

Arnkátla 2008

VIÐ LOFUM
góðri þjónustu og vönduðum vinnubrögðum



Arnkátla 2008

Stefnumótun í ferðaþjónustu fyrir árin 2008 - 2012

EFNISYFIRLIT

Inngangur	2
Framtíðarsýn	3
Megináherslur svæðisins árið 2012.....	4
Leiðarljós.....	5
Staða Arnkötlusvæðisins	6
Markaðsmál.....	6
Menning.....	7
Grunngerð – Verslun og þjónusta.....	8
Náttúra	10
SVÓT greining.....	12
Meginstraumar („Mega Trends“) í ferðaþjónustu.....	14
Markmið og aðgerðir til árangurs.....	15
Markaðsmál.....	15
Fuglaskoðun.....	16
Menning.....	16
Náttúra	18
Grunngerð, verslun og þjónusta.....	19
Þátttakendur	22

INNGANGUR

Fyrirtæki á Ströndum og Reykhólasveit hafa sameinast um að koma af stað sérstöku klasaverkefni á svæðinu með það að markmiði að auka verulega við afþreyingarmöguleika ferðafólks og efla allt þjónustustig ásamt því að gera stóráttak í markaðssetningu svæðisins. Þessum markmiðum hyggjast samstarfsaðilarnir ná með náinni klasasamvinnu undir heitinu Arnkatla, með tilvísun til vegagerðar um Arnkötludal. Eru bundnar miklar vonir við jákvæð áhrif þeirrar framkvæmdar strax árið 2010.

Framsýni, vöruþróun og markaðssetning var meginþemað á vinnufundi sem boðaður var af svokölluðum HH-hópi á Ströndum. Þar er hópur fyrirtækja á Ströndum sem tóku þátt í HH námskeiði Útflutningsráðs á Vestfjörðum á vordögum 2006. Í kjölfar fjölmargra funda þessara aðila var ákveðið að fara í stefnumótun með Arnkötluklasann og var hún unnin á fyrri hluta ársins 2008. Stefnan gildir um ferðaþjónstu svæðisins til ársins 2012.

Í upphafi eru 28 fyrirtæki og stofnanir af svæðinu þátttakendur að Arnkötluverkefninu, en verkefnið er opið þeim aðilum sam hafa áhuga á að taka þátt og taka á sig þær skuldbindingar sem því fylgir.

Sævar Kristinsson ráðgjafi frá Netspor sá um faglega vinnslu verksins en Sigurður Atlason framkvæmdastjóri Strandagaldurs tók að sér verkefnisstjórn.

FRAMTÍÐARSÝN

Árið 2012 verði Arnkötlusvæðið víðfrægt sem kyngimagnað svæði og forvitnilegur áningastaður í nánd við áhugavert mannlíf allt árið. Öll umgjörð byggji á fagmennsku og loforði svæðisins um einstaka upplifun, einkum á sviði menningar- og náttúrutengdrar ferðaþjónustu. Grunngerð, verslun og þjónusta svæðisins sé til fyrirmyndar.

Arnkötluþyrirtækin vinna saman undir kjörorðinu: **Við lofum !**

Á ensku verður slagorðið: **We promise !**

Undir kjörorðinu verða tilteknir mismunandi áhersluþættir, en sem dæmi um þætti sem svæðið getur heitið ferðamönnum eru:

Við lofum

..ramgöldróttu umhverfi

Við lofum

..náttúrutengdri upplifun

Árið 2012 hafi samstarf fyrirtækja á Arnkötlusvæðinu skilað ótvíræðum árangri:

- Fjöldi heilsársstarfa í ferðaþjónustu verði komin í 15.
- Markaðshlutdeild svæðisins verði komin í:
 - 6% af erlendum ferðamönnum
 - 15% innlendra ferðamanna

MEGINÁHERSLUR SVÆÐISINS ÁRIÐ 2012

Fyrirtæki innan Arnkötlu klasans munu einbeita sér að því meginmarkmið á komandi árum að auka tekjur af ferðamönnum og fjölga heilsársstörfum á svæðinu. Til þess eru margvíslegar leiðir tíundaðar en forgangspættir eru eftirfarandi:

Arnkötlumening

Menningarsaga og mannvistarlandslag verði dregið fram sem eitt megin aðdráttarafl svæðisins

- Fjölbreytt söfn og sýningar í boði sem tengd verði sérkennum svæðisins
- Góðar merkingar sem upplýsi ferðamenn um lykilþætti svæðisins
- Öflug útgáfumál tryggi aðgengi að upplýsingum, einnig á rafrænu formi
- Stöðugar rannsóknir, fræðsla og ráðstefnur verði á svæðinu

Matarmening svæðisins gangi út á að „Nýta og Njóta“ þess sem svæðið býr yfir

Náttúrutengd ferðamennska

Náttúrutengd ferðamennska verði ein stærsta gulrótin í að laða ferðamenn til svæðisins

- Fjölbreytt og náttúrutengd afþreying sé vottuð og í boði allan ársins hring

Grunngerð, verslun og þjónusta

Árið 2012 verði Arnkötlu svæðið FYRIRMYND annarra landsvæða fyrir alhliða þjónustu sem uppfyllir kröfur nútímans.

- Öruggar samgöngur verði bæði til og frá svæðisins og eins innan þess allt árið
- Vel þjálfað starfsfólk verði í öllum þjónustustörfum
 - Góð þjónusta verði veitt – sem byggir á þekkingu
- Opnunartími verslana verði í takt við þarfir heima- og ferðamanna
- Gott aðgengi verði að þekkingu og námi á öllum stigum (heimanám/fjarnám)
- Nútíma fjarskipti verði komin á fyrir alla

Markaðsmál Arnkötlusvæðisins

- Ímynd svæðisins verði skýr og vel kynnt bæði gagnvart heimamönnum og ferðamönnum
- Fjölbreyttar vörur verði tilbúnar fyrir ferðamenn
 - Ferðapakkar fyrir mismunandi markhópa
- Gott samstarf verði milli aðila Arnkötlunnar og Markaðsstofu Vestfjarða
 - Þekking, ferlar og vinnulag í markaðsmálum verði þekkt og nýtt

LEIÐARLJÓS

Þeir þætti sem ætlað er að örva framþróun ferðaþjónustu á Arnkötlusvæðinu eru:

Samvinna	Svæðið einkennist af sókn og samvinnu allra hagsmunaaðila.
Markaðshugsun	Þátttakendur í Arnkötlu skilja nauðsyn þess að setja ferðamanninn í öndvegi og vinna saman að heildstæðri markaðssetningu. Skapa jákvæða ímynd.
Gæði	Arnkötlufyrirtækin stefna á að byggja upp yfirburðaþjónustu við ferðamenn með stöðugar umbætur að leiðarljósi.
Uppbygging	Aukning ferðamanna eykur þörf fyrir áframhaldandi uppbyggingu í grunnþjónustu og örvar frekari uppbyggingu svæðisins til dæmis í gistirými og annarri þjónustu við ferðamenn jafnt sem heimamenn.
Arðsemi	Arðsemi fyrirtækja í ferðaþjónustu byggir á að lengja dvöl ferðamanna sem eykur líkur á meiri viðskiptum þeirra á svæðinu, allt árið.

Þessir þættir verða nýttir sem leiðarljós í markvissri uppbyggingu og samstarfi ferðaþjónustuaðila svæðisins.

STAÐA ARNKÖTLUSVÆÐISINS

Hér er rakin staða Arnkötlu­svæðisins í upphafi árs 2008 ásamt því að skoða hvað hefur áunnist á undanfö­runum árum til úrbóta á svæðinu bæði í ferðaþjónustu og ekki síður fyrir íbúa. Teknir eru fyrir framangreindir fjórir meginflokkar, þ.e. markaðsmál, menning, náttúra ásamt flokki um grunngerð, verslun og þjónustu á svæðinu.

MARKAÐSMÁL

- Ferðamannatímabilið er stutt (áætlað 2,5 mánuðir)
- Óljós skilgreining er á markhópum ferðaþjónustu svæðisins
- Nokkuð framboð er af hátíðum og viðburðum á svæðinu
- Ekki er mikið um að ferðamenn geti fengið matvæli af svæðinu s.s. fisk
- Skortur er á fjölskyldutengdri afþreyingu á svæðinu

Svæðið stendur misjafnlega að vígi m.v. innlenda/erlenda ferðamenn

a) **Innlendir markhópar**

- Vantar markvissa kynningu
- Ferðamenn stoppa stutt

b) **Erlendir markhópar**

- Ímynd varla til staðar
- Svæðið er með 3% markaðshlutdeild m.v. landið í heild
 - Áætlað er að 17% þeirra komi á Strandir

c) **Það sem hefur áunnist að undanfö­runu**

- Erum meðvituð um gildi sameiginlegrar markaðssetningar
- Vaxandi tekjusköpun af ferðaþjónustu á svæðinu

MENNING

Bæjarviðburðir:

- Bæjarhátíðin Hamingjudagar
- Bryggjuhátíð á Drangsnesi
- Bæjarhátíðin Reykhóladagur

Menningarráð Vestfjarða stofnað

- Menningarfulltrúi er staðsettur á Ströndum

Vöxtur hjá Strandagaldri

- Kotbýli kuklarans
- Fornleifarannsóknir á Strákatanga, (Baskaverkefni)
- Unnið að byggingu kaffihúss
- Hafin hönnun á Trékyllisvíkurverkefninu
- Sagnaleikhús var opnað á árinu 2007

Kynning og útgáfa

- Gagnvegur
- Fastir pistlar í Rúv af Ströndum
- Bækur og Myndefni
- Þjóðtrúarstofa á Ströndum

Öflug félagastarfsemi

- Leikfélag
- Kór
- Menningarviðburðir
- Barna og unglingastarf

Aðrir menningartengdir liðir:

- Strandmenningarverkefni í undirbúningi
- Verndun húsa
- Sauðfjársetrið
- Minjagripagerð (nýlega stofnsett)
- Unnið að opnun opins handverkstæðis
- Menningartengd ferðaþjónusta er mikilvæg á svæðinu
- Áhugasamt fólk er á svæðinu um uppbyggingu ferðaþjónustu
- Sérstaða Stranda eru galdrar og fornminjar

GRUNNGERÐ – VERSLUN OG ÞJÓNUSTA

Opinber stjórnarsýsla:

- Sameining sveitarfélaga á Ströndum hefur þegar átt sér stað að hluta en óvisst með frekari sameiningar á svæðinu

Samgöngur:

Vegabætur hafa átt sér stað á eftirfarandi stöðum:

- Ísafjarðadjúp
- Svínadalur
- Kollafjörður
- Selströnd
- Balar
- Hafin er vinna við Arnkötluveg
- - Þróun ferðamenskunnar hefur verið yfir í einkabílinn /bílaleigubílinn
- Engin bílaleiga er á svæðinu
- Ferðaþjónusta á Ströndum er mjög dreifð
- Áætlanaflyg er einungis á Gjögur.
- Flugvöllur er líka á Hólmavík
- Almenningsamgöngur eru litlar á Ströndum
- Ekki eru til skipulagðar ferðir innan svæðisins nema milli galdrasýninga
- Hornstrandir eru að opnast frá Ströndum
- Merkingar frá þjóðvegi 1 á Strandir (eða Vestfirði) eru ónógar

Fjarskipti:

- ADSL tenging er komin á Hólmavík
 - Aukin netnotkun og aukin netvæðing
- Vodafone hefur bætt GSM samband verulega á Ströndum og Síminn er að fjölga sendum

Verslun:

- Gjafavöruverslunin Ás
- Netverslun Strandagaldurs
- Kaupfélag Steingrímsfjarðar rekur verslanir á Hólmavík, Drangnesi og Norðurfirði
- Ríkið (ÁTVR) er á Hólmavík
- Skriðuland Saurbæ
- Frekar lítið er gert í að reyna selja ferðamönnum vörur eða þjónustu á svæðinu
- Fjölbreytni í verslun mætti verulega bæta

Fræðslumál:

- Fjarnámsver
- Grunnmenntabraut
- Aukið aðgengi og áhugi á námi
- Útflutningsráð hefur haldið verkefni HH1 og HH2 verður á árinu 2008
- Brautargengi
- Vaxtarsprotar

Önnur þjónusta:

- Kotbýli kuklarans
- Malarhorn
- Malarkaffi
- Stækkun minja og handverkshússins Kört í Árneshreppi
- Bættar skipulagðar ferðir á Hornstrandir
- Íþróttahús Hólmavík
- Sundlaug er á Hólmavík
- Sundlaug er á Drangnesi
- Grímseyjarferðir- Grímsey er vannýtt í ferðaþjónustu
- „Bættar veðurspár“
- Gistinátanýting er misjöfn (vantar fl eiri gesti)
- Skortur er á afþreyingu

- Gott hótél er ekki til staðar á Hólmavík
- Gistirými er áætlað:
 - - Hólmavík 25
 - - Kirkjuból 10 – 23
 - - Laugarhóll 32
 - - Drangsnæs 10-12
 - - Djúpvík 32 – 34
 - - Auk þess er að finna svefnpokaþláss á svæðinu
- Vegir eru slæmir og óhentugir t.d. fyrir ferðalanga með hjólhýsi, tjaldvagna.
- Sundlaugar eru 4 á svæðinu
- Samræmingu ferðaþjónustu á svæðinu vantar s.s. fyrir veiðiþjónustu

NÁTTÚRA

Staðan í náttúrutengdum þáttum:

Jákvæðir þættir:

- Fólk er að átta sig á möguleikunum
- Góður grunnur fyrir stórt fuglaverkefni
- Miklir möguleikar með handverk og listaiðnað í tengslum við sérstöðu og einstök verkefni
- Tækifæri
 - Fyrir sölu pakkalausna
 - Ferða skipuleggjendur með vannýtt markaðssvæði
 - Leiðsögumenn
- Vannýttir möguleikar
 - Möguleikar á vetrarferðamennsku
 - Skíðaganga
 - Dorgveiði ofl.
 - Mikið af náttúruperlum
 - Góð ímynd

Það sem er ekki eins jákvætt:

- Allur ávinningur síðustu ára snýr að vori og sumri
- Stangveiði er ekki eins aðgengileg og möguleikarnir bjóða upp á
- Aðrar veiðar frekar óaðgengilegar og óskipulagðar
- Skortur á samvinnu og samstarfi við t.d. markaðssetningu til að mynda hjá siglingafyrirtækjum

- Vantar stóráttak í markaðssetningu
- Vantar nýjar söluvörur svæðisins með breyttum áherslum

Nýjungar sl. 3 ár

- Áætlunarsiglingar í Grímsey
- Skáleyjarsiglingar
- Áætlunarsigling á Hornstrandir
- Æðarkolluverkefni
- Umbætur í Grímsey
- Skilti í Húsavíkur-kleif
- Baskarannsóknir
- Fuglaskoðunarhús og svæði á Reykhólum

Hugmyndir í deiglu

- Merkingar á Hólmavík
- Skipulögð fugla- og náttúruskoðun
- Hvalaskoðun af landi – 5 sjónaukar
- Fuglaskoðunarhús í Tungugrafarvogum
- Fugla og náttúruskilti við Sævang/Kirkjuból
- Arnarsetur í Reykhólasveit
- Möguleiki að nýta rannsóknir um fugla
- Grímsey – Steingrímsfjörður

Kynning og markaðssetning á náttúrutengdum þáttum

- Vefir
 - Sundhani
 - Skáleyjarsigling
 - Æðarkollur
 - www.birdsiniceland.com
- Bæklingar
- Ný göngukort

SVÓT GREINING

Þegar lítið er á styrk og veikleika svæðisins með tilliti til ferðaþjónustu sérstaklega, þá kemur í ljós að miklir möguleikar til sóknar í greininni eru nú þegar á svæðinu. Tækifærin felast víða og möguleikar til að bæta upp veikleika eru miklir. Þar gætu “töfraorðin” verið samvinna ferðaþjónustuaðila bæði innan og utan héraðsins. Ef unnið er af fullum hug að sérstakri markaðssetningu svæðisins ásamt uppbyggingu á ýmiskonar afþreyingu þá má ætla að styrkur ferðaþjónustu á Ströndum og Reykhólahrepp eflist verulega og ný tækifæri komi í ljós í framhaldinu. Helstu áhyggjur er fólksfæðin sem er nokkuð sem ferðaþjónustan ein og sér getur lítið að gert, nema ef takist að efla ferðaþjónustuna sem grein með raunveruleg atvinnutækifæri allt árið um kring. Það hlýtur því að vera það meginmarkmið sem stefnt er að.

Innri þættir ferðaþjónustu svæðisins

STYRKUR

- Menningartengd ferðaþjónusta
- Dýralíf
- Samheldni lykilaðila
- Húmor á Ströndum
- Gæða kokkar á svæðinu
- Mikill mannauður (frumkvöðlar)
- Faldir fjársjóðir (fornleifar)
- Strandagaldur og strandmenning
- Tengsl íbúa við náttúruna
- Vannýttar auðlindir – sagan
- Viðburðir
- Stórbrotin náttúra

VEIKLEIKAR

- Fólksfæð (nú 760 íbúar) og stöðug fækkun íbúa
- Vantar yngri kynslóðir
- Vantar gistirými og veitingar
- Skortur á náttúrutengda afþreyingu
- Ekki boðin eigin framleiðsla svæðisins
- Unga fólkið flytur burt vegna skorts á atvinnutækifærum
- Láglaunasvæði
- Samvinna ferðaþjónustuaðila
- Sjálfsmynd
- Vantar öfluga markaðssetningu

Ytri áhrifaþættir ferðaþjónustu svæðisins**ÓGNANIR**

- Samgöngur
- Veðurfræðingar (engin veðurstöð)
- Langar vegalengdir
- Símasambandi ábótavant (s.s. GSM)
- Lélegar tölvutengingar
- Stjórnámálamenn
- Samkeppni við nágrannasvæðin
- Afskiptaleysi vegna atkvæðafæðar
- Hnattvædd einokun í ferðaþjónustu (fáir og stórir sem ráða öllu)
- Einangrun

TÆKIFÆRI

- Arnkatla 2008
- Koma upp veðurstöð
- Veðurfar (+fallegar myndir)
- Náttúran
- Dýralíf / selir / hvalir
- Stjórnámálamenn
- Opinbert fé til markaðssetningar
- Stóriðjulaus stefna
- Fjölbreytileiki náttúrunnar og samgönguleysi
- Einangrun + þekking á menningu

MEGINSTRAUMAR („MEGA TRENDS“) Í FERÐAÞJÓNUSTU

Ferðaþjónustuaðilar þurfa ætíð að vera vakandi fyrir meginstraumum og þróun í rekstrarumhverfi ferðaþjónustunnar á heimsvísu. Þessir þættir geta skipt verulegu máli og við allt skipulag ferðaþjónustunnar og þeirra aðila sem koma að henni, einkum ef um er að ræða breytt ferðamynstur gesta svæðisins. Meðal þátta sem hafðir voru í huga við vinnslu þessarar stefnu eru eftirfarandi meginstraumar:

- **Þátttöku túrismi** - ferðamenn vilja í auknum mæli fá að taka þátt og efla þannig upplifun sína af viðkomandi svæði
- **Þörf fyrir nýja upplifun** – sérhver staður þarf að bjóða upp á eitthvað sérstakt sem ferðamenn hafa helst ekki upplifað annars staðar
- **Ferðaþjónustu-pakkar**, - verða áfram til þrátt fyrir margföldun í bókunum einstaklinga með notkun Internetsins
- **Virðing fyrir svæðum** - „Eco – tourism“ þar sem ferðamenn (gjarnan stórborgarbúar) vilja kynnast og umgangast óspillta náttúru
- **Fleiri og styttri ferðir** – á það einkum við um ferðir sem einstaklingar bóka sjálfir og ferðast þá gjarnan í bílaleigubílum
- **Kröfuharðari ferðamenn**
 - Þjónusta við ferðamenn hefur batnað í samkeppnislöndum og kröfur þeirra og viðmið sömuleiðis
- **„Klæðskerasaumaðar“ ferðir** – ferðamenn vilja geta sett saman spennandi valkosti eftir sínum séróskum og sérvisku
- **Mennta og rannsóknartengd ferðaþjónusta** - hefur byggst upp á borgarferðum, nema þar sem um einstaka þætti viðkomandi svæðis er að ræða s.s. græn ferðamennska.

MARKMIÐ OG AÐGERÐIR TIL ÁRANGURS

Eftirfarandi eru fyrstu hugmyndir að markmiðum og aðgerðum til árangurs ásamt því að velt upp mögulegum tímaþáttum. Það skal tekið fram að þetta eru einungis tillögur að verkefnum sem eftir á að útfæra nánar.

MARKAÐSMÁL

1. Afla aukinnar þekkingar á ímynd Arnkötlusvæðisins meðal gesta

Gerð verði reglulega könnun meðal ferðamanna á Arnkötlusvæðinu

- Þeir verði beðnir um að teikna hringi á Íslandskorti og mæla % þeirra sem finna Strandir
- Velja 3 atriði (af 10 – 15) - Alhæfingar (Ímynd) sem við viljum að sé merkt við um Arnkötlusvæðið
- Könnunin sé framkvæmd af upplýsingamiðstöðinni

Mælanleg markmið um árangur:

Ár	2008	2009	2010	2011	2012
Kort %	30	40	60	80	90
Ímynd %	15	20	30	40	50

2. Fjölga vörum og vöruflokkum svæðisins.

Samstarf verði komið á um nýjar ferðir

Sótt verði eftir styrkjum til vöruþróunar

- Samstarfsverkefni Arnkötlu – Vesturferða – Markaðsstofu Vestfjarða

Gefið verði út fréttablað árlega

- Samstarfsverkefni Arnkötlu og Markaðsstofu Vestfjarða

Markaðshópur miðlar ímyndaðar upplýsingum til grasrótunnar

Fréttablað verði gefið út um svæðið og hvað sé að gerast þar í ferðaþjónustu

- Komi út tvisvar á ári
- Dreift til ferðaþjóna á Ströndum og framvarða í markaðssetningu Vestfjarða og Íslands
- Fyrsta blaðið komi út árið 2008

Markmið um árangur í þökkum eru:

2008	Ár	2009	2010	2011	2012
Hefja vinnu	Fjöldi vara	10	10	10	10
	Nýir pakkar	2	2	2	2
	Veltu aukn.	30%	30%	30%	30%

Samkvæmt markmiðum verða árið 2012 orðnir til 8 nýir vörupakkar og velta í ferðabjónustu hafi tæplega þrefaldast

FUGLASKOÐUN

Svæðið verði kynnt til fuglaskoðunar

Google verði nýtt til útrásar fyrir heimasíður www.icelandic-museums.com og www.birdsiniceland.com

Samstarf verði haft við Útflutningsráð:

- Vegna sýningarþátttöku í BirdFair
- Varðandi verkefnið HH2
- Þátttöku í námskeiðum

Aðgerðir og tímalína:

2008 Ferðatorg í mars

BirdFair í ágúst

2009 BirdFair í ágúst

MENNING

Matarmenning svæðisins verði dregin fram í dagsljósið.

Aðgerðir og tímalína:

2008

- Staðbundinn „local“ matseðill

- 2009
 - Samstarf veitingahúsa og matvælaframleiðenda hefst
- 2010
 - Uppskriftasamkeppni
 - Útgáfa
- 2008 – 2012
 - Stöðugt samstarf matvælaframleiðenda um þróun í matarmenningu

Menningarsaga:

Átak verði gert í merkingum, skipulagningu ferða og útgáfumálum tengdum manningu svæðisins.

Aðgerðir og tímalína:

- 2008
 - Merkingar
 - Merking húsa á Hólmavík (umsj. Menningarmálanefnd)
 - Merking hvalstöðva (umsj. Strandagaldur)
 - Ferðir
 - Forynju ferðir
 - Tröllkonuferðir
 - - Prent-Mynd-Net / Matarmenning – Hlunnindi – Sýningar – (umsj. Arnkötluklasi)
- 2009
 - Merkingar
 - Merkingar á menningarlandslagi (unnið í samstarfi sveitarfélaga)
 - Ferðir
 - Forynju ferðir
 - Tröllkonuferðir
 - Útgáfa
 - Prent-Mynd-Net / Matarmenning – Hlunnindi – Sýningar (umsj. Arnkötluklasi)
- 2010
 - Söfn og Sýningar
 - Grásleppusýning
 - Galdrasýning í Árneshreppu (umsj. Strandagaldur)
 - Ferðir
 - Forynju ferðir
 - Tröllkonuferðir
 - Útgáfa

- 2011
- Prent-Mynd-Net / Matarmenning – Hlunnindi – Sýningar (umsj. Arnkötluklasi)
 - Söfn og Sýningar
 - Arnarsetur
 - Ferðir
 - Forynju ferðir
 - Tröllkonuferðir
 - Útgáfa
 - Prent-Mynd-Net / Matarmenning – Hlunnindi – Sýningar (umsj. Arnkötluklasi)
- 2012
- Söfn og Sýningar
 - Nýta og njóta (umsj. Sauðfjársetur og Hólmadrangur)
 - Ferðir
 - Forynju ferðir
 - Tröllkonuferðir
 - Útgáfa
 - Prent-Mynd-Net / Matarmenning – Hlunnindi – Sýningar (umsj. Arnkötluklasi)

NÁTTÚRA

Byggð verði upp fjölbreytt náttúrutengd ferðaþjónusta á heilsársgrunni

Áhersluatriði:

- Siglingar og Eyjaskoðun
- Hornstrandir
- Fuglaskoðun
- Vetur, vor og haust
- Vöruþróun

Aðgerðir og tímalína:

2008 – 2009 (Undirbúnings og menntunarár)

- Menntun heimamanna
- Þróá pakkaferðir stunda hugmyndavinnu
- Gæðaþróun í fyrirtækjum
- Markaðssetning Siglingafyrirtækja

- Opin umræða – Samstarf – Tengslanet
- Rísaráðstefna um möguleika svæðisins

2010 – 2011 (Framkvæmda- og þróunarár)

- Tilraunastarfsemi og prufutúrar
- Átak í markaðssetningu
- Afleiddar afurðir – framleiðsla
- Samvinna við ferðaskrifstofur
- Uppbygging fyrirtækja og þjónustu
- Miðstöð Hornstrandaferða

2012 (Uppskeruár)

- Rótgróin fyrirtæki virk
- Aukin fjölbreytni – 10 ný fyrirtæki
- Allt árið undirlagt
- Söluvarningur aðgengilegur á öllum vígstöðum

Framkvæmdaraðilar: Arnkötluklasinn og fyrirtækin sjálf

GRUNNGERÐ, VERSLUN OG ÞJÓNUSTA

Samgöngur:

Samgöngur til svæðisins verði stórbættar.

Aðgerðir og tímalína:

2008 – 2009

- Arnkátla!
 - Slitlag frá Reykjavík til Drangsnæs
 - Fundir með sveitastjórnnum ferðaþjónum ofl.
- Flugvöllurinn á Hólmavík verði opinn fyrir leiguflogi

2010 – 2012

- Vegur vestur á Barðaströnd, vegabætur í Árneshreppi
- Sameina áhersluatriði
- Krefjast meiri sveigjanleika í þjónustu vegagerðar

Þjónusta:

Metnaðarfull þjónusta svæðisins byggi á gæðavitund og þekkingu.

Aðgerðir og tímalína:

2008 – 2012

- Verslun er ógnað með bættem samgöngum, krafa um aukinn opnunartíma
- Hvetja menn til að versla í heimabyggð. Aukin verslun – ódýrara vöruverð
- Aðlögun ferðaþjónustustaða v/Arnkötluvottunar

2010 – 2012

- Arnkötluvottun (Enginn fái Arnkötluvottun nema standast þætti sbr. opnunartíma)
- Aukin gæðavitund þjónustuaðila svæðisins
- Árleg þjónustunámskeið á vegum Arnkötlv.
- Sértek námskeið:
 - Netnotkun – markaðssetning
 - Praktísk tungumál
 - Hlunnindi
 - Matur
 - Ofi.

Lykilþættir: Aukin nýting – Heilsárstörf – Aukin fagmennska

Fjarskipti :

Gott fjarskiptasamband verði á öllu svæðinu.

Aðgerðir og tímalína:

2008 – 2010

- ADSL og GSM um allt svæðið

Gistirými

Byggt verði upp hótél á svæðinu.

Aðgerðir og tímalína:

- Hótel Strandir opni 1. jan 2012

Nám og aukið aðgengi

Menntun og aukin þekking verði lykilþáttur uppbyggingar ferðaþjónustunnar.

Aðgerðir og tímalína:

- Framhaldsdeild komi 2008
- Fyrsti stúdentinn útskrifist á Hólmavík árið 2012
- Fjarnámsver verði byggt upp, m.a. á „hákarlastigi“
- Öflug símenntun og markviss verði ætíð í boði fyrir íbúa

ÞÁTTTAKENDUR

Arnarsetur Íslands, Króksfjarðarnesi: Fræðslu og upplýsingamiðstöð um haförninn

Ásta Þórisdóttir – svæðisleiðsögumaður, leiðsögn í Grímsey

Árneshreppur, sundlaug, kaffihús

ÁVM útgerð, Drangnesi: Hvalaskoðun, Grímseyjarferðir, sjóstangveiði, gisting, veitingahús

Bjarnveig ehf – íbúðagisting, frístundaíbúðir á Hólmavík

Café Riis, Hólmavík: veitingastaður

Ferðaþjónustan Bæ á Selströnd: Gisting í sumarhúsum

Ferðaþjónustan Kirkjubóli: gistihús, æðarkolluverkefni

Freydís sf - : áætlunarsiglingar frá Norðurfirði á Hornstrandir

Gagnvegur, blaðaútgáfa

Gistiþjónusta Sunnu, Drangnesi

Golfklúbbur Hólmavíkur

Hlunnindasýning á Reykhólum

Hótel Bjarkalundur, Reykhólasveit: Hótel, útleiga á sumarhúsum, vatnasport og veiði

Hótel Djúpavík: Hótel, síldarminjasafn, kajakar og sjóstangveiði

Kaldrananeshreppur: sundlaug, tjaldsvæði, Bryggjuháttíð

Kaupfélag Steingrímsfjarðar: verslun Hólmavík, Drangnes, Norðurfjörður

Markaðsstofa Vestfjarða: markaðsráðgjöf

Matthías Lýðsson: svæðisleiðsögumaður, fuglaskoðunarhús, matvælaframleiðsla

Minja- og handverkshúsið Kört, Trékyllisvík

Reykhólahreppur: Reykhóladagar, sundlaug

Skriðuland: verslun og veitingar Saurbæ

Sauðfjársetur á Ströndum: sýning, æðarkolluverkefni, sumardagskrá, veitingar

Stakkgarður: Eyjasiglingar um Breiðafjörð, fuglaskoðun, skipulagðar gönguferðir

Strandabyggð: upplýsingamiðstöð, sundlaug, tjaldsvæði, Hamingjudagar

Strandagaldur ses: Galdrasýning á Ströndum, Hólmavík, Bjarnarfirði og Tréyllisvík.

Svaðilfari: hestaferðir

Þemaferðir: ferðaskipulagning

Þjóðfræðistofan: fræðasetur