



SÓKNARÁÆTLUN
SUÐURLANDS



Markaðsstofa
Suðurlands

Eldfjallaleiðin 2.hluti - Lokaskýrsla

Um verkefnið

Heiti verkefnis

Eldfjallaleiðin – The Volcanic Way

Verkefnisstjóri

Markaðsstofa Suðurlands - Vala Hauksdóttir

Hvernig var verkefnafénu varið

Verkefnafénu var varið í vinnu við samantekt efnis og vefhönnun til að setja Eldfjallaleiðina fram á vef og öðrum miðlum Markaðsstofu Suðurlands. Umfangsmikil textavinna fór fram á íslensku og ensku. Þá fór Þráinn Kolbeinsson, ljósmyndari um alla Eldfjallaleiðina í nokkrum ferðum ásamt fólki sem sat fyrir á myndunum. Markaðsstofa Reykjaness greiddi helming kostnaðar við ljósmyndara. Hluti kostnaðar fór einnig í framleiðslu á prentuðu efni fyrir ferðasýningar, kaupstefnur og blaðamannaferðir. Viðbótarefni var framleitt, t.a.m. stafrænt kort og kynningarefni fyrir samfélagsmiðla. Eldfjallaleiðin var kynnt fyrir blaðamönnum, ferðapjónustufyrirtækjum og ferðasölum á árinu en tekin var ákvörðun um að bíða með að framfylgja birtingaráætlun þar til öruggt er að yfirstandandi jarðhræingar ógni ekki öryggi ferðamanna um Suðurstrandarleið. Kynningarefni er tilbúið að mestu, svo hægt verður að fara í öfluga kynningu um leið og færi gefst.

Samtals áfallinn kostnaður

5.459.878 | Fimm milljónir, fjögur hundruð fimmtíu og níu þúsund, áttahundruð sjötíu og átta krónur.

Fjármögnun úr Sóknaráætlun Suðurlands

3.500.000 | Þrjár milljónir og fimm hundruð þúsund

Lýsing á framgangi verkefnis

Vel hefur gengið að koma upp vefsvæði um Eldfjallaleiðina á heimasíðu Markaðsstofu Suðurlands, South.is.

Myndefni:

Þráinn Kolbeinsson, ljósmyndari, var ráðinn til að taka ljósmyndir af náttúrustöðum á Eldfjallaleiðinni með áherslu að á myndunum væri fólk og gjarnan fjölskyldur eða börn. Þá

voru söfn og sýningar hvattar til að senda myndir og texta til að koma fræðandi upplifunum á leiðinni vel á framfæri.

Textar:

Vandað var til verka við þróun Lykilskilaboða, leiðarlýsinga, fróðleiksmola og annarrar textavinnu. Þá voru t.a.m. notaðir jarðfræðitextar úr textabanka Markaðsstofunnar og þeir færðir í það form sem hentar markhópi Eldfjallaleiðarinnar. Vefurinn fór í loftið um haustið 2023 á ensku og í kjölfarið hófst vinna við að setja hann upp á íslensku. Íslenskir markhópar hafa annan skilning og þekkingu á Íslandi og því er ekki eingöngu um þýðingu að ræða heldur aðra nálgun í framsetningu.

Vefur:

<https://www.south.is/en/destinations/travel-routes/the-volcanic-way>

Vefsíða um Eldfjallaleiðina var sett upp, þróuð og prófuð. Fyrst er komið inn á almenna kynningarsíðu um Eldfjallaleiðina og þaðan er hægt að skoða átta stig leiðarinnar á sér síðum. Hvert stig er nefnt eftir eldfjalli sem hefur haft áhrif á náttúru og menningu síns nærsvæðis. Á hverri undirsíðu er kynning á svæðinu sem um ræðir ásamt flettilista yfir gistingu og afþreyingu. Þá er ein eldfjallatengd fræðandi upplifun dregin fram og að lokum áhugaverðar staðreyndir um eldfjallið sem svæðið er nefnt eftir. Vefsíðunni fylgir einnig umfangsmikill FAQ kafli sem hefur bæði þann tilgang að svara spurningum en einnig að efla leitarvélabestun vefsins. Eins og allt á vef south.is er síðan í stöðugri þróun.

Samfélagsmiðlar

Sniðmát fyrir færslur á samfélagsmiðlum voru hönnuð til að kynna Eldfjallaleiðina og kveikja ferðaprá hjá markhópi Eldfjallaleiðarinnar: Forvitna ferðamanninum. Með þessu sniðmáti er auðvelt að útbúa fjölbreyttar færslur á samfélagsmiðlum með samræmdu útliti.

Kort

Útbúið var Google-kort af Eldfjallaleiðinni og það tengt við vef leiðarinnar. Með því geta ferðamenn bæði skipulagt ferðina sína og sótt innblástur þegar ferðalag er hafið. Kortið er í stöðugri þróun og hafa samstarfsaðilar Markaðsstofunnar verið duglegir að koma með tillögur að breytingum á því.

Kynning

Soft-launch á vef Eldfjallaleiðarinnar fór fram í lok maí 2023. Þá var vefurinn opnaður og leiðin kynnt fyrir samstarfsfyrirtækjum. Þá gafst tækifæri til að rýna og betrumbæta áður en lengra yrði haldið. Tveir einblöðungar voru útbúnir, annars vegar fyrir blaðamannaferð í maí og hins vegar fyrir VestNorden kaupstefnuna í október. Á VestNorden tók Markaðsstofa Suðurlands 63 fundi með ferðakaupendum og kynnti Eldfjallaleiðina sem nýjung á Suðurlandi. Markaðsstofa Reykjaness var með sýningabás á þar sem einnig gafst tækifæri til að kynna Eldfjallaleiðinni. Íslandsstofa nýtti tækifærið einnig og kynnti Eldfjallaleiðina fyrir gestum kaupstefnunnar undir liðnum *New in sustainability*. Stefnt var að því að framfylgja

birtingaráætlun frá nóvember 2023 fram á vor 2024, en vegna jarðhræringa í Grindavík hefur því verið frestað fram

Lýsing á næstu skrefum

Birtingaráætlun hefur verið mótuð en vegna jarðhræringa í Grindavík hefur hún verið sett á bið. Í millitíðinni höfum við unnið sniðmát fyrir samfélagsmiðla og undirbúið efni svo unnt sé að kynna Eldfjallaleiðina af krafti um leið og staða Suðurstrandavegarins skýrist.

Aðrar upplýsingar sem verkefnisstjóri vill koma á framfæri

Verkefnafé úr Sóknaráætlun Suðurlands var forsenda fyrir því að Eldfjallaleiðin yrði að veruleika. Eldfjallaleiðin hefur vakið athygli ferðaskrifstofa og sunnlensk ferðaþjónustufyrirtæki hafa sýnt því áhuga að nýta hana til frekari vöruþróunar og kynningar. Eldfjallaleiðin var nefnd í grein Forbes um eldfjallatengda upplifun á Íslandi og hafa blaðamenn sýnt því áhuga að fjalla um hana í nálægri framtíð.

<https://www.forbes.com/sites/davidnikel/2024/01/09/how-to-plan-a-volcano-themed-trip-to-iceland/?sh=49a9da5c2e3c>