



SÓKNARÁÆTLUN
SUÐURLANDS



Markaðsstofa
Suðurlands

Eldfjallaleiðin 1.hluti - Lokaskýrsla

Um verkefnið

Heiti verkefnis

Eldfjallaleiðin – The Volcanic Way (var áður *Volcano trail*)

Verkefnisstjóri

Markaðsstofa Suðurlands - Vala Hauksdóttir

Hvernig var verkefnafénu varið

Verkefnafénu var varið í aðkeypta þjónustu verkefnisstjóra, ferðakostnað, aðföng og aðstöðu fyrir vinnustofur. Mótframlag felst í vinnuframlagi starfsfólks Markaðsstofu Suðurlands sem kom að verkefninu með sína sérþekkingu.

Samtals áfallinn kostnaður

2.600.000 | tvær milljónir og sex hundruð þúsund

Fjármögnun úr Sóknaráætlun

2.000.000 | tvær milljónir

Lýsing á framgangi verkefnis

Mótun Eldfjallaleiðarinnar hófst um vorið 2022 þegar Vala Hauksdóttir var ráðin sem verkefnisstjóri. Að lokinni grunnvinnu var efnt til samstarfs við Markaðsstofu Reykjaness og kom Eyþór Sæmundsson inn sem verkefnisstjóri fyrir hönd Reykjaness. Markaðsstofa Reykjaness var þá byrjuð að vinna að þróun ferðaleiða og var opin fyrir samstarfi um þessa leið. Þau lögðu til eigið vinnuframlag og ferðakostnað ásamt því að halda vinnustofur á sínu svæði. Með þessu samstarfi skapast vettvangur til að leiða ferðamenn inn á Suðurland eftir Suðurstrandarveginum og lengja dvöl ferðamanna innan landshlutanna tveggja.

Markmiðum náð

Markmiðið var að halda vinnustofur um Eldfjallaleiðina og fá með þeim góð gögn til að skapa þessa nýju ferðaleið. Fimm vinnustofur voru haldnar á Suðurlandi og ein rafræn vinnustofa. Þátttakendur á vinnustofum voru samtals sjötíu talsins og sum þeirra mættu á fleiri en eina vinnustofu af einskærum áhuga á viðfangsefninu. Að auki hélt Markaðsstofa Reykjaness eina vinnustofu í Bláa lóninu og stefnir á aðra í Reykjanesbæ í janúar. Niðurstöðum af

vinnustofunum var safnað í gagnagrunn og er sá gagnagrunnur leiðarvísir verkefnisstjóra að fullmótun Eldfjallaleiðarinnar. Markmiðum er því fyllilega náð.

Verkefnið hefur verið unnið samkvæmt áætlun. Vinnustofur áttu að fara fram snemma hausts en vegna anna hjá ferðaþjónustuaðilum var afráðið að færa þær fram til haustloka. Seinkunin gaf verkefnisstjórum aukinn tíma til grunnvinnu og greiningar sem nýttist vel á vinnustofunum.

Gagnlegar niðurstöður og mikill áhugi

Niðurstöður sýna mikinn áhuga hagaðila á að höfða til ferðamanna sem dvelja lengur, ferðast af ábyrgð og sækjast í merkingarríka upplifun. Þátttakendur voru flestir sammála um að hægt sé að ná þessu markmiði með rétttri kynningu; þá ekki síst innri markaðssetningu og innviðaupbyggingu. Eldvirkni er þema sem hagaðilar ferðaþjónustunnar á Suðurlandi eiga greinilega auðvelt með að tengja sig við á einhvern hátt. Aðspurðir hvernig þeirra nærsvæði tengdist eldvirkni töldu þátttakendur upp fleiri en þrjú hundruð ólík atriði. Þá var fólk einnig spurt hvaða jákvæðu áhrif þau vonuðust til að Eldfjallaleiðin hefði. Sú áhersla sem stendur upp úr er að fræðsla verði aukin og að Eldfjallaleiðin laði til sín fróðleiksfúsa ferðamenn. Margir nefndu einnig bættu dreifingu ferðamanna, þá sérstaklega að fjölga áfangastöðum og byggja upp innviði á minna sóttum stöðum. Þá er þess óskað að Eldfjallaleiðin skapi grundvöll fyrir nýsköpun og vöruþróun. Það kom skýrt fram á vinnustofunum að hagaðilar vonast til að Eldfjallaleiðin tengi ferðamenn meira við sögu, menningu og mannlíf svæðisins. Sögdust flestir vilja að leiðin fylgdi ströndinni frá Reykjanesbæ til Hafnar í Hornafirði en ólíkt hinni svokölluðu „south coast“ leið verði lyk্কjur á leiðinni, svo sem inn í Þjórsárdal og til Vestmannaeyja. Eldfjallaleiðin verði ekki eingöngu landfræðileg leið á korti, heldur stuðli hún að ábyrgri ferðahegðun í takt við Slow travel hugarfarið. Hvað varðar framhaldið voru hagaðilar áhugasamir um að taka þátt í næstu skrefum og óskuðu sum eftir auka vinnustofu þegar mótun ferðaleiðarinnar er langt á veg komin.

Lýsing á næstu skrefum

Niðurstöður þessa verkhluta nýtast sem eins konar beinagrind að Eldfjallaleiðinni. Næsta skref er að bæta kjöti á beinin og skapa prótótýpu að ferðaleiðinni. Efnisleg vinna felst í að aðlaga þá texta sem þegar eru til hjá Markaðsstofunni og tengdum aðilum að Eldfjallaleiðinni, ásamt því að afla myndefnis. Framleiðsla á viðbótarefni veltur á fjármögnun en gott kynningarefni er forsenda þess að Eldfjallaleiðin nái settum markmiðum. Loka afurð verkefnisins verður flott og vel kynnt ferðaleið sem hagaðilar ferðaþjónustunnar á Suðurlandi og Reykjanesi geta tengt sig við og nýtt til eigin markaðssetningar, vöruþróunar og nýsköpunar. Með henni fá ferðamenn hvata til að dvelja lengur innan landshlutans, með tilheyrandi tekjuaukningu til landshlutanna.

Aðrar upplýsingar sem verkefnisstjóri vill koma á framfæri

Dagskráin, Fréttablað Suðurlands, birti viðtal við verkefnastjóra stuttu áður en vinnustofurnar hófust. <https://www.dfs.is/2022/12/01/eldfjallaleid-i-throun-hja-markadsstofu-sudurlands-og-markadsstofu-reykjaness/>

Vinnustofurnar vöktu athygli og voru vel sóttar. <https://www.south.is/is/frettir/god-maeting-a-vinnustofur-um-eldfjallaleidina?fbclid=IwAR1GkL62iN1Jr9KGS-q6vp6UI0mmIRtXtE6CuY5t3GCqEGfS5sXfQty1u0E>

Upplýsingar um fylgiskjöl

1. Kostnaðar- og tímaskjal
2. Glærुकyning frá vinnustofum Eldfjallaleiðarinnar