



# OUTPACE

INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

## POPPMENNINGAR HANDBÓK

Leiðarvísir fyrir poppmenningu í  
ferðapjónustu



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## INNIHALD

1. Hvað er poppmenning í ferðapjónustu?
2. Gildi poppmenningar í ferðapjónustu
3. Birtingarmyndir poppmenningar í ferðapjónustu
4. Hverjir sækjast í ferðapjónustu tengda poppmenningu?
5. Hönnun á vörum og þjónustu tengri poppmenningu
6. Markaðsetning poppmenningar ferðapjónustu
7. Dæmi um ferðapjónustu tengdri poppmenningu



## Hvað er poppmenning í ferðapjónustu?

Í þessari handbók fyrir poppmenningu í ferðapjónustu verður þetta nýja og spennandi fyrirbæri kannað frekar og komið með dæmi um hvernig þú getur nýtt þér þá möguleika sem felast í poppmenningar ferðapjónustu fyrir þitt eigið fyrirtæki, stofnun eða svæði.

UNWTO áætlar að ferðamenn sem séu að leitast eftir menningartengdum upplifunum séu 47% af öllum alþjóðlegum komum.

Heimild: UNWTO Synergies skýrsla frá 2018

Menningartengd ferðapjónusta er:

„ferðapjónusta sem leggur áherslu á menningartengt aðdráttarafl, afþreyingu eða venjur sem helstu hvetjandi þættina fyrir ferðalögum“ (Smith et al 2010:30).

Þessi skilgreining á við ferðalög sem farin eru til að upplifa hina ýmsu hliðar menningar þess lands eða svæðis sem heimsótt er, hvort sem um ræðir arkitektúr, myndlist, söfn, sögulegar byggingar, sviðslistir eða aðra kima menningheimsins. Menningartengd ferðapjónusta felur meðal annars í sér ferðir sem hafa það að markmiði að fara á tónlistar- eða myndlistarhátíðir, ásamt fjölskylduferðum þar sem söfn eða kastalar eru heimsótt á meðan á ferðinni stendur, svo einhver dæmi séu nefnd. Hægt er að lesa meira um menningartengda ferðapjónustu í skýrslu Alþjóðaferðamálastofnunarinnar (UNWTO) Tourism and Culture Synergies report (2018) þar sem farið er yfir hið mikilvæga samband sem ríkir milli ferðapjónustu og menningar, ásamt því að undirstrika það mikilvæga hlutverk sem menningartengd ferðapjónusta hefur innan alþjóðlegrar ferðapjónustu samtímans:

<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978>

Menningartengd ferðapjónusta getur verið mikilvægt aðdráttarafl fyrir lönd eða svæði, sér í lagi fyrir þá áfangastaði sem ekki hafa upp á að bjóða sól, sjó og sand, því ferðamenn frá öllum heimshornum eru áhugasamir um að heimsækja áfangastaði með mikla menningu og sögu. Hægt er að nálgast skýrslu Visit Britain (2014) um 'Leveraging Britain's Culture and Heritage' hér fyrir neðan. Í skýrslunni er fjallað um hvernig markaðsstofur geti hvatt fyrirtæki og frumkvöðla til að nýta sér möguleika menningar og menningararfs í sínu starfi:

<https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/2014-12%20Leveraging%20our%20Culture%20and%20Heritage.pdf>

Innan menningarferðaþjónustunnar fellur einnig ferðaþjónusta tengd poppmenningu;

Poppmenning er skilgreind sem:

„menning sem margir hafa dálæti á og tengist þáttum eins og fjöldaframleiðslu og neyslu. Menning gerð af fólkinu fyrir fólkið, aðgengileg og markaðsett“ (Lexhagen, Larson, Lundberg 2013: 134).

Ferðaþjónusta tengd poppmenningu felur í sér ferðir til staða sem tengjast þessari tegund af vinsælli og fjöldaframleiddri menningu, til að mynda fjölmiðlum, tónlist, tísku eða hönnun. Algengasta birtingarmynd poppferðamennsku eru ferðir til staða sem tengjast kvikmyndum, sjónvarpsþáttum, bókum og tónlist. Þessi leiðarvísir mun því skoða þessi þemu sérstaklega.

Við skilgreinum poppmenningar ferðaþjónustu þess vegna sem:

Ferðalög þar sem hvatinn fyrir ferðinni eru fyrirbæri eins og bækur, kvikmyndir og tónlist

## GILDI POPPMENNINGAR FERÐAÞJÓNUSTU

Ferðalög og ferðaþjónusta tengd poppmenningu er sífelld vinsælli og því hafa mörg lönd, svæði og áfangastaðir lagt áherslu á að þróa þennan anga ferðaþjónustunnar og þar með endurspegla þær sterku tengingar sem þeir hafa við þessi þemu. Ferðaþjónustu fyrirtæki eru þar einnig mikilvægur þáttur í að þróa og móta poppmenningar ferðaþjónustu.

Poppmenningartengd þemu eru fyrirferðarmikil í Bretlandi en 5% allra erlendra ferðamanna sem koma til landsins eru að koma í ferðir tengdar poppmenningu.

Visit Britain könnun Jan 2019	Hlutfall erlendra ferðamanna til Bretlands	Fjöldi	Útgjöld ferðamanna
Heimsækja stað á Bretlandi tengdum tónlist, sjónvarpsþáttum eða kvikmyndum	5%	2075000	1750 milljónir punda

Heimild: Activities in Britain's nations and regions Foresight – issue 165 Visit Britain Research Jan 2019

Áhugi á mismunandi tegundum af poppmenningu getur orðið að hvata fyrir ferðamenn til að ferðast til ákveðinna landa eða svæða. Nýleg könnun meðal ferðamanna sem heimsóttu Skotland sýnir að fjöldi þeirra nefndu poppmenningu sem hvata fyrir ferðalaginu:

Hver var hvatinn að ferðalaginu til Skotlands?	Hlutfall svarenda
Bók	6%
Kvikmynd	6%
Sjónvarpsþáttur	8%

Heimild: Visit Scotland visitor survey 2016

Frá því um sumarið 2017 hefur Ferðamálastofa og Hagstofa Íslands verið með heilsárkönnun í gangi á Keflavíkurflugvelli meðal erlendra ferðamanna. Samkvæmt gögnum sem safnað var inn árið 2018 kemur fram að hinar ýmsu birtingarmyndir poppmenningar hafa þónokkur áhrif á hvata ferðamanna til að ferðast til Íslands.

Hvaðan fengu ferðamenn hugmyndina að Íslandsferð	Allir	Norðurlöndin	Bretland	Þýskaland	Frakkland	Bandaríkin	Kanada	Kína
Íslenskt landslag í hreyfimyndaefni	37,4%	30,2%	34,9%	44,4%	41,8%	25,7%	29,1%	64,9%
Kvikmyndir með íslensku tali	8,1%	15,1%	6,5%	6,4%	9,9%	4,6%	6,8%	5,7%
Bókmenntir	14,9%	18,7%	12,3%	20,0%	18,2%	13,1%	9,8%	23,0%
Íslensk tónlist	13,0%	18,7%	6,9%	13,4%	7,2%	13,1%	10,7%	17,2%
Íslensk hönnun	23,3%	24,3	21,4%	17,5%	10,5%	23,8%	24,3%	35,6%

Heimild: Oddný Þóra Óladóttir. (2019). Erlendir ferðamenn á Íslandi 2018: Lýðfræði, ferðahegðun og viðhorf. Ferðamálastofa: Reykjavík.

Mikil aukning hefur verið á ferðapjónustu í tengslum við tónlist, eins og tónleikar, hátíðir og skipulagðar tónlistarferðir sem laða til sín ferðamenn í stórum stíl. Nýleg skýrsla um áhrif tónlistar ferðamanna í Bretlandi gefur góða mynd af virði poppmeningartengdar ferðapjónustu. Allar tölur eru fyrir árið 2016:

Heildartekjur af tónlistarferðamennsku í Bretlandi árið, bæði beint og óbeint	4 milljarðar punda
Beinar tekjur af tónlistarferðamennsku	2,5 milljarðar punda
Fjöldi tónlistarferðamanna	12,5 milljónir
Fjöldi starfa sem tónlistarferðapjónusta styður við	47,445
Meðalútgjöld tónlistarferðamanna í Bretlandi	850 pund

Heimild: Wish You Were Here 2017 skýrsla

Tónlistarferðamennska hefur einnig mikil áhrif á Íslandi. Meðfylgjandi tafla sýnir hagræn áhrif Iceland Airwaves í Reykjavík. Taflan sýnir útgjöld erlendra gesta hátíðarinnar á meðan þeir dvelja í Reykjavík. Ferðakostnaður til Íslands og útgjöld utan Reykjavíkur eru ekki talin með hér.

	2005	2010	2011	2012
Útgjöld í milljónum ISK	185	313	482,5	802
Fjöldi erlendra gesta			~2800	~4000

Heimild: Tómas Young. (2013). Tónlistarhátíðir á Íslandi - Greining og yfirlit. Ferðamálastofa: Reykjavík

Tónlistarferðapjónusta hefur einnig aukist um alla Evrópu, eins og sjá má hér:

Fjöldi tónlistarferðamanna hefur aukist um 500% á Portúgal og Spáni frá árinu 2014 og um 400% í Noregi
Split í Króatíu og Lissabon í Portúgal hafa séð x100 aukningu á tónlistarferðamönnum síðastliðin 5 ár

Heimild: festivalinsights.com 2017

Hægt er að lesa meira um ferðapjónustu tengdri kvikmyndum og sjónvarpsþáttum í Skotlandi hér:

<https://www.visitscotland.org/research-insights/about-our-visitors/interests-activities/film-tv>

Wish You Were Here skýrslan frá 2017 um tónlistarferðamennsku í Bretlandi má nálgast hér:

<https://www.ukmusic.org/research/music-tourism-wish-you-were-here-2017/>

Og Festival Insight skýrsluna er að finna hér::

<https://www.festivalinsights.com/2017/03/infographic-music-tourism-2016-expect-2017>

## BIRTINGARMYNDIR POPPMENNINGAR Í FERÐAÞJÓNUSTU

Eins og sjá má hér í kaflanum á undan þá geta kvikmyndir, sjónvarpsþættir, bókmenntir og tónlist verið mikill hvati og aðdráttarafl fyrir ferðamenn og geta því haft áþreifanleg og jákvæð áhrif á áfangastaði. Í þessum kafla verður farið betur yfir þessar helstu birtingarmyndir poppmenningar í ferðaþjónustu: kvikmyndir og sjónvarpsþættir, bókmenntir og tónlist.

### *Ferðaþjónusta tengd kvikmyndum og sjónvarpsþáttum*

Þessi tegund ferðamennsku lýsir ferðalögum (hvort sem um ræðir sumarfrí, helgar- eða dagsferðir) með þeim formerkjum að heimsækja staði sem tengjast á einhvern hátt kvikmyndum og sjónvarpsefni. Innifalið í þessum ferðum er m.a. heimsóknir á tökustaði og tökuver, ásamt stöðum sem tengjast frægum leikurum á einn eða annan hátt.

Kvikmyndir og þættir með lengri líftíma (eins og t.d. Harry Potter, Lord of the Rings eða Down Town Abbey þættirnir) hafa meiri áhrif heldur en efni með styttri líftíma, t.a.m. stakar kvikmyndir eða þáttaraðir með aðeins 1-2 seríur. Þættir sem fjalla um ákveðin tímabil sögunnar, með íburðarmiklu umhverfi og búningum laða einnig til sín mikið af ferðamönnum. Rannsóknir sýna einnig að fantasíu og kult kvikmyndir og þættir með dekkri þemum (t.d. Twilight Saga og Twin Peaks) eru einnig vinsæl meðal ferðamanna sem sækjast eftir upplifunum tengdum hreyfimyndaefni.

### *Heimsóknir á tökustaði*

Staðir sem hafa komið fyrir í hinum ýmsu kvikmyndum, þáttum eða öðru efni laða oft til sín ferðamenn sem eru áhorfendur eða aðdáendur af slíku efni. Dæmi um staði sem laða til sín ferðamenn eru:

#### Tökustaðir Game of Thrones

Ferðir um tökustaði Game of Thrones þáttanna hafa orðið mjög vinsælar á síðustu árum. Aðdáendur heimsækja hina ýmsu tökustaði, en þættirnir hafa meðal annars verið teknir upp á Íslandi, Möltu, Spáni, Króatíu og Ítalíu. Á Norður-Írlandi bjóða ferðaþjónustuaðilar meðal annars upp á þylu- og sjóferðir í tengslum við tökum á þáttunum. Það eru fjölmörg fyrirtæki sem bjóða upp á afþreyingu í tengslum við Game of Thrones, dæmi um eitt slíkt má skoða hér fyrir neðan.

Heimsóknir á staði sem hafa orðið vinsælir vegna sjónvarpsþáttanna Game of Thrones.

<https://gameofthronestours.com/>



### Tökustaðir Outlander

Í Skotlandi hefur orðið fjölgun á ferðamönnum sem hafa áhuga á að skoða tökustaði hinna vinsælu þátta Outlander. Outlander byrjaði sem bóka- og smásagnasería eftir höfundinn Diana Gabaldon. Fyrsta bókin var gefin út árið 1991 og efniviðurinn er sögulegur skáldskapur um ástir, ævintýr, fantasíu og tímaflakk. Bækurnar voru gerðar að sjónvarpsþáttum af Sony Pictures árið 2014 og þættirnir voru framleiddir í Skotlandi. Tökustaðirnir eru á víð og dreif um Skotland sem hefur leitt til framleiðslu á ýmsum vörum og þjónustu. Visit Scotland lét gera skýrslu um áhrif Outlander á ferðaþjónustu sem gefur góða mynd öllum þeim þáttum og áhrifum sem þættirnir hafa leitt af sér í landinu:

<https://www.visitscotland.org/binaries/content/assets/dot-org/pdf/research-papers/outlander-effect-2019-updated.pdf>

### Tökustaðir Sound of Music í Salzburg

Kvikmyndir og þættir þurfa ekki að vera nýjir til að laða til sín gesti – hin sívinsæla söngvamynd The Sound of Music (1965) eftir Rodgers og Hammerstein hefur áratugum saman dregið gesti til Salzburg í Austurríki til að skoða tökustaði myndarinnar. Aðdáendur fara í skipulagðar rútu-og gönguferðir um borgina og nágrenni hennar. Dæmi um slíka ferð má sjá hér:

<https://www.viator.com/tours/Salzburg/The-Original-Sound-of-Music-Tour-in-Salzburg/d451-3595001A>

### *Heimsóknir í tökuver*

Þessi tegund ferðaþjónustu vísar til heimsókna á staði sem endurspegla vinsældir poppmenningar almennt og fela í sér heimsóknir til kvikmyndavera og sjónvarpsþáttasetta.

### Harry Potter studíó heimsókn

Harry Potter bækurnar eftir J.K. Rowling og hinar 8 kvikmyndir sem gerðar voru eftir þeim, hafa vakið áhuga aðdáenda á að heimsækja staði og afþreyingu tengda Harry Potter heiminum. Harry Potter studíó í Leavesden, Hertfordshire (Bretlandi) er einn af þeim stöðum, en það er staðsett við hliðina á kvikmyndaverinu þar sem allar átta Harry Potter myndirnar voru framleiddar. Heimsóknin í Harry Potter studíóið felur meðal annars í sér leiðsögn um hljóðsviðin, upprunalegu leikmyndina og búningadeildina: <https://www.wbstudiotour.co.uk/experience/>

### Heimsókn til Coronation Street

Coronation Street eru lengstu sjónvarpsþættir Bretlands, en þeir hafa verið í loftinu síðan 1960 og eiga sér marga eldheita aðdáendur. Tökustaður þessarar þekktu sápuóperu hefur því orðið vinsæll áfangastaður í Manchester: <https://www.itv.com/coronationstreettour/>

### *Afþreying og aðdráttarafl tengd frægum leikurum*

Afþreying og aðdráttarafl tengd frægum leikurum felur í sér heimsóknir til staða sem hafa tengingu við líf eða feril þekkra leikara eða annarra sem koma að gerð kvikmynda og sjónvarpsþátta. Sem dæmi um slíkt er ferðin Homes of the Stars tours í Los Angeles í Kaliforníu, sem keyrir áhugasama gesti framhjá lúxus villum Hollywood stjarna:

<https://www.starlinetours.com/en/celebrity-homes-tour-from-hollywood>

Annað dæmi er Hollywood Walk of Fame, þar sem er að finna stjórnur á gangstéttum til heiðurs frægum Hollywood stjörnum, staðsettar meðfram bæði Hollywood Boulevard og Vine Street í Los Angeles. Svæðið hefur mikið aðdráttarafl fyrir aðdáendur Hollywood:

<https://walkoffame.com/history/>

Fyrir frekari upplýsingar um þróun ferðapjónustu tengdri kvikmyndum og sjónvarpsþáttum bendum við á skýrslu frá Visit England (2015) um kvikmynda ferðapjónustu – Film tourism: What is it, and how can you maximise the benefits?

<https://www.filmresearch.org/pdf/315.pdf>

### ***Ferðapjónusta tengd bókmenntum***

Bókmenntaferðapjónusta á við um heimsóknir ferðamanna til staða sem tengjast á einn eða annan hátt lífi uppáhalds höfundar þeirra, t.a.m. heimili þeirra, fæðingarstaður eða gröf. Einnig á það við um staði og sögusvið sem birtast í skáldsögunum sjálfum, ásamt hinum ýmsu viðburðum tengdum bókmenntum eins og bókmenntahátíðir eða ákveðnar bókabúðir og bókabæir.

### *Áfangastaðir tengdir lífi bókahöfunda*

Áfangastaðir tengdir lífi höfunda bjóða upp á nærtækustu bókmennta upplifunina og aðdáendur kunna að meta það að geta komist nær hversdagslífi og innblæstri uppáhalds höfundarins með því að geta gengið um og skoðað heimilið hans. Heimili þekkra höfunda eru orðin að áfangastöðum víðsvegar um heiminn – til dæmis má nefna fyrrverandi heimili Karen Blixen í Kenya, þar sem hún bjó á árunum 1917-1931. Það var í því húsi sem hún skrifaði sjálfsævisögu sína sem síðar varð að hinni vinsælu bíómynd Out of Africa (1985):

<https://www.museums.or.ke/karen-blixen/>

Íbúð Victor Hugo í París hefur mikið aðdráttarafl fyrir aðdáendur verka hans en í íbúðinni er hægt að virða fyrir sér skrifstofuna hans, persónulega muni og rúmið sem hann lést í.

<https://www.maisonsvictorhugo.paris.fr/en/museum-collections/place-des-vosges-apartment-visit>

Aðrir staðir eins og stytur, minnismerki og grafreitir geta einnig orðið að áfangastöðum fyrir áhugasama bókaunnendur. Sem dæmi má nefna hið vinsæla Poet's Corner í Westminster Abbey, London, (Bretlandi), sem dregur til sín fjölmarga bókmenntahneigða ferðamenn á ári hverju: <https://www.westminster-abbey.org/about-the-abbey/history/poets-corner>

### *Sögusvið bókmennta*

Auk þess að heimsækja staði tengda lífi höfundanna, vilja ferðamenn einnig komast nær og upplifa staðina sem koma fyrir í uppáhalds verkunum þeirra. Það eru fjölmörg dæmi um staði sem bjóða upp á slíkar upplifanir fyrir bókmenntaglaða gesti, t.a.m. ferðir sem bjóða upp á að komast á slóðir Don Quixote í Castilla-La Mancha á Spáni.

<https://www.strollingearth.com/don-quixotes-trail>

Í sama anda, vilja ferðamenn sjá og upplifa staði eða borgir með augum uppáhalds höfunda sinna. Aðdáendur Charles Dickens geta valið milli hinna ýmsu ferða um Lundúnir þar sem farið er yfir sögusvið vinsælla bókmennta Dickens eins og Oliver Twist, David Copperfield, Bleak House og A Christmas Carol en Lundúnir eru sögusvið þeirra allra og sumar göturnar hafa breyst afar lítið síðan á tímum Dickens. Dæmi um slíka ferð má skoða hér:

<https://www.dickenslondontours.co.uk/>

### *Bókmenntaborgir- og bæir*

Ferðamenn með áhuga á bókmenntum sækjast einnig eftir að heimsækja borgir og bæi sem hafa sterkar tengingar við bókmenntir. Tengingarnar geta annað hvort verið við ákveðna höfunda og bókmenntastefnur eða vegna þess að staðirnir hýsa bókmenntahátíðir eða bókabúðir.

### Bókmenntaborgir UNESCO

UNESCO bókmenntaborgirnar eru hópur af 28 borgum sem hafa verið útnefndar sem borgir með sterk tengsl við bókmenntir. Borgirnar eru í 23 löndum og 6 álfum. Innan þessa kerfis af bókmenntaborgum eru yfir 1250 bókasöfn, 130 bókmenntahátíðir og 1200 bókabúðir. Á meðal þess sem hægt er að sjá og skoða í þessum borgum er heimsins elsta bók, heimsins stærsta minnismerki um höfund og fyrsta meistaranámið í ritlist í heiminum. Dæmi um bókmenntaborgir UNESCO eru Edinborg, Melbourne, Bagdad, Seattle, Dyflin og Reykjavík.

<https://en.unesco.org/creative-cities/home>

### Bókabæir (e. Book Towns)

Tækifæri til þess að röltu á milli bókabúða í fallegu umhverfi er það sem gerir bókabæi að áhugaverðum áfangastöðum fyrir bókaunnendur. Bókabæir eru: „lítill bær eða þorp á landsbyggðinni með þyrpingu af bókabúðum sem selja gamlar og/eða notaðar bækur. Flestir bókabæir þróast á stöðum með mikla sögu eða í fallegu umhverfi. Bókabæir eru fyrirmynd að sjálfbærri byggðapróun og ferðaþjónustu á landsbyggðinni. Þeir eru ein farsælasta nýja þróunin í ferðaþjónustu og á sér stað í mörgum löndum í heiminum“ (International Organization of Book Towns).

Einn af vinsælustu bókabæjunum er Wigtown í Suðvestur-Skotlandi en bærinn var útnefndur sem Þjóðarbókabær Skotlands árið 1998. Bóka viðburðir, fjöldi bókabúða, veitingahús, kaffihús og gallerý, ásamt nálægri bruggsmiðju, bjóða upp á úrval af afþreyingu fyrir bókaunnendur og ferðamenn: <https://www.wigtown-booktown.co.uk/>

Bókabæirnir austanfjalls er samstarfsverkefni Árborgar, Hveragerðis og Öfluss um að koma á fót neti af bókabæum á svæðinu. Upplýsingar um framtakið má finna á heimasíðu þeirra: <https://www.bokabaeir.is/>

Frekari upplýsingar um hvernig hægt sé að koma á fót bókabæjum, má nálgast á heimasíðu alþjóðasamtakanna um bókabæi: <http://www.booktown.net>

### Bókmenntahátíðir og viðburðir

Bókmenntahátíðir og viðburðir fara fram um allan heim, þar sem höfundum og verkum þeirra er gert hátt undir höfði og gestir fá tækifæri til að hitta höfundana, hlusta á upplestur og taka þátt í hinum ýmsu vinnustofum og öðrum viðburðum.

Dæmi um slíkt er stór bókmenntahátíð sem haldin er í San Francisco í Bandaríkjunum, The Bay Area Book Festival:

<https://www.baybookfest.org/>

### ***Tónlistarferðaþjónusta***

Tónlistarferðaþjónusta er samheiti yfir ferðalög sem farin eru með þeim formerkjum að njóta tónlistar (hvort heldur sem er tónleikar eða hátíðir) og heimsækja staði sem tengjast frægum tónlistarmönnum eða tónlistarstefnum. Tónlist, hljómsveitir og tónlistarmenn eru oft samofin ákveðnum stöðum sökum tenginga við líf tónlistarmannanna, hvar tónlistarferill þeirra byrjaði, myndir á plötuumslögum og staðir sem er minnst á í lögum eða birtast í tónlistarmyndböndum.

### *Hátíðir og viðburðir*

Þessi hlið tónlistarferðapjónustu getur verið mjög ábatasöm og tónlistarunnendur eru oft tilbúnir til að koma langt að til að fara á uppáhalds tónlistarhátíðina sína eða sækja tónleika með ákveðnum listamönnum. Áfangastaðir sem hafa í gegnum tíðina boðið upp á hefðbundnari tegundir af ferðapjónustu, eins og til að mynda Malta, eru byrjaðir að þróa tónlistarferðapjónustu samhliða þeirra hefðbundnu ferðapjónustuvöru.

<https://www.visitmalta.com/en/annual-festivals>

### *Ferðir til vinsælla tónlistar staða*

Það eru margir staðir sem eru mikilvægir fyrir tónlistarunnendur, jafnvel þó staðirnir séu ekki almennt séð taldir vera miklir ferðamannastaðir. Til að mynda eru bæði Liverpool og Hamborg mjög mikilvægir staðir fyrir Bítla-aðdáendur og bjóða upp á gönguferðir með leiðsögn og aðra afþreyingu með tónlistarferðamenn í huga. Til dæmis þessi Bítlaferð um Hamborg:

<https://www.beatles-tour.com/>

og Bítla sýningar, heimsóknir í Cavern Club og hótél með Bítla-þema er allt að finna í Liverpool, sem er sú borg sem er með hvað sterkustu tenginguna við hljómsveitina:

<https://www.visitliverpool.com/things-to-do/the-beatles>

### *Heimili tónlistarmanna*

Líkt og með heimili bókahöfunda, hafa aðdáendur tónlistarmanna áhuga á að komast í návígi við hversdagslíf þeirra og innblástur með því að heimsækja heimili uppáhalds listamanna sinna.

Gestir geta komið inn á heimili tónlistarmanna á borð við Bob Marley í Kingston, Jamaíka:

<https://www.bobmarleymuseum.com/> og auðvitað Graceland, hið fræga heimili Elvis Presley í

Bandaríkjunum: <https://www.graceland.com/>

Grafreitir og önnur minnismerki get einnig orðið að vinsælum áfangastöðum, eins og til að mynda gröf Jim Morrison (The Doors) í Pere Lachaise kirkjugarðinum in París (Frakklandi) og Strawberry Fields minnismerkið um John Lennon í Central Park, NY (Bandaríkjunum)

<https://www.centralparknyc.org/attractions/strawberry-fields>

## HVERJIR SÆKJA Í POPPMENNINGARFERÐAÞJÓNUSTU

Eins og komið var inn á hér fyrir ofan þá eru menningartengdar ferðir nærri helmingur allra alþjóðlegra ferða hjá ferðamönnum. Því má áætla að menningarferðamenn séu mjög stór og ólíkur hópur af ferðamönnum, með mismunandi væntingar, áhugasvið og þátttaka þeirra á sviði menningar getur verið á marga ólíka vegu. Þó er hægt að skipta þeim gróflega upp í nokkra ólíka hópa allt eftir því hver menningarlegur hvati þeirra er og hvernig þeir hegða sér á áfangastöðunum.

**Markvissir menningarferðamenn** sjá menningu sem aðal ástæðu þess að ferðast. Þeir eru meðvitaðir um þá margvíslegu menningarkima sem þeir sækjast eftir að sjá, hafa háar væntingar til ferðarinnar og eru ekki að spara við sig í útgjöldum.

**Áhugasamir menningarferðamenn** sjá menningu sem mikilvægan hluta ferðarinnar, ásamt annarri afþreyingu eins og að fara út að borða og versla. Þeir eru einnig tilbúnir til að eyða peningum í menningartengda afþreyingu.

**Óformlegir menningarferðamenn** hafa áhuga á menningu en þessi áhugi er ekki nægilega sterkur til að hvetja þá til að ferðast til ákveðinna áfangastaða. Þeir hafa meiri áhuga á menningartengdri afþreyingu sem hefur sterkt orðspor og með vel þekktum þemum/áherslum.

**Menningarferðamenn af tilviljun** ramba óvænt inn á menningarlega afþreyingu eða staði og yfirleitt aðeins ef þeir eru hluti af almennri ferð sem þeir eru í. Almenn séð eru þeir ekki líklegir til að eyða peningum í menningarlega afþreyingu á ferðalögum sínum.

Poppmenningar ferðamenn eru mjög áhugasamir um menningarlega afþreyingu og geta fallið undir marga af þeim flokkum sem voru nefndir hér að ofan. Einn af lykilþáttur poppmenningar ferðamanna er að þeir eru oftast nær aðdáendur þeirra bóka, höfunda, kvikmynda, þátta eða tónlistarmanna sem menningartengda afþreyingin snýst um. Það þýðir að þeir eru líkir markvissu menningarferðamönnum að því leiti að þeir:

- eru vel upplýstir um poppmenninguna sem um ræðir
- hvatinn til að ferðast er hár
- eru tilbúnir til að eyða peningum í upplifanir og vörur
- eru að leita að hágæða upplifunum og hafa áhuga á tækifærum til þátttöku
- geta verið meðlimir í aðdáendaklúbbum og félögum
- eru líklegri til að vera virkir á samfélagsmiðlum og nýta sér internetið

Þetta þýðir að þörf er á að nýta ákveðnar leiðir til að ná til þessara aðdáenda en nánar verður farið í það síðar í þessum leiðarvísi.

## HÖNNUN Á VÖRUM OG ÞJÓNUSTU TENGDRI POPPMENNINGU

Hér á undan var farið yfir helstu tegundir poppmenningartengdrar ferðapjónustu, til að mynda afþreyingu tengda kvikmyndum/þáttum, bókmenntum og tónlist. Í þessum kafla verður nánar farið yfir þessa þætti og skoðað hvernig hægt sé að þróa vörur og afþreyingu fyrir mismunandi aðstæður og þemu.

### ***Undirbúningur og rannsóknarvinna***

Sama hvaða ferðapjónustutengda starfsemi þitt fyrirtæki eða stofnun er með, þá verður fyrsta skrefið alltaf að skoða vel þitt svæði og sjá hvaða poppmenningarþemu hægt er að nýta til að laða að viðskiptavini. Til að mynda er hægt að hafa samband við markaðsstofur landshlutanna sem gætu vitað af spennandi verkefnum sem hafa verið unnin innan þeirra svæða. Á vef Ferðamálastofu má finna kort með helstu tökustöðum erlendra kvikmynda á Íslandi: <https://www.ferdamalastofa.is/is/tolur-og-utgafur/landupplýsingar-kortagogn/tokustadir-kvikmynda>. Heimasíða verkefnis Íslandsstofu Film in Iceland er góður staður til að afla upplýsinga um tökustaði á Íslandi en þar má finna yfirlit yfir stór verkefni sem unnin hafa verið hér á landi (<https://filminiceland.com/made-in-iceland/>) og lista yfir framleiðslufyrirtæki sem starfrækt eru hér á landi: <https://filminiceland.com/service-companies/>. Heimasíður framleiðslu fyrirtækjanna geta líka gefið upplýsingar um hin ýmsu verkefni sem verið er að vinna innanlands. Kvikmyndaver og þáttagerðafólk auglýsa og markaðssetja það sem þau eru að vinna að og því góð hugmynd að fylgjast með heimasíðum þeirra. Fyrir aðrar tegundir poppmenningar, þá er hægt að finna og lesa blogg vel upplýstra sérfræðinga á einstaka sviðum sem gæti gefið innsýn í möguleg poppmenningar þemu sem þú gætir nýtt þér á þínu svæði, t.d. á <https://bokmenntaborgin.is/>

### ***Gönguferðir með leiðsögn***

Ein vinsælasta leiðin til að þróa poppmenningartengda ferðapjónustuafurð er að útbúa gönguleiðir fyrir ferðamenn, þar sem gengið er á milli áhugaverðra staða sem tengjast þemu göngunnar (innan- sem utanbæjar, minnismarki, útsýnisstaðir, hús, verslanir, byggingar). Fyrir utan að ákveða hvaða staði eigi að heimsækja, þá er margt sem þarf að hafa í huga við skipulagningu og þróun slíkra ferða – það er ferðamáti, leiðsögumaður og hvaða upplifun er verið að bjóða upp á.

### ***Ferðamáti***

Ferðamátinn getur verið galdurinn að vel heppnaðri ferð. Ferðirnar eru yfirlétt farnar á tveimur jafnfljótum, með litlum eða stórum rútum eða jeppum ef fara á í lengri ferðir þar sem færðin er erfiðari. Einnig er hægt að bjóða upp á ferðir með þylum og bátum. Það er mikilvægt að velja



rétta farartækið með þarfir (og aldur) viðskiptavina og jafnvel þema ferðarinnar í huga – til dæmis er boðið upp á hjólaferð um Salzburg þar sem farin er sama leið og hjólaferðin sem María og Von Trapp börnin fóru í The Sound of Music (Söngvaseið):

<http://mariasbicycletours.com/index.php>.

Þar sem því er viðkomið er mikilvægt að gera ferðamátann að eins miklum hluta ferðinnar og hægt er en annars að hafa ferðamátann eins skilvirkan og lítið áberandi og mögulegt er.

### *Leiðsögumaðurinn*

Einn mikilvægasti hlekkurinn í öllum ferðum með leiðsögn er leiðsögumaðurinn sjálfur sem verður að vera góður í mannlegum samskiptum, getur tengst ólíkum hópum fólks og síðast en ekki síst, vera sérfræðingur á sviði poppmenningar. Þekking og áhugi þátttakenda í ferðunum mun vera mismikill (og sumir hafa lágmarksáhuga og eru bara að fljóta með). Allir leiðsögumenn innan poppmenningar ferðaþjónustu munu öðru hvoru hafa aðdáendur með í för sem eru sérfræðingar í efninu og það getur verið krefjandi. Þessir aðdáendur eru að leita að nýjum staðreyndum og nýjum stöðum en gætu einnig viljað sýna þekkingu sýna fyrir framan breiðari hóp. Leiðsögumaðurinn þarf t.d. að læra að leysa vel úr slíkum málum. Leiðsögumannanám er í boði á nokkrum stöðum á Íslandi, t.a.m. hjá:

- Endurmenntun HÍ (<https://endurmenntun.is/>)
- Símenntun HA (<https://simenntunha.is/>)
- Menntaskólanum í Kópavogi (<https://www.mk.is/is/leidsoguskolinn>)
- Ferðamálaskóla Íslands (<http://menntun.is/ferdamalaskoli-islands/leidsogunam/>)

### *Upplifunin*

Upplifun í ferðinni getur einfaldlega verið leiðsögumaður sem segir sögur og miðlar upplýsingum um staðina. Hins vegar, eftir eðli ferðarinnar, getur reynslan verið aukin með öðrum eiginleikum. Ein vinsæl leið er að klæða leiðsögumanninn í búning og fara jafnvel stundum í ferðina í karakter. Sem dæmi má nefna Housemaids ferðina í gegnum hús Charles Dickens í London þar sem gestir eru boðnir velkomnir við dyrnar af vinnukonunni sem er í klæðnaði frá Viktoríutímum og er í karakter alla ferðina, spjallar við gestina og lýsir furðu sinni á nútíma klæðnaði þeirra. Þannig eykur hún á upplifun gesta og fær þá til að ferðast aftur til tíma Charles Dickens á meðan hann bjó sjálfur í húsinu (<https://dickensmuseum.com/>). Þátttakendur geta jafnvel sjálfir tekið upp á því að fara í búninga fyrir skoðunarferðina, sem er eitthvað sem aðdáendur Game of Thrones og Lord of the Rings eiga sameiginlegt. Ferðin getur einnig innihaldið tónlist, upplestur eða jafnvel leikræna þætti (þessi nálgun er nokkuð algeng í draugaferðum þar sem leikarar eru ráðnir til að stökkva fram og hræða gesti).

The Birth of Punk skoðunarferðin í New York (USA) kynnir fyrir þátttakendum helstu staðina sem tengjast pönkhreyfingunni í borginni á áttunda áratugnum. Vefsíða ferðarinnar býður upp á Spotify lagalista með viðeigandi hljómsveitum sem gestir geta hlaðiðniður til að setja sig í stellingar fyrir ferðina (<https://walkonthewildsidenyc.com/wildside/>).

## **Gönguleiðir**

Þó að skoðunarferðir séu almennt leiddar af leiðsögumanni, þá einkennast gönguleiðir oft af því að vera farnar á eigin vegum. Eins og skoðunarferðir, þá leiða gönguleiðirnar saman úrval tengdra staða og verða að þemaferð fyrir gestinn til að fylgja sjálfur með aðstoð ýmiss efnis eða tækni. Gönguleiðir eru mismunandi að umfangi og stærð, allt frá stuttum, sértækum gönguferðum, til stærri gönguleiða um borgir eða heilu svæðin og ná jafnvel til alþjóðlegra þema leiða sem ESB hefur útbúið. Þessar gönguleiðir eiga það sameiginlegt að setja áherslu á að segja sögu í gegnum borgina eða landslagið. Þar sem það er enginn leiðsögumaður til að segja frá og útskýra, þá er mikilvægt að túlkun og samhengi poppmenningarþemans sé mjög skýrt. Þess vegna eru gönguleiðir sem fylgja lífi frægra höfunda eða tónlistarmanna oft byggðar þannig upp að þær segja sögu þeirra með lykilstöðum sem mótuðu þá sem listamenn (t.d. Jane Austen gönguleiðin í Hampshire, Bretlandi sem veitir gott yfirlit yfir helstu staði tengdum lífi Austen ([http://www.janeaustentrail.org.uk/downloads/Jane\\_Austen\\_Trail\\_web.pdf](http://www.janeaustentrail.org.uk/downloads/Jane_Austen_Trail_web.pdf))).

Á sama hátt geta gönguleiðir með ákveðnum þemum gefið góða yfirsýn yfir sögu poppmenningar ákveðinna áfangastaða, til dæmis hafa verið þróaðar ýmsar gönguleiðir tengdar bókmenntum á Mallorca (<http://walkingonwords.com/en/rutes/>) og á Möltu hefur verið útbúin gönguleið sem leiðir þátttakendur um ýmsa tókustaði á eyjunni (<https://www.maltauk.com/film-trail>).

## **Miðlun**

Algengasta leiðin til að búa til og miðla leið er með því að útbúa bækling með korti af leiðinni þar sem áhugaverðir staðir tengdir þemanu eru skráðir inn. Bæklingarnir eru síðan prentaðir út og hægt að nálgast þá á upplýsingamiðstöðvum, hótelum, bókasöfnum eða á PDF-formati á vefsíðum. Þeim upplýsingum sem hægt er að koma á framfæri á þennan máta eru þó takmörk sett en hægt að benda á hvar frekari upplýsingar er að finna. Ávinningurinn af þessu einfalda sniði er hve auðvelt er að grípa bæklingana og hafa þá með í gönguferðinni. Viðbótarupplýsingar eru síðan oft að finna á gönguleiðinni í formi upplýsingaspjalda sem eru staðsett á lykilstöðum.

Gagnvirk kort sem nálgast má á netinu verða sífellt vinsælli –með þessu móti er gönguleiðin aðgengileg á stafrænu formi með hlekkjum á upplýsingar um leiðina og þema hennar, ásamt viðbótarupplýsingum um gistingu, veitingastaði, verslanir og samgöngur. Þessi aðferð hefur rutt leiðina fyrir þróun á smáforritum sem hægt er að hlaða niður í snjalltæki. Þessi forrit nota GPS-tækni til að veita notendum upplýsingar um staði sem eru í næsta nágrenni við þá og geta boðið upp á viðbótarefni eins og myndir, kvikmyndir, þrívíddarhljóð og hljóðleiðsögn. Forritin geta einnig lesið QR-kóða sem staðsettir eru á upplýsingaspjöldum meðfram gönguleiðinni. Þau geta einnig verið gagnvirk, t.a.m. haft skyndipróf sem umbuna gestum fyrir það sem þeir hafa lært á göngunni. Gott dæmi um slíkt forrit er Maritime Mile Heritage slóðin meðfram Minehead ströndinni í Somerset (Bretlandi): <https://www.mineheadbay.co.uk/maritime-mile>

Hljóðleiðsögn er einfaldur máti til að miðla upplýsingum til gesta um gönguleiðina en getur engu að síður verið mjög áhrifarík þar sem þeir geta einbeitt sér að frásögninni og öðru hljóðefni. Hljóðleiðsögnina er hægt að koma til notenda í gegnum smáforrit eða með því að leigja þeim tæki með heyrnartólum til að hlusta á leiðsögnina – þessi aðferð er oft notuð á söfnum eða sögulegum byggingum til að gefa frekari upplýsingar um það sem fyrir augu ber. Hægt er að nota margar mismunandi aðferðir til að miðla upplýsingunum, til dæmis með því að ráða leikara til að setja sögurnar fram á dramatískari máta eða nýta heimamenn eða leiðsögumenn til að segja frá.

### *Umsjón og eftirlit með gönguleiðum*

Það þarf að útbúa gönguleiðirnar í samstarfi við alla hluteigandi hagsmunaaðila. Það er nauðsynlegt til að ákveða og þróa þemað, framleiða efnið og koma vörunni á framfæri en einnig til að fylgjast með áframhaldandi notkun á gönguleiðinni og halda áfram að viðhalda og uppfæra innviðina sem notaðir eru – svo sem kort og upplýsingaspjöld.

### ***Poppmenningarviðburðir og gagnvirkar upplifanir***

Þrátt fyrir að ferðir með eða án leiðsagnar séu vinsælar og áhrifaríkar leiðir til að miðla poppmenningarþemum, eru gestir einnig að leita að enn gagnvirkari og grípandi upplifunum. Þegar þú hefur greint og fundið poppmenningarþemað þitt gæti verið hægt að þróa viðburð eða upplifun í kringum það.

Sumar ferðir innihalda slíka upplifun sem hluta af sjálfri ferðinni, sem dæmi má nefna skoðunarferðir um staði sem tengjast Twilight myndunum í Montepulciano á Ítalíu sem enda með „fordrykk með vampíru“ (<https://www.valdichianaliving.it/en/tours/new-moon-tour-the-twilight-saga-in-montepulciano>) og Game of Thrones ferðir þar sem þátttakendur fá að reyna sig í bogfimi og að kasta exi á meðan það eru haldnar veislur í tengslum við þemað. Þessir viðburðir fela í sér búninga sem gestir fá að klæðast, lifandi tónlist og jafnvel sérframleitt vín og öl (<http://www.gameofthrones-winterfelltours.com/medievalbanquetireland>).

Bloomsday í Dublin á Írlandi er gott dæmi um gagnvirkan bókmenntaviðburð sem er haldinn árlega til að fagna bókmenntaarfi borgarinnar – og þá sérstaklega til að minnst Ulysses, frægasta verks James Joyce, sem segir frá degi í lífi Leopold Bloom í Dublin (16. júlí 1904). Bókmenntaviðburðurinn felur í sér upplestur, sýningar og heimsóknir á staði sem vísað er til í bókinni. Það er líka mjög vinsælt að klæða sig anda sögupersónanna, stráhaturinn sem Leopold Bloom gengur um með er sérstaklega vinsæll (<http://www.bloomsdayfestival.ie/>).

Önnur upplifun, sem er kannski ekki aðgengileg fyrir alla en getur þó ýtt undir ímyndunaraflið, er ferð þar sem er sigið niður í The Lost Cave (Waitomo Cave, Nýja-Sjálandi) úr Lord of the Rings þríleiknum. Sú ferð er gott dæmi um samstarf ævintýraferðþjónustu og poppmenningar ferðþjónustu

(<https://www.newzealand.com/int/plan/business/lost-world-4-hr-option-100m-abseil-and-cave-exploration/>)

## MARKAÐSETNING Á POPPMENNINGAR FERÐAÞJÓNUSTU

Þegar þú hefur þróað þína vöru eða þjónustu í tengslum við poppmenningar ferðaþjónustu þarftu að finna viðeigandi miðla til að láta væntanlega gesti vita af þér og því sem þú hefur upp á að bjóða. Í eftirfarandi köflum verður farið yfir nokkrar einfaldar og árangursríkar stafrænar leiðir sem þú getur nýtt þér í markaðsetningunni.

### *Heimasíða*

Heimasíðan þín er ein af þínum helstu samskiptatækjum við viðskiptavinum þína svo vertu viss um að þar sé að finna nýjustu upplýsingarnar um fyrirtækið þitt, þjónustu og vörur. Það borgar sig að fjárfesta í góðri vefhönnun til að ganga úr skugga um að vefsíðan þín sé notendavæn og með aðlaðandi útlit. Kort sem sýnir staðsetninguna þína, skýrar leiðbeiningar, tillögur um hvar sé hægt að leggja bílnum, upplýsingar um viðburði, bókunarupplýsingar og það sé auðvelt að finna hvernig sé hægt að hafa samband við þig eru einnig mikilvægir þættir að hafa í huga. Vertu einnig viss um að það séu augljósir hlekkir sem vísa á samfélagsmiðla fyrirtækisins.

Ein einfaldasta leiðin til að laða poppmenningarferðamenn að fyrirtækinu þínu er að hafa myndir og upplýsingar um staði sem tengjast poppmenningu á þínu svæði, jafnvel þó þú bjóðir ekki upp á sérstaka ferðaþjónustu fyrir poppmenningu. Aðilar sem bjóða upp á gistingu ættu t.a.m. að bæta við stillingum og hlekkjum á sínum vefsíðum til að tryggja að þær birtist í leið aðdáenda sem leita að þjónustu tengdri áhugamálum sínum. Leitaðu til markaðsstofunnar á þínu svæði eða framleiðslufyrirtækja til að athuga hvort þú getir notað myndir úr kvikmyndum eða þáttum sem teknir voru upp á þínu svæði til að nota á vefsíðunni þinni – þau kunna að hafa samið við kvikmyndafyrirtækin um leyfi til að nota þær í kynningarskyni.

Eftirfarandi grein er skrifuð fyrir samstarfsaðila bókunarsíðunnar Booking.com og veitir hótélum og öðrum gistiaðilum ráð varðandi hvernig hægt sé að nýta sér poppmenningarþemu í þeirra vinnu: <https://partner.booking.com/en-gb/click-magazine/rise-pop-culture-tourism>

### **Samfélagsmiðlar**

Samfélagsmiðlar eru annað öflugt tæki til að markaðssetja ferðaþjónustuna þína fyrir væntanlega gesti. Það er mikilvægt að velja viðeigandi miðil fyrir þitt fyrirtæki. Hér að neðan verður farið yfir nokkra af helstu samfélagsmiðlunum með ráðum til að aðstoða þig við að velja rétta miðilinn fyrir þínar vörur og þjónustu. Það er mikilvægt að setja efni inn á miðlana með reglulegu millibili svo það þarf að gera ráð fyrir þeim tíma sem það tekur að viðhalda og uppfæra samfélagsmiðla.

### *Facebook*

Facebook er vinsælasti samfélagsmiðillinn á heimsvísu, með 2,45 milljarða virka notendur á mánuði með nokkuð ungan meðalaldur í kringum 25-34 ára. Facebook er góður miðill til að deila sjónrænu efni eins og myndum og myndböndum. Þú ættir að nýta þér Facebook til að koma þínum eigin skilaboðum á framfæri ásamt því að deila áhugaverðu efni sem viðkemur þínu fyrirtæki og poppmenningarþema.

### *Instagram*

Annar mjög sjónrænn miðill er Instagram sem hefur um 1 milljarð virkra notenda á mánuði, meirihluti þeirra eru einstaklingar fæddir á árunum 1981 til 1996 (kynslóð sem er oft kölluð millennials á ensku). Notendur Instagram bregðast vel við hágæða myndum með yfirskriftum sem segja sögu í tengslum við myndefnið. Mikilvægt er að nota myllumerki (#) á undan viðeigandi leitarorðum og setningum til að flokka færslurnar þínar og auðvelda þeim að birtast við leit. Reyndu að deila 1 eða 2 færslum á dag.

### *Twitter*

Twitter hefur um 330 milljón virka notendur á mánuði og líkist örbloggvef þar sem notendur hafa 280 stafi til að koma skilaboðum sínum á framfæri. Til að skila árangri þurfa skilaboðin sem þú sendir og deilir að vera viðeigandi fyrir þitt fyrirtæki. Hafðu það að markmiði að tísta reglulega, jafnvel oft en einu sinni á dag.

### *Blogg*

Orðið blogg er upprunnið úr enska frasanum „weblog“. Blogg eru svæði á netinu þar sem einstaklingar skrifa um persónulega reynslu, athafnir eða skoðanir en einnig er hægt að nota þau á áhrifaríkan hátt til að markaðssetja fyrirtækið þitt. Það eru yfir 500 milljón blogg á netinu, meirihluti þeirra hafa verið búin til af Millennial-kynslóðinni. Ólíkt öðrum samfélagsmiðlum, bjóða blogg upp á mun meira rými til að veita bakgrunnsupplýsingar og athugasemdir við þær vörur og þjónustu sem þú býður upp á ásamt upplifun gesta af þeim. Flestar bloggfærslur eru um 400 orð að lengd og blogggarar setja venjulega inn nýjar færslur inn vikulega eða aðra hverja viku, svo ekki byrja með blogg nema þér finnst þú geta haldið þessu við.

Fyrir frábært dæmi um öflugan markaðssetningu á samfélagsmiðlum, skoðu Instagram reikning og blogg Rabbie's Tours, ferðapjónustufyrirtæki í Skotlandi sem meðal annars býður upp á poppmenningarferðir.

[https://www.instagram.com/rabbies\\_tours/?hl=en](https://www.instagram.com/rabbies_tours/?hl=en)

<https://www.rabbies.com/en/blog/which-movies-tv-shows-were-filmed-cotswolds>

Visit Britain býður upp á almennar leiðbeiningar og ráð varðandi þróun þessara margvíslegu markaðsaðferða:

<https://www.visitbritain.org/business-advice/market-your-business/digital-marketing-toolkit>

### ***Sameiginleg markaðssetning***

Sameiginleg markaðssetning leggur áherslu á að þróa stefnumótandi samstarf milli hliðstæðra fyrirtækja og stofnanna – og markaðsstefnu sem gagnast öllum aðilum. Ferðaþjónustufyrirtæki á sama svæði eru oft háð hvert öðru og sameiginleg markaðssetning getur oft gefið góða raun. Til dæmis vinna afþreyingaraðilar oft náið með hótelum, veitingastöðum og öðrum áfangastöðum. Markaðsstofa þíns svæðis getur aðstoðað þig við að finna mögulega samstarfsaðila. Næsta skref er að vinna sameiginlega markaðsáætlun – þetta gæti innihaldið sameiginlega samfélagsmiðla, sameiginlegt efni og hlekki á vefsíður, afslætti og pakkaferðir, þar sem þið sameinið ykkar vörur og þjónustur í einn pakka.

### ***Aðdáendaklúbbar og sérrit***

Eins og við ræddum fyrr í handbókinni munu margir poppmeningargestir okkar (hvort sem þeir hafa áhuga á kvikmyndum, bókmenntum eða tónlist) vera aðdáendur. Sem þýðir að þeir geta tilheyrt víðara samfélagi aðdáenda og hægt er að ná til þeirra á áhrifaríkan hátt í gegnum þessa hópa. Ef þín ferðaþjónustuaður tengd poppmenningu á sér sterkan aðdáendahóp, þá er góð hugmynd að kanna þá nánar hvaða samfélagsmiðla, sérrit eða aðra umræðuvettvanga þeir nýta sér – en allt eru þetta leiðir til að öðlast meiri vitneskju um væntanlega gesti og hvernig best sé að ná til þeirra.

### ***Að lokum...***

Í lokin viljum við segja frá nokkrum dæmum um hvernig poppmening hefur verið nýtt af ferðaþjónustunni á Íslandi og í OUTPACE samstarfslöndunum okkar.

## DÆMI UM FERÐAÞJÓNUSTU TENGDA POPPMENNINGU

***Ferðaþjónusta tengd kvikmyndum og sjónvarpsþáttum; The Old Royal Naval College, Greenwich, London (Bretland)***



***The Old Royal Naval College (ORNC) svæðið***

The Old Royal Naval College svæðið í Greenwich, London hefur mikið aðdráttarafl fyrir gesti og kemur árlega fyrir á lista Visit England yfir 20 mest heimsóttu ókeypis áfangastaðina á Englandi. Staðurinn er á heimsminjaskrá UNESCO og nær saga svæðisins yfir 500 ár þar sem hann var fæðingarstaður Hinriks VIII og Elísabetar I. Svæðið var hannað af Christopher Wren ásamt fjölda annarra þekkra arkitekta. Hápunktur svæðisins eru Painted Hall og kapellan en á svæðinu er einnig að finna gestamiðstöð og veitingastaði. Þar að auki hýsa byggingar svæðisins Háskólann í Greenwich og Trinity Laban Conservatoire of Music and Dance.

***Upptökur á svæðinu***

Byggingarnar og landareign ORNC hefur verið notað í mörgum kvikmyndum og sjónvarpsþáttum allt aftur til rómantísku gamanmyndarinnar Indiscreet (1958) með Cary Grant og Ingrid Bergman í aðalhlutverkum en atriði í myndinni voru tekin upp í Painted Hall. Byggingar með stórum súlum og hvelfdum þökum ásamt umfangsmiklum breiðgötum og göngustígum gerir það að verkum að kvikmyndagerðarmenn geta breytt svæðinu í London, Berlín eða París eða í mismunandi tímabil sögunnar – eða jafnvel í fantasíu- eða framtíðarheima. Svæðið kemur fyrir í jafn fjölbreyttum kvikmyndum eins og Four Weddings and a Funeral (1994), Pirates of the Caribbean: On Stranger Tides (2011), The King's Speech (2011), Les Misérables (2013), Thor: The Dark World (2013) og The Muppets – Again (2014). Frá árinu 2016 hefur The Crown, ein umfangsmesta sjónvarpsþáttaröð sem gerð hefur verið, verið tekin upp á svæðinu. Í raun hafa svo margar kvikmyndir verið teknar þar upp að tímaritið Empire kallaði ORNC „vinsælasta tókustað í heimi“.

Svæðið er í eigu og rekið af the Greenwich Foundation for the Old Royal Naval College.



### *Ferðapjónusta tengd kvikmyndum og sjónvarpsþáttum á ORNC svæðinu*

Eftir að fjöldi vinsælla kvikmynda kom út, frá 2011 og til dagsins í dag, þar sem ORNC svæðið er auðþekktanlegt hefur gestum fjölgað verulega. Til að mynda var svæðið í fyrsta sinn einn af topp 10 vinsælustu áfangastöðunum í Englandi á árunum 2011-2013. Á þeim tíma vildu margir koma og skoða tökustaðina en það voru ekki til neinar vörur eða þjónusta til staðar sem kom til móts við eftirspurnina.

### *Að þróa vörur og þjónustu tengdar kvikmyndum og sjónvarpsþáttum*

Á undanförunum árum hefur staðurinn þróað kvikmynda- og sjónvarpsafurðir sínar smám saman. Til að byrja með fóru forstöðumenn svæðisins að veita ítarlegri upplýsingar um tiltekna tökustaði kvikmynda á ORNC svæðinu í gegnum vefsíðuna sína ([www.ornc.org](http://www.ornc.org)).

Í kjölfarið fóru fleiri markvissari vörur að líta dagsins ljós:

- Það var búið til kort af ORNC svæðinu sem hægt var að hlaða niður þar sem veittar voru upplýsingar um hvar hinar ýmsu kvikmyndir og sjónvarpsþættir voru teknir upp.
- Hin vinsæla sýning ORNC Goes to the Movies var haldin í gestamiðstöðinni haustið 2015 þar sem voru til sýnis myndir úr kvikmyndunum bornar saman við raunverulegar staðsetningar á svæðinu ásamt upprunalegu veggspjöldunum fyrir kvikmyndirnar.
- Ferðir með leiðsögn um tökustaði svæðisins eru nú aðgengilegar. Ferðirnar taka um klukkustund og innifalið í miðaverðinu er árskort í Painted Hall og Victorian Skittle Alley. Ferðirnar eru í boði síðustu helgi hvers mánaðar (<https://ornc.org/film-tv-location-tour-2/>).
- Ferðapjónustan tengd kvikmyndum á ORNC svæðinu er einnig markaðssett af Visit Greenwich sem hefur upplýsingar um hina ýmsu tökustaði á heimasíðu sinni (<https://www.visitgreenwich.org.uk/a-festival-of-film/>). Þar að auki er einnig að finna upplýsingar um tökustaðina á heimasíðu Háskólans í Greenwich (<https://alumni.gre.ac.uk/2016/12/09/10-films-you-didnt-know-were-filmed-at-greenwich>).

## ***Skoðunarferðir um tökustaði Game of Thrones á Suðurlandi (Ísland)***

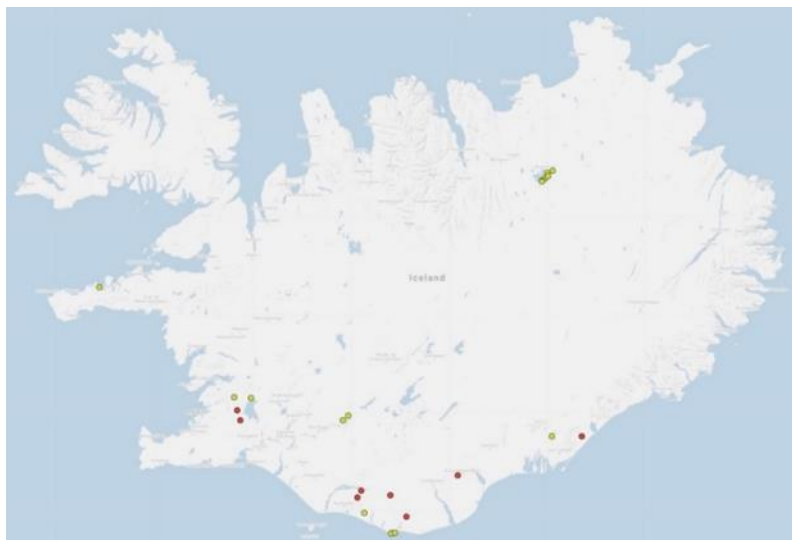
### *Game of Thrones á Íslandi*

Tökur á Game of Thrones hófust á Íslandi fyrir aðra seríu af hinum vinsælu þáttum og Ísland kom fyrir í öllum þáttaröðum eftir það, annað hvort með nýjum tökum eða að eldri upptökur voru notaðar. Ísland var aðallega notað sem tökustaður fyrir senur sem áttu að gerast „norðan múrsins“ en íslenskt landslag var einnig notað sem bakgrunnur fyrir hin sjö ríkin í heimi Game of Thrones. Þrátt fyrir að ekki hafi verið tökur á Íslandi fyrir hverja þáttaröð, hafa ferðapjónustu fyrirtæki geta nýtt sér vinsældir þáttanna og áframhaldandi sýnileika Íslands í þeim í sinni markaðssetningu.

Aðdáendur Game of Thrones um allan heim hafa sýnt tökustöðum þáttanna mikinn áhuga og það má finna fjölmarga lista á netinu þar sem hægt er að nálgast upplýsingar um staðsetningar ýmissa lykilatriða úr þáttunum – bæði á Íslandi en einnig á öðrum tökustöðum víða um Evrópu, eins og Írlandi og Króatíu.

### *Tökustaðirnir og aðgengi að þeim*

Það eru 23 tökustaðir Game of Thrones skráðir víðsvegar um Ísland, flestir á Suðurlandi. Staðirnir eru fjölbreyttir, allt frá því að vera staðsettir uppá jökli, fjallstindum, ströndum og sögulegum stöðum. Margir tökustaðanna eru einnig staðsettir á eða í kringum vinsæla ferðamannastaði.



Sökum fjölbreytileika staðanna er aðgengið að þeim og hentugleiki fyrir heimsóknir ferðamanna mjög mismunandi, þar sem sumir þeirra krefjast sérhæfðs búnaðar til að komast að þeim. Til dæmis eru sumir tökustaðirnir aðeins aðgengilegir yfir sumarmánuðina þar sem snjór og slæm veðurskilyrði gera þá torfæra yfir vetrartímenn. Önnur atriði sem þarf að taka tillit til varðandi tökustaðina eru öryggismál, náttúruvernd og aðgangur að þjónustu.

Hér eru nokkur dæmi um tökustaði Game of Thrones á Íslandi. Fyrstu tveir tökustaðirnir hafa verið hluti af Game of Thrones skoðunarferðum en sá þriðji ekki.

#### *Þingvellir*

Þjóðgarðurinn hefur verið notaður í ýmsum senum fyrir þáttaröðina, m.a. voru senur við Blóðuga hliðið (e. the Bloody Gate) teknar upp á Þingvöllum.

<https://www.thingvellir.is>

#### *Þjórsárdalur*

Endurbyggði þjóðveldisbærinn Stöng og umhverfi hans komu fyrir í fjórðu þáttaröðinni þar sem hópur villinga (e. wildlings) ræðst á þorp. Vegna staðsetningar getur tökustaðurinn verið óaðgengilegur á veturna.

<http://www.thjodveldisbaer.is>

<https://www.youtube.com/watch?v=mmp3esRz4Wk>

#### *Svínafellsjökull*

Jökullinn var nýttur fyrir senur sem áttu að gerast Norðan múrsins í bæði þáttaröðum tvö og sjö. Tökustaðurinn sjálfur er ekki aðgengilegur, þó ferðamenn komast nokkuð auðveldlega upp að jöklinum.

<https://guidetoiceland.is/travel-iceland/drive/svinafellsjokull>

#### *Að skipuleggja áhrifaríkar skoðunarferðir*

Ferðamenn sem vilja upplifa tökustaði Game of Thrones á Íslandi hafa um ýmsa valmöguleika að velja úr, hvort sem þeir vilja fara styttri eða lengri ferðir.

Ein af fyrstu skipulögðu skoðunarferðunum um tökustaði Game of Thrones hófst í september 2014 þegar Gray Line hóf að bjóða upp á dagsferðir frá Reykjavík til nokkurra tökustaða úr fjórðu þáttaröðinni. Fyrirtækið byrjaði með ferðirnar eftir að a) hafa fengið beiðnir frá viðskiptavinum erlendis frá, og b) nokkrir af leiðsögumönnum sem störfuðu hjá þeim, sem voru miklir aðdáendur sjálfir, stungu upp á að útbúa ferðir tengdar Game of Thrones. Dagsferðirnar urðu fljótt vinsælar og eru það enn.

Samkvæmt Guðrún Þórisdóttur, vörumerkjastjóri hjá Gray Line á Íslandi, hefur reynsla þeirra af því að búa til farsæla dagsferð um tökustaði Game of Thrones sýnt að:

- Það er mjög mikilvægt að hafa leiðsögumenn sem þekkja frumefnið vel. Gray Line var heppið að hafa þegar haft leiðsögumenn innanborðs sem voru miklir aðdáendur bæði bókanna og þáttanna og sumir höfðu meira að segja verið aukaleikarar í þáttunum. Leiðsögumennirnir höfðu því þessa auka vitneskju um þættina sem hjálpaði þeim í frásögnum sínum.
- Það er einnig mikilvægt að hvetja gestina til að nota ímyndunaraflíð. Leiðsögumenn búa til svolítið leikhús í ferðinni og nota t.a.m. leikmuni til að glæða lífi í söguna á hverjum áfangastað. Þar sem ekki sést nein ummerki um tökustaðina lengur og leikmyndir og kvikmyndatökuliðið er farið af svæðinu, er það ímyndunarafl þátttakenda með aðstoð leiðsögumannsins, leikmuna og ljósmynda sem hjálpar til við að skapa góða upplifun í ferðinni.
- Ferðin er ekki aðeins fyrir aðdáendur Game of Thrones. Svona ferðir bjóða upp á öðruvísi leið til að upplifa Ísland og þessa nú þegar vinsælu áfangastaði. Þeir geta því verið ný leið til að skoða þessa staði með því að bæta smá leikrænum tilburðum við upplifun gesta af íslensku landslagi.

Dæmi um Game of Thrones skoðunarferðir á Íslandi:

<https://grayline.is/tours/reykjavik/game-of-thrones-tour-8706> 88

<https://adventures.is/iceland/private-tours/game-of-thrones-private-tour/>

<https://www.icelandtravel.is/tours/game-of-thrones-flightseeing/>

## **Markaðsherferð ferðapjónustunnar í Vilnías „Vilnius – the G-spot of Europe“ (Litháen)**

Árið 2018 hóf Vilnías og markaðsstofan Go Vilnías markaðsherferð undir heitinu „Vilnius – the G-spot of Europe“ með slagorðinu „enginn veit hvar það er, en þegar þú finnur það er það ótrúlegt“ sem var mjög ögrandi þar sem kaþólikkar í borginni voru að undirbúa sig undir heimsókn páfans á þeim tíma.

Vefsíða markaðsátaksins (<https://vilniusgspot.com>) hvetur gesti til að „fara í gang“ og „útbúa sitt eigið ánægjukort“. Þeir geta gert það annað hvort með því að taka könnun, þar sem þeir geta dæmt um hversu mikið þeir séu sammála fullyrðingum eins og „það er ekkert sem heitir of mikil tunga“, „raunveruleg ánægja kemur ekki án þess að svitna“ og „réttur aukabúnaður getur aukið alla upplifun“. Þeim er síðan boðið upp á úrval í Tinder-stíl af 48 afþreyingarmöguleikum sem þeir geta líkað við eða sleppt sem leiðir til „persónulegs ánægjukorts“ sem hvetur þá til að „vera hugrakkir til að gera tilraunir“ (draugaferðir eða flóttaherbergi), „gera það í myrkrinu“ (næturlíf) og „notaðu tunguna“ (borða). Annar kostur er að gestir geta „sleppt forleiknum“ og „flett í gegnum ánægjuna sem Vilnías býður upp á“.



Ein af auglýsingum markaðsherferðar „Vilnius – the G-spot of Europe“

Plaköt með auglýsingum fyrir Vilnías birtust í Berlín og London sumarið 2018 og herferðin vakti fljótt mikla athygli alþjóðlegra fjölmiðla. Það var meira að segja fjallað um hana í „Last Week Tonight with John Oliver“. Herferðin var útnefnd til International Travel and Tourism verðlaunanna sem besta áfangastaðaherferðin fyrir borg og hlaut verðlaun á World Travel Market viðburðinum í London.

Samkvæmt Go Vilnius heimsóttu yfir 110.000 manns vefsíðuna vilniusgspot.com á meðan á herferðinni stóð og leit á Google þrefaldaðist. Að sögn Inga Romanovskienè, forstöðumanns Go Vilnius, jókst heildarfjöldi gesta til Vilnús um 12,5% árið 2018 en gestum frá Þýskalandi fjölgaði um 37,8% og frá Bretlandi um 20,5% en herferðin beindist aðallega að þeim tveimur mörkuðum.

#### *Heimildir*

1. <https://vilniusgspot.com>
2. <https://madeinvilnius.lt/naujienos/turizmas/vilniui-turizmo-oskaras-uz-g-spot-reklamine-kampanija/>
3. <https://www.lrt.lt/en/news-in-english/19/1113448/ad-campaign-declaring-vilnius-the-g-spot-of-europe-wins-international-award>
4. <https://edition.cnn.com/travel/article/vilnius-g-spot-europe/index.html>  
<https://www.afar.com/magazine/lithuanias-capital-is-marketing-itself-as-the-g-spot-of-europe>
5. <https://www.perthnow.com.au/news/tourism/vilnius-in-lithuania-dubs-itself-the-g-spot-of-europe-in-cheeky-tourism-campaign-ng-b881376765z>