



Borgarráð

Tillögur að nýju fyrirkomulagi markaðsmála, viðburða og ferðaþjónustu hjá Reykjavíkurborg

Lagt er til að borgarráð samþykki hjálagðar 8 tillögur starfshóps um útfærslu að nýju fyrirkomulagi markaðsmála, viðburða og ferðaþjónustu hjá Reykjavíkurborg í tengslum við þær breytingar sem verða vegna skuldbindingar Reykjavíkurborgar við stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins.

Jafnframt eru lögð fram til kynningar drög að erindisbréfi starfshóps um stefnu um upplýsinga- og markaðsmál Reykjavíkurborgar og erindisbréf starfshóps um stefnu um viðburðahald á vegum Reykjavíkurborgar.

Greinargerð:

Vísað er til ítarlegrar greinargerðar starfshóps um markaðsmál, viðburði og flutning verkefna Höfuðborgarstofu til Áfangastaðastofu

Dagur B. Eggertsson
borgarstjóri

Hjálagt:

Minnisblað starfshóps um markaðsmál, viðburði og flutning verkefna Höfuðborgarstofu til Áfangastaðastofu, ásamt fylgigögnum.



TILLAGA

Viðtakandi: Dagur B. Eggertsson, borgarstjóri

Sendandi: Starfshópur um markaðsmál, viðburði og flutning verkefna
Höfuðborgarstofu til Áfangastaðastofu

Tillögur að nýju fyrirkomulagi markaðsmála, viðburða og ferðapjónustu hjá Reykjavíkurborg

Lagt er til að borgarráð samþykki eftirfarandi átta tillögur um útfærslu á nýju fyrirkomulagi markaðsmála, viðburða og ferðapjónustu hjá Reykjavíkurborg í tengslum við þær breytingar sem verða vegna skuldbindingar Reykjavíkurborgar við stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins.

Tillögur:

1. Höfuðborgarstofa Reykjavíkurborgar verði lögð niður frá og með 1. mars 2023 og fjárheimildir færðar í samræmi við samkomulag við Samband sveitarfélaga á Höfuðborgarsvæðinu (SSH) um stofnun Áfangastaðastofu og aðrar meðfylgjandi tillögur.
2. Málefni ferðapjónustunnar sem eftir verða innan Reykjavíkurborgar verði staðsett miðlægt hjá atvinnu- og borgarþróunarteymi líkt og önnur málefni sem tengjast atvinnulífinu.
3. Markaðsmál sem eftir verða hjá borginni ásamt viðburðateymi hjá menningar- og íþróttasviði verði sameinuð samskiptateymi Reykjavíkurborgar undir stjórn núverandi samskiptastjóra frá og með 1. mars n.k. Jafnframt er lagt til að samskiptastjóri sem leiðir teymið fái skýrt umboð þegar kemur að samskipta- og markaðsmálum Reykjavíkurborgar.
4. Umsjón, umsýsla og þróun visitreykjavik.is færist yfir til Áfangastaðastofu. Mikil verðmæti felast í vefsíðunni og lagt er til að gera sérstakt samkomulag við Áfangastaðastofu um umsjón vefsíðunnar þar sem eignarhald Reykjavíkurborgar er tryggt til framtíðar.
5. Verkefnið Iceland Naturally ásamt fjárheimildum verði alfarið flutt til Áfangastaðastofu samkvæmt nánara samkomulagi.
6. Farið verði í greiningu á verkefninu City Card (Borgarkort) og framtíð þess metin í samstarfi við Áfangastaðastofu.
7. Skipaður verði starfshópur með erindisbréfi um mótun stefnu um upplýsinga- og markaðsmál Reykjavíkurborgar.
8. Skipaður verði starfshópur með erindisbréfi um mótun stefnu um viðburðahald á vegum Reykjavíkurborgar.



Inngangur

Stjórn Sambands sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu [samþykkti](#) 12. desember 2022 stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins sem tekur til starfa á þessu ári með framlagi frá sveitarfélögum á svæðinu ásamt stuðningi frá ríki og fyrirtækjum. Í bókun SSH segir:

Stjórn samþykkir fyrir sitt leyti að Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins verði sett á fót, til samræmis við fyrirliggjandi gögn og það sem fram kemur í fyrirliggjandi minnisblaði framkvæmdastjóra SSH frá 6. desember 2022. Á grundvelli þess er skrifstofu SSH falið að senda fyrirliggjandi samningsdrög, ásamt fylgigögnum, til umræðu, afgreiðslu og staðfestingar á vettvangi aðildarsveitarfélaga ásamt ósk um að framkvæmdastjórum þeirra verði falið fullt og ótakmarkað umboð til undirritunar samningsins.

Hlutverk Áfangastaðastofunnar er að vera leiðandi skipulagseining sem styður við þróun ferðaþjónustu á viðkomandi svæði í átt að sameiginlegri, sjálfbærri framtíðarsýn með það að markmiði að hámarka ábata svæðisins af ferðaþjónustu. Áherslan verði á þróun, kynningar- og markaðsstarf ásamt samlegð og samtali hagaðila í ferðaþjónustu og tengdra aðila. Þetta er í samræmi við ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020-2025 þar sem segir að kannaður verði grundvöllur þess að mynda áfanga- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið með öflugum stuðningi ríkis og atvinnulífs. Samkvæmt samkomulagi SSH verður framlag Reykjavíkurborgar 22,3 m.kr. 2023 og 47 m.kr. 2024 en miðað er við að fjármagnið verði tekið úr ramma Höfuðborgarstofu sem var hluti af menningar- og ferðamálasviði sem sameinaðist íþrótt- og tómsfundasviði í eitt svið um síðustu áramót undir heitinu menningar- og íþróttasvið.

Í tillögum starfshóps um sameiningu íþrótt- og tómsfundasviðs og menningar- og ferðamálasviðs sem samþykktar voru í borgarráði 15. desember 2022 segir m.a. að skipaður verður starfshópur sem mun leggja tillögur fyrir borgarráð um flutning á skilgreindum verkefnum Höfuðborgarstofu til Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins og hvernig haldið verður á markaðsmálum og skipulagi viðburða hjá Reykjavíkurborg. Starfshópurinn skipa Þorsteinn Gunnarsson borgarritari sem er formaður, Lóa Birna Birgisdóttir sviðsstjóri mannauðs- og starfsumhverfissviðs, Eiríkur Björn Björgvinsson sviðsstjóri menningar- og íþróttasviðs og Eva Bergþóra Guðbergsdóttir samskiptastjóri borgarinnar.

Samkvæmt erindisbréfi voru verkefni starfshópsins að leggja fyrir borgarráð tillögur um eftirfarandi:

1. Tilflutningur skilgreindra verkefna og stöðugilda frá Höfuðborgarstofu til Áfangastofu höfuðborgarsvæðisins og hvaða verkefni og stöðugildi ættu vera áfram hjá Reykjavíkurborg og með hvaða hætti.
2. Fyrirkomulag á markaðsmálum og skipulagi viðburða hjá Reykjavíkurborg og með hvaða hætti.
3. Kostnaðargreining á tillögnum þar sem við á.

Starfshópurinn rýndi m.a. tillögur og greinargerð fyrri starfshóps frá desember 2022 um flutning á verkefnum Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins (sjá fylgigögn). Þar eru lagðar til tvær tillögur um staðsetningu á framtíðarfyrirkomulagi verkefna



sem hafa verið staðsett á Höfuðborgarstofu, þ.e. annars vegar verkefni sem tengjast ferðapjónustu og hins vegar verkefni sem tengjast markaðsmálum.

Fyrirkomulag ferðapjónustu hjá Reykjavíkurborg

Fyrri starfshópur lagði eftirfarandi til um fyrirkomulag ferðapjónustunnar innan Reykjavíkurborgar:



„Málefni ferðapjónustunnar verði staðsett miðlægt í borgarkerfinu undir borgarritara. Þar verði yfirsýn yfir þjónustu borgarinnar við ferðapjónustu og utanumhald um samtali innan og utan borgarinnar um málefnið.“

Starfshópurinn er sammála tillögum að þau málefni ferðapjónustunnar sem ekki munu flytja til Áfangastaðastofu verði staðsett í miðlægri stjórnsýslu og leggur til að þeim verði best fyrir komið hjá Athafnaborginni, atvinnu- og borgarþróunarteymi SBB. Rökin fyrir því eru að málefni allra annarra atvinnugreina eru staðsett þar og því eðlilegt að þessi málaflokkur fari þangað líka. Einnig má nefna að yfirsýn yfir atvinnu- og nýsköpunarstefnu er staðsett í teyminu. Málefni ferðapjónustunnar eiga góðan farveg í öllum áherslum stefnunnar en sérstaklega þær sem vísa í um sameiginlegan skilning borgar og atvinnulífs, gott starfsumhverfi og sögur úr borginni. Þessi tillaga er í takt við þær breytingar sem boðaðar voru í samstarfssáttmála meirihluta borgarstjórnar í júní 2022 að atvinnumál, nýsköpun og ferðapjónusta heyri undir forsætisnefnd. Var þetta fyrirkomulag staðfest í borgarstjórn 21. júní 2022.

Helstu verkefni atvinnu- og borgarþróunarteymis vegna málefna ferðapjónustunnar gætu verið;

- Yfirsýn og samræming með málefnum ferðapjónustu í Reykjavík.
- Yfirsýn yfir þjónustu borgarinnar við ferðapjónustu og hvar hún er veitt.
- Innleiðing á ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar.
- Upplýsingagjöf til forsætisnefndar og borgarráðs um málefni ferðapjónustunnar.
- Tengiliður borgarkerfis við Áfangastaðastofu.
- Aðstoða fyrirtæki í ferðapjónustu sem vilja koma til Reykjavíkur eða þróast innan borgarinnar.
- Málefni miðborgar sem eru tengd ferðamálum.
- Tengiliður í öðrum samstarfsverkefnum Reykjavíkurborgar á sviði ferðamála sem ekki heyra undir Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins: „Ísland saman í sókn“, „Inspired by Iceland“, Meet in Iceland o.s.frv.
- Ýmis sérverkefni.



Samlegðaráhrif innan miðlægrar stjórnsýslu:

- Markaðssetning á tækifærum í Reykjavík til fyrirtækja.
- Málefni atvinnulífs í Reykjavík.
- Málefni miðborgar.
- Samstarf við Íslandsstofu; markaðssetning til Hótelrekenda, gagnavera og þekkingarfyrirtækja (í gegnum Reykjavík Science City).
- Innleiðing atvinnu- og nýsköpunarstefnu.

Fyrirkomulag markaðsmála og viðburða hjá Reykjavíkurborg

Fyrri starfshópur lagði eftirfarandi til um fyrirkomulag markaðsmála:



„Stofnuð verði sérstök markaðsstofa sem sinni markaðsmálum fyrir borgina í heild. Hópurinn leggur til tvo fýsilega kosti varðandi fyrirkomulag hennar og greinir tækifæri og áskoranir við hvorn kost, annars vegar að markaðsstofan verði staðsett miðlægt á SBB og hins vegar á nýju sameiginlegu sviði menningar- og íþróttasviðs.“

Fyrir liggur að tækifæri og áskoranir fylgja báðum þessum leiðum sem rakið er ítarlega í skýrslu fyrri starfshóps (sjá fylgigögn). Þá hafa komið fram sjónarmið þess efnis hvort endurskoða ætti staðsetningu á viðburðateymi í þessu samhengi sem hefur verið hluti af menningar- og ferðamálasviði til þessa og var það eitt að hlutverkum þessa starfshóps að rýna það nánar samkvæmt erindisbréfi.

Sviðsstjóri menningar- og íþróttasviðs sem á sæti í starfshópnum lagði áherslu á að markaðsstofan og viðburðateymið yrðu áfram staðsett á nýju sameinuðu sviði eins og fram kemur í tillögu 2b og færði fyrir því rök í sérstöku minnisblaði (sjá fylgigögn). Samskiptastjóri sem einnig á sæti í starfshópnum lagði áherslu á að markaðsstofan og viðburðateymið yrðu staðsett miðlægt sbr. tillögu 2a og færði sömuleiðis fyrir því rök í sérstöku minnisblaði (sjá fylgigögn).

Lagt er til að sameina verkefni samskiptateymi Reykjavíkurborgar undir stjórn núverandi samskiptastjóra. Jafnframt er lagt til að samskiptastjóri sem leiðir teymið fái skýrt umboð þegar kemur að samskipta-, viðburða- og markaðsmálum Reykjavíkurborgar og gerðar verði breytingar á starfslýsingu til samræmis við það.

Í markaðskönnunum hefur Höfuðborgarstofa komið vel út og því mikilvægt að byggja ofan á það. Ábyrgð á markaðsmálum er í dag dreifð innan borgarinnar og því eru margvísleg tækifæri til að efla þau enn frekar. Starfshópur um mörkun Reykjavíkurborgar tók viðtöl við lykilmál í



markaðsmálum og kom fram hjá þeim að ímynd þjónustu borgarinnar er oft óskýr. Einnig kom fram í könnun meðal starfsfólks borgarinnar mikill vilji til að gera þjónustu borgarinnar sýnilegri. Þá er mikilvægt að auka sýnileika og ráðast í skýra stefnumörkun varðandi viðburðahald í höfuðborg Íslands og koma mörg fag- og kjarnasvið að þeim málum. Ýmis samlegðaráhrif eru við verkefni skrifstofu borgarstjóra og borgarritara þar sem m.a. eru skipulagðar opinberar móttökur og viðburðir í Ráðhúsi Reykjavíkur og Höfða.

Til þess að samhæfing og samþætting á ytri og innri ásýnd borgarinnar og aukin krafa um sýnileika á þjónustu gangi eftir er nauðsynlegt að unnið sé eftir sömu sýn þegar kemur að samskipta-, markaðs- og viðburðamálum. Allt markaðs- og kynningarefni þarf þannig að vera í samræmi við áherslur borgarinnar í upplýsingamálum. Einnig er hægt að efla árangur af markaðsstarfi enn frekar með því að tengja við önnur verkefni sem falla undir samskipta-, upplýsinga- og viðburðamál.

Helstu verkefni samskiptateymis gætu verið:

- Stefnumörkun fyrir viðburðahald.
- Stefnumörkun fyrir markaðsmál.
- Innleiðing og eftirfylgni með innleiðingu á mörkun Reykjavíkurborgar.
- Yfirsýn og þjónusta við fag- og kjarnasvið varðandi alla þætti samskipta- og markaðsmála og stærri viðburði/hátíðir.
- Ráðgjöf til sviða varðandi samskipti, markaðsmál og viðburðahald.
- Samhæfing á stærri verkefnum tengd samskiptum, markaðsmálum og viðburðum.
- Samræmd birtingaþjónusta.
- Samræmd innkaup á gerð markaðsefnis.
- Gerð fræðsluefnis.
- Útgáfa og gerð kynningarefnis.
- Gerð sniðmáta.
- Leiðbeiningar og eftirfylgni varðandi þýðingar á önnur tungumál en íslensku.
- Leiðbeiningar og eftirfylgni varðandi önnur aðgengismál í tengslum við samskipti, markaðsmál og viðburði.

Samlegðaráhrif innan miðlægrar stjórnsýslu:

- Tenging við átak til samhæfingar á mörkun Reykjavíkurborgar.
- Tenging við opinberar viðburði og móttökur.
- Málefni miðborgar.
- Samstarf við fleiri hagaðila.
- Tenging við rekstur Ráðhúss Reykjavíkur og Höfða.

Rekstrargreining og flutningur verkefna Höfuðborgarstofu

Samkvæmt samningi um stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins (sjá fylgiskjal) skal miða við að stofnfundur skuli haldinn eigi síðar en 15. mars 2023, að framkvæmdastjóri verði ráðinn strax og um mitt ár 2023 verði ráðnir tveir starfsmenn til viðbótar og formleg starfsemi hafin. Gert er ráð fyrir að Áfangastaðastofan verði komin í fulla starfsemi á árinu 2024. Hluttur Reykjavíkurborgar er u.þ.b. 39% af rekstrarkostnaði og verður framlag borgarinnar til Áfangastaðastofu 2023 alls 22,3 m.kr. en árið 2024 alls 47 m.kr. Áætlaður heildar rekstrarkostnaður Áfangastaðastofu samkvæmt samningnum miðað við framlag allra



sveitarfélaganna á höfuðborgarsvæðinu og frá atvinnulífinu er áætlaður 54 m.kr. 2023 og hækkar í 120,5 m.kr. 2024.

Af hálfu Reykjavíkurborgar er gert ráð fyrir að fjárframlagið til Áfangastaðastofunnar verði fyrst og fremst tekið úr fjárhagsramma Höfuðborgarstofu. Samkvæmt fjárhagsáætlun 2023 er fjárhagsáætlun Höfuðborgarstofu tæpar 102 m.kr. Lagt er til að framlag Reykjavíkurborgar til Áfangastaðastofu miðað við fjárhagsáætlun 2023 verði eftirfarandi fyrir 2023 og 2024:

	Áætlun 2023 m.kr.	Skýring	Tillaga 2023 m.kr.	Skýring	Tillaga 2024 m.kr.	Skýring
Laun og launatengd gjöld	65,9	Stöðugildi 5,5	12	1,5 stg.	18,5	1,5 stg.
Án verkefnis	3,8	Starfsmannakostnaður (tölvuþjónusta, sími leiga á búnaði o.fl.)	1	1,5 stg.	1	1,5 stg.
Stefnumótun og vörumerki	20	Markaðssetning	2		15	
Samstarfsverkefni	0	Tekjur upp á 5,5 m.kr. hafa komið frá öðrum sveitarfélögum sem HB hefur unnið og komið sem hluti af birtingakostnaði.	5,5	Sértekjur. Færast yfir í ÁS	5,5	Sértekjur. Færast yfir í ÁS
City Card og Menningarkort	-2,5	Tekjur af City Card (Gestakort) og Menningarkorti.		Menningarkort verði áfram á MÍ. City Card verður skoðað sérstaklega		Menningarkort verði áfram á MÍ. City Card verður skoðað sérstaklega
Erlendir blaðamenn	2	Móttaka erlendra blaðamanna	1		2	
Vefsvæði og margmiðlun	2	Umsýsla og aðkeypt vinna v. visitreykjavik.is ofl. Þarf að verðmeta og gera samning við ÁS og tryggja eignarhald Rborgar.		Undirbúið 2023. Færast alfarið 2024	2	Færast yfir á ÁS
Sýningar og ráðstefnur	3	ITB Berlin í mars, Vestnorden í október og World Travel Market í London í nóvember. Stóð til að fara á Mid Atlantic í janúar en of mikil óvissa var uppi.	1,8		3	
Iceland Naturally	7,5	Eldra heiti á markaðsverkefni og kynningarverkefni aðila með hagsmunum á mörkuðum í Norður Ameríku. Það eru auk Reykjavíkur m.a. Íslandsstofa, Icelandair, Bláa lónið, Isavia, Landsvirkjun, ráðuneyti og fyrirtæki.				Sérverkefni sem færast yfir 2024 til ÁS
Samtals	102		23,3		47	
			Samtals með Iceland Naturally		54,5	

Í samræmi við fjárhagsgreininguna er eftirfarandi lagt til varðandi Höfuðborgarstofu sem og viðburðarteymi:

- Höfuðborgarstofa verði lögð niður frá og með 1. mars 2023 og fjárheimildir færðar í samræmi við samkomulag SSH og tillögur starfshópsins um tilfærslu verkefna innan kerfisins.
- Fjárheimildir ígildi 1,5 stöðugilda ásamt skilgreindum verkefnum færast til Áfangastaðastofu, þ.e. 23,3 m.kr. fyrir 2023 og 24 m.kr. til viðbótar 1. janúar 2024 eða samtals 47 m.kr. í samræmi við samkomulag SSH um stofnun Áfangastaðastofu (sjá fjárhagsgreiningu).
- Fjárheimildir ígildi 3ja stöðugilda ásamt skilgreindum verkefnum færast til samskiptateymis.



Reykjavíkurborg

- Stöðugildi verkefnastjóra (1 stg) verði áfram á menningar- og íþróttasviði og sjái um aðgangskort og tengd verkefni.
- Fjárheimildir 3ja stöðugilda viðburðateymis ásamt skilgreindum verkefnum og rekstrarfé sem heyrir undir teymið (kostnaðarstaður 03560) færast til samskiptateymis 1. mars 2023.
- Flutningur á umsjón og ábyrgð á dagatali Reykjavíkurborgar, Hvirfli, flytjist frá Höfuðborgarstofu til samskiptateymis 1. mars 2023.
- Umsjón, umsýsla og þróun visitreykjavik.is og svörun til ferðamanna sem tengjast vefsíðunni færast formlega yfir til Áfangastaðastofu frá og með 2024 en verði undirbúið 2023 samkvæmt sérstöku samkomulagi. Mikil verðmæti felast í vefsíðunni og því þarf verðmeta hana að gera sérstakt samkomulag við Áfangastaðastofu um ritstjórn og umsjón hennar þar sem eignarhald Reykjavíkurborgar er tryggt til framtíðar.
- Verkefnið Iceland Naturally ásamt fjárheimildum verði alfarið flutt til Áfangastaðastofu 2023 en unnið í samstarfi við samskiptateymi á árinu áður en það færast alveg yfir 2024.
- Farið verði í greiningu á verkefninu City Card (Borgarkort) og framtíð þess metin í samstarfi við Áfangastaðastofu.

Hjálagt:

- Erindisbréf starfshóps um markaðsmál, viðburði og flutning verkefna Höfuðborgarstofu til Áfangastaðastofu, desember 2022
- Skýrsla starfshóps um flutning á verkefnum Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins, desember 2022
- Samningur um stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins, desember 2022
- Bréf SSH – Stofnun áfangastaðastofu
- Minnisblað sviðsstjóra Menningar og ferðamálasviðs, janúar 2023
- Minnisblað samskiptastjóra samskiptateymis, janúar 2023
- Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins – Rekstrarskýrsla KPMG unnin fyrir SSH, 2022
- Áfangastaða- og markaðsstofa fyrir Reykjavík og höfuðborgarsvæðið – Inga Hlín Consulting
- Erindisbréf starfshóps um mótun stefnu um upplýsinga- og markaðsmál Reykjavíkurborgar.
- Erindisbréf starfshóps um mótun stefnu um viðburðahald á vegum Reykjavíkurborgar.

ERINDISBRÉF

Starfshópur um markaðsmál, viðburði og flutning verkefna Höfuðborgarstofu til Áfangastaðastofu

Ábyrgðarmaður:
Borgarstjóri.

Inngangur:

Stjórn Sambands sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu [samþykkti](#) 12. desember 2022 stofnun Áfangastaðastofu sem tekur til starfa á næsta ári með framlagi frá sveitarfélögum á svæðinu ásamt stuðningi frá ríki og fyrirtækjum. Í bókun SSH segir:

Stjórn samþykkir fyrir sitt leyti að Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins verði sett á fót, til samræmis við fyrirliggjandi gögn og það sem fram kemur í fyrirliggjandi minnisblaði framkvæmdastjóra SSH frá 6. desember 2022. Á grundvelli þess er skrifstofu SSH falið að senda fyrirliggjandi samningsdrög, ásamt fylgigögnum, til umræðu, afgreiðslu og staðfestingar á vettvangi aðildarsveitarfélaga ásamt ósk um að framkvæmdastjórum þeirra verði falið fullt og ótakmarkað umboð til undirritunar samningsins.

Áherslan verði á þróun, kynningar- og markaðsstarf ásamt samlegð og samtali hagaðila í ferðapjónustu og tengdra aðila. Þetta er í samræmi við ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020-2025 þar sem segir að kannaður verði grundvöllur þess að mynda áfanga- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið með öflugum stuðningi ríkis og atvinnulífs. Fyrir liggur skýrsla starfshóps Reykjavíkurborgar frá desember 2022 um flutning á verkefnum Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins. Í tillögum starfshóps um sameiningu íþrótt- og tómstundasviðs og menningar- og ferðamálasviðs sem þykktar voru í borgarráði 15. desember 2022 segir m.a. að skipaður verður starfshópur sem mun leggja tillögur fyrir borgarráð eigi síðar en 1. febrúar n.k. um flutning á skilgreindum verkefnum Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins og hvernig haldið verður á markaðsmálum og skipulagi viðburða hjá Reykjavíkurborg til framtíðar.

Hlutverk og vinnufyrirkomulag:

Að rýna tillögur starfshóps um flutning á verkefnum Höfuðborgarstofu og skila tillögum til borgarráðs um nánari útfærslu og tilflutning verkefna

Helstu verkefni:

- Að leggja fyrir borgarráð tillögur um eftirfarandi:
 - Tilflutningur skilgreindra verkefna og stöðugilda frá Höfuðborgarstofu til Áfangastofu höfuðborgarsvæðisins og hvaða verkefni og stöðugildi ættu vera áfram hjá Reykjavíkurborg og með hvaða hætti.
 - Fyrirkomulag á markaðsmálum og skipulagi viðburða hjá Reykjavíkurborg og með hvaða hætti.
 - Kostnaðargreining á tillögnum þar sem við á.

Starfshópurinn skipa:



Reykjavíkurborg

Þorsteinn Gunnarsson borgarritari, formaður
Eiríkur Björn Björgvinsson sviðsstjóri Menningar- og íþróttasviðs
Lóa Birna Birgisdóttir sviðsstjóri Mannauðs- og starfsumhverfissviðs
Eva Bergþóra Guðbergsdóttir samskiptastjóri

Starfsmenn:

Starfsmenn Reykjavíkurborgar starfi með starfshópnum eftir því sem við á. Hópurinn hefur heimild til aðkeyptrar ráðgjafar í samræmi við innkaupareglur Reykjavíkurborgar.

Til ráðgjafar og samstarfs:

Starfshópurinn leiti ráðgjafar innan og utan borgarkerfisins hjá aðilum sem hafa sérþekkingu á viðfangsefninu eftir því sem við á

Starfstímabil:

Starfshópurinn starfi frá 21. desember 2022 til 20. janúar 2023 og skili tillögum til ábyrgðarmanns og svo borgarráðs.

Reykjavík, 21. desember 2022

Dagur B. Eggertsson
borgarstjóri

Fylgigögn:

Skýrsla starfshóps um flutning á verkefnum Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins
Minnisblað PBG 6.12.22
Fylgibréf til sveitarfélaga_ stofnun áfangastaðastofu
Uppfærð rekstraráætlun
Drög að samningi um stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins
Innleiðingaráætlun

Skýrsla starfshóps um flutning á verkefnum
Höfuðborgarstofu til markaðs- og
áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins

**HÖFUÐBORGAR-
STOFA**

EFNISYFIRLIT

EFNISYFIRLIT	2
SAMANTEKT	3
VIÐTÖL	4
MARKAÐS- OG ÁFANGASTAÐASTOFA	5
HÖFUÐBORGARSTOFA	8
MARKAÐSMÁL	9
FERÐAMÁL	11
TILLÖGUR	14
Verkefni Höfuðborgarstofu	14
Ferðapjónusta og markaðsmál	17
Málefni ferðapjónustu	17
Markaðsstofa	18
ÁÆTLAÐUR KOSTNAÐUR Í TENGLUM VIÐ TILLÖGURNAR	20
NIÐURLAG	21



SAMANTEKT

Skýrsla starfshóps um flutning á verkefnum Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins.

Verkefni hópsins eru listuð upp í meðfylgjandi erindisbréfi. Ábyrgðarmaður verkefnis er borgarritari.

Hópin skiptuðu:

- Lína Petra Þórarinsdóttir forstöðumaður Höfuðborgarstofu, fulltrúi MOF, formaður.
- Eva Bergþóra Guðbergsdóttir, samskiptastjóri, fulltrúi SBB.
- Íris Elfa Þorkeldsdóttir, verkefnastjóri markaðsmála á Höfuðborgarstofu, fulltrúi MOF.
- Óli Örn Eiríksson, teymisstjóri Athafnaborgarinnar, fulltrúi SBB.

Starfsmaður hópsins var Íris Alma Vilbergsdóttir frá MOF.

Sveitarfélögin á höfuðborgarsvæðinu undirrituðu samstarfssamning í janúar 2022 um áfangastaðinn Reykjavík með það markmið að koma á samstarfsvettvangi sveitarfélaga og atvinnulífsins á höfuðborgarsvæðinu um ferðamál. Vettvangurinn hefði það hlutverk að styðja við þróun áfangastaðarins í átt að sjálfbærri framtíðarsýn og aukinni samkeppnishæfni.

Í skýrslu starfshóps þessa er farið yfir starfsemi og verkefni Höfuðborgarstofu og mat lagt á hvaða verkefni hennar flytjast yfir á nýja markaðs- og áfangastaðastofu og hvaða afl þurfi að vera til staðar innan Reykjavíkurborgar til að halda utan um markaðs- og kynningarmál annars vegar og ferðamál hins vegar.

Höfuðborgarstofa hefur verið starfrækt innan menningar- og ferðamálasviðs sem verður sameinað íþróttá- og tómstundasviði þann 1. janúar 2023. Í skýrslunni er ekki farið sérstaklega yfir þá breytingu sem á sér stað með stofnun nýs sviðs, fyrir utan anga Höfuðborgarstofu og verkefni sem lagt er til að verði flutt yfir á það svið. Þess ber að geta að ef ekki verður af áætlunum um stofnun Markaðs- og áfangastaðastofu er tilefni til að endurskoða hlutverk og verkefni Höfuðborgarstofu við sameiningu sviðanna.

Starfshópurinn hóf störf 7. október 2022. Tímaramminn var þröngur og því þurfti að afmarka verkefnið vel. Hópurinn skipti með sér verkefnum og fékk að auki inn ráðgjafa, Herdísí Sólborgu Haraldsdóttur til að taka viðtöl við valda aðila, aðstoða við skýrslugerð og vinna með hópnum að greiningu á áskorunum og tækifærum. Viðtölin



fóru fram dagana 8. – 21. nóvember 2022. Viðmælendur voru samtals tíu og komu allir utan eins úr borgarkerfinu. Hópurinn hefur fundað samtals tíu sinnum og hluti hópsins hefur að auki fundað þrisvar með ráðgjafa.

Starfshópurinn leggur til að þau verkefni sem snúa að sértækum hagsmunum Reykjavíkurborgar varðandi ferðamál, sér í lagi ferðaþjónustu sem atvinnugreinar og þjónustu við hana verði flutt í miðlæga stjórnsýslu. Þá leggur hópurinn til að stofnuð verði sérstök markaðsstofa sem fái útvíkkað hlutverk og sinni markaðsmálum markvisst fyrir borgina í heild. Seinni tillagan leggur til tvær mögulegar sviðsmyndir fyrir slíka markaðsstofu og leggur mat á þær út frá tækifærum og áskorunum sem mikilvægt er að horft sé til við upplýsta ákvarðanatöku. Önnur sviðsmyndin gerir ráð fyrir að stofan sé staðsett inni á nýju sameinuðu sviði menningar, íþróttar og tómstundamála. Hin að hún sé miðlæg skrifstofa.

Skýrslunni fylgja viðaukar með ítarefni og vill hópurinn benda sérstaklega á samantekt yfir úrlausnarefni sem lögð er áherslu á að þurfi að vinna með og setja í formlegan farveg.

VIÐTÖL

Tekin voru tíu viðtöl sem fram fóru í nóvember. Viðmælendur svöruðu spurningum varðandi þær breytingar sem framundan eru. Sér í lagi tækifæri og áskoranir þeim tengdum.

Hér verða dregin fram ákveðin sjónarmið sem fram komu, en lögð hefur verið áhersla á að tvinna þeim saman við skýrsluna í heild. Auk þeirra þátta sem hér eru nefndir voru dregin fram atriði á borð við mannréttinda- og umhverfissjónarmið, atvinnumál og tengingu við aðrar stefnur borgarinnar. Fram komu skýr tækifæri til að nýta breytingarnar til að tengja stefnu í ferðamálum betur við aðrar áherslur borgarinnar. Þá komu orðin markaðsstofa og markaðsteymi ítrekað fyrir og tækifæri þeim tengdum, auk mikilvægi þess að auka yfirsýn og samtal á milli sviða um viðburðahald innan borgar.



Stutt samantekt á viðtölum:

Markaðs- og áfangastaðastofa:

Viðmælendur höfðu skilning á áformum um markaðs- og áfangastaðastofu og sáu tækifæri í stofnun hennar og töldu ákveðin samlegðaráhrif blasa við. Tækifæri væru fólgin í að efla samtal við ferðapjónustuna og innan höfuðborgarsvæðisins. Tækifæri væri til að leggja aukna áherslu á markaðsmál og efla samskipti við hagsmunaaðila á hverjum stað fyrir sig. Tækifæri væru á meiri álagsstýringu og breiðara samtali. Þá voru nefndir möguleikar á auknum vexti í greininni ef stofan fengi fjármuni sem gætu nýst til ákveðinna verkefna líkt og hefur verið gert á landsbyggðinni.

Höfuðborgarstofa:

Viðmælendur nefndu sérstaklega mikilvægi þess að missa ekki þá sérhæfingu og þekkingu sem til staðar er hjá stofunni. Höfuðborgarstofa hefði gegnt margvíslegu hlutverki og sum nefndu sérstaklega þá áskorun sem felst í því að missa tækifæri til samhæfingar innan borgar í málum tengdum viðburðum, ferða- og markaðsmálum. Flest höfðu áhyggjur af þeim verkefnum sem stofan hefur sinnt og ekki er gert ráð fyrir hjá markaðs- og áfangastaðastofu. Öll höfðu skýra sýn á hvernig Reykjavík ætti að birtast út á við og sum höfðu áhyggjur af því að áherslur borgarinnar gætu þynnst út þegar höfuðborgarsvæðið allt er undir.

Markaðsmál:

Öll nefndu að efla þurfi markaðs- og kynningarmál sem og vörumerkið Reykjavík. Þörf væri á miðlægri einingu sem getur þjónustað alla borgina og betur samræmt framsetningu á efni og skilaboðum. Viðmælendur nefndu tvær mögulegar útfærslur. Annað hvort einingu staðsetta miðlægt eða á nýju sviði.

Ferðamál:

Flest nefndu sérstaklega að stóra verkefnið væri að kynna borgina sem verðugan stað til að dvelja á lengur en eina nótt. Öll nefndu mikilvægi þess að ferðamálanum væri áfram faglega sinnt hjá Reykjavíkurborg og að borgin þyrfti að leggja línurnar og tengja þau við aðrar stefnur. Sýn á ferðamál þyrfti að koma frá borginni til áfangastaðastofu. Áfram þyrfti að vera til staðar sérfræðiþekking á ferðamálum innan borgarinnar.

MARKAÐS- OG ÁFANGASTAÐASTOFA

Stefnt er á að stofna markaðs- og áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið árið 2023 með framlagi frá sveitarfélögum á svæðinu ásamt stuðningi frá ríki og fyrirtækjum. Gert er ráð fyrir að hún verði komin í fulla starfsemi árið 2024. Lengri aðdragandi er að stofnun stofunnar, en í ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020 til 2025 segir að kannaður verði grundvöllur þess að mynda áfanga- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið með öflugum stuðningi atvinnulífs og ríkis ásamt framlagi frá borginni, jafnframt verði leitað eftir þátttöku frá nágrennasveitarfélögum. Í ágúst 2020 réði þáverandi sviðsstjóri menningar og ferðamálasviðs Ingu Hlín Pálsdóttur ráðgjafa til að leiða gerð tillagna að skipulagi, áherslum og mögulegu samstarfi

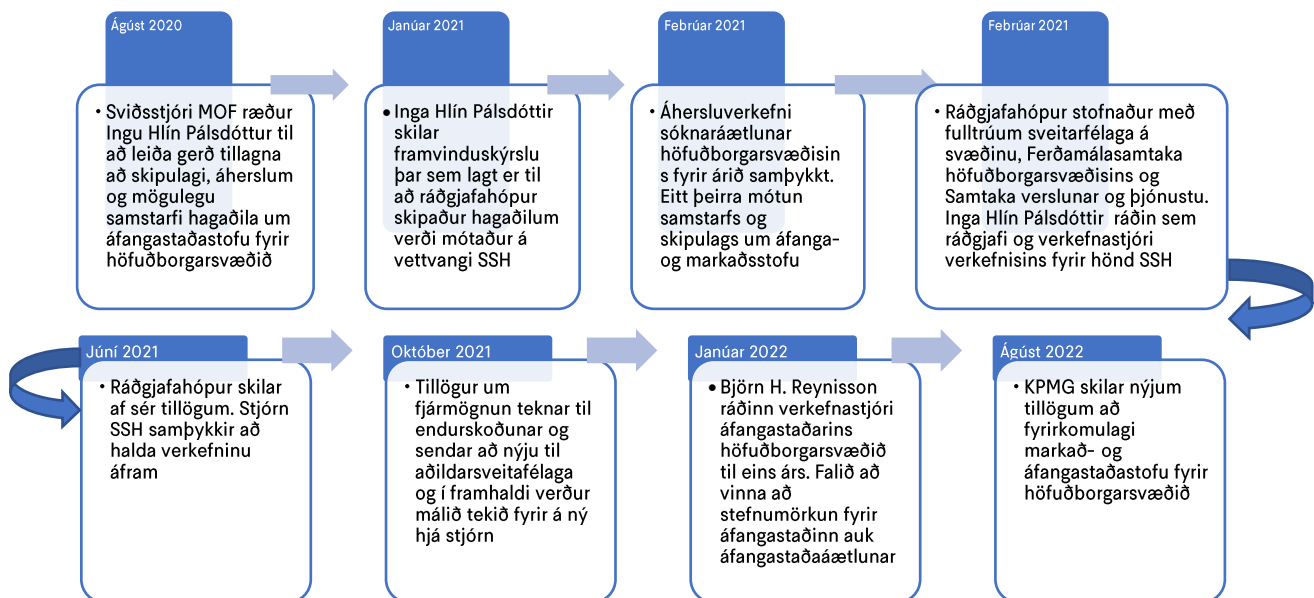


hagaðila um áfangastaðastofu fyrir svæðið. Ráðgjafi réðist í mikla greiningarvinnu auk þess að halda vinnustofur og vinnufundi með hagaðilum sem gáfu greinagóða mynd af því eftir hverju var kallað.

Hagaðilar kölluðu m.a. eftir:

- Öflugri markaðssetningu fyrir svæðið
- Öflugra samtali við íbúa
- Að stofan sinnti gagnaöflun, úrvinnslu gagna og veitti aðgengi að tölfræðiupplýsingum
- Afli til að leiða vinnu við aukna sjálfbærni í ferðapjónustu á svæðinu
- Talsmanni fyrir ferðamál
- Leiðandi afli í vörubrúun og nýsköpun
- Viðburða- og hátíðarskrifstofu,
- Gestastofu
- Aðstoð í krísum

Tímalína undirbúnings að stofnun áfangastaðastofu



Í september 2022 samþykkti stjórn SSH að leggja til við sveitarfélögin að áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins yrði stofnuð út frá rekstrargreiningu KPMG sem gerir ráð fyrir minna umfangi en upphafleg tillaga ráðgjafahóps sem Inga Hlín Pálsdóttir fór fyrir.

Hluti verkefna Höfuðborgarstofu mun færast yfir til stofunnar og verður það í áföngum ef farið verður eftir áætlun KPMG. Hér er farið yfir tækifæri og áskoranir gagnvart Reykjavíkurborg í tengslum við framkvæmdina:

Tækifæri	Áskoranir
Samlegðaráhrif - í tengslum við ferðapjónustu á höfuðborgarsvæðinu og tækifæri til aukins samtals á milli aðila	Samstaða - að viðhafa gott samband á milli aðila sem eiga að sameinast undir hatti markaðs- og áfangastaðastofu
Aukið svigrúm - tækifæri til að gefa ferðamálum meira vægi, auka þróunarstarf, vöruþróun og efla markvisst utanumhald	Samfella - að ný stofa nái að vinna með sambærilegum hætti í ferðamálum og Reykjavíkurborg hefur gert í mörg ár
Öflugri hagsmunagæsla - sameiginleg skrifstofa margra sveitarfélaga getur bætt samstarf við hagaðila og ríki og leitt til aukinnar þjónustu	Bein upplýsingamiðlun til ferðafólks - ekki er gert ráð fyrir henni í áætlunum um stofnun áfangastaðastofu í dag
Jákvæð orka – stofnun áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið getur vakið áhuga á málaflokknum	Fjölgun auðkenna - aukið flækjustig varðandi stjórnun viðskiptaauðkenna ef búin verða til mörg ný auðkenni gagnvart ólíkum markhópum og viðskiptavinum
Heildræn nálgun - á áfanga- og álagsstýringu	Umfang og væntingar – í greiningu KPMG sem unnin er fyrir SSH er gert ráð fyrir minna fjármagni en í greiningu Ingu Hlínar Pálsdóttir án þess þó að draga úr ætluðum verkefnum stofunnar. Gæta þarf að því að stofan hafi bolmagn til að sinna þeim verkefnum sem henni er ætlað
	Sérstaða Reykjavíkur sem höfuðborgar - sér í lagi ef líkan það sem notað er hjá áfangastaðastofum á landsbyggðinni verður tekið inn með óbreyttum hætti
	Yfirbygging á kostnað verkefna – sem fer eftir endanlegu skipulagi og fjármögnun stofunnar



	Rof í tengingum við sérfræðinga borgarinnar – ef ekki er skilgreindur tengiliður eða tengiliður innan borgarkerfisins
	Innlend markaðssetning – sem er ekki hluti af verkefnum nýrrar stofu
	Þekking – sér í lagi ef starfsfólk Höfuðborgarstofu fylgir ekki verkefnum yfir á nýja stofu

HÖFUÐBORGARSTOFA

Höfuðborgarstofa tók til starfa í ársbyrjun 2003. Stofan ber ábyrgð á heildarkynningu á Reykjavík á sviði ferðamála innanlands sem utan. Vöxtur í ferðaþjónustu hefur verið mikill undanfarin ár og hefur stofan unnið stöðugt og markvisst að því að skilgreina sóknarfæri og styrkleika Reykjavíkur á sviði ferðamála, m.a. með því að samþætta nýsköpun, vöruþróun, markaðssetningu og stjórnun ferðamála.

Höfuðborgarstofa hefur frumkvæði að því að skilgreina samstarfsfleti á sviði ferðamála, milli stofnana Reykjavíkurborgar, stjórnvalda, sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu, markaðsstofa um land allt, aðila í ferðaþjónustu, íbúa og annarra hagsmunaaðila. Markmiðið er að samhæfa aðgerðir, útfæra leiðir í samvinnu, efla upplýsingaveitu til íbúa og ferðafólks, styrkja og þróa innviði í borginni og auka nýsköpun á sviði ferðamála í Reykjavík.

Stofan leiðir einnig samstarf sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu um markaðssetningu á svæðinu gagnvart erlendu ferðafólki undir sameiginlegu vörumerki Reykjavíkur.

Leiðarljós Höfuðborgarstofu er að Reykjavík sé eftirsóttur áfangastaður allt árið um kring. Svæðið er kynnt á öflugan hátt þannig að íbúar og gestir fái notið þeirrar menningar, afþreyingar, upplifunar og þjónustu sem í boði er. Í því samhengi er sérstaða borgarinnar dregin fram, þ.e. sem einstakrar, lifandi og framsækinnar menningarborgar, umvafinni einstakri náttúru.

Það má merkja ákveðna þætti á undanförunum árum sem haft hafa áhrif á stöðu Höfuðborgarstofu, og þar með ferðamála, sem vert er að benda á þegar horft er til framtíðarskipan í málaflokknum hjá borginni og svæðinu í heild.



Ferðamál voru færð frá fagráði undir borgarráð. Við það varð ákveðið rof í samtali á milli embættismanna og kjörinna fulltrúa um málaflokkinn. Einnig hefur borið á gagnrýni frá hagaðilum í ferðaþjónustu á breytt fyrirkomulag.

Höfuðborgarstofa var færð til í skipuriti og fór frá því að vera ein af stofnunum menningar- og ferðamálasviðs yfir í að vera skilgreind sem skrifstofa. En það dró úr vægi ferðamála á sviðinu.

Dregin var upp dökk mynd af ferðamálum í skýrslu sem unnin var innan borgar og kynnt í borgarráði 27. febrúar árið 2020. Sú mynd varð að fjölmiðlaefni og leiddi til þess að gjá myndaðist á milli Reykjavíkurborgar og hagaðila í ferðaþjónustu. Vegna áhrifa heimsfaraldurs sem skall á nokkrum dögum eftir fjölmiðlafárið tók lengri tíma að brúa þá gjá en ella.

Viðvarandi óvissa um framtíðarskipan ferða- og markaðsmála hjá borginni hefur haft neikvæð áhrif á vinnu við málaflokkinn.

MARKAÐSMÁL

Markaðsmál tengjast markaðssetningu á borginni gagnvart borgarbúum, íbúum Íslands, hagaðilum og ferðafólki. Í greiningu starfshópsins kom skýrt fram að þörf er á öflugra og um leið skilvirkara markaðsstarfi innan borgarinnar. Sjá má fyrir nokkrar leiðir til þess og mikilvægt er að byggja ofan á þá vinnu sem átt hefur sér stað í tengslum við mörkun Reykjavíkur.

Viðmælendur nefndu þörf á sérstakri markaðsstofu sem starfsfólk gæti leitað til með ráðgjöf og aðstoð við gerð markaðs- og kynningarefnis og þar sem línur væru lagðar varðandi útlit og innihald. Fólk var sammála um að slík markaðsstofa myndi þjónusta öll svið og starfsstaði og huga að heildarímynd og hagsmunum borgarinnar til að auka áhrif og samþættingu skilaboða. Þess háttar miðstýring á markaðsmálum og vörumerkjastjórnun er í takti við fyrirkomulag hjá öðrum höfuðborgum í Evrópu og stórfyrirtækjum hér á landi, og út um heim allan, þótt útfærslur séu ólíkar.

Hingað til hefur ábyrgð á markaðsmálum verið dreifð um borgarkerfið og engin stefna mörkuð í þeim efnum. Þetta hefur leitt til tvíverknaðar og brotakenndrar ímyndar þjónustu borgarinnar út á við. Markaðsstofa sem hefði það hlutverk að samræma og samþætta markaðsmál þvert á borgina myndi að vonum styrkja ímynd og orðspor hennar og auka gagnsæi gagnvart borgurum. Óljós mörkun og markaðssetning hefur



meðal annars orðið til þess að ekki er alltaf ljóst að það er Reykjavíkurborg sem stendur á bak við viðburði og veitir þjónustu sem auglýst er.

Skýra þyrfti tengsl nýrrar markaðsstofu við samskiptateymi á skrifstofu borgarstjóra og borgarritara til að tryggja samhæfingu í skilaboðum, myndrænni framsetningu og efnisgerð, sem og framsetningu leiðbeininga og innleiðingarvinnu við mörkun. Hér er sérstaklega mikilvægt að passa upp á hvernig ábyrgð verður skipt, þar sem samskipta- og markaðsmál eru órjúfanlega tengd og ljóst er að mörg verkefni verða unnin í nánu samstarfi. Þannig þarf að vera ljóst hver ber endanlega ábyrgð á innihaldi og skilaboðum markaðsefnis og meta það með tilliti til heildarhagsmuna borgarinnar. Ljóst er að margvísleg tækifæri til að efla markaðsmál hjá borginni koma upp við framkvæmd þeirra breytinga sem framundan eru. Einnig eru áskoranir sem þarf að bregðast við:

Tækifæri	Áskoranir
Efla vörumerkið Reykjavík - með auknu afli og samhæfingu í markaðs- og kynningarmálum	Magn verkefna - hætta er á að miðlæg skrifstofa fái mikið af verkefnum sem áður hefur ekki verið hægt að vinna vegna kostnaðar og flækjustiga. Mikilvægt að huga að forgangs röðun verkefna og mönnun í takt við væntingar
Miðlæg stýring - sem getur þjónustað alla borgina og komið á betri samhæfingu á framsetningu á efni og skilvirkara samtali við notendur þjónustu	Ólíkar þarfir - þar sem svið borgarinnar hafa ólíkar áherslur og starfsemi
Skilgreining á markaðsmálum - með því að skerpa á heildarstöðu hjá borginni og tengja við upplýsingamál	Óskýrt umboð markaðsstofu - gæti leitt til að starfsfólk haldi áfram að leita utan borgarkerfis eða búa til eigið markaðsefni sem gæti verið ótengt við mörkun borgarinnar
Draga úr kostnaði - þar sem starfsfólk getur sinnt mörgum verkefnum sem áður voru unnin í aðkeyptri þjónustu	Spekileki - ef sérhæft starfsfólk fer og þekking tapast
Bætt upplýsingagjöf - þar sem skilaboð verða skýrari til notenda með aukinni samhæfingu markaðsefnis og þéttu samstarfi við samskiptateymi	



FERÐAMÁL

Hjá Reykjavíkurborg hafa verkefni ferðamála heyrt undir menningar- og ferðamálasvið og Höfuðborgarstofa borið ábyrgð á framkvæmd verkefna. Stofan vinnur eftir ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar sem samþykkt var í október 2020 og gildir til ársins 2025. Þar er lagt upp með að borgin þurfi að skerpa sýn, forgangsraða og endurmeta með hvaða hætti hún hyggst sinna málaflokknum til lengri tíma litið og að hún þurfi að vera leiðandi í þeirri vinnu. Leiðarljósið er að halda jafnvægi á milli þarfa ferðþjónustu og sjónarmiða og þarfa íbúa borgarinnar.

Athugasemdir komu fram frá Samtökum ferðþjónustunnar í umsögn þeirra um stefnuna og sneru þær meðal annars að því að vöntun væri á aðgerðaráætlun með stefnunni, þá þyrftu áherslur að vera markvissari, markmiðasetning skýrari og mælikvarðar ættu að styðja við hvernig markmiðum skuli náð. Eins er vert að benda á að stefnan var ekki fjármögnuð sérstaklega.

Á fundi [borgarstjórnar þann 21.6.22](#) var samþykkt tillaga þess efnis að flytja málaflokka atvinnumála, nýsköpunar og ferðþjónustu til forsætisnefndar.

Í greinagerð tillögunnar segir meðal annars:

“

„Ferðþjónustumál hafa heyrt undir menningar og ferðamálaráð fram til ársins 2018 þegar því var breytt. Fóru þá ferðþjónustumál undir borgarráð sem þá var einnig með atvinnumál á sínum snærum án nýsköpunar. Við gerð nýrrar atvinnu og nýsköpunarstefnu sem samþykkt var nýlega kom fram mikill áhugi og þörf á því að finna málaflokknum stað í skipulagi borgarinnar. Í samstarfssáttmála Samfylkingar, Framsóknar, Pírata og Viðreisnar er skýr sýn á málaflokkinn og áhugi á því að setja hann í forgrunn. Að færa málaflokkinn undir forsætisnefnd er tilvalin leið til þess að gefa honum þann veg og virðingu sem borgarstjórn vill ásamt því að sýna hagkvæmni í rekstri og stofna ekki nýtt ráð, en þess í stað nýta innviði og kerfi sem til eru.“

Þegar ferðamál heyrðu undir fagráð voru að lágmarki haldnir fundir tvisvar í mánuði og dagskrá ákveðin af formanni í samstarfi við sviðstjóra menningar og ferðamálasviðs sem sat alla fundi ráðsins. Í samræmi við ábendingu hér að framan um að rof hafi orðið í samskiptum við þá breytingu að færa ferðamál undir borgarráð þarf með verklagi að tryggja að samtal og upplýsingaflæði á milli embættismanna, hagaðila og kjörinna fulltrúa sem fara með málaflokkinn sé virkt við færslu hans undir forsætisnefnd.



Ferðapjónustan kemur inn á flest svið samfélagsins og því er afar mikilvægt að eiga samráð og samtal við íbúa, ferðapjónustu, stofnanir, fyrirtæki og aðra sem koma að ferðamálaum hér á landi. Þrátt fyrir að nýrri áfangastaðastofu sé ætlað að svara því kalli upp að ákveðnu marki er ljóst er Reykjavíkurborg mun áfram þurfa að vera stefnumótandi í málaflokknum. Þá verður það áfram hlutverk borgarinnar að hafa yfirsýn yfir málaflokkinn og samræma aðgerðir er snúa að málefnum ferðapjónustu í borginni.

Það eru margvísleg tækifæri og áskoranir sem borgin stendur frammi fyrir í tengslum við ferðamál og þær breytingar sem framundan eru. Hér er farið yfir helstu sjónarmiðin þeim tengdum:

Tækifæri	Áskoranir
Endurskipulagning ferðamála - og verkefni þeim tengdum innan borgar	Óljós ábyrgð - ef málaflokknum ekki fundinn skýr ábyrgðaraðila innan borgarkerfis
Aukið vægi - með því að endurskoða hvaða hætti rödd atvinnu, ferða og nýsköpunarmála heyrist í yfirstjórn borgarinnar	Lengri boðleiðir - á milli áfangastaðastofu og sérfræðinga í málaflokknum
Skýrar boðleiðir - tækifæri til að rýna og stytta boðleiðir innan borgar.	Tenging við kjörna fulltrúa - og embættismenn/sérfræðinga sem fara með málaflokkinn rofnar ef ekki skýr tengiliður innan borgar
Bættir verkferlar - með því að skoða til að mynda hver svarar fyrirspurnum og hver kemur þeim í réttan farveg	Samtal/samvinna við hagaðila - þar sem hætta er á rofi í samtali milli borgar og hagaðila í ferðamálaum
Ábyrgð skýrð - á verkefnum s.s. framkvæmd kannana, samantekt á gögnum, miðlun upplýsinga til kjörinna fulltrúa, hagaðila o.fl.	Þungi áfram hjá borginni - í samskiptum og úrlausnum mála
Betra samtal - með því að tryggja að ábyrgðaaðilar ferðamála séu inni í samtölum sem að þeim lúta og tengi inn rétta aðila innan kerfis til að vinna að lausnum	Samstarfsverkefni fái minni athygli – og rof verði í samtali á milli ráðstefnuborgarinnar (Meet in Reykjavík), markaðsverkefnisins Inspired by Iceland North America og þeirra sem halda utan um áfangastaðamarkaðssetningu



<p>Heildræn nálgun - með því að hefja vinnu við aðgerðamiðaða stefnu fyrir málaflokkinn sem talar betur við Grænt plan borgarinnar, atvinnu og nýsköpunarstefnu sem og aðrar stefnur hjá borginni</p>	<p>Upplýsingagjöf til ferðafólks - er áskorun þar sem ekki er gert ráð fyrir henni á nýrri markaðs- og áfangastaðastofu</p>
<p>Skilvirkari fjármagnsstjórnun - með því að rýna betur fjárveitingar til málaflokksins</p>	<p>Spekileki - ef sérfræðingar í málafloknum fara ekki yfir til áfangastaðastofu</p>



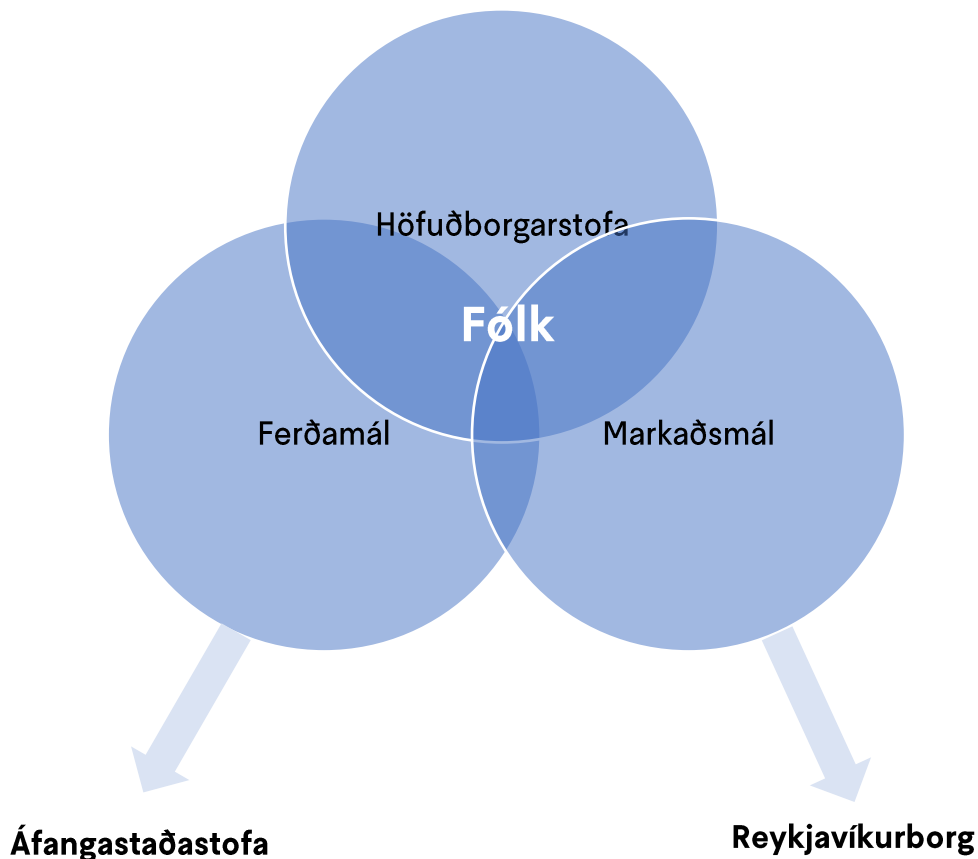
TILLÖGUR

Hópnum var sem fyrr segir falið að fara yfir starfsemi og verkefni Höfuðborgarstofu og leggja mat á hvaða verkefni eigi heima hjá nýrri markaðs- og áfangastaðastofu og hvaða afl þurfi að vera til staðar innan Reykjavíkurborgar til að halda utan um markaðs- og kynningarmál, miðlægt og á sameinuðu sviði menningar, íþróttar og tómstunda sem stefnt er á að taki til starfa í byrjun árs 2023. Þá lagði hópurinn sérstakt mat á markaðs- og ferðamál í tengslum við yfirvofandi breytingar.

Tillögur starfshópsins byggja á greiningu á efni, viðtölum við lykilaðila og sérþekkingu á málaflokknum.

Verkefni Höfuðborgarstofu

Mikil tenging og skörun er á milli allra verkefna stofunnar og því mikilvægt að huga að tengingu á milli málaflokkanna.



Starfshópur leggur til eftirfarandi skiptingu varðandi yfirfærslu á verkefnum til markaðs- og áfangastaðastofu, samkvæmt því hlutverki sem henni er ætlað, og þeirra sem eftir verða hjá Reykjavíkurborg:



Ferðamál hjá borginni	Markaðsmál hjá borginni	Markaðs- og áfangastaðastofa
Yfirsýn og samræming með málefnum ferðaþjónustunnar í Reykjavík	Almenn markaðssetning hjá borginni	Vörumerkið Visit Reykjavík
Yfirsýn yfir þjónustu borgarinnar við ferðaþjónustu og hvar hún er veitt	Efnisframleiðsla fyrir innlenda miðla og svið RVK	Markaðssetning á áfangastaðnum
Upplýsingar veittar til borgarráðs og forsætisnefndar um stöðu ferðaþjónustu.	Heimasíður – reykjavik.is borginokkar.is	Efnisframleiðsla
Samstarf við samskiptateymi borgarinnar	Samþætting almannatengsla, miðlunar og markaðssetningar	Vefur visitreykjavik.is, efnisöflun, innsetning og viðhald
Samstarf við markaðsstofu borgarinnar	Myndabanki	Samfélagsmiðlar fyrir erlendan markað
Aðstoða fyrirtæki í ferðaþjónustu sem vilja koma til Reykjavíkur eða þróast innan borgarinnar	Samfélagsmiðlar, innlent efni	Almannatengsl
Stjórnarseta og samningar: Inspired by Iceland North America, Ísland saman í sókn, Meet in Reykjavík	Fræðsla	Samstarf við Íslandsstofu
Sérverkefni, dæmi; EFA	Branding / vörumerkjastjórnun	PR herferðir, blaðamannaferðir og fyrirspurnir fjölmiðla
Ráðgjöf varðandi leyfisveitingar og samstarf í markaðsverkefnum	Útgáfa efnis, sbr. stefnur o.fl.	Ráðstefnur og sýningar
Málefni miðborgar sem eru tengd ferðamálum	Útboðsgerð	Samskipti við hagaðila, sveitarfélög, fyrirtæki, stofnanir o.s.frv.
Tengiliður við markaðs- og áfangastaðastofu	Vöruþróun	Ábyrgð og vinna við GDS stuðul



Upplýsingagjöf til ferðamanna

Samstarf og stuðningur við borgarhátíðir og aðra viðburði í borginni

Áætlanagerð um uppbyggingu ferðaþjónustutengdra innviða á svæðinu (DMP)

Umsókn í framkvæmdasjóð ferðamanna

Starfshópur vill sérstaklega benda á að samkvæmt rekstrargreiningu þeirri sem KPMG vann að beiðni SSH haustið 2022, er ekki gert ráð fyrir nægilegu fjármagni og stöðugildum til að sinna þeim markaðs- og almannatengslaverkefnum sem Höfuðborgarstofa hefur sinnt. Því þarf að taka afstöðu til þess hvort skipuleggja eigi starfsemi stofunnar með öðrum hætti, bæta í fjármögnum, draga úr umfangi verkefna eða fela Reykjavíkurborg að halda utan um hluta þeirra áfram fyrst um sinn. Jafnframt er ekki gert ráð fyrir upplýsingamiðlun til ferðamanna í greiningu KPMG og því þarf að taka afstöðu til þess hvort stofan eigi að sinna henni, hvort leggja eigi hana niður eða fela Reykjavíkurborg að sinna henni áfram.

Mikilvægt: Markaðs og áfangastaðastofa fyrir höfuðborgarsvæðið verður ekki komin í fullan rekstur fyrr en árið 2024. Huga þarf sérstaklega að hvar og með hvaða hætti verkefnum sem færast eiga yfir til hennar frá Höfuðborgarstofu verður sinnt í því millibilsástandi sem skapast. Sér í lagi ef starfsfólk Höfuðborgarstofu tekur við nýjum verkefnum innan borgar í ársbyrjun 2023.

Starfshópur leggur einnig til að eftirfarandi verkefni sem hafa verið á borði Höfuðborgarstofu færast beint yfir á nýtt svið menningar, íþróttar og tómstunda

Meningarkort Reykjavíkur

Aðgangskort að menningarstofnunum sviðsins og liggur því beinast við að það fari yfir á nýtt svið. Umsýsla snýr að rekstri kortsins og dagleg samskipti við aðgangsstaði, söluaðila, afsláttastaði og aðra samstarfsaðila. Einnig þarf að fylgja eftir pöntunum á kortunum og fylgjast með birgðastöðu staðanna.

Markaðssetning og gerð markaðsefnis væri unnin í samvinnu við nýja markaðsstofu.

Reykjavík City Card

Þrátt fyrir að aðgangskortið sé markaðssett fyrir erlenda ferðamenn er um að ræða aðgang að menningarstofnunum og sundlaugum borgarinnar ásamt því að gilda sem aðgangseyrir í strætó innan höfuðborgarsvæðisins og í Viðeyjarferjuna. Það liggur því beinast við að það fari yfir á nýtt svið. Umsýsla kortsins snýr að rekstri kortsins og dagleg samskipti við aðgangsstaði, söluaðila, afsláttastaði og aðra samstarfsaðila.



Einnig þarf að fylgja eftir pöntunum á kortunum og fylgjast með birgðastöðu staðanna.

Markaðssetning og gerð markaðsefnis væri unnin í samvinnu við nýja markaðsstofu.

Ferðapjónusta og markaðsmál

Tillögur hópsins um framtíðarfyrirkomulag verkefna sem áður voru staðsett á Höfuðborgarstofu verða dregnar saman hér. Það er gefin forsenda í vinnu hópsins að ný Markaðs- og áfangastaðstofa verði stofnsett og taki yfir verkefni sem snúa að því að kynna höfuðborgarsvæðið sem áfangastað gagnvart erlendum ferðamönnum.



- Tillaga 1: Málafni ferðapjónustunnar verði staðsett miðlægt í borgarkerfinu undir borgarritara. Þar verði yfirsýn yfir þjónustu borgarinnar við ferðapjónustu og utanumhald um samtál innan og utan borgarinnar um málefnið.
- Tillaga 2: Stofnuð verði sérstök markaðsstofa sem sinni markaðsmálum fyrir borgina í heild. Hópurinn leggur til tvo fýsilega kosti varðandi fyrirkomulag hennar og greinir tækifæri og áskoranir við hvorn kost.

Málafni ferðapjónustu

Lagt er til að málefni ferðapjónustunnar sem atvinnugreinar verði staðsett í miðlægri stjórnsýslu í Ráðhúsi. Helstu rök fyrir því eru að þar eru þegar önnur málefni atvinnulífsins og því mikil samlegð af því að þau séu skoðuð með samræmdum hætti. Á sama hátt má segja að væru málefni ferðapjónustunnar sett inn á fag- eða stoðsvið gætu þau fengið minni sess í ljósi þess að lítil samlegð væri þar með öðrum verkefnum.



Mögulegt fordæmi má finna í verkefnastjórn með málefnum miðborgar sem ganga þvert á borgina en skrifstofa borgarstjóra og borgarritara heldur utan um reglulega samráðsfundi með hagaðilum innan og utan borgarkerfis auk þess að stofna sérstaka spretthópa um afmörkuð verkefni. Málefni ferðapjónustunnar ganga með svipuðum hætti þvert á borgarkerfið og væri þarna því bæði sameiginlegur tengipunktur en ekki síður gátt inn í borgina fyrir utanaðkomandi og vettvangur til samráðs.

Mikilvægt er að í framhaldinu verði farið yfir hina ýmsu tengipunkta borgarinnar við ferðamál og að sérstök greining verði gerð á fjárveitingum borgarinnar til málefna ferðapjónustunnar í gegnum tíðina.

Markaðsstofa

Hér er lagt mat á tvær leiðir sem starfshópurinn hefur valið sem fýsilega kosti varðandi fyrirkomulag markaðsstofu hjá Reykjavíkurborg sem og áskoranir og tækifæri þeim tengdum.

Markaðsstofa á sameinuðu nýju sviði

Rökin fyrir því að staðsetja markaðsstofu á nýju sviði eru meðal annars þau að þar verða flestar stofnanir og starfseiningar Reykjavíkurborgar sem lúta kröfu um sjálfsaflafé. Markaðssetning einskorðast ekki við stakar auglýsingar eða herferðir og starfsemi sviðsins er markaðsdrifin í þeim skilningi að, auk tekjukröfu, eru öll verkefni unnin til að mæta þörfum íbúa og hagaðila, vitneskja um þau þarf að vera rík úti í samfélaginu og ímynd þeirra leikur stórt hlutverk í heildarímynd borgarinnar. Til að ná þessu fram þarf markaðsfólk að vera þátttakendur í vinnu inni á sviðinu. Því er ljóst að hvort sem miðlæg markaðsstofa verður stofnuð fyrir borgina eða ekki mun nýtt svið þurfa eigið markaðsteymi. Á Höfuðborgarstofu, sem tilheyrir hefur menningar- og ferðamálasviði, er jafnframt að finna það starfsfólk sem hefur mesta reynslu af markaðssetningu og árangursmælingum í markaðsstarfi hjá borginni og gæti hugsanlega fylgt málaflokknum. Með markvissri markaðssetningu má styrkja tekjuöflun og efla stofnanir sviðsins og þjónustu.



Tækifæri	Áskoranir
Hvati - getur orðið öflug markaðsstofa á sviði þar sem hvatinn er að hluta til tekjuöflun	Markaðskröfur á sviðinu - hætta er á að kröfur frá sviðinu verði það miklar að markaðsstofa staðsett innan þess fái ekki svigrúm til að sinna öðrum markaðsverkefnum hjá borginni til jafns
Efling á nýju sviði – aukin fagþekking í markaðsstarfi og stuðningur við tekjuöflun stofnana nýs sviðs	Forgangsröðun – markaðsverkefna sem stofan á að sinna getur orðið óljós og hætta á að annað starfsfólk sviðsins geti átt erfitt með að skilja hlutverk stofunnar í heildarmarkaðssetningu borgarinnar
Aukinn stuðningur við kynningarstarf - fyrir starfsfólk sem unnið hefur að kynningar- og markaðsmálum á stofnunum sameinaðs sviðs	Vanfjármögnun og undirmönnun - ef ekki er hlúð að uppbyggingu frá upphafi er hætta á að ný markaðsstofa geti ekki staðið undir væntingum um þjónustu
Hagkvæmni - ljóst er að nýtt svið mun þurfa að búa yfir markaðsteymi hvort sem miðlæg markaðsstofa verður stofnuð fyrir borgina eða ekki	Skortur á umboði – hætta er á að önnur svið reyni að halda markaðsmálum áfram hjá sér ef stofan hefur ekki skýrt umboð til að stýra markaðsmálum þvert á borgina
	Fyrirmynd – ekki er hefð fyrir því innan borgarkerfisins að miðlæg verkefni séu staðsett inni á fagsviði
	Togstreita – getur myndast ef sviðsstjóra nýs sviðs er ætlað að vera yfir miðlægum markaðsmálum sem hafa áhrif á ákvarðanatöku á öðrum sviðum

Miðlæg markaðsstofa

Rökin fyrir því að markaðsstofa fyrir borgina sé miðlæg eru margvísleg. Þar vegur þó þyngst skýrara umboð til stýra markaðsmálum þvert á svið og tækifæri til að þjónusta alla borgina í samræmi við þörf.

Tækifæri	Áskoranir
Skýrara umboð - og aukið svigrúm til að stýra markaðsmálum og þjónusta allt borgarkerfið á jafnan hátt. Miðlæg markaðsstofa hefði skýrara vald til að stýra og leiðbeina sviðum svo að það sé samhljómur á milli	Skortur á innsýn - sér í lagi gagnvart nýju sviði sem mun að líkindum þurfa að nýta þjónustu markaðsstofunnar mikið
	Vanfjármögnun og undirmönnun - ef ekki er hlúð að uppbyggingu frá upphafi er hætta á að ný markaðsstofa geti ekki staðið undir væntingum um þjónustu



Markvisst samtal - við yfirstjórn og aðra stjórnendur um markaðs- og ímyndarmál	Séreinkenni tapast - hætta á að efni verði almennt og séreinkenni sviða tapist
Skilvirkni - með einni miðlægrri skrifstofu sem sæi um að gera rammasamninga um auglýsingar og aðra aðkeypta markaðstengda þjónustu mætti spara útgjöld	

ÁÆTLAÐUR KOSTNAÐUR Í TENGLUM VIÐ TILLÖGURNAR

Tillaga 1 – málefni ferðaþjónustunnar

Fyrsta tillagan um staðsetningu ferðamála miðlægt gerir ráð fyrir því að eitt og hálf til tvö stöðugildi haldi utan um þau málefni. Kostnaður við hvert stöðugildi eru rúmlega 12 milljónir og má því ætla að árlegur kostnaður gæti numið 24 milljónum að viðbættum kostnaði við aðstöðu sem er áætlaður 500 þúsund krónur á hvert stöðugildi eða samtals 19 - 25 milljónir. Hér er ekki gert ráð fyrir verkefnafjármagni þar sem slíkt væri ákveðið á grunni hvers verkefnis fyrir sig en rétt að minna á að borgin er þegar með nokkra samstarfssamninga í rekstri sem myndu falla undir þetta hlutverk.

Tillaga 2 – markaðsstofa

Erfitt er að áætla hversu mörg stöðugildi þarf hjá markaðsstofu til að hún hafi styrk til að bæta umgjörð markaðsmála, hvoru tveggja hjá nýju sviði og hjá borginni í heild. Til þess þarf að ráðast í dýpri þarfagreiningu, markmiðasetningu og skipulagningu verkefna. Til viðmiðunar er þó hægt að líta til núverandi starfsemi Höfuðborgarstofu og aukins umfangs verkefna og ábyrgðar sem markaðsstofa tæki að sér. Sé það gert má áætla þörf fyrir sjö til níu stöðugildi í heild. Hluti þeirra er nú þegar til staðar hjá þeim sviðum sem stendur til að sameina og erfitt að áætla hversu mörg gætu talist vera viðbót. Í dæmi hér að neðan er gengið út frá að fjögur til fimm stöðugildi gætu verið til staðar en að þrjú til fjögur væru hugsuð sem viðbót til að taka við auknum verkefnum.

Kostnaður við fjögur til fimm stöðugildi er hér áætlaður 50 - 62 milljónir og er, eins og áður er nefnt, líklegt að hægt sé að manna þær stöður út frá núverandi starfsemi. Beinn kostnaður við aukin stöðugildi vegna aukinna verkefna væri á bilinu 37,5 - 50



milljónir en gera má ráð fyrir að tækifæri til sparnaðar skapist á móti með aukinni skilvirkni og heildaryfirsýn sem dregið getur úr þörf á aðkeyptri þjónustu.

NIÐURLAG

Starfshópur um flutning verkefna Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins hefur, í samræmi við erindisbréf, greint starfsemi og verkefni Höfuðborgarstofu og unnið tillögur að flutningi verkefna frá Höfuðborgarstofu til markaðs- og áfangastaðastofu sem og hvaða verkefni eiga að vera áfram hjá Reykjavíkurborg. Jafnframt hefur hópurinn lagt fram tillögur um fyrirkomulag ferða- og markaðsmála hjá borginni og kostnaðargreint þær eins og hægt er. Tillögur hópsins eru reifaðar í samantekt í skýrslu þessari en nánari útfærslu er að finna í heildartexta. Skýrslunni fylgja jafnframt viðaukar svo sem; samantekt á viðtölum sem tekin voru; samantekt á rekstrarkostnaði Höfuðborgarstofu s.l. tvö ár; samantekt á úrlausnarefni sem vert er að líta til; skýrslur unnar af Ingu Hlín Pálsdóttur ráðgjafa og KPMG ráðgjöf og vísað er til í vinnu hópsins, minnisblað stjórnar SSH auk erindisbréfs.



Samningur

Um stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins



Sveitarfélögin Garðabær (kt. 570169-6109), Hafnarfjörður (kt. 590169-7579), Mosfellsbær (kt. 470269-5969), Kópavogur (kt. 700169-3759) Reykjavíkurborg (kt. 530269-7609) og Seltjarnarnesbær (kt. 5602692429) ásamt Samtökum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu (SSH) (kt. 681077-0819) og Ferðamálasamtökum höfuðborgarsvæðisins (kt. 6312882789) gera með sér samning um eftirfarandi:

1. gr. **Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins**

Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins verður stofnuð á árinu 2023. Unnið hefur verið að verkefninu frá upphafi árs 2021 og skrifaði samstarfsvettvangur um áfangastaðinn höfuðborgarsvæðið í upphafi árs 2022 undir samstarfsamning en þar voru helstu verkefni:

- *Að vinna áfangastaðaáætlun, stefnumótun og framtíðarsýn fyrir áfangastaðinn og aðgerðaráætlun (til 3-5 ára).*
- *Að greina tölfærði og vinna markmið og mælikvarða fyrir áfangastaðinn.*
- *Að móta og byggja upp samstarfið.*
- *Að byggja upp samstarf við þátttakendur/fyrirtæki.*
- *Að undirbúa stofnun áfangastaða – og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið.*

Tilgangur og markmið eru enn þau sömu og dregin voru fram í samningi samstarfsvettvangsins:

- *Að efla vitund og þekkingu um áfangastaðinn og allt það sem svæðið hefur upp á að bjóða, jafnt fyrir ferðamenn og íbúa.*
- *Að þróa, móta og efla samstarf og samlegð um málefni ferðahjónustunnar á höfuðborgarsvæðinu milli sveitarfélaga, atvinnulífs og stjórnvalda.*
- *Að efla samkeppnishæfni og slagkraft áfangastaðarins í alþjóðlegri samkeppni.*
- *Að stuðla að sátt íbúa, atvinnulífs og sveitarfélaga um málefni ferðahjónustunnar.*
- *Að styrkja stoðir og uppbyggingu ferðahjónustunnar eftir COVID19.*

SSH ásamt verkefnastjóra verkefnis um áfangastaðinn höfuðborgarsvæðið, í samráði við ráðgjafahóp verkefnisins, undirbýr stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins til samræmis við ákvæði samnings þessa, þ.m.t. samþykktir (skipulagsskrá) og undirbúning stofnfundar.

Miðað skal við að stofnfundur skuli haldinn eigi síðar en 15. mars 2023. Í áætlunum um starfsemina er gert ráð fyrir að einn starfsmaður, þá væntanlega framkvæmdastjóri, verði ráðinn strax við stofnun stofnunar og að um mitt ár 2023 verði ráðnir tveir starfsmenn til viðbótar og formleg starfsemi hafin. Framtíðaráætlanir gera þá ráð fyrir að Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins verði komin í fulla starfsemi á árinu 2024 en þá verði tveir starfsmenn til viðbótar ráðnir til starfa.

2. gr. **Rekstrar- og stjórnarfyrikomulag**

Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins skal vera rekin sem sjálfseignarstofnun á grundvelli laga nr. 33/1999 um sjálfseignarstofnanir sem stunda atvinnurekstur. Stofnendur skulu vera SSH, fyrir hönd sveitarfélaganna, og Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins. Stofnendur greiða stofnfé, sbr. 1. mgr. 10. gr. laga nr. 33/1999, og skiptist það svo að SSH leggja til 1.000.000 kr. og Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins 500.000 kr.

Stjórn sjálfseignarstofnunarinnar skal skipuð sjö einstaklingum og þremur til vara. Skulu fjórir stjórnarmanna, auk tveggja til vara, tilnefndir af SSH. Reykjavík, Kópavogur og Hafnarfjörður eru með fast sæti í stjórninni. Garðabær, Mosfellsbær og Seltjarnarnesbær skipta með sér fjórða sætinu og varamannasætum. Skal einn þeirra stjórnarmanna sem sveitarfélögin tilnefna gegna formennsku í stjórn. Þrír stjórnarmenn, auk eins varamanns, skulu vera tilnefndir af Ferðamálasamtökum höfuðborgarsvæðisins og skal einn þeirra vera varaformaður.

Þá er gert ráð fyrir fulltrúaráði (stefnuráði), sbr. 1. mgr. 22. gr. laga nr. 33/1999. Skal nánar kveðið á um hlutverk þess í samþykktum en gert er ráð fyrir að það sé m.a. tengiliður milli stofnenda og stjórnar eftir því sem við á, fylgist með rekstri stofnunarinnar og hafi eftirlit með því hvernig stjórn og framkvæmdastjóri ráða málum hennar, þar með töldum fjármálum. Er gert ráð fyrir að 12 einstaklingar skipi fulltrúaráð og skulu 6 þeirra skipaðir af SSH en 6 af Ferðamálasamtökum höfuðborgarsvæðisins.

3. gr. Fjármögnun

Miðað við ofangreindar forsendur, þ.e. að starfsemi áfangastaðastofu verði byggð upp á árinu 2023 og að fullri starfsemi verði komið á árinu 2024, er gert ráð fyrir að heildarkostnaður sem skiptist milli sveitarfélaganna á árinu 2023 nemi 39.590.000 kr., og er þar miðað við tiltekið hlutfall, eða 37%, af kostnaði við fulla starfsemi samkvæmt fyrirbyggjandi rekstrargreiningu KPMG. Kostnaðarskipting sveitarfélaganna byggir á hlutfalli af íbúafjölda, sbr. neðangreinda töflu:

Kostnaður sveitarfélaga árið 2023	Hlutfall íbúa	Upphæð
Reykjavík	56,33	22.301.047
Kópavogur	16,29	6.449.211
Hafnarfjörður	12,35	4.889.365
Garðabær	7,66	3.032.594
Mosfellsbær	5,41	2.141.819
Seltjarnarnes	1,96	775.964
	100	39.590.000

Framlag sveitarfélaganna samkvæmt framansögðu skal greitt í tvennu lagi, þ.e. 50% skal greitt eigi síðar en 1. febrúar 2023 og 50% eigi síðar en 1. júlí 2023.

Reykjavík, XX.XXXX. 2022,

F.h. Garðabæjar,

Almar Guðmundsson, bæjarstjóri

F.h. Hafnarfjarðarbæjar,

Rósa Guðbjartsdóttir, bæjarstjóri

F.h. Kópavogsbæjar,

Ásdís Kristjánsdóttir, bæjarstjóri

F.h. Mosfellsbæjar

Regína Ásvaldsdóttir, bæjarstjóri

F.h. Reykjavíkurborgar,

Dagur B. Eggertsson, borgarstjóri

F.h. Seltjarnarnesbæjar,

Þór Sigurgeirsson, bæjarstjóri

F.h. Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu

Páll Björgvin Guðmundsson, framkvæmdastjóri

F.h. Ferðamálasamtaka höfuðborgarsvæðisins,

Þórir Garðarsson, stjórnarformaður



Borgarráð Reykjavíkur
Dagur B. Eggertsson
Ráðhús Reykjavíkur
Tjarnargata 11
101 Reykjavík

Kópavogur, 14. desember 2022
Málsnr. 2209012/PBG/HH

Efni: Stofnun áfangastaðastofu

Á 548. fundi stjórnar SSH sem fór fram 12. desember sl. var ofangreint til dagskrár og eftirfarandi niðurstaða bókuð í fundargerð vegna þess:

Stjórn samþykkir fyrir sitt leyti að Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins verði sett á fót, til samræmis við fyrirliggjandi gögn og það sem fram kemur í fyrirliggjandi minnisblaði framkvæmdastjóra SSH frá 6. desember 2022. Á grundvelli þess er skrifstofu SSH falið að senda fyrirliggjandi samningsdrög, ásamt fylgigögnum, til umræðu, afgreiðslu og staðfestingar á vettvangi aðildarsveitarfélaga ásamt ósk um að framkvæmdastjórum þeirra verði falið fullt og ótakmarkað umboð til undirritunar samningsins.

Á grundvelli framangreinds eru meðfylgjandi drög að samningi Garðabæjar, Hafnarfjarðar, Kópavogs, Mosfellsbæjar, Reykjavíkur, Seltjarnarnesbæjar, SSH og Ferðamálasamtaka höfuðborgarsvæðisins um stofnun áfangastaðastofu. Með samningnum er skrifstofu SSH, ásamt verkefnastjóra verkefnis um áfangastaðinn höfuðborgarsvæðið falið að undirbúa stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins sem verði rekin sem sjálfseignarstofnun á grundvelli laga nr. 33/1999. Stjórn stofnunarinnar verði skipuð sjö einstaklingum, þar af skulu fjórir þeirra tilnefndir af SSH. Þá er í samningsdrögunum kveðið á um hvert framlag sveitarfélaganna vegna reksturs stofnunar á árinu 2023 muni verða.

Jafnframt er meðfylgjandi minnisblað undirritaðs, dags. 6. desember 2022, þar sem er að finna nánari skýringar á einstökum þáttum samningsins og þess fyrirkomulags sem lagt er til.

Óskað er eftir því að ofangreint verði tekið til efnislegrar umræðu, afgreiðslu og staðfestingar á vettvangi sveitarfélagsins. Jafnframt er farið fram á ótakmarkað umboð framkvæmdastjóra þess til undirritunar samnings um stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins.

Er þess óskað að upplýsingar um afgreiðslu sveitarfélaganna samkvæmt framangreindu berist á netfangið ssh@ssh.is. Sé frekari kynningar óskað skulu beiðnir þess efnis jafnframt sendar á netfangið ssh@ssh.is.

Virðingarfyllt,
fyrir hönd SSH


Páll Björgvin Guðmundsson,
framkvæmdastjóri SSH

Meðfylgjandi:

Drög að samningi um stofnun Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins
Minnisblað Páls Björgvins Guðmundssonar dags. 6. desember 2022
Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins – rekstrargreining KPMG
Uppfærð rekstraráætlun fyrir árið 2023.
Innleiðingaráætlun vegna stofnunar áfangastaðastofu

Minnisblað

Til: Borgarstjóra, Dags B. Eggertssonar

Frá: Sviðsstjóra menningar- og íþróttamála Reykjavíkurborgar

Efni: Markaðs- og viðburðarmál. Á þeim að vera stýrt af nýju menningar- og íþróttasviði?

22. janúar 2023

Í samþykkt borgarráðs frá 21. júlí 2022 kemur fram að meginmarkmiðið með sameiningu MOF og ÍTR er að styrkja málaflokka menningar, íþróttar og skipulagðra tómstunda af fjölbreyttu tagi með því að nýta samlegð í innviðum og miðlægri stjórnarsýslu ásamt því að kortleggja sameiginleg sóknarfæri til framtíðar.

Flest verkefni markaðs- og viðburðamála koma úr kjarna hins nýja sviðs menningar- og íþróttar. Hingað til aðallega frá menningarmálum.

Í menningarstefnu Reykjavíkurborgar sem gefin var út 2021 og gildir til 2030 er talað um hátíðir og viðburði sem mikilvægan hluta af menningu í Reykjavík og eru sprotnar upp úr þeim jarðvegi.

Þar eru nefndar (bls 9);

Hátíðir Reykjavíkurborgar

17. júní

Vetrarhátíð

Menningarnótt

Barnamenningarhátíð

Tendrun friðarsúlunnar

Aðventan í Reykjavíkurborg

Listahátíð

Borgarhátíðir

Hinsegin dagar

Iceland Airwaves

RIFF – Reykjavík International Film Festival

Hönnunarmars

Reykjavík Dance Festival

Myrkir músikdagar

Samstarfshátíðir

Sequences myndlistarhátíð

Bókmenntahátíð

UNGI og EGGIÐ – Alþjóðleg sviðslistahátíð ASSITEJ

Tónleikaröð Jazzklúbbsins Múlans í Hörpu

List án landamæra

Jasshátíð

Óperudagar í Reykjavíkurborg

Mikilvægi viðburða- og markaðsmála á menningar- og íþróttasviði koma skýrt fram í menningarstefnu Reykjavíkurborgar. Þar er m.a. komið inn á mikilvægt hlutverk Menningar-, íþrótt- og tómstundaráðs og sviðsstjóra sviðsins í innleiðingu stefnunnar og öllum þeim þáttum sem nefndir eru í stefnunni.

Þar segir m.a.

„Innleiðing stefnu

Kostnaðarmat, ábyrgð og árangursmælikvarðar

Menningar-, íþrótt- og tómstundaráð gerir tillögu til borgarráðs um menningarstefnu Reykjavíkurborgar. Sviðsstjóri ber ábyrgð á framkvæmd hennar.“ (bls 25)

Hér eru dregnir fram nokkrir hlutar úr menningarstefnu Reykjavíkurborgar sem tengjast markaðs- og viðburðamálum.

Úr menningarstefnu Reykjavíkur;

„Menningarstefna Reykjavíkurborgar

Menning og listir hafa fjölmarga snertifleti við ólíka geira samfélagsins. Það eru því hin ýmsu svið borgarinnar sem kom að verkefnum á sviði lista og menningar, en lang flest eru verkefnin þó á sviði menningar- og ferðamála.“ (bls. 10)

„Hugtakanotkun

Í menningarstefnu Reykjavíkurborgar eru hugtökin menning og listir notuð í víðu samhengi og vísa til þeirra málefna sviða sem tilheyra menningarhluta menningar- og ferðamálasviðs Reykjavíkurborgar. Undir sviðið falla málefni menningararfs, listgreina, hönnunar og arkitektúrs sem og viðburða.“ (bls. 10)

„Menningar- og ferðamálasvið er leiðandi á sviði viðburðarhalds í borginni. Sviðið undirbýr, skipuleggur og framkvæmir lykilviðburði Reykjavíkurborgar í samstarfi við fjölbreyttan hóp hagaðila.“ (bls. 14)

„Upplýsingar um tækifæri og stuðning í menningu og listum eru aðgengilegar öllum. Viðburðir og annað framboð í menningar og listalífi borgarinnar er sýnilegt á miðlum sem ná til fjölbreytts hóps.“ (bls. 15)

„Reykjavíkurborg er borg lista og laðar að sér listafólk og notendur lista og menningar frá öllum heimshornum.“ (bls. 19)

„Áhersla er lögð á að efla samstarf innanlands og á alþjóðavettvangi í listum. Stofnanir, viðburðir og verkefni borgarinnar í listum leggja rækt við alþjóðlegt samstarf.“ (bls. 19)

„Borgin styður við sjálfstæð verkefni sem efla alþjóðlegt samstarf listastarfsemi í Reykjavík.“ (bls. 19)

„Menning og listir eru sýnilegar og aðgengilegar í öllum hverfum borgarinnar.“ (bls. 22)

„Hlúð er að uppbyggingu og dreifingu menningar- og lista í hverfum borgarinnar. Reykjavíkurborg stuðlar að skapandi hugsun með því að skapa rými fyrir hið óvænta og ótamda í þéttbýli.“ (bls. 22)

„Við uppbyggingu grænna svæða, almenningsgarða og útivistarsvæða er ávallt gert ráð fyrir rými ætlað menning og listum. Auðvelt aðgengi að aðstöðu og upplýsingum um hvernig má nýta hana er tryggð.“ (bls. 23)

Viðburðarteymi var til margra ára hluti af Höfuðborgarstofu sem hefur frá upphafi verið hluti af menningar- og ferðamálasviði. Viðburðadeild var skilin frá Höfuðborgarstofu árið 2018 og færð beint undir sviðsstjóra m.a. til að styrkja betur markvisst samstarf við borgarhátíðir og helstu samstarfsaðila. Viðburðarteymið og Höfuðborgarstofa eru mjög mikilvægir samstarfsaðilar og hafa byggt upp jákvæða ímynd Reykjavíkurborgar í menningar-, ferða- og markaðsmálum.

Höfuðborgarstofa og viðburðarteymið hafa ætíð sinnt öðrum sviðum í viðburðar- og markaðsmálum eftir því sem við á og gert það vel þrátt fyrir að vera hluti af fagsviði. Það munu þau gera áfram.

Í samstarfssamningi Reykjavíkurborgar og Íþróttabandalags Reykjavíkur (ÍBR) kemur fram að ÍBR skuli hafa samstarf við fv. menningar- og ferðamálasvið Reykjavíkurborgar (MOF) til að kynna og markaðssetja viðburði sem ætla má að höfði til erlendra ferðamanna. Frekara samstarf um móttöku erlendra fjölmiðla er svo samkvæmt nánara samkomulagi milli ÍBR, fv. ÍTR og fv. MOF á hverjum tíma. Hér er átt við viðburði eins og Reykjavíkumaraþon, Reykjavíkurleika, Norðurljósahlaup og Miðnæturhlaup.

Markaðs- og viðburðarmál eru mjög mikilvægur þáttur í rekstri menningar- og íþróttasviðs og eru á margan hátt límið á hinu nýja sviði og stór hluti af því að sameining sviðsins getur orðið farsæl. Þau eru einnig mjög mikilvægur hlekkur í að tryggja sértekjur sviðsins en fá fagsvið Reykjavíkurborgar eru eins háð sértekjum og menningar- og íþróttasvið.

Miklar væntingar voru byggðar upp við sameiningu MOF og ÍTR m.a. vegna mikilvægs hlutverks Höfuðborgarstofu og viðburðarteymis á hinu nýja sviði. Markaðs- og viðburðarteymið gegna mikilvægu hlutverki í sameiningunni og væntingar til þeirra innan sviðsins m.a. frá starfsfólki ÍTR og utan sviðsins frá starfsfólki sumra annarra fagsviða eru miklar.

Með markaðs- og viðburðarteymi á nýju sviði menningar – og íþróttá aukast tækifæri að skapa nýja menningar- og íþróttaviðburði og þróa þá í nánú samstarfi við grasrótina sem og hagaðila innan og utan borgar. Má þar t.d. nefna rafíþróttir, vetraríþróttir, menningarviðburði í íþróttamannvirkjum borgarinnar og íþróttaviðburði í menningarmannvirkjum borgarinnar. Undirritaður lagði m.a. áherslu á þessa þætti í viðtölum við hæfisnefnd vegna ráðningar í starf sviðsstjóra hins nýja sviðs.

Markaðs- og viðburðarteymið munu efla verulega hið nýja svið menningar- og íþróttá og auka líkurnar á að sameining MOF og ÍTR gangi vel. Verði markaðs- og viðburðarteymi hluti af miðlægrri stjórnsýslu flytjast einungis 5 af 16 starfsmönnum MOF yfir á hið nýja menningar- og íþróttasvið.

Erfitt er að sjá hvernig meginmarkmiðið, sem nefnt er í bókun borgarráðs, með sameiningu MOF og ÍTR um að styrkja málaflokka menningar, íþróttar og skipulagðra tómsunda af fjölbreyttu tagi með því að nýta samlegð í innviðum og miðlægri stjórnsýslu geti þá gengið eftir. Sameiningin gæti litið út sem yfirtaka ÍTR á MOF.

Markaðs- og viðburðarteymi verður hluti af stærra sviði þar sem verkefni þeirra eru sýnileg og njóta þjónustu miðlægra deilda sviðsins eins og mannauðs-, fjár- og þróunarmála. Þau eru jafnframt áfram hluti af MÍT-ráðinu og hafa þannig skýran pólitískan vettvang fyrir þau verkefni sem þau sinna og koma m.a. fram í menningarstefnu Reykjavíkurborgar.

Heppilegra hefði verið að nefna strax í upphafi ákvörðunar um sameiningu MOF og ÍTR hugmyndina um að viðburðarteymið verði hluti af öðru sviði. Starfshópur um sameiningu sviðanna hefði þá getað tekið tillit til þess strax frá upphafi og allir verið upplýstir um hugmyndina. Markaðs- og viðburðarmál hafa frá upphafi verði hluti af þeim verkefnum sem reiknað var með að hið nýja svið tæki við. Vitað var að málefni ferðamála yrðu ekki hluti af sameiningu sviðanna vegna tilkomu Áfangastaðastofu.

Hugmynd og tillaga sviðsstjóra menningar- og íþróttasviðs og þess sem skrifar þetta minnisblað er að sameina markaðs- og viðburðarmál í eitt teymi á menningar- og íþróttasviði undir stjórn Línu Petru Þórarinsdóttur núverandi forstöðumanns Höfuðborgarstofu.

Minnisblað janúar 2023

Miðlægt - á skrifstofu borgarstjóra og borgarritara

Viðburðateymi

Mörg tækifæri eru falin í því að flytja viðburðateymi sem áður var innan menningar- og ferðamálasviðs í miðlæga stjórnsýslu, á skrifstofu borgarstjóra og borgarritara (SBB).

Meðal annars eru tækifæri til að:

- Auka og bæta kynningu- og markaðssetningu á viðburðum
- Tengja við mörkun borgarinnar
- Auka og samræma samstarf við hagaðila innan og utan borgar
- Móta heilðræna stefnu fyrir viðburðahald, móttökur og rekstur móttökuluta Ráðhúss Reykjavíkur og Höfða.

Í samstarfssáttmála meirihlutans í borgarstjórn kemur fram það markmið að „hafa viðburði og hátíðir allt árið um kring þannig að Reykvíkingar hafi alltaf eitthvað til að hlakka til.“ Þeim markmiðum verður helst náð með því að auka sýnileika þeirra viðburða sem borgin stendur fyrir og styrkir, og með framþróun og skýrri stefnumörkun fyrir viðburðarhald í borginni.

Reykjavíkurborg er hátíðaborg

Viðburðateymið ber ábyrgð á skipulagningu og framkvæmd viðburða sem setja sterkan svip á borgarlífið í Reykjavík. Náð samstarf hefur verið við samskiptateymi SBB um kynningarmál og fjölmiðlatengsl fyrir allar stórhátíðir og viðburði s.s. Menningarnótt, 17. júní, sumar- og jólaborgina og Vetrarhátíð. Höfuðborgarstofa hefur einnig komið að kynningarmálum, en þá með sérstaka áherslu á efni sem höfðar til erlendra ferðamanna. Einnig hefur samskiptastjóri unnið náið með viðburðateymi að lausnum og hönnun í vefmálum en sú vinna er enn í fullum gangi.

Viðburðateymið er tengiliður borgarinnar við Borgarhátíðir sem njóta fjárhagslegs stuðnings frá borginni. Gott væri að taka til skoðunar þessa samninga með tilliti til samræmingar á stuðningi við markaðssetningu og fleira.

Þetta tengist vinnu við vefmál, aukinni samræmingu á efnisgerð og stjórnun samfélagsmiðla sem er ábyrgð samskiptastjóra, en einnig heildrænni stefnumörkun á viðburðahaldi í borginni sem komið verður að síðar.

Hluti af þeirri sýn að Reykvíkingar hafi alltaf eitthvað til að hlakka til varðandi viðburði er að auka sýnileika þeirra viðburða sem borgin er þegar að halda og eða styðja með einhverjum hætti. Það er best gert með aukinni samvinnu við þá sem helst sinna samskipta- og markaðsmálum hjá Reykjavíkurborg.

Pó að viðburðateymi geti að sjálfssögðu unnið náið með samskiptateymi þrátt fyrir að vera staðsett á fagsviði er alltaf hættu á að verkefni sviðsins verði sett í forgang og þannig verði minni áhersla á heildræna sýn og þjónustu þvert á starfsemi borgarinnar. Með miðlægri staðsetningu verður þjónustuhlutverk þess skýrara gagnvart bæði ytri samstarfsaðilum og öðru starfsfólki borgarinnar. Staðsetning teymisins í Ráðhúsi Reykjavíkur er ekki bara til þæginda fyrir skipulagningu viðburða sem margir hverjir hafa mikla tengingu við miðborgina, heldur einnig gagnvart mikilvægu samstarfi við skrifstofu borgarstjóra og borgarritara, skrifstofu borgarstjórnar og viðburðahald í húsinu sjálfu.

Samræmd ásýnd

Viðburðahald og hvernig staðið er að því er beintengt ímynd borgarinnar út á við og þannig eru skýr tengsl við þá vinnu sem þegar er hafin hjá samskiptateymi SBB að samþætta og samhæfa mörkun. Markmið þeirrar vinnu er að auka sýnileika á fjölbreyttri þjónustu Reykjavíkurborgar.

Skerpa þarf á tengingu við vörumerkið Reykjavík í öllu viðburðahaldi og einnig þarf að skoða hvernig sýnileika borgin hefur á viðburðum sem hún veitir fjárhagslegan stuðning.

Samstarf við hagaðila

Það er skýr samlegð með verkefnum viðburðarteymis og verkefnum tengdum opinberum móttökum og viðburðum á vegum skrifstofu borgarstjóra og borgarritara.

Borgarstjóri, og eftir atvikum aðrir kjörnir fulltrúar, hafa miklu hlutverki að gegna í viðburðahaldi og móttökum. Viðburðateymi vinnur náið með SBB þegar kemur að því að skipuleggja aðkomu borgarstjóra að hátíðahaldi, ræðuskrifum og móttöku gesta.

Viðburðateymi er í töluverðum samskiptum við hagaðila sem einnig tengjast SBB með einum eða öðrum hætti, og þá er gott að samtal sé samhæft. Hér má nefna fyrirtæki og þjónustu í miðborginni en miðborgarmál falla undir atvinnu- og borgarþróunarteymi SBB og vinnur viðburðarteymið náið með þeim að uppbyggingu og stuðningi við starfsemi og mannlíf í miðborginni. Önnur dæmi

eru heiðursgestir borgarstjóra á Menningarnótt og Yoko Ono og samstarfsfólk hennar í tengslum við tendrun Friðarsúlunnar. Mikilvægt er að tryggja samræmingu í samskiptum á öllum stigum.

Viðburðateymið hefur einnig leikið stórt hlutverk í sérstökum samstarfsverkefnum svo sem evrópsku kvikmyndaverðlaunum sem haldin voru í Hörpu í desember 2022 í samstarfi Reykjavíkurborgar og menningar- og viðskiptaráðuneytisins. Stór verkefni af því tagi hafa ótvíræða tengingu við ímynd borgarinnar ekki bara á Íslandi heldur á alþjóðavísu. Annað alþjóðlegt samstarfsverkefni sem viðburðateymið tekur þátt í með skóla- og frístundasviði er Big Bang hátíðin. Miðlæg staðsetning teymisins eykur möguleika á að koma að samstarfsverkefnum sem þessum. Stór verkefni af þessu tagi eru unnin með aðkomu starfsfólks af mörgum sviðum og auðveldar það samræmingu ef viðburðateymi er hluti af miðlægri stjórnsýslu.

Heildræn sýn

Það er tímabært að höfuðborgin Reykjavík marki sér heildræna stefnu varðandi viðburðahald með tilliti til umhverfis- og samfélagslegra þátta. Þar kemur að tenging við Græna Planið og áherslur í mannréttindamálum, sér í lagi sem snúa að fjölmenningsamfélaginu og aðgengismálum.

Þar þarf að huga að málum eins og:

- **Veitingum** - huga að umhverfismálum og lýðheilsu hvað varðar mat og drykk sem boðið er uppá, en einnig hvaða kröfur eru gerðar til samstarfsaðila, hvernig er hugað að aðföngum og annað slíkt.
- **Umhverfismálum almennt** - hvort eigi að móta stefnu um græna viðburði og þá með hvaða hætti.
- **Samfélagslegum þáttum** - á hvaða tungumálum kynningarefni er gefið út, hvernig staðið er að kynningum svo það nái til sem flestra hópa samfélagsins, hvað það þýðir að vera leiðandi í góðum aðgengismálum, streymi viðburða og fleira.
- **Hvers virði er þjónusta borgarinnar?** - hvernig verðmetur Reykjavíkurborg stuðning við samstarfsaðila varðandi viðburðahald? Ef þjónusta eins og notkun á borgarlandinu, aðstoð hverfismiðstöðva við uppsetningu viðburða, aðstoð við markaðssetningu og annað er verðmetið eins og um útselda þjónustu er að ræða auðveldar það skilgreiningu í samstarfssamningum og tryggir jafnræði og gagnsæi.

Með miðlægri staðsetningu viðburðateymisins yrði starfsfólk þess virkir þátttakendur í stefnumörkun fyrir borgina í heild, og eftirfylgni á þessu sviði. Mögulega mætti sjá fyrir sér nánara samstarf viðburðateymis við annað

starfsfólk SBB sem hefur viðburðahald og opinberar móttökur á sínu verkswiði og myndi það einungis auka samhæfingu.

Með því að tengja betur saman viðburðateymi og annað opinbert viðburðahald á vegum borgarinnar væri hægt að samræma og bæta áferð og útlit viðburða - fyrir utan það sem áður er nefnt. Þar er átt við boðskort, prentuð og rafræn, skráningu á gestalistum, matseðla og nafnspjöld, merkingar á veitingum fyrir gesti, mörkun á viðburðum og fleira.

Hús fólksins

Mikilvægur hlutur af ásýnd og ímynd Reykjavíkurborgar er hvernig tekið er á móti fólki, hvort sem er í Ráðhúsi Reykjavíkur, Höfða, í opinberum móttökum eða á stórviðburðum og hátíðum.

Viðburðateymi er þegar í viðburðarstjórn Ráðhússins en hugsa má að hlutverk stjórnarinnar gæti verið útvíkkað og myndi þá einnig taka til rekstursins á Höfða. Ef mótuð yrði heildræn stefna um viðburðahald hefði það að sjálfssögðu áhrif á starf viðburðarstjórnar en mikilvægt er að viðburðateymi haldi áfram að vera með þátttöku þar.

Hvernig móttaka gesta er háttað í þessum húsum fólksins - Ráðhúsinu og Höfða ætti að vera samræmd og í anda stefnu borgarinnar um viðburðahald og þannig tengist þetta starf allt saman.

Markaðsstofa

Sameiginleg sýn starfshóps sem vann seint á síðasta ári að greiningu á verkefnum Höfuðborgarstofu eftir stofnun Áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið var að nauðsynlegt væri að stofna miðlæga markaðsstofu fyrir Reykjavíkurborg. Í dag er engin miðstýring eða samþætting á markaðsmálum fyrir borgina. Hér verða færð rök fyrir því að miðlæg markaðsstofa verði staðsett í miðlægri stjórnsýslu, á skrifstofu borgarstjóra og borgarritara (SBB).

Samleið samskipta- og markaðsmála

Alþekkt er að samskipta- og markaðsmál eru nátengd, og skipulag á flestum stofnunum og fyrirtækjum er að þessi mál falla undir sömu einingu. Ein af ástæðunum fyrir því er að skilin eru oft óljós á milli þess hvað fellur undir samskipti og hvað undir markaðsmál. Hins vegar er alveg ljóst að sérfræðingar á báðum sviðum verða að ganga í takt öllum stundum.

Til þess að samhæfing og samþætting á ytri og innri ásýnd borgarinnar og aukin krafa um sýnileika þjónustu gangi eftir er nauðsynlegt að unnið sé eftir sömu sýn að samskipta og markaðsmálum. Allt markaðsefni þarf þannig að vera í samræmi við áherslur borgarinnar í upplýsingamálum. Einnig er hægt að hámarka árangur af markaðsstarfi með því að tengja við önnur verkefni sem falla undir samskipta- og upplýsingamál.

Hagræðing

Miðlæg stjórnun markaðsmála ætti, ef vel er staðið að málum, að auka hagræðingu þvert á borgina hvað varðar birtingar á auglýsingum og gerð auglýsinga- og markaðsefnis. Með því að kaup á þjónustu og birtingum fari í gegnum eina einingu væri komið í veg fyrir að unnin væru svipuð eða sömu verkefni á mörgum stöðum og að sama þjónusta væri útkeypt á nokkrum stöðum. Þá má sjá fyrir sér að samið yrði á hagkvæman hátt um birtingar.

Í dag er staðan sú að unnið er að markaðsmálum af mismikilli þekkingu út á sviðum og lítil samþætting er á birtingum eða efnistöfum. Með stofnun miðlægrar markaðsstofu yrði þessum málum komið í skýrari farveg og þar með aukið til muna skilvirkni þess starfs sem unnið er.

Það stendur til að auka til muna afkastagetu samskiptateymis í framleiðslu á efni, bæði myndböndum og öðru efni til miðlunar á samfélagsmiðlum og vef. Staðsetning miðlægrar markaðsstofu á sömu skrifstofu auðveldar allt samstarf og myndi leiða til hagræðingar með því að samræma þá efnisgerð við áherslur í markaðsmálum.

Skýrt umboð

Miðlæg markaðsstofa myndi þjónusta öll svið borgarinnar með ráðgjöf og stýringu á gerð markaðsefnis, auk samhæfingar á birtingum. Það væri einnig í hlutverki stofunnar að fylgja eftir nýjum leiðbeiningum um mörkun. Með staðsetningu innan miðlægrar stjórnsýslu yrði umboð stofunnar skýrt bæði innan borgar og utan. Eins og með viðburðateymi yrði alltaf hætta á að verkefni fagsviðsins yrðu sett í forgang ef markaðsstofan væri staðsett þar. Ef umboð er ekki skýrt er einnig hætta á að önnur svið halda stjórn markaðsmála áfram hjá sér.

Eftir sem áður yrði starfsfólk á fagsviðum með hlutverk tengiliða við miðlæga markaðsstofu. Hlutverk og umsvif starfsemi færi eftir sviðum og verkefnum þeirra. Til dæmis má ætla að á nýju sameinuðu sviði þar sem er krafa um tekjur af starfsemi, væri teymi starfsfólks sem hefði aðkomu að markaðsmálum í samstarfi við miðlæga stofu. Þannig yrði tryggt að áfram yrði tekið tillit til sérstakra aðstæðna og sérþarfa hvers sviðs fyrir sig þannig að markaðsefni verði ekki einsleitt eða að einhverju leyti úr takt við málaflokk.



Samtök sveitarfélaga á
höfuðborgarsvæðinu

Borgarráð Reykjavíkur
Dagur B. Eggertsson
Ráðhús Reykjavíkur
Tjarnargata 11
101 Reykjavík

Kópavogur, 7. september 2022.

Málsnr. 2208014

PBG/BHR

Efni: Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins

Á 543. fundi stjórnar SSH, hinn 5. september 2022, var ofangreint til umræðu og eftirfarandi bókað í fundargerð:

2208014 - Rekstrargreining Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins

Fyrir liggur rekstrargreining KPMG á Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins. Sævar Kristinsson verkefnastjóri hjá KPMG kynnir niðurstöður hennar. Þá er fyrirbyggjandi minnisblað Björns H. Reynissonar verkefnastjóra um næstu skref málsins. Umræður um forsögu málsins og áframhald þessa verkefnis.

Niðurstaða:

Stjórn samþykkir að fela verkefnastjóra Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins að senda sveitarfélögunum ofangreinda rekstrargreiningu og fylgja henni eftir með sérstakri kynningu.

Á grundvelli ofangreinds er þess óskað að Birni H. Reynissyni verkefnastjóra áfangastaðarins höfuðborgarsvæðisins verði boðið að halda kynningu á vettvangi sveitarfélagsins við fyrsta tækifæri. Hægt er hafa samband við Björn í tölvupósti bjorn@ssh.is eða síma 8630001.

Virðingarfyllt,
Fyrir hönd SSH



Páll Björgvin Guðmundsson framkvæmdastjóri

Meðfylgjandi:

1. Minnisblað Björns H. Reynissonar dags. 1. september 2022.
2. Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins. Rekstrargreining KPMG. Ágúst 2022.
3. Kynning stefnuráðs 2 fundur. 31. Ágúst. 2022



MINNISBLAÐ

TIL: PÁLS BJÖRGVINS GUÐMUNDSSONAR FRAMKVÆMDASTJÓRA SSH
FRÁ: BIRNI H. REYNISSYNI VERKEFNASTJÓRA
EFNI: STOFNUN ÁFANGASTAÐASTOFU
DAGS: 1. SEPTEMBER 2022

Á 2. fundi Stefnumótis áfangastaðarinnar höfuðborgarsvæðisins 31. ágúst síðastliðinn var farið yfir stöðu verkefnisins og rekstrargreining KPMG á Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins kynnt þar sem m.a. kemur fram umfang og kostnaðargreining hagaðila stofunnar sem eru stjórnvöld, sveitarfélög og fyrirtæki.

Forsaga verkefnisins hófst í febrúar 2021 þegar stjórn SSH samþykkti að mótun markaðs- og áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið yrði áhersluverkefni í sóknaráætlun höfuðborgarsvæðisins. Í júní 2021 var ráðgjafahópur stofnaður í kringum verkefnið þar sem aðilar sátu frá sveitarfélögum, atvinnulífinu og samtökum verslunar og þjónustu. Tilgangur verkefnisins var að móta samstarf og skipulag um **markaðs- og áfangastaðastofu** fyrir höfuðborgarsvæðið með þátttöku stjórnvalda, sveitarfélaga, atvinnulífisins og annarra hagaðila. Í janúar 2022 var síðan ráðinn verkefnastjóri til eins árs til að vinna að áfangastaðaáætlun um stefnumótun og framtíðarsýn fyrir áfangastaðinn auk aðgerðaráætlunar til þriggja ára. Auk þess var honum falið að **undirbúa stofnun markaðs- og áfangastaðastofu** fyrir höfuðborgarsvæðið.

Hefur þetta verkefni í raun verið í mótun síðan 2018 þegar reynt var að gera áfangastaðaáætlun fyrir höfuðborgarsvæðið sem ekki var klárað.

Taka skal fram að höfuðborgarsvæðið er eina svæðið á Íslandi sem ekki er með áfangastaðastofu, sem þýðir að höfuðborgarsvæðið hefur ekki aðgang að því fjármagni sem aðrar áfangastaðastofur fá frá stjórnvöldum fyrir málaflökkinn.

Í kostnaðargreiningunni KPMG er lagt til að áfangastaðastofa verði rekin sem sjálfseignarstofnun. Áætlað er að heildarframlag sveitarfélagana á höfuðborgarsvæðinu verði **107 milljónir** á fyrsta ári stofunnar. Framlag stjórnvalda hefur verið 22 milljónir í gegnum Ferðamálastofu. Áætlað er að framlag fyrirtækja á fyrsta ári yrði 14,9 milljónir. Heildarkostnaður stofunnar á fyrsta ári yrði því 144 milljónir.



Af hverju áfangastaðastofa?

Á undanförunum tveimur árum hefur verið farið í miklar greiningar og samtal um hvernig væri best að tryggja samkeppnishæfni áfangastaðarins höfuðborgarsvæðið. Voru lagðar til þrjár tillögur hvernig hægt væri að stýra ferðaþjónustu á svæðinu:

Tillaga 1: Stofan yrði sjálfseignarstofnun í eigu sveitarfélaganna og hagaðila.

Tillaga 2: Stofan yrði sjálfstæð eining undir Samtökum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu í eigu sveitarfélaganna með sérstöku ferðamálaráði bæði frá sveitarfélögunum og atvinnulífinu.

Tillaga 3: Stofan yrði áfram hjá Reykjavíkurborg með sérstöku ferðamálaráði frá bæði sveitarfélögunum og atvinnulífinu.

Eftir miklar umræður var ákveðið að **tillaga 1** myndi henta best fyrir ferðaþjónustu á höfuðborgarsvæðinu. Auk þess voru gerðar greiningar á m.a. hvernig samkeppnisborgir eru að vinna þetta, hvernig þetta er unnið hjá áfangastaðastofum landshlutanna, vinnustofur auk annara greininga. Það er því mat aðila að áfangastaðastofa myndi:

- auka slagkraft ferðaþjónustu á svæðinu
- að allir hagaðilar ættu í stofunni – sveitarfélög og atvinnulífið
- tryggja sameiginleg sýn á hvað áfangastaðurinn stæði fyrir
- leiða til betri nýtingar fjármagns
- skapa víðari þekkingu og reynslu fyrir allt svæðið
- tryggja samvinnu
- vera talsmaður svæðisins

Til að markmið samkomulags sveitarfélaga náist um stofnun áfangastaðastofu þarf að taka formlega ákvörðun um stofnun hennar fyrir fjárhagsáætlanagerð sveitarfélaga árið 2023.

Meðfylgjandi er rekstrargreining KPMG.

Björn H. Reynisson verkefnastjóri



Áfangastaðastofa höfuðborgar- svæðisins

Rekstrargreining unnin fyrir SSH

Ágúst 2022



Tengiliðir KPMG

Sævar Kristinsson

Verkefnastjóri

☎ 545 6331

✉ skristinsson@kpmg.is

Steinþór Pálsson

Meðeigandi

☎ 545 6230

✉ steinthorpalsson@kpmg.is

Fyrirvari

Samantekt þessi inniheldur niðurstöður greiningar vegna stofnunar Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins sem er til skoðunar hjá sveitarfélögum á höfuðborgarsvæðinu. Framkvæmd vinnunnar og áhersluatriði eru í samræmi við samning KPMG við Samtök sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu (SSH).

KPMG ber ekki ábyrgð á að uppfæra efni og niðurstöður skýrslunnar í tengslum við atburði eða upplýsingar sem kunna að koma síðar fram.

Vinnan er m.a. byggð á upplýsingum frá SSH, sveitarfélögum á höfuðborgarsvæðinu, öðrum áfangastaðastofum á landinu og viðtölum sem tekin voru við hagaðila. Jafnframt aflaði KPMG upplýsinga úr ýmsum opinberum gögnum.

Ekki hefur verið framkvæmd sérstök könnun á áreiðanleika þeirra gagna sem byggt er á en miðað er við að um heimildir traustra aðila sé að ræða. KPMG getur ekki ábyrgst nákvæmni né áreiðanleika þeirra upplýsinga sem hér koma fram né að þær séu tæmandi.

KPMG ber enga ábyrgð á ákvörðunum sem teknar eru á grundvelli niðurstöðu skýrslunnar. Öll ábyrgð vegna ákvarðana sem teknar verða á grundvelli skýrslunnar eða niðurstaðna hennar er á höndum verkkaupa eða annarra aðila er að málinu kunna að koma.

Samantekt

Í dag eru starfandi áfangastaðastofur í öllum landshlutum nema á höfuðborgarsvæðinu.

Væntur ávinningur af stofnun slíkrar starfsemi á höfuðborgarsvæðinu er talinn umtalsverður fyrir bæði fyrirtæki og sveitarfélög á svæðinu, en virk þátttaka fyrirtækja og sveitarfélaga er nauðsynleg til að raungera og hámarka væntan ávinning.



Aukin samkeppnishæfni

Samstarfið skapar tækifæri til að efla samkeppnisstöðu höfuðborgarsvæðisins sem áfangastaðar í ferðaþjónustu til langs tíma með samþættu þróunar- og markaðsstarfi.



Kostnaður og tekjur

Áætlað er að kostnaður og tekjur við rekstur Áfangastaðastofunnar verði 144 m.kr. á fyrsta ári og þar af er framlag sveitarfélaga 107 m.kr. Ætíð verður gætt jafnvægis í tekjum og kostnaði.



Framlög og þátttaka aðila

Gert er ráð fyrir að framlög sveitarfélaga, tekjur af aðildargjöldum ferðaþjónustufyrirtækja og fastur styrkur frá Ferðamálastofu fjármagni grunnstarfsemi Áfangastaðastofunnar.

Efnisyfirlit

01

Áfangastaðastofa

Hlutverk og rekstrarform áfangastaðastofu.

02

Ferðapjónustan á Íslandi

Greining á ferðapjónustu á höfuðborgarsvæðinu í dag og spá um framhaldið.

03

Rekstrarumhverfi og núverandi staða

Staða sveitarfélaganna á höfuðborgarsvæðinu.

04

Greining verkefna og kostnaðarmat

Kostnaðarmat fyrir áfangastaðastofu.

01

Áfangastaðastofa

Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins

Hvað er Áfangastaðastofa?

Áfangastaðastofa (e. Destination Management Organisation) er svæðisbundin þjónustueining á vegum opinberra aðila og einkaaðila sem hefur það meginhlutverk að styðja við ferðaþjónustu í viðkomandi landshluta og tryggja að hún þróist í takt við vilja heimamanna þar sem sjálfbærni er höfð að leiðarljósi. Í dag eru áfangastaðastofur í öllum landshlutum á Íslandi nema á höfuðborgarsvæðinu.

Samkvæmt skilgreiningu Ferðamálastofu eru hlutverk áfangastaðastofu eftirfarandi:

1. Gerð og framkvæmd áfangastaðaáætlana ásamt tengingu við aðrar opinberar stefnur og áætlanir.
2. Aðkoma að gerð stefnumótunar og áætlana á landsvísu sem snertir ferðaþjónustu.
3. Aðkoma að þarfagreiningu rannsókna og mælinga á landsvísu til að tryggja samanburðarhæfni milli svæða auk þess að koma með tillögur og innsýn inn í rannsóknarþörf hvers landshluta.
4. Stuðla að vörubrúun og nýsköpun auk þess að vinna að þróunarverkefnum.
5. Leggja mat á fræðsluþörf, hafa aðkomu að þróunarverkefnum er varða hæfni og gæði í ferðaþjónustu, veita ráðgjöf varðandi fræðslu og miðla upplýsingum um hvað er í boði.
6. Sinna svæðisbundinni markaðssetningu í samstarfi við sveitarfélög og ferðaþjónustuaðila sem dregur fram sérstöðu landshlutanna og styður við markaðssetningu Íslands í heild.
7. Vera grunneining í stoðkerfi ferðamála í landshlutunum. Áfangastaðastofur liðsinna sveitarfélögum, fyrirtækjum og einstaklingum innan svæðis vegna ferðaþjónustu samkvæmt samstarfssamningum.

Heimild: Ferðamálastofa

Stefna og framtíðarsýn

Áfangastaðaáætlun
Markmið og mælikvarðar

Þróun

Markaðspróun, tölfræði og skipulagsmál

Verkefni áfangastaðastofu í hnotskurn

Samræmt kynningar og markaðsstarf

Með virku samtali hagaðila

Samstarf og tengsl við hagaðila

Sveitarfélög og atvinnulífið

Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins

Með starfsemi áfangastaðastofu á höfuðborgarsvæðinu er stefnt að því að virkja tækifæri sem felast í frekari uppbyggingu og nýsköpun í ferðaþjónustu, m.a. á sviði sögu, náttúru, heilsueflingar, menningar og lista, til aukinnar hagsældar fyrir samfélögin á svæðinu.

Með tilkomu Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins yrðu gerðir samningar við sveitarfélögin á svæðinu sem og þau ferðaþjónustufyrirtæki sem þar starfa um aðkomu þeirra að starfseminni. Samstarf þessara aðila er m.a. ætlað að auðvelda opinbera ákvörðunartöku þegar kemur að skipulagsmálum, þjónustu, markaðsáherslum og aðgangsstýringu. Þannig yrði unnið að því að auka tekjur af ferðaþjónustu og skapa aukin atvinnutækifæri í greininni á svæðinu með skýrari framtíðarsýn, öfluglu samstarfi, virkri þróun áfangastaðarins og fastmótuðu markaðsstarfi.

Markmið Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins er því að auka samkeppnishæfni ferðaþjónustu á höfuðborgarsvæðinu í heild og styðja við þróun í átt að sjálfbærri framtíðasýn.



Starfssvæði:

- Reykjavík
- Garðabær
- Kópavogur
- Hafnarfjörður
- Mosfellsbær
- Seltjarnarnes

Rekstrarform og stjórn

KPMG leggur til að Áfangastaðastofan verði rekin sem sjálfseignarstofnun. Einkenni sjálfseignarstofnana er að þær eiga sig sjálfar. Til eru þrjár tegundir sjálfseignarstofnana:

- 1) Sjálfseignarstofnanir sem starfa á grundvelli laga nr. 33/1999 um sjálfseignarstofnanir sem stunda atvinnurekstur, en ekki er sjálfgefið að Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins muni stunda atvinnurekstur.
- 2) Sjálfseignarstofnanir sem starfa á grundvelli laga nr. 19/1988 um sjóði og stofnanir sem starfa samkvæmt staðfestri skipulagsskrá.
- 3) Sjálfseignarstofnanir sem falla ekki undir framangreint.

Sé tilgangur félagsins ekki að endurgreiða það fjármagn sem til þess er lagt eða arð af því fjármagni telur KPMG að sjálfseignarstofnanir uppfylli vel þau skilgreindu markmið sem stefnt er að með stofnun félagsins.

Til upplýsingar þá eru allar núverandi áfangastaðastofur á landinu reknar sem sjálfseignarstofnanir.

Stjórn gæti verið skipuð fimm aðilum, þar sem Reykjavíkurborg ætti fast eitt sæti en tveimur sætum yrði skipt á milli hinna sveitarfélaganna á tveggja ára fresti og síðan væru tveir aðilar frá ferðapjónustufyrirtækjum sem aðild eiga að Áfangastaðastofunni. Auk þess verði mögulegt að skipa stefnuráð/fulltrúaráð til stuðnings stjórnar.

Nánari útskýringar á félagsformi og stjórn Áfangastaðastofunnar má finna í Viðauka.



02

Ferðapjónustan á Íslandi

Áfangastaðstofa höfuðborgarsvæðisins

Ferðapjónustan – tölulegar staðreyndir

 **7,6**

Meðafjöldi gistinguáttá á Íslandi frá júní 2021 til maí 2022

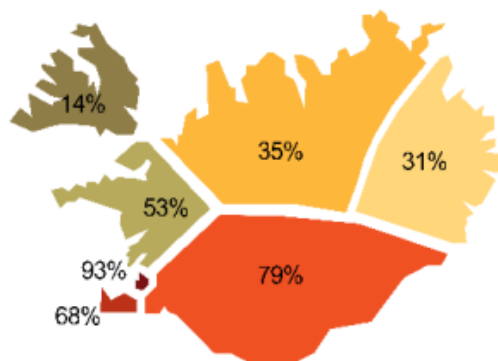
Brottfarir á Keflavíkurlflugvelli eftir löndum í maí 2022 

Lönd	% af brottförum
Bandaríkin	28
Bretland	14
Þýskaland	8,4
Pólland	6,9
Frakkland	5,4
Ítalía	3,7
Danmörk	3,4
Spánn	2,9
Holland	2,7
Eystrarsaltlönd	1,9
Önnur lönd	22,7

Heimild: Hagstofan og Ferðamálastofa

93% ferðamanna heimsóttu höfuðborgarsvæðið

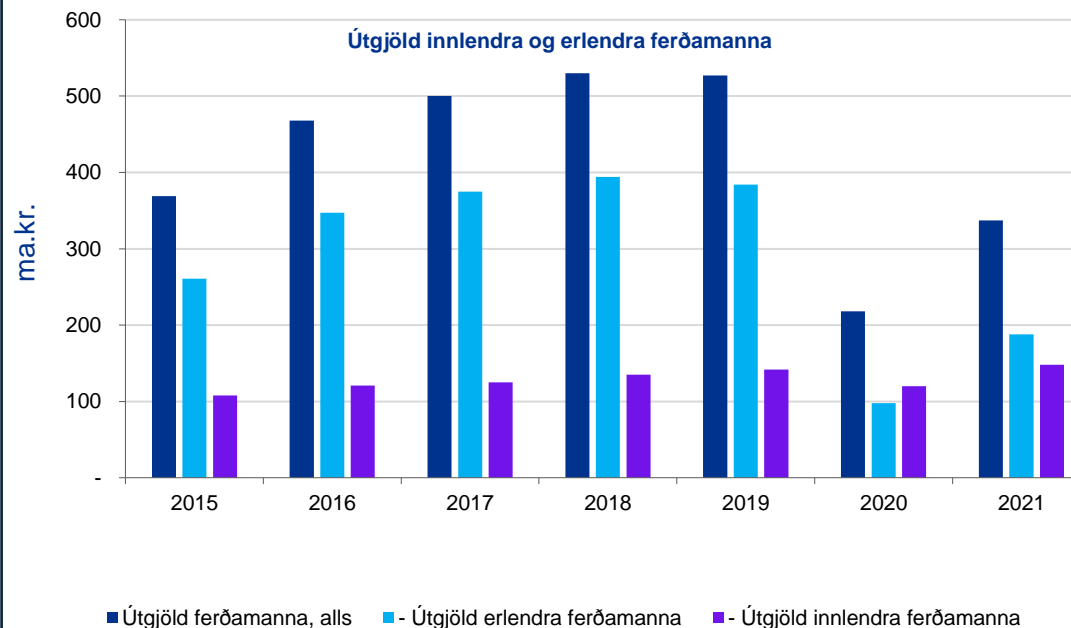
Frá júní 2021 til maí 2022 var höfuðborgarsvæðið heimsótt hvað mest af öllum landshlutum



 **88,5%**
Megin tilgangur - 88,5% af ferðamönnum sem komu til landsins var að fara í frí samkvæmt gögnum frá júní 2021 til maí 2022

Útgjöld erlendra og innlendra ferðamanna

Tekjur af ferðamönnum stóðu hvað hæst árið 2018 og námu 530 ma.kr. Eins og sjá má hér að neðan, hafði COVID mikil áhrif á ferðapjónustuna árin 2020 og 2021. Sýnir þetta hversu mikilvæg ferðapjónustan er fyrir landið í tekjusköpun.



Umfjöllun

Uppgangur ferðaþjónustu síðustu misserin hefur ratað í fjölmiðla. Mikil aukning hefur verið í komum ferðamanna til landsins og hefur kortavelta aldrei verið meiri en í júní 2022 frá upphafi mælinga.

Til umfjöllunar í fjölmiðlum hefur m.a. verið uppgangur í greininni á norðurlandi, en á undanförunum árum hefur verið ráðist í ýmsa þróun og fjárfestingar á svæðinu til að styðja við vöxt í ferðaþjónustu.

Mikilvægt er að vinna að skilvirkri dreifingu ferðamanna um höfuðborgarsvæðið og hámarka þann ávinning sem fjölgun þeirra getur haft í för með sér.

Heimild: Visir



© 2022 KPMG ehf. á Íslandi er aðili að alþjóðlegu neti KPMG, samtökum sjálfstæðra fyrirtækja sem aðild eiga að KPMG International Limited, ensku félagi með takmarkaða ábyrgð. Allur réttur áskilinn.

Gera ráð fyrir 5,7 milljónum farþega

Atti Ísleifsson skrifar · 11. maí 2022 08:01



Vitlaust að gera á Norðurlandi við að þjónusta ferðamenn

Magnús Hlynur Hreiðarsson skrifar · 25. júlí 2022 15:03

Keflavíkurflugvöllur íðar aftur af lífi: „Það liður öllum miklu betur“

Fannnis Birna Logadóttir og Snorri Músson skrifar · 18. apríl 2022 19:55



Kortavelta erlendra ferðamanna aldrei meiri

Samúel Karl Ólason skrifar · 12. júlí 2022 11:10



Ferðamenn, ferðalög og einkaneysla knýja mikinn hagvöxt

Tryggvi Páll Tryggvason skrifar · 31. maí 2022 10:31

Ísland heldur áfram að heilla ferðamenn upp úr skónum: „Þetta er yndislegur staður, alveg yndislegur“

Fannnis Birna Logadóttir skrifar · 12. júlí 2022 23:22



Eftirspurn í ferðaþjónustu hafi nánast verið of mikil

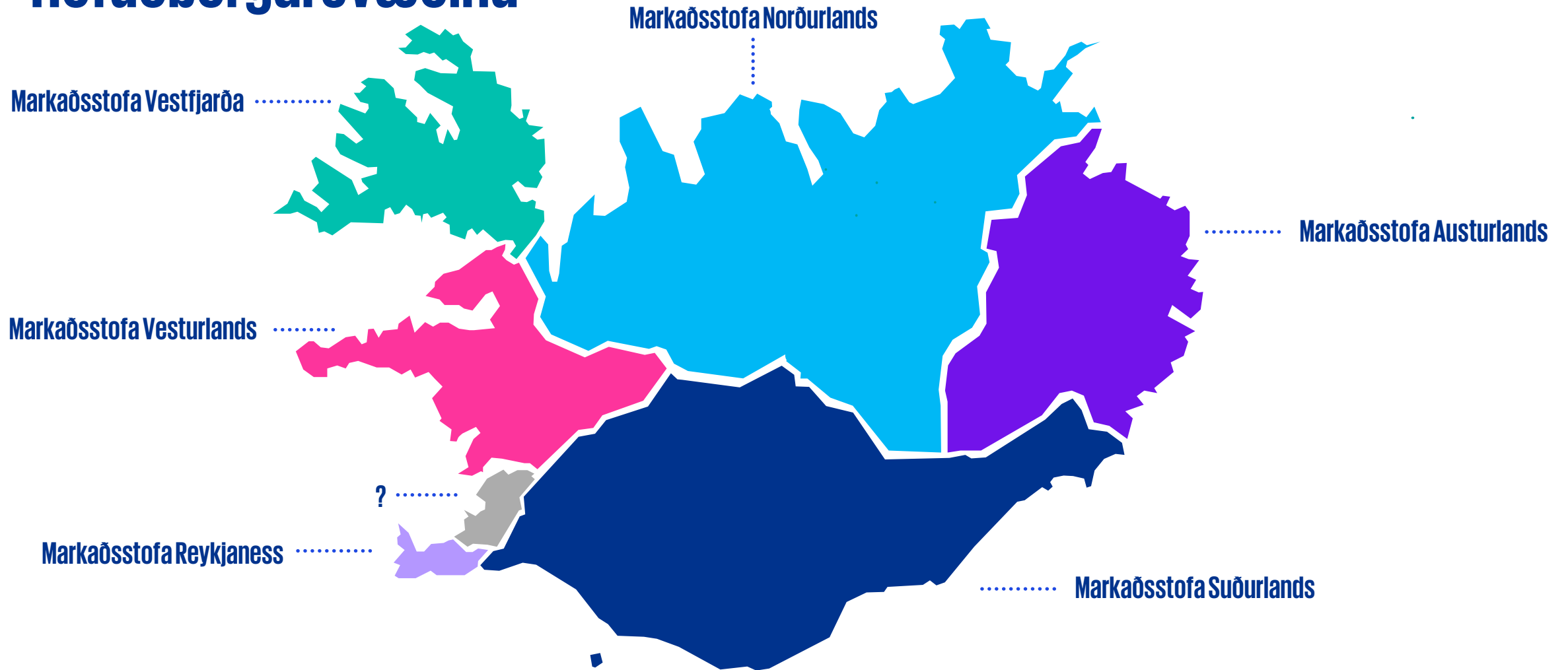


03

Rekstrarumhverfi og núverandi staða

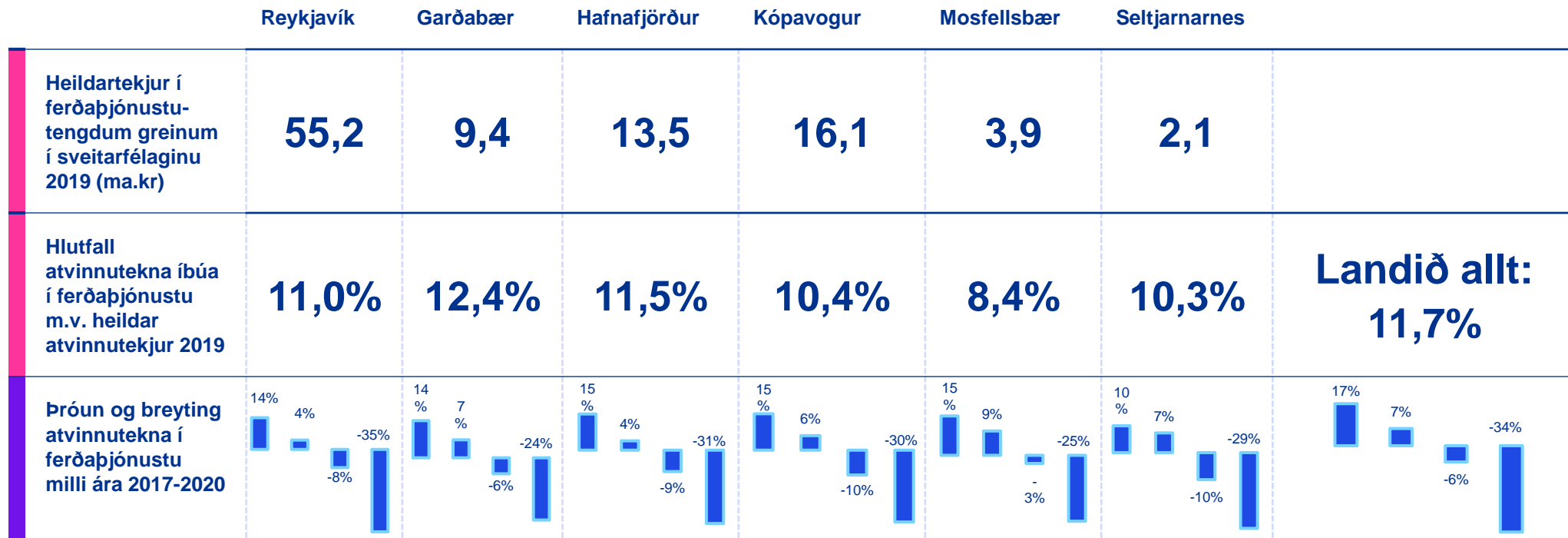
Áfangastaðstofa höfuðborgarsvæðisins

Áfangastaðastofur eru til staðar í öllum landshlutum nema á Höfuðborgarsvæðinu



Tekjur af ferðapjónustu í sveitarfélögum á höfuðborgarsvæðinu

Í töflunni neðar má sjá umfang ferðapjónustunnar á höfuðborgarsvæðinu árið 2019. Heildartekjur í greinum ferðapjónustunnar voru hæstar í Reykjavík 55,2 ma. kr. og næst þar á eftir kom Kópavogur með 16,1 ma kr. Vert er að nefna að flest ferðapjónustufyrirtækin eru í Reykjavík en þar sem höfuðborgarsvæðið er eitt atvinnusvæði þá skila útsvarstekjur af ferðapjónustunni sér til þeirra allra. Glögggt má sjá hversu mikilvæg ferðapjónustan er fyrir íbúa sveitarfélaganna ef skoðað er hlutfall atvinnutekna ferðapjónustu sem var á milli 8,4% – 12,4% af heildaratvinnutekjum.



Heimild: Ferðamálastofa, heimasíður sveitarfélaganna og KPMG greining

Úthlutun úr Framkvæmdasjóði ferðamannastaða

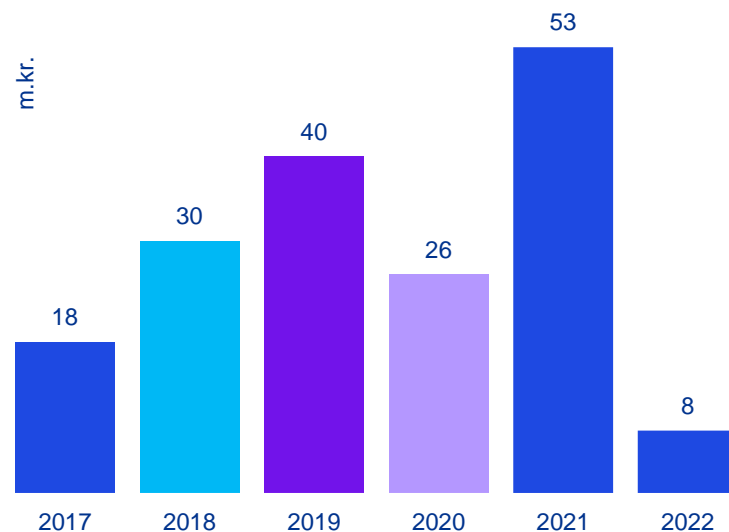
Nær allir ferðamenn sem koma til landsins dvelja á höfuðborgarsvæðinu. Þrátt fyrir það hefur einungis brot úthlutana úr Framkvæmdasjóði ferðamannastaða og öðrum sjóðum farið til uppbygginga á höfuðborgarsvæðinu.

Meðal mikilvægra verkefna áfangastaðastofu er að vinna að stefnumótandi þróunar- og markaðsmálum. Þannig ættu umsóknir frá höfuðborgarsvæðinu að eiga betri möguleika á úthlutun úr Framkvæmdasjóði ferðamannastaða, einkum sameiginleg verkefni sem styrkja svæðið í heild. Auk þess getur áfangastaðastofa stutt við bakið á fyrirtækjum og sveitarfélögum í umsóknarferlinu m.a. með mótaðri áfangastaðaáætlun fyrir svæðið.

6,9 ma.kr

Heildarupphæð úthlutunar úr Framkvæmdasjóði Ferðamannastaða frá árinu 2012

Úthlutanir úr Framkvæmdarsjóði ferðamannastaða til höfuðborgarsvæðisins



4%

Hlutfall úthlutunar til höfuðborgarsvæðisins frá árinu 2012

464 m.kr. – 691 m.kr.

Árleg úthlutun til annarra landshluta árin 2017-2022 frá Framkvæmdasjóði ferðamannastaða.

Á sama tíma námu úthlutanir til höfuðborgarsvæðisins á bilinu

8 m.kr – 53 m.kr.

Heimild: Framkvæmdasjóður Ferðamannastaða.



© 2022 KPMG ehf. á Íslandi er aðili að alþjóðlegu neti KPMG, samtökum sjálfstæðra fyrirtækja sem aðild eiga að KPMG International Limited, ensku félagi með takmarkaða ábyrgð. Allur réttur áskilinn.

Ávinningur af áfangastaðastofu fyrir fyrirtæki og sveitarfélög

Ávinningur fyrir sveitarfélög

- Sveitarfélög og fyrirtæki móta sameiginlega stefnu og framtíðarsýn svæðisins
- Aukinn slagkraftur í markaðsstarfi áfangastaðarins
- Betri nýting fjármagns
- Skilgreind stefna í markaðsstarfi
- Þekking og reynsla byggist upp fyrir allt svæðið
- Eykur samvinnu hagaðila s.s. sveitarfélaga, fyrirtækja og íbúa
- Málsvari svæðisins í ferðamálum
- Eflir markvissa og hnitmiðaða markaðssetningu
- Örvar frekari uppbyggingu í ferðaþjónustu hjá sveitarfélögunum og þar með atvinnusköpun
- Stuðlar að sjálfbærni og álagsstýringu náttúruauðlinda með jafnari dreifingu ferðamanna yfir árstímann
- Eykur samkeppnishæfni sveitarfélaganna með meiri fjölbreytni atvinnulífs sem jafnframt skilar sér í auknum tekjum



Ávinningur fyrir ferðaþjónustufyrirtæki

- Þátttaka í þróun áfangastaðarins til framtíðar, öllum til ávinnings
- Aukinn slagkraftur í markaðsstarfi fyrir áfangastaðinn í heild
- Aðgengi að tengslaneti og samstarf við hagaðila á höfuðborgarsvæðinu
- Þátttaka í reglulegum stefnumótunar- og samstarfsfundum sem stuðlar að aukinni samlegð og samvinnu
- Þátttaka í faghópum s.s. um markaðsmál, þróunarverkefni og fl.
- Sýnileiki í markaðsefni höfuðborgarsvæðisins (t.d. kynningar á vef, samfélagsmiðlum o.fl.)
- Sameiginlegur kynningarvettvangur þegar við á, t.d. í tengslum við Hittumst/Mannamót og fleiri viðburði
- Möguleg aðkoma að móttöku blaðamanna, áhrifavalda og skipulagningu skoðanaferða erlendra ferðaskrifstofa
- Aðstoð í tengslum við ferðamál og tengingar
- Afsláttur af viðburðum
- Stuðla að sjálfbærni, m.a. með álagsstýringu að náttúruauðlindunum og jafnari dreifingu ferðamanna yfir árið

04

Greining verkefna og kostnaðarmat

Áfangastaðstofa höfuðborgarsvæðisins

Verkefnayfirlit áfangastaðastofa á Norðurlöndunum

Wonderful Copenhagen

Stofnun fyrir höfuðborgarsvæðið, Kaupmannahöfn og sveitarfélögin næst henni.

Helstu áherslur eru:

- Samskipti
- Sýningar
- Þróunarstarf
- Markaðssetning
- Þóun tengd flugumferð
- Upplýsingamiðstöð

Visit Oslo

“Oslo brand Alliance” er samstarfsverkefni sveitarfélaga á svæðinu í kring um Osló sem hefur það markmið að gera borgina og nágrenni hennar að eftirsóknarverðum sjálfbærum stað með aukinn sýnileika.

Félagið er með yfirstjórn sem sér um þróun, tvö stoðsvið en megin áherslur hennar eru fjórar:

- Markaðssetning
- Sýningar
- Samskipti
- Upplýsingamiðstöð

Visit Stockholm

Stokkhólmur vinnur með vörumerkið “Stockholm – The Capital of Scandinavia”. Undir því vörumerki er Visit Stockholm og Invest in Stocholm. Stockholm Business Region sér um stjórnun og þróun félagsins.

Áherslur Visit Stockholm eru:

- Sýningar
- Samskipti
- Markaðssetning
- Upplýsingamiðstöð

Helsinki Marketing

Félag í eigu borgarinnar sem sér um markaðssetningu og viðskiptasambönd, samskipti við fyrirtæki og sveitarfélög.

Helstu áherslur:

- Stjórnun & þróun
- Markaðssetning
- Sala
- Sýningar
- Samskipti
- Upplýsingamiðstöð

Áhersla er á langtíma kynningu á borginni með hagaðilum.

Félögin eiga það öll sameiginlegt að leggja mikla áherslu á gott samstarf við hagaðila, þau taka virkan þátt í að gera höfuðborgarsvæðið í kringum borginnar eftirsóknarvert og sjálfbært til þess að laða að fleiri ferðamenn. Áhersla er lögð á markaðssetningu en þar að auki er lögð mikil áhersla á að vera tengiliður milli fyrirtækja og sveitarfélaganna fyrir stefnu svæðisins.

Öll félögin leggja áherslu á markaðssetningu ferðamála og viðburða en innan sumra þeirra er einnig lögð áhersla á að fá fjárfesta til landsins auk annarra viðbótarverkefna.

Heimild: Heimasíður og ársskýrslur: Wonderful Copenhagen, Visit Oslo, Visit Stockholm og Helsinki Marketing

Verkefni Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins

Niðurstöður skoðunar KPMG á helstu verkefnum áfangastaðastofu á Norðurlöndunum og hjá öðrum áfangastaðastofum á Íslandi bendir til þess að það séu þrjár megináherslur sem Áfangastaðastofan ætti að einbeita sér að; **þróunarstarf, samskipti og markaðsstarf.**

Síðar meir má leggja mat á það hvort önnur sértækari verkefni eigi heima hjá Áfangastaðastofunni líkt og markaðssetning innanlands, “Invest in Iceland”, “Meet in Reykjavík” og “Inspired by Iceland”. Slíkum verkefnum þarf þó að fylgja sérstök fjármögnun.

Markaðsstarf

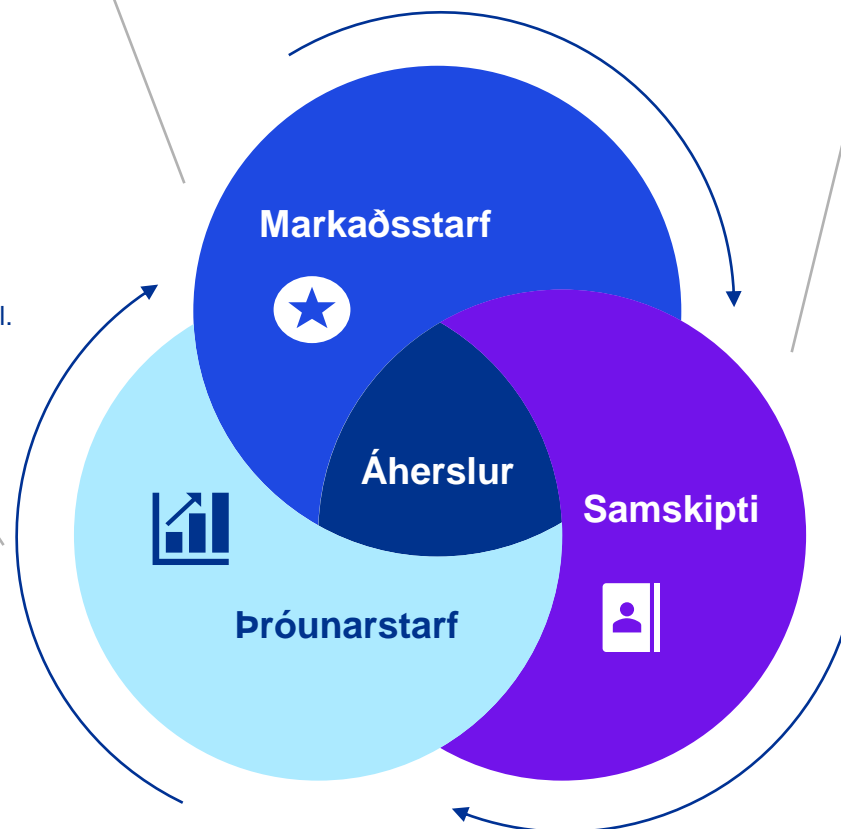
- Sameiginleg markaðssetning svæðisins
- Vefsíða og samfélagsmiðlar
- Móttaka blaðamanna og áhrifavalda
- Sýningar og vinnustofur
- Skipulagning skoðanaferða erl. ferðaskrifstofa um svæðið

Þróunarstarf

- Þátttaka í opinberum verkefnum
- Vinna með fyrirtækjum og sveitarfélögum að sameiginlegum þróunarverkefnum sem efla sérstöðu höfuðborgarsvæðisins
- Efla hagsæld höfuðborgarsvæðisins með markvissu þróunarstarfi
- Markaðsþróunarverkefni t.d. í anda “Demantshringsins” á Norðurlandi

Samskipti

- Samvinna við helstu hagaðila og vera tengiliður fyrir sveitarfélög, fyrirtæki, stofnanir tengdar ferðaþjónustu auk ríkisstofnana og styrktarsjóða.
- Utanumhald áfangastaðaáætlunar.



Aðkoma annarra hagaðila

Það eru ekki einungis ferðapjónustufyrirtækin sem hafa ávinning af komu ferðamanna til landsins heldur einnig sveitarfélögin og aðrir hagaðilar.

Stór hluti ferðamanna á viðskipti við aðra hagaðila innan sveitarfélaganna og njóta því hagaðilarnir góðs af stofnun áfangastaðastofu.

Dæmi um slíka hagaðila:

- **Verslanir**
- **Bankar**
- **Tryggingafélög**
- **Bensínstöðvar**
- **Opinberir aðilar**



Dæmi um sértæk verkefni

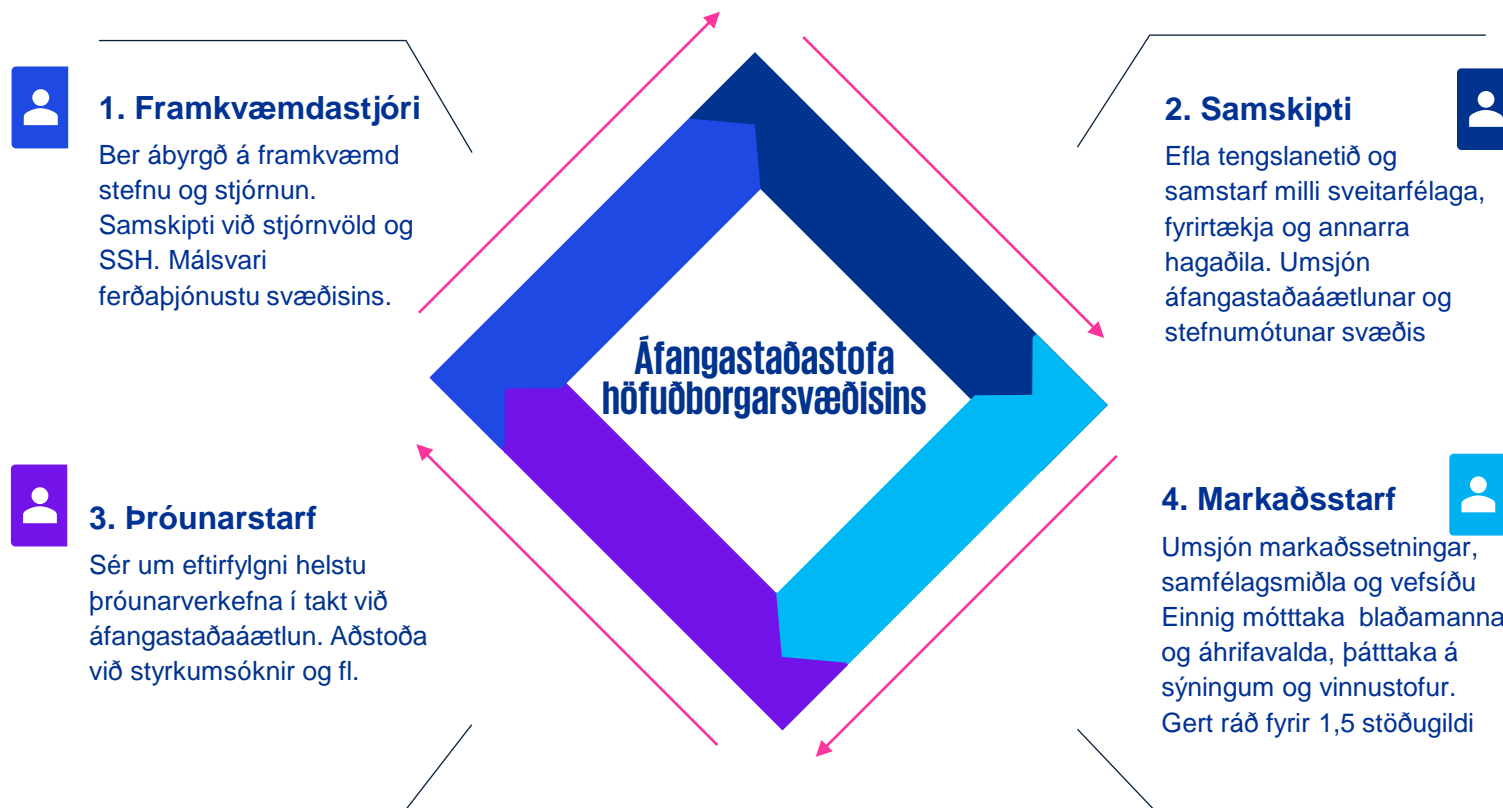
Eftirfarandi eru dæmi um sértæk verkefni sem Áfangastaðastofan gæti tekið að sér, en mikilvægt er að tryggja fjármögnun slíkra verkefna sérstaklega.

- **Innlend markaðssetning**
- **Meet in Reykjavík**
- **Invest in Reykjavik**
- **Inspired by Iceland North America**
- **Film in Reykjavik** – Vert er að hafa í huga að verkefnið er ekki til eins og er en gæti verið frábært tækifæri þar sem það yrði unnið í nánu samstarfi við framkvæmdasvið sveitarfélaganna.
- **Þróun nýrra viðburða**



Áætluð starfsmannapörf

Til að sinna þeim grunnverkefnum sem KPMG leggur til að Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins sinni, mun þurfa að lágmarki 4-5 stöðugildi. Í eftirfarandi kostnaðarmati er unnið út frá 4,5 stöðugildum. Starfsfólk búi yfir fjölbreyttri þekkingu og reynslu og geti þannig aðstoðað hvert annað eftir þörfum ásamt því að leita til ytri aðila eftir sérþekkingu á þeim sviðum sem vantar. Gert er ráð fyrir að sumum þáttum rekstrar verði úthýst svo sem bókhaldi, vefhýsingu og umsjón tölvukerfa.



Húsnæðisvalmöguleikar

Meðal verð húsnæðis á höfuðborgarsvæðinu

Verð á fermetra: 2.720 kr./fm

Leiguverð á ári: 3,3 m.kr. m.v. 100 fm. auk rekstrarkostnaðar (rafmagn, þrif, nettenging og fl) Auk þess bætast við kaup á húsbúnaði, s.s. borð og stólar á skrifstofu og í fundarrými, alls 2,5 mkr

Leiga hjá Grósku

Leiguverð hjá Grósku miðast við 5 starfsstöðvar og innifalið í leigu eru rafdrifin skrifborð, skrifborðsstólar, rafmagn, hiti, þrif og nettenging. Einnig er aðgangur að kaffivélum, kolsýrðudrykkjarvatni, fundarherbergjum, eldhúsum og næðisrymum.

2,5 mkr.

Stofnkostnaður vegna kaupa á tækjabúnaði, s.s. tölvum, símum og tengdum búnaði fyrir 4-5 stöðugildi

Náið samstarf - lægri kostnaður

KPMG leggur til að Gróska verði fyrir valinu þegar húsnæðiskostir eru skoðaðir. Áfangastaðastofan verður þá í sama húsi og nánir samstarfsaðilar hennar, **Íslandsstofa** og **Íslenski ferðaklasinn**. Þannig má leiða líkum að því að Áfangastaðastofan komist upp með að hafa færri stöðugildi með því að nýta nálægð og náíð samstarf við framangreindra aðila. Auk þess má nefna gott aðgengi að öðrum ferðaþjónustufyrirtækjum og hagaðilum á svæðinu ásamt góðri aðstöðu til móttöku blaðamanna og áhrifavalda.

Heildarkostnaður

Heildarkostnaður fyrir húsnæði í Grósku með húsbúnaði er 400 þúsund á mánuði m.v. 4-5 stöðugildi. Það gerir 4,8 m.kr. með vsk. á ári sem hækkar með vísitölum.

Húsaleiga 4,8 m .kr. á ári

Heimild: Gögn frá skráðum fasteignafélögum á Íslandi, Grósku, húsgagna og tölvuverslanir á Íslandi og greining KPMG í ágúst 2022

Kostnaður Áfangastaðastofu

Kostnaður er áætlaður út frá skilgreiningu á verkefnum Áfangastaðastofunnar. Gert ráð fyrir að framlög sveitarfélaga, fastir styrkir frá Ferðamálastofu og aðildargjöld fyrirtækja standi undir rekstri.



Stofnkostnaður 10,5 m.kr.

Gert er ráð fyrir heildarstofnkostnaði á fyrsta ári uppá **10,5 m.kr.** Innifalið í þeirri upphæð er:

- Kostnaður við stofnun séreignarstofnunar
- Skrifstofubúnaður
- Mörkun



Markaðsstarf 47 m.kr. á ári 1

Gert er ráð fyrir að grunnur markaðsstarfs sé að upphæð 47 m.kr en reiknað er með að markaðskostnaður breytist í kjölfar þróunarstarfs nýrra mögulegra áfangastaða. Liðurinn markaðsstarf inniheldur m.a.:

- Starf í gegnum samfélagsmiðla
- Efnisgerð
- Vefinn
- Grunn markaðsstarf / markaðsátök
- Almanntengsl, móttöku fjölmiðla og FAM (móttökur ferðaskrifstofa)
- Þátttaka og skipulagning sýninga og ferðamálapings



Almennur rekstur 68,9 m.kr. á ári 1

Almennur rekstrarkostnaður er áætlaður 68,9 m.kr. á fyrsta ári. Innifalið í því er:

- Húsnæði og tengd aðstaða fyrir 4-5 stöðugildi
- Laun og launatengd gjöld sem miðast við 4,5 starfsmenn
- Tæknimál og aðkeypt þjónusta
- Stjórnunarkostnaður



Stefna og þróunarstarf 12,5 m.kr. á ári 1

Samstarf um stefnu og þróunarstarf verða meðal lykilverkefna. Meðal þess sem er innifalið þar er:

- Áfangastaðaáætlun og stefnumótun
- Þróunarverkefni með sveitarfélögum og ferðaþjónustufyrirtækjum

Rekstraráætlun			
Kostnaðarliður	ár 1	ár 2	ár 3
Rekstur			
Stofnkostnaður	10.500.000		
Almennur rekstur	68.933.600	72.920.932	76.206.954
Stefna og þróunarstarf	12.500.000	15.000.000	15.000.000
Markaðsstarf	47.000.000	61.500.000	72.500.000
Annar óskilgreindur kostnaður	5.070.400	5.246.268	5.086.934
Samtals grunnkostnaður	144.004.000	154.667.200	168.793.888

Heimild: Greining KPMG



© 2022 KPMG ehf. á Íslandi er aðili að alþjóðlegu neti KPMG, samtökum sjálfstæðra fyrirtækja sem aðild eiga að KPMG International Limited, ensku félagi með takmarkaða ábyrgð. Allur réttur áskilinn.

Tekjur Áfangastaðastofu - framlag sveitarfélaga og Ferðamálastofu

Gert ráð fyrir að framlag sveitarfélaga, fastir styrkir frá Ferðamálastofu og framlög fyrirtækja standi undir fjármögnun grunnstarfsemi Áfangastaðastofunnar. Til viðbótar geta komið til styrkir og sérframlög tengt sérverkefnum.



Sveitarfélög 107 m.kr. á fyrsta ári

Lagt er til að framlag sveitarfélagana til áfangastaðastofunnar verði skipt eftir íbúafjölda í hverju sveitarfélagi og verði uppfært árlega í samræmi við þróun íbúafjölda. Nemur upphæð hvers íbúa 450 kr. á fyrsta ári og taki sú upphæð árlegum breytingum í samræmi við þróun vísitölu.



Ferðamálastofa 22 m.kr.

Gert er ráð fyrir að árlegum styrk að upphæð **22 m.kr.** frá Ferðamálastofu

Í töflunni hér til hliðar má sjá áætlað framlag sveitarfélaganna fyrstu 3 árin til að mæta grunnkostnaði Áfangastaðastofunnar auk framlags frá Ferðamálastofu. Ýmsir aðilar hafa stutt við starfsemi annarra áfangastaðastofa og má þar m.a. nefna Íslandsstofu og Flugþróunarsjóð. Slíkir samningar eru þó yfirleitt sértækir og bundnir við ákveðin verkefni.

Heildarkostnaður fyrir sveitarfélögin			
	Heildar fjöldi íbúa í þúsundum	Hlutfall af heildar fjölda íbúa	Kostnaður per ár
Seltjarnarnes	4.690	2,3%	2.110.500
Mosfellsbær	12.880	3,8%	5.796.000
Garðabær	18.060	8,8%	8.127.000
Hafnarfjörður	29.530	12,5%	13.288.500
Kópavogur	38.760	15,2%	17.442.000
Reykjavík	134.000	57,5%	60.300.000
Samtals	237.920	100,0%	107.064.000

Rekstraráætlun			
tekjuliður	ár 1	ár 2	ár 3
Framlag sveitarfélaga	107.064.000	112.417.200	116.913.888
Seltjarnarnes	2.110.500	2.216.025	2.304.666
Mosfellsbær	5.796.000	6.085.800	6.329.232
Garðabær	8.127.000	8.533.350	8.874.684
Hafnarfjörður	13.288.500	13.952.925	14.511.042
Kópavogur	17.442.000	18.314.100	19.046.664
Reykjavík	60.300.000	63.315.000	65.847.600
Styrkur frá Ferðamálastofu	22.000.000	22.000.000	22.000.000
Samtals tekjur	129.064.000	134.417.200	138.913.888

Heimild: Hagstofan og greining KPMG

Tekjur Áfangastaðastofu – framlag fyrirtækja

Gert ráð fyrir að framlag sveitarfélaga, fastir styrkir frá Ferðamálastofu og framlög fyrirtækja standi undir fjármögnun grunnstarfsemi Áfangastaðastofunnar. Til viðbótar geta komið til styrkir og sérframlög tengt sérverkefnum.

Fyrirtæki 15 m.kr. – 30 m.kr.

Mikilvægt er að ferðapjónustufyrirtæki á höfuðborgarsvæðinu séu virkir þátttakendur í starfsemi Áfangastaðastofunnar. Í töflunni hér til hliðar má sjá fjölda ferðapjónustufyrirtækja á Höfuðborgarsvæðinu árið 2020. Listinn er ekki tæmandi og til að mynda eru flugfélög og verslun ekki meðtalín.

KPMG leggur til að fyrirtækjum verið skipt í þrjú flokka og að greiðslur til Áfangastaðastofunnar skiptist eftir veltu. Gert er ráð fyrir að einföld verðskrá muni auðvelda stofunni að laða að félagsmenn, en auk þess verði þátttakan grunnur þess að vera með í markaðs- og þróunarefni Áfangastofunnar.

Til viðbótar geta bæst við önnur fyrirtæki sem hafa hagsmuna af ferðaiðnaðinum á Íslandi líkt og verslun, bankar og tryggingarfélag. Þau geta annars vegar verið beinir aðilar að Áfangastaðastofunni en einnig komið að þátttöku og kostun sérverkefna.

Fjöldi fyrirtækja eftir einkennandi atvinnugreinum í ferðapjónustu á Höfuðborgarsvæðinu 2020							
Velta	Afþreying	Gististaðir	Veitinga- rekstur	Bílaleigur	Hóperðir og hópbílaleiga	Ferða- skrifstofur	Samtals
< 50 m.kr.	347	170	204	30	77	36	864
50 - 500 m.kr.	33	39	172	12	7	25	288
> 500 m.kr.	1	4	0	3	7	7	22
Samtals	381	213	376	45	91	68	1174

Áætlað hlutfall fyrirtækja með aðild			
Velta	Ár 1	Ár 2	Ár 3
< 50 m.kr.	15%	20%	30%
50 - 500 m.kr.	15%	20%	30%
> 500 m.kr.	30%	45%	60%

Áætluð aðildargjöld fyrstu þrjú ár Áfangastaðastofu Höfuðborgarsvæðisins				
Velta	Verð á ári	Ár 1	Ár 2	Ár 3
< 50 m.kr.	50.000	6.480.000	8.640.000	12.960.000
50 - 500 m.kr.	150.000	6.480.000	8.640.000	12.960.000
> 500 m.kr.	300.000	1.980.000	2.970.000	3.960.000
Samtals		14.940.000	20.250.000	29.880.000

Heimild: Greining KPMG

Samantekið rekstraryfirlit Áfangastaðastofunnar

Rekstraráætlun			
	ár 1	ár 2	ár 3
Tekjur			
Framlag sveitarfélaga	107.064.000	112.417.200	116.913.888
Framlag fyrirtækja	14.940.000	20.250.000	29.880.000
Styrkur frá Ferðamálastofu	22.000.000	22.000.000	22.000.000
Samtals Tekjur	144.004.000	154.667.200	168.793.888
Kostnaður			
Stofnkostnaður	10.500.000	-	-
Sjálfsseignarstofnun	5.000.000	-	-
Skrifstofubúnaður	2.500.000	-	-
Mörkun	3.000.000	-	-
Almennur rekstur	68.933.600	72.920.932	76.206.954
Húsnæði	4.836.000	5.072.964	5.240.372
Laun og launatengd gjöld	59.097.600	62.347.968	64.966.583
Tæknimál og aðkeypt þjónusta	3.000.000	3.500.000	4.000.000
Stjórnunarkostnaður	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Stefna og þróun	12.500.000	15.000.000	15.000.000
Áfangastaðaáætlun og stefnumótun	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Þróunarverkefni	7.500.000	10.000.000	10.000.000
Markaðsstarf	47.000.000	61.500.000	72.500.000
Samfélagsmiðlar og efnisgerð	3.000.000	6.000.000	6.500.000
Vefur	3.000.000	3.500.000	4.000.000
Almannatengsl, móttaka fjölmiðla og FAM	2.000.000	3.000.000	3.000.000
Grunn markaðsstarf / markaðsátök	30.000.000	40.000.000	50.000.000
Þátttaka og skipulagning sýninga og ferðamálaþings	9.000.000	9.000.000	9.000.000
Annar óskilgreindur kostnaður	5.070.400	5.246.268	5.086.934
Samtals grunnkostnaður	144.004.000	154.667.200	168.793.888

Heimild: Greining KPMG, Byggt er á forsendum sem gert er grein fyrir í samantekt þessari

06

Viõauki I

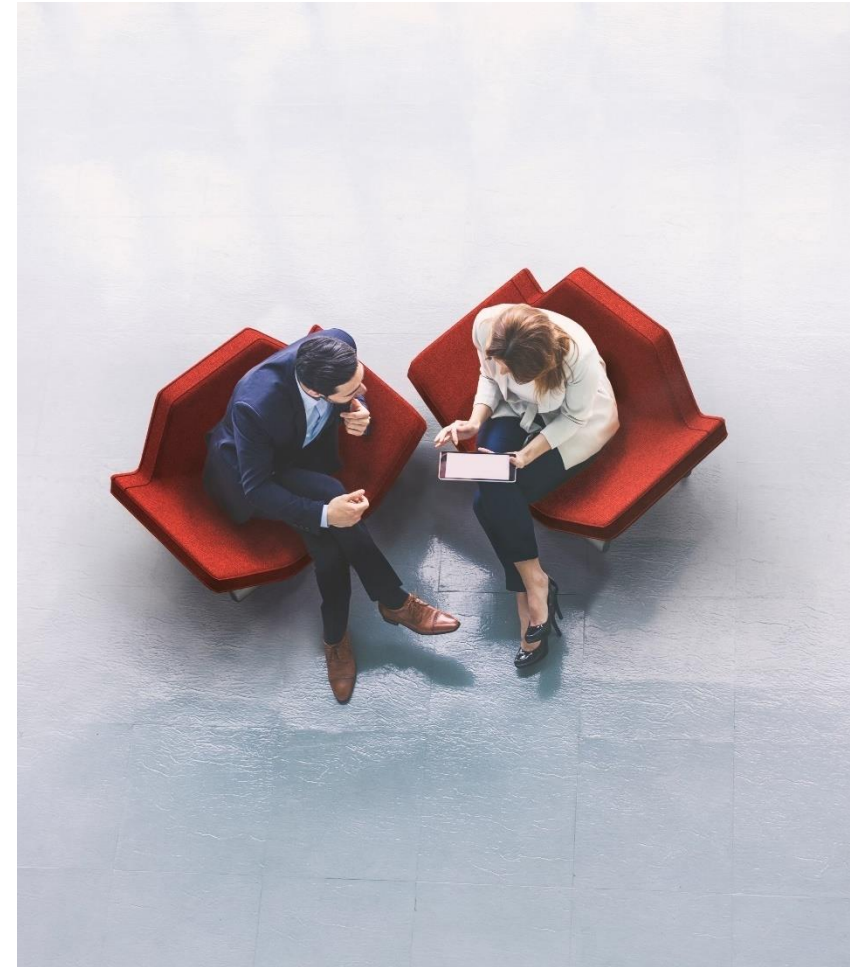
Félagsform Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins

Hlutverk og tilgangur félags

- Að mati KPMG er mikilvægt fyrir verkefnið að það sé rekið í sér einingu.
- Best er því að stofna um verkefnið sérstakt félag, sem hefur sjálfstæða stjórn og stjórnkerfi.
- Tilgangur slíks félags er að leiða saman á einn stað fulltrúa þeirra sem að verkefninu koma.

Tegund félags

- Helstu félagsform sem þekkjast á Íslandi eru eftirfarandi:
 - Sameignar- eða samlagsfélag
 - Samlagshlutafélag
 - Byggðasamlög sveitarfélaga
 - Sjálfseignarstofnanir
 - Hluta- eða einkahlutafélag
- Atriði sem þarf að hafa í huga við val félagsforms:
 - Ábyrgð félagsmanna, takmörkuð eða ótakmörkuð
 - Er til staðar lagarammi um félagsformið og hversu tæmandi eru lagareglurnar
 - Hversu mikill sveigjanleiki er varðandi aðkomu og brotthvarf félagsmanna/haghafa
 - Flækjustig við slit/niðurlagningu félagsins
 - „Tekjustofnar“, hlutafjárframlag, stofnfé, lánsfjármögnun
 - Skattaleg málefni



Félagsform frh.

- Þar sem sameignar-, samlags-, og samlagshlutafélögum og byggðasamlögum getur fylgt ábyrgð félagsmanna telur KPMG þau ekki koma til greina.

Sjálfseignarstofnanir

- Einkenni sjálfseignarstofnana er að þær eiga sig sjálfar. Til eru þrjár tegundir sjálfseignarstofnana;
 - 1) Sjálfseignarstofnanir sem starfa á grundvelli laga nr. 33/1999 um sjálfseignarstofnanir sem stunda atvinnurekstur, en ekki er sjálfgefið að Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins muni stunda atvinnurekstur.
 - 2) Sjálfseignarstofnanir sem starfa á grundvelli laga nr. 19/1988 um sjóði og stofnanir sem starfa samkvæmt staðfestri skipulagsskrá.
 - 3) Sjálfseignarstofnanir sem falla ekki undir framangreint.
- Kostir sjálfseignarstofnana:
 - Meiri sveigjanleiki en hlutafélagalöggjöf kveður á um.
 - Ákveðið vald er játað í lögum nr. 33/1999 þeim sem hafa lagt fram stofnfé. Meðal annars varðandi ákvörðun um slit o.fl.
 - Mögulegt að hafa fleiri stjórnareiningar, t.d. fulltrúaráð.
 - Stofnanir sem starfa samkvæmt staðfestri skipulagsskrá eru almennt undanþegnar tekjuskatti en greiða skatt af vaxtatekjum
 - Stofnanir sem stunda atvinnurekstur kunna að vera undanþegnar greiðslu tekjuskatts ef hagnaði félagsins er varið til almannaheilla.
 - Hefðbundnar reglur um bókhald, reikningsskil, launagreiðslur, virðisaukaskatt o.fl.
- Gallar sjálfseignarstofnana:
 - Stofnendur geta ekki krafist þess að fá neinskonar arð eða fjárhagslegan ávinning og framlög eru óafturkræf.
 - Fábrotnari löggjöf.

Félagsform frh.

Hluta- og einkahlutafélög

- Hluta- og einkahlutafélög eru algengustu form félaga á Íslandi.
- Félögin bera sjálfstæða skattaðild. Allar tekjur að frádregnum gjöldum eru skattskyldar og á það við um hvers konar styrki sem félaginu hlotnast og ekki er sjálfgefið að gjöld séu frádráttarbær þar sem markmið félagsins er ekki að hagnast.
- Hlutafjárframlög eigenda teljast þó ekki til tekna og því möguleiki að auka hlutafé í stað þess að veita félaginu rekstrarstyrki.
- Ef eigendur félagsins eru undanþegnir skattskyldu, t.d. sveitarfélög, greiðist líka fjármagnstekjuskattur af úttektum, t.d. af úthlutun við slit.
- Slík félög kunna þó að vera undanþegin greiðslu tekjuskatts ef hagnaði félagsins er varið til almannaheilla og að hluthafar geri ekki kröfu um arð. Hluthafar geta þá ekki fengið greitt út úr félaginu, hvorki arð, andlag lækkunar hlutafjár eða úthlutun við félagsslit. Með þessu móti er einkahlutafélag í raun farið að nálgast það að vera sjálfseignarstofnun í atvinnurekstri.
- Kostir hluta- og einkahlutafélags:
 - Stjórnunarleg yfirráð sveitarfélaga best tryggð.
 - Sveigjanleiki, t.d. varðandi hvernig skattlagningu er háttað
 - Ekki útilokað að eigendur ráðstafi til sín mögulegum hagnaði.
 - Vel þekktar grunnreglur sem aðilar í atvinnulífinu þekkja vel til.
 - Markmiði um að hagsmunafyrirtæki komi að verkefninu en að sveitarfélögin hafi meirihlutavald hægt að ná fram t.d. með því að gefa út mismunandi hlutafjáflokka.
 - Möguleiki á að undir félagsstjórn starfi starfsstjórn sem fer með daglegan rekstur eða að fulltrúarnefnd verði skipuð sem fer með eftirlit með störfum félagsstjórnar og framkvæmdastjóra.
- Gallar hluta- og einkahlutafélags:
 - Hagsmunaaðilar e.t.v. frekar tilbúnir til að leggja fjármuni inn í sjálfseignarstofnun.

Samantekt

- Sé tilgangur félagsins ekki að endurgreiða það fjármagn sem til þess er lagt eða arð af því fjármagni teljum við að sjálfseignarstofnanir uppfylli vel þau skilgreindu markmið sem stefnt er að með stofnun félagsins.
- Sé hins vegar tilgangurinn að skapa arð og að eiga möguleika á endurgreiðslu fjármagns frá félaginu til eigenda sinni myndi hlutafélagi form betur uppfylla þau markmið sem sett hafa verið fram og þá einkum m.t.t. þess hvort félagið komi til með að halda utan um verulega eignir eða ekki.

Stjórn Áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins

Almennt

- Nauðsynlegt er að hafa tilskilin ákvæði í samþykktum félags um hvernig standa skuli að vali stjórnar og hvernig skuli fara ef sæti stjórnarmanns verður laust, t.d. vegna úrsagnar.

Fulltrúanefnd

- Verði ákveðið að skipa fulltrúanefnd þarf einnig að kveða á um hana í samþykktum félagsins, t.d. um vald hennar, starfssvið og starfstíma nefndarmanna.
- Framkvæmdarstjórar og stjórnarmenn mega ekki vera í fulltrúanefnd enda skal hún hafa eftirlit með því hvernig félagsstjórn og framkvæmdastjóri ráða málum félagsins.
- Fulltrúanefnd gætu skipað:
 - 1) Fulltrúar þeirra sem eiga aðild að stofnuninni og færi hver aðili með eitt atkvæði.
 - 2) Fulltrúar frá hagsmunaaðilum sem hver fer með eitt atkvæði. Hagsmunaaðilar væru t.d. lögaðilar með starfsstöð eða lögheimili á höfuðborgarsvæðinu og gera þjónustu- eða samstarfssamninga við stofnunina gegn föstu árgjaldi er stjórn ákveður.

Stjórn

- Stjórn félagsins gætu skipað fimm aðilar. Alltaf yrði í stjórn einn aðili frá Reykjavíkurborg en tveimur sætum yrði skipt á milli hinna sveitarfélaganna á tveggja ára fresti. Tveir aðilar í stjórn kæmu svo frá ferðapjónustufyrirtækjum með aðild að Áfangastaðastofunni.



KPMG

Áfangastaðurinn höfuðborgarsvæðið

Verkefnastjóri

31. Ágúst 2022
Stefnuráð – 2 fundur

Björn H Reynisson Verkefnastjóri



Hlutverk stefnuráðs

Hlutverk stefnuráðsins er að móta og vera ráðgefandi um tillögur um áfangastaðaáætlun, stefnu og framtíðarsýn um höfuðborgarsvæðið sem áfangastað til næstu 3 – 5 ára sem öll sveitarfélögin vinna þá eftir. Tillögur stefnuráðsins verða lagðar fyrir stjórn SSH til samþykktar, og í framhaldi lögð fyrir sveitarfélögin til endanlegrar afgreiðslu.



2017 /2018

2019

2020

2021

2022

Unnið að áfangastaðaáætlun fyrir höfuðborgarsvæðið en verkefnið gekk ekki til enda.

Undirbúningur og mótun sóknaráætlunar höfuðborgarsvæðisins 2020-2024

Kjörnir fulltrúar, atvinnulíf og stofnanir unnu stefnuna.

Áherslumál í Sóknaráætlunar höfuðborgarsvæðisins

- **Atvinna og nýsköpun**
- **Efla frekar svæðasamvinnu og samstarf**

Sérstakt áhersluverkefni sóknaráætlunar 2021.

Ákvörðun um að móta samstarf og skipulag um áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið með þátttöku stjórnvalda, sveitarfélaga, atvinnulífsins og annarra hagaðila.

Ráðgjafahópur sveitarfélaganna og ferðaþjónustunnar settur á fót.

Tillögum skilað um að verkefninu skuli haldið áfram.

Samningur sveitarfélaganna og atvinnulífsins.

Samningur við atvinnu- og menningamálaráðuneytið.

Stefnurráð sett á laggirnar og ráðgjafahópur starfar áfram og nú með verkefnastjóra.

- Áfangastaðaáætlun

- Undirbúningur og stofnun áfangastaðastofu höfuðborgarsvæðisins

Samantekt á verkefni



Tillögur settar fram

- **Tillaga 1:** Stofan yrði sjálfseignarstofnun í eigu sveitarfélaganna og hagaðila.
- **Tillaga 2:** Stofan yrði sjálfstæð eining undir Samtökum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu í eigu sveitarfélaganna með sérstöku ferðamálaráði bæði frá sveitarfélögunum og atvinnulífinu.
- **Tillaga 3:** Stofan yrði áfram hjá Reykjavíkurborg með sérstöku ferðamálaráði frá bæði sveitarfélögunum og atvinnulífinu.

27. Apríl 2021

Tilgangur, markmið og helstu verkefni

Tilgangur þessa samnings er að setja af stað samstarfsvettvang sveitarfélaga og atvinnulífsins á höfuðborgarsvæðinu um ferðamál með það hlutverk að styðja við þróun áfangastaðarins í átt að sjálfbærri framtíðarsýn og aukinni samkeppnishæfni. Áherslan verði á þróun, kynningar- og markaðsstarf ásamt samlegð og samtali hagaðila í ferðaþjónustu og tengdra aðila.

Markmið samnings þessa eru:

- Að efla vitund og þekkingu um áfangastaðinn og allt það sem svæðið hefur upp á að bjóða, jafnt fyrir ferðamenn og íbúa.
- Að þróa, móta og efla samstarf og samlegð um málefni ferðaþjónustunnar á höfuðborgarsvæðinu milli sveitarfélaga, atvinnulífs og stjórnvalda.
- Að efla samkeppnishæfni og slagkraft áfangastaðarins í alþjóðlegri samkeppni.
- Að stuðla að sátt íbúa, atvinnulífs og sveitarfélaga um málefni ferðaþjónustunnar.
- Að styrkja stoðir og uppbyggingu ferðaþjónustunnar eftir COVID19

Helstu verkefni samráðsvettvangsins á árinu 2022:

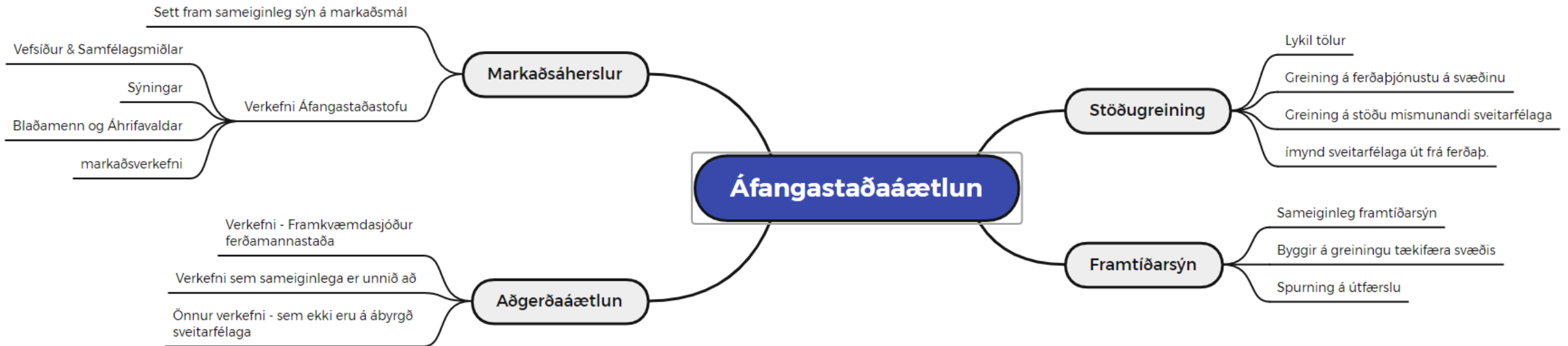
- Að vinna áfangastaðaáætlun, stefnumótun og framtíðarsýn fyrir áfangastaðinn og aðgerðaráætlun (til 3-5 ára).
- Að greina tölfræði og vinna markmið og mælikvarða fyrir áfangastaðinn.
- Að móta og byggja upp samstarfið.
- Að byggja upp samstarf við þátttakendur/fyrirtæki.
- Að undirbúa stofnun áfangastaða – og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið.

Áfangastaðaáætlun

Áfangastaðaáætlun er heilstætt ferli þar sem litið er til skipulags og samhæfingar í þróun og stýringu allra þeirra þátta sem geta haft áhrif á upplifun ferðamanna á viðkomandi svæði/áfangastað, þ.m.t. þarfir gesta, heimamanna, fyrirtækja og umhverfis.

Áfangastaðaáætlun er sameiginleg stefnuyfirlýsing sem hefur það að markmiði að stýra uppbyggingu og þróun svæðis yfir ákveðinn tíma, skilgreina hlutverk hagsmunaaðila, tiltaka beinar aðgerðir sem hver og einn hagsmunaaðili ber ábyrgð á og hvaða bjargir/auðlindir þeir hyggjast nýta við þá vinnu.

Áfangastaðaáætlun



Áfangastaðastofa

Áfangastaðastofa (e. Destination Management Organisation) er svæðisbundin þjónustueining á vegum opinberra aðila og einkaaðila sem hefur það meginhlutverk að styðja við ferðaþjónustu í viðkomandi landshluta og tryggja að hún þróist í takt við vilja heimamanna þar sem sjálfbærni er höfð að leiðarljósi.

Áfangastaðastofa

Samkvæmt skilgreiningu stjórnvalda eru hlutverk áfangastaðastofu eftirfarandi:

- a. Gerð og framkvæmd áfangastaðaáætlana ásamt tengingu við aðrar opinberar stefnur og áætlanir.*
- b. Aðkoma að gerð stefnumótunar og áætlana á landsvísu sem snertir ferðaþjónustu.*
- c. Aðkoma að þarfagreiningu rannsókna og mælinga á landsvísu til að tryggja samanburðarhæfni milli svæða auk þess að koma með tillögur og innsýn inn í rannsóknarpörf hvers landshluta.*
- d. Stuðla að vörupróun og nýsköpun auk þess að vinna að þróunarverkefnum.*
- e. Leggja mat á fræðslupörf, hafa aðkomu að þróunarverkefnum er varða hæfni og gæði í ferðaþjónustu, veita ráðgjöf varðandi fræðslu og miðla upplýsingum um hvað er í boði.*
- f. Sinna svæðisbundinni markaðssetningu í samstarfi við sveitarfélög og ferðaþjónustuaðila sem dregur fram sérstöðu landshlutanna og styður við markaðssetningu Íslands í heild.*
- g. Vera grunneining í stoðkerfi ferðamála í landshlutunum. Áfangastaðastofur liðsinna sveitarfélögum, fyrirtækjum og einstaklingum innan svæðis vegna ferðaþjónustu samkvæmt samstarfssamningum.*

Lykil tölur um ferðapjónustu á höfuðborgarsvæðinu

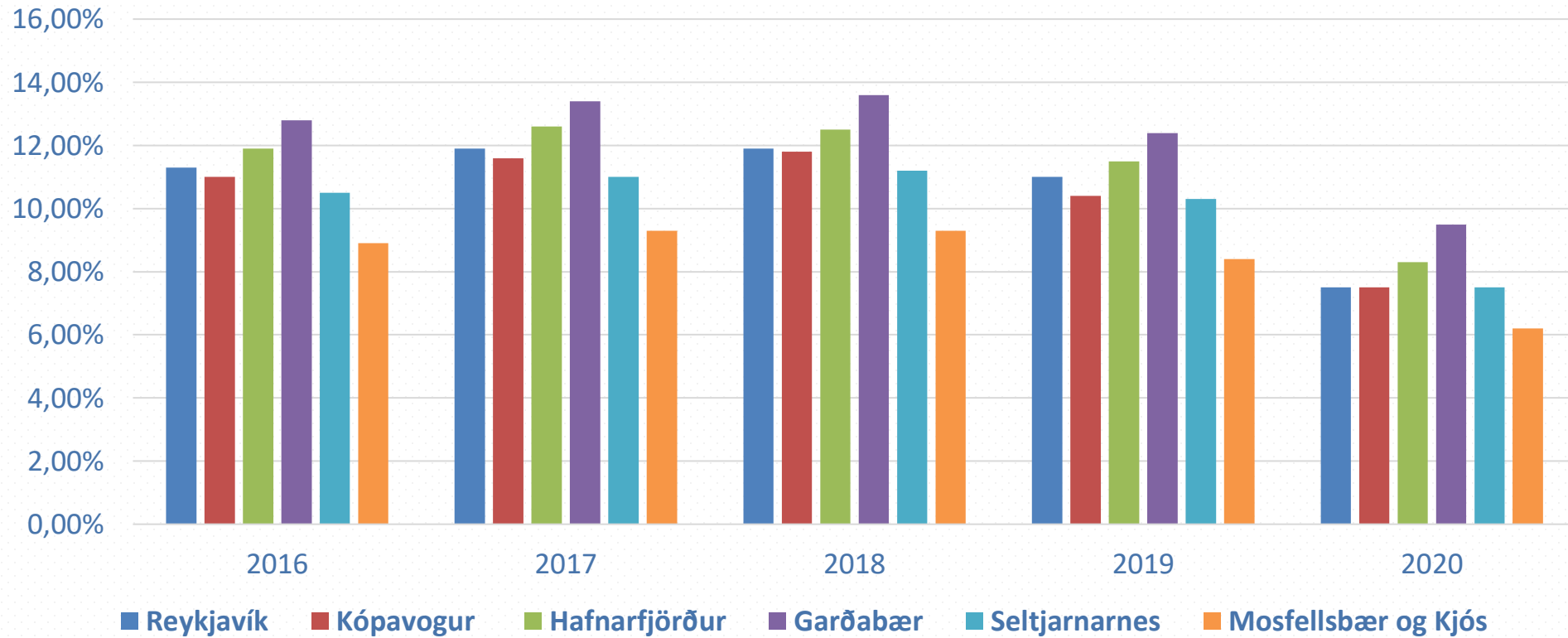
- Ferðapjónusta er **3 stærsta** atvinnugrein höfuðborgarsvæðisins út frá staðgreiðslu launa.
- Í Reykjavík er það **2 stærsta** einkarekna atvinnugrein borgarinnar.
- Útsvar launþega í ferðapjónustu eru **15,1 ma.kr.** eða 10,8% af heildinni árið 2019.
- **2,4 ma.kr** fasteignaskattar af fyrirtækjum í ferðapjónustu árið 2019.



Atvinnutekjur - Höfuðborgarsvæðið

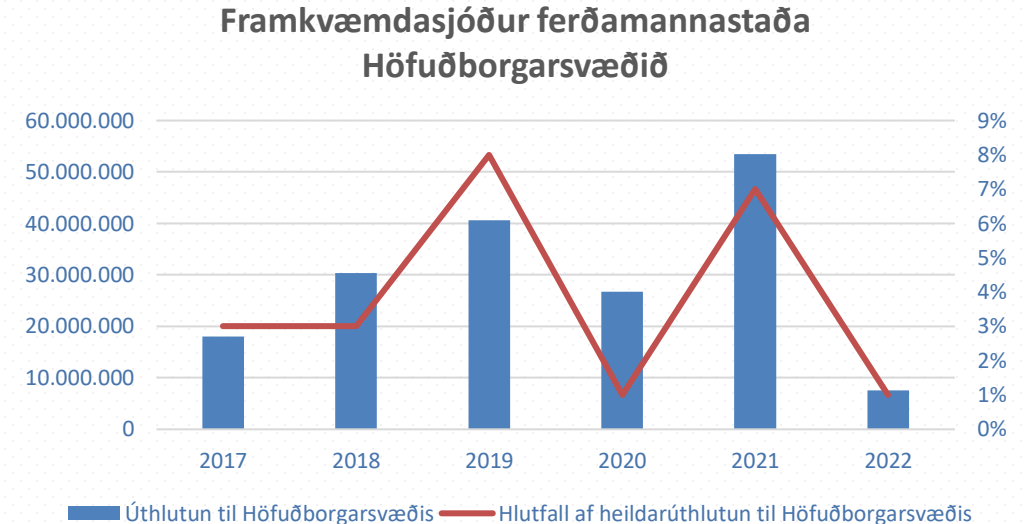
Sveitarfélög á Höfuðborgarsvæðinu

Atvinnutekjur á íbúa - Hlutdeild ferðapjónustu af heildartekjum eftir svæðum



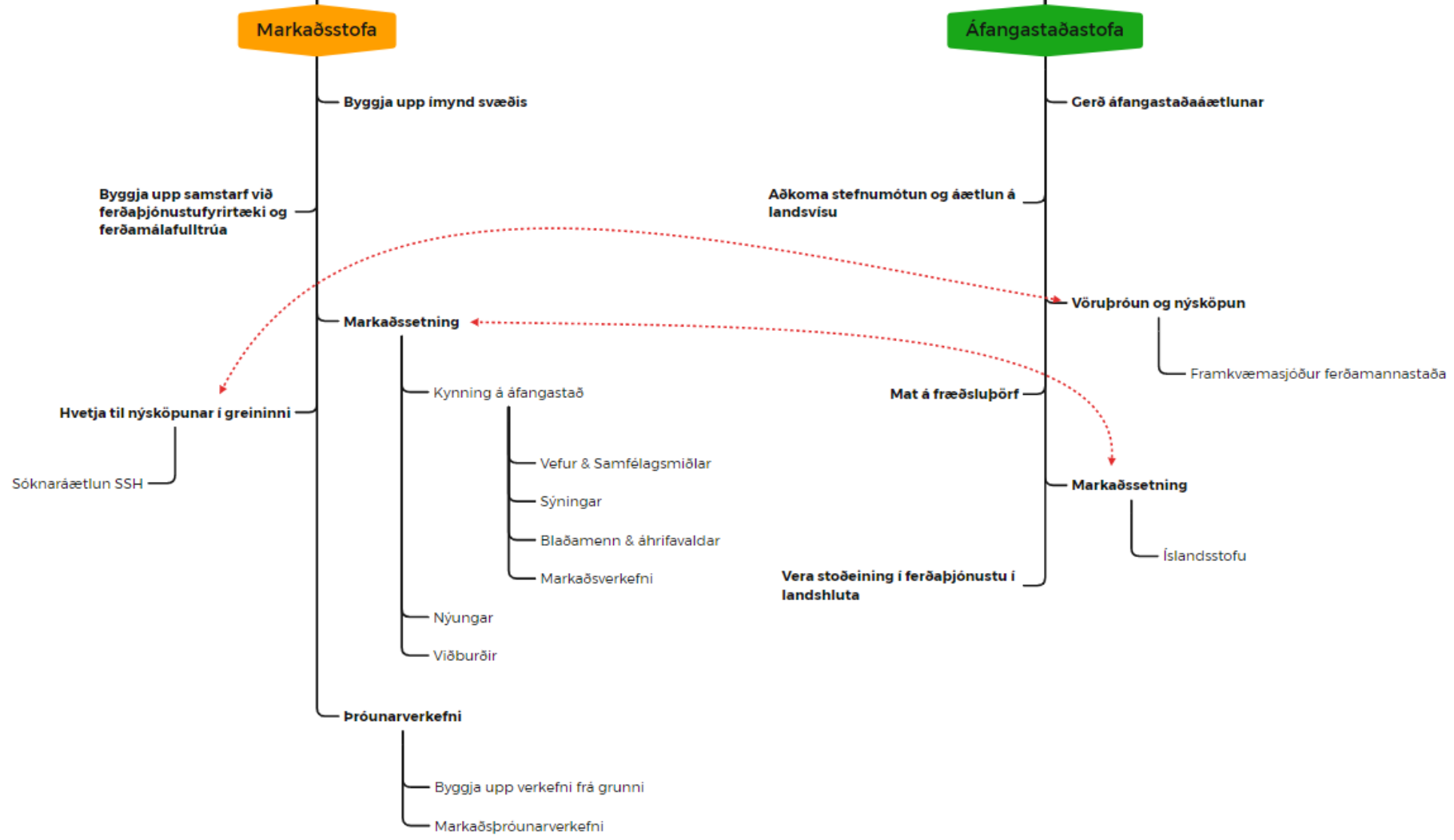
Framkvæmdasjóður ferðamannastaða

- 6,9 milljarðar frá árinu 2012
- Höfuðborgarsvæðið fengið 4% af heildar úthlutun frá upphafi eða 256. milljónir.
- 3 sveitarfélög aldrei fengið styrk



	2017 - 2022
Hafnarfjörður	59.710.000
Garðabær	24.580.000
Kópavogur	0
Reykjavík	92.362.000
Seltjarnarnes	0
Mosfellsbær	0
Heildarupphæð	176.652.000

Áfangastaðastofa /
Markaðsstofa
Höfuðborgarsvæðið



Greining

Viðtöl

Bæjarstjórar Starfsmenn Ráðgjafahópur

Greining á skýrslum og vefsíðum

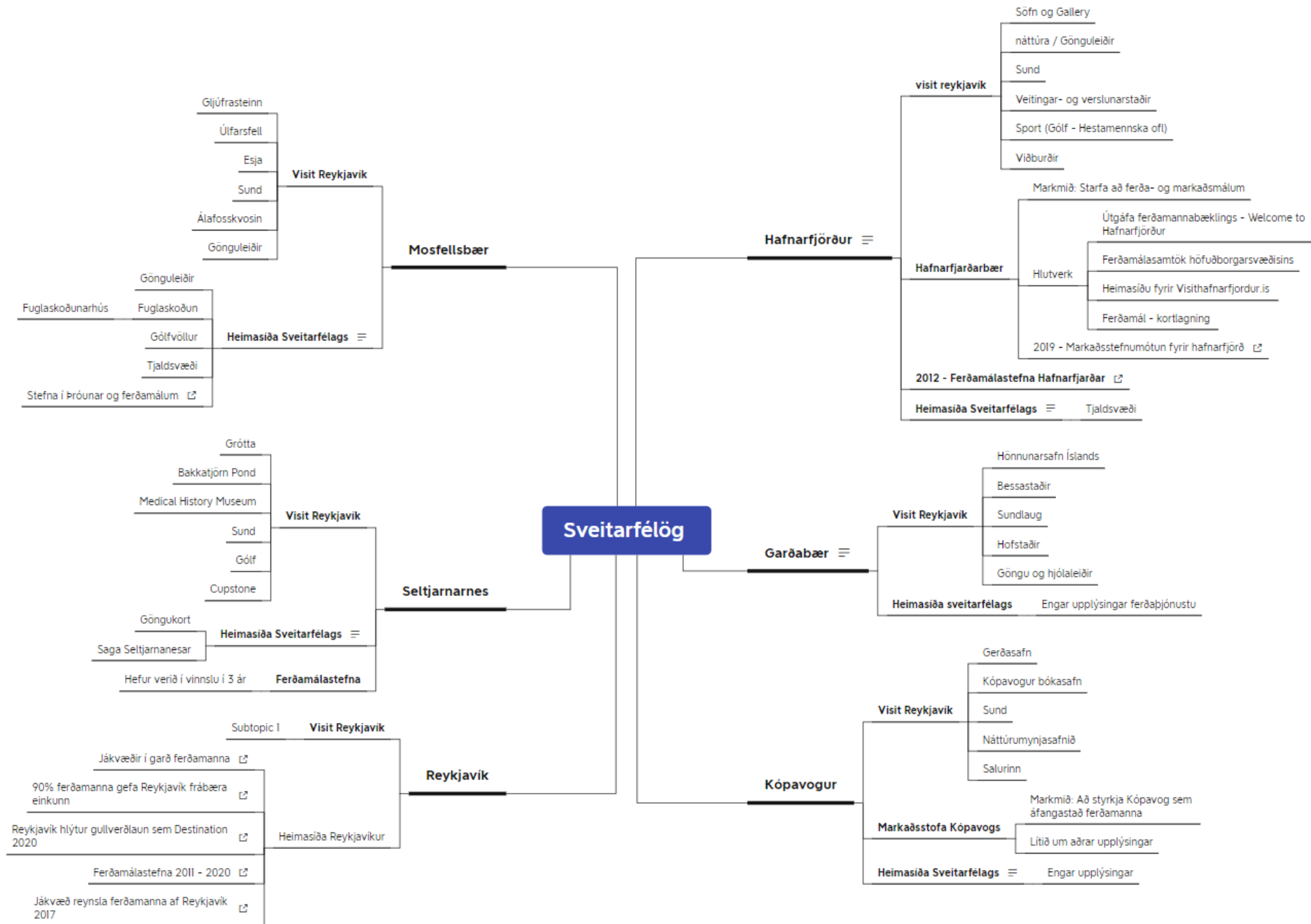
- Visit Reykjavík
- Heimasíða sveitarfélags
- Vinnustofur m. hagaðilum - Inga Hlín
- Vinnustofu m. menningar- og ferðamálasvið - Inga Hlín
- Greining á erl. síðum

Greining á ferðaþjónustu á svæðinu

Hvernig fyrirtæki Gisting Veitingarstaðir

Stefnur

- Ferðamálastefnur
- Svæðisskipulag
- Heimsmarkmið
- Leiðandi í sjálfbærri ferðaþjónustu - íslensk ferðaþjónusta 2030



Framtíðarsýn

Náttúra

Menning &
Listir

Velliðan

Sjálfbærni



Outdoor/Nature Náttúra



- Norðurljós — Skilgreind svæði til að skoða Norðurljós
- Gönguleiðir — Aðgengilegt í síma
- Hjólaleiðir — **Circle of Reykjavík capital**
- Fjaran — hvernig er hægt að upplifa fjöruna
- Fjöllin — Draga þau fram í markaðsefni
- Heiðmörk — Byggja upp heildarskipulag fyrir svæðið
- Esjan — Mögulegt Vörðuverkefni
- Hvalaskoðun og dýraskoðun

Circle of Reykjavík Capital





Wellness / Vellíðan



Böð



Sky Lagoon

Cupstone

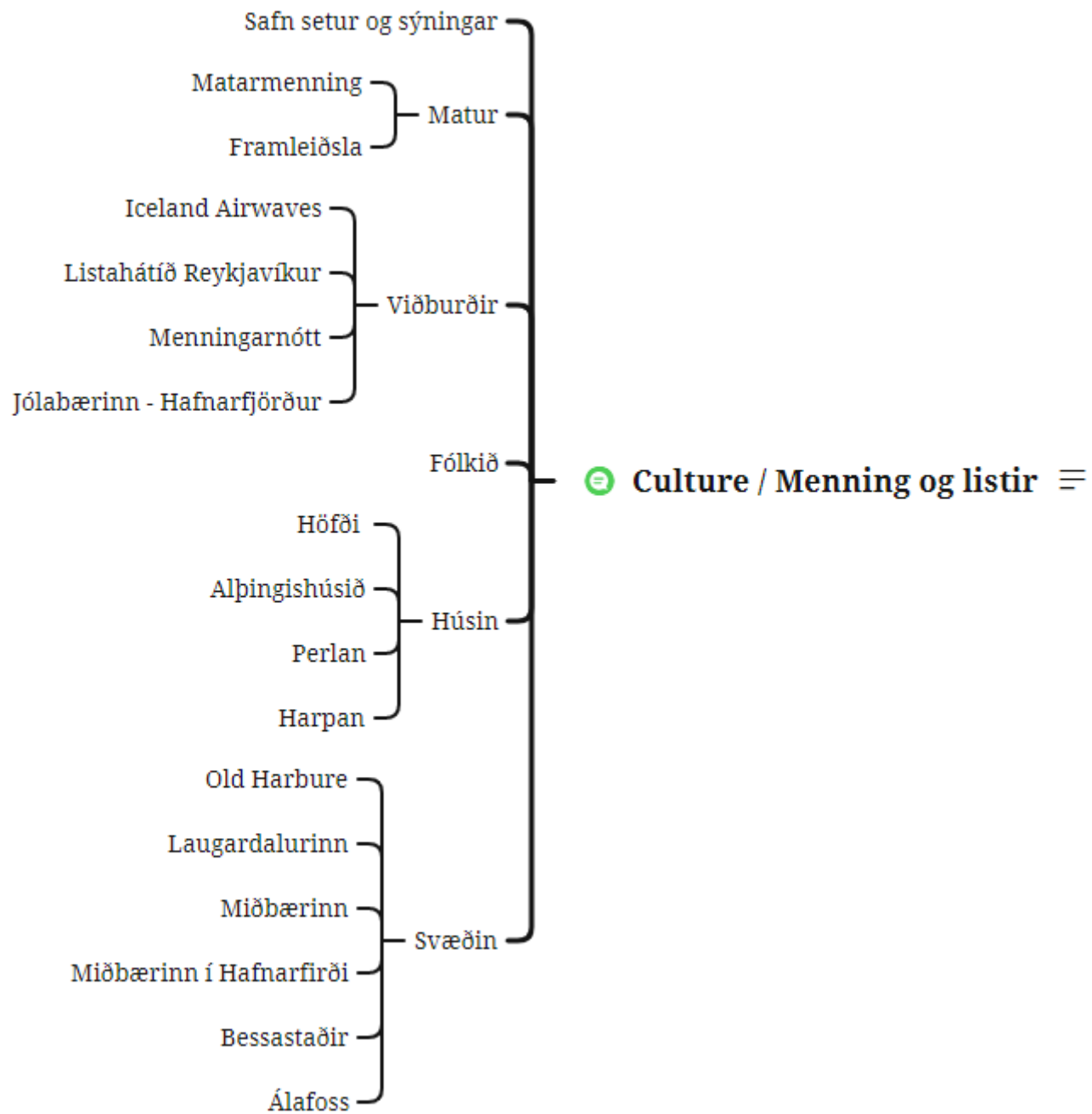
sundlaugar

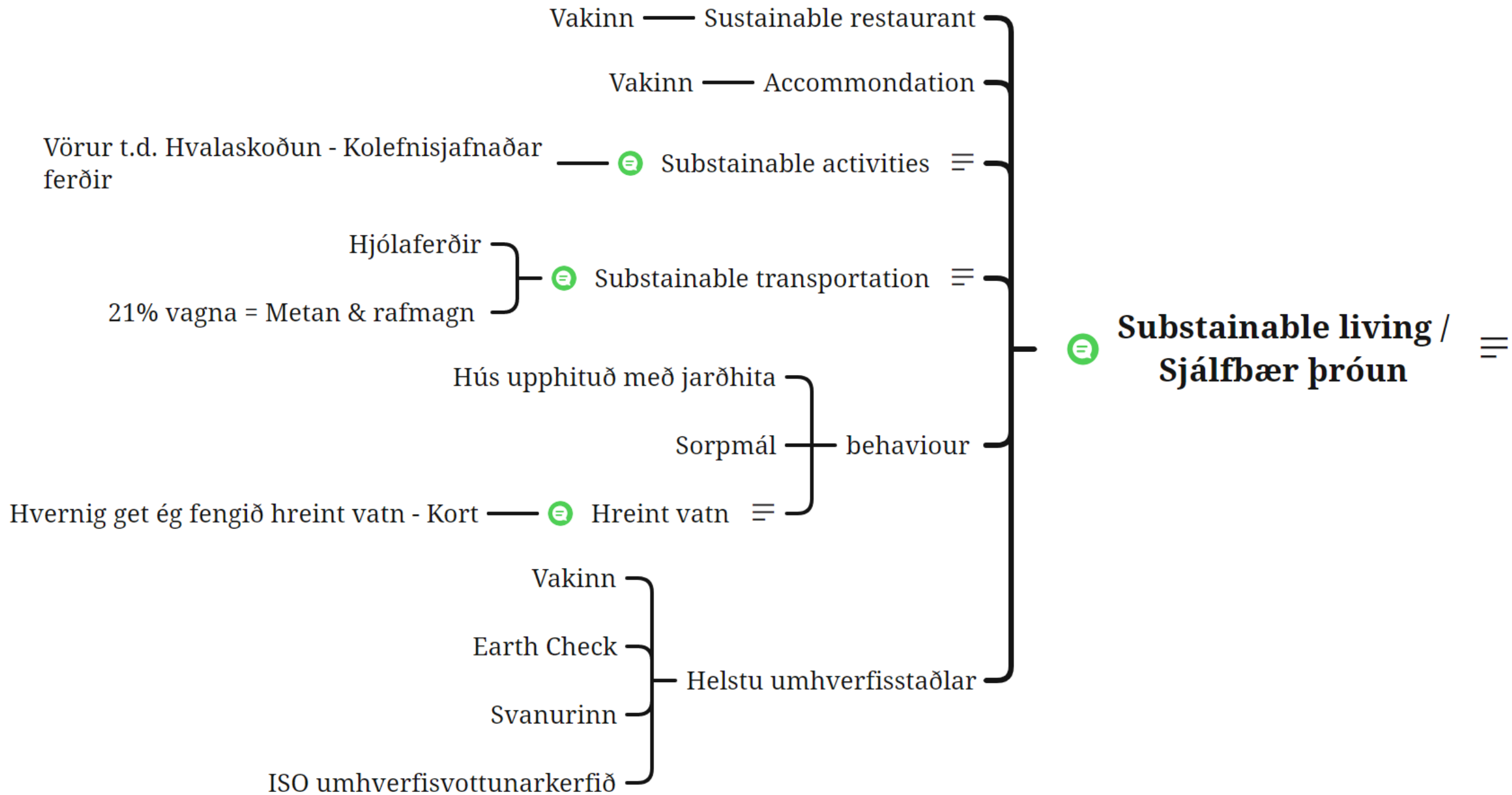
Nauthólsvík

Gönguleiðir

 Hjólaleiðir 

Heilsueflandi samfélag — Mosfellsbær

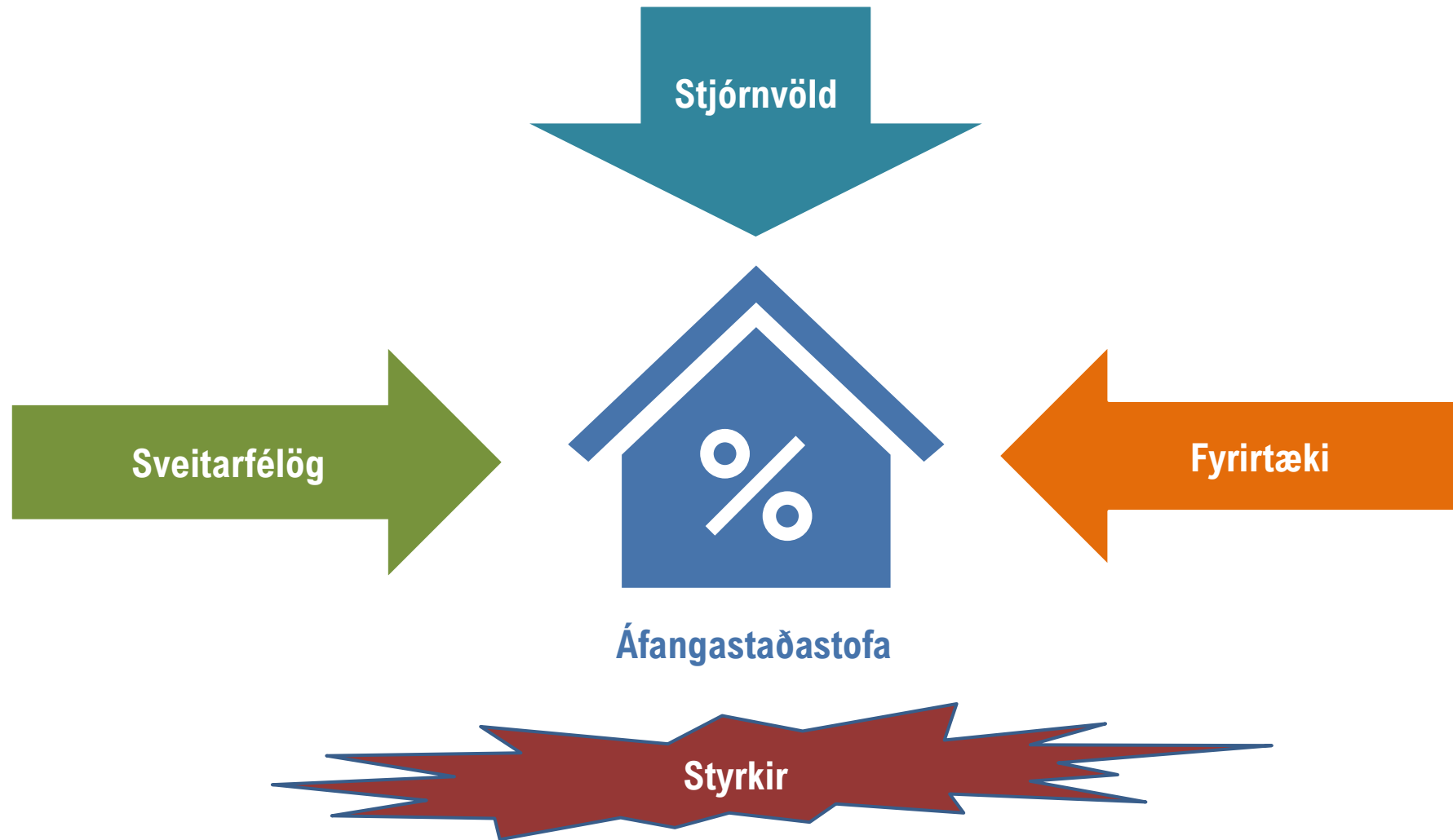




Af hverju Áfangastaðastofa

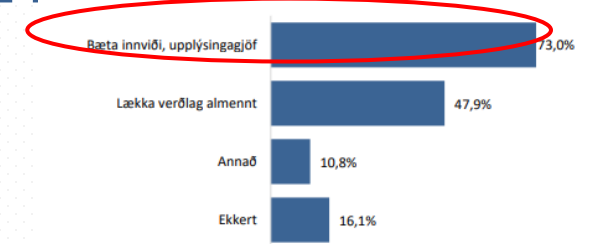


Fjármögnun Áfangastaðastofa



Hvað eru þróunarverkefni

Hvað þarf til að ferðamenn séu líklegri til að mæla með Íslandi sem áfangastað*



Þátttakendur í verkefnum

- Verkefni á vegum Íslandsstofu
- Verkefni á vegum stjórnvalda
- Talsmaður svæðis

Þróunarverkefni

- Verkefni sem mótast af þörfum svæðis
- *Reykjanesgeopark*
- *Flugklasinn Air66N*

Markaðs-þróunarverkefni

- Verkefni þar sem hægt væri að ná betri árangri með markaðsetningu.
- *Demantshringur*
- *Vestfjarðarleiðin*

Sameiginleg Verkefni

- Þar sem fleira en eitt sveitarfélag kemur að málum.
- Hjólreiðarhringur
- Kortlagning á Sjálfbærni

Aðgerðaráætlun

- Hvert sveitarfélag tekur saman hvaða verkefni skal gera sem tengjast ferðapjónstu
- Hluti verkefna mögulega sótt í framkvæmdasjóð ferðamannastaða.
- 15. nóvember

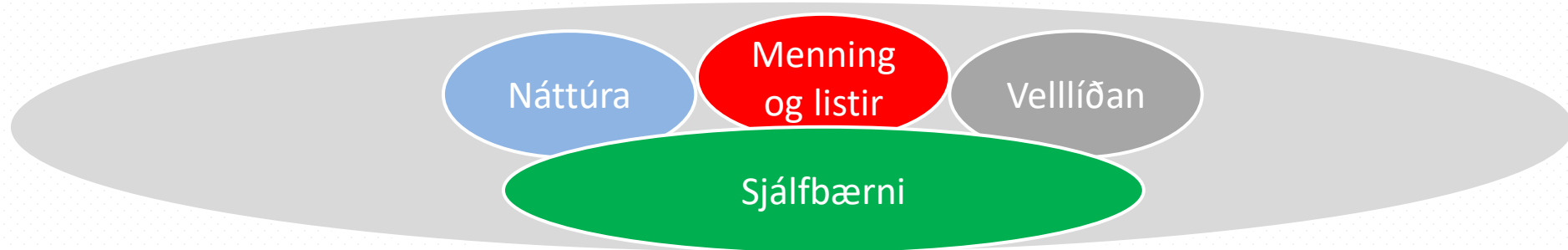


Verkefni 2		Heiti verkefnis:	
Hvert er verkefnið		Helstu þættir verkefnis	Kostnaður
		Staðsetning - Grófur tímarammi - aðrir mikilvægir þættir verkefnis	Áætlaður kostnaður (heimilt að sýna grófa áætlun)
	Stutt lýsing á verkefni (sýnidæmi)		ÁBYRGÐ Hver ber ábyrgð á framkvæmd. Eru stuðningsaðilar?

Áfangastaðir á Höfðuborgarsvæðinu.

Greining á áningarstöðum á höfðuborgarsvæðinu út frá visit reykjavík og vinnu við áfangastaðaáætlun 2018.

Framtíðarsýn verkefnis



Aðgerðaráætlun sveitarfélaga



Þátttakendur í verkefnum

Þróunarverkefni

Markaðsþróunarverkefni

Sameiginleg verkefni



Markaðsetning á áfangastað

Tímaáætlun



Tímaplan verkefnis – 31. Janúar 2023



Tillaga að Áfangastaðastofa – 15. September 2022



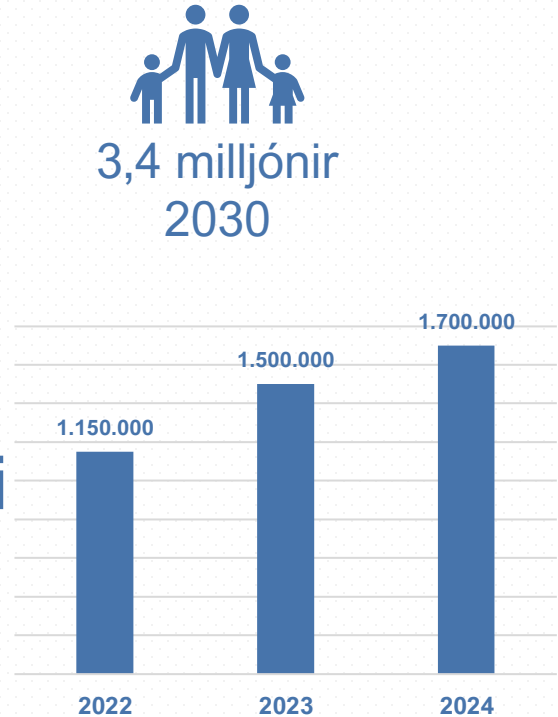
Sveitarfélög skila inn aðgerðaáætlun áfangastaðaáætlunar –
15. Nóvember 2022



Skil á áfangastaðaáætlun – 15. Janúar 2023

Af hverju Áfangastaðastofa

- Hvað er að fara gerast til 2030??
 - Hvar ætlum við að vera?
 - Hvernig tryggjum við samvinnu við íbúa?
 - Hvernig verndum við og búum til nýja áningarstaði
 - Hvernig tryggjum við að samskipti við fyrirtæki svæðisins
 - **Hvernig tryggjum við samkeppnishæfni svæðisins**



Af hverju Áfangastaðastofa

- Eykur slagkraft
- Allir eiga í stofunni – sveitarfélög og atvinnulífið
- Sameiginleg sýn á hvað áfangastaðurinn stendur fyrir
- Betri nýting fjármagns
- Þekking og reynsla fyrir allt svæðið
- Tryggir samvinnu
- Talsmaður svæðisins

Takk fyrir

Verkefnastjóri

Björn H Reynisson

bjorn@ssh.is

GSM 863 0001



Áfangastaða- og markaðsstofa fyrir Reykjavík og höfuðborgarsvæðið

Framvinda ágúst 2020 – janúar 2021

Unnið fyrir menningar- og ferðamálasvið hjá Reykjavíkurborg

Inga Hlín Pálsdóttir, janúar 2021

Samantekt

Í nýrri ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020 – 2025 er ein af þeim aðgerðum sem sett er í forgang að skoða skuli tillögur að áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið með öflugum stuðningi atvinnulífs og ríkis ásamt framlagi frá borginni. Jafnframt verði leitast eftir þátttöku frá nágrennasveitarfélögum.

Um miðjan ágúst var Inga Hlín Pálsdóttir ráðin sem ráðgjafi í verkefnið af Menningar- og ferðamálasviði Reykjavíkurborgar. Hennar verkefni var að leiða gerð tillagna að skipulagi, áherslum og mögulegu samstarfi hagaðila um áfangastaða- og markaðsstofu fyrir Reykjavíkurborg og höfuðborgarsvæðið.

Áfangastaðastofur

Í gegnum tíðina hefur megináhersla áfangastaðastofa í heiminum verið á mörkun og markaðssetningu viðkomandi áfangastaða. Straumar og stefnur í heiminum sýna að áfangastaðastofur eru að vikka út hlutverk sitt í meiri átt að áfangastaðastjórnun þannig að starfið snúi þá að öllum þeim þáttum sem koma að ferðaþjónustu á viðkomandi svæði, þ.m.t. mörkun, markaðssetningu, þróun, uppbyggingu, og samstarfi við alla viðeigandi hagaðila.

Öflugt starf í tengslum við ferðaþjónustu og áfangastaðastjórnun er mikilvægt fyrir samkeppnishæfni áfangastaða. Þar er horft til þess samkeppnisforskots sem hægt er að ná með því að nýta auðlindir í samstarfi hagaðila á skilvirkan og árangursríkan hátt til langs tíma. Mikilvægi slíkra stofa er talið mikið í tengslum við uppbyggingu ferðaþjónustunnar í og eftir COVID-19. Í þessu samhengi er horft til þess að sterk ímynd og vitund um áfangastað eykur samkeppnishæfni borga, bæjar- og sveitarfélaga, fyrirtækja og annarra aðila. Vinnan skapar einnig fókus og slagkraft í áherslum og verkefnum ásamt því að skapa jákvæð áhrif á ásynd, orðspor, vitund og þekkingu á áfangastaðnum til viðeigandi markhópa. Ásamt því m.a. að skapa grunn að framtíðarþróunarverkefnum, nýjum viðskiptum og fjárfestingum.

Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Ferðamálastofa og Stjórnstöð ferðamála hafa gert tillögu um að setja á fót áfangastaðastofur um land allt þar sem að stofnaðar væru leiðandi skipulagseiningar innan landshluta sem myndu styðja við þróun innan ferðaþjónustu í átt að sameiginlegri, sjálfbærri framtíðarsýn sem hefði það að markmiði að hámarka ábata svæðisins af ferðaþjónustu. Í því samhengi yrði stjórnskipulag slíkra stofnana það sama um land allt. Með slíkri stofnun væri kominn upp vettvangur fyrir bein samskipti og samstarf landshluta við ríkisvaldið. Samstarfið gæti gefið af sér tilflutning verkefna, aukið frumkvæði og sjálfræði. Markmiðið væri að einfalda stjórnsýslu, vera vettvangur fyrir samstarf og samþættingu.

Á höfuðborgarsvæðinu í dag er ekki sameiginlegt starf nema þegar kemur að markaðsmálum með sveitarfélögum. Höfuðborgarstofa hefur sinnt því hlutverki en stofan tilheyrir menningar- og ferðamálasviði hjá Reykjavíkurborg. Helstu verkefni sviðsins er snúa að ferðamállum eru markaðsmál innanlands og erlendis. Samstarfssamningur er á milli sveitarfélaganna um vörumerkið Reykjavík Loves. Áherslur starfsins í dag snúa því beint að markaðsmálum en ekki áfangastaðastjórnun eða þróun áfangastaðarins í samstarfi við hagaðila.

Áhugi og þörf hagaðila

Til þess að skoða áhugann og þörfina á áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið voru haldnar vinnustofur með helstu hagaðilum ásamt því að skoða fyrirkomulag á öðrum áfangastaða- og markaðsstofum bæði innanlands og erlendis. Yfir 60 aðilar komu að samtalinu frá ferðaþjónustunni, verslun og þjónustu, sveitarfélögum, menningu, markaðsstofum landshlutanna og fleiri hagaðilum sem þóttu mikilvægir samkvæmt hagaðilagreiningu. Helstu niðurstöður voru:

“Ferðaþjónustan er atvinnugrein sem þræðir sig í allar æðar þjónustu, uppbyggingar og upplifunar á höfuðborgarsvæðinu. Atvinnugrein sem var stærsta gjaldeyrisskapandi greinin fyrir COVID-19 og hefur alla burði til þess að verða það aftur. Sveitarfélög þurfa að styðja við og vinna með ferðaþjónustunni í uppbyggingunni sem er framundan og besta tækið til þess er aukin samlegð og samstarf hagaðila. Það er m.a. hægt að gera með samstarfsvettvangi, sameiginlegri stefnu og framtíðarsýn, skýrum markmiðum

og mælikvörðum, markaðssetningu og uppbyggingu ímyndar og ásýndar, vöruþróun, tölfraeðigögnum og markaðs- og þróunarverkefnum. Þannig eru aðilar sterkari saman til þess að takast á við þær áskoranir og tækifæri sem eru framundan.”

Flestar áfangastaða- og markaðsstofur eru reknaðar sem sjálfeignarstofnanir eða sem hluti af starfsemi sveitarfélaga á viðkomandi svæði. Allar stofurnar eru í virku samtali við ferðaþjónustufyrirtæki, sveitarstjórnir og aðra hagaðila á svæðinu. Helstu áherslur snúa að mörkun áfangastaðanna en áfangastaðastjórnun er sífellt að verða veigameiri þáttur í starfinu.

Í framhaldi af þessari vinnu voru teknar saman allar helstu forsendur og fýsileiki á samstarfi skoðaður út frá Reykjavíkurborg, stjórnvöldum, sveitarfélögum, atvinnulífinu, markaðsstofum bæði erlendis og á Íslandi. Miðað við þær forsendur er alveg ljóst að það er þörf og áhugi á frekara samstarfi og samtali í ferðamálum á höfuðborgarsvæðinu. Reykjavíkurborg og höfuðborgarsvæðið er þar nokkuð á eftir þegar kemur að því að vinna með þróun og áfangastaðastjórnun fyrir sinn áfangastað.

Tillögur um áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið

Ráðgjafi leggur fram tillögur í skýrslunni um mótun áfangastaðastofu fyrir allt höfuðborgarsvæðið byggt á þeim forsendum sem koma fram. Höfuðborgarstofa (nafni verði haldið) verði samstarfsvettvangur sveitarfélaga og atvinnulífs á höfuðborgarsvæðinu með það hlutverk að styðja við þróun áfangastaðarins í átt að sjálfbærri framtíðarsýn og aukinnar samkeppnishæfni. Höfuðborgarstofa verði áfangastaða- og markaðsstofa fyrir höfuðborgarsvæðið. Áherslan yrði á þróun, kynningar og markaðsstarf ásamt samlegð og samtali hagaðila í ferðaþjónustu og tengdra aðila.

Markmið starfsins sé:

- að efla vitund og þekkingu um áfangastaðinn og allt það sem svæðið hefur upp á að bjóða, jafnt fyrir ferðamenn og íbúa,
- að þróa og efla samstarf og samlegð um málefni ferðaþjónustunnar á höfuðborgarsvæðinu milli sveitarfélaga, atvinnulífs og stjórnvalda,
- að efla samkeppnishæfni og slagkraft áfangastaðarins í alþjóðlegri samkeppni,
- að stuðla að sátt íbúa, atvinnulífs og sveitarfélaga um málefni ferðaþjónustunnar,
- að styrkja stoðir og uppbyggingu ferðaþjónustunnar eftir COVID-19.

Áherslur starfsins kristallist í skýrri framtíðarsýn, markmiðum og mælikvörðum. Þar sem áherslan er á þróun og kynningar og markaðsstarf ásamt virku samtali við hagaðila innan alls höfuðborgarsvæðisins.

Þrjár tillögur voru síðan lagðar fram af ráðgjafa í skýrslunni um fyrirkomulag og rekstrarform en þær voru að:

- Tillaga 1: Höfuðborgarstofa yrði sjálfeignarstofnun í eigu sveitarfélaganna og hagaðila,
- Tillaga 2: Höfuðborgarstofa yrði sjálfstæð eining undir Samtökum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu í eigu sveitarfélaganna með sérstöku ferðamálaráði bæði frá sveitarfélögum og atvinnulífinu,
- Tillaga 3: Höfuðborgarstofa yrði áfram hjá Reykjavíkurborg með sérstöku ferðamálaráði frá bæði sveitarfélögum og atvinnulífinu.

Tillögur að næstu skrefum

Öflugt starf í tengslum við ferðaþjónustu og áfangastaðastjórnun er mikilvægt fyrir samkeppnishæfni höfuðborgarsvæðisins hvort sem er í alþjóðlegu samhengi eða innanlands. Ekki síst þarf að horfa til þess að nýta þarf auðlindir og skipuleggja samstarf með hagaðilum á skilvirkan og árangursríkan hátt til langs tíma.

Í lok ársins var ljóst að atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið horfir til landshlutasamtaka sveitarfélaganna sem viðsemjendur um áfangastaðastofur landshlutanna. Drög að samningi hafa verið send til Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðisins til skoðunar. Þau verkefni sem koma fram frá Ferðamálastofu í

framhaldinu um verkefni og áherslur falla vel að þeim verkefnum og áherslum í ofangreindum tillögum eftir samtali við hagaðila á höfuðborgarsvæðinu.

Það er alveg ljóst að efla þarf verkefni á sviði ferðamála á höfuðborgarsvæðinu til þess að vera betur samkeppnishæf. Í því samhengi þarf að efla og sinna þeim verkefnum sem koma fram í tillögum um áfangastaðastofu á vegum stjórnvalda ásamt þeim tillögum sem lagðar eru til af ráðgjafa hér í þessari skýrslu og eru byggðar á samtali við hagaðila og upplýsingum um aðrar áfangastaðastofur, bæði hér á Íslandi og alþjóðlega.

Að sama skapi þarf að efla samstarf á höfuðborgarsvæðinu í ferðamálum og það kemur skýrt fram í öllum samtölum og vinnustofum hvort sem er frá sveitarfélögum eða atvinnulífinu. Ljóst er einnig samkvæmt tillögum sem eru lagðar hér til um skipulag, áherslur og samstarf og þá rýni sem hefur fram að mikill áhugi er á því að halda vinnunni áfram og stofna öfluga áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið.

Miðað við rýnifundi virðist áhugi fyrir samstarfi um tillögur 1 - sjálfseignarstofnun og tillögu 2 - þar sem áfangastaðastofan væri sjálfstæð eining undir stjórn SSH. Mikil grunnvinna þyrfti að fara fram áður en farið væri í aðra hvora tillöguna. Þar er horft sérstaklega til vilja og áhuga sveitarfélaganna á samstarfi og hvernig því væri háttað, Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins þurfa að undirbúa og efla samtali innan sinna raða ásamt því að skoða þarf hvernig samstarfi væri háttað í tengslum við Samtök verslunar og þjónustu. Skýr vilji þarf einnig að vera hjá Reykjavíkurborg að fara þá vegferð þar sem að grunnurinn að áfangastaðastofu liggur í núverandi Höfuðborgarstofu og verkefnum hennar.

Hér er því lagt til af ráðgjafa að næsta skref væru eftirfarandi:

- Tillögur atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins byggja á því að samningar um áfangastaðastofur liggja hjá landshlutasamtökum sveitarfélaganna. Því er það lagt til að ábyrgðin á verkefninu verði færð til Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu. Þau ráði verkefnisstjóra til áframhaldandi vinnu í samstarfi aðila til þess að móta samstarfið frekar.
- Mótaður verði ráðgjafahópur á vegum Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu, Ferðamálasamtaka höfuðborgarsvæðisins og Samtaka verslunar og þjónustu sem móti aðgerðaráætlun til næstu mánaða byggða á þeirri vinnu sem þegar hefur farið fram.

Efnisyfirlit

Inngangur	5
Aðferðafræði og vinnsla verkefnisins	5
1. Umfang & undirbúningur	6
Skilgreining á áfangastaðastofu	6
Áfangastaðastofur á Íslandi og áfangastaðaáætlanir	9
Skipulag ferðamála hjá Reykjavíkurborg	10
Hagaðilagreining	10
2. Uppgötva – þarfir og áhugi á áfangastaðastofu	11
Áfangastaða- og markaðsstofur valdra höfuðborga	11
Vinnustofa með Menningar- og ferðamálasviði Reykjavíkurborgar	12
Vinnustofur með hagaðilum	13
Markaðsstofur landshlutanna	13
Sveitarfélög á höfuðborgarsvæðinu	15
3. Fýsileiki og mótun samstarfs	16
Fýsileiki og forsendur fyrir mótun samstarfs	16
Tillaga að áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið	16
Fyrirkomulag á samstarfi – rekstrarform	19
Tillaga 1: Höfuðborgarstofa – sjálfseignarstofnun	20
Tillaga 2: Höfuðborgarstofa sjálfstæð eining undir SSH	21
Tillaga 3: Höfuðborgarstofa hjá Reykjavíkurborg	22
Fjármögnun	23
4. Framtíðin og næstu skref	23
Rýni frá atvinnulífinu	23
Tillögur um áfangastaðastofur og SSH	25
Tillaga að næstu skrefum	26
Heimildir	27

Inngangur

Í nýrri ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020 – 2025 er ein af þeim aðgerðum sem sett er í forgang að skoða skuli tillögur að áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið með öflugum stuðningi atvinnulífs og ríkis ásamt framlagi frá borginni. Jafnframt verði leitast eftir þátttöku frá nágrannasveitarfélögum.

Um miðjan ágúst var Inga Hlín Pálsdóttir ráðin sem ráðgjafi í verkefnið af Menningar- og ferðamálasviði Reykjavíkurborgar. Hennar verkefni var að leiða gerð tillagna að skipulagi, áherslum og mögulegu samstarfi hagaðila um áfangastaða- og markaðsstofu fyrir Reykjavíkurborg og höfuðborgarsvæðið.

Í upphafi verkefnisins var ljóst að gott samstarf þyrfti að eiga við Samtök sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu þar sem að samtökin höfðu einnig haft á dagskrá sóknaráætlunar að skoða fýsileika slíkrar stofu. Því var ákveðið frá byrjun að eiga gott samtal um framvindu verkefnisins.

Í ferðamálastefnu stjórnvalda og áherslum Stjórnstöðvar ferðamála og Ferðamálastofu kemur einnig fram áhugi á því að stofnaðar séu áfangastaðastofur um land allt sem væru leiðandi skipulagseiningar innan landshluta um ferðamál. Tekið var tillit til þeirrar vinnu sem síðan þróaðist þegar leið á verkefnið.

Meðfylgjandi er framvinduskýrsla verkefnisins frá ágúst 2020 fram í byrjun janúar 2021. Ásamt upplýsingum um þá aðferðafræði sem stuðst var við við vinnslu verkefnisins.

Aðferðafræði og vinnsla verkefnisins



Umfang



Undirbúningur



Uppgötva



Fýsileiki samstarfs



Mótun samstarfs



Framtíðin

Verkefninu var skipt upp í eftirfarandi fasa:

1. **Umfang og undirbúningur** (ágúst – september)
2. **Uppgötvun – þarfir og áhugi á áfangastaðastofu** (september – nóvember)
3. **Fýsileiki og mótun samstarfs** (nóvember – desember)
4. **Framtíðin og næstu skref** (desember/janúar -)

Framvinduskýrslunni er skipt upp eftir þessum fösum og þær upplýsingar settar fram sem gagnast við úrvinnslu og mótun verkefnisins og samstarfsins. Í lokin eru gerðar tillögur um næstu skref.

1. Umfang & undirbúningur

Verkefnið hófst um miðjan ágúst og var þá farið í að skoða hvernig ætti að nálgast verkefnið og setja upp tímalínu þess. Ásamt því að farið var yfir fyrirbyggjandi gögn um áfangastaðastofur og skilgreiningar á þeim. Í því samhengi var mikilvægt að greina hagaðila mögulegrar áfangastaðastofu.

Fyrirliggjandi gögn

Í upphafi voru skoðuð gögn um áfangastaða- og markaðsstofur s.s. frá European City Marketing (ECM)¹ og ferðamálaráði Sameinuðu þjóðanna (UNTWO)². Einnig voru gögn frá atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu, Ferðamálastofu og Stjórnstöð ferðamála um áfangastaðastofur rýnd og stefna stjórnvalda í ferðamálum. Ásamt því að skoða svæðisskipulag³ og sóknaráætlun höfuðborgarsvæðisins⁴ en í samþykktum verkefnum fyrir árin 2020 – 2024 kemur fram áhugi á því að skoða fýsileikann á áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið⁵. Einnig var rýnt í aðalskipulag Reykjavíkur⁶ í samhengi við ferðamál ásamt ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar⁷ og eldri skýrslur. Á sama tíma hittu ráðgjafi aðila sem höfðu verið tengdir bæði hugmyndum um áfangastaðastofu sem og áfangastaðaáætlunum bæði innan Reykjavíkurborgar sem og aðra aðila í stjórnsýslu ferðaþjónustunnar s.s. Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytinu, Stjórnstöð ferðamála, Ferðamálastofu og Sambandi íslenskra sveitarfélaga. Í framhaldinu var farið í að skoða skilgreiningar á áfangastaðastofu.

Skilgreining á áfangastaðastofu

Í gegnum tíðina hefur megináhersla áfangastaðastofa í heiminum verið á mörkun og markaðssetningu (e. destination branding and marketing) viðkomandi áfangastaða. Straumar og stefnur í heiminum sýna að áfangastaðastofur eru að vikka út hlutverk sitt í átt að áfangastaðastjórnun (e. destination management) þannig að starfið snúi að öllum þeim þáttum sem koma að ferðaþjónustu á viðkomandi svæði, þ.m.t. mörkun, markaðssetningu, þróun, uppbyggingu og samstarfi við alla viðeigandi hagaðila. Mikilvægi slíkra stofa er talið mikið í tengslum við uppbyggingu ferðaþjónustunnar í og eftir COVID-19. Horfa má einnig til þess að áherslan er að færast frá þeirri hugsun að stofurnar vinni fyrir sína hagaðila heldur séu þeir að vinna saman að helstu málum með vísun í að eiga öflugt og skipulagt samtal og samstarf.

Áfangastaðastjórnun er skilgreind eftirfarandi hjá ferðamálaráði Sameinuðu þjóðanna (UNTWO)⁸:

“Destination management consists of the coordinated management of all the elements that make up a tourism destination. Destination management takes a strategic approach to link-up these sometimes very separate elements for the better management of the destination. Joined up management can help to avoid overlapping functions and duplication of effort with regards to promotion, visitor services, training, business support and identify any management gaps that are not being addressed.”

¹ European City Marketing: www.europeancitymarketing.com

² World Tourism Organisation, Policy and destination management.

³ Svæðisskipulag höfuðborgarsvæðisins 2040: https://www.ssh.is/images/stories/Hofudborgarsvaedid_2040/HB2040-2015-07-01-WEB_Undirritad.pdf

⁴ Sóknaráætlun höfuðborgarsvæðisins 2020-2024: https://www.ssh.is/images/stories/Soknaraaetlun/2020-2024/Soknaraaetlun_Hofudborgarsvaedisins_2020-2024.pdf

⁵ Áherslu verkefni sóknaráætlunar höfuðborgarsvæðisins 2020: https://www.ssh.is/images/stories/Soknaraaetlun/2020-2024/Ahersluverkefni_2020_SSH.pdf

⁶ Aðalskipulag Reykjavíkurborgar: <https://reykjavik.is/thjonusta/adalskipulag-reykjavikur>

⁷ Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar: https://reykjavik.is/sites/default/files/ferdamalastefna_reykjavikurborgar_2020-2025.pdf

⁸ World Tourism Organisation, Policy and destination management: <https://www.unwto.org/policy-destination-management>

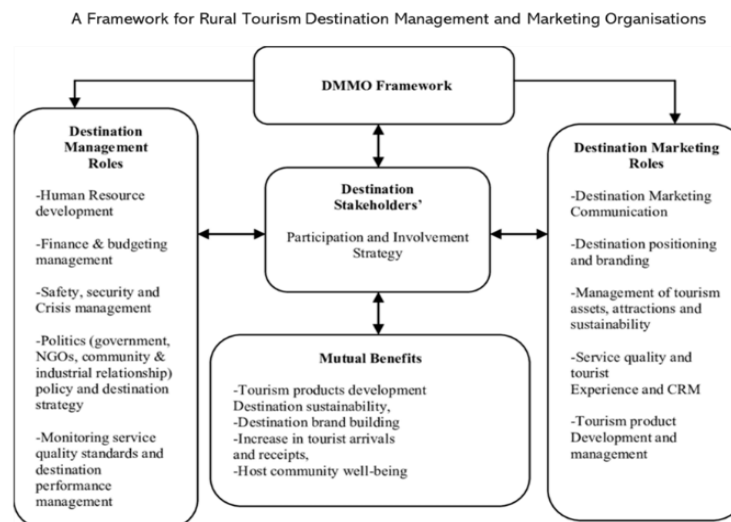
Destination management calls for a coalition of many organizations and interests working towards a common goal, ultimately being the assurance of the competitiveness and sustainability of the tourism destination. The Destination Management Organization's (DMO) role should be to lead and coordinate activities under a coherent strategy in pursuit of this common goal.

Though DMOs have typically undertaken marketing activities, their remit is becoming far broader, to become a strategic leader in destination development. This is a vital ingredient for success in every tourism destination and many destinations now have DMOs to lead the way.

From traditional marketing and promotion boards the trend is for these entities to increasingly enlarge their scope to become all-embracing DMOs, aiming to enhance the competitiveness and sustainability of destinations within a harmonious relationship between the residents and visitors."

Ferðamálaráð Sameinuðu þjóðanna leggur áherslu á og telur að árangur af slíkri vinnu megi finna með stefnumótandi forystu, áhrifaríkri innleiðingu og stjórnsýslu. Þá er hoft sérstaklega til þessarar þróunar þegar horft er til sjálfbærni og hvernig sé hægt að ná jafnvægi og góðu samtali íbúa og ferðamanna á áfangastöðum.

Ekki er beinlínis til neinn einn rammi um það hvernig áfangastaðastofur vinna heldur fer það eftir áherslum og stefnumótun hvers og eins áfangastaðar. Eftirfarandi rammi getur þó gefið nokkra glögga mynd af því hvaða verkefni eru lögð áherslu á⁹:



Í gegnum árin hefur mörkun áfangastaða verið eitt meginverkefni áfangastaðastofa og hafa þau fræði einnig þróast og þarf að huga að þeim breytingum við þróun áfangastaðastofu. Ráðgjafafyrirtækið Future Place Leadership hefur sett fram ramma í tengslum við mörkun staða (e. place branding) þegar kemur að bæði áfangastaðnum, stað til þess að draga til sín ferðamenn, útflutning, fjárfesta og erlenda sérfræðinga.

Mörkunin hefur verið skilgreind eftirfarandi¹⁰:

“Place branding is a long-term strategic process that creates political, reputational and physical changes in a city, region or country, in order to maintain or transform the way both local and foreign citizens as well as companies experience and perceive a place. It is about change leadership and

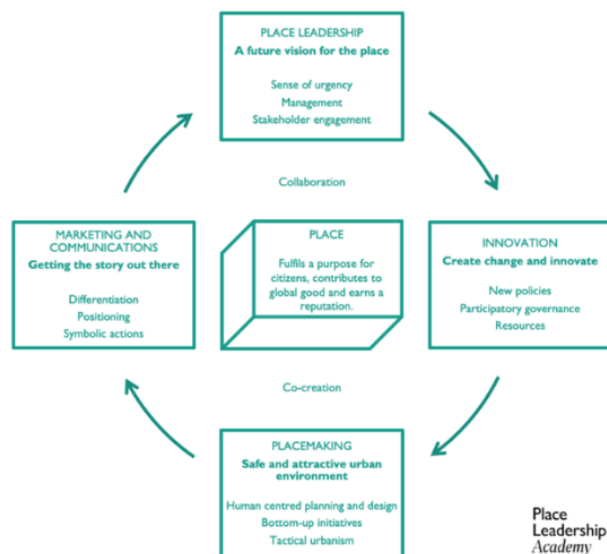
⁹ Researchgate – A framework for Rural Tourism Destination Marketing Organisation: https://www.researchgate.net/figure/Destination-management-and-marketing-organisation-framework-DMMO_fig2_265253251

¹⁰ Future Place Leadership. Nordic Place Branding Report 2020: <https://placeleadershipacademy.com/>

improving places for both economic and social aims, without harming the planet or future generations.”

Þeir þættir sem er mikilvægt að horfa til eru ekki aðeins markaðssetning, eins og áður hefur verið, heldur að hafa skýra sýn og stjórnun fyrir áfangastaðinn, áherslu á nýsköpun og nýjar stefnur og strauma, uppbyggingu og þróun staða innan svæðisins ásamt því að koma staðnum á framfæri með markaðssetningu og kynningu þar sem að sérkenni og samkeppnishæfni áfangastaðarins er skýr. Þetta sé gert í góðu samtali og uppfylli þarfir allra helstu hagaðila og þá ekki sist íbúa. Þessi mynd gefur sýn á þá þróun¹¹:

Place Branding Framework



Mikilvægi samstarfs hagaðila er ávallt hjartað í starfi áfangastaðastofa hvort sem kemur að stjórnun, mörkun, markaðssetningu eða þróun áfangastaðarins þar sem að aðilar koma sér saman um sameiginlega stefnu, markmið og mælikvarða.

Áfangastaðastjórnun og mörkun áfangastaða er mikilvæg fyrir áfangastaði og það hefur margsannað sig. Öflugt starf í tengslum við ferðaþjónustu og áfangastaðastjórnun er mikilvægt fyrir samkeppnishæfni áfangastaða. Þar er horft til þess samkeppnisforskots sem hægt er að ná með því að nýta auðlindir í samstarfi hagaðila á skilviran og árangursríkan hátt til langs tíma. Í þessu samhengi kemur skýrt fram í fræðunum að slíkt samstarf og áherslur hafa áhrif á¹²:

- Sterka ímynd og vitund um áfangastað sem eykur samkeppnishæfni borga, bæjar- og sveitarfélaga, fyrirtækja og annarra hagaðila
- Skapar sameiginlegan fókus og slagkraft í áherslum og verkefnum bæði fyrir borg, sveitarfélög, fyrirtæki og aðra hagaðila

¹¹ Future Place Leadership. Nordic Place Branding Report 2020: <https://placeleadershipacademy.com>

¹² Samantekt ráðgjafa meðal annars: Bill Baker (2007). Destination Branding for Small Cities. The Essential for Successful Place Branding.

- Skapar jákvæð áhrif á ásýnd, orðspor, vitund og þekkingu á áfangastaðnum og því sem hann hefur upp á að bjóða til viðeigandi markhópa (íbúa, ferðamanna, fjárfesta osfrv.)
- Grunn að framtíðar þróunarverkefnum, nýjum viðskiptum og fjárfestingum
- Betri nýtingu á fjármunum og starfsfólki
- Byggja upp sameiginlega þekkingu
- Hefur jákvæð áhrif á að laða að og halda í hæfileika fólk
- Fljótari bata eftir krísur s.s. náttúruöfl eða slæma umfjöllun / COVID-19

Áfangastaðastofur á Íslandi og áfangastaðaáætlanir

Atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Ferðamálastofa og Stjórnstöð ferðamála létu gera skýrslu um áfangastaðastofur á árinu 2019.¹³ Í framhaldi voru settar fram tillögur um að setja á fót áfangastaðastofur um land allt, þar sem að stofnaðar væru leiðandi skipulagseiningar innan landshluta sem myndu styðja við þróun innan ferðaþjónustu í átt að sameiginlegri, sjálfbærri framtíðarsýn með það að markmiði að hámarka ábata svæðisins af ferðaþjónustu. Í því samhengi yrði stjórnskipulag slíkra stofnana það sama um land allt. Með slíkri stofnun væri kominn upp vettvangur fyrir bein samskipti og samstarf landshluta við ríkisvaldið. Samstarfið gæti gefið af sér tilflutning verkefna, aukið frumkvæði og sjálfræði. Markmiðið væri að einfalda stjórnslu, vera vettvangur fyrir samstarf og samþættingu.¹⁴

Helstu verkefni áfangastaðastofu voru nefnd eftirfarandi:

- Gerð og framkvæmd áfangastaðaáætlana og viðskiptaáætlana fyrir ferðaþjónustu, ásamt tengingu við aðrar opinberar stefnur og áætlanir.
- Aðkoma að gerð stefnumótunar og áætlana á landsvísu sem snerta ferðaþjónustu.
- Þátttaka í rannsóknnum og mælingum, öflun áreiðanlegra gagna.
- Álagsmat efnahags, samfélags og náttúru gagnvart fjölda ferðamanna.
- Vöruþróun og nýsköpun.
- Stuðningur við tæknivæðingu ferðaþjónustunnar.
- Uppbygging hæfni og gæða.
- Öryggi ferðamanna.
- Kynning og markaðssetning.
- Upplýsingamiðlun.
- Liðsinni við einstök sveitarfélög, fyrirtæki og einstaklinga innan svæðis vegna ferðaþjónustu.

Lagt var til að áfangastaðastofur væru fjármagnaðar af stjórnvöldum, sveitarfélögum og atvinnulífinu. Ásamt því að sótt yrði í styrki í viðeigandi áætlanir á landsvísu, s.s. sóknaráætlanir, og í alþjóðleg verkefni.

¹³ Ferðamálastofa: Áfangastaðastofur: https://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/DMO/dmo_study_full_190912_lowres.pdf

¹⁴ Upplýsingar frá Ferðamálastofu og Stjórnstöð ferðamála – samtöl og glærुकynningar.

Mikilvægur þáttur í starfi áfangastaðastofa og kjarninn í starfi þeirra væru áfangastaðaáætlanir. Samkvæmt skilgreiningu Ferðamálastofu¹⁵ eru áfangastaðaáætlanir heildstætt ferli þar sem litið er til skipulags og samhfæingar í þróun og stýringu allra þeirra þátta sem geta haft áhrif á upplifun ferðamanna á viðkomandi svæði/áfangastað, þ.m.t. þarfir gesta, heimamanna, fyrirtækja og umhverfis. Áfangastaðaáætlun er sameiginleg stefnuýfirlýsing sem hefur það að markmiði að stýra uppbyggingu og þróun svæðis yfir ákveðinn tíma, skilgreina hlutverk hagsmunaaðila, tiltaka beinar aðgerðir sem hver og einn hagsmunaaðili ber ábyrgð á og hvaða bjargir/auðlindir þeir hyggjast nýta við þá vinnu. Þá er það sérstaklega nefnt að hafa þurfa í huga að áfangastaðaáætlun taki á skipulagi, þróun og markaðssetningu svæðis auk þess sem að skilgreindar eru þær leiðir sem fyrirhugað er að fara við stýringu á hinum ýmsu ferlum sem ráða þróun atvinnugreinarinnar innan svæðisins: uppbyggingu, efnahagslegu vægi, þjónustuþáttum o.s.frv. Gerðar hafa verið áfangastaðaáætlanir í öllum landshlutum á Íslandi og var vinna hafin við það fyrir höfuðborgarsvæðið sem lauk ekki.

Í framhaldi af tillögum stjórnvalda 2019 um áfangastaðastofur voru haldnir fundir með samtökum sveitarfélaga um allt land sem og menningar- og ferðamálasviði Reykjavíkurborgar. Á árinu 2020 þróaðist síðan vinnan og hugmyndir um samstarfið og verður komið inn á það í lok þessar framvinduskýrslu.

Skipulag ferðamála hjá Reykjavíkurborg

Skipulag ferðamála hjá Reykjavíkurborg var einnig skoðað en vinna við nýja Ferðamálastefnu Reykjavíkurborgar 2020-2025¹⁶ hófst vorið 2018. Þeirri vinnu lauk á árinu 2020 og var hún samþykkt í borgarráði í október 2020. Við gerð ferðamálastefnunnar var horft til þess að skerpa sýn, forgangsraða og endurmeta með hvaða hætti Reykjavíkurborg hygðist sinna málaflokknum til lengri tíma og að hún þyrfti að vera leiðandi í þeirri vinnu. Leiðarljósið væri að halda jafnvægi milli þarfa ferðaþjónustu og sjónarmiða og þarfa íbúa borgarinnar. Ein af þeim aðgerðum sem sett var í forgang er að skoða skuli tillögur að áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið með öflugum stuðningi atvinnulífs og ríkis ásamt framlagi frá borginni. Jafnframt verði leitast eftir þátttöku frá nágrennasveitarfélögum. Það er sú vinna sem þetta verkefni snýr að.

Í dag tilheyra ferðamálin borgarráði eins og önnur mál er tilheyra atvinnulífi. Menningar- og ferðamálasvið fer síðan með framkvæmd ferðamála og þar með erlenda markaðssetningu áfangastaðarins.

Leiðarljós Menningar- og ferðamálasviðs er:

“Reykjavík gegnir menningarlegu forystuhlutverki. Menningarlífið í borginni er aðgengilegt öllum og einkennist af fjölbreytni, víðsýni, samkennd og virðingu. Ferðamannaborgin Reykjavík er virt sem áhugaverð menningarborg í nábýli við einstæða náttúru.”¹⁷

Helstu verkefni sviðsins er snúa að ferðámálum eru markaðsmál innanlands og erlendis, þá helst vefir, samfélagsmiðlar, markaðsherferðir og sala á Reykjavík City Card. Samstarfssamningur er á milli sveitarfélaganna um vörumerkið Reykjavík Loves sem þarf að formfesta að nýju árið 2021. Ný mörkunarvinna er í gangi ásamt nýrri markaðsherferð sem viðbragð vegna COVID-19. Áherslur starfsins í dag snúa því beint að markaðsmálum en ekki áfangastaðastjórnun eða þróun áfangastaðarins í samstarfi við hagaðila.

Hagaðilagreining

Unnin var flæðigreining af hagaðilum mögulegrar áfangastaða- og markaðsstofu. Vert er að taka fram að þar er ekki um hagaðilagreiningu allrar ferðaþjónustunnar að ræða heldur mögulega samstarfsaðila um áfangastaðastofu á höfuðborgarsvæðinu. Sex kjarnahópar voru skilgreindir:

- Sveitarfélög höfuðborgarsvæðisins
- Stjórnvöld og opinbera stofnanir tengdar ferðaþjónustu

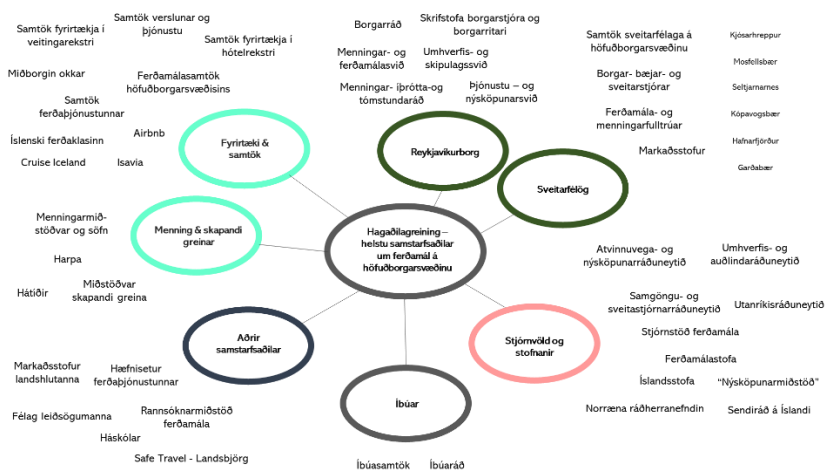
¹⁵ Ferðamálastofa: Áfangastaðaáætlanir: <https://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/afangastadaaaetlanir>

¹⁶ Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar 2020-2025
https://reykjavik.is/sites/default/files/ferdamalastefna_reykjavikurborgar_2020-2025.pdf

¹⁷ Fjárhagsáætlun Reykjavíkurborgar 2020: <https://reykjavik.is/fjarhagsaetlun-reykjavikurborg>

- Fyrirtæki og samtök tengd ferðaþjónustu
- Menning og skapandi greinar
- Íbúar
- Aðrir samstarfsaðilar

Í framhaldi var unnið með hagaðilagreininguna og ákveðið hverja þyrfti að eiga samráð og samstarf við til þess að skoða mögulegt samstarf, þarfir, fýsileika og áhuga á áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið. Gott samstarf var innan Reykjavíkurborgar ásamt samstarfi við Samtök ferðaþjónustunnar, Samtök verslunar og þjónustu ásamt Íslenska ferðaklasanum við greininguna.



2. Uppgötva – þarfir og áhugi á áfangastaðastofu

Samtal og hugmyndavinnu með hagaðilum er afar mikilvæg til þess að vita hug aðila til áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið áður en samstarf er mótað. Ásamt því að mikilvægt er að skoða samkeppnis- og samstarfsaðila og þeirra nálgun. Horfa þarf til allra hagaðila en ekki gafst tími til þess að ræða við alla við gerð þessarar skýrslu. Farið var í eftirfarandi greiningar:

- Samantekt um áfangastaða- og markaðsstofur valdra höfuðborga erlendis
- Vinnustofa með Menningar- og ferðamálasviði Reykjavíkurborgar
- Vinnustofur og vinnufundir með hagaðilum
- Fyrirkomulag á rekstarfyrirkomulagi á markaðsstofum landshlutanna
- Samtal við sveitarfélög á höfuðborgarsvæðinu

Áfangastaða- og markaðsstofur valdra höfuðborga

Ákveðið var að gera samantekt á völdum áfangastaða- og markaðsstofum höfuðborgarstofa. Tilgangurinn var að fá yfirsýn um hvernig skipulagi, áherslum og samstarfi hagaðila annarra höfuðborgarstofa er háttað í tengslum við ferðamál. Horft var til höfuðborganna á Norðurlöndunum; Stokkhólms, Osló, Kaupmannahafnar og Helsinki ásamt því að ákveðið var að horfa til Amsterdam en það eru þær borgir sem hafa vakið eftirtekt fyrir störf sín síðustu ár á sviði ferðamála hvort sem tengist stefnu, þróun eða markaðsmálum. Heimildaöflun fór fram í gegnum viðtöl við forstjóra þessara stofa ásamt heimildaöflun á netinu. Lögð var áhersla á að skoða eftirfarandi þætti:

- Skipulag innan borgar og tenging við önnur sveitarfélög, fyrirtæki og aðra hagaðila + áhersla á áfangastaðastjórnun
- Stjórnun, skipurit og fjöldi starfsmanna

- Stefna og stefnumótun
- Áherslur í starfi og markhópar
- Samstarf/(Partnership)
- Valkvæð var spurning um áherslur í og eftir COVID-19

Í lokin var gerð samantekt þar sem helstu upplýsingar voru dregnar saman ásamt því að setja fram það sem þótti sameiginlegt meginþema með stofunum. Það var:

<ul style="list-style-type: none"> • Flestar stofurnar eru í eigu borganna/sveitarfélaganna sjálfra og eru settar upp sem félög/fyrirtæki. • Flestar stofurnar vinna í samstarfi við marga aðila, oft með fleiru en einu sveitarfélagi og hafa samninga við stjórnvöld og sveitarfélög – annað hvort fyrir rekstri eða sértækum verkefnum. • Mikil áhersla á virkt samstarf, samtal og tengja aðila saman í öllum borgunum við hagaðila. • Flestar fá fjármagn skv. samningi við borgina en samstarf við fyrirtækin er byggt á “partnership” • Allir eru með áherslu á sjálfbærni og ábyrgð t.d. sátt milli íbúa og ferðamanna • Staðurinn eða áfangastaðurinn (e. place branding or destination branding): sumir horfa ekki aðeins til ferðamála heldur er samstarf um það að draga að fjárfestingar, íbúa og erlenda sérfræðinga (e. invest, live & work) • Flestar stofurnar hafa mestan fókus á markaðssetningu og byggja upp mörkun (e. place branding) fyrir sínar borgir 	<ul style="list-style-type: none"> • Allar með upplýsingamiðstöð en kalla flestir “Visitor center” eða Gestastofur í stað “information center” • Allar stofurnar hafa ábyrgð á ráðstefnu- og fundarmarkaðs (MICE/Convention) markaðssetningu • Allar stofurnar standa að viðburðum í samstarfi við hagaðila • Áfangastaðastjórnun – (e. destination management) er ekki skilgreint hjá öllum stofum en í flestum tilfellum samstarf við borgirnar sjálfar en ekki stýrt af stofunum - European City Marketing og ferðamálaráð Sameinuðu þjóðanna UNTWO* leggja áherslu á þessa þróun í tengslum við sjálfbærni áfangastaða • Áfangastaðapróun – (e. destination development) verkefni eru skilgreind hjá öllum
--	---

Samantektin var notuð sem innblástur í hugmyndavinnu og undirbúning fyrir bæði vinnustofur með hagaðilum og þær tillögur sem lagðar voru fram. Samantektina í heild sinni er hægt að finna í viðhengi 1.

Vinnustofa með Menningar- og ferðamálasviði Reykjavíkurborgar

Haldin var hálf dagsvinnustofa í byrjun september með aðilum frá menningar- og ferðamálasviði en alls tóku 12 manns þátt frá yfirstjórn sviðsins ásamt Höfuðborgarstofu, Listasafni Reykjavíkur og Borgarsögusafni, Tónlistarborginni, Bókmenntaborginni og viðburðasviði. Tilgangur vinnustofunar var að kynna verkefnið og tilgang þess. Ásamt því að fá hugmyndir aðila um stöðuna, tækifærin og áskoranirnar framundan varðandi verkefnið. Helstu niðurstöður af fundinum má draga saman í eftirfarandi:

Tækifæri: Aukið fjármagn til að sinna verkefnum áfangastofu með öflugri hætti. M.a. til að halda betur í sérkenni Reykjavíkur og höfuðborgarsvæðisins og það sem greinir það svæði frá öðrum. Með auknu fjármagni mætti sömuleiðis vinna meira með mælanleg markmið. Og styrkja enn frekar hlut menningar í uppbyggingu ferðaþjónustu. Þá mætti hugsa í heild til lengri tíma s.s. um sjálfbærni og umhverfismál. Og nýta betur tæknina til að koma viðburðum og menningu enn betur á framfæri.

Áskoranir: Hætta á miklum kröfum en of litlu fjármagni og að fagleg nálgun verði undir þegar allir berjast fyrir sínu. Mögulega skortur á þolgæði og seiglu á óvissutímum. Sem og að það gleymist að vinna með ýmsum menningarverkefnum, svo sem Tónlistarborginni Reykjavík.

Frekari samantekt má finna í viðhengi 2.

Vinnustofur með hagaðilum

Vinnustofur með hagaðilum voru haldnar í október. Ákjósanlegast hefði verið að halda vinnufundi þar sem öllum kjarnahópunum hefði verið boðið. Þar sem að halda þurfti vefundi vegna COVID-19 var ákveðið að takmarka fjöldann og velja á vinnustofurnar og var það gert í samræmi við hagaðilagreiningu. Vinnustofunum var skipt eftirfarandi:

- *Ferðaþjónusta* (fulltrúar frá Samtökum ferðaþjónustunnar, Ferðamálasamtökum höfuðborgarsvæðisins, Samtökum fyrirtækja í hóteldrekstri, Íslenska ferðaklasanum og Cruise Iceland)
- *Verslun og þjónusta* (fulltrúar frá Samtökum verslunar og þjónustu, Miðborgin Okkar og Miðbæjarfélags)
- *Menning og skapandi greinar* (fulltrúar frá helstu viðburðum og söfnum á höfuðborgarsvæðinu)
- *Sveitarfélög* (fulltrúar í markaðsstarfi sveitarfélaganna ásamt Markaðsstofum Hafnarfjarðar og Kópavogs)
- *Markaðsstofur landshlutanna* (framkvæmdastjórar og forstöðumenn allra sex stofanna)
- Sérstakir vinnufundir voru síðan haldnir með starfsmönnum Isavia, Íslandsstofu og Íslenska ferðaklasanum.

Samtals voru haldnar níu vefvinnustofur með samtals yfir 60 manns. Samantekt af vinnufundum má finna í viðhengi 3 en helstu niðurstöður voru:

“Ferðaþjónustan er atvinnugrein sem þræðir sig í allar æðar þjónustu, uppbyggingar og upplifunar á höfuðborgarsvæðinu. Atvinnugrein sem var stærsta gjalddeyrisskapandi greinin fyrir COVID-19 og hefur alla burði til þess að verða það aftur. Sveitarfélög þurfa að styðja við og vinna með ferðaþjónustunni í uppbyggingunni sem er framundan og besta tækid til þess er aukin samlegð og samstarf hagaðila. Það er m.a. hægt að gera með samstarfsvettvangi, sameiginlegri stefnu og framtíðarsýn, skýrum markmiðum og mælikvörðum, markaðssetningu og uppbyggingu ímyndar og ásýndar, vörubrúun, tölfræðigögnum og markaðs- og þróunarverkefnum. Þannig eru aðilar sterkari saman til þess að takast á við þær áskoranir og tækifæri sem eru framundan.”

Fyrirvarar voru um samstarf þar sem talið var að áhugi til samstarfs á vegum Reykjavíkurborgar hefði ekki verið til staðar hingað til og að byggja þyrfti upp traust. Einnig að mikilvægt væri að fara ekki í samstarf nema það væri til einföldunar á samtalinu en yrði ekki þungt í vöfum.

Markaðsstofur landshlutanna

Skoðað var fyrirkomulag annarra áfangastaða- og markaðsstofa landshlutanna og teknar saman stuttar lýsingar sem safnað var saman í samtölum við markaðsstofurnar og af vef þeirra. Stofurnar eru: Austurbrú, Markaðsstofa Norðurlands, Markaðsstofa Suðurlands, Markaðsstofa Reykjaness, Markaðsstofa Vesturlands og Vestfjarðastofa.

- **Austurbrú:** sjálfseignarstofnun. Stjórn er skipuð fimm fulltrúum af vettvangi sveitarstjórna (SSA) og tveim frá öðru hagsmunaaðilaumhverfi (frá fagráði). Starfandi er starfsháttarnefnd og síðanefnd með þremur fulltrúum. Fulltrúaráð er skipað fulltrúum þeirra sem aðild eiga að stofnuninni og fylgist með störfum hennar og er tengiliður milli aðila og stjórnar. Ársfundur opinn öllum. Það er erfitt að skilgreina hvar ferðamálin byrja og enda en unnið er þverfaglega. Sérfræðingar eru starfandi á öllum málefnaviðum Austurbrúar sem koma að ferðamálum s.s. atvinnubrúun, rannsóknnum, fræðslu, markaðsmálum, stefnumótun og áfangastaðaprúun. Ferðamálin koma greinilega fram í skipulagsskrá og markmiðum stofunnar. Þannig er tryggt að unnið sé þverfaglega með öllum málaflokkum að markmiðum stofunnar.¹⁸
- **Markaðsstofa Reykjaness:** rekin undir hatti Sambands sveitarfélaga á Suðurnesjum (SSS) sem sérstök deild en á sér kennitölu með sér stjórn og forstöðumann. Stjórn Markaðsstofu Reykjaness er

¹⁸ Austurbrú: www.austurbru.is

jafnframt stjórn Atvinnuþróunarfélagsins Heklunnar sem er á sama stað. Atvinnuþróunarfélagið er rekið á sömu kennitölu og SSS og er framkvæmdastjóri SSS einnig framkvæmdastjóri Heklunnar. Fjármagn ca. 27 m.kr. Annað fjármagn kemur í gegnum samkeppnissjóði og sérverkefni, þannig að það er breytilegt milli ára. Fyrirtæki greiða árleg aðildargjöld og fer það eftir veltu fyrirtækjanna. Fastir starfsmenn eru tveir.¹⁹

- **Markaðsstofa Suðurlands:** sjálfseignarstofnun. Sex manna stjórn frá ferðaþjónustuaðilum, ferðamálasamtökum og sveitarfélögum. Sveitarfélög í samstarfi eru 20 og samstarfsfyrirtæki 198. Fjármagn kemur frá Ferðamálastofu, sveitarfélögum, samstarfsfyrirtækjum í ferðaþjónustu og tengdum greinum. Einnig er sérstakur samstarfsamningur við SASS um atvinnuráðgjöf sem og eftirfylgni, mótun og umsýslu í tengslum við sóknaráætlun. Fjórir starfsmenn.²⁰
- **Markaðsstofa Norðurlands:** sjálfseignarstofnun. Fimm manna stjórn ferðaþjónustufyrirtækja kosin af aðilum í stofunni, samstarfsfyrirtæki eru 300 og sveitarfélög í samstarfi 19. Tveir áheyrnarfulltrúar frá landshlutasamtökunum SSNV og SSNE. Þjónustusamningur við SSNV til 1 árs í senn og svo sér samningar við hvert sveitarfélag í SSNE til 3 ára. Fyrirtæki borga á grundvelli samstarfssamnings miðað við ársverk. Starfsmenn sjö. Heildarrekstrartekjur voru 2019, 144 m.kr. Sveitarfélögin greiddu 19 m.kr. og fyrirtækin 16,6 m.kr. af framlögum. Inn í rekstrartekjum eru síðan Flugklasinn og Arctic Coastway sem eru sérfrámögnuð af styrkjum bæði frá sveitarfélögum og fyrirtækjum.²¹
- **Markaðsstofa Vesturlands:** MSV er rekin á sér kennitölu og heldur utan um markaðs- og kynningarmál sem lýtur að ferðaþjónustu og ímyndarsköpun fyrir Vesturland en heyrir undir starfsemi SSV. Framkvæmdastjóri SSV er stjórnarformaður MSV en einnig er formlegt samstarf við atvinnugreinina þar sem gerðir eru samstarfssamningar við aðila ferðaþjónustunnar sem starfa á Vesturlandi og unnið í samstarfi við þá að kynningar- og markaðsmálum. Einnig voru settar tvær fagdeildir innan SSV – þ.e. fagsvið byggðaðróunar sem vinnur að markmiðum Sóknaráætlunar og fagsvið áfangastaðaðróunar sem vinnur að markmiðum Áfangastaðaáætlunar. Verkefni þessara fagsviða skarast oft og hægt er að efla verkefni með samvinnu og samþættingu. Unnið er með mismunandi fag- og samráðshópum í héraði eftir því sem þörf er á og tækifæri til í þeim verkefnum sem unnið er að hverju sinni. Starfsmenn sem heyra undir fagsvið byggðaðróunar SSV eru fjórir atvinnuráðgjafar og undir fagsvið áfangastaðaðróunar SSV eru þrjú starfsmenn þ.e. verkefnastjóri markaðsverkefna, verkefnastjóri þróunarverkefna og fagstjóri áfangastaðaðróunar. Auk þess starfa hjá SSV verkefnisstjóri menningar- og velferðamála, verkefnisstjóri fjármála- og upplýsingamiðlunar, starfsmaður skrifstofu og framkvæmdastjóri SSV sem vinna þvert á fagsvið.²²
- **Vestfjarðastofa:** markaðsstofan er hluti af starfsemi Vestfjarðarstofu. Forstöðumaður Markaðsstofu Vestfjarða er deildarstjóri atvinnusviðs í Vestfjarðastofu, sem vinnur í samstarfi við faghópa og undir stjórn Vestfjarðastofu og framkvæmdastjóra hennar.²³

Allar markaðsstofurnar eru mismunandi en í heildina má þó segja að þær séu allar reknar sem sjálfseignarstofur eða sem hluti af starfsemi samtaka sveitarfélaga á viðkomandi svæði. Allar stofurnar eru í virku samtali við ferðaþjónustufyrirtæki, sveitastjórnir og aðra hagaðila á svæðinu, bæði í stjórnnum og/eða faghópum. Hagaðilar fjármagna í flestum tilfellum að einhverju leyti starfssemi stofanna en grunnfrámögnun kemur frá sveitarfélögum og stjórnvöldum. Allar stofurnar vinna að markaðssetningu, þróun og að einhverju leyti að áfangastaðastjórnun á sínum svæðum. Allar stofurnar hafa gert áfangastaðastaðaáætlanir og eru með uppfærslur á þeim í vinnslu.

Á vinnustofu með markaðsstofum landshlutanna kom fram mikilvægi þess að allar áfangastaða- og markaðsstofur landshlutanna ynnu þéttar saman. Sjá betur í viðhengi 3. Höfuðborgarstofa hefur ekki tekið

¹⁹ Markaðsstofa Reykjaness: www.visitreykjaness.is

²⁰ Markaðsstofa Suðurlands: www.south.is

²¹ Markaðsstofa Norðurlands: www.northiceland.is

²² Markaðsstofa Vesturlands: www.west.is/is

²³ Markaðsstofa Vestfjarða: www.vestfjardastofa.is

mikinn þátt í samstarfinu síðustu ár en horft var til þess að hægt væri að efla samstarfið fyrir höfuðborgarsvæðið með því að horfa sérstaklega til eftirfarandi þátta:

<ul style="list-style-type: none"> • Virkt og skipulagt samstarf • Sameiginlegar áskoranir • Sjálfbærni og álagsstýring • Markaðssetning innanlands og erlendis, íbúar og ferðamenn 	<ul style="list-style-type: none"> • Heildarupplifun ferðamanna • Upplýsingagjöf til ferðamanna • Samvinna um viðburði og heildarsýn • Valin samstarfs – og þróunarverkefni
---	---

Sveitarfélög á höfuðborgarsvæðinu

Í vinnustofum með fulltrúum frá sveitarfélögum og markaðsstofum á höfuðborgarsvæðinu kom fram áhugi á frekari samvinnu þar sem talið væri að sveitarfélögin væru sterkari saman. Það lægu mikil tækifæri í sameiginlegri markaðssetningu og mörkun áfangastaðarins með áherslu á sérkenni hvers svæðis ásamt því að horfa til dreifingar á álagi á svæðinu. Samlegð í viðburðum gæfi tilefni til skoðunar s.s. eins og Vetrarhátíð og Barnamenningarhátíð. Einnig var áfangastaðaáætlun og áfangastaðastjórnun rædd og tækifærin sem í því geta falist. Sjá frekari upplýsingar í viðauka 3.

Gott samstarf er við Samtök sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu (SSH) og var í upphafi verkefnisins ætlunin að hitta stjórn SSH og fara yfir verkefnið. Það náðist þó ekki vegna COVID-19 en verkefnið var kynnt stuttlega á stjórnarfundi í byrjun haustsins af framkvæmdastjóra SSH. Borgarstjóri og borgarritari hafa verið inn í verkefninu frá byrjun. Í lok nóvember var ákveðið að eiga stutta fundi með öllum bæjarstjórum nágrennasveitarfélaganna um verkefnið og hlutverk áfangastaða- og markaðsstofa.

Á þeim fundum sem haldnir voru frá desember og fram í janúar kom meðal annars fram:

Hafnarfjörður: Á fundinum voru Rósa Guðbjartsdóttir, bæjarstjóri og Ágúst Bjarni Garðsson, formaður bæjarráðs og er þar áhugi á því að skoða fyrirkomulag á áfangastaðastofu og samstarfi sveitarfélaganna í ferðamálum enn frekar.

Garðabær: áhugi er á að skoða málið frekar.

Kjós: unnið er að gerð ferðaleiða með Vesturlandsstofu sem tengir Kjós, Hvalfjörð og Akranes. Í umræðunni er að vera hluti af Vesturlandsstofu og þeirra áfangastaðaáætlun þar sem að meiri samlegð hefur verið við það svæði. Svæðið er ekki hluti af Reykjavík Loves verkefninu. Ferðapjónustuaðilar á svæðinu sækja frekar til Vesturlandsstofu. Á fundinum var Katrín Cýrusdóttir, formaður umhverfisnefndar en Karl Magnús Kristjánsson forfallaðist.

Kópavogur: tækifærin falin í nýju lóni á Kársnesinu ásamt Borgarlínu sem tengir svæðið saman. Áhugi á að skoða málið frekar. Á fundinum var Ármann Kr. Ólafsson, bæjarstjóri.

Mosfellsbær: tækifæri til dæmis falin í Mosfellsdalnum/Skáldadalnum og Álafoss svæðinu þegar kemur að menningarminjum og sögu. Einnig í sögum um heita vatnið og þeirri útivistarparadis sem Mosfellsbær og dalurinn er. Sótt hefur verið í uppbyggingasjóð ferðamanna en ekki fengist fjármagn. Áhugi er á því að skoða möguleikann á áfangastaðastofu frekar. Á fundinum var Haraldur Sverrisson, bæjarstjóri.

Seltjarnarnes: telja m.a. tækifæri í ferðamálum falin í því að Náttúruminjasafn opnar á næstunni. Þau hafa einnig verið að skoða áætlanir í tengslum við ferðamál en slíkar áætlanir hafa ekki verið. Áhugi er á því að skoða þetta mál frekar. Á fundinum voru Ásgerður Halldórsdóttir, bæjarstjóri og María Björk Óskarsdóttir frá Seltjarnarnesbæ.

Ljóst er að í öllum sveitarfélögum er áhugi á að skoða verkefnið frekar. Í flestum sveitarfélögum er áhugi á auknu samstarfi í ferðamálum en mörg bæjarfélögin eru að byggja upp nýja áfangastaði innan sinna raða.

3. Fýsileiki og mótun samstarfs

Þegar búið var að safna öllum upplýsingum var farið í að greina gögnin og niðurstöður frá vinnustofunum og setja upp tillögur um skipulag, áherslur og samstarf ásamt því að meta fýsileika og skoða forsendur fyrir samstarfi.

Fýsileiki og forsendur fyrir mótun samstarfs

Einfaldasta leiðin til þess að skoða fýsileikann var að skoða það frá öllum hliðum hagaðila og útrá þeim forsendum sem hefur verið safnað saman:

Reykjavíkurborg	Stjórnvöld	Sveitarfélög	Atvinnulíf	Markaðsstofur	Erlendar stofur
<p>Skipulag ferðamála í dag</p> <p>Ferðamálastefna 2020-2025</p> <ul style="list-style-type: none"> Reykjavík lífandi og framsækin mannlífsborg umvafin einstakri náttúru Sjálfbær ferðabjónustai sátt við samfélag Samræmd, einföld, skilvirk og snjöll <p>Stefnan kemur inn á þróun og markaðssetningu</p> <p>Stefna Reykjavíkurborgar</p> <ul style="list-style-type: none"> Notendamiðuð nálgun, skilvirk og strafræn þjónusta, skýr ábyrgð innan kerfis <p>Helstu í verkefni í dag snúa að markaðsmálum og samstarfi við sveitarfélögin um vörumerkið.</p> <p>Forsendur fyrir fjármagni</p>	<p>Ferðamálastefna stjórnvalda</p> <p>Stjórnvöld vilja sjá sviðað skipulag á ferðamálum á öllum stöðum og fjölga verkefnum – verkefni þá á einum stað.</p> <p>Stjórnvöld vilja ramma samning/samkomulag við SSH um ákveðin verkefni og áfangastaðastofu</p> <p>Ferðamálastofa vill gera þjónustusamning við áfangastaðastofu</p> <p>Áfangastaðaaetlanir</p> <p>Forsendur fyrir fjármagni</p>	<p>Sóknaráætlun höfuðborgarsvæðisins</p> <p>Áhugi sveitarfélaganna á að finna samlegð í ferðamálum – samstarf og nálgun</p> <p>Tenging við svæðisskipulag og aðrar áætlanir</p> <p>Niðurstöður úr vinnustofum</p> <p>Áfangastaðaaetlanir</p> <p>Forsendur fyrir fjármagni</p>	<p>Mikill áhugi atvinnulífsins á að skoða samstarfsvettvang</p> <p>Niðurstöður úr vinnustofum</p> <p>Mikið var rætt um að byggja þurfa um traust af hálfu Reykjavíkurborg og ferðabjónustunnar – slíkt tekur tíma</p> <p>Forsendur fyrir fjármagn</p>	<p>Aðrar áfangastaða- og markaðsstofur eru allar sjálfséignarstofnanir eða reknar sem hluti af starfsemi samtaka sveitarfélaga á viðkomandi svæði.</p> <p>Allar stofurnar eru í virku samtali við ferðabjónustufyrirtæki, sveitastjórnir og aðra hagaðila á svæðinu bæði í stjórnun og/eða faghópum.</p> <p>Hagaðilar fjármagna í flestum tilfellum að einhverju leyti starfsemi stofanna en grunnfjármögnun kemur frá sveitarfélögum og stjórnvöldum.</p> <p>Allar stofurnar vinna að markaðssetningu, þróun og að einhverju leyti að áfangastaðastjórnun á sínum svæðum.</p> <p>Niðurstöður úr vinnustofum</p>	<p>Markaðsstofur í nágrennalöndum eru flestar í eigu sveitarfélaganna og reknar sem sér fyrirtæki</p> <p>Hafa allar hlutverk í tengslum við þróun, markaðssetningu og áfangastaðastjórnun</p> <p>Niðurstöður úr samantekt</p>
<p>Aðrar forsendur:</p> <ul style="list-style-type: none"> COVID19 – uppbygging ferðabjónustunnar framundan Ekkert hægt að meta fjárhagsþörf fyrir en búið er að móta hlutverk og skipulag mögulegrar stofu Athuga þarf að skoða samkomulag við stjórnvöld um verkefni ef fyrirtækin eru líka eigendur stofunnar (ANR, Sveitarfélög og fyrirtæki) Umboð um verkefni þarf að vera skýrt Skoða þarf aðkomu vettvangs atvinnulífsins – Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins, SAF, SVP, Miðborgin okkar ofl. og hvernig aðkoma þeirra er að verkefnum 					

Ljóst er að þegar upplýsingar eru teknar saman hér í töflunni að þá er þörf og áhugi á frekara samstarfi og samtali í ferðamálum á höfuðborgarsvæðinu. Reykjavíkurborg hefur með sinni ferðamálastefnu sett fram tillögu að því að skoða áfangastaðastofu, stjórnvöld leggja til að gerðar verða eins áfangastaðastofur, sveitarfélögin sýna áhuga ásamt atvinnulífinu. Ef skoðaðar eru aðrar áfangastaðastofur, bæði innanlands og erlendis, er ljóst að Reykjavíkurborg og höfuðborgarsvæðið er nokkuð á eftir þegar kemur að því að vinna með þróun og áfangastaðastjórnun fyrir sinn áfangastað. Á grunni þessara upplýsinga og greininga eru því lagðar hér fram tillögur að mótun áfangastaðastofu fyrir allt höfuðborgarsvæðið.

Tillaga að áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið

Lagt er til að notast verði áfram við nafnið Höfuðborgarstofa – Visit Reykjavík en hlutverki breytt, stofnað verði til samstarfs og ný rekstrarform skoðuð og verður farið yfir það hér í framhaldinu. Fyrirvari er á öllum tillögum sem þurfa að mótast samkvæmt því rekstrarformi sem valið er og þeim hagaðilum sem koma að samstarfinu.

Skipulag og áherslur

Mikilvægt er að hafa í huga til hvers verið er að vinna að áfangastaðastofu og hvað sameinar kraftana. Því er lagt til að lagt sé upp með leiðarljós í byrjun:

“Að heildarupplifun ferðamanna (gesta) og íbúa verði sem jákvæðust af áfangastaðnum Reykjavík og höfuðborgarsvæðinu þar sem að sjálfbærni er höfð að leiðarljósi.”

Tilgangur

Höfuðborgarstofa sé samstarfsvettvangur sveitarfélaga og atvinnulífs á höfuðborgarsvæðinu með það hlutverk að styðja við þróun áfangastaðarins í átt að sjálfbærri framtíðarsýn og aukinnar samkeppnishæfni.

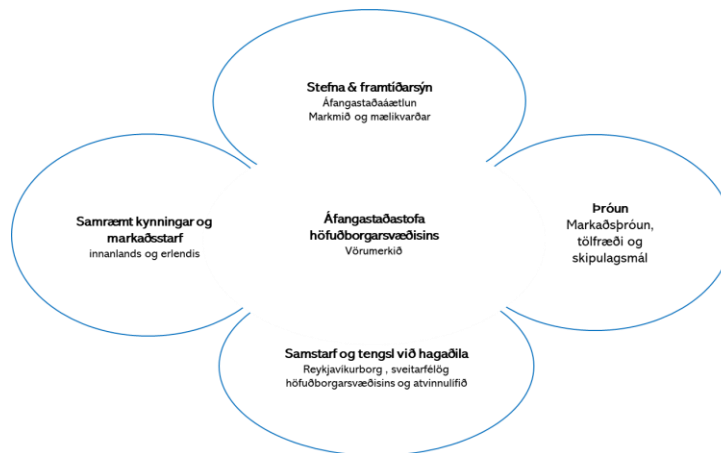
Höfuðborgarstofa sé áfangastaða- og markaðsstofa fyrir höfuðborgarsvæðið. Áhersla sé á þróun, kynningar og markaðsstarf ásamt samlegð og samtali hagaðila í ferðapjónustu og tengdra aðila.

Markmið

- Að efla vitund og þekkingu um áfangastaðinn Reykjavík og höfuðborgarsvæðið og allt það sem svæðið hefur upp á að bjóða, jafnt fyrir ferðamenn og íbúa.
- Að þróa og efla samstarf og samlegð um málefni ferðapjónustunnar á höfuðborgarsvæðinu milli sveitarfélaga, atvinnulífs og stjórnvalda.
- Að efla samkeppnishæfni og slagkraft áfangastaðarins í alþjóðlegri samkeppni.
- Að stuðla að sátt íbúa, atvinnulífs og sveitarfélaga um málefni ferðapjónustunnar.
- Að styrkja stoðir og uppbyggingu ferðapjónustunnar eftir COVID-19

Áherslur

Áherslur starfsins kristallist í eftirfarandi þáttum sem farið verður í hvern og einn hér á eftir:



Áfangastaðastofa höfuðborgarsvæðisins

Leggja þarf upp með mörkun áfangastaðarins og hvaða sögu eigi að segja um höfuðborgarsvæðið og sameinast um mörkunina. Slíka vinnu þarf að vinna skipulega en með fyrirvörum er hér lagt til að starfið fari fram undir markaðsmerkinu "Reykjavík" og þarf að útfæra það sérstaklega. Markaðsherferðir verði merktar Reykjavík en hægt verði að útfæra slagorð eftir útfærslum og áherslusvæðum og sveitarfélögum. Lagt er til að þetta merki verði einnig notað í tengslum við alla erlenda markaðssetningu s.s. áfangastaðinn, stað til þess að fjárfesta, starfa og búa. Þetta þarfnast þó frekari stefnumótunar með aðilum þegar samstarfið hefur verið sett af stað. Til frekari skýringar:



Stefna og framtíðarsýn

Samræming, framkvæmd og vinnsla stefnumótunaráætlana fyrir höfuðborgarsvæðið. Þar er stærst vinnsla áfangastaðaáætlunar og framfylgd hennar. Unnið sé með skýr markmið og áherslur í sjálfbærni. Ásamt því að vinna með stjórnvöldum að stefnu og áætlunum um áfangastaðinn Ísland. Einnig að horft sé til alþjóðlegs tengslastarfs og uppbyggingu þekkingar. Þátttaka sé í samstarfsvettvangi með markaðsstofum landshlutanna. Upplýsingamiðlun til hagaðila sé hluti af starfseminni ásamt krísustjórnun þegar það á við.

Þróun

Samstarf við sveitarfélög og þátttaka í samstarfshópum í verkefnum er tengjast þróun, skipulagi og sjálfbærni. Ásamt því að unnið sé með faghópum um tiltekin verkefni og málefni. Vöruþróunar og markaðspróunarverkni með hagaðilum – dæmi: ferðaleiðir, samgöngur & ferðamenn, miðborgin & ferðamenn, flugsamgöngur & ferðamenn, umhverfið & ferðamenn. Unnið sé skipulega með tölfraedi og gagnaöflun sem nýtist hagaðilum og stofunni til þróunar og ákvörðunartöku. Ásamt því að vinna haggreiningar, viðhorfsrannsóknir og álagsmat eins og við á með viðeigandi aðilum s.s. Ferðamálastofu, Samtökum ferðapjónustunnar og Rannsóknarmiðstöð ferðamála. Hæfni og gæði séu metin fyrir höfuðborgarsvæðið í ferðapjónustunni og þá unnið að völdum verkefnum til eflingar t.d. með Hæfnisetri ferðapjónustunnar, Markaðsstofum landshlutanna og Íslenska ferðaklasanum. Horft verði til Ábyrgrar ferðapjónustu verkefnisins og samstarfs í tengslum við sjálfbærni í samstarfi við Festu og Íslenska ferðaklasann

Samræmt kynningar og markaðsstarf

Sameiginleg markaðssetning með hagaðilum verði eitt stærsta verkefnið þá bæði innanlands og erlendis sem felur í sér:

- Markaðssetning erlendis til ferðamanna og skilgreindra markhópa; almannatengsl & fjölmiðlaferðir, markaðsherferðir, vefir & samfélagsmiðlar, viðburðir
- Markaðssetning innanlands til íbúa og ferðamanna
- Almannatengsl & fjölmiðlaferðir, markaðsherferðir, vefir & samfélagsmiðlar, viðburðir
- Upplýsingamiðlun til ferðamanna – stafrænt/chatbot
- Skoða má hvort megi útvíkka Reykjavík City Card fyrir allt höfuðborgarsvæðið.

Samstarf og kortlagning viðburða á höfuðborgarsvæðinu væri unnin með viðeigandi aðilum ásamt því að skoða stafræna þróun með hagaðilum. Horft verði til sameiginlegra markaðsverkefni með hagaðilum eins og við á. Ásamt því verði samstarf við Inspired by Iceland, Meet in Reykjavik og Iceland Naturally og annarra markaðsverkefna fyrir áfangastaðinn.

Samstarf og tengsl við hagaðila

Unnið verði eftir hagaðilagreiningu. Haldnir verði 2x á ári stefnumótunarfundir með hagaðilum frá sveitarfélögum og atvinnulífinu til þess að fara yfir þróun og stöðu ferðaþjónustunnar á höfuðborgarsvæðinu, markmið og mælikvarða. Unnið verði með sérstaka faghópa eins og við á t.d. faghópa um áfangastaðaáætlun, markaðsmál, þróun og samstarf. Regluleg upplýsingamiðlun og samtal við viðeigandi aðila og stjórnir s.s. íbúaráð og miðborgarráð. Frekari mótun á samstarfi fari eftir því hvaða rekstrarform/fyrirkomulag á samstarfi verði valið.

Ávinningur af þáttöku í samstarfinu

Móta þarf með samstarfsaðilum ávinninginn af samstarfinu og þá hér átt sérstaklega við atvinnulífið. Tryggja þarf fagmennsku fyrirtækja sem taka þátt í samstarfinu og skoða m.a. leyfismál. En hægt er að horfa til eftirfarandi þátta þegar kemur að samstarfinu sjálfu:

<ul style="list-style-type: none"> • Þátttaka í að þróa áfangastaðinn til framtíðar öllum til ávinnings • Slagkraftur í samstarfi um markaðssetningu fyrir áfangastaðinn • Aðgangur að virku tengslaneti og samstarfi aðila á höfuðborgarsvæðinu • Þátttaka í reglulegum stefnumótun og samstarfsfundum – meiri samlegð og samvinna • Tölfræði og gögn • Faghópar eins og við á s.s. um markaðsmál, þróun og samstarfið 	<ul style="list-style-type: none"> • Sýnileiki í markaðsefni (t.d. auglýsingar á vef, samfélagsmiðlum ofl.) • Sameiginlegur kynningarvettvangur þegar á við t.d. Hittumst/Mannamót • Þátttaka í blaðamannaferðum, FAM og almannatengslum • Þátttaka í Reykjavík City Card – ef við á • Aðstoð í tengslum við ferðamál og tengingar • Afsláttur af viðburðum ef slíkir eru haldnir
---	---

Fyrirkomulag á samstarfi – rekstrarform

Lagðar eru fyrir þrjár tillögur að fyrirkomulagi á samstarfinu.

- **Tillaga 1: Höfuðborgarstofa – sjálfseignarstofnun**
- **Tillaga 2: Höfuðborgarstofa sjálfstæð eining undir SSH**
- **Tillaga 3: Höfuðborgarstofa hjá Reykjavíkurborg**

Tillögurnar eru aðeins settar hér fram til samanburðar en vinna þarf þær lengra og leggjast betur yfir þær eftir því hvaða leið verður valin. Settar eru fram tillögur að skipulagi, stjórnun, samlegð og samstarfi ásamt fjármögnun. Ásamt því að gerðar eru SVÓT greiningar fyrir hverja og eina til að hægt sé að meta fýsileikann. Athugið Samtök sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu eru hér tilgreind sem SSH.

Tillaga 1: Höfuðborgarstofa – sjálfseignarstofnun

Skipulag

Höfuðborgarstofa verði sjálfseignarstofnun. Samstarf og tekjugrunnur frá Reykjavíkurborg, Garðabæ, Hafnarfirði, Kópavogi, Kjósarhreppi, Mosfellsbæ, Seltjarnarnesi, og hagaðilum í ferðaþjónustu. Sérstakur samningur er við Samtök sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu og Ferðamálastofu um sértæk verkefni.

Stjórnun

Stjórn yrði samsett af fulltrúum sveitarfélaga í SSH (3x), Reykjavíkurborg (1x) og (4x) af vettvangi atvinnulífs. Öll sveitarfélögin hefðu kost á að eiga áheyrnarfulltrúa. Stjórn ræður framkvæmdastjóra. Stjórn og framkvæmdastjóri hafa forystu í að leiða málefni, móta stefnu, ná markmiðum og finna samlegð með öðrum verkefnum áfangastaðarins. Tilnefningar kæmu frá sveitarfélögum (SSH) og Reykjavíkurborg en kosning færi fram á aðalfundi um fulltrúa frá atvinnulífinu. Aðild yrði á grunni samstarfssamninga. Allir geta orðið aðilar að áfangastaðastofunni sem vilja þróa og efla ferðaþjónustu á höfuðborgarsvæðinu. Aðildargjöld gætu t.d. verið á grunni ársverka.

Samlegð og samstarf

Unnið vel þvert á alla hagaðila í samræmi við hagaðilagreiningu.

Fjármögnun

Samstarfssamningur bindandi til 5-10 ára í senn.

Á fyrsta ári yrði fyrirtækjunum boðin aðild fyrir lágmarksgjald og faghópur myndi setja upp tillögur að aðildargjaldi sem myndi gilda frá árinu 2022 til samþykktar. Hægt að sækja viðbótarfjármagn í sóknaráætlun og til Ferðamálastofu – en athuga skilgreind verkefni.

Sérstakur faghópur væri með fulltrúum frá sveitarfélögum um málefni þeirra sem sveitarfélögin tilnefna sína starfsmenn í.

Styrkleikar	Veikleikar
<ul style="list-style-type: none"> Starfsemi byrjar frá grunni, ferskt borð Jafnræði í ákvörðunartöku 	<ul style="list-style-type: none"> Þekkingarmiðlun innan Reykjavíkurborgar og sveitarfélaga á verkefnum og samlegð Hætta á að umboð verði ekki skýrt Óvissa með fjármagn, margir að sækja í sama fjármagnið Að setja upp nýtt rekstrarform tekur tíma Kostnaður við rekstur, húsnæði, starfsmannamál osfrv.
Tækifæri	Ógnanir
<ul style="list-style-type: none"> Sveitarfélög líklegri til að taka þátt Atvinnulífið sér hag í því að vinna með stofunni Sterk tengsl við atvinnulífið Allir geta orðið þátttakendur í starfinu Í takti við nálgun stjórnvalda um “public private partnership” nálgun 	<ul style="list-style-type: none"> Að missa tengsl við Reykjavíkurborg og sveitarfélög - þar með borgarráð og bæjarráð þar sem ákvörðunarvald liggur Óvissa með að halda aðilum að borðinu “whats in it for me” Hætta á einangrun í umhverfinu

Tillaga 2: Höfuðborgarstofa sjálfstæð eining undir SSH

Skipulag

Höfuðborgarstofa heyrir beint undir stjórn SSH og sé sjálfstæð eining undir stjórn SSH. Sérstakur samningur við sveitarfélögin um eininguna og aðrir samningar við stjórnvöld og atvinnulífið. *Athugið að ekki er vitað um neitt svipað rekstarform og þarf að skoða sérstaklega.

Stjórnun

Stofan heyrði undir stjórn SSH og stjórn SSH ræður framkvæmdastjóra. Stofunni til ráðgjafar yrði sjö manna ferðamálaráð sem væru fulltrúar frá sveitarfélögum í SSH (2x), Reykjavíkurborg (2x) og (4x) atvinnulífinu með þann tilgang að leiða sýn og stefnu, samþætta og finna samlegð með verkefnum fyrir áfangastaðinn. Ráðið myndi funda mánaðarlega. Ásamt því yrðu mótaðir og unnið með ákveðnum faghópum eins og við á. Sveitarfélög tilnefna í ráðið en atvinnulífið kys á grunni sinna samstarfsfyrirtækja/samstarfssamnings.

Samlegð og samstarf

Unnið vel þvert á alla hagaðila. Samlegð með störfum SSH eins og við á s.s. svæðisskipulag og sóknaráætlun. Stofan væri staðsett hjá Reykjavíkurborg. Stofunni verði þannig fundinn vettvangur þannig að hún geti sótt og keypt sér þjónustu hjá Reykjavíkurborg s.s. nýsköpunar- og þróunarvið, tæknimál, lögfræðimál o.fl. Fundinn verði farvegur þannig að stjórnandi Höfuðborgarstofu eigi auðvelt aðgengi og samstarf við stjórnendur borgarinnar s.s. með sameiginlegum fundum í tengslum við menningu, viðburði og umhverfis- og skipulagsmál.

Fjármögnun

Fjármögnun sé tryggð frá sveitarfélögum skv. samningum til 5-10 ára. Þátttaka fyrirtækja verði í fyrstu til 1 árs og frekari þátttaka mótuð á því ári með faghópi.

Styrkleikar	Veikleikar
<ul style="list-style-type: none"> Starfsemi byrjar frá grunni, ferskt borð Möguleikar á samlegð í rekstri s.s. bókhald Þekkingarmiðlun innan Reykjavíkurborgar og sveitarfélaga á verkefnum og samlegð Þekking á vinnu með ráðum sbr. svæðisskipulagsráð, velferðanefnd ofl. Umboð um verkefni gæti orðið skýrara 	<ul style="list-style-type: none"> Engin sambærileg verkefni hjá SSH Kostnaður við húsnæði, starfsmannamál osfrv.
Tækifæri	Ógnanir
<ul style="list-style-type: none"> Nálægð við sveitarfélög og ákvörðunarvaldið Auðveldara að halda utan um heildarmyndina með öllum sveitarfélögum 	<ul style="list-style-type: none"> Lítil tenging við atvinnulífið Atvinnulífið sjái sér mögulega ekki hag í því að vinna með stofunni

Tillaga 3: Höfuðborgarstofa hjá Reykjavíkurborg

Skipulag

Höfuðborgarstofa hjá Reykjavíkurborg. Rekstur á vegum Reykjavíkurborgar. Sérstakir samningar yrðu við Garðabæ, Hafnarfirði, Kópavogi, Kjósarhreppi, Mosfellsbæ, Seltjarnarnesi, Samtök sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu, Ferðamálastofu og atvinnulífið um þau verkefni sem unnin eru.

Stjórnun

Stofunni til ráðgjafar yrði sjö manna ferðamálaráð sem væru fulltrúar frá sveitarfélögum (2x), Reykjavíkurborg (2x) og (3x) atvinnulífinu með þann tilgang að leiða sýn og stefnu, samþætta og finna samlegð með verkefnum fyrir áfangastaðinn. Ráðið myndi funda mánaðarlega. Ásamt því yrðu mótaðir og unnið með ákveðnum faghópum eins og við á. Reykjavíkurborg, SSH og atvinnulífið tilnefnir í ráðið og faghópa (t.d. Ferðamálasamtök, SAF og SVÞ)

Samlegð og samstarf

Samfella ætti að verða í markaðssetningu fyrir Reykjavíkurborg. Þar eru unnið með íbúaráð og miðborgarráð sem væri hægt að nýta í samstarf í tengslum við verkefni Höfuðborgarstofu. Ásamt því að hægt væri að nýta stoðþjónustu hjá Reykjavíkurborg s.s. þjónustu- og nýsköpunarsvið, stafræna þróun, tæknimál og lögfræðimál. Yfirmaður Höfuðborgarstofu væri hluti af stjórnendahópi Reykjavíkurborgar og ætti auðvelt með að sækja til annarra stjórnenda varðandi samstarf og samlegð s.s í tengslum við menningu, viðburði og umhverfis- og skipulagsmál.

Fjármögnun

Reykjavíkurborg rekur stofuna. Sótt verði í viðbótar fjármagn til SSH og sóknaráætlun. Sérstakur samningur við Ferðamálastofu sem og hægt að sækja í sjóð þar. Fyrirtæki taki þátt á grunni verkefna s.s. markaðsverkefni.

Styrkleikar	Veikleikar
<ul style="list-style-type: none"> • Grunnfjármögnun alltaf tryggð • Þekking og samlegð við önnur svið hjá Reykjavíkurborg • Ekki þyrfti að setja upp nýtt rekstarform • Samlegð í rekstri, húsnæði, bókhald, starfsmannamál osfrv. 	<ul style="list-style-type: none"> • Áherslan of mikil á Reykjavíkurborg en ekki sveitarfélög, atvinnulífið og aðra hagaðila • Fjármagn og óvissa með þáttöku sveitarfélaga og fyrirtækja
Tækifæri	Ógnanir
<ul style="list-style-type: none"> • Tengsl inn í Reykjavíkurborgar • Nýtt samtal við ferðaðþjónustuna 	<ul style="list-style-type: none"> • Ferðamálaráðið heyrir undir borgarráð sem er þá með lokaákvörðunarvald – minnkar samstarfsvilja frá sveitarfélögum og atvinnulífi þar sem verkefni tengjast öllum aðilum • Tengsl og skuldbinding frá sveitarfélögum og atvinnulífinu verði of litil ef einhver • Hætta á að verkefnið einangrist inn á við hjá Reykjavíkurborg

Fjármögnun

Skoða verður vel fjármögnun á áfangastaðastofu. Það var þó ekki verkefnið hér en vert að koma inn á að erlendis er það höfuðborgin sem á meirihluta og er leiðandi í starfinu. Því er lagt til að Reykjavíkurborg sé með grunnfjármögnun í slíkri stofu. Í mörgum sveitarfélögum er það einnig þannig að sveitarfélögi greiði x upphæð á hvern íbúða eða fastar upphæðir. Stjórnvöld hafa síðan komið með tillögu að 2,5 árs samningi en talið er hér mikilvægt að reynt sé að horfa til a.m.k. 5 ára samninga. Einnig að horft verði til þess að sækja í sóknaráætlun höfuðborgarsvæðisins og annarra áætlana fyrir valin verkefni. Muna þarf að það þarfnast starfskrafta að sækja fjármagn í áætlanir. Að sama skapi er hér því ekki talið raunhæft að sækja um styrki erlendis frá að svo stöddu enda væri það ekki grundvöllur fyrir grunnfjármögnun.

Lagt er til að á fyrsta ári starfseminnar verði atvinnulífið á grunni lágmarks kostnaðar þátttöku og áherslur unnar með þeim á 1 starfsári varðandi fjármögnun. Einnig þarf að skoða grundvöll þess hvaða vettvangar ferðamála og annarra hagaðila koma að verkefninu sbr. sem kemur fram í fýsileika og forsendur um mótun stofu.

4. Framtíðin og næstu skref

Þegar búið var að setja fram fyrstu drög að mótun og hugmyndum um áfangastaðastofu fyrir höfuðborgarsvæðið, byggða á þeim upplýsingum sem liggja fyrir, var talið mikilvægt að fá rýni á þá vinnu sem hafði farið fram og þá sérstaklega frá atvinnulífinu. Því var ákveðið að fá rýni frá bæði ferðaþjónustunni og verslun og þjónustu. Einnig var samtal innahúss hjá menningar- og ferðamálasviði. Á sama tíma komu fram hugmyndir frá atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneyti til Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu um tillögur að samningum er varða áfangastaðastofurnar og hlutverk þeirra og er komið inn á það hér og stöðu þeirra mála. Áður en næstu skref eru lögð til.

Rýni frá atvinnulífinu

Rýnifundur með ferðaþjónustunni var haldinn 16. desember 2020 en mættir voru fimm fulltrúar frá bæði Samtökum ferðaþjónustunnar og Ferðamálasamtökum höfuðborgarsvæðisins.²⁴

Það var mikil ánægja með þá vinnu sem farið hefur fram og telja aðilar hana yfirgripsmikla og nýtast mjög vel inn í næstu skref þessarar vinnu. Það eru hins vegar miklar áhyggjur af því að verkefninu verði ekki áframhaldið af Reykjavíkurborg þrátt fyrir mikilvægi hennar og því vildu aðilar ítreka mikilvægið og áhugann um að koma ferðámálum Reykjavíkurborgar og höfuðborgarsvæðisins alls í betra horf í góðu samstarfi aðila.

Hér á eftir eru helstu punktar sem komu fram:

- Aðilar létu í ljós óánægju sína með afskiptaleyssi Reykjavíkurborgar af ferðaþjónustu síðustu ár. Telja ferðaþjónustunni sé sýnd mikil vanvirðing og áhugaleyssi á samstarfi hvort sem er með atvinnulífinu eða í heildarmyndinni fyrir landið allt. Traustið er brotið og það mun taka tíma að laga það og því sé breytinga þörf á skipulagi ferðamála á höfuðborgarsvæðinu. Allir aðilar þurfi að átta sig á mikilvægi ferðaþjónustunnar og hverju hún skili höfuðborgarsvæðinu í verðmætum.
- Tillaga 1 um að áfangastaðastofa verði sjálfseignarstofnun hugnast aðilum best. Hins vegar er ljóst að mikla undirbúningsvinnu þarf með Samtökum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu og Reykjavíkurborg svo það geti orðið. Ásamt því að efla þarf Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins á ný. Ljóst er að aðilar eins og SAF og SVP séu hagsmunasamtök sem komi ekki að stofnun slíkrar stofu enda sé það ekki hlutverk þeirra. Því sé það best að Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins

²⁴ Viðmælendur í rýnihópum – ferðaþjónusta (5) – sjá í heimildaskrá.

séu drifkraftur ferðaþjónustunnar með svipuðum hætti og verið hefur á landsbyggðinni.

- Þó ljóst sé að vilji sé til að setja á fót sjálfseignarstofnun eru aðilar sammála um að mikilvægt sé að sveitarfélög höfuðborgarsvæðisins sjái sér hag í samvinnu og að þau þurfi fyrst og fremst að vera sammála í upphafi um að þessi samvinna sé mikilvæg og muni skila þeim ávinningi. Því sé vænlegt að taka aðlögunartíma á fyrsta árinu þar sem að allir aðilar stilli strengi með það leiðarljósi að stofna samstarfsvettvang þar sem að sjálfseignarstofnun sé vænlegasti kosturinn.
- Rætt var um mikilvægi þess að fá öflugan forsvarsmann sem leiðir verkefnið áfram og sameinar krafta og vinnur skipulega með Samtökum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu, Reykjavíkurborg og Ferðamálasamtökunum að framhaldinu. Aðila sem skilur og getur unnið bæði með sveitarfélögum og atvinnulífínu. Ljóst sé þessi vinna gerist ekki á einni nóttu og þarfnast mikils áframhaldandi samtals og kynningar bæði inn á við og út á við.

Rýnifundur með verslun og þjónustu var haldinn 7. janúar 2021 en mættir voru sex fulltrúar frá bæði Samtökum verslunar og þjónustu og Miðborginni okkar.²⁵

Á rýnifundinum kom fram ánægja með þá vinnu sem hefur farið fram. Því er fagnað að byggja eigi betur undir ferðaþjónustuna og auka vægi hennar á höfuðborgarsvæðinu í samstarfi aðila. Það sé afar mikilvægur liður í samkeppnishæfni höfuðborgarsvæðisins bæði inn á við og ekki síst í alþjóðlegri samkeppni. Það sé alveg ljóst að það þurfi öfluga áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið.

Hér á eftir eru helstu punktar sem kom fram:

- Tækifæri og ávinningur er talin falin í samstarfi atvinnulífsins og sveitarfélaganna og slíkt þurfi að vera grundvöllurinn í starfinu og mótun samstarfsins. Sveitarfélögin eigi einnig að sameinast um þessa vinnu fyrir allt höfuðborgarsvæðið og er vonast til þess að svo verði í framhaldi þessarar vinnu þar sem það hafi verið of lítið. Umboð um slíka vinnu þarf einnig að vera skýrt að ekki sé aðeins verið að tala um markaðsmál heldur einnig þróunar- og skipulagsmál sem þarf að haldast í hendur.
- Horfa eigi ekki aðeins til ferðamanna heldur einnig þess að búa og starfa á höfuðborgarsvæðinu í áherslum. Einnig er mikilvægt að horfa til innanlandsmarkaðssetningar til íbúa þar sem reynslan hafi kennt okkur að hafa ekki öll eggin í sömu körfunni sbr. COVID-19 og erlenda ferðamenn. Tengja þarf einnig stefnur við heildarstefnuna í ferðamálum fyrir Ísland – það sé styrkur í því og mikilvægt að byggja á sömu gildum – þó síðan aðilar vinni með sín sérkenni.
- Á þessum tímapunkti er talið mikilvægt að skilgreina eiganda og ábyrgðaraðila á verkefninu áður en næstu skref séu tekin. Því það er mikill áhugi á því að sjá verkefnið fara af stað. Mikilvægt sé að fara í mikla innri kynningu og gera skoðanakönnun í framhaldinu á raunverulegum áhuga fyrirtækja á því að taka þátt í slíku verkefni.

Tillaga 2 hugnast aðilum best á þessum tímapunkti. Þó í þeim skilningi að það er talinn ávinningur af því að verkefnið sé unnið áfram af Samtökum sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu þar sem að það hafi alla þá þræði sem til þarf. Hins vegar að verkefnið sé samt unnið í nánú samstarfi við atvinnulífið og því sé fundinn farvegur. Á sama tíma sé lítið til annarra rekstrareininga þar sem sveitarfélögin hafa sameinast um verkefni sbr. Strætó og athugað hvort eitthvað af þeim formum gæti hentað fyrir samstarfið til framtíðar.

Til þess að atvinnulífið komi með fjármagn þarf svo að vera skýrt hvaða ávinningur felist í því fyrir viðkomandi fyrirtæki. Faghópur um slíka vinnu, eins og lagt er til í tillögum, gæti unnið slíka

²⁵ Viðmælendur í rýnihópum – verslun og þjónusta (6) sjá í heimildaskrá.

vinnu. Vert er að athuga að ef áherslan er aðeins á ferðamál er erfitt að fá aðila eins og verslun og þjónustu með í verkefnið.

- Rætt var um hvernig fyrirkomulagi væri háttað hjá fulltrúum verslunar og þjónustu í áframhaldandi vinnu og var þar horft til Samtaka verslunar og þjónustu.

Tillögur um áfangastaðastofur og SSH

Komið hefur fram að atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið, Ferðamálastofa og Stjórnstöð ferðamála létu á sínum tíma gera skýrslu um áfangastaðastofur þar sem hugmyndin er að stofnaðar verði áfangastaðastofur um land allt sem séu leiðandi skipulagseiningar innan hvers landshluta um ferðamál. Í lok ársins var ljóst að atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytið horfir til landshluta samtaka sveitarfélaganna sem viðsemjendur um þau verkefni. Drög að samningi hafa verið send til Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu til skoðunar. Ef ákvörðun er tekin um að skrifa undir þann samning er það síðan samtakanna að ákveða við hvern þau semja um framkvæmd þeirra verkefna sem þar koma fram. Þetta breytir að einhverju leyti þeim forsendum sem voru settar upp í upphafi um verkefnið en rímar þó vel við þær niðurstöður sem koma út úr vinnustofum með hagaðilum, þar sem er mikill áhugi á því að stofnuð sé áfangastaðastofa fyrir allt höfuðborgarsvæðið í samstarfi allra hagaðila.

Í lok árs fékk ráðgjafi uppfærðar upplýsingar varðandi hlutverk og verkefni áfangastaðastofu frá Ferðamálastofu og ríma þær einnig vel við þær tillögur sem hafa verið gerðar hér um verkefni áfangastaðastofu sem byggir á samtölum við hagaðila.

Upplýsingar frá Ferðamálastofu²⁶:

Á meðal hlutverka áfangastaðastofu eru eftirfarandi verkefni sem áfangastaðastofan sinnir í samstarfi og samráði við aðra aðila sem um sömu málaflokka hafa að gera:

- Gerð og framkvæmd áfangastaðaáætlunar og aðgerðaráætlunar ásamt tengingu við aðrar opinberar stefnur og áætlanir. Áfangastaðaáætlun skal vera í sífelldri endurskoðun, aðgerðaráætlun skal uppfærð árlega.*
 - Áfangastaðaáætlun á að vera lifandi og taka mið af áherslum hvers tíma fyrir viðkomandi svæði, t.d. sjáum við fyrir okkur að tölfræði sé hægt að uppfæra eins oft og nýjar tölur eru gerðar opinberar.
 - Við ætlumst til að aðgerðaráætlun verði uppfærð í það minnsta árlega og að t.d. umsóknir inn í Framkvæmdasjóð ferðamannastaða taki mið af þessari áætlun.
- Aðkoma að gerð stefnumótunar og áætlana á landsvísu sem snertir ferðaþjónustu.*
 - T.d. stefnumótunnar fyrir ferðaþjónustu, samgönguáætlun, skipulags mál o.fl.
- Aðkoma að þarfagreiningu rannsókna og mælinga á landsvísu til að tryggja samanburðarhæfni milli svæða auk þess að koma með tillögur og innsýn inn í rannsóknarþörf hvers landshluta.*
 - Án rannsókna og tölfræði er erfitt að vinna að framgangi greinarinnar. Stjórnvöld hafa aukið til muna fjármuni til þessa málafloks og nýlega hefur verið samþykkt rannsóknaráætlun ferðaþjónustunnar 2020-2022. Þá er Atvinnu- og nýsköpunarráðuneytið með í sinni umsjón jafnvægisás ferðamála, mikilvægt er að áfangastaðastofur séu meðvitaðar um þessa vinnu og eigi jafnvel aðkomu henni með einum eða öðrum hætti.
- Stuðla að vörubróun og nýsköpun auk þess að vinna þverfaglega að þróunarverkefnum innan svæðis og á landvísu.*
 - Leita eftir og vera tilbúin til samstarfs við aðrar áfangastaðastofur eða hlutaðeigandi aðila þegar kemur að verkefnum sem nýtast nærliggjandi svæðum eða á landvísu.
- Leggja mat á fræðsluþörf, hafa aðkomu að þróunarverkefnum er varða hæfni og gæði í ferðaþjónustu, veita ráðgjöf varðandi fræðslu og miðla upplýsingum um hvað er í boði í samstarfi við hlutaðeigandi fræðsluaðila.*

²⁶ Tölvupóstur frá Elíasi Bj. Gíslasyni hjá Ferðamálastofu til ráðgjafa, 17. desember 2020.

- a. Eiga í samstarfi við t.d. Hæfnissetrið eða löuna um greiningu á fræðsluþörf innan svæðis og úrræði sem eru í boði.
- f) *Sinna svæðisbundinni markaðssetningu í samstarfi við sveitarfélög og ferðaþjónustuaðila sem dregur fram sérstöðu landshlutans og styður við markaðssetningu Íslands í heild.*
 - a. Vinna markaðsáætlun fyrir svæðið fyrir innanlandsmarkaðinn, horfa til áherslna Íslandsstofu þegar kemur að markaðssetningu erlendis og eiga samstarf við þau í þessum efnum.
- g) *Vera grunneining í stoðkerfi ferðamála í landshlutunum. Áfangastaðastofur liðsinna sveitarfélögum, fyrirtækjum og einstaklingum innan svæðis vegna ferðaþjónustu samkvæmt samstarfssamningum.*
 - a. Vera samnefni og tengipunktur fyrir sveitafélög á svæðinu þegar kemur að málefnum ferðaþjónustunnar. Vera leiðandi afl í samstafi fyrirtækja á svæðinu þegar kemur að ferðaþjónustunni.

Tillaga að næstu skrefum

Öflugt starf í tengslum við ferðaþjónustu og áfangastaðastjórnun er mikilvægt fyrir samkeppnishæfni höfuðborgarsvæðisins, hvort sem er í alþjóðlegu samhengi eða innanlands. Ekki síst þarf að horfa til þess að nýta þarf auðlindir og skipuleggja samstarf með hagaðilum á skilvirkan og árangursríkan hátt til langs tíma.

Það er alveg ljóst að efla þarf verkefni á sviði ferðamála á höfuðborgarsvæðinu til þess að vera betur samkeppnishæf. Í því samhengi þarf að efla og sinna þeim verkefnum sem koma fram í tillögum um áfangastaðastofu á vegum stjórnvalda ásamt þeim tillögum sem lagðar hafa verið til af ráðgjafa hér í þessari skýrslu og eru byggðar á samtali við hagaðila og upplýsingum um aðrar áfangastaðastofur bæði hér á Íslandi og alþjóðlega.

Að sama skapi þarf að efla samstarf á höfuðborgarsvæðinu í ferðamálum og það kemur skýrt fram í öllum samtölum og vinnustofum hvort sem er frá sveitarfélögum eða atvinnulífinu. Ljóst er einnig samkvæmt tillögum sem hafa verið lagðar hér til um skipulag, áherslur og samstarf og þá rýni sem hefur fram að mikill áhugi er á því að halda vinnunni áfram og stofna öfluga áfangastaða- og markaðsstofu fyrir höfuðborgarsvæðið.

Miðað við rýnifundi virðist áhugi fyrir samstarfi um tillögur 1 - sjálfseignarstofnun og tillögu 2 - þar sem áfangastaðastofan væri sjálfstæð eining undir stjórn SSH. Mikil grunnvinna þyrfti að fara fram áður en farið væri í aðra hvora tillögunna. Þar er horft sérstaklega til vilja og áhuga sveitarfélaganna á samstarfi og hvernig því væri háttað, Ferðamálasamtök höfuðborgarsvæðisins þurfa að undirbúa og efla samtal innan sinna raða ásamt því að skoða þarf hvernig samstarfi væri háttað í tengslum við Samtök verslunar og þjónustu. Skýr vilji þarf einnig að vera hjá Reykjavíkurborg að fara í þá vegferð þar sem að grunnurinn að áfangastaðastofu liggur í núverandi Höfuðborgarstofu og verkefnum hennar.

Hér er því lagt til af ráðgjafa að næsta skref væru eftirfarandi:

- Tillögur atvinnuvega- og nýsköpunarráðuneytisins byggja á því að samningar um áfangastaðastofur liggja hjá landshlutasamtökum sveitarfélaganna. Því er það lagt til að ábyrgðin á verkefninu verði færð til Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu. Þau ráði verkefnisstjóra til áframhaldandi vinnu í samstarfi aðila til þess að móta samstarfið frekar.
- Mótaður verði ráðgjafahópur á vegum Samtaka sveitarfélaga á höfuðborgarsvæðinu, Ferðamálasamtaka höfuðborgarsvæðisins og Samtaka verslunar og þjónustu sem móti aðgerðaráætlun til næstu mánaða byggða á þeirri vinnu sem þegar hefur farið fram.

Heimildir

- Aðalskipulag Reykjavíkurborgar: <https://reykjavik.is/thjonusta/adalskipulag-reykjavikur>
- Austurbrú: www.austurbru.is
- Áherslu verkefni sóknaráætlunar höfuðborgarsvæðisins 2020: https://www.ssh.is/images/stories/Soknaraaetlun/2020-2024/Ahersluverkefni_2020_SSH.pdf
- Bill Baker (2007). Destination Branding for Small Cities. The Essential for Successful Place Branding.
- European City Marketing: <https://www.europeancitiesmarketing.com/>
- Ferðamálastefna Reykjavíkurborgar 2020-2025 https://reykjavik.is/sites/default/files/ferdamalastefna_reykjavikurborgar_2020-2025.pdf
- Ferðamálastofa: Áfangastaðastofur: https://www.ferdamalastofa.is/static/files/ferdamalastofa/DMO/dmo_study_full_190912_lowres.pdf
- Ferðamálastofa: Áfangastaðastaðaaætlunir: <https://www.ferdamalastofa.is/is/troun-og-samstarf/afangastadaaaetlanir>
- Fjárhagsáætlun Reykjavíkurborgar 2020: <https://reykjavik.is/fjarhagsaetlun-reykjavikurborg> Future Place Leadership. Nordic Place Branding Report 2020: <https://placeleadershipacademy.com/>
- Markaðsstofa Reykjavíkness: www.visitreykjaness.is
- Markaðsstofa Suðurlands: www.south.is
- Markaðsstofa Norðurlands: www.northiceland.is
- Markaðsstofa Vestfjarða: www.vestfjardastofa.is
- Markaðsstofa Vesturlands: www.west.is
- Researchgate. A framework for Rural Tourism Destination Marketing Organisation: https://www.researchgate.net/figure/Destination-management-and-marketing-organisation-framework-DMMO_fig2_265253251
- Sóknaráætlun höfuðborgarsvæðisins 2020-2024: https://www.ssh.is/images/stories/Soknaraaetlun/2020-2024/Soknaraaetlun_Hofudborgarsvaedisins_2020-2024.pdf
- Svæðisskipulag höfuðborgarsvæðisins 2040: https://www.ssh.is/images/stories/Hofudborgarsvaedid_2040/HB2040-2015-07-01-WEB_Undirritad.pdf
- World Tourism Organisation, *Policy and destination management*: <https://www.unwto.org/policy-destination-management>

Viðhengi 1- Áfangastaða- og markaðsstofur í völdum höfuðborgum

Viðhengi 2 – Vinnustofa með menningar- og ferðamálasviði - samantekt

Viðhengi 3 – Vinnustofa með hagaðilum – samantekt

Viðmælendur í rýnihópum:

Ferðapjónusta (5): Birgir Guðmundsson, Icehotels (fagnefnd SAF), Hallgrímur Lárusson, Snæland Grímsson (stjórn SAF), Ingibjörg Ólafsdóttir, Radisson Hótel Saga (stjórn SAF), Rannveig Grétarsdóttir, Elding (stjórn Ferðamálasamtaka höfuðborgarsvæðisins), Þórir Garðarsson, Grayline (stjórn Ferðamálasamtaka höfuðborgarsvæðisins)

Verslun og þjónusta (6): Guðrún Álfheiður Thorarensen, Eik (SVÞ), Guðrún Jóhannesdóttir, Kokka (SVÞ), Kristjana Ósk Jónsdóttir, Reitir (SVÞ), Jakob Einar Jakobsson, Jómfrúin (Miðborgin okkar), Sigríður Harðardóttir, Strætó (SVÞ) og Tinna Jóhannsdóttir, Smáralind (Miðborgin okkar/Markaðsstofa Kópavogs)



ERINDISBRÉF

Starfshópur um gerð nýrrar stefnu í upplýsinga- og markaðsmálum

Ábyrgðaraðili: Borgarritari

Inngangur:

Ábyrgð markaðsmála hefur verið dreifð innan borgarkerfisins og takmörkuð samþætting á auglýsinga, kynningar- og fræðsluefni sem unnið er fyrir hönd Reykjavíkurborgar. Mikilvægt er að móta stefnu Reykjavíkurborgar sem tekur sérstaklega á samhæfingu og samþættingu í mörkun og ábyrgð á markaðsmálum og tengir þá vinnu við uppfærða stefnu um upplýsingamál.

Hlutverk:

Hlutverk hópsins er greina hvaða verkefni tengd markaðsmálum eru unnin á sviðum Reykjavíkurborgar og koma með tillögur að verklagi til framtíðar þar sem horft er sérstaklega til samhæfingar verkefna og hagræðingar en eining með tilliti til gagnsæis í upplýsingagjöf. Í framhaldi af þeirri vinnu mun hópurinn móta nýja stefnu í markaðsmálum. Hópurinn mun einnig endurskoða upplýsingastefnu Reykjavíkurborgar 2015-2020 og koma til með tillögur að uppfærslum í samhengi við nýja stefnu í markaðsmálum.

Helstu verkefni:

- Gerð samhæfðra leiðbeininga og verklags varðandi markaðsmál á vegum Reykjavíkurborgar.
- Gera nýjar reglur og leiðbeiningar aðgengilegar á vefsíðu borgarinnar ásamt nauðsynlegum verkfærum til að gera starfsfólki og öðrum hagaðilum auðvelt að fara eftir þeim.
- Endurskoðun og uppfærsla á upplýsingastefnu Reykjavíkurborgar og tenging við stefnumörkun í markaðsmálum.
- Tillaga um nýja stefnu í upplýsinga- og markaðsmálum fyrir 2023-2028.

Starfshópurinn skipa:

Fulltrúi skrifstofu borgarstjóra og borgarritara, formaður
Fulltrúi skrifstofu borgarstjóra og borgarritara
Fulltrúi skrifstofu þjónustu og samskipta, umhverfis- og skipulagssviði
Fulltrúi menningar- og íþróttasviðs
Fulltrúi skóla- og frístundasviðs

Verkefnastjóri starfshópsins:

Fulltrúi skrifstofu borgarstjóra og borgarritara

Til ráðgjafar og samstarfs:

Starfshópurinn vinni hagsmunaaðilagreiningu sem síðan verði lögð til grundvallar því samráði og samstarfi sem þarf að hafa vegna vinnu hópsins. Starfshópurinn leiti einnig ráðgjafar innan og utan borgarkerfis hjá aðilum með sérþekkingu á viðfangsefninu eftir því sem við á.



Reykjavíkurborg

Starfstímabil og skil:

Starfshópurinn skili ábyrgðarmanni kostnaðarmetnum tillögum fyrir lok júlí 2023.

Reykjavík, 9. febrúar 2023

[Undirritun ábyrgðarmanns]

Hjálagt:

Drög



ERINDISBRÉF

Starfshópur um stefnu í viðburðahaldi

Ábyrgðaraðili: Borgarritari

Inngangur:

Mikilvægt er að höfuðborgin Reykjavík marki sér heildstæða stefnu varðandi viðburðahald. Stefnan skal vera í samræmi við aðrar lykilstefnur borgarinnar sem taka til umhverfis-, menningar- og mannréttindamála.

Hlutverk:

Að móta stefnu í viðburðahaldi og gera nýjar leiðbeiningar og reglur varðandi viðburðahald sem taka m.a. á samfélagslegum þáttum og þá sér í lagi jafnræði og aðgengi. Einnig tengingu við mörkun og ímynd borgarinnar og umhverfismál. Hópurinn mun gera tillögu að skipulagi og stjórn viðburðamála.

Helstu verkefni/viðfangsefni:

- Gerð samhæfðrar stefnu um viðburðahald í borginni m.a. með tilliti til stefna borgarinnar í umhverfis- og mannréttindamálum og í takt við áherslur um mörkun borgarinnar.
- Gera tillögu að reglum um heimsóknir og leiðsagnir í Ráðhúsi og Höfða.
- Yfirfara reglur um opinberar móttökur og skoða möguleg tækifæri og samlegðaráhrif í tengslum við viðburðahald.
- Yfirfara reglur um Tjarnarsal og skoða möguleg tækifæri og samlegðaráhrif í tengslum við vinnu viðburðastjórnar Ráðhúss og viðburðahald.
- Gerð samhæfðra leiðbeininga og reglna um viðburðahald á vegum Reykjavíkurborgar.
- Skýra þjónustu við atvinnurekendur, samtök, einstaklinga og samstarfsaðila sem vilja setja upp stærri viðburði og hátíðir í borgarlandinu.
- Gera nýja ferla og staðla aðgengilega á vef borginnar ásamt leiðbeiningum til viðburðahaldara innan og utan borgar.

Starfshópurinn skipa:

Fulltrúi skrifstofu borgarstjóra og borgarritara, formaður
Fulltrúi skrifstofu borgarstjóra og borgarritara
Fulltrúi borgarhönnunar, umhverfis- og skipulagssvið
Fulltrúi afnotadeildar, umhverfis- og skipulagssvið
Fulltrúi menningar- og íþróttasviðs

Verkefnisstjóri starfshópsins:

Fulltrúi skrifstofu borgarstjóra og borgarritara



Reykjavíkurborg

Til ráðgjafar og samstarfs:

Starfshópurinn vinni hagsmunaaðilagreiningu sem síðan verði lögð til grundvallar því samráði og samstarfi sem þarf að hafa vegna vinnu hópsins. Starfshópurinn leiti einnig ráðgjafar innan og utan borgarkerfis hjá aðilum með sérþekkingu á viðfangsefninu eftir því sem við á.

Starfstímabil og skil:

Starfshópurinn skili ábyrgðarmanni kostnaðarmetnum tillögum fyrir lok júlí 2023.

Reykjavík, [drög]

Þorsteinn Gunnarsson

borgarritari