðu Kjarvalsstofu á Borgarfirði eystra. Aðeins varðandi alla þá statistik og þær tölur sem að hafa komið hér í dag þá er rétt að geta þess að á Borgarfirði eystra hefur verið gerð ferðamannakönnun frá árinu 1986 og þar því miður komu ekki í ljós sömu niðurstöður og almennt gerist í þessari ágætu statistik. Erlendum ferðamönnum hefur t.d. fækkað á Borgarfirði. Rútuferðir sem að voru árið 1990, 65 í þessum sumarmánuðum sem að eru hefðbundinn ferðamannatími þar en fyrir 2 árum síðan komu þangað 32 rútur ef ég man rétt og það er margt í ferðamynstri og hegðun ferðamanna eins og hér hefur verið komið inn á í dag sem skiptir máli fyrir ferðaþjónustuaðila þannig að þegar ég hlusta á tölur um gistinætur og fjölda ferðamanna sem að lenda í Keflavík þá er ég ekki að vita hvort að móðir mín sem að rekur ferðaþjónustu á Borgarfirði er að fá eitthvað fleiri krónur í kassann.

Þannig að ég vil að þetta svona verði aðeins til umhugsunar. En það sem að ég vil kannski fyrst og fremst koma hér á framfæri er hvernig samstarfi aðila í ferðaþjónustu er háttað og við höfum tala um að það er mjög hagkvæmt að svæðisbundnir kannski lítil fyrirtæki í ferðaþjónustu, þá gæti það hentað okkur í mörgum tilfellum að vinna með ferðaþjónustuaðilum annars staðar að af landinu. Og ég vil því óska eftir því að þeirri kynningu og þeirri framsetningu sem að verður á þessum kynningarmálum eða öðrum kynningarmálum að það verði myndaður einhver vettvangur þar sem að menn geta komið saman og þá ef að fleiri aðilar séu að óska eftir samstarfi að það sé þá einhver vettvangur þar sem að þessir aðilar geta komið saman og sameinast einmitt gagnvart þessum kynningarmálum.

Ég vil einnig benda á það að Egilsstaðir og Austurland ásamt Akureyri eru komnir til að vera vonandi bæði sem innkomustaðir og útflutningshafnir fyrir ferðamenn og ég veit svo sem ekki af hverju það var ekki í tölunum hjá Ársæli en ég vona að við komumst inn í þessa statistik þannig að það verði hægt að mæla þetta. Það skiptir okkur miklu máli á þessum stöðum og þá erum við að tala um landsbyggðina og stóran hluta landsbyggðarinnar að þessum innkomustöðum sé sinnt hvort sem að fyrirtækið heitir Flugleiðir eða eitthvað

annað og mjög ánægjulegt að heyra núna á síðustu dögum að þá hafa Flugleiðir eða Flugfélag Íslands tilkynnt það að þeir muni fljúga beint frá Keflavík til Egilsstaða tvisvar í viku og það að sjálfsögðu gefur okkur aukin tækifæri.

Nú þetta þurfum við að hugsa um og ekki síst fyrir austan, þetta er okkar lífæð að mörgu leyti og eins hérna fyrir norðan eins og komið hefur fram. En að lokum sem formaður Íþróttakennarafélagsins þá vil ég út af þessari umræðu um "Latabæ" þá vil ég með leyfi þingforseta fá ykkur aðeins til að standa á fætur og gera einar tvær hléæfingar. Takk fyrir.

Dorothee Lubecki, ferðamálafulltrúi Vestfjarða:

Samgönguráðherra, góðir fundarmenn.

Mig langaði aðeins örstutt að koma inn í þessa markaðsumræðu aftur. Þetta er mjög flókið mál, við erum að vera búin að pæla í þessu lengi líka úti á landi. Það er ekki til eitt svar varðandi ímynd Íslands varðandi það sem að við erum að markaðssetja yfir höfuð og hvernig við nálgumst ferðamanninn. Við erum búin að gera bæði kannanir innan svæðis, við erum búin að fara erlendis og nokkuð búin að greina þann hóp ferðamanna sem að sækir okkur heim og hann er ekki sá sami og sá sem að meðaltali er að heimsækja Ísland og þá vaknar sú spurning, ætti ekki að treysta okkur úti á landi fyrir verkum og leyfa okkur að markaðssetja okkur á okkar forsendum og veita markvissan stuðning til þess. Þetta yrði hvatning fyrir okkur úti á landi að vinna að okkar málum.

Ég get bara sagt sem dæmi að við erum að vinna að mjög svipuðum hlutum eins og það sem að Kjartan var að kynna áðan fyrir Norðurlandið. Við erum að vinna markaðsplan en eigum ekki einustu krónu til að setja í það til að fylgja því eftir. Við erum bara með milljón hér og kannski hálf milljón þar. Þetta er ómarkvisst og verður aldrei neitt að neinu og ég virkilega hvet ráðamenn í þessum geira til þess að ef við stöndum okkur og vinnum heimavinnuna eins og t.d. komum með góð markaðsplön, áætlun til 5-10 ára - ef við getum það, ef við getum sýnt fram á það að við höfum hæfni til þess að okkur sé treyst fyrir verkinu. Þetta er ekkert mál, við þurfum ekki SAS hjálp eins og við köllum þetta stundum fyrir vestan, þ.e. "sérfræðing að sunnan" sem að vita alltaf allt betur en við. Ég held að við séum komin á það stig að þetta er atvinnugrein. Ferðaþjónustuaðilar eru farnir að standa sig og við viljum virkilega hvetja til meira samstarfs.

Að lokum í sambandi við hvalveiðarnar. Þetta er náttúrulega mjög umdeilt málefni fyrir vestan. Það var mjög ánægjulegt, við höldum ferðamálaþing núna á haustdögum á Vestfjörðum og það var í fyrsta skipti rætt um þessa hvalaskoðun og hvalveiðimál án þess að menn væru að rífast. Það var hlustað og ég held að við verðum að koma með skýr skilaboð hérna frá þessum fundi í dag, það er þannig að við erum ekki einu sinni með hvalaskoðun fyrir vestan en það berast til mín bréf þar sem að menn afboða komu sína út af þessum málum til Vestfjarða. Takk fyrir.

Guðrún Helgadóttir, Hólaskóli:

Samgönguráðherra, fundarstjórar, ágætu fundarmenn.

Ég heiti Guðrún Helgadóttir og starfa sem sérfræðingur við Ferðamálabraut Háskólans á Hólum. Eins og ykkur grunar sjálfsagt þá var ég náttúrulega með tilbúna ræðu þegar ég kom hérna upp áðan með fyrirspurn en af því að ég sat nú einu sinni í panel á svona ferðamálaráðstefnu og það var mjög skemmtilegt en það komu engar fyrirspurnir til panelsins í það skiptið þannig að ég ákvað að spyrja panelinn.

En mig langaði aðeins til að fylgja þeirri fyrirspurn eftir því að það sem að vakti nú fyrir mér þegar ég var að spyrja út í þetta, hvað ef við værum með alvöru ímyndaruppbyggingu. Og það sem ég var náttúrulega fyrst og fremst að lýsa eftir þar er spurningin um hver er hugmyndafræðin, hver er hugmyndin um Ísland sem að liggur að baki þeim ímyndum sem að við erum að hampa? Því að það er ekki nóg að hafa bara flottar myndir, þær segja jú meira en þúsund orð en tökum bara eitt lítið dæmi sem að við höfum séð í dag.

Fyrir svona 2 árum síðan þá var mikil umræða t.d. um öryggismál í afþreyingu sem að því miður hefur verið allt of hljótt um þá umræðu nú undanfarið. Þetta mál er mér skylt þar sem að ég er verkefnisstjóri í rannsóknarverkefni sem að heitir "Gæði í hestatengdri ferðaþjónustu" og ég get ekki neitað því að það voru mér nokkur vonbrigði að sjá þessa mynd af myndarlegum manni á glæsilegum hesti með engan hjálm. Þetta er vandamál sem að hestaferðaþjónustufyrirtækin kljást við, það er þetta með öryggið og þetta er bara fyrir mér svona eitt dæmi um þetta, erum við alveg að hugsa málið alveg ofan í kjölinn? Hvernig förum við að þegar við erum að auglýsa og búa okkur til þessa bæklinga og ímyndir. Erum við bara að hlaupa út í prentsmiðju rétt fyrir Vestnorden með bæklinginn? Erum við virkilega að hugsa frá A-Ö, hver er stefnan? Nú ef við höfum ætlað að leggja áherslu á öryggi og öryggi í afþreyingu af hverju nær sú hugsun og sú stefnumótun ekki alveg út í ímyndasmíðjuna til dæmis?

Annað dæmi eins og t.d. það samstarf sem að ég virkilega fagna sem norðlendingur sem er Markaðsskrifstofa Norðurlands. Þar er komin ákveðin ímynd og ákveðin slagorð eins og t.d. "Arctic North" og eitt af því sem að ég velti fyrir mér er það hvernig verður svona slagorð til? Hver býr það til og á hvaða forsendum og hvernig gerum við það að hluta af sjálfbærri þróun ferðaþjónustunnar? Því að ímyndasmíðin, markaðssetning ferðaþjónustunnar er nokkuð sem að er menningarstarf. Það skiptir mjög miklu máli fyrir íslenska menningu hvernig Ísland er markaðssett. Þess vegna held ég að við verðum að fara að hugsa meira ofan í kjölinn, gá meira til veðurs í þessum efnum og virkilega spá í það hver er hugmynd okkar? Þetta er ekki bara spurning um flottar myndir og bækling fyrir næstu ráðstefnu. Takk fyrir.

Guðrún Bergmann, Gistiheimilið Brekkubær:

Samgönguráðherra, fundarstjórar, ágætu fundarmenn og félagar.

Ég var að kíkja aðeins í þessa ágætu skýrslu, "Íslensk ferðaþjónusta -

framtíðarsýn" og þar er kafli sem að fjallar um umhverfismál. Við höfum verið að tala um markaðssetningu og ímynd Íslands og það hefur kannski lítið verið fjallað akkúrat um umhverfismálin í þessari umræðu hér í dag. Mig langar aðeins til að ræða um það sem að er að gerast á því landssvæði sem að ég bý á, ég bý á Snæfellsnesi.

Við vitum öll að ferðaþjónustan á mikla framtíð fyrir sér og við höfum verið að ræða hér um breyttar áherslur í markaðssetningu Íslands. Ársæll kom hérna upp og sagði að við mættum reikna með 70% aukningu í ferðaþjónustu á næstu 5-10 árum og ég held að við þurfum öll að spyrja okkur ýmissa spurninga varðandi það hvernig við ætlum að taka á móti þessu fólki.

Áður en Ísland er markaðssett þá þarf nefnilega að huga að grunngerðinni þ.e. hvað er að gerast hjá okkur hér heima. Hversu mörgum ferðamönnum getum við tekið á móti? Hvernig ferðamönnum erum við að leita eftir? Hvernig ætlum við að koma þeim fyrir t.d. í gistingu? Hvað þurfum við að fjölga mikið rútum og öðru þessháttar? Hvað þarf að fjölga mikið bílaleigubílum? Hvað með afþreyinguna? Það er búið að vera að ræða mikið um hana hérna. Nú ræður vegakerfið við fjölgunina? Það er talað um það að það sé stórt vandamál í Noregi í dag hversu vegirnir eru mjóir af því að það er alltaf umferðaröngþveiti við helstu áfangastaðina hjá þeim. Á ákveðnum tíma dags þá kemst þú ekki til baka frá staðnum sem að þú varst að heimsækja og ýmislegt þessháttar.

Nú hvar losum við okkur við það sorp sem að óneitanlega fylgir ferðamanninum? Ferðaþjónusta er svolítið sorpfrek atvinnugrein. Eru orkumálin í góðu standi? Eigum við nóg af orku og góðu neysluvatni? Á Snæfellsnesi þar sem ég bý er frekar léleg svona byggðalína, rafmagnslína, þannig að við vitum ekki hvort að það sé nógu mikið rafmagn út á enda á nesinu til að geta tekið við mikilli aukningu í ferðaþjónustu þar.

Nú hvernig verndum við og komum menningu okkar á framfæri? Hvaðan fáum við faglega menntað starfsfólk til að starfa við ferðaþjónustuna? Hvert viljum við beina ferðamönnunum? Hverjir eru helstu áfangastaðirnir sem að við viljum senda þá á? Eru þá athyglisverðustu staðirnir nægilega vel merktir eða vegamerkingar þannig að ferðamenn rati? Mig langar til að benda á eitt dæmi, ekki út af því að ég vilji hnýta í Bláa Lónið heldur bara til að benda á hvernig útlendingar sjá merkingar. Það voru hérna vinir okkar fyrir skömmu á ferðalagi á Íslandi frá Bretlandi. Annar þeirra hafði nú komið í Bláa Lónið þannig að hann gat fundið það aftur til að sýna hinum vini sínum hvar það væri en það er ekki fyrr en einhverjum einum og hálfum kílómetra áður en að komið er að baðstaðnum sem það stendur "Blue Lagoon", samt er Bláa Lónið kynnt erlendis sem "Blue Lagoon" ekki "Bláa Lónið" og jafnvel á gististöðum í Reykjavík þar sem að þessir sömu aðilar gistu þar var auglýsingablað ekki "Bláa Lónið" heldur "Blue Lagoon". Þú keyrir Keflavíkurvegin og hvorugumegin, hvort sem að þú ert að koma frá Keflavík eða Reykjavík er skilti sem að stendur á "Blue Lagoon".

Það eru svona hlutir sem að við þurfum að hugsa um. Nú á mínu svæði þ.e. á Snæfellsnesi þar hefur verið stigið stórt skref í þá átt að gera heildaráætlun fyrir svæðið. Fyrir rúmum mánuði hófst virkt framkvæmdaferli með heimamönnum við undirbúning að gera Snæfellsnes að umhverfisvænum áfangastað í ferðaþjónustu með vottun frá Green Globe 21. Það er einmitt sérstaklega fjallað um Green Globe 21 í þessum kafla í skýrslunni undir umhverfismál.

Nú hugmyndin að þessu verkefni sem að er að fara af stað hún fæddist á síðustu ferðamálaráðstefnu og undirbúningur að framkvæmd hennar hefur staðið nær sleitulaust síðan. Þannig að það er fullt af hlutum kannski að gerast á mörgum stöðum á landinu en við vitum ekki af því að þeir eru kannski ennþá á undirbúningsstigi. Nú í þessu tilviki þá eru það 5 sveitarfélög sem að taka þátt í þessu verkefni. Það eru Eyja- og Miklaholtshreppur, það er Grundarfjarðarbær, það er Stykkishólmsbær, það er Snæfellsbær og það er Helgafellssveit. Þau taka þarna saman höndum um að móta framtíðarstefnu fyrir allt Snæfellsnesið. Þarna er samstarfið komið inn og mörg sveitarfélög farin að vinna saman.

Stefnumótunin kemur þó samt einungis til með að vera hluti af ferlinu því að aðal markmiðið er að fá Snæfellsnes vottað sem umhverfisvænan áfangastað þar sem stunduð er sjálfbær ferðaþjónusta. Vottunin kemur til með að staðfesta fyrir ferðamanninum að heimamenn virði landið og setji sér og öðrum mörk til að viðhalda því í sem bestu ástandi fyrir komandi kynslóðir. Jafnframt kemur hún til með að leggja línurnar í markaðssetningu svæðisins sem að héðan í frá verður markaðssett sem fyrsta vottaða umhverfisvæna ferðamannasvæðið á Íslandi.

Heimamenn hafa því tekið ákvörðun um sínar áherslur í markaðssetningu Snæfellsness. Stefnt er að því að undirbúningsferlinu ljúki á 6 mánuðum. Það eru auðvitað bjartar áætlanir en við höfum alltaf verið átaksfólk Íslendingar og við ættum alveg að geta látið það ganga upp. Takist það þá mun svæðið hljóta fullnaðar úttekt og vottun frá Green Globe 21 á vormánuðum árið 2004. Við teljum, heima hjá okkur, að þetta sé eitthvert merkasta skref til nýbreytni í ferðaþjónustu á landinu og við óskum þess að það sé einungis verið að stíga fyrsta skrefið með því í átt að því að Ísland verði leiðandi afl í umhverfisvænni ferðaþjónustu á norðurslóð og jafnvel í heiminum öllum.

Samgönguráðuneytið og Ferðamálaráð styðja við þetta verkefni og fylgjast náið með framgangi þess enda er þetta nokkurskonar tilraunaverkefni. Þær niðurstöður og sú reynsla sem að af því fæst eiga væntanlega eftir að nýtast öðrum svæðum landsins í framtíðinni við að skapa flottustu ímynd af flottasta landi í heimi sem að er sko enginn klaki eða sker en besta land í heimi. Takk fyrir.

Erna Hauksdóttir, Samtök ferðaþjónustunnar:

Samgönguráðherra, ráðstefnustjórar og ágætu félagar.

Ég get ekki látið hjá líða að koma hér upp og fara örfáum orðum um það sem

að hér hefur farið fram í dag og vil þakka fyrir góðar umræður. Ég held að í dag getum við litið yfir árið og það sé ýmsu að fagna. Við lítum yfir ferðamannaárið og horfum á mikinn fjölda ferðamanna, mikla fjölgun sem að kannski í okkar samkeppnislöndum hefur ekki tekist. Þetta hefur tekist með afskaplega góðri samvinnu greinarinnar og hins opinbera og verð ég að segja að við fögnum þeirri fjárhæð sem að kemur aftur í samstarf með fyrirtækjunum til markaðsmála í ár.

Það er ýmislegt sem að má fagna líka vegna þess sem að fyrirtækin eru að gera og það sem að hefur komið hér fram í dag eins og t.d. það sem að hún Guðrún var að tala um í sambandi við umhverfismálin á Snæfellnesi, það sem Kjartan Lárusson var að sýna okkur frá áðan sem að mér finnst stórkostlegt samstarf sem að við höfum svo oft verið að kalla eftir, samstarf fyrirtækja og sveitarfélaga og annarra. Það sé ekki hver í sínu og horninu. Það sem að Baðfélagið er að gera og við fórum í hádeginu að skoða að víða er verið að vinna.

En það er líka tími í dag til að bretta upp ermar og gera ýmislegt af því sem að við þurfum að gera betur. Samgönguráðherra sagði frá því að það yrði farið í stefnumótunarvinnu og ég hef samþykkt að taka þar þátt í stýrihópi og mun ekki liggja á liði mínu eða mitt fólk sem að vinnur með mér innan SAF. Við erum sjálf nýlega búin að fara í stefnumótunarvinnu og höfum nokkuð skýra sýn á það hvert við viljum fara. Ég er viss um að það kemur að góðum notum í þeirri vinnu sem að framundan er og þá þurfum við líka öll að taka höndum saman því að það er það sem að við þurfum að gera þegar við brettum upp ermar. Við þurfum að vinna af meiri fagmennsku í greininni, meiri gæðum og meira samstarfi. Allt þetta gæti þá leitt til þess að þessi atvinnugrein gæti gefið af sér meiri arð heldur en að hún gerir í dag.

Það var rætt áðan um ja, gistinætur Íslendinga - hvar Íslendingar væru að gista hingað og þangað á landinu. Við vitum að Íslendingar eru mikið á ferli. Við vitum að þeir eru mikið í allskonar sumarbústöðum og það er erfitt að fylgjast með því og við höfum nú svo margoft borið saman starfsskilyrði þessara sumarbústaða sem að verkalýðsfélögin reka og eru með allt annað undir heldur en að þeir sem að eru að selja gistingu.

En það er líka annað mál sem að ég er ekki að tala um í fyrsta skipti og fellur undir fagmennsku. Það er það að mikill fjöldi gististaða, lítilla gististaða sérstaklega úti um land, sem vinnur ekki nógu faglega. Þeir gefa ekki t.d. upp neinar tölur til Hagstofu sem að er að reyna að hafa statistíkina hér í lagi, fljótur og betur með hverju árinu sem líður. Fyrirtækin verða að hafa bókhaldið sitt í lagi, verða að gefa upp tölur og verða að vinna af meiri fagmennsku heldur en að þeir hafa gert hingað til. Við segjum oft við bæði stjórnámamenn og almenning að það sé kominn tími til að það sé farið að líta á ferðaþjónustuna sem alvöru atvinnugrein en það er ekki von að þetta fólk geri það ef að við gerum það ekki sjálf.

Það var ýmislegt sem að samgönguráðherra sagði m.a. sem að mig langar til að koma aðeins að. Hann fór með nokkur ákvæði úr stjórnarsáttmálanum sem að okkur þykir mjög merkilegt ákvæði og við hjá Samtökum ferðaþjónustunnar erum nú að vinna að greinargerð í sambandi við það. Það er að íslensk ferðaþjónustufyrirtæki eigi að hafa sambærilegt rekstrarumhverfi og fyrirtæki í okkar helstu samkeppnislöndum. Þetta fannst okkur mikið fagnaðarefni og erum að vinna að því máli. Nú að öðru leyti vil ég þakka fyrir góðar umræður í dag. Takk fyrir.

Ólafur Hauksson, Iceland Express:

Góðir fundarmenn.

Mér heyrir að við eigum öll eitt sameiginlegt markmið sem er það að fá fleiri ferðamenn hingað til lands, fleiri Íslendinga til að ferðast, fá fleiri viðskiptavinum, fá meiri "business", auknar tekjur, auknar gjaldeyrstekjur og vonandi fari þetta nú ekki alltof illa með landið okkar. Að þessu markmiði höfum við hjá Iceland Express verið að vinna með því að koma með okkar fyrirtæki og bjóða lægri fargjöld. Ég þarf ekkert að útskýra sérstaklega fyrir ykkur hvernig lágfargjaldafélag starfar sem slíkt en við tókum til starfa í febrúar og opinberar tölur sýna allar að við höfum náð tilætluðum árangri, ekki bara fyrir okkur sjálf til þess að koma þessu fyrirtæki á laggirnar og láta það ganga upp heldur líka í þágu íslenskrar ferðaþjónustu.

Það hefur orðið 17% aukning á flutningi ferðamanna til og frá landinu á þessu ári, ekki eru það allt erlendir ferðamenn, Íslendingar að sjálfsögðu líka. 12% aukning erlendra ferðamanna til landsins og ég held að það sé ekki nokkur maður hér inni sem að ekki fagnar því. Samkvæmt tölum frá Flugmálastjórn þá er hlutur Iceland Express í þessari fjölgun 84%. Hlutur annarra flugfélaga er þá restin og þar af er hlutur Iceland Air rétt rúmlega mínus, þ.e. Icelandair hefur ekki alveg haldið í við þann farþega fjölda sem það félag hafði á sama tíma í fyrra.

Það sýnir hinsvegar að þrátt fyrir samkeppnina þá hefur Icelandair haldið í við og það held ég að sé afar gott og jákvætt fyrir okkur öll sem að störfum í ferðaþjónustunni. Það má segja líka að við erum ákaflega ánægð með það að hafa ekki þurft að reka starfsemi okkar byggt á því að við værum að taka viðskipti frá Icelandair enda töldum við aldrei að svo yrði enda hefur fyrirtækið staðið sig ákaflega vel í allri sinni markaðssetningu og hefur byggt upp aldeilis fínan grunn fyrir okkur í ferðaþjónustunni. Hingað hefur Icelandair verið að koma með hundruð þúsunda ferðamanna á hverju ári og lagt mikla fjármuni til þess að byggja upp ferðaímynd Íslands erlendis.

En þegar ég sagði hérna fyrr í dag að ég teldi engu að síður að Icelandair héldi ferðamönnum erlendum í gíslingu þá meina ég það með því að fargjöld með Icelandair til Íslands eru mjög há og þrátt fyrir þá samkeppni sem að hér hefur komið upp þá hafa þau ekki lækkað svo nokkru nemi erlendis frá. Ef maður fer á netið og skoðar hvað kostar fyrir ferðamanninn sem er að verða öflugasti

ferðamaður, þann sem að fer á netið sjálfur og skipuleggur sínar eigin ferðir sjálfur þá er þetta mjög algengt 40-45.000 krónur sem það kostar að fara hingað og þá er sunnudagareglan inni.

Ég vil benda sérstaklega á þetta vegna þess að margir hér á landi halda að það sé orðið mjög ódýrt að fljúga með Icelandair vegna þess það kostar 19.400 að fara til London og 20.000 rúmar að fara til Kaupmannahafnar með þessu félagi. Sú aðgerð er eingöngu til þess að takast á við Iceland Express í samkeppninni og ég ætla ekkert að fara sérstaklega út í þá umræðu hérna, hún er löng og mikil og hefur farið fram hjá samkeppnisyfirlitum og er áfram til umræðu þar.

En ég ætlaði að ljúka máli mínu með því að tala örlítið um mál sem að samgönguráðherra, formaður Ferðamálaráðs og ferðamálastjóri hafa allir tæpt á hérna fyrir í dag og það er úthlutun markaðspeninga í markaðssamstarf. Við hjá Iceland Express vorum mjög óánægð með þau vinnubrögð sem að þar voru höfð og þó svo að ferðamálastjóri hafi fengið samgönguráðherra til að gefa út stjórnsluúrskurð um að hann hafi ekkert rangt gert breytir það engu í okkar huga og við teljum að þar sé ekki einu sinni rétti aðilinn til þess að tjá sig um þetta vegna þess að þetta var sameiginleg ákvörðun þeirra.

Það sem að við gagnrýndum og mig langar að koma þeim upplýsingum til ykkar í sem stystu máli er það að í nóvember var vitað hvaða fjármuni átti að leggja í þetta. Í nóvember og desember voru aðilar tengdir Flugleiðum, starfsmenn hjá Flugleiðum í viðræðum við ferðamálastjóra og samgönguráðuneytið um það með hvaða hætti ætti að deila þessum peningum út. Sumir segja að það var ekkert óeðlilegt vegna þess að þessi sami maður sem að aðallega átti þessi samskipti var formaður SAF. Þar með hinsvegar var formaður SAF og framkvæmdastjóri hjá Icelandair kominn með ákaflega mikla vitneskju um það fyrir sitt fyrirtæki hvernig átti að standa að þessum málum.

Önnur fyrirtæki nutu ekki sömu aðstöðu til þess að vita með hvaða hætti átti að vinna að þessu markaðssamstarfi. Það er síðan ekki fyrir en 6. febrúar þ.e.a.s. þegar menn eru búnir að vera að krunka sig saman í nokkra mánuði sem það er gefið út hvaða skilyrði eigi að uppfylla. Þetta er nú svolítið mikilvægt mál. Það voru gefnar tvær vikur til þess að vinna þessar umsóknir og það var krafist gríðarlega ítarlegra upplýsinga um það hvernig ætti að standa að þessu markaðssamstarfi. Það að vinna þetta á tveim vikum var gersamlega óvinnandi vegur og það kom ekki til greina af hálfu stjórnvalda að gefa frest - þeir neyddust reyndar til að gefa frest um viku út af tæknilegum ástæðum.

Það er alveg ljóst að af hálfu stjórnvalda var ekki nokkur vilji til þess að horfa til þess að hér var að hefjast starfsemi, lágfargjaldafélags sem að var fært um að koma með miklu fleiri erlenda ferðamenn til landsins á einu ári ásamt Flugleiðum og öðrum flugfélögum heldur en nokkru sinni fyrir. Meira að segja í skriflegri fyrirspurn til Magnúsar Oddssonar ferðamálastjóra þá hefur hann aðspurður um það hvort að það hefði verið kannað hvaða möguleika ætti af því

að hér tæki til starfa lágfargjaldafélag af þessum sérfræðingum öllum sem að hann leitaði til. Þá sagði hann að svo hefði ekki verið.

Þannig að á sama tíma og við erum að taka til starfa og erum að skapa þarna möguleika á að hingað komi fleiri erlendir ferðamenn þá eru yfirvöld samgöngumála einhversstaðar annarsstaðar heldur en þar sem að þau ættu að vera og að hugsa um einhverja aðra hagsmunni heldur en endilega hagsmuni ferðapjónustunnar og við höfum verið mjög ósátt við þetta. Við höfum kært þetta til ESA, eftirlitsstofnunnar EFTA, og þar er þetta til meðferðar og það er ekki þar með sagt að við séum að leita eftir einhverjum hemdum eða einhverju öðru en við teljum að þarna hafi stjórnvaldið alls ekki staðið sig sem skyldi enda heyrði ég á máli manna hérna áðan fyrr í dag að nú á að taka allt öðru vísi á þessum málum og gefa miklu lengri frest og vinna þetta allt ítarlegar og það finnst mér vera viðurkenning á því að menn stóðu ekki rétt að þessu.

Ég hefði hinsvegar talið að þeir hefðu hvenær sem er á þessu ári getað leiðrétt kúrsinn en það hafa þeir ekki. Í refsingarskyni hinsvegar við Iceland Express fyrir að hafa vogað sér að gagnrýna þetta og láta í sér heyra þá hundsar Ferðamálaráð okkur algerlega og bara sem dæmi um það er það að við erum að sjálfsgöðu boðin og búin eins og önnur flugfélög til að flytja hingað erlenda blaðamenn, íslenskri ferðapjónustu að kostnaðarlausu, þá hefur Ferðamálaráð aldrei ekki einu sinni lyft símanum til þess að óska eftir því við okkur. Við höfum leitað eftir aðstoð frá Ferðamálaráði við að taka hér á móti blaðamönnum, við erum búin að taka inn hérna yfir 150 blaðamenn og flesta frá Bretlandi, og samtals hefur Ferðamálaráð tekið þátt í kostnaði upp á 155.000 krónur.

Við höfum sömuleiðis leitað til Höfuðborgarstofu og hún hefur aðstoðað okkur, leitaði reyndar bara einu sinni og hún tók vel í það og aðstoðaði okkur við að útvega dinner fyrir blaðamenn. En mér finnst vera ákveðinn leiðinlegur tónn og afstaða í gangi af hálfu yfirvalda ferðamála gagnvart okkur og ef að menn þola ekki að þeir séu gagnrýndir og það sé látið heyra í sér þá þykir mér það miður og ég hinsvegar lýsi því hér yfir að það er mikill áhugi hjá okkur hjá Iceland Express að eiga sem best samstarf við alla ferðapjónustuaðila hérna. Við teljum að tilkoma lágfargjaldafélags sé einhver besta vítamínsprauta sem íslensk ferðapjónusta hefur fengið og ég lít á það sem ég er að segja hér núna sem ákveðna útrétta hönd okkar.

Við erum tilbúin til þess að taka í höndina á aðilum sem að við höfum ekki verið sátt við hvernig hafa komið fram gagnvart okkur og ekki sætt sig við það sem að við höfum verið að gagnrýna. Við getum bara varpað því aftur fyrir okkur vegna þess að við eigum svo mikla möguleika hérna í ferðapjónustunni og þrátt fyrir einhverjar deilur og ekki séu allir sammála þá er samt engin spurning að hér í íslenskri ferðapjónustu hefur verið staðið mjög vel að mjög mörgum málum og ég held að kynning á Íslandi erlendis sé í það heila afskaplega jákvæð og það sem ég heyri til dæmis frá öllum þessum blaðamönnum sem ég hef verið að taka á móti er það að þá hefur alla alltaf langað til Íslands.

Allir hinsvegar telja að Ísland sé dýrt land. Við erum þó búin að brjóta þó niður einn tálma þar sem að eru fargjöldin og vonandi með auknum ferðamannastraumi geta ferðaþjónustufyrirtæki farið að fá tekjur fyrir lengri tíma á árinu og þar með getur kannski verið í heildina orðið skaplegra meira að segja yfir sumartímann. Takk fyrir.

Pétur Óskarsson, Katla DMI ehf.:

Samgönguráðherra, fundarstjórar, ágætu kollegar.

Ég ætla að vera stuttur. Mig langaði að tæpa á kannski tveimur eða þremur málum sem að hafa komið hérna fram í dag. Í fyrsta lagi að blanda mér aðeins inn í flugfélaga umræðuna. Við tókum eftir því áðan að það neistaði aðeins á milli flugfélaganna okkar tveggja íslensku, Iceland Express og Icelandair. Mig langar að óska þessum félögum báðum til hamingju með árangurinn. Icelandair fyrir að halda sínu á ársgrundvelli og aukninguna sem að hefur orðið við tilkomu Iceland Express. Við vitum það sem að erum í flugrekstri eða tókum þátt í flugrekstri eins og mitt fyrirtæki, við erum með leiguflug og vorum með í sumar sex sinnum í viku frá Þýskalandi og verðum átta sinnum í viku frá Þýskalandi næsta sumar. Við byrjum 1. maí og erum til 25. september.

Við vitum það að aukið framboð það skapar líka eftirspurn þannig að það er mjög jákvætt. Varðandi opinbera styrki þá ætla ég ekki að fara fleiri orðum, ég hef nú gert það með skýrslu sem að ég og Anton Antonsson gerðum í janúar og síðan með bréfi sem að ég sendi ferðamálastjóra og samgönguráðherra eftir að styrkjunum var úthlutað þar sem að ég fór yfir mína skoðun á því máli. Við vorum ekki sátt við þá meðferð sem að við fengum. Það ber hinsvegar að líta á það að það er geysilega mikilvægt fyrir greinina okkar að við séum að fá peninga frá hinu opinbera í markaðssetninguna.

Ég sem hef starfað í meira en 10 ár í Þýskalandi við að markaðssetja landið okkar hef fundið fyrir því að það eru allir tilbúnir að stökkva á ferðamanninn og bjóða honum þjónustu þegar hann er kominn til landsins en mjög fáir tilbúnir til þess að eyða peningum til að fá hann til að koma. Það hefur verið mjög erfitt að fá peninga í það, ekki kannski af því að það hefur ekki verið vilji fyrir hendi hjá innlendu aðilunum heldur einfaldlega vegna þess að þeir hafa ekki haft bolmagn til þess. Þetta á sérstaklega við okkar samstarfsaðila. Við erum að vinna með yfir 200 ferðaþjónustufyrirtækjum á Íslandi og ég veit það að mörg þeirra eru að berjast í bökkum og sérstaklega á landsbyggðinni.

Þar hefur enga peninga verið að fá þannig að það er mjög gott að hið opinbera sé komið inn í þetta og því ber að fagna og mig langar líka til þess að minnst á það að það er ákveðin viðurkenning á því að þetta hafi ekki verið gert nógu vel síðast að nú skuli vera breytingar framundan. Ég er ánægður með það og hlakka til að sækja aftur um fyrir árið 2004.

Örstutt um hvalveiðarnar. Ég ætla bara að lýsa yfir stuðningi mínum við þá ályktun sem að hefur verið lögð fram hérna um hvalveiðimálið. Ég held að við

ferðapjónustan sem alvöru atvinnugrein verðum að taka afstöðu og senda mjög sterkt "signal" til stjórnvalda frá þessari ráðstefnu hérna. Það erum við sem að erum hagsmunaaðilarnir og ég veit það á mínu markaðssvæði, Þýskalandi, þá kostar þetta okkur peninga að vera að fikta við vísindahvalveiðar. Þetta kostar okkur, ferðapjónustuna, peninga og við eigum ekkert að sætta okkur við það.

Við eigum að sýna tennurnar þegar að stjórnvöld vaða yfir okkur eins og þarna var gert. Mig langar að minnst örstutt á dæmi sem að ég þekki frá Þýskalandi sem að kallað er í Þýskalandi "Majorka syndrom". Fyrir 4 árum síðan þá var Majorka í svaka góðum málum, aukning á hverju ári. Haldnar ráðstefnur eins og þessi, allir himinlifandi. Ofboðslegar verðhækkanir, allir héldu að á Majorka væri mjólkurkú sem að væri hægt að lifa af næstu áratugina. Árið 2001 datt þessi mjólkurkú niður steindauð. Það hrundi ferðapjónustan þar. Ástæðurnar voru fyrst og fremst verðhækkanir. Það er talið að þeir hafi reiknað sig út af markaðnum.

Horfum á Noreg. Í Noregi hefur ferðapjónustan gersamlega brotnað saman þó að bjartsýnisfundir eins og þessi hérna í dag hafi verið haldnir fyrir 3-4 árum. Ég veit ekki af hverju það er en Norðmenn eiga við ímyndarvandamál að stríða. Þeir eru allt of dýrir, þeir stunda hvalveiðar og ég veit nú ekki hversu mikil áhrif það hefur en þeir eiga við ímyndarvandamál að stríða. Fólk er ekki tilbúið til að borga mikið og fá lítið í Noregi þannig að þetta eru líka mál sem að við verðum að velta fyrir okkur.

Mig langar til að óska Norðurlandi til hamingju með markaðsskrifstofuna. Samvinna er lykillinn að árangri í greininni okkar. Eins Snæfellsnesið með það sem að Guðrún kynnti hérna áðan.

Varðandi skiptingu opinberra fjármuna milli landsbyggðar og höfuðborgarinnar þá er ég ekki sammála Magnúsi Oddssyni um að þetta sé erfitt eða ekki hægt. Ég hef greinilega eitthvað misskilið, því mér skildist það að þessar 320 milljónir væru til viðbótar við allan almennan kostnað sem að er í gangi þannig að ég var mjög hissa á því að t.d. bæklingurinn, hann væri inn í þessu. Ég hélt að hann væri inni í þessum almenna hluta en ekki í þessum 320 milljónum. En dæmi um sértæka aðgerð fyrir landsbyggðina er að einbeita sér að markhópum sem að eru landsbyggðarferðamenn. Ef að við auglýsum ráðstefnur í Skandinavíu þá er það "project" sem að styður fyrst og fremst við höfuðborgarsvæðið. Ef að við auglýsum í Frakklandi eða Þýskalandi í maí eða september þá vitum við það að það er "project" fyrir landsbyggðina vegna þess að Frakkar og Þjóðverjar eru mestu landsbyggðarferðamenn sem að við fáum hingað.

Þeir rjúka út á land um leið og þeir geta enda var sagt við okkur, við flugum núna 9 vikum lengur á þessu ári heldur en í fyrra, forstjóri Hertz bílaleigunnar hann sagði við mig núna í september þá áttuð þið bílaleigubílana sem að voru úti á landi í september. Af hverju er það, jú, gestirnir okkar eru fólk sem að er að koma til að skoða náttúruna. Þetta eru gestir sem að vilja fara út á land og

við getum treyst því að "project", markaðs "project" til þess að selja vorið og haustið í Þýskalandi og Frakkalandi er landsbyggðar "project". Svona auðvelt er þetta Magnús. Ég þakka fyrir mig.

Jón Karl Ólafsson, Flugfélag Íslands:

Samgönguráðherra, fundarstjórar, góðir fundarmenn.

Mig langar nú að byrja á því að fagna eins og við mörg okkar erum að gera. Bæði góðum árangri og við eigum að vera stolt af því sem að við höfum verið að gera. Við höfum verið að sigla á móti straumi, ferðapjónustan hefur verið í miklum vandræðum í mörgum löndum. Við höfum náð að halda vel sjó. Við höfum gert það í góðu samstarfi við bæði yfirvöld og þau hafa komið mjög myndarlega að málum og ætla að gera áfram og því ber mjög vel að fagna.

Ég ætlaði nú svona aðeins að tæpa á nokkrum málum. Mig langar aðeins að byrja á honum Ólafi vini mínum Haukssyni. Ég skildi hann ekki alveg. Mér heyrðist hann vera að biðja um að Icelandair fari líka að keppa við hann til landsins. Ég veit ekki alveg hvort að hann vill það. En hinsvegar þá fannst mér nú svona aðeins eitt sem að ég ætla að koma að því hann var að ýja að því að Samtök ferðapjónustunnar, SAF, hefði á einhvern óeðlilegan hátt komið að úthlutun markaðspeninganna í fyrra með formanni samtakanna. Ég held að það sé mjög mikilvægt að við og við höfum verið mjög ánægð með það að hafa náð að mynda okkar samtök þessi fyrirtæki sem að erum að starfa saman í ferðapjónustunni, fyrirtæki sem eru mörg ólík og hafa mjög ólík sjónarmið og mjög ólík markmið mörg hver, höfum náð að mynda þarna samstöðu um það sem að við erum að gera og við höfum beðið um það að fá að taka þátt í og vera með samráð við okkur um það hvernig þessum peningum er úthlutað og hvernig málum er háttað.

Það hafa yfirvöld gert og við erum ánægð með það og við eigum ekki að vera að reyna að brjóta það innanfrá með svona aðdróttunum sem að eiga ekki við rök að styðjast.

Mig langar aðeins að koma að einu líka sem að snýr að þessum umræðum um úthlutun peninga og þessu sem vöru. Þetta kom svolítið fram áðan og ég hef alltaf verið mikill talsmaður þess að átta sig á því hvað við erum að selja. Ég kem oft á fundi úti á landi og þyki afskaplega leiðinlegur þegar ég hlusta á svona umræður um landsbyggðina á móti Reykjavík og af hverju koma ferðamenn ekki út á land og ég spyr alltaf af hverju ættu þeir að koma út á land? Menn eiga oft svolítið erfitt með að svara þessari spurningu.

Ég held að það sé lykillinn í mörgu þessu. Ég er ekkert að segja að það sé einhlýtt skýring en það er lykillinn í mörgu þessu. Við gleymum því oft að það vantar þessa vöru úti á landi. Hvað ætlum við að selja ferðamanni á Egilsstöðum í janúar? Við skulum bara vita það. Ég get nefnt eitt dæmi, bara svona til gamans. Við höfum hjá flugfélaginu verið að senda hópa út á land og það var reyndar á Egilsstöðum líka, við sendum 20 manna hóp, hann lenti á

Egilsstöðum á fimmtudagskvöldi og ægilega gaman - búin að vera 5 tíma í vélinni. Svo eru þeir komnir í rútuna og einn forsvarsmaður hópsins fer frammi og segir við bílstjóran, jæja hvað gerir maður nú á Egilsstöðum á fimmtudagskvöldi og maðurinn keyrði útaf hann hló svo mikið. Hér er ekkert að gera, sagði maðurinn og þetta er náttúrulega grundvallar vandamál í því sem að við erum að glíma við.

Þetta er eins og kom hérna fram, við köllum þetta skerið og viljum helst ekki búa hérna. Af hverju ættum við að senda Hr. Smith til Egilsstaða í janúar. Ég er alveg viss um að það er hægt að senda hann þangað, ég er alveg viss um að það eru vörur þar, við erum bara ekki með þær á markaði og við erum ekki búin að búa þær til. Við eigum að einbeita okkur að því líka.

Fyrst ég er byrjaður þá eigum við líka að vera að horfa svolítið inn á við í greininni, við köllum mikið eftir peningum hins opinbera. Jú, það er alveg rétt en það er varla hægt að segja að það sé eigið fé í rekstri neins fyrirtækis á Íslandi í dag í ferðapjónustunni. Við verðum líka að horfa á það sem við erum að gera, við erum með litlar einingar, lítið eigið fé og höfum oft átt erfitt með að vilja sjálf leggja fram peninga í það sem við erum að gera.

En hættum að rífast um þetta. Ég ætlaði líka að koma hérna upp til að styðja tillögu Ásbjarnar um hvalveiðimálin. Ég held að þessi ráðstefna hér geti ekki horft framhjá þessari staðreynd að við erum þarna að tefla í tvísýnu með ímynd landsins. Okkur hefur orðið tíðrætt um ímynd, við vitum að það er mjög einfalt að eyðileggja ímyndina. Það gerist á tíu mínútum en getur tekið 10 ár að byggja hana upp. Við verðum að fara mjög varlega. Þessi tillaga gengur einfaldlega út á það að ítreka það að það ætti að hafa samráð við okkur og okkar fyrirtæki og samtök um það hvernig ber að gera þetta. Við verðum að rannsaka með hvaða hætti þetta hefur áhrif á okkar starfsemi. Gott dæmi að auðvitað verðum við að gera skoðanakönnun aftur á næsta ári. Ég legg því til að fundurinn hér samþykki þessa tillögu og vísi því til stjórnvalda að þau hafi samráð við okkur eins og marg hefur verið ítrekað og yfirlýst.

Að öðru leyti þá bara þakka ég ykkur fyrir góðan fund í dag, þetta er búið að vera mjög gaman og takk.

Árni Sigurbjarnarson, Norður-Sigling á Húsavík:

Ráðherra samgöngumála, fundarstjórar og aðrir góðir fundarmenn.

Ég fagna þessum fundi mjög vel að fá hann hérna til okkar í Mývatnssveit.

Okkar perlu, ég átti nú heima hérna í mörg ár og Mývatnssveitin skartar sýnu fegursta. Ég skal nú reyna að vera stuttur og þvígur í því sem að ég hef að segja.

Mér finnst nú kannski á þessum fundum einkennandi oft of miklar tölur og of mikill fróðleikur í stað þess að menn séu kannski að hugsa svolítið pólitískt um markmiðin í því sem að við erum að gera, ímynd og fleira. Ég tók eftir því sem að formaður Ferðamálaráðs talaði mikið um gistingu og fólksflutninga. Hann

talaði lítið um afþreyingu, hann kom lítið inn á ímynd. Ég ætla aðeins að koma inn á það á eftir. Af því að menn eru aðeins búnir að fjalla um hvalveiðar og áhrif sem sagt hvalveiða á hvalaskoðun þá skulum við svona örstutt fara yfir þetta.

Það var mjög góð heimsókn hjá mér um daginn, það voru þeir sem að byrjuðu hvalaskoðun í Noregi 1989 og það fyrirtæki er búið að starfa nærri 10 árum lengur en hvalaskoðun hefur verið stunduð á Íslandi. Það fólk sagði það að þau eru búin að vera að byggja upp sína grein og þau gerðu ráð fyrir því að á þessu ári þá gætu farið hátt í 19.000 manns í hvalaskoðun í Noregi sem er nú ekki stór hluti af ferðamönnum sem að þangað kemur. En þau sögðu að það væri auðvitað alveg fráleitt að þeirra mati að það gæti farið saman hvalveiðar og hvalaskoðun á sömu tegundum.

Það líka kom fram að Norðmenn eru að reyna að bakka út úr þessu rugli sínu. Þeir eru sem sagt hættir niðurgreiðslum, þeir eru hættir að reyna að selja hvalkjötið til útlanda, ríkið ætlar að taka á sig kostnað til að reyna að eyða byrgðum sem að hafa safnast upp.

Ég hélt nú reyndar sjálfur að við sem að værum í ferðabjónustunni þyrftum ekkert að óttast hvalveiðar svo lengi sem að það væri enginn vitrænn grundvöllur fyrir þeim. Ég hafði ekki hugmyndaflug til að ímynda mér að þær yrðu ríkisreknar og yrði borgað milljón með hverjum hval í vísindayfirskeyni. Því þá spyr ég líka, það komu hérna 100 háhyrningar inn á Skjálfaða í sumar, þarf enginn að vita hvað er í maganum á þeim? Þetta eru tannhvalir sem að éta bara fisk, það er allt fullt af hnúfubökum í kringum landið, langreiðum, steypireiðum, sandreiðum, við viljum bara vita hvað er í maganum á þeim hvölum sem að við erum þegar að nýta á fullu sem eru hrefnur.

Sérstaða Íslands er sú að hvergi nokkurs staðar annarsstaðar í heiminum hefur hvalaskoðun verið í jafn miklum vexti. Það eru kannski 60-70 þúsund manns sem að fara í hvalaskoðun. Hvergi nokkurs staðar annarsstaðar grundvallast hvalaskoðun fyrst og fremst á hrefnu nema á Íslandi. Hvergi nokkurs staðar annarsstaðar í heiminum er hvalaskoðun ein alöflugasta afþreying ferðamanna. Þetta er svona kannski það sem að mér finnst nú vera sérstaðan hjá okkur og við höfum alltaf fengið að heyra þessar klisjur að hvalveiðar og hvalaskoðun fari saman. Við höfum fengið að heyra klisjuna að ef við fáum ekki að veiða hvali núna þá er þorskurinn næstur. Það er allskonar svona rugl í gangi.

Meðal annarra þjóða erum við þekktir einmitt fyrir það að hafa náð tökum á nýtingu fiskistofnanna. Ég segi að ferðabjónustan er að nýta hrefnuna og sú nýting hefur verið í örum vexti og nú er því stefnt í voða af stjórnvöldum undir vísindayfirskeyni. Þannig að það er ágætt að menn hafi þessa sérstöðu í huga þegar menn fara að fjalla um þessi mál hérna á eftir.

Menn komu mikið inn á ímynd. Menn halda það að menn séu sloppnir fyrir horn af því að þeir gátu lifað af fyrsta storminn, þetta væri bara svona eitthvert smá moldviðri eða gola eins og menn töluðu um. En það er klárt að ímynd snýst um langtímaáhrif og það geta verið margar spurningar. Hvaða áhrif teljum við að hvalveiðarnar hafi á ímynd landsins? Hver yrðu áhrifin á ímyndina ef að við yrðum að hætta þessari hvalaskoðun vegna vísindaveiða? Hver telji þið að áhrifin yrðu á rekstrargrundvöll fyrirtækja hérna úti á landsbyggðinni ef að þau þyrftu nú að draga saman seglin eða jafnvel að leggja upp laupana í hvalaskoðun? Það er nefnilega þannig að þetta hefur gefið ágætt af sér og við þessi fyrirtæki höfum verið að setja verulegt fjármagn í markaðssetningu á landinu. En ég ætla ekkert að biðja ykkur, neinn sérstaklega að svara þessum spurningu, menn geri það bara hver fyrir sig.

Ég er hinsvegar með eina spurningu til formanns Ferðamálaráðs. Hvernig getur formaður Ferðamálaráðs séð það fyrir sér að hvalveiðar hafi jákvæð áhrif á ferðaþjónustu á Íslandi? Takk fyrir.

Marinó Sveinsson, Sportferðir:

Samgönguráðherra, ráðstefnustjórar og þjáningarbræður og systur í ferðaþjónustu.

Ég fagna mjög persónulega umræðunni um markaðsmálin og að landsbyggðin eigi meirihlutann af peningunum framundan. Einnig styð ég tillögu Ásbjarnar til hvalveiðanna eða gegn hvalveiðunum. En ég er hér kominn fyrir hönd fyrirtækja á Norðurlandi með áskorun til ráðherra. Eftirtalin fyrirtæki í ferðaþjónustu á Norðurlandi senda eftirfarandi áskorun til samgönguráðherra: Að framkvæmdum við lengingu Akureyrarflugvallar í 2.400 metra verði flýtt svo flugvöllurinn geti betur þjónað hlutverki sínu sem millilandaflugvöllur. Að byggingu heilsársvegar að Dettifossi verði sett í algeran forgang í vegagerð á svæðinu en með því skapast stórkostlegir möguleikar í ferðaþjónustu utan háannar og við getum eignast okkar demantshring á móti gullinu fyrir sunnan og ég tel að demanturinn okkar verði sennilega hærra metinn þegar fram líða stundir.

Til að nefna möguleikana fyrir Jón Karl gegn því að senda menn ekki út á land í janúar að það mun breytast mjög snögg því að Vetrargarðurinn "The Arctic Garden" er að rísa hér í Mývatnssveit og það verður full ástæða til að senda alla ferðamenn sem að koma til Reykjavíkur út á land. En sem sagt, þetta er áskorun til samgönguráðherra frá fyrirtækjum á Norðurlandi sem að eru KEA Hotels, Sportferðir, Greifinn hf, Sel Hotels, Sérleyfisbílar Akureyrar, Bílaleiga Akureyrar, Norður-Sigling og Ferðaskrifstofa Akureyrar.

En annars þakka ég kærlega fyrir góða ráðstefnu og af því að ípróttaálfurinn hefur ekki komið upp og allir sitja þreyttir þá bara vona ég að þið hreyfið ykkur á ballinu í kvöld og góða skemmtun.

Ásberg Arnþórsdóttir, ferðamálafulltrúi Uppsveita Árnessýslu:

Samgönguráðherra og góðir fundarmenn, góðir vinir úr bransanum, þakka ykkur fyrir daginn.

Ég starfa á gullna hringnum eins og kom fram hér áðan og mér er svolítið hugleikið þetta með markaðssvæðin og mig langar til að hrósa því sem að búið er verið að kynna hér fyrir okkur hér fyrir norðan og það minnir um margt á hugmyndir sem að við unnum á Suðurlandi fyrir margt löngu en hafa nú ekki náð fram að ganga. En ég er svo hrifin að þessu hjá honum Kjartani að ég ætla að dusta rykið af skýrslunni okkar um Markaðsstofu Suðurlands þegar ég kem heim og ég er náttúrulega mjög hrifin af Kjartani sjálfum þannig að ég ætla líka að finna leið til að koma honum suður, hvernig sem að ég fer að því.

En mér finnst svona eftir daginn lykilatriði kannski í þessari umræðu bæði varðandi markaðsmálin og ímyndina og annað vera stefnumótun og ég held að það séu spennandi tímar framundan í þessari stefnumótunarvinnu hérna og vonast einmitt til þess að í þeirri vinnu verði tekin upp þessi umræða sem að var á ráðstefnunni í Stykkishólmi í fyrra um markaðssvæðin sem að ég held að sé mjög góð og margt í því sem að við getum skoðað betur og gæti komið okkur til góða.

En sem sagt eins og Svanhildur kom líka inn á í sinni tölu þá er náttúrulega stefnumótunin lykilatriði varðandi ímyndina og mig langar svona rétt að upplýsa það í restina að við í uppsveitunum erum einmitt að endurskoða stefnumótun okkar og munum kynna hana nú í lok mánaðarins. Við vorum mjög fljót að vinna stefnu á sínum tíma í kjölfar stefnumótunar samgönguráðherra á sínum tíma og erum sem sagt að endurskoða hana núna og það er margt mjög spennandi sem að kemur í ljós. Gott að hafa samanburðinn.

Eitt að lokum ykkur til upplýsingar þá er ég stjórnarmaður í Félagi ferðamálafulltrúa á Íslandi og er nýkomin af Evrópufundi, ráðstefnu og aðalfundi þar sem að ákveðið var endanlega að halda þá ráðstefnu hér á landi næsta haust og þið munið heyra meira af því síðar en megin þemað á þeirri ráðstefnu verður "Adventure and nature tourism". Þakka ykkur fyrir í dag.

Einar Kr. Guðfinnsson, formaður Ferðamálaráðs Íslands:

Ráðstefnustjórar, góðir ráðstefnugestir.

Ég skal fara að tilmælum ráðstefnustjóra og vera stuttur enda á ráðstefnustjóri bara tvo kosti, annað hvort að skerða þessa umræðu eða skerða kokteilinn hjá Sturlu Böðvarssyni og ég veit hvað ég vil.

En góðir fundarmenn, ég ætla aðeins að koma hér inn á tvö atriði sem að hafa verið gerð að umtalsefni. Fyrst aðeins út af hvalveiðimálunum og þar skal ég nú vera afar stuttur enda hef ég nú sennilega sagt nóg um það og meira en nóg þykist ég nú vita að sumum finnist. Í fyrsta lagi vil ég nú vekja athygli á efni þessarar ályktunar sem að hér liggur fyrir. Það sem að mér finnst vera mjög merkileg setning sem að er svona: "Mótmælir ákvörðun stjórnvalda um að hefja

hvalveiðar hér við land án nokkurs samráðs við samtök innan ferðapjónustunnar eða aðra hagsmunaaðila innan greinarinnar".

Nú get ég að vísu haft skoðanir á því hvort að eitthvert samráð hafi átt sér stað en þessi ályktun felur náttúrulega greinilega í sér það að það er ekki verið að mótmæla hvalveiðum heldur er verið að mótmæla því að ekki hafi verið haft nægilegt samráð við hagsmunaaðila en við vitum hvað samráð þýðir. Það þýðir að menn ræða saman en síðan er það auðvitað stjórnvaldið sem að tekur síðan ákvörðun að lokum þannig að þetta er fyrst og fremst ályktun um það að mótmæla ákveðnu verklagi og um það geta menn síðan haft einhverjar skoðanir.

Ég get heldur ekki látið hjá líða að gera athugasemdir við þann málflutning Ásbjörns Björgvinssonar hérna áðan þegar hann var að túlka rannsóknina sem að Arnar Már var búinn að gera grein fyrir og ég tel að hann hafi mistúlkað vegna þess að Ásbjörn Björgvinsson sagði sem svo að svo og svo stór hluti ferðamanna hefði komið hingað til lands vegna hvalaskoðunar. Það var ekki spurningin, það var ekki niðurstaða rannsóknarinnar. Niðurstaða rannsóknarinnar sagði einfaldlega að það hefði haft áhrif á komu ferðamanna. Það er ekki það sama og það hefði ráðið úrslitum.

Það getur vel verið að það hafi áhrif á komu mína til Bretlands að ég veit að þar fæst Whisky, en það er ekki þar með sagt að ég hætti að koma til Bretlands þó að þeir hætti að selja Whisky. Alveg sama með þetta, það er ýmislegt sem að getur haft áhrif á val ferðamanna á áfangastað en það er ekki þar með sagt að það ráði úrslitum. Þannig að ég held að menn verði nú að minnsta kosti að fara mjög gætilega í að túlka svona niðurstöður þegar að minnsta kosti við hin sem að sátum hér inni vorum búin að sjá þetta svart á hvítu og vissum að raunin var önnur en sú sem að Ásbjörn Björgvinsson var að lýsa.

Síðan vil ég hinsvegar fagna yfirlýsingu hans hér áðan þegar hann talaði um að náttúruverndarsamtök væru nú að koma fram með ábyrgari hætti en áður og í þessu felst auðvitað áfellsdómur yfir vinnulögum náttúruverndarsamtaka fram undir þetta og það eru út af fyrir sig heilmikil tíðindi.

Hér var ég líka spurður um það með hvaða hætti ég teldi að hvalveiðar gætu haft jákvæð áhrif á ferðapjónustu. Ég skal nú ekki gera mjög mikið úr þessu. Einfaldlega við ég segja það að ég tel að sjálfbær nýting náttúruauðlinda og ferðapjónusta geti farið saman og ég held einfaldlega að þjóð sem að getur sýnt fram á það að hún er með sjálfbærum ábyrgum hætti að nýta sínar náttúruauðlindir, hvaða nafni sem þær nefnast, sú þjóð geti vel notað slíkt "record" sjálfri sér til framdráttar líka í ferðapjónustu.

Það er aðeins það sem ég vildi þó gera að umræðuefni hér í lokin og það er þessi spurning um vinnubrögðin varðandi útteilingu fjármagnsins sem að ég hef gert grein fyrir í minni ræðu hér áðan með hvaða hætti Ferðamálaráð kom að

Því máli og ætla ekkert út af fyrir sig að orðlengja það. Ég vil hinsvegar gera mjög alvarlegar athugasemdir við það orðalag Ólafs Haukssonar, míns gamla vinar, þegar hann segir að við höfum verið að hugsa um einhverja aðra hagsmuni heldur en hagsmuni ferðapjónustunnar þegar þessi mál voru ákveðin. Þarna finnst mér Ólafur hafa skotið illilega yfir markið því að auðvitað er það okkar keppikefli allra sem að erum hér inni og erum að vinna að hagsmunum ferðapjónustunnar að gera það til þess að ná sem bestum árangri á þessu sviði.

Ég vil líka vekja athygli á því að það var eitt fyrsta verk núverandi Ferðamálaráðs að heimsækja Iceland Express til að kynna okkur starfsemi þess og ég vil þakka kærlega fyrir þær góðu móttökur sem að við fengum þar og tel að við höfum grætt heilmikið á þeirri heimsókn. Það er alveg rétt að það eru auðvitað ýmsir hnökror á því þegar við erum í fyrsta skipti, stjórnvaldið, að fást við úthlutun á miklum peningum af þessu taginu. Auðvitað höfum við lært ýmislegt af því og ég vakti strax athygli á því í ræðu minni hér áðan á ýmsu sem við gætum lært og ýmsu sem að við gætum betrumbætt.

Ég vil hinsvegar aðeins bara með almennum hætti segja það að það sem að býr að baki þessari hugsun um það sem að menn hafa kallað "krónu á móti krónu" þ.e. samstarfsverkefni opinberra aðila og greinarinnar er auðvitað það að leggja valdið á því hvernig staðið er að markaðssetningu í hendur greinarinnar sjálfrar. Það er í sjálfu sér ákvörðun um það að vera ekki með miðstýrða áherslu af hálfu opinberra aðila um það hvert eigi að veita þessum peningum. Menn geta síðan deilt um það og menn getur greint á um það nákvæmlega hvort að þessi áhersla sem að greinin og sem að hið dreifða vald með þessum hætti sé rétt en sannarlega er það þó þannig að með þessari aðferð þá er hið opinbera að leggja þetta vald í hendur þess fólks sem að starfar í atvinnugreininni. Innan tiltekins ramma sem að við leggjum. Ég nefndi það hér áðan og ég vil árétta það að af hálfu okkar í Ferðamálaráði sem komum að þessu máli sem umsagnaraðili á síðustu stigum að okkar hálfu þá er fyrst og fremst lögð á það mikil áhersla að þannig væri að þessu máli staðið að það væri stjórnsýslulega kórrétt eins og ég orðaði það í ræðu minni hér áðan. Þess væri gætt að það yrði farið nákvæmlega eftir þeirri auglýsingu og þeim skilgreiningum sem að voru lagðar til grundvallar í upphafi þannig að ekki væri verið að brjóta á fólki sem að í góðri trú hefði t.d. ekki sett inn umsókn eins og kom hér fram hjá ýmsum í dag sem að kusu vegna þessa skilyrða sem að þarna voru sett að setja ekki inn umsóknir.

Það var auðvitað augljóst mál að ef við síðan hefðum farið að sveigja og beygja reglurnar eftir á þá hefðum við verið að brjóta rétt á því fólki sem að á grundvelli auglýsingarinnar kaus að taka ekki þátt í þessu samstarfið við opinbera aðila. En ég vil segja svo að lokum að fyrir mína parta þá er ég auðvitað að sjálfsögðu reiðubúinn til þess að vinna að þessu máli með það m.a. að markmiði að efla ferðapjónustuna úti á landsbyggðinni. Það hefur verið minn ásetningur frá því að ég gerðist formaður Ferðamálaráðs að vinna með þeim hætti að þessum málum og fyrir mér hefur það ekki síst vakað þegar ég hef verið að vinna að málum innan Ferðamálaráðs. Ég vil í því sambandi m.a. vekja

athygli á því að innan Ferðamálaráðs eins og ég nefndi hér áðan kom upp sú hugmynd að setja aukið fé til innanlandskynningar vegna þess einfaldlega að við vissum að það myndi gagnast vel ferðaþjónustunni úti á landsbyggðinni.

Við jukum þetta um 50% milli ára, það kannski telur ekkert gríðarlega mikið í peningum en það er þó allavega hlutfallslega heilmikil aukning. Samgönguráðherra tók undir þetta og gerði þetta að sinni tillögu og það hefur auðvitað haft eitthvað að segja.

En góðir fundarmenn ég ætla nú ekki að vera að orðlengja þetta frekar. Ég vil fyrst og fremst þó fagna umræðunni eins og hún hefur farið fram í dag. Að sjálfsgöðu er ég ekki sammála öllu því sem að sagt hefur verið hér, skárri væri það nú en ég hef hinsvegar í mínum störfum sem formaður Ferðamálaráðs leitast eftir því að eiga milliliðalaus fundi við fólk þó að ég vissi það líka að það væru fundir þar sem menn væru ekki endilega sammála mér um alla skapaða hluti. Það er bara ágætt, þá koma fram sjónarmið, þá geta menn líka rétt kúrsinn á okkur sem að erum starfandi innan þessa ráðs og við getum kannski komið á framfæri sjónarmiðum sem að við teljum að máli skipti. Takk fyrir.

Fundarstjóri: Valtýr Sigurbjarnarson:

Nú góðir fundarmenn, það liggur hér fyrir ályktun um hvalveiðar. Óskar nokkur eftir því að hún verði lesin upp. Nei, það óskar enginn eftir því. Hún er uppi á vegg og allir sjá hana. Ég ætla samt að gefa orðið, þó að ég hafi litið svo á að menn hafi haft tækifæri til að tjá sig um hana frá því að Ásbjörn bar hana upp þá vil ég samt af því að hún fór ekki strax upp á vegg vegna smá tæknilegra misbresta gefa orðið örsnöggt laust ef að menn vilja tjá sig sérstaklega um hana.

Dagur B. Eggertsson, Ferðamálaráði Íslands:

Fundarstjóri, ráðherra, ágætu ráðstefnugestir.

Ég er út af fyrir sig tiltölulega nýkominn að ferðamálum. Hef orðið þeirrar gæfu aðnjótandi í gegnum borgarmálin og nú síðast með því að taka sæti í Ferðamálaráði. Og er kominn inn á þennan vettvang sem að mér finnst mjög spennandi vegna þess að þetta er ein hratt og mest vaxandi atvinnugrein landsins sem að skilar 13% af gjaldeyrstekjum og ég ætla ekki að fara að rekja aðrar þær tölur sem að þið kunnið öll mun betur en ég.

Mér finnst hinsvegar af mínum stuttu kynnum ég líka sjá að stjórn málin séu farin að taka og bera mun meiri virðingu og viðurkenna í raun stóran hlut ferðaþjónustunnar í mun ríkari mæli en t.d. fyrir áratug eða tveimur. Það sem mér hefur fundist einkenna svolítið þennan fund er m.a. það að mér finnst ferðaþjónustan stundum tala til stjórnvalda og stjórnámálanna eins og hún geri ráð fyrir því að ekki sé hlustað. Ég held að það sé að hluta til eða ætti a.m.k. að hluta til að heyra gömlum tíma til. Þess vegna get ég ekki orða bundist yfir því að mér finnst enginn hafa tekið hér upp ákveðna lykilpunkta úr ræðu samgönguráðherra frá því við setninguna vegna þess að mér fannst þetta

satt best að segja mjög merkileg ræða og ég held að í henni felist ákveðin tímamót í afstöðu stjórnvalda til ferðaþjónustunnar.

Þar var verið að segja í fyrsta lagi að samgönguráðuneytið ætlaði að setja ferðamennsku og ferðaþjónustu í ákveðinn forgang á kjörtímabilinu. Þetta hefðu nú einhvern tíma þótt tíðindi. Þar var í öðru lagi verið að gefa í raun viljrði eða fyrirheit um það að á grundvelli rannsókna Hagfræðistofnunar Háskóla Íslands ætlaði ráðherra að beita sér fyrir skattalækkun á farþegasköttum á Keflavíkurflugvelli. Þetta eru í mínum huga stórtíðindi og mjög mikilvægt mál fyrir ferðaþjónustuna sem að ég hefði fyrirfram búist við að menn myndu taka hér upp og fagna. Í þriðja lagi þá fannst mér ráðherra gefa ákveðin fyrirheit um það að nýta reynsluna af "Iceland Naturally" verkefninu sem er markaðs- og ímyndarverkefni sem byggir á nákvæmum markaðsrannsóknum á tilteknu svæði til þess að breiða það út annarsstaðar eftir styrkleikum og veikleikum Íslands og ferðaþjónustunnar á þeim mörkuðum.

Þetta er auðvitað líka gríðarlega mikilvæg yfirlýsing og í fjórða lagi fannst mér ráðherra tala um þennan grunnþátt í ferðaþjónustunni sem að eru hinar ef við getum sagt sem svo hlutlausu upplýsingamiðstöðvar um land allt sem að ég held líka að þessi fundur hefði kannski átt að taka betur eftir vegna þess að þetta er líka lykilþáttur að átta sig á því að þessi grunnþjónusta er gríðarlega mikilvæg.

Þannig að ég vil taka undir með ráðherra í öllum þessum fjórum punktum og fagna því í raun að þetta hafi komið fram og vildi bara vekja athygli fundarins á að kannski eru breyttari tímar í afstöðu stjórnvalda til ferðaþjónustunnar heldur en menn vilja vera láta. En síðan vildi ég líka segja hitt af því að hér hefur komið fram ákveðin spenna á milli höfuðborgarsvæðisins og landsbyggðarinnar hvað ferðaþjónustu snertir.

Ég held að hagsmunirnir fari algerlega saman í langflestum atriðum. Við höfum sameiginlega hagsmuni af því að fá ferðamenn til landsins. Við eigum að sameinast um það sem virkar í því hvort sem að það er að kynna Reykjavík eða náttúruna. Náttúruna á sumrin, Reykjavík á veturna. Síðan eigum við líka að sameinast um það að nota anddyrið, þegar ferðamaðurinn er kominn hingað, sem að í þessu tilfelli er m.a. upplýsingamiðstöð ferðamála í Reykjavík og ekkert vera feimin við að segja það til þess að selja þessar perlur sem að við eigum allt í kring um landið.

Ég vil bara fyrir hönd höfuðborgarinnar segja að við höfum metnað til þess að rækta höfuðborgarhlutverkið í því að selja þær perlur sem að þið hafið að geyma og hafið verið að kvarta yfir hér að hafi ekki verið seldar nóg. Þá gerum við það bara saman.

Ástæðan fyrir því að ég kom hér upp og tylliástæðan til þess að leyfa mér það var hinsvegar þessi ágæta tillaga hér um hvalveiðar. Ég held að þrátt fyrir það

sem hér er sagt að þetta sé engu að síður mjög mikilvægt mál og ákveðið prófmál á það hvernig stjórnvöld og við stjórnmalámennt umgöngumst ferðapjónustuna sem mikilvæga atvinnugrein. Ég hef satt best að segja því að nú er það auðvitað löngu vitað að formaður Ferðamálaráðs, Einar Kristinn Guðfinnsson, er einn helsti stuðningsmaður hvalveiða að þá hefur mér engu að síður fundist hann ganga skynsamlega fram í þeim umræðum sem hafa orðið eftir þessa ákvörðun. Því það er alveg rétt sem að hér hefur verið gagnrýnt að þetta var ekki rætt í samhengi við ferðapjónustuna fyrirfram. En á opnum fundi með m.a. hvalveiðiskoðunarmönnum á Akureyri þá sagði Einar all skýrt og í raun fyrir hönd Ferðamálaráðs að við skiljum mjög vel þessar áhyggjur og erum tilbúin til þess í Ferðamálaráði að fara í það með greininni sem í raun er svipað og segir hér í niðurlaginu að skoða hvort að þessi sambúð sé tæk þ.e.a.s. hvalaskoðunar ferðapjónustu annarsvegar og hvalveiða hinsvegar. Og raunar sagði það að ef það er ekki þá eru kannski hagsmunirnir meiri ferðapjónustu megin og þetta fannst mér býsna brött yfirlýsing af þekktum hvalveiðisinni.

Í þessu stríði milli ferðapjónustunnar sem að hefur á undanförunum árum verið vanrækt kannski mega menn ekki átta sig á þessum nýju merkjum um viðurkenninguna á gildi hennar og ég held að allir sem að eru í Ferðamálaráði núna hafi fyllsta metnað til þess að og líta á sig í raun sem fulltrúa og talsmenn ferðapjónustunnar og vilji vinna þannig. Þess vegna verðum við að nálgast umræðuna þannig. Við eigum að ganga til verka þannig og við erum auðvitað þó að hér hafi stundum hvesst í umræðum og verið sett fram hörð gagnrýni að við tökum það ekkert persónulega heldur tökum það bara niður og reynum að standa þá betur að þeim málum sem að hér hafa verið gagnrýnd frá fyrri árum. Vegna þess að við viljum auðvitað að sátt og friður ríki um þessa mikilvægu atvinnugrein, ferðapjónustuna, sem að við berum fyrir brjósti og höfum metnað fyrir.

Fundarstjóri, Valtýr Sigurbjarnarson:

Þakka þér fyrir Dagur, þetta var ágæt umfjöllun um þá ályktun sem að hér var borin upp. Fleiri hafa ekki kvatt sér hljóðs. Þá er í lokin hér áður en þessari samkundu verður slitið að komast til botns í því hversu margir eru samþykkir þessari ályktun. Ég held að við tökum það ráðið að láta reyna á það fyrsta kastið hvort að handaupprétting skeri ekki glögglega úr með þetta. Ef að mjótt sýnist á mununum þá verðum við að fara í nákvæma talningu. Hér liggur fyrir þessi ályktun um hvalveiðar. Ég vil biðja þá sem eru samþykkir þessari ályktun um hvalveiðar að gera svo vel og rétta upp hönd. Takk fyrir má ég sjá þá sem eru á móti. Já, ég þakka fyrir úrslitin eru mjög augljós en ég virði mjög eindregni Einars Kristins og kjark. Ályktunin er samþykkt.

Þá er komið að þeim lið sem heitir ráðstefnuslit. Ég vil fyrir hönd okkar ráðstefnustjóra þakka kærlega það traust sem okkur var sýnt með því að fela okkur stjórn þessarar ráðstefnu. Ég vil þakka ykkur öllum fyrir drengilega og góða umræðu og skemmtilega. Framundan eiga menn væntanlega skemmtilegt kvöld.

Það var einu sinni þýskur heimspekingur og snillingur, Göethe, sem sagði einu sinni sem svo:

*Göethe karlinn sem gruflaði þó í flestu
Á gamals aldri taldi oss það fyrir bestu
að taka lífinu létt á hverju sem gengi
maður lifir svo stutt en er dauður svo óralengi.*

Ég vona að kvöldið verði ykkur ánægjulegt og þakka enn og aftur fyrir okkur ráðstefnustjóra og komið er að liðnum, ráðstefnuslit og formaður Ferðamálaráðs sér um hann. Einar Kristinn, gerðu svo vel við þökkum fyrir okkur.

Ráðstefnuslit

Einar Kr. Guðfinnsson, formaður Ferðamálaráðs:

Ráðstefnustjórar, samgönguráðherra og góðir ráðstefnugestir.

Ég vil þakka fyrir ágæta ráðstefnu sem að hér hefur verið haldin í dag. Líka fyrir hönd okkar í minnihlutunum. Ég held að svona ráðstefna sýni okkur nú fyrst og fremst fram á gildi þess að við eigum tækifæri á því að koma og fræðast. Ég held að ráðstefna af þessu taginu hafi m.a. það gildi að við eigum möguleika á því að koma á framfæri upplýsingum til atvinnugreinar sem að er í gríðarlega miklum vexti og tekur miklum breytingum eins glögglega kom hér fram í dag.

Það fer ekkert á milli mála að gildi ferðamálaráðstefnunnar er þessvegna mjög mikið og þó að menn greini á um ýmsa hluti og tali sem betur fer umbúðalaust á þessum fundum þá held ég að það sé nú bara til að skerpa ástina og styrkja innviði greinarinnar. Því fyrir okkur öllum vakir það sama og það er það að ná sem mestum og bestum árangri þó okkur finnist stundum kannski að leiðirnar ættu að vera aðrar en farnar eru á hverjum tíma.

Það hefur verið afar vel að þessari ráðstefnu staðið af hálfu þeirra sem að undirbjuggu hana, bæði af hálfu starfsmanna Ferðamálaráðs og heimamanna og hin einstaka náttúra Mývatnssveitar hefur auðvitað ekki svikið frekar en fyrridaginn og verið hér ógleymanleg umgjörð um þessa ágætu ráðstefnu í dag.

Ég vil þakka ráðstefnustjórunum, þeim Valtý Sigurbjarnarsyni og Þórunni Snæbjarnardóttur fyrir góða ráðstefnustjórn. Ég vil þakka öllum þeim sem að tóku til máls fyrir þeirra málflutning þó ég hafi nú ekki verið sammála þeim öllum a.m.k. ekki í lokin. Og ég vil líka þakka frummælendum, þátttakendum í pallborði, hæstvirtum samgönguráðherra og öðrum þeim sem að komu að þessari ráðstefnu fyrir þeirra ómetanlega framlag.

Framundan er auðvitað það sem að, ég þori nú ekki að segja það sem mestu máli skiptir en miklu máli skiptir, og það er móttaka í boði samgönguráðherra. Síðan verður kvöldverður og skemmtun og ég vil í því sambandi sérstaklega vekja athygli ykkar á afhendingu umhverfisverðlauna Ferðamálaráðs Íslands

fyrir árið 2003 sem að okkar mati er líka afar þýðingarmikill atburður. Vegna þess að hann felur í sér hvatningu til greinarinnar um það að gæta að því sem að okkur er trúað fyrir sem er íslensk náttúra og virðingin fyrir umhverfinu og ég er að minnsta kosti sannfærður um það að einmitt afhending umhverfisverðlaunanna er þess valdandi að það veldur hvatningu til þess að gera sem mest og best á þessu sviði.

En með þessum orðum ítreka ég þakkar til ykkar allra og ánægju með þessa góðu ráðstefnu og segi henni slitið.

Afhending umhverfisverðlauna Ávarp Sturlu Böðvarssonar, samgönguráðherra:

Líkt og undanfarin ár hefur Ferðamálaráð óskað eftir tilnefningum til umhverfisverðlauna jafnframt því sem innan stofnunarinnar er fylgst með því sem ferðaþjónustuaðilar eru að gera í umhverfismálum. Í ár bárust 6 tilnefningar og hefur Ferðamálaráð Íslands komist að þeirri niðurstöðu að Bandalag íslenskra farfugla hljóti verðlaunin að þessu sinni.



Sturla Böðvarsson, samgönguráðherra, Stjórn Hvarfanna, Einar K. Guðfinnsson, formaður Bandalags Íslenskra Farfugla og Ólafur K. Guðfinnsson, formaður Ferðamálaráðs.

Bandalag íslenskra farfugla, er aðili að alþjóðasamtökum farfuglaheimila.

Meginhlutverk samtakanna er rekstur farfuglaheimila um allt land og upplýsingamiðlun til að gera fólki kleift að ferðast á hagkvæman hátt hér heima og erlendis. Alls starfa 23 gististaðir undir merkjum Bandalags íslenskra farfugla hér á landi og að auki leigja samtökin rekstur Tjaldsvæðisins í Laugardal af Reykjavíkurborg.

Árið 1997 hófst undirbúningur að gerð umhverfisstefnu samtakanna með aðstoð innlendra og erlendra ráðgjafa. Lagðar voru fram viðhorfskannanir fyrir gesti og 1998 tóku 8 heimili þátt í tilraunaverkefni á sviði umhverfismála. Þessi undirbúningsvinna tryggir það að umhverfisstefnan er í fullu samræmi við kröfur og væntingar ferðafólks, lög og reglugerðir opinberra aðila og lög alþjóðasamtaka farfuglaheimila og Bandalags íslenskra farfugla.

Árið 1999 var umhverfisstefnan samþykkt af stjórn samtakanna og í dag starfa öll gistiheimili innan samtakanna eftir henni. Frá og með þessu ári eru umhverfismál hluti af gæðastöðlum farfuglaheimilanna.

Með tilliti til mikils og vandaðs undirbúnings að umhverfisstefnu og þeirra markvissu og víðtæku þátttöku í henni er Bandalag íslenskra farfugla verðugur handhafi umhverfisverðlauna Ferðamálaráðs Íslands 2003.

Vil ég að svo mæltu biðja formann Bandalags íslenskra farfugla Stefán Haraldsson, að koma og taka við verðlaunum. Verðlaunin sem er höggmynd ber heitið "Harpa" og er unnin af Hallsteini Sigurðssyni myndhöggvara.