



Markaðsstofa  
Suðurlands

# Starfsáætlun 2025

# Starfsáætlun 2025

## 1. Inngangur

Markaðsstofa Suðurlands er áfangastaðastofa landshlutans og er samvinnuvettvangur ríkis, sveitarfélaga og fyrirtækja í ferðaþjónustu á Suðurlandi. Hún vinnur að **ímyndarsköpun, þróun og markaðssetningu áfangastaðarins í heild**. Markaðsstofan markar stefnu fyrir ferðaþjónustu innan landshlutans í gegnum áfangastaðaáætlun ásamt því að sinna fjölþættu kynningarstarfi og ráðgjöf til fyrirtækja varðandi markaðssetningu. Markaðsstofan kemur fram fyrir hönd landshlutans á ferðasýningum og -kynningum innanlands og erlendis og með því eru kynningarmál samhæfð, gerð skilvirkari auk þess að minnka kostnað. Markaðsstofan sinnir hagsmunagæslu fyrir landshlutann þegar kemur að ferðamálum og á í góðu samstarfi við aðila innan svæðis, í öðrum landshlutum, ráðuneyti og opinberar stofnanir. Markaðsstofan vinnur einnig að því að skapa þekkingu, miðla upplýsingum og styðja við nýsköpun í ferðamálum í landshlutanum.

Markaðsstofa Suðurlands, sem hluti af stoðkerfi ferðaþjónustunnar, er **drifkraftur þróunar ferðamála í landshlutanum og fyrsti snertiflötur í málefnum ferðaþjónustu á starfssvæðinu** sem nær frá Lónsheiði í austri að Sandskeiði í vestri auk Vestmannaeyja. Innan þessa starfssvæðis eru 15 sveitarfélög og rúmlega 34 þúsund íbúar, en 2 sveitarfélög hafa valið að standa utan samstarfsins.

Markaðsstofa Suðurlands býr yfir **sérþekkingu og yfirsýn yfir málaflokkinn**, ásamt því að hafa víðtæk tengsl innan svæðisins og annarra landsvæða.

Tekjur Markaðsstofunnar koma frá **ríkissjóði** í gegnum samninga við **Ferðamálastofu og Íslandsstofu**, frá **samstarfssveitarfélögum** á Suðurlandi sem og **samstarfsfyrirtækjum** í ferðaþjónustu og tengdum greinum. Þá aflar Markaðsstofan eftir föngum sértekna sem m.a. eru eyrnamerkta sérverkefnum.

**Starfsáætlun** Markaðsstofu Suðurlands fyrir árið **2025** byggir fyrst og fremst á samstarfssamningum stofunnar við þessa aðila. Ekki telst ólíklegt að sérverkefni úr aðgerðaáætlun stjórnvalda um ferðaþjónustu komi eitthvað inn á borð stofunnar þegar líður á árið. Þá miðast áherslur ársins við **Áfangastaðaáætlun Suðurlands**.

## 1.a. Forsendur starfsáætlunar

Starfsáætlun tekur mið af Ferðamálastefnu og aðgerðaáætlun til 2030 sem unnin var í samvinnu ríkis, sveitarfélaga og greinarinnar.

### ***Efnahagur - Arðsemi***

- Aukin framleiðni, verðmætasköpun og samkeppnishæfni um land allt.
- Framþróun sem byggir á tækni, gögnum, nýsköpun, vöruþróun, mannaúði og menntun.
- Markviss sókn á verðmæta markaði og markhópa.

### ***Samfélag - Ávinningur***

- Jákvæð áhrif á nærsamfélag og aukin lífsgæði um land allt.
- Áhersla á stjórnun og uppbyggingu áfangastaða og að gestir ferðist um land allt, árið um kring.
- Atvinnugreinin eflir lífvænleg og sjálfbær samfélög.

### ***Gestir - Upplifun***

- Upplifun gesta betri eða í samræmi við væntingar.
- Náttúra, menning og afþreying stuðla að einstakri upplifun gesta.
- Fagmennska, gæði og öryggi einkenna íslenska ferðaþjónustu.

### ***Umhverfi - Umhverfisvernd***

- Minnkandi kolefnisspor og forystuhlutverk í orkuskiptum og nýtingu vistvænna orkugjafa.
- Jafnvægi milli hagnýtingar og verndunar náttúru og uppbygging innviða taki mið af því.
- Virðing fyrir þolmörkum og álagsstýring á áfangastöðum ferðamanna.

## 2. Hlutverk markaðs- og áfangastaðastofu

Markaðsstofan á í miklu samstarfi við Ferðamálastofu um ýmis verkefni og þá helst þau sem sett eru fram í samningi þeirra á milli. Á meðal hlutverka markaðs- og áfangastaðastofu eru eftirfarandi verkefni sem stofan sinnir í samstarfi og samráði við aðra aðila sem um sömu málaflokka hafa að gera:

- Gerð og framkvæmd áfangastaðaáætlana ásamt tengingu við aðrar opinberar stefnur og áætlanir.
- Stuðla að vöruþróun og nýsköpun auk þess að vinna að þróunarverkefnum.
- Aðkoma að gerð og innleiðingu stefnumótunar og áætlana á landsvísu sem snertir ferðaþjónustu.
- 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.
- 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.

- Draga fram sérstöðu og áherslu landshlutanna á grunni áfangastaðaáætlana og áherslum markhópagreiningar og markaðssetningu Íslands. Sinna kynningar og markaðsmálum svæðisins í samstarfi við sveitarfélög og atvinnulíf, í samráði og samstarfi við Íslandsstofu sem leiðir samræmt kynningar og markaðsstarf fyrir áfangastaðinn Ísland (sjá um samstarf við Íslandsstofu).
- Vera grunneining í stoðkerfi ferðamála í landshlutanum. Áfangastaðastofan liðsinnir ríki og sveitarfélögum, fyrirtækjum og einstaklingum innan svæðis vegna ferðaþjónustu samkvæmt samstarfssamningum.
- Samstarf með öðrum áfangastaðastofum og Ferðamálastofu að sameiginlegum verkefnum og þróunar á starfsháttum áfangastaðastofa.

### 3. Áfangastaðaáætlun Suðurlands

Áfangastaðaáætlun Suðurlands leggur til grunnforsendur fyrir áherslur í starfsáætlun Markaðsstofunnar 2025. Þá verður markvisst unnið með hagsmunaaðilum að framgangi áherslna og verkefnaáætlunar Áfangastaðaáætlunar.

#### 3.a. Innviðir og þróun

- Vinna að áherslum, verkefnum og eftirfylgni uppfærðrar Áfangastaðaáætlunar sem eru; sjálfbær þróun, samtal og samvinna, ábyrg ferðaþjónusta, öryggi og aðgengi, náttúruvernd, áhrif ferðaþjónustu á samfélög, stýring og dreifing ferðamanna, gæði og gæðamál, upplýsingagjöf, merkingar og fræðsla, fjárfesting og nýsköpun, rannsóknir og hagtölur og samgöngumál.
- Uppfærð áfangastaðaáætlun Suðurlands verður sett fram rafrænt á vef Markaðsstofunnar. Þá verður hún kynnt helstu hagaðilum.

#### **Helstu verkefni:**

Sjá forgangsverkefni áfangastaðaáætlunar, útgáfa handbókar um uppbyggingu ferðamannastaða með áherslu á sveitarfélög, ráðgjöf til frumkvöðla og fyrirtækja í rekstri í ferðaþjónustu og fleira.

#### 3.b. Fræðsla og þjálfun

- Áframhaldandi samtal og samstarf við hagaðila í fræðslumálum innan svæðis og móta verkferla fyrir vinnu við að greina stöðu, þörf og áherslur í fræðslu og þjálfun í ferðaþjónustu.
- Skapa vettvang til að miðla upplýsingum um þá fræðslu sem er í boði með áherslu á að draga fram staðbundna fræðsluaðila og auðvelda aðgengi greinarinnar að upplýsingum um það sem er í boði.
- Taka þátt í þróunarverkefnum tengdum fræðslu eins og við á.

#### **Helstu verkefni:**

Samstarf með Fræðsluneti – Símenntun á Suðurlandi um fræðsluverkefni tengd ferðaþjónustu og kynningu á þeim, seta í stýrihóp um raunfærnimat í ferðaþjónustu (samstarf Fræðslunets, Símei og Hæfnisetur), samstarf við Hæfnisetur ferðaþjónustunnar um Menntamorgna og sameiginlegan vofund og fleira.

### 3.c. Greiningar

- Vinna þarfagreiningu rannsókna og mælinga fyrir landshlutann, þrískiptingu Suðurlands sem og á landsvísu.
- Móta verkferla og ramma utan um svæðisbundnar rannsóknir með samtali og samstarfi við viðeigandi hagaðila.
- Taka saman reglulega ýmsar upplýsingar og opinberar hagtölur og annað efni sem gagnast greininni og verkefnum Markaðsstofunnar og miðla áfram til hagaðila.

### 3.d. Endurskoðun áætlunarinnar og samvinna við nærsamfélagið

- Áframhaldandi samtal, samstarf og ráðgjöf til sveitarfélaga.
- Þátttaka, yfirferð og umsögn í ferðapjónustutengdum verkefnum sveitarfélaga, s.s. þróunarverkefnum, ferðamálaköflum aðalskipulaga og annarra áætlana, sé eftir því leitað. Einnig verður sett fram ný sóknaráætlun Suðurlands 2025-2029
- Áframhaldandi samtal og samstarf við aðrar staðbundnar stofnanir auk þess að bjóða ráðgjöf til þeirra s.s. Vatnajökulspjóðgarð, Þjóðgarðinn á Þingvöllum, Kötlu jarðvang, Umhverfisstofnun, SASS og fleiri. Einnig koma að ferðapjónustutengdum áætlunum og verkefnum þeirra, sé þess óskað.
- Eiga samtal við ferðapjónustufyrirtæki, íbúa og aðra hagaðila, bæði óformlega og á formlegum fundum í tengslum við verkefni MSS.

## 4. Forgangsverkefni áfangastaðaáætlunar 2025

Forgangsverkefnin eru mótuð út frá [Áfangastaðaáætlun Suðurlands](#) og er ætlað að færa áfangastaðinn Suðurland nær sinni framtíðarsýn í ferðamálum. Verkefnin eru endurskoðuð árlega.

### 4.a. Ferðaleiðir – Vöruþróun, efnissköpun og upplýsingamiðlun

#### *Verkefnið í hnotskurn*

Styðja við og efla ferðaleiðir, vinna nánari ferðalýsingar og þetta efni auk þess að hvetja til meiri tenginga ferðapjónustuaðila við leiðirnar. Koma öðrum sjálfstæðum leiðum á framfæri og kynna helstu leiðir fyrir erlendum mörkuðum (B2B/B2C), auk þess að vinna með frásagnir og uppbyggingu innviða á þessum leiðum. Markmiðið með ferðaleiðum er að efla samkeppnishæfni Suðurlands. Vel kynntar ferðaleiðir hvetja ferðamenn til að dvelja lengur á svæðinu og efla þannig efnahagslega sjálfbærni svæðisins. Í þessu felst einnig ákveðin stýring, eykur tækifæri á að draga fram einkenni svæðisins, hvetur til nýsköpunar og upplýsir gesti.

#### *Árangursmælikvarðar*

Aukinn sýnileiki ferðaleiða á Suðurlandi og meiri samvinna hagaðila í kringum þessar leiðir. Lengri dvalartími gesta á svæðinu. Bætt upplifun og þar með bæta eða viðhalda ánægjuskori landshlutans meðal gesta.

### **Lokaafurð (verkefnis eða áfanga)**

Lokaafurð þessa áfanga verður aukið efni um leiðirnar s.s. ferðalýsingar, kort og fleira sem tengist þeimum leiðanna. Einnig verður safnað saman stoðefni sem sveitarfélög og ferðaþjónustuaðilar geta notað við uppbyggingu og þróun leiðanna. Hugmyndabanki yfir mögulega vörubrúun og nýsköpun á leiðunum.

#### **Samstarfsaðilar:**

Sveitarfélög, faghópur sveitarfélaga og ferðaþjónustuaðilar.

## **4.b. Pematengd ferðaþjónusta – Vörubrúun og upplýsingamiðlun**

### **Verkefnið í hnotskurn**

Unnið verður með fjölbreytt þemu á Suðurlandi og þau sett fram á South.is. Ferðatillögum, þematengdum blogg færslum og öðru efni hefur jafnt og þétt verið bætt inn síðustu ár. Val á þemum er byggt á áherslum í Áfangastaðaáætlun Suðurlands. Dæmi um þemu sem koma til greina eru myrkurgæði og orkutengd ferðaþjónusta. Fáist fjármagn úr Sóknaráætlun Suðurlands er stefnt á að vinna sérstaka söguslóð í samstarfi við Rangárvallasýslu á árinu. Markmið verkefnisins er að efla upplýsingamiðlun um svæðið og einkenni þess til gesta í samræmi við breyttar kröfur og þarfir þeirra. Í þessu felst einnig ákveðin stýring, að vekja frekar athygli á þemum sem hagaðilar landshlutans vilja standa fyrir og bjóða fram í auknu mæli.

### **Árangursmælikvarðar**

Vakta má fjölda þema sem sett eru fram, og hversu mikla athygli þau vekja. Verkefnið eykur fjölbreytni í upplýsingum til gesta sem miðar að áhugasviði þeirra. Það skilar sér betri nýtingu fjármagns til að ná betur til viðeigandi markhópa fyrir svæðið sem aftur getur skilað aukinni ánægju og upplifun gesta.

### **Lokaafurð**

Lokaafurð verkefnisins er fjölbreytt framsetning á þematendri ferðaþjónustu á Suðurlandi. Þemu verða ýmist sett fram sem undirsíður á south.is, blogg færslur eða röð færslna á samfélagsmiðlum, eftir eðli verkefna.

#### **Samstarfsaðilar:**

Faghópur sveitarfélaganna, aðkeypt þjónusta.

## **4.c. Matarauður Suðurlands – Sögur og sýnileiki**

### **Verkefnið í hnotskurn**

Árin 2019- 2020 var matarauður Suðurlands greindur, kortlagður og ítarlegar upplýsingar settar fram á vef. Nú er komið að því að draga þessar upplýsingar saman í áhugaverðar sögur, skapa umtal og gera matarmeninguna að eftirsótttri vöru og upplifun. Markmið verkefnisins er að auka sýnileika og eftirspurn eftir sunnlenskri matvöru. Með aukinni

eftirspurn verður til betra rekstrarumhverfi til nýsköpunar, framleiðslu og sölu á sunnlenskri matvöru. Haldin verður opin vefvinnustofa um sögutækni með matvöru þar sem einstaklingum og fyrirtækjum innan matvælageirans á Suðurlandi er boðin þátttaka. Í kjölfar vinnustofunnar verður myndefnis og texta aflað, og það sett saman í sögur um matartengda menningu, sölustaði, veitingastaði og matvælaframleiðendur á Suðurlandi. Efnið verður birt á samfélagsmiðlum, bloggi og vef. Þá verður vel völdu efni komið á innlenda og erlenda fjölmiðla m.a. í gegnum Íslandsstofu.

### **Árangursmælikvarðar**

- Í upphafi verkefnis verður gerð greining á umfangi matartengdra upplýsinga á miðlum MSS, og umferð um þá. Sama greining verður gerð að verkefnistíma loknum og aftur á miðju ári 2025.
- Í lok árs 2025 eru vefsíður um Matarauð Suðurlands innan south.is vel sýnilegar og notendavænar. Nýjar blogg færslur hafa verið skrifaðar um matarmenninguna og færslur fyrir samfélagsmiðla verið skapaðar. Merki eru um aukna umferð um matartengdar síður south.is. Matur hefur hlotið fastan sess á samfélagsmiðlum MSS með auknu efni frá aðilum tengdum sunnlenskum mat.
- Minnst 20 aðilar (einstaklingar eða fyrirtæki) tengdir matarmenningu Suðurlands hafa tekið þátt í vinnustofu tengdri verkefninu og fengið kennslu í sögutækni sem nýtist þeim í eigin ímyndarsköpun og markaðssetningu.
- Allt kynningarefni, textar og myndefni sem verður til við vinnslu verkefnisins mun vera aðgengilegt Markaðsstofu Suðurlands og SASS

### **Lokaafurð**

Lokaafurð þessa áfanga verður aukið efni, s.s. myndir, myndbönd og fróðleikur, og bætt framsetning á vef og öðrum miðlum.

### **Samstarfsaðilar**

Matvælaframleiðendur, ferðaþjónustuaðilar og byggðapróunarfulltrúar.

## **4.d. Menningarperlur Suðurlands – Sögur og sýnileiki**

### **Verkefnið í hnotskurn**

Markmið verkefnisins er að efla menningartengda ferðaþjónustu og stuðla að jákvæðu viðhorfi íbúa til menningar á Suðurlandi. Margir ólíkir aðilar annast miðlun menningar á fjölbreyttan hátt í dag en Markaðsstofa Suðurlands býr yfir sérþekkingu, öflugum miðlum og góðum tengingum innanlands jafnt sem utan til að vekja umtal og koma sunnlenskri menningu betur á framfæri. Unnið verður að grunnkortlagningu og í kjölfarið haldin vefvinnustofa um sögutækni sem áhrifaríka leið í markaðssetningu. Út frá vinnustofum verður kynningarefni hannað og útfært og því komið fram á samfélagsmiðlum, bloggi og vef.

### **Árangursmælikvarðar**

- Í lok árs 2024 skipar menning stærri sess á vef Markaðsstofunnar og SASS

- Birtingaáætlun hefur verið framfylgt og menning orðinn fastur liður í miðlum Markaðsstofu Suðurlands, bæði gagnvart innlendum og erlendum markhópum.

### **Lokaafurð**

Lokaafurð verkefnisins er vel hannað kynningarefni í formi færslna á samfélagsmiðlum, vefsvæðis á south.is og í blogg færslum. Mynda- og textabanki verður settur upp á þann hátt að MSS og SASS hafi greiðan aðgang að. Hliðarafurð verkefnisins er aukið samtal og samstarf á milli menningartengdra eininga á Suðurlandi

### **Samstarfsaðilar**

Aðilar í menningargeiranum á Suðurlandi, ferðaþjónustuaðilar og byggðaþróunarfulltrúar.

## **4.e. Efnissköpun fyrir áfangastaðinn Suðurland – Vöruþróun og upplýsingamiðlun**

### **Verkefnið í hnotskurn**

Öflug kynning á landshlutanum fyrir innlenda og erlenda gesti, fjölmiðla og ferðasala er í forgangi árið 2025 sem fyrri ár. Vefsíða, samfélagsmiðlar, efnissköpun og samskipti skipta þar lykilmáli. Draga fram og halda á lofti orðspori áfangastaðarins, viðhalda háu meðmælaskori ferðamanna sem heimsækja Suðurland og mæta hugsanlegum áhyggjum um of mikinn fjölda ferðamanna. Fræðsla til samstarfsfyrirtækja um vöruþróun og aðgreiningu í markaðssetningu verður einnig hluti af starfi ársins. Öll efnissköpun MSS miðar að því að hvetja til ábyrgrar ferðahegðunar og skapa raunhæfar væntingar í takt við Áfangastaðaáætlun Suðurlands. Unnið er með markhópana Lífsglaði heimsborgarinn og sjálfstæði landkönnuðurinn, ásamt íslenskum fjölskyldum, vinahópum og þörum.

### **Árangursmælikvarðar**

Viðhalda ánægjuskori landshlutans, fjölga gestum á ný, lengri dvöl og auknar tekjur til samfélagsins.

### **Lokaafurð**

Fjölbreytt efni sem styður við kynningu á landshlutanum, hvort sem það er texti, myndir eða myndbönd. Styrkja tengslin aftur við ferðasala og fjölmiðla. Aukin og fagleg umfjöllun um landshlutann í miðlum og til ferðasala.

### **Samstarfsaðilar**

Sveitarfélög, faghópur sveitarfélaga, ferðaþjónustuaðilar, aðkeypt þjónusta



## 4.f. Virkt samtal og jákvæð ímynd – upplýsingamiðlun og ráðgjöf

### *Verkefnið í hnotskurn*

Markaðsstofa Suðurlands leggur ávallt upp úr því að eiga virkt samtal við greinina enda er tilgangur stofnunarinnar að efla ferðaþjónustu í sátt við samfélag, náttúru og efnahag landshlutans. Haustið 2023 var skapaður samræðuvettvangur fyrir stjórnendur samstarfsfyrirtækja Markaðsstofunnar og á árinu 2024 jókst samtal við samstarfsfyrirtæki talsvert. Á árinu 2025 verður haldið áfram með þessa vegferð. Eftirfarandi leiðir verða farnar til að halda áfram góðu samtali við greinina:

- Reglulegir morgunfundir verða haldnir á Teams þar sem eitt viðfangsefni verður tekið hverju sinni. Samstarfsaðilar Markaðsstofunnar munu velja viðfangsefni og deila reynslu á fundunum. Dæmi um viðfangsefni sem áhugi er fyrir eru: Nærandi ferðaþjónusta, sögutækni á miðlum, myrkurgæði og svæðisbundin samstarfsverkefni.
- Málþing á árhátíð Markaðsstofunnar sem einnig nýtist sem hvati til aukinnar þátttöku í árhátíðinni.
- Aukin áhersla á kynningu samstarfsfyrirtækja á samfélagsmiðlum og bloggji, til dæmis í kring um sérstaka viðburði, vörubrúun og áhugaverð framtök hjá fyrirtækjunum.
- Kynning á ráðgjafþjónustu Markaðsstofu Suðurlands, enda hefur hún nýst fyrirtækjum vel við vörubrúun, verkefnaþróun og nýsköpun.

### *Árangursmælikvarðar*

Morgunfundir hafi verið haldnir a.m.k. fjórum sinnum yfir árið. Skráning á Árhátíð Markaðsstofu Suðurlands aukist á milli ára. Aðsókn í ráðgjöf aukist á milli ára.

### *Lokaafurð*

Fjölbreytt tækifæri greinarinnar til að eiga samtal innbyrðis.

### *Samstarfsaðilar:*

Sveitarfélög, faghópur sveitarfélaga, ferðaþjónustuaðilar, aðkeypt þjónusta.

## 5. Samstarf

Víðtækt **samtal og samstarf er grunnurinn** að starfi Markaðsstofunnar bæði í tengslum við áfangastaðaáætlun og einnig mikilvægur grundvöllur í markaðssetningu áfangastaðarins.

### 5.a. Samstarfsfyrirtæki

**Samstarfsfyrirtæki Markaðsstofunnar** gefa starfseminni lykilforsendur til starfsins og eru í raun megin grundvöllur starfseminnar. Í gegnum samstarfsfyrirtækin fær MSS góða og virka tengingu við grasrótina á svæðinu varðandi hugmyndir, innsýn á markað og áherslur sem hægt er að nýta inn í verkefni og hagsmunagæslu. Þá leggja samstarfsfyrirtækin til grunninn í þjónustu- og vöruframboði svæðisins sem svo laðar að gesti og skapa virði inn í starfið í

gegnum FAM og fjölmiðlaferðir. Þá leggja samstarfsfyrirtækin grunninn að vöruþróun, nýsköpun, viðburðum, efnissköpun, kynningu og markaðsstarfi landshlutans.

***Helstu verkefni:***

Samtal um greinina og þróun hennar innan landshluta, miðlun upplýsinga og efnis á miðla, fræðsla og ráðgjöf til fyrirtækja.

## **5.b. Sveitarfélög**

**Sveitarfélög á Suðurlandi** eru mikilvægir samstarfsaðilar Markaðsstofunnar. Formgert og virkt samstarf er við **faghóp sveitarfélaganna** í ferðamálum sem gegnir lykilhlutverki í öflugu innra starfi hennar, en hópurinn hittist annan hvern mánuð (utan sumarmánuða) yfir árið. Hópurinn kemur með hugmyndir, áherslur og innlegg í umræður sem styður við hagsmunagæslu svæðisins og miðlar upplýsingum bæði inn til síns sveitarfélags og til Markaðsstofunnar. Sveitarfélögin eru lykilaðilar þegar kemur að skipulagi og uppbyggingu áfangastaða og gegna faghópsfulltrúar mikilvægu hlutverki sem tengiliðir MSS við þá vinnu. Einnig leggja þau til markaðsefni og áherslur sveitarfélagsins auk þess að taka þátt í sýningum og annarri markaðssetningu eftir föngum s.s. móttöku ferðasala, blaðamanna og annarra gesta.

***Helstu verkefni:***

Samstarf í faghóp, ráðgjöf um ferðamál, áfangastaði og framkvæmdasjóð ferðamannastaða, upplýsingamiðlun, samvinna um kortaútgáfu og sameiginleg sýningarþáttaka.

## **5.c. Samtök sunnlenskra sveitarfélaga**

Markaðsstofan á samstarf við **Samtök sunnlenskra sveitarfélaga (SASS)** og **byggðaðróunarfulltrúa landshlutans** um málefni tengd ferðaþjónustu. Þá helst liggur samstarfið í gegnum áhersluverkefni Sóknaráætlunar Suðurlands þar sem til grundvallar liggur Sóknaráætlun Suðurlands. Markaðsstofan gegnir þar hlutverki sérfræðings í ferðamálum í landshlutanum ásamt markaðsmálum.

***Helstu verkefni:***

Menningarperlur Suðurlands, Matarauður Suðurlands og vonandi nýtt áhersluverkefni um Söguhring í Rangárvallasýslu (ef fjármagn er lagt til verkefnisins 2025).

## **5.d. Markaðsstofur landshlutanna**

**Markaðsstofur landshlutanna (MAS)** halda reglulega fundi og eiga í öflugu samstarfi sem snýr m.a. að hagsmunagæslu landshlutanna. Auk þess halda þær sameiginlega viðburði s.s. Mannamót með það að markmiði að markaðssetja svæðin og ekki hvað síst lítil og meðalstór fyrirtæki innan þeirra. Þá heldur MAS úti sameiginlegu vefsvæði ([www.markadsstofur.is](http://www.markadsstofur.is)) utan

um samstarfið og viðburði sína. Þess utan heldur hver landshluti úti opinberum upplýsingavef sem er með sambærilegu viðmóti og útliti til að tryggja samræmda ásýnd opinberrar upplýsingagjafar fyrir ferðamenn.

### ***Helstu verkefni:***

Umsjón með og kynning á Mannamótum, þróun vefsíðna landshlutanna (Suðurland hluti af teymisstjórn vefhóps), sameiginlegur kynningarfundur um MAS fyrir stoðkerfi, Suðurland annar fulltrúi MAS í faghópi um visiticeland.is, samstarf um þróun Brandcenter myndabankakerfis með MAS og Íslandsstofu, allt starfsfólk MAS fundar saman tvisvar á ári, forstöðumenn MAS funda amk mánaðarlega og fleira.

## **5.e. Íslandsstofa**

Markaðsstofan sinnir markaðssetningu á erlendum mörkuðum í samstarfi við **Íslandsstofu**. Íslandsstofa og Markaðsstofan vinna náið saman að markaðssetningu og kynningarstarfi á sviði ferðapjónustu og fyrir áfangastaðinn Ísland og þar með Suðurland. Markaðsstofan sinnir mikilvægu hlutverki við að miðla upplýsingum og markaðsefni til Íslandsstofu á grundvelli áfangastaðaáætlana og veita ráðgjöf ásamt því að taka þátt í ýmsum verkefnum. Fagstjóri ferðapjónustu ásamt fleira starfsfólki Íslandsstofu og MAS funda mánaðarlega um ýmis málefni. Í ár var í fyrsta sinn gerður einn samningur við Ferðamálastofu um fjármagn og inn í hann kemur fjármagn sem áður kom í gegnum sérsamning við Íslandsstofu til erlendra markaðssetningar. Samkvæmt honum munu Markaðsstofan og Íslandsstofa vinna að eftirfarandi verkefnum.

### ***Upplýsingamiðlun***

- Markaðs- og áfangastaðastofan sendir efni til tengiliða hjá Íslandsstofu til kynningar á landshlutanum:
  - Árlegan lista yfir áherslur svæðanna í upphafi árs.
  - Upplýsingar mánaðarlega þegar við á.
  - Kynningaefni fyrir vef- og samfélagsmiðla þegar við á.
- Íslandsstofa nýtir það efni sem berst til kynningar á Íslandi sem áfangastað á alþjóðlegum vettvangi.

### ***Almannatengsl***

- Samstarf um skipulagningu og framkvæmd fjölmiðlaferða.
- Samstarf um skipulagningu og framkvæmd áhrifavaldaferða.
- Svörun fjölmiðlafyrirspurna með fókus á landshlutann.
- Samstarf um almannatengsl í krísum, sbr. viðbrögð við hamförum.

### ***Myndabanki, vefur og samfélagsmiðlar***

- Áframhaldandi uppbygging á sameiginlegum myndabanka.
- Samnýting á myndefni frá áhrifavaldasamstarfi.
- Markaðs- og áfangastaðastofan veitir ráðgjöf um efni tengt sínum landshluta á vef visiticeland.is og travel trade vefsíðu eftir því sem við á.

## **Viðskiptatengsl**

- Samstarf um kynningu á áfangastaðnum.
- Vinnustofur og sýningar:
  - Markaðs- og áfangastaðastofur ákveða sín á milli skiptingu í þátttöku á sýningum út frá áherslu sinna landshluta.
  - Markaðs- og áfangastaðastofur og Íslandsstofa vinna sameiginlega að því að auka þátttöku fyrirtækja utan höfuðborgarsvæðisins í vinnustofum og sýningum skv. samþykktu verklagi, t.a.m. með sameiginlegum kynningarfundum einu sinni á ári fyrir fyrirtæki á svæðinu.

Markaðs- og áfangastaðastofur og Íslandsstofa eiga tvo samráðsfundi á ári. Sá fyrri í upphafi árs þar sem farið verður yfir starfsáætlun og aðgerðir í kynningar- og markaðsmálum, og annan á seinni hluta árs þar sem framvinda og árangur samstarfsins er metin.

## **5.f. Aðrir helstu samstarfsaðilar Markaðsstofunnar**

- Ferðaheildsalar – innlendir og erlendir
- Fræðsluaðilar; Fræðslumiðstöðvar, Þekkingarsetur, Framhaldsskólar, Háskólar, Háskólafélag Suðurlands, og Hæfnisetur Ferðaþjónustunnar og aðrir
- Klasar, þjóðgarðar og tengdar stofnanir á Suðurlandi; t.a.m. Katla Jarðvangur, Ríki Vatnajökuls, Vatnajökulsþjóðgarður, Þjóðgarðurinn á Þingvöllum, Umhverfisstofnun
- Rannsóknaraðilar; Rannsóknamiðstöð Ferðamála, Ferðamálastofa/Íslandsstofa, Háskólar, Hagstofan og aðrir
- Safetravel
- Samtök ferðaþjónustunnar, SAF
- Ráðuneyti
- Héraðsmiðlar, fjölmiðlar og fleiri
- Íslenski ferðaklasinn um ábyrga ferðaþjónustu, Startup tourism

## **6. Markaðsstarf**

Eitt helsta hlutverk Markaðsstofu Suðurlands er að standa **fyrir samræmdu og öflugum þróunar- og markaðsstarfi** fyrir landshlutann með það að markmiði að laða til hans innlenda og erlenda gesti. Markaðsmál og markaðsaðgerðir MSS eru mjög viðamiklar og margir snertifletir sem þarf að huga að.

Áherslur Markaðsstofunnar í markaðssetningu áfangastaðarinnar Suðurlands miða að því að ná til ferðamannsins þegar hann er að láta sig **dreyma og plana** og hvetja hann til að bóka ásamt því að **deila** upplifunum.

## 6.a. Helstu markaðsaðgerðir ársins 2025

### ***Vefsíðan south.is (sudurland.is)***

Stöðug vinna við efnissköpun og uppfærslu sem og auka fjölda heimsóknna inn á vefinn. Unnið að því að vinna nýja texta og uppfæra eldra textaefni m.a. með aðstoð gervigreindar (AI).

**Helstu verkefni:** Uppfærsla á efni fyrirtækja, blog, efnissköpun fyrir þemu og sérverkefni, fréttir, viðburðir ásamt því að innri vefur Markaðsstofunnar verður uppfærður efnislega og Traveltrade síðan í sífelltri uppfærslu.

### ***Samfélagsmiðlar***

Uppfærsla og þróun; unnið með Facebook, Instagram, YouTube, blogg og viðburði. Vinna að áframhaldandi vexti samfélagsmiðla í fylgjendum og efnissköpun. Efnisvinnsla verður eftir því sem við á sem og nýting á efni sem nú þegar er til s.s. mynda og myndbanda á Brandcenter, kynningarmyndbanda og fleira. Nánar verður unnið með birtingaráætlun 2025 (í vinnslu).

**Helstu verkefni:** Taka saman og birta efni frá fyrirtækjum, viðburðum, af náttúru og afþreyingu eins og verið hefur auk þess að efla menningar- og matartengdar birtingar í tengslum við áhersluverkefni.

### ***Brandcenter myndabankakerfi***

Unnið að áframhaldandi þróun efnis og lausnar til að auðvelda miðlun á myndefni bæði til ferðamanna, ferðaskrifstofa og innan landshlutans til samstarfsfyrirtækja og sveitarfélaga. Verður unnið í samstarfi við MAS.

**Helstu verkefni:** Merkja og flokka myndir og myndbönd, miðla efni til hlutaðeigandi aðila og fínþússa nýtingarmöguleika með eiganda lausnarinnar.

### ***PR og áhrifavaldar***

Koma að skipulagningu ferða fyrir innlenda og erlenda blaðamenn og áhrifavalda auk þess að svara fyrirspurnum og skapa efni fyrir innlenda sem erlenda fjölmiðla.

**Helstu verkefni:** Svára og meta fyrirspurnir frá blaðamönnum og áhrifavöldum, skipulag ferða, samantekt efnisatriða og sögumöguleika auk samstarfs við Íslandsstofu (sjá nánar undir samstarf við Íslandsstofu).

### ***Herferðir***

Erlend markaðssókn í kringum áherslur Suðurlands og Íslandsstofu. Auk þess að vinna efni til innanlandsmarkaðar í kringum t.d. vetrarfrí, páska, sumarfrí, haustfrí og jól. Nýta áfram efni um Eldfjallaleiðina auk þess að vinna efni um mat og menningu.

**Helstu verkefni:** aðstoð við mótun og miðlun erlendar neytendamarkaðssetningar 2025, samskipti við aðila á svæðinu vegna viðburða og efnis sem tengjast fríum Íslendinga, taka saman efni um opnunartíma fyrirtækja um jól og áramót og fleira.

### ***Sýningar og vinnustofur***

Mannamót verða haldin í ellefta skipti 16. janúar 2025. Auk þess mun MSS taka þátt í viðburðum innanlands og erlendis s.s. Mid-Atlantic í Reykjavík í jan/feb og Vestnorden á Akureyri í haust og fleiri viðburðum eftir stöðu fjármögnunar og hæfi. Vinna áfram greiningar á tækifærum á nýjum mörkuðum. Undirbúningur og framkvæmd Mannamóta 2026.

**Helstu verkefni:** undirbúningur sýninga og vinnustofa, vinna kynningar og efni til að miðla og auk innlendu sýninganna mun Markaðsstofan taka þátt í vinnustofum og/eða sýningum erlendis eftir því sem pláss og efni leyfa.

### ***Viðskiptatengsl við ferðasala***

Stór hluti þátttöku í vinnustofu og sýningum er að afla viðskiptatengsla við ferðasala. Standa fyrir FAM kynningarferðum fyrir innlenda og erlenda aðila, halda kynningar, senda fréttabréf m.a. með fréttum af nýjungum á svæðinu og kynna verkfærakistu fyrir þá sem eru að selja Suðurland.

**Helstu verkefni:** Halda utan um tengiliði hvernar sýningar/vinnustofu, miðla efni í gegnum fréttabréf, nýta póstlista til kynningar á Mannamótum og miðla eins og við á tengiliðum til samstarfsfyrirtækja.

### ***Efnissköpun***

Unnið að áframhaldandi framleiðslu og söfnun efnis, jafnt myndbanda og mynda, sem nýtast munu til birtinga á samfélagsmiðlum og öðru vettvangi.

**Helstu verkefni:** starfsfólk aflar efnis í gegnum samstarfsaðila, efni keypt ef vantar inn, framleiðsla í kringum sérverkefni auk þess að fá efni frá áhrifavöldum sem starfað er með.

## **7. Innra starf MSS**

Markaðsstofan vinnur stöðugt að því að þetta raðirnar innan Suðurlands og innan vinnustaðarins. Haldnir verða morgunfundir, aðalfundur með málþingi og árshátíð þar sem veittar eru viðurkenningar fyrir Sprotu ársins og Framlags til ferðaþjónustu, kynningar á uppfærðri áfangastaðaáætlun og Ferðaþjónustuvikan fer fram í annað sinn í jan 2025 í kringum Mannamót. Þá verður haldið áfram að gefa reglulega út fréttabréf og setja inn upplýsingar á vefsíðu. MSS mun eiga fulltrúa í ýmsum verkefnum, nefndum og ráðum ásamt því að sækja fundi eftir því sem við á. Sem dæmi um verkefni sem telja má til innra starfs.

- Morgunfundir Markaðsstofunnar.
- Aðalfundur, málþing, örferð og árshátíð Markaðsstofu Suðurlands.
- Viðurkenningar: Sproti ársins og framlag til ferðaþjónustu.

- Kynningar á starfsemi Markaðsstofunnar.
- Kynningar á áfangastaðaáætlun.
- Kynningar á handbók um uppbyggingu ferðamannastaða sem miðuð er að sveitarfélögum.
- Fréttabréf til samstarfsaðila um starfsemina.
- Skrifa greinar og fréttir.
- Þátttaka í ýmsum fundum innan svæðis.
- Þátttaka í Ferðapjónustuvikunni, Degi ferðapjónustunnar, Ferðamálaþingi og mörgum fleiri fundum, ráðstefnum og viðburðum á vettvangi ferðapjónustunnar.
- Tilnefningar til ýmissa viðurkenninga og verðlauna.
- Ráðgjöf til fyrirtækja t.d. um markaðsmál, ferðapjónustu, nýsköpun og vöruþróun.
- Samskipti og öflun nýrra fyrirtækja í samstarf

Með fyrirvara um breytingar  
des 2024/RS