

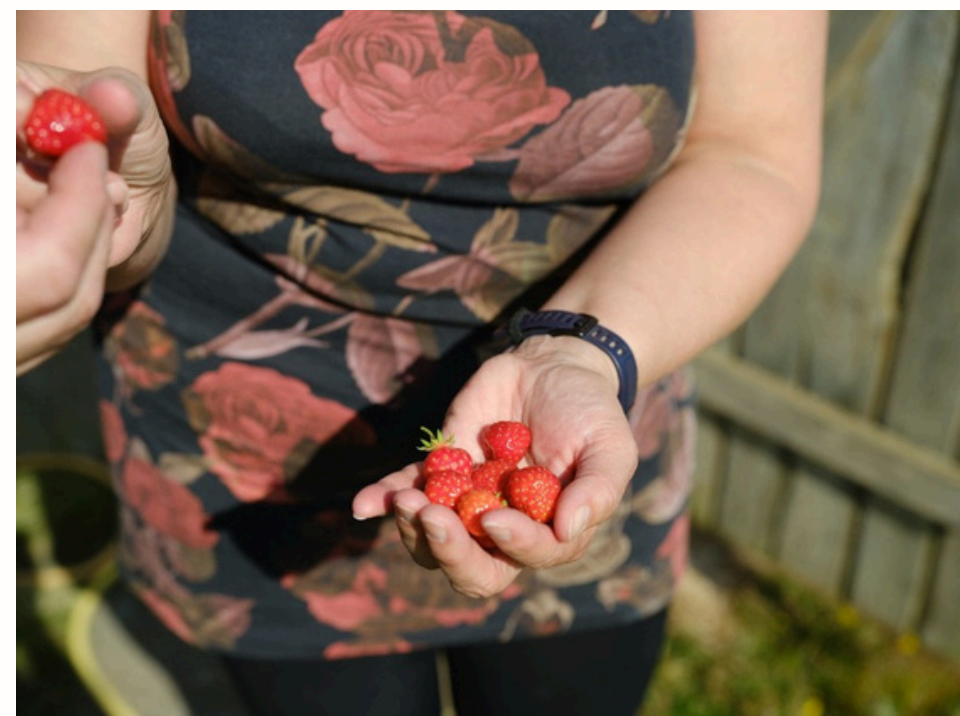
ÁFANGASTAÐURINN VESTFIRÐIR

Niðurstöður úr vinnustofum haldnar vor 2025



<https://www.westfjords.is/>





MARKMIÐ:

Aðsafnasamaninnsýn og áherslum úr samtalinu sem fram fór á vinnustofum á Ísafirði, Patreksfirði og Hólmavík 2025 til undirbúnings endurnýjunar á áfangastaðaáætlun Vestfjarða.

VINNUSTOFUR OG ÞÁTTTAKENDUR:

- 3 vinnustofurhaldnarámismunandistöðum
- 36 þátttakendur: fulltrúar ferðaþjónustu, sveitarfélaga, stofnana og heimamenn
- Leiðandi aðilar: MH ráðgjöf og Vestfjarðastofa

Greiningin hér að neðan sameinar svör frá öllum fundum. Hægt er að nálgast hrágögn og greiningu sundurliðaða eftir staðsetningu ef óskað er eftir því.

SPURNINGARNAR (13 SAMTALS)

- 1.Hverjir eru helstu styrkleikar Vestfjarða sem áfangastaðar?
- 2.Hvernig viljum við að Vestfirðir séu þekktir sem áfangastaður?
- 3.Hvað geta ferðamenn upplifað hér sem þeir fá hvergi annars staðar?
- 4.Hvaða góðu áhrif hefur ferðapjónustan á Vestfjörðum haft á þitt líf?
- 5.Hvaða áskoranir sérð þú í tengslum við ferðamennsku á Vestfjörðum?
- 6.Hvers konar innviði eða þjónusta þarf að bæta til að bæta upplifun ferðamannsins?
- 7.Hver eru helstu áhrifin sem þú upplifir eða sérð í tengslum við komu skemmtiferðaskipa?
- 8.Hvaða staði ætti að þróa sem nýja segla?
- 9.Hvaða tækifæri eru vanmetin á Vestfjörðum tengd ferðapjónustu?
- 10.Hvernig getum við lengt dvöl ferðamanna?
- 11.Hvaða þrjú verkefni sem markaðsstofan vinnur að eru mikilvægust?
- 12.Er eitthvert verkefni eða áhersla sem þér finnst vanta í starfsemi markaðsstofunnar?
- 13.Hver er sýn þín á Vestfirði sem ferðamannastað næstu 5–10 ár?

A photograph of a pier or walkway extending into a body of water at sunset. The sky is a warm, orange-brown color. In the foreground, the dark silhouette of a rocky shore is visible. On the pier, a group of people are standing, their figures silhouetted against the bright sky. The pier has a railing with vertical posts. The overall mood is serene and contemplative.

VINNUSTOFA

VESTFIRÐIR ERU....



NIÐURSTAÐA

Orðaskýið byggir á svörum þáttakenda við spurningunni „Vestfirðir eru...“ úr öllum vinnustofunum. Orð sem koma oftast fyrir – eru "Einstakir", "Ró", "Fegurð", "Stórfenglegir", "Náttúra", "Ævintýri" – birtast stærri og sýnilegri.

Hvað sýnir þetta?

- Vestfirðir eru tengdir náttúru og kyrrð, en líka einstakri sérstöðu og ævintýrum
- Orð eins og "ró", "einstakir", "fallegir", "villtir" gefa til kynna bæði tignarlega náttúru og einlæga upplifun
- Fólk og samfélag birtist líka – t.d. „fólkið“, „gestrisnir“, „heimili“
- Og sum orð eru skemmtilega t.d. „Geitin“, „Vestfjarðakjálkinn“, „Gölðróttir“

A photograph of a viewing platform with a metal railing. Several people are standing on the platform, looking out over a body of water. The scene is silhouetted against a bright, hazy sky, likely during sunset or sunrise. The platform is on a dark, rocky outcrop.

1.0 ÁFANGASTAÐURINN VESTFIRÐIR

**HVERJIR ERU HELSTU
STYRKLEIKAR VESTFJARÐA SEM
ÁFANGASTAÐAR?**



Hverjir eru helstu styrkleikar Vestfjarða sem áfangastaðar?

Túlkun svara: Svarendur draga skýra mynd af Vestfjörðum sem öðruvísi, rólegum og náttúrulegum áfangastað með djúpa mannlega vídd og sterka sérstöðu.

Náttúran sem grunnstoð

- Algengustu orðin eru náttúran, náttúrufegurð, fjöllin, fossar, veður, útivistarmöguleikar, dýralíf og óspillt náttúra.
- Þetta gefur til kynna að náttúran sé ekki aðeins fagurfræðileg – heldur lykilupplifun ferðamanna og sterkt aðdráttarafl.

Ró, kyrrð og fámenni

- Orð eins og kyrrðin, friðsæld, fámenni, afskekkt, strjálbýli og þorpin lýsa andrúmslofti sem margir ferðamenn sækjast eftir.
- Vestfirðir eru þannig andstæða „tímahraks“ – staður þar sem hægt er að anda og finna ró.

Fólkið sem lykilþáttur

- Fólkið, gestrisni, samkennd, hlýja og samfélagið voru endurtekin og sýna að mannlegi þátturinn – og ekki síst ekta manneskjur – eru taldir styrkleikar.
- Þetta styður hugmyndina um að mannleg tenging sé mikilvæg upplifun.

Sérstaða og sjálfsmynd

- Mörg svör nefna einstakir, sérstaða, authentic, alvöru Ísland, hvalaskoðun frá landi, náttúrulegar, galdrar, sagan og menning.
- Þetta gefur til kynna að Vestfirðir séu ekta og sérstakir, með sterka sjálfsmynd og auðkenni sem fólk vill miðla.

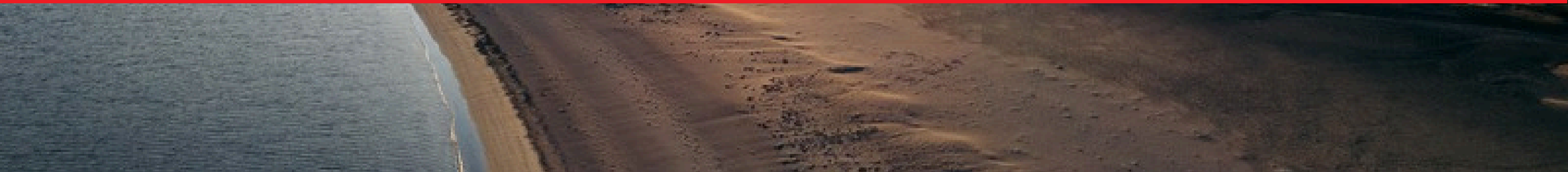
Niðurstaða:

Vestfirðir eru taldir:

- Náttúrulegir og ósnortnir, með víðerni og fjölbreytta upplifun
- Manneskjulegir og rólegir – andstæða iðandi ferðamannastaða
- Menningarlega áhugaverðir og með sterka sérstöðu

Styrkleikar Vestfjarða felast því í jafnvæginu milli náttúru, kyrrðar og manneskjulegs gildis. Þetta er grunnurinn að einstakri ferðamennsku sem ekki er auðvelt að endurtaka annars staðar.

**HVAÐ GETA FERÐAMENN
UPPLIFAÐ HÉR SEM ÞEIR FÁ
HVERGI ANNARS STAÐAR?**





Hvað geta ferðamenn upplifað hér sem þeir fá hvergi annars staðar?

Innsýn: Hvað geta ferðamenn upplifað hér sem þeir fá hvergi annars staðar?

Þátttakendur lýstu einstökum eiginleikum Vestfjarða með áherslu á náttúrufegurð, frið, kyrrð og persónulega tengingu við staðinn og fólkið.

Orðaskýið dregur fram fjölbreytta en skýra mynd:

Ríkjandi þemu:

Óspillt náttúra og náttúruperlur sem liggja utan alfaraleiða

Fámenni, kyrrð og friðsæld – „nóg til af náttúru“

Sérstaða í upplifun: hvalaskoðun frá landi, ljósmyndaheimur, norðurljós, þjóðgarðar og dulmagnað landslag

Mannleg tenging: fólkið er lýst sem hlýlegt, gestrisið, ekta og „ósvikið“

Dýpt upplifana: lýst sem jarðtengjandi, núllstillandi og einstök með orðum eins og „ógleymalegt“, og „áreiðanlegt“

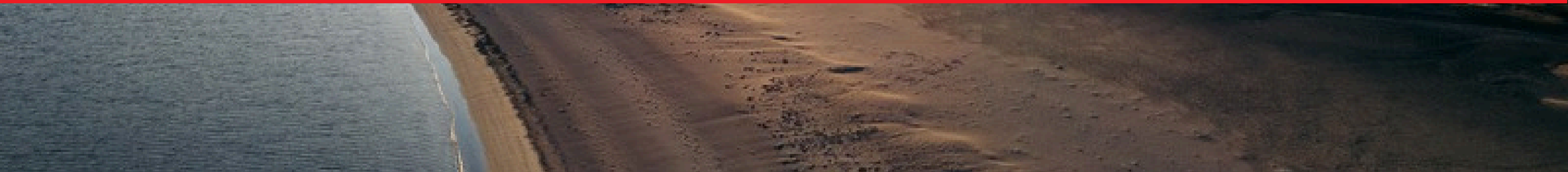
Setningar og orð sem stóðu upp úr:

„Einstök upplifun“, „Friður og saga“, „Stórbrotnir og kraftmiklir“, „Útivistarparadís“, „Koma á óvart“ og „Jarðtenging“

Túlkun:

Þátttakendur telja að það sem gerir Vestfirði einstaka sé mannleg tenging, litlir staðir með miklu hjarta, og náttúra sem er bæði ósnortin og nálæg.

**HVERNIG VILJUM VIÐ AÐ
VESTFIRÐIR SÉU ÞEKKTIR SEM
ÁFANGASTAÐUR?**





Hvernig viljum við að Vestfirðir séu þekktir sem áfangastaður?

Orðaskýið byggir á svörum þátttakenda frá öllum fundunum við spurningunni:

„Hvernig viljum við að Vestfirðir séu þekktir sem áfangastaður?“

Það sýnir orð og hugtök sem komu oft fyrir – sem gefa innsýn í gildismat og væntingar um framtíð Vestfjarða sem áfangastaðar.

Meðal áberandi orða eru: fámenni, náttúran, kyrrð, fólkið, dýralíf, sjálfbærni, strandmenning og stórbrotin náttúra.

- Friður og kyrrð – rólegt, afslappandi andrúmsloft
- Menning og samfélag – tengsl við íbúa, sögur og hefðir
- Náttúra og sjálfbærni – ósnortin náttúra, hreint og vistvænt
- Einstök og ekta upplifun – óhefðbundið, óvenjulegt og ekta
- Túlkun og innsýn

Vestfirðir eiga að standa fyrir:

Ró og dýpri tengingu við sjálfan sig og umhverfið

– Ferðalagið sjálft á að vera hægfara, kyrrlátt og upplifun sem styrkir hugarró.

Vistvæna náttúruupplifun í ósnortnu landslagi

– Þar sem gestir finna fyrir nálægð við náttúruna án truflunar frá fjöldaferðamennsku.

Sterk tenging við samfélagið og menningu svæðisins

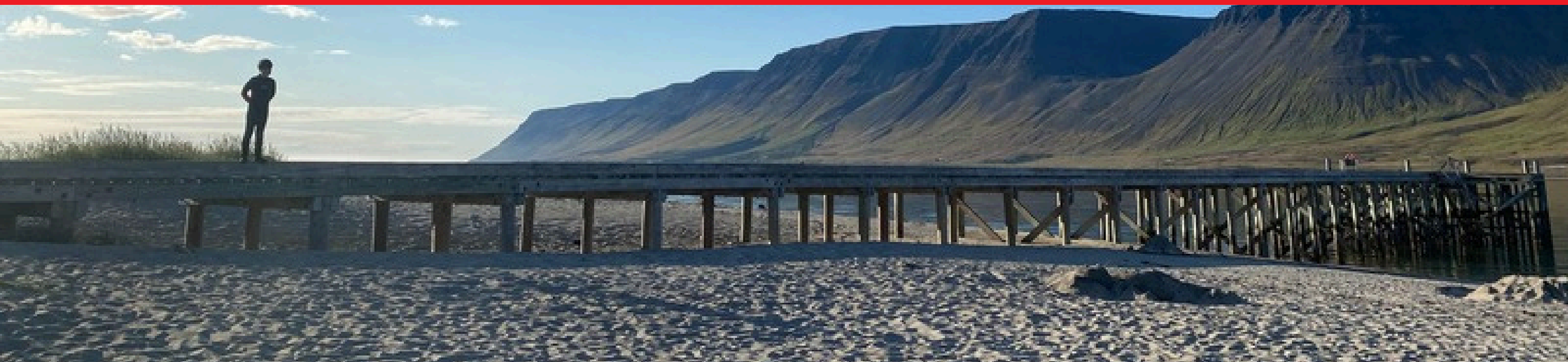
– Þar sem heimamenn, saga og lífshættir skipta jafn miklu máli og staðirnir sjálfir.

Sérstöðu og ekta upplifun sem fæst ekki annars staðar

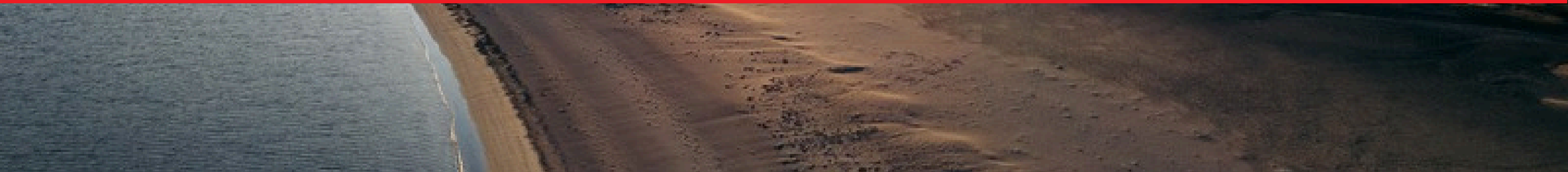
– Ekki staðlaður túrisma-pakki heldur einstök og dýrmæt tenging við staðinn.

Þáttakendur vilja að Vestfirðir séu þekktir sem rólegur og ósnortinn áfangastaður þar sem ferðamenn finna jafnvægi milli náttúru, samfélags og ekta upplifana – langt frá skyndiferðum og skarkala.

2.0 ÁHRIF & ÁSKORANIR



**HVAÐA GÓÐU ÁHRIF HEFUR
FERÐAÞJÓNUSTAN Á
VESTFJÖRÐUM HAFT Á ÞITT LÍF?**



Hvaða góðu áhrif hefur ferðapjónustan á Vestfjörðum haft á þitt líf?

ATVINNA OG TEKJUR

FÉLAGSLEG TENGL OG BETRA SAMFÉLAG

TÆKIFÆRI OG NÝSKÖPUN

LÍFSGÆÐI OG FJÖLBREYTNÍ

TÚLKUN:

Ferðapjónusta hefur haft mest áhrif á líf fólks í gegnum atvinnusköpun og efnahagslegt framlag. En einnig eru nefnd áhrif eins og samskipti við gesti, ný hugsun og tækifæri til þróunar. Fólk sér ferðapjónustu sem mikilvæga lífæð fyrir atvinnu og þjónustu, en einnig sem leið til að lífga upp á samfélagið og skapa tækifæri.

Túlkun á niðurstöðum: Góð áhrif ferðapjónustu á líf fólks á Vestfjörðum

1. Ferðapjónusta sem burðarás atvinnu og samfélags

Mest áberandi þema var atvinna og tekjur – þátttakendur lýstu ferðapjónustunni sem grundvelli fyrir rekstur veitingastaða, opnun verslana, og uppbyggingu atvinnulífs yfir árið.

„Halda búðir og veitingastaði opin“

„Styrkt efnahag svæðisins“

Túlkun: Ferðapjónustan er talin tryggja lífvænleika og fjölbreytni í atvinnu og þjónustu, sérstaklega á minni stöðum.

2. Félagsleg áhrif og mannlíf

Mörg svör nefndu aukin samskipti, gestgjafahlutverk, viðburði og mannlíf.

„Komast í kynni við fleiri þjóðir“

„Viðburðahald“

„Meira um að vera í bæjarlífinu“

Túlkun: Ferðapjónustan styrkir félagsauð og tengsl íbúa við umheiminn – bæði með beinum samskiptum og fjölbreyttara mannlífi.

3. Tækifæri og þróun

Sum svör vísa til nýrra hugmynda, frumkvæðis og þróunar.

„Hraðari uppbygging í þágu bæjarfélagsins“

„Skapandi hugsun og nýsköpun“

Túlkun: Ferðapjónusta er hvati að nýsköpun og breytingum í samfélögum sem annars væru stöðnuð.

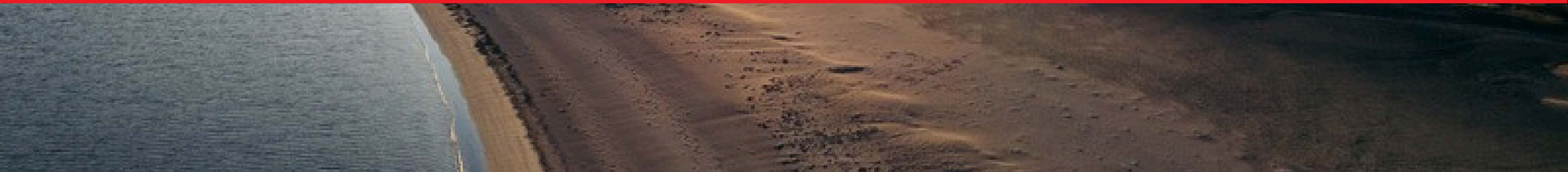
4. Lífsgæði og persónuleg áhrif

Fá svör en samt skýrt að sumir upplifa að lífið verður áhugaverðara með tilkomu ferðamanna.

„Ég flutti hingað :)“

„Aukið fjölbreytni í afþreyingu“

**HVAÐA ÁSKORANIR SÉRÐ ÞÚ Í
TENGLUM VIÐ FERÐAMENNSKU
Á VESTFJÖRÐUM?**



Hvaða áskoranir sérð þú í tengslum við ferðamennsku á Vestfjörðum?

Túlkun:

1. Samgöngur og aðgengi eru stærstu áskoranirnar

- Orð eins og „samgöngur“, „almenningsgöngur“, „vegir“, „flutningskostnaður“ og „ófærð“ koma hvað oftast fyrir.
- Þetta undirstrikar að ferðamenn (og þjónustuaðilar) eiga erfitt með að komast um svæðið, sérstaklega utan sumartíma.

2. Skortur á innviðum og þjónustu

- Þættir eins og „klósett“, „salerni“, „gistirými“, „opnunartímar“, og „verslun“ benda til að grunnþjónusta sé ekki nægilega þróuð eða samhæfð.
- Einnig er nefndur skortur á „menntun“, „fagfólki“ og „gæðavitund“ sem bendir til þess að mannauður og þjálfun í ferðaþjónustu þurfi styrkingu.

3. Árstíðabundin áskorun og sveiflur

- Svör eins og „stuttur tími á vetrarþjónustu“, „vetratími“ og „veður“ sýna að veðurfar og árstíðir hafa veruleg áhrif.
- Einnig kemur fram „sveiflukennd“ og „óvissa með veður“, sem er áskorun í rekstri og skipulagningu.

4. Fjarskipti og öryggi

- Margir nefna „símasamband“ og „fjarskipti“ sem veikleika – sem getur dregið úr öryggistilfinningu og reynslu ferðamanna, sérstaklega í afskekktum svæðum.

5. Þörf á betra samstarfi og stefnumótun

- Hugtök eins og „óljósar reglugerðir“, „vantar seiglu“, „markmiðasetning“, og „aukna samvinnu“ gefa til kynna að samhæfing og skýrari framtíðarsýn þurfi að vera í forgangi.

Tilvitnanir frá þáttakendum:

Samgöngur og aðgengi

„Samgöngur, veður, kostnaður, samkeppni“

„Almenningssamgöngur, almenningssamgöngur, almenningssamgöngur“

Innviðir og þjónusta

„Innviðir“

„Innviðir“

(ítrekað nefnt stuttlega, en skýrt þema sem endurtekur sig)

Rekstraráhætta og óstöðugleiki

„Sveiflukennd markaðir, breytast hratt, opnunartímar og kröfur“

Náttúrulegar aðstæður (t.d. veðurfarslegar)

„Veðurfarið“

**HVERS KONAR INNVIÐI EÐA
ÞJÓNUSTA ÞARF AÐ BÆTA TIL AÐ
BÆTA UPPLIFUN
FERÐAMANNINS?**

Hvers konar innviði eða þjónusta þarf að bæta á Vestfjörðum til að bæta upplifun ferðamannsins?

Helstuniðurstöður úrþemagreiningu:

- Þjónustuframboð og aðstaða
- Salerni og hreinlætisaðstaða
- Samgöngur og vegir Fjarskipti
- og netsamband

Túlkun og innsýn:

Salerni og hreinlætisaðstöðu skortir víða

– Þetta er grunnþjónusta sem ferðamenn búast við – en þátttakendur benda á að hún sé annað hvort óaðgengileg eða ekki til staðar.

Betri þjónusta og aðstaða vantar víða

– Þátttakendur nefna m.a. aðstöðu til veitinga, gistingar, afþreyingar og upplýsingagjöf sem nauðsynlega liði í að bæta upplifun.

Ónóg netsamband og fjarskipti

– Á mörgum svæðum eru net- og símaþjónusta takmörkuð, sem getur haft áhrif bæði á öryggi og upplifun ferðamanna.

Vegir og samgöngur eru einnig áskorun

– Þótt þetta hafi komið meira fram í fyrri spurningu um áskoranir, eru þátttakendur samdóma um mikilvægi bættra samgangna fyrir góða upplifun.

**HVER ERU HELSTU ÁHRIFIN SEM
ÞÚ UPPLIFIR EÐA SÉRÐ Í
TENGLUM VIÐ KOMU
SKEMMTIFERÐASKIPA?**

Hver eru helstu áhrifin sem þú upplifir eða sérð í tengslum við komu skemmtiferðaskipa?

1. Sterk jákvæð áhrifátekjur og efnahag

- Það er áberandi hversu margir nefna tekjur, fjárstreymi, bættan rekstur, afkomu, og aukna atvinnu sem beinar afleiðingar komu skemmtiferðaskipa.
- Hafnarsjóðir, sveitarfélög, búðir og þjónustuaðilar njóta góðs af, oft með langtímaáhrifum, s.s. fjárhagslegri getu til að byggja upp innviði.

2. Öflugur hvati að uppbyggingu og nýsköpun

- Svör eins og „tækifæri fyrir frumkvöðla“, „nýjar hugmyndir heimamanna“, „tækifæri í afþreyingu“, og „grundvöllur rekstrar“ sýna að skipin virka eins og hvati fyrir þróun ferðaþjónustu og þjónustu við gesti.

3. Mikilvæg áhrif á mannlíf og menningu

- Mörg svör lýsa auknu mannlífi og virkni, s.s. „líf í bænum“, „skemmtilegt að fá gesti“, og „fjölbreyttari mannlíf“.
- Einnig er nefnt að skemmtiferðaskip stuðli að menningarlífi, m.a. með fleiri gestum á söfnum og aukinni sýn á staðbundna menningu.

4. Þjónustulevel eykst – en líka álag á innviði

- Þátttakendur nefna bæði „bætta þjónustu“ og „aukna þjónustu fyrir íbúa allt árið“, en jafnframt koma upp áhyggjur um að innviðir séu yfirnýttir á álagstímum.
- Orð eins og „ófært að fá gistingu“, „veitingastaðir fullir“, og „íbúar geta ekki nýtt sér þjónustu“ endurspeglar þessa togstreitu.

5. Neikvæð áhrif og áhyggjur af háðni og yfirálagi

- Nokkur svör lýsa yfirþyrmandi áhrifum, eins og „of mikið af fólki“, „umferðarhætta“, „óþolandi álag á vinsælum stöðum“, og „búðir tómar“.
- Það eru skýr viðvörunarorð um að ekki megi leggja of mörg egg í sömu körfu, og að háð skipakomum geti skapað óstöðugleika og einhæfni í ferðaþjónustu.

Tilvitnanir úr svörum þátttakenda

Efnahagsleg áhrif

„Frábær ávinningur fyrir alla – meira fjármagn í samfélagið.“

„Við getum ráðið fleira starfsfólk og boðið betri þjónustu.“

„Þetta bætir afkomu bæði fyrirtækja og íbúa.“

Uppbygging og tækifæri

„Tækifæri til uppbyggingar á svæðinu – þetta keyrir framþróun.“

„Þjónustustig í bænum er miklu betra allt árið – út af skipunum.“

„Skapar grundvöll fyrir nýja afþreyingu og hugmyndir.“

Mannlíf og menning

„Gaman að sjá líf og fjör í bænum – þetta gefur orku.“

„Skemmtilegt að fá gesti – maður hittir fólk víða að.“

„Gestirnir minna okkur á hvað við eigum fallegt.“

Álag og neikvæð áhrif

„Of margir gestir á sama stað – við þurfum betri dreifingu.“

„Íbúar komast ekki að þjónustu á háanna tíma.“

„Stundum yfirþyrmandi – sérstaklega á vinsælum stöðum.“

Áhyggjur af ósjálfbærni

„Við verðum of háð þessu – allt stendur og fellur með skipakomum.“

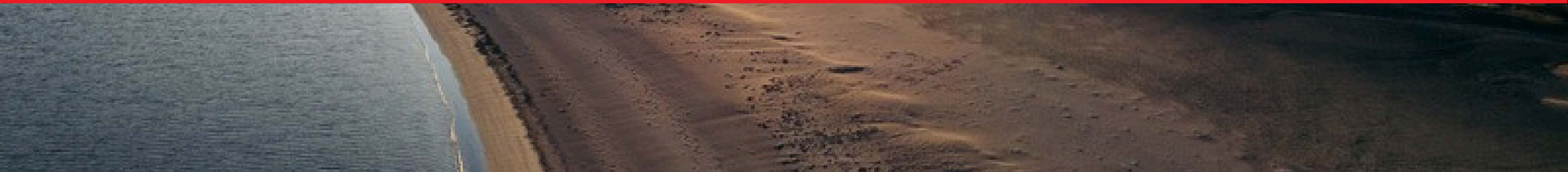
„Þetta er of mikið. Þarf að fækka.“

„Ofnotkun á innviðum og náttúru – þarf stýringu.“



3.0 TÆKIFÆRI & NÝJIR SEGLAR

**HVAÐA STADI ÆTTI AÐ ÞRÓA SEM
NÝJA SEGLA Á VESTFJÖRÐUM?**



Hvaða staði ætti að þróa sem nýja segla á Vestfjörðum?



 **Staðir sem nefndir eru oftast:**

Staður Fjöldi nefninga

Kaldalón 4 nefningar

Hólmavík 3 nefningar

Djúpavík 2 nefningar

Geirþjófsfjörður 2 nefningar

Drangsnes 2 nefningar

TÚLKUN OG INNSÝN:

Þátttakendur nefna staði sem:

Hafa sögulega eða náttúrulega sérstöðu (t.d. Geirþjófsfjörður, Djúpavík)

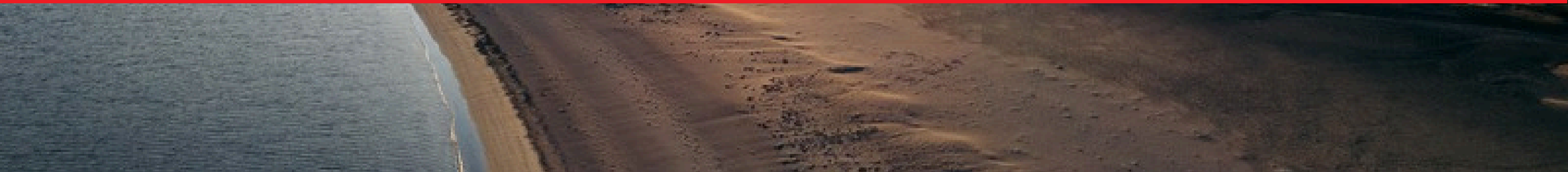
Eru jaðarsvæði með möguleika á meiri umfjöllun og aðgengi (Kaldalón, Drangsnes)

Hafa nú þegar grunn að menningar- og fræðslusegli (Hólmavík, með Galdrasafnið og menningartengd tækifæri)

Hvaða tækifæri ætti að þróa sem nýja segla á Vestfjörðum?

NÁTTÚRA OG ÆVINTÝRI	SÖGUR, SAGNIR OG SÉRSTAÐA	MATVÆLI OG BÚSKAPUR
• Sjósund – sem upplifunartengd afþreying • Kajakferðir með náttúru- og dýralífsáherslu (Arnarfjörður, sæskrímsli, selir) • Gönguskíði og snjósport (Steingrímsfjarðarheiði, skíðastöð + stjörnuskoðun) • Útipottar og heitir pottaferlar • Gönguleiðir og hjólaleiðir – áhersla á að tengja sögur, náttúru og heilsuferðamennsku • Norðurljós og stjörnuskoðun • Drangajökull sem náttúruperla og segull fyrir fræðslu/leiðsögn • Fjörur og ósnortin strandsvæði – þ.e. víðerni og „gönguparadísir“	• Sagnatengd ferðaþjónusta: Gíslahellir, þjóðsögur, Galdrasafnið, Hólmavík sem galdrapörp • Söguferðir og söguleg skiltun – tillaga um samhæfð upplýsingaskilti fyrir sögulega staði á Vestfjörðum • Menningar- og söguferðir sem beina ljósi að sérstöðu staða, sögum og fólki	• Heimsóknir á býli / beint frá býli (slow food, sýnileiki búskapar) • Saltverksmiðjan og þörungar – nýting náttúru og sjávar • Sauðfjársetur, fiskur og framleiðsla sem hluti af upplifun
NÝJAR TENGINGAR OG LEIÐIR	Menning, listir og viðburðir	
• Tengingar milli svæða: Leið frá Selárdal að Drangajökli • Markviss þróun Strandasvæðisins – sett fram sem heildrænt verkefni • Skilgreining nýrra kláfa/göng – t.d. kláfur á Eyrarfjalli, vegur í Tunguskóg • Staðir með litla umfjöllun sem hægt væri að þróa með „segulkrafti“ – t.d. Grímsey í Steingrímsfirði, Reykjanes, Barðaströnd	• Viðburðatengd ferðaþjónusta: Aldrei fór ég suður, nýta bæjarlífið betur • Gamlir skólar og saga menntunar (Núpur, Reykjanes) • Listalíf, menningarsetur og tónleikar – dregið fram í tengslum við nýtingu gamalla bygginga	

**HVAÐA TÆKIFÆRI ERU
VANMETIN Á VESTFJÖRÐUM
TENGD FERÐAÞJÓNUSTU?**



Vatnaveiði Óveðursferðir Fjaran Vondu_vegirnir fjórhjólaferðir Útivistarmöguleikar
Kyrðinn Sjósund Hvesta
Gönguleiðir
Sjóstangveiði sjóstangaveiði Fjallahjólamennska Veiði
Fámennið Strandmenning Sagan
Hefðirnar Mannlífið
Fjöldi_menningarviðburða Költferðir_í_erf_aðst Samstarf
Myrkrið Strándir réttir
Sundlaugar
Vetrarferðamennska Botn_fjarðar Dýrafjörður
Sköpunarkraftur Fuglalíf_nedansjávar Matarferðamennska
Gönguskíði Haftengd_ferðapjónusta
Norðurljós Nátturan
Jaðarbyggðir Sögurnar Gönguferðir_á_fjöllin Fuglatúrismi Gestrisni
Mannlíf_einstaka_staða Fjölmennning Sjósport

Matarupplifun_á_veturna
Mannlíf_einstaka_staða
feed_yourself_ferðir
Utánvegahlaup
Marmennning Almenningsundlaugar

Hvaða tækifæri eru vanmetin á Vestfjörðum tengd ferðapjónustu?

Túlkun og innsýn:

Útivist og náttúra er vanmetin sem söluvöru

– Gönguleiðir, náttúruupplifun og rólegar ferðir í víðerni virðast eiga mikið inni.

Menningarleg sérstaða er undirnýtt

– Saga, hefðir, listir og tenging við heimafólk mætti fá meira vægi.

Veturinn og árstíðabundin upplifun

– Norðurljós, snjór og vetrarupplifun er tækifæri sem virðist ekki fá nægilegt pláss í núverandi framboði.

Sjávarupplifun og strandtengd þjónusta

– Baðstaðir, sjósund og hafnarupplifun gæti orðið sterkur segull.

Niðurstaða

Helstu vanmetnu tækifærin á Vestfjörðum eru:

Vetrarupplifanir og nóttin sem auðlind

Dýpri náttúruupplifun og gönguleiðir út fyrir helstu slóða

Tenging við sjávarsamfélög og hafið

Sögur, hefðir og staðbundin menning

Matarferðapjónusta og tenging við hversdagslíf

-
-
-
-
-

Tilvitnanir eftir þemum:

ÚTIVIST OG NÁTTÚRUUPPLIFUN

„Óveðursferðir, sjósund, Óshlíð“

„Gönguferðir á fjöllin“

MENNING OG SAGA

„Sagan, hvesta, vetrarferðir“

„Almenningssundlaugar, myrkrið, matarupplifun á veturna“

VETRARTÆKIFÆRI OG ÁRSTÍÐABUNDIN FERÐAÞJÓNUSTA

„Norðurljós, norðurljós, norðurljós“

Þessar tilvitnanir sýna glögggt að fólkið á svæðinu sér upplifun sem felst í einföldum, ekta þáttum – t.d. veður, myrkur, saga, sund, og ró.

Innsend viðbótarinnlegg

Þess samantekt byggir á innsendingum frápátttakendum eftir vinnustofurnar. Hér koma fram fjölbreyttar hugmyndir að nýjum verkefnum, seglum, gönguleiðum, jarðfræðilegum undrum, náttúruupplifunum og uppbyggingarhugmyndum á svæðum vítt og breitt um Vestfirði.

JARÐFRÆÐILEGIR SEGLAR OG NÁTTÚRUPERLUR

- Jarðfræðislóð á Ströndum
- Meðal staða: Þrúðardalur, Hvalsárdrangur, Ósfjallið, Kaldbakshorn, Svansgjá, Háafellsdalur, Drangaskörð
- Stuðlaberg, móberg, andesít, lípartít og fleiri jarðfræðileg undur skráð á náttúruminjaskrá

JARÐHITI OG LAUGAR

- Drangsnes (sjópottar)
- Krossneshverar og Svanshóll
- Gvendarlaug við Klúku – tenging við Guðmund góða
- Goðdalur og Hveravík – jarðhitasvæði með sögulegu gildi

GÖNGULEIÐIR OG ÚTIVIST

- Gönguleiðir við Steingrímsfjarðarheiði, Reykjanes, Flatey, og Barmahlíðarskóg
- Hjólaslóðir: Goðdalur, Trékyllisheiði, Neshringurinn
- Brúðkaupsleiðin – vörðuð leið í Bjarnarfirði
- Útivist í Mjóafirði og við Langavatn

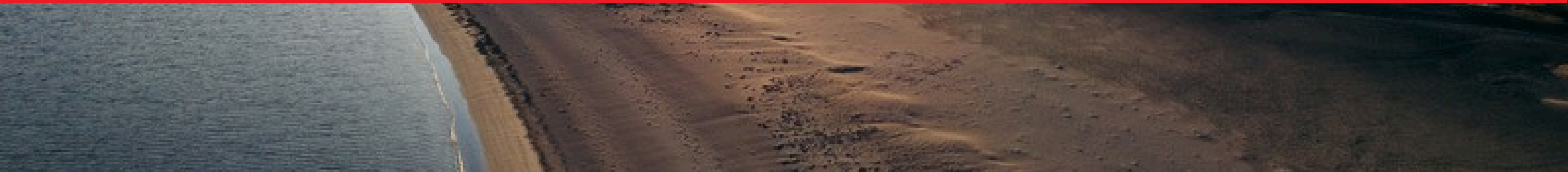
MENNING, SAGA OG ÞJÓÐSÖGUR

- Þjóðsagnaslóð og galdraslóð á Ströndum
- Kotbýli kuklarans, Skólaskógur á Klúku, kirkja á Kaldrananesi
- Söguskilti og söguapp: Flatey, Hvalhaushólmi, Einireykir, Saga Grettis á Reykhólum
- Nesströndin og listaverk Ingríðar, Söguleg sjóminja- og fiskverkunarsvæði á Drangsnesi og Bjarnarnesi

AÐSTAÐA OG UPPBYGGING

- Ferðamannaaðstaða: Reykhólar, Djúpidalur, Karlsey, Króksfjarðarnes
- Reykhúsið, saltverksmiðjan og eldunaraðstaða við Suðurbraut
- Biskupsbrunnur og Kvenfélagsgarður með úti-grillið og söguviðburðum
- Heilsu meðferðir við Svanshól og Klúku – tenging við náttúru, sál og sögu

**HVERNIG GETUM VIÐ LENGT DVÖL
FERÐAMANNA Á VESTFJÖRÐUM?**



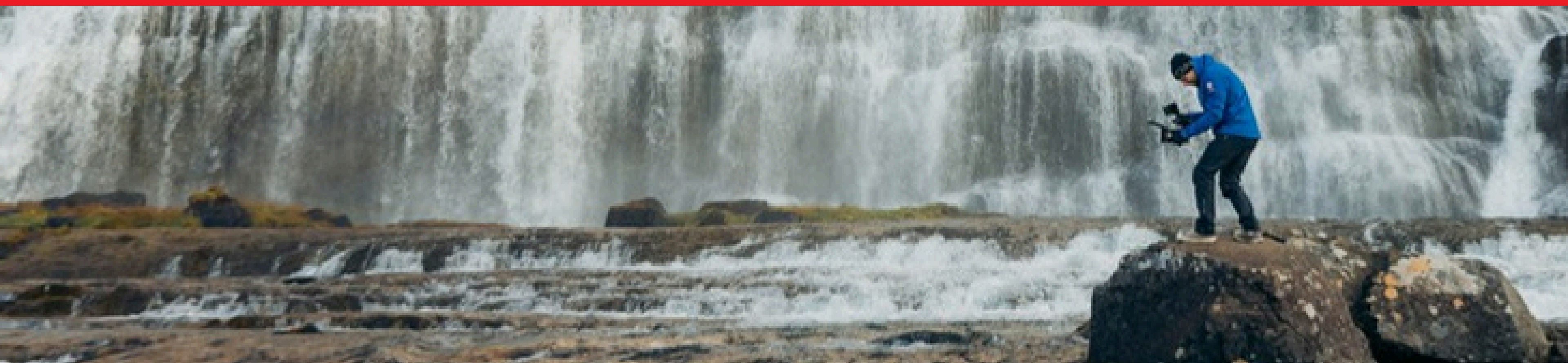
Hvernig getum við lengt dvöl ferðamanna?

Þátttakendur voru beðnir um að forgangsraða þeim áherslum sem þeir telja mikilvægast til að stuðla að lengri dvöl ferðamanna á Vestfjörðum.





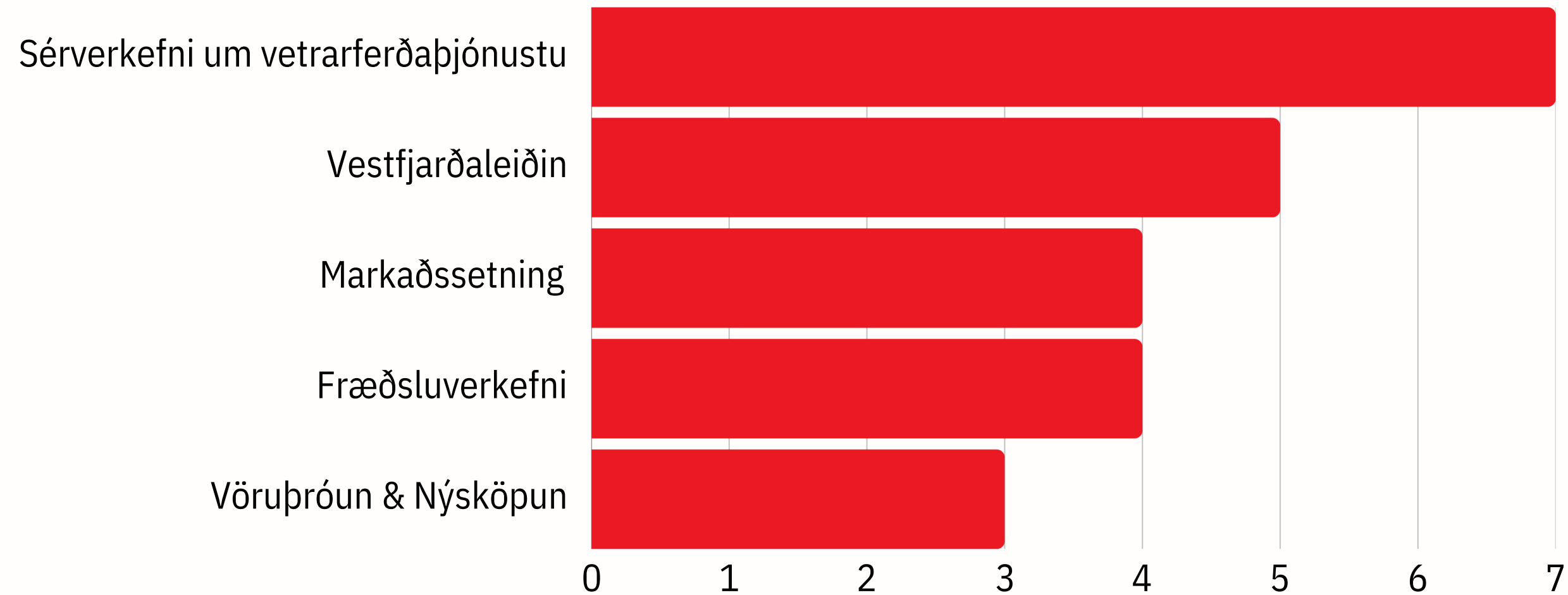
4.0 FORGANGSRÖÐUN & AÐGERÐIR



**HVAÐA ÞRJÚ VERKEFNI SEM
MARKAÐSSTOFAN VINNUR AÐ
ERU MIKILVÆGUST**

Vægi verkefna:

Þátttakendur voru beðnir um að forgangsraða þeim verkefnum sem þeir telja mikilvægust í starfsemi Markaðsstofunnar



**ER EITTHVERT VERKEFNI EÐA
ÁHERSLA SEM ÞÉR FINNST VANTA Í
STARFSEMI MARKAÐSSTOFUNNAR
SEM MYNDI EFLA FERÐAÞJÓNUSTU?**

Er eitthvert verkefni eða áhersla sem þér finnst vanta í starfsemi markaðsstofunnar sem myndi efla ferðapjónustu?

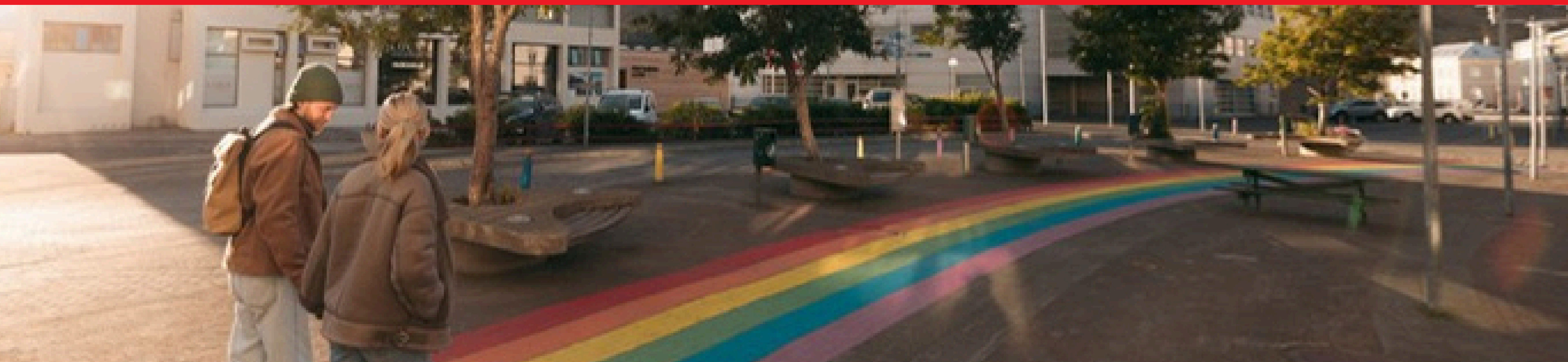
Dæmumtillögur(flestarnefndar einusinni):

- Samstarf við aðra landshluta og nágrannalönd
- Fjallamennska
- Gönguleiðakort
- Online námskeið fyrir ferðapjónustuaðila
- Menningarviðburðir og markaðssetning þeirra
- Heilsutengd ferðapjónusta
- Hafsækin ferðapjónusta og náttúrulíf (selir, hvalir, tófur)

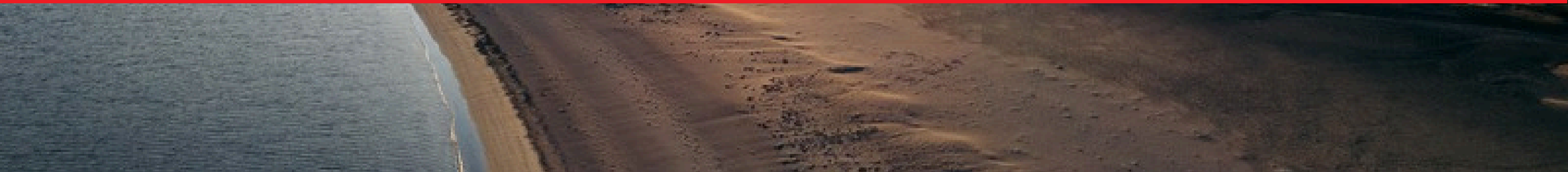
Sértæk svæðisbundin áhersla: Snæfjallaströnd, Grímsey, Hólmavík og Reykhólar

Flestar tillögur komu aðeins einu sinni fyrir – sem bendir til fjölbreyttra skoðana og breiðs áhugasviðs sem getur nýst til að móta fjölbreyttari verkefnaáherslur.

5.0 FRAMTÍÐIN



**HVER ER SÝN ÞÍN Á VESTFIRÐI SEM
FERÐAMANNASTAÐ NÆSTU 5–10 ÁR?**



Hver er sýn þín á Vestfirðum sem ferðamannastað næstu 5–10 ár?

Helstu þemu sem komu fram í svörunum:

- Betri samgöngur og aðgengi
- Fjölgun og dreifing ferðamanna
- Uppbygging og innviðir
- Sjálfbærni og samfélagsleg sátt

Túlkun:

Samgöngur eru enn og aftur lykilþáttur í framtíðarsýn – þörf fyrir betri vegi, göng og almennara aðgengi. Þátttakendur sjá fjölgun ferðamanna og lengingu ferðatímabíla sem raunhæfan möguleika.

Uppbygging gistirýma, segla og afþreyingar er talin nauðsynleg.

Nokkrir leggja áherslu á að framtíðin þurfi að byggjast á sjálfbærni og aðkomu heimamanna, ekki stór fyrirtæki.

Tilvitnanir frá þáttakendum

Uppbygging og vöxtur

„Aukin uppbygging.“
„Fjölgun gististaða.“
„Talsverð fjölgun ferðamanna.“
„Aukning uppbyggingar.“
„Uppbygging við Látrabjarg.“
„Fjölgun gistirýma.“
„Fjölbreyttari dagsferðir fyrir ferðamenn.“

Bættar samgöngur

„Betri vegasamgöngur.“
„Samgöngubætur.“
„Komnir göng.“
„Göng.“
„Betri samgöngur.“
„Mikku betri samgöngur.“

Sjálfbærni og samfélag

„Uppbygging í sátt við samfélagið.“
„Vonandi helst sú stefna að heimafolk sem þykir vænt um svæðið séu burðarásar ferðapjónustu... við viljum ekki stórfyrirtæki að sunnan hingað.“
„Við höldum okkur við slow tourism, losnum helst við öll skemmtiferðaskip (t.d. hámarksfjöldi á skip), bæjarljarnar eru styrktir, náttúruperlur verndaðar.“

Skýrari framtíð og fyrirsjáanleiki

„Ferðapjónustan verði orðin öflugari atvinnugrein sem skapi tekjur, þjónustu og atvinnu á svæðinu árið um kring, með gæði og upplifun í fyrirrúmi.“
„Meiri fyrirsjáanleiki, bókanir fram í tímann.“
„Að ferðapjónustuaðilar þurfi ekki að koma sér áfram á harkinu.“

Staðsetning á kortið

„Vestfirðir komnir á kortið.“
„Ekki lengur eftirbátur annarra landshluta.“
„Vestfirðir sem þjóðgarður.“

Ný framtíðarverkefni

„Göngustígur í Kaldalóni.“
„Sundlaug á Bíldudal.“
„Clubdub á Grænum baunum.“
„Komin kláfur.“
„Vestfjarðaleiðin komin.“



HÓPAVINNA



Spurningar í hópavinnu

1.Áfangastaðurinn Vestfirðir 2050

Fréttir framtíðarinnar - skrifaðu niður heiti og smá lýsiingu á „Framtíðarfrétt sem fór viral frá bæjarmiðlinum “

2.Hvað myndi gera ferðapjónustu á Vestfjörðum auðveldari, betri eða skemmtilegri – bæði fyrir gesti og heimamenn?

3.Áherslur markaðsstofunnar:

Hvað myndir þú vilja að markaðsstofan legði áherslu á innan Vestfjarðaleiðarinnar?

Hvaða áherslur myndr þú vilja sjá í markaðssetningu á Vestfjörðum ?

(Forgangsraðið þrem hugmyndum)

1.Áfangastaðurinn Vestfirðir 2050– Samantekt

Þátttakendur sáu Vestfirði í framtíðinni sem:

- Þjóðþekktan og sérstakan áfangastað, t.d. með "BB Michelin-stað beint frá býli" og "Taylor Swift giftir sig á Hornströndum."
- Segul fyrir hæga ferðamennsku með slow food, ró og náttúruupplifun í forgrunni.
- Frumlegan og séríslenskan stað, þar sem þjóðsögur, vísindaleg uppgötvun og staðbundin menning mynda uppbyggingu.

Framtíðarsýnin var bæði villt og vísindaleg, með áherslu á sérstöðu, sjálfbærni og rætur í samfélaginu.

2. Hvað myndi gera ferðapjónustu á Vestfjörðum auðveldari, betri eða skemmtilegri – bæði fyrir gesti og heimamenn? - Samantekt

Helstuáskoranir og úrbætur sem nefndarvoru:

- Samvinna og sýnileiki innan ferðapjónustunnar.
- Innviðir og grunnþjónusta: salerni, gönguleiðir, upplýsingaskilti og gistingualeikar.
- Tengingar við náttúru og sögu: leiðsögn með heimamönnum, þjóðsögur og náttúrufyrirbæri.
- Slow travel, göngu- og hjólaleiðir og upplifanadrifin nálgun í stað fjöldaferðamennsku.

Lykiláherslan er á staðbundin gæði frekar en magn – að skapa traustan grunn fyrir varanlega þjónustu með rótum í menningu og náttúru.

3.Áherslur markaðsstofunnar - samantekt:

Forgangsröðuð áhersluatriði:

- Sýnileiki innanlands og innan svæðisins.
- Fjölbreyttar frásagnir: þjóðsögur, matarmenning, fólk og saga.
- Ekta mynd af Vestfjörðum – sleppa klisjukenndum toppmyndum, sýna daglegt líf og mildari fegurð.
- Að „sjá sig sjálfan“ í Vestfjarðaleiðinni – að ferðamaður geti ímyndað sér að vera þar.

Beinar athugasemdir:

- „Instagram gullmyndir búa til óraunhæfar væntingar.“
- „Gefa rétta mynd – hafa ekki farið í markaðssetningu á smástaðamenningu.“
- „Mesta vinna í útliti og snyrtingu – t.d. útisvæði, vegkantur, salerni.“
- „Kindur, ull og hvernig hún er unnin - feldfé”
- „Hafið, fjöllin og fólið - sögurnar og hornstrandir”
- „Prófílar af ferðapjónustuaðilum”
- „Hafið, fjöllin og fólið - sögurnar og hornstrandir”
- „Áhersla á að gefa sér tíma í Vestfjarðarleiðina”
- „Betri upplýsingar um vegalengdir”

Lykilorð frá hópunum:

- Tenging samfélags og upplifunar
- Saga, þjóðsögur, matarmenning og ró
- Ferðamennska á forsendum Vestfirðinga, ekki stórfyrirtækja
- Slow tourism, slow building – deep value
- Aukið samstarf