



Menning & ferðapjónusta 2026



Menningartengd ferðapjónusta

Menningartengd ferðapjónusta hefur undanfarin ár verið í örur vexti. Ferðafólk hefur jafnan áhuga á að kynnast þeim stað sem þau heimsækja, sögu hans og menningu. Þetta sést vel á þeirri staðreynd að undanfarin ár hafa söfn verið í þriðja sæti yfir keypta afþreyingu erlendra gesta sem heimsækja Ísland, á eftir náttúruböðum og spa-meðferðum eða dekri, en í kringum 30-40% erlendra ferðamanna heimsækja söfn í Íslandsferð sinni. Það sama á við um íslenska ferðamenn en þar eru söfn og sýningar í öðru sæti á eftir sundi og jarðböðum. Menningartengd ferðapjónusta getur verið mikilvægur segull fyrir svæði, þau draga til sín ferðafólk sem nýtir svo einnig aðra þjónustu.

Hvað skiptir ferðafólk máli?

Ferðafólk eru öll þau sem ferðast um landið, sama hvort það eru innlendir eða erlendir gestir. Þau koma á eigin vegum, á hjóli eða bíl, í rútum og af skemmtiferðaskipum. Mikilvægast er að taka vel á móti fólki og bjóða áhugaverða og vandaða upplifun. Það skilar sér margfalt.





Góðar hugmyndir

- **Eiga upplýsingapakka og myndefni**

Það getur auðveldað samskipti mikið að undirbúa upplýsingapakka með helstu atriðum varðandi staðinn til að senda á ferðapjónustuaðila. Þar ætti að lýsa því hvað hægt er að sjá og gera, hvað það tekur langan tíma, hvar þið eruð staðsett, hvað heimsóknin kostar, hvaða þjónustu hægt er að bóka og með hvaða hætti. Að eiga góðar ljósmyndir er líka mikilvægt og hjálpar til við að „selja“ staðinn. Þær nýtast í kynningar til samstarfsaðila en líka á samfélagsmiðlum og með fréttum og greinum. Myndir sem sýna bæði staðinn og sérstöðu hans og fólk að skoða og skemmta sér hafa góð áhrif.
- **Útbúa sölupakka**

Hægt er að útbúa sölupakka sem hægt er að selja ferðapjónustuaðilum og hópum. Getur eitthvað fleira verið innifalið í heimsókninni, væri til dæmis hægt að bjóða uppá leiðsögn, leiki, kaffi, hvítvín, hákarl eða harmonikkuleik fyrir hópinn? Slíkar viðbætur þurfa auðvitað að samræmast ímynd staðarins. Hægt er að setja upp nokkra pakka og senda á ferðapjónustuaðila.
- **Bjóða öðrum ferðapjónustuaðilum á svæðinu í heimsókn**

Það er sniðugt að vera með sérstaka móttöku eða leiðsögn fyrir aðra ferðapjóna á svæðinu svo þau geti mælt með staðnum ykkar fyrir sína gesti í framtíðinni



- **Bókunarsíður**
Samkvæmt rannsóknum er að færast í vöxt að ferðafólk vilji bóka upplifanir áður en það kemur á staðinn. Það getur því verið gagnlegt að vera með bókunarsíðu, www.bokun.io er til dæmis með fínt kerfi fyrir byrjendur
- **Viðburðir**
Reglulega eru haldnir viðburðir þar sem verið er að kynna ferðþjónustu, til dæmis Mannamót fyrir landsbyggðina og Hittumst fyrir höfuðborgarsvæðið. Þetta geta verið gagnlegir og skemmtilegir viðburðir, þar sem hægt er að kynna sig fyrir ferðþjónustuaðilum, en líka efla tengslin við aðra innan greinarinnar og mögulega stofna til samstarfs í framhaldinu.



Samstarf

Einn lykillinn að árangri er án efa öflugt samstarf, en við hvern? Hér eru nokkrir aðilar sem mögulega mætti vera í samstarfi við:

- **Aðrir ferðapjónar á svæðinu**
Gott er að eiga í samstarfi við aðra þjónustuaðila á svæðinu, hægt er að skiptast á bæklingum, benda á hvert annað, jafnvel fara í sameiginlega markaðsherferð eða útbúa sameiginlegan sölupakka.
- **Ferðaskrifstofur**
Hægt er að hafa samband beint við ferðaskrifstofur, með því að senda póst, hringja eða kíkja í heimsókn. Mikilvægt er að undirbúa sig með því að vera tilbúin með kynningarefni og svör við algengum spurningum. Lista yfir ferðaskrifstofur á Íslandi má finna á vef Ferðamálastofu.
- **Markaðsstofur landshlutana**
Markaðsstofurnar eru sjö talsins, á Vesturlandi, Vestfjörðum, Norðurlandi, Austurlandi, Reykjanesi, höfuðborgarsvæðinu og Suðurlandi. Hlutverk þeirra er að samræma markaðs- og kynningarmál í ferðapjónustu, sjá um útgáfumál, móttöku blaðamanna ásamt beinni markaðssetningu og vinnu við vörubróun í ferðapjónustu.

Mikilvægt er að vera í markvissum samskiptum við þessa samstarfsaðila, til dæmis með því að hafa samband þegar tækifæri gefst, láta vita þegar nýjar sýningar eru settar upp, af viðburðum og breyttum opnunartímum.





Efnismarkaðssetning

Einföld leið að árangri

Stjórnendur leita sífellt nýrra leiða til að ná til ferðamanna. Ein þeirra leiða er efnismarkaðssetning (e. content marketing). Þar er löggöð áhersla á að framleiða efni sem byggir upp langtímasamband og traust, frekar en að smíða hefðbundið auglýsingaefni sem miðar aðeins að beinni sölu. Markmið efnismarkaðssetningar er að nálgast nýja gesti og halda í þá sem þegar hafa komið með því að búa til og dreifa viðeigandi efni sem skapar virði fyrir þá. Efnismarkaðssetning kemur hins vegar ekki í stað þess að smíða hefðbundið auglýsingaefni, heldur styður hún við og margfaldar oft árangur af öðru markaðsstarfi. Með því að miðla sögum, fróðleik og svara algengum spurningum getum við komið menningarferðaþjónustu ofar í huga ferðamanna þegar ákvarðanir um afþreyingu eru teknar. Mikilvægt er að muna að efnismarkaðssetning á sér ekki eingöngu stað á samfélagsmiðlum. Hún nær yfir vefsíðuna ykkar, fréttabréf, Google-skráningar og í raun alla snertifleti þar sem ferðamaðurinn kemst í tæri við safnið. Til að ná árangri er gott að hafa tvö atriði að leiðarljósi: Hvar við erum sýnileg og hvað við erum að segja?

Hvaða miðla eigum við að nýta?

Val á miðlum á að stjórnast af því hvar markhópurinn ykkar ver tíma sínum. Facebook og Instagram eru enn stærstu miðlarnir og duga oft vel til að ná til breiðs hóps ferðafólks. Á sama tíma hefur TikTok fest sig í sessi sem einn helsti vettvangurinn fyrir ferðainnblástur.

Það er betra að velja sér fáa miðla og sinna þeim vel, þar sem hægt er að halda uppi virku samtali, en að reyna að vera alls staðar. Framleiðsla á efni fyrir samfélagsmiðla þarf hins vegar ekki aðeins að eiga sér stað á miðlunum sjálfum. Greinaskrif, fréttabréf, almannatengsl og margt annað getur verið grunnur af því efni sem svo að lokum endar á samfélagsmiðlum safnsins.

Hvernig efni ættum við að framleiða?

Hnitmiðuð framleiðsla snýst um að mæta gestinum þar sem hann er staddur í ferðalaginu sínu. Fyrir komu leitar fólk að innblæstri, þar sem fallegar myndir og spennandi fróðleikur virkar vel. Meðan á heimsókninni stendur snýst þetta um góða upplifun og að hvetja fólk til að deila henni. Eftir að heimsókninni lýkur er mikilvægt að hvetja til endurgjafar og nýta það efni til áframhaldandi framleiðslu. Markaðsefni með ummælum gesta og endurgjöf reynist vel þegar kemur að ferðafólki. Hér eru svo tvær góðar leiðir til að létta undir við framleiðsluna.

- Notendadrifið efni (e. user generated content). Ekki hika við að endurbirta myndir eða efni frá gestum sem hafa heimsótt safnið (svo lengi sem þið fáið leyfi fyrir því). Það skapar aukinn trúverðugleika þegar aðrir mæla með upplifuninni.
- Það er sjálfsagt að endurnýta eldra efni og vinsælan fróðleik. Það hjálpar ykkur að halda dampi og tryggja stöðugleika á miðlunum ykkar án þess að þurfa alltaf að finna upp hjólið.

Það þarf hvorki dýran tækjabúnað né stórt markaðsteymi til að koma sér af stað. Lykilatriðið er einfaldlega að byrja einhvers staðar. Takið fyrsta skrefið, byrjið að miðla áhugaverðu efni og sögum. Virkjum starfsfólkið, því þar leynist gríðarleg þekking og í þeim hópi eru sérfræðingar í að segja sögur.

Látum ekki fullkomnun koma í veg fyrir framkvæmd. Það er mikilvægara að halda dampi en að framleiða alltaf fullkomið efni. Að lokum er mikilvægt að hugsa efnismarkaðssetningu sem langtímafjárfestingu; hér er ekki tjaldað til einnar nætur og góð framkvæmd getur skilað sér margfalt til baka þegar til lengri tíma er litið.



Skemmtiferðaskip

Hluti ferðafólks ferðast með skemmtiferðaskipum eða í skipulögðum rútuferðum. Fyrir þau eru nokkur atriði sem er gott að hafa í huga:

- Talað er um að útbúa upplýsingapakka undir „Góðar hugmyndir“ hér á undan. Í tilfelli skemmtiferðaskipa og stærri ferðaskipuleggjanda er gott að í pakkanum séu einnig ýmsar praktískar upplýsingar eins og: Hvernig er aðgengi fyrir hreyfihamlaða, á hvaða tungumálum eru upplýsingar aðgengilegar og hvernig er þeim miðlað (í bæklingi, með QR-kóða eða audio-guide). Hvað eru mörg klósett á staðnum, hvað er anddyrið stórt (er hægt að ávarpa hóp inni eða er betra að gera það fyrir utan), auk þess sem upplýsingar um starfsleyfi og öryggi þurfa að fylgja. Hvort hægt er að fá veitingar og þá hvernig. Hvar er hægt að finna nánari upplýsingar, á vefsíðu eða samfélagsmiðlum, eins hver sé tengiliður, símanúmer og netfang.
- Í þessu tilfelli er gott að bjóða upp á þrjá til fjóra ólíka pakka, í þeim fyrsta gæti þá til dæmis verið aðgangseyrir og kaffi, í þeim næsta bætist við leiðsögn eða skemmtun og í þeim þriðja bætist við lítill minjagripur fyrir gesti til að taka með heim.
- Skýrar upplýsingar um verð þurfa að fylgja og ef boðið er upp á nokkra pakka þarf verðið fyrir hvern þeirra að koma skýrt fram. Það er mikilvægt að vera ekki hrædd við að hækka verðið svo raunverulegur munur sé á pökkunum, það er í raun meiri hvati fyrir söluaðila að selja aðeins dýrari pakka. Afbókunarskilmálar þurfa líka að vera skýrir.



Mikilvægt er að setja þessar upplýsingar fram á aðgengilegan og fallegan hátt og vera óhrædd við að senda þær vítt og breitt, til dæmis á ferðaskipuleggjendur og markaðsstofur. Á Íslandi sjá Iceland Travel Cruise og Atlantik um móttöku flestra skemmtiferðaskipa. Það er um að gera að senda þeim upplýsingar og minna svo reglulega á sig:

- Tilvalið er að heimsækja ferðaskrifstofur og biðja um sölufund eða bjóða þeim í heimsókn eða að starfsfólk geti litið við þegar þau ferðast um landið.
- Á vorin er gott að minna á sig og senda upplýsingar á ferðaskipuleggjendur, verðskrár fyrir komandi ár þurfa helst að berast í síðasta lagi í ágúst (þar gildir þó: Því fyrr, því betra).

Frá Guðlaugi Kristmundssyni forstöðumanni sölu Iceland Travel og Bergnýju Margréti Valdimarsdóttur sölustjóra Iceland Travel Cruise



Gagnlegar vefsíður

- Heimasíða Ferðamálastofu er www.ferdamalastofa.is en þar má finna upplýsingar um ferðavenjur erlendra og íslenskra ferðamanna og lista yfir ferðaskrifstofur og ferðasala dagsferða sem eru með gild leyfi. Þau halda einnig úti gagnagrunni um ferðapjónustuaðila en upplýsingarnar þar birtast á vefjum eins og www.visiticeland.com og www.ferdalag.is, það er ókeypis að skrá sig í gagnagrunninn.
- Á vefsíðu Rannsóknarmiðstöðvar ferðamála má finna ýmsar upplýsingar, þar er líka handhægur listi yfir aðra gagnlega vefi: www.rmfi.is
- Á vefsíðu Samtaka ferðapjónustunnar má finna ýmsar upplýsingar, þar er til dæmis mælaborð yfir umsvif ferðapjónustu í nærsamfélaginu: www.ferdagogn.saf.is
- Á vefsíðunni www.canva.com er hægt að gera sér aðgang frítt og setja upp margskonar markaðsefni á aðgengilegan hátt.



Mikilvægi menningartengdrar ferðapjónustu

Menningartengd ferðapjónusta býður upp á skemmtilega, faglega og fræðandi upplifun fyrir ferðafólk, bæði innlent og erlent. Það er engu að síður gott að vera meðvituð um að það krefst vinnu, tíma og fjármagns að koma sér á framfæri. Stöðugleiki og seigla eru mikilvæg, að halda stöðugleika í kynningunni svo að fólk viti að hverju það gengur þegar það heimsækir ykkur. Þá er líka mikilvægt að efast ekki um eigið ágæti og selja sig þar af leiðandi of ódýrt eða bæta endalaust í til að stækka þakkann. Það þarf að afmarka sig við viðráðanleg verkefni miðað við mannafla og fjármagn.

Víða um landið eru frábærir hlutir að gerast í menningartengdri ferðapjónustu. Þar kynnast gestir, list, sögu og menningu landsins. Það er mikilvægt.



Tékklisti

Hér eru nokkur atriði sem er gott að tékka á:

- Er ég með réttar og aðgengilegar upplýsingar um staðsetningu, opnunartíma, aðgengi og verð á netinu, Google, samfélagsmiðlum og heimasíðu?
- Veit ég hver markhópurinn minn er og hvar og hvernig ég nær til hans?
- Á ég gott myndefni og stutta lýsingu til að nota í kynningar til ferðapjónustuaðila?
- Á ég til kynningarefni á ensku?
- Hef ég yfirsýn yfir kynningu á starfseminni á vefnum hjá ólíkum aðilum, eru til dæmis upplýsingar á vef sveitarfélagsins, ferðasiðum eða öðrum stöðum sem þarf að uppfæra?
- Erum við virk á þeim samfélagsmiðlum sem gestir okkar nota og er brugðist hratt og vel við skilaboðum?
- Höfum við stjórn á fyrirtækjaskráningu okkar á Google Maps? Svörum við umsögnum gesta? Slíkt byggir upp traust og bætir aðgengi.
- Erum við að mæla vefumferð (t.d. með Google Analytics eða sambærilegum tólum) til að skilja hvaðan gestir koma og hvaða efni þeir skoða? Góðar vefmælingar veita mikilvæga innsýn í áhuga tilvonandi gesta og hjálpa við að framleiða efni sem áhugi er á.
- Á ég lista yfir tengiliði til að senda upplýsingar og fréttatilkynningar? Svo sem svæðisbundna fréttamiðla, markaðsstofu og aðra ferðapjóna á svæðinu, sendum við þessum tengiliðum upplýsingar þegar tækifæri gefast?
- Eru önnur fyrirtæki og ferðapjónar á svæðinu með upplýsingar um okkur?
- Er starfsemin skráð á helstu ferðavefi?
- Erum við í samskiptum við ferðaskrifstofur og aðra ferðapjónustuaðila?



Um verkefnið

Bæklingurinn er hluti af stærra verkefni sem byggir á að efla menningartengda ferðaþjónustu. Að verkefninu standa námsbraut í safnafræði við Háskóla Íslands, Samtök Ferðaþjónustunnar, Félag íslenskra safna og safnafólks, Rannsóknamiðstöð ferðamála og Síldarminjasafn Íslands. Dagrún Ósk Jónsdóttir, verkefnastjóri tók saman efni bæklingsins sem byggir m.a. á Safnasókninni og vinnu á farskólanum 2024-2025 og viðtölum. Við bendum á að þessi bæklingur er aðeins einn liður í verkefninu.



HI FÉLAGSFRÆÐI, MANNFRÆÐI-
OG ÞJÓÐFRÆÐIÐEILD



RANNSÓKNAMIÐSTÓÐ
FERÐAMÁLA
ICELANDIC TOURISM
RESEARCH CENTRE



SAF

