Einar Gústavsson, fæddur á Siglufirði þann 5.7 1943

Gríma Gísladóttir, maki fædd á Ísafirði þann 13.6 1942

STÖRF Á SVIÐI FERÐAMÁLA:

1965 - 1966 Innskráning farþega á Keflavíkurflugvelli

1966 - 1968 Innskráning farþega á Kennedyflugvelli NY

1968 - 1970 Vaktstjóri á Kennedyflugvelli NY.

1971 - 1978 Sölumaður Loftleiða í Rockefeller Center

1978 - 1988 Sölu- og markaðsstjóri *Icelandair* í Rockefeller Center

1988 - 1990 Forstöðumaður Norðursvæðis í Markaðsdeild *Flugleiða* Reykjavík

1990 - 2010 Landkynningastjóri *Ferðamálaráðs* í Bandaríkjunum

Félagsmál:

1988 - 1990 Í framkvæmdastjórn *Ferðamálaráðs*

1999 - 2003 Formaður ETC (European Travel Commission)

2000 - 2010 Framkvæmdastjóri *Iceland Naturally* í Ameríku

I. ÁÆTLUNARFLUG LOFTLEIÐA TIL AMERÍKU :

Fyrsta flugið til Ameríku var með *Heklu* DC-4 Skymaster vél í ágúst 1948, en ferðir voru stopular fyrstu árin og stundum hefur verið sagt að þá hafi verið flogið af stað þegar búið var að safna saman farþegum í eina vél.

Á frumbýlisárunum var mjög gott samstarf við *Braaten SAFE* og flugu vélar beggja til skiptis fyrir bæði flugfélögin. *Heklan* var leigð til *Seaboard* 1950 fram í maí 1952 . Áður en til þess kom að henni væri skilað, brann hún á flugvellinum í Pisa á Ítalíu í janúar 1952 og varð það til þess að millilandaflugið sem ákveðið var að hæfist á ný með vorinu 1952 var í uppnámi. En Alfreð Elíassyni tókst að finna aðra vél svo hægt var að hefja áætlunarflugið aftur. Þá var flogið einu sinni til tvisvar í viku frá New York og svo áfram til Stavanger-,Oslo og Kaupmannahafnar. Síðan bættist Hamborg við sem ákvörðunarstaður 1953, Gautaborg 1954, Luxemborg vorið 1955 og Bergen um haustið 1955, Glasgow 1956, London 1957, Amsterdam 1959 og Helsinki 1960. Það má því segja að raunverulegt áætlanaflug *Loftleiða* hefjist um mitt ár 1952.

Á þessum tímum skrúfuvéla var yfirleitt millilent á Gander eða Goose Bay á Nýfundnalandi en hvorugur staðurinn þótti í sjálfu sér spennandi dvalarstaður og er ég vissulega sammála því.

II. SÖLUSKRIFSTOFA OPNUÐ Í NEW YORK

Formleg söluskrifstofa var opnuð í ársbyrjun 1952 á 47. stræti milli 5. – 6. breiðgötu og ráðinn framkvæmdastjóri að nafni Nicholas Graig en fram að þeim tíma hafði Hjálmar Finnsson greitt götu Loftleiða í USA. Húsnæðið var ca. 100m2 sölusalur á jarðhæð, en Graig hafði sína skrifstofu á hæðinni fyrir ofan. Á þessum tíma var það Bolli Gunnarsson sem stjórnaði málum fyrir *Loftleiðir* á *Idlewild* flugvelli. Sölufólkið á söluskrifstofunni var Mr. Simmons , Kathy og Ruth Kafka, en tímabundið

starfaði með þeim árið 1954 Edda Laxdal mágkona mín, sem sá um samskipti við aðalskrifstofuna heima, farþegaþjónustu og sölu farseðla , en hún er líklegast fyrsti Íslendingurinn sem starfaði á skrifstofum *Loftleiða* í Ameríku. Edda hafði áður starfað skamman tíma á söluskrifstofu *Loftleiða* í Lækjargötu 10 b. í Reykjavík , en þar störfuðu þá Alfreð Elíasson sem framkvæmdastjóri, Martin Petersen við markaðsmál, Íslaug Aðalsteinsdóttir við bókanir (farskrá), Finnbjörn Þorvaldsson, bókari, Óli Bjarna, gjaldkeri og Sigurður Magnússon blaðafulltrúi og almannatengslamaður, auk eins starfsmanns frá *Braaten* í Noregi.

Sölutölur frá þessum tíma sýna ótrúlegar breytingar á sjötta áratugnum, en árið 1952 fluttu Loftleiðir alls 1696 farþega milli landa, en þá hófst millilandaflug aftur í maí svo einungis var þar um sex mánaða tímabil að ræða. Árið 1956 er heildartala farþega 21.773, en þar af 13.936 frá USA og árið 1959 voru 35.498 farþegar og þar af 28.737 frá USA. Það ár er rúmlega 70% meðalnýting flugsæta enda voru Loftleiðir iðulega með bestu sætanýtinguna á Norður-Atlantshafs leiðinni á þessum tíma.

Robert Delany tók við sem yfirmaður *Loftleiða* í Ameríku 1960 tímabundið (en hann hafði áður starfað sem lögfræðilegur ráðgjafi *Loftleiða*) til ársloka 1961 en síðan kemur Sigurður Helgason til starfa i ársbyrjun 1962, en Delany heldur áfram sem lögfræðingur félagsins. Í júlí 1961 var opnuð söluskrifstofa á jarðhæð í Rockefeller Center og aðalskrifstofan fluttist í sama hús á 7. hæð árið eftir.

lll. „SEXURNAR“ :

Fyrsta DC-6 vélin var tekin í notkun í árslok 1959, en það ár voru 9 ferðir yfir Atlantshafið á viku yfir sumar-mánuðina en 5 ferðir á viku yfir veturinn, en flug til Luxembourgar lá niðri árin 1957 - 1959. DC-6 vélarnar voru mikil lyftistöng fyrir flugrekstur Loftleiða en heildarfjöldi farþega á sexu-tímanum jókst úr ca. 35.500 árið 1959 í 106.842 farþega árið 1964 .

lV. „MONSINN“ :

Fyrsta RR-400 vélina fengu *Loftleiðir* 1964 og hófst þá „Monsa“ tímabilið í sögu LL, sem var mikil nýjung þar sem þessar vélar voru upphaflega vöruflutningavélar sem var breytt í fyrsta sinn í farþegavélar og síðan lengdar í stærstu farþegaskrúfuvélar heims. Þær höfðu ýmsa kosti umfram DC -6 vélarnar, voru hraðskreiðari, tóku mun fleiri farþega og gátu flogið beint án millilendingar frá NY til Keflavíkur. Alls urðu „Monsarnir“ fimm, þar af voru fjórir lengdir. Á árinu 1957 störfuðu 57 manns hjá *Loftleiðum* en 1962 störfuðu 263 manns hjá fyrirtækinu. Á tímum „Monsanna“ 1964 – 1970 jókst fjöldi farþega *Loftleiða* úr 107.000 í 200.000 farþega á ári. Síðasta „Monsa“ flug *Loftleiða* var í október 1971.

Farþegaþjónusta *Loftleiða* (ferðaskrifstofa) var sett á stofn í ársbyrjun 1971 undir stjórn Gylfa Sigurlinnasonar, sem var þáttur í enn frekari markaðssetningu Íslandsferða af hálfu *Loftleiða*.

KEFLAVÍKURFLUGVÖLLUR 1965

Mitt fyrsta starf í ferðaþjónustu var hjá *Loftleiðum* í febrúar 1965 við farþegaafgreiðslu á Keflavíkur-flugvelli. Þá var málum þannig háttað að verið var að fljúga svokölluðum „sexum“ (DC -6B) út frá Reykjavíkurflugvelli en einnig svo kölluðum „monsum“ (Canadair RR- 400) frá Keflavíkurvelli . Canadair vélarnar voru notaðar á Norður Atlantshafinu milli Ameríku og Luxembourgar enda stærri, nýrri og kraftmeiri vélar, en þær gátu ekki notað Reykjavíkurflugvöll fullhlaðnar. DC-6B vélarnar flugu aðallega fram og til baka á Osló, Glasgow, Kaupmannahöfn, Helsinki , London og Amsterdam. Aðalástæða starfsumsóknar minnar hjá *Loftleiðum* var að komast í vinnu hjá fyrirtæki sem hafði starfsemi erlendis og gæfi mér hugsanlega færi á að vinna erlendis og skoða heiminn áður en ég sneri til baka í síldina á Sigló, en sú heimför hefur nú tafist í um 45 ár. Þó þröngt hafi verið um ýmsa hluti á innritunarsvæðinu í Keflavík .var aðstaðan mjög góð miðað við Reykjavíkurflugvöll. Mér er minnisstætt þegar „stop-over“ programmið hófst árið 1965, en það var Sigurður Magnússon sem hleypti því verkefni af stað. Þetta var vel undirbúið eins og hans var von og vísa , allir starfsmenn á Keflavíkurflugvelli voru búnir að fá kynningu á þessu nýja fyrirkomulagi, faþegarnir fengu sérstaka merkimiða á töskurnar, þar stóð SOP öðru megin og VIP hinum megin (oft voru þessir farþegar þá kallaðir sopparar= stop-over-passengers) Þessum SOP farþegum fjölgaði hratt næstu árin og urðu flestir um 25% allra erlendra farþega sem komu til Íslands á þessum árum. Þeir gátu valið um að stoppa á Íslandi í 24 tíma, 48 tíma og 72 tíma. Íslandsdvölin kostaði þá $ 24.- /$ 48.- / $ 72.- eða einn US-Dollar per. hverja

klukkustund sem dvalið var í landinu. Eftir rúmlega árs starf á Keflavíkurflugvelli sem var ákaflega skemmtilegt var ég búinn að láta það berast innan fyrirtækisins að mig langaði að starfa erlendis og einn starfsmaður *Loftleiða* á JFK-flugvelli vissi af áhuga mínum. Hann sendi telex fyrri part árs 1966 og bauð mér starf við innskráningu farþega á Kennedy velli. Ég greip strax tækifærið og flaug vestur í maí sama ár með DC-6 B með millilendingu á Gander velli, en DC vélarnar fóru stöku ferð vestur þessi árin þó að RR-400 vélarnar væru að mestu notaðar á NY-LUX leiðinni.

KENNEDYFLUGVÖLLUR 1966

Eðli málsins samkvæmt var strákurinn frá Siglufirði bæði spenntur og líka smá kvíðinn fyrsta starfsdaginn auk þess sem hitinn þann dag var 100°F (37.7°C), sem var nokkuð ólíkt veðrinu fyrir norðan. Það sem kom mér til hjálpar var að hin nýlega flugstöðvarbygging *Loftleiða* á Kennedyvelli var þá einn af fáum vel loftkældu vinnustöðum á svæðinu. Allt var þetta mjög framandi og vinnuumhverfi allt þróaðra og stærra en það sem var á herflugvellinum í Keflavík. Það sem tafði mest var að DC-6 vélarnar voru nokkuð aldnar og þurftu talsvert viðhald en RR-400 vélarnar, þó nýlegar væru, biluðu líka og sköpuðu þannig nokkrar tafir á brottförum. Traustar vélar að mörgu leyti en t.d. rafkerfið í þeim var viðkvæmt. Á þessum tíma voru farþegar til Íslands alveg hverfandi fáir nema þá „stop-over“ farþegar, en þorri farþeganna (ca. 80%) voru Bandaríkjamenn á leið frá NY til Evrópu.

Minn fyrsti yfirmaður var Íri og hét Alfred Shea og var yfir farþegadeildinni. Ég vann svo á Kennedyvelli frá 1966-1971, en rétt áður en ég hætti þar tók Bandaríkjamaður að nafni Ted Hope við starfi míns yfirmanns, en hann hafði verið að læra flug á Íslandi og talaði mjög góða íslensku þrátt fyrir aðeins nokkra mánaða dvöl heima. Fyrstu tvö árin eða svo á vellinum var ég við innritun farþega, en þá fékk ég stöðuhækkun og var gerður að vaktstjóra. Mínir samstarfsmenn á vellinum voru Þorgeir Halldórsson skemmtilegur og góður maður,Ólaf Ellerup ekki síðri, Snorri Snorrason og Runólfur Eiríksson. Einnig komu vestur um tveim árum á eftir mér Sigurður Stefánsson og Baldvin Berndsen, sem störfuðu saman á Kennedy allnokkur ár, en Sigurður væntanlega alls um 40 ár, lengst af sem stöðvarstjóri. Í farþegaafgreiðslunni á JFK unnu þá hátt í 40 manns og við afgreiddum 5 vélar á kvöldi yfir sumartíman og hver vél tók (RR-400) 189 farþega. *Loftleiðir/Icelandic Airlines* hafði einnig sína eigin viðhaldsdeild út á velli og þar störfuðu um 50-60 manns, þar fyrir utan var svokallaður „fleet- service“ , þ.e.ferming og afferming véla , þrif véla ofl. og þar störfuðu um 80 manns, en svo voru u.þ.b. 10 manns í öðrum störfum, en allir unnu á vöktum. Það sem kom mér mest á óvart var að þetta rúllaði allt saman eins og smurð vél og mín skoðun er að megnið af þessu fólki sem vann í þessum starfshópum var vant herþjónustu, agað fólk og kunni að fylgja fyrirskipunum. Þar á meðal nokkrir Íslendingar, sem höfðu gifst í Ameríku og sinnt herþjónustu þar.

Á veturna minnkaði fjöldi farþega um ca. 50% og starfsfólki fækkaði einnig, en þá var „off season“ fargjald aðra leiðina til Lux $ 167.50 „round trip“ kostaði $ 354.- en á sumrin var „round trip“ á $ 470 og „one-way“ var ekki selt yfir sumar-tímann.

LOFTLEIÐIR Í ROCKEFELLER CENTER / SÖLU OG MARKAÐSMÁL

Nokkuð fljótlega var ljóst að ég var ekki á leiðinni heim í bráð svo maður fór að huga að möguleikum á betra starfi á aðalskrifstofunni niðri í bæ, þar sem ég gat aðeins unnið hjá Loftleiðum í USA, var ekki með græna kortið o.s.frv. Ég hafði lært mest um sölu og markaðsmál svo áhugi minn stóð í þá átt og sótti ég því um starf í söludeildinni, en henni stjórnuðu John Loughery, markaðsstjóri, og Ernie Perrin, sölustjóri, og aðrir starfsmenn deildarinnar voru Bandaríkjamenn. Einn Íslendingur starfaði í deildinni í eitt ár, Hans Indriðason, en þegar hann var fluttur í „administration“ losnaði starf sem ég sótti um og fékk í janúar 1971. Þegar ég hóf störf á skrifstofunni var starfsmannafjöldi yfir sumarmánuðina ca. 250 en ca. 200 á veturnar . Í störfum mínum sem sölufulltrúi var maður á sífelldum þeysingi á milli söluaðila og því rosaleg pressa á öllu að selja eins mikið af farseðlum og hægt var og ná „targets“ (settum markmiðum) í $-sölu . Mig minnir að um tíma hafi salan í USA verið um 75 miljónir dollara á meðan heildarsala Loftleiða „world- wide“ hafi verið innan við $ 100 miljónir, sem sýnir þáverandi mikilvægi starfseminnar í USA . Þá var stundum sagt að það þyrfti um tífaldan kraft að selja eitt sæti til Íslands miðað við að selja eitt sæti til Luxembourgar. Það má segja að maður lærir svo lengi sem maður lifir að minnsta kosti í markaðs og sölumálum. Þannig var að mikil umræða kom upp 1970 um hvernig ætti að verðleggja ferð með þotu til Íslands (4 1/2tími), með hliðsjón af ferð með skrúfuvél (6-7 tímar). Að lokum var einhverjum sérfræðingi

falið að ákveða þetta og niðurstaða hans var að munurinn ætti að vera aðeins $ 10.- Það makalausa var að svo til alltaf seldust ódýrari miðarnir upp fyrst og síðan þotufarseðlar þrátt fyrir þennan litla verðmun. Allar bókanir fóru fram með helstu tækni þess tíma á svokölluð gataspjöld og var þeim síðan safnað saman í einskonar skókassa og sett í ákveðna geymslu þar sem markaðs- og áætlanafólkið gat gengið að þeim og keyrt út tölfræðilegar upplýsingar til stuðnings sínum áætlunum.

HIN ÝMSU MARKAÐSSVÆÐI *LOFTLEIÐA* Í USA

Loftleiðir voru með samstarfsaðila í San Francisco Robert King á annan áratug á árunum 1954 -1970 , en hluta af þessu tímabili starfaði Tom Loughery í Los Angeles sem nokkurs konar „door-to-door salesman". En að baki þessari starfsemi á Vesturströndinni voru fyrst og fremst tvær ástæður, annars vegar plön um að reyna að fá heimild til að fljúga yfir á Vesturströndina og hins vegar að California er stærsta ríki Bandaríkjanna og með fjölmennasta og vænlegasta markaðinn. Stjórnvöld drógu hinsvegar lappirnar í þessu máli með miklum þrýstingi *Pan Am* sem vildi drottna yfir öllu eitt. En á þessum tíma voru einungis tvö bandarísk flugfélög sem höfðu heimild til Evrópu-flugs, en það voru *Pan Am* og *TWA*.

Loftleiðir voru ekki í IATA og þar af leiðandi ekki í neinum sölukerfum flugfélaga og þurftu því að gera allt sjálfir og má segja að við höfum verið nokkurs konar „ugly-duckling" þess tíma. Einnig var það að þá voru engin tölvukerfi þannig að við urðum að vera með viðveru á markaðssvæðunum með okkar eigin sölukerfi. Hugmyndin var að fjölga áfangastöðum í Ameríku og var Los Angeles þar efst á blaði og var San Francisco talin næst best og því lögð höfuðáhersla á að hafa þar samstarfsaðila. Á þessum tíma voru engin bein flug til Evrópu frá San Francisco. Icelandair var með skrifstofur í NY, Chicago, Washington DC, Miami, Huston, Boston, San Francisco og Mexico City, eða alls átta skrifstofur í byrjun níunda áratugarins.

Flug til Chicago hófst 1973 en um tveim árum áður var opnuð skrifstofa þar til að vinna að markaðsmálum og var Tom Loughery lengst af í forsvari þar**.** Þegar svo hætt var flugi frá Chicago var sú ákvörðun nokkuð sjálftekin, þar sem samkeppni var að aukast og erlend flugfélög voru að koma í auknum mæli inn á Bandaríkjamarkað. Í Chicago voru m.a. stóru amerísku flugfélögin eins og *United Airlines* og *American Airlines* sem ákváðu bæði með löngum fyrirvara að vera með góða þjónustu frá Chicago til Evrópu sem þau höfðu ekki verið með áður. *AA* tilkynnti t.d.að þeir myndu fljúga til 12 borga í Evrópu frá Chicago með kynningarverðum o.s.frv. og þetta varð til þess að okkar dagar í Chicago voru þar með taldir eftir ca. 13 ára starfsemi þar.

„DOOR TO DOOR" SÖLUMENNSKA

Okkar stærstu vandamál allan tímann sem ég var við sölumálin var að fylla vélarnar dag hvern og voru allmagir söluaðilar ávallt á ferðinni milli ferðaskrifstofa með alls kyns tilboð eftir því hvernig staðan var hverju sinni. Ég var sjálfur um sjö fyrstu árin mín á skrifstofunni (1971-1978) í hópi þessara sölumanna sem í reynd voru sífellt á fullri ferð að ná í fleiri farþega og fá nýjar ferðaskrifstofur til samstarfs. Segja má að þegar verst lét hafi maður í raun verið á hnjánum hjá ferðaskrifstofunum að biðja um meiri „business" það var engin miskunn ,maður fór inn á allar ferðaskrifstofur, kynnti flugfélagið, þjónustuna og helstu áfangastaðina og lagði fram tilboð dagsins. Ekki var óalgengt að maður heimsækti allt að 35-40 ferðaskrifstofur á viku þegar best lét.

Svo einkennilega sem það kann að hljóma þá barst *Ielandair/Loftleiðum* nánast aldrei símtöl þar sem farþegi sagðist verða að komast til Luxembourgar, sem var lítt þekkt nafn í Bandaríkjunum. Okkar farþegar voru fyrst og fremst að finna sér ódýra og þægilega leið til Mið-Evrópu, mest til þýskra borga eins og Bitburg, Wuppertal, Köln, Frankfurt o.fl. Einnig voru margir á leið til Frakklands, Hollands, Belgíu o.s.frv. - það var því viðkvæði farþeganna eftir að þeir lentu í Luxembourg:"Where is the bus ?", þar sem örfáir áttu Luxembourg sem endastöð.

VÖRUFRAMBOÐ Á ÁTTUNDA ÁRATUGNUM

Mikið framboð af alls kyns „pökkum“ var í boði hjá hjá okkur og sá sem var langvinsælastur í gegnum tíðina var „skíða-pakki „ í Alpana“, sem var í boði frá Chicago og New York á veturna strax eftir áramót og fram í apríl. Komutími til Luxembourgar var um hádegi og þá farið beint í rútu til skíðasvæðanna í Austurríki og því var heildarferðin mjög löng eða um 20 klst. hvora leið. En fólk lét sig hafa þetta árum saman þar sem þetta var ódýrasta leiðin frá Austurströnd USA á skíði í Ölpunum á $ 499.- flug fram og til baka og 6 nætur í fjallaskála (“chalet“) með morgunverði. Slíkar ferðir með brottför frá USA í miðri viku voru seldar á $399.-, sem var ótrúlegt verð. Við störfuðum mikið með alls kyns kórum og kirkjufélögum og ferðaskrifstofum í USA sem voru í eigu Þjóðverja og Frakka og eða ferðaskrifstofum sem voru með skólahópa .

Vegna þess hve fáa virka orlofsdaga Bandaríkjamenn hafa eða um 11 að meðaltali, hefur verið erfitt að selja þeim lengri ferðir til Íslands og helst að eldri borgarar sem komnir eru á eftirlaun sjái sér fært að dvelja hér lengur en nokkra daga. Einnig er það að Íslandsferð er oft hluti af ferð til fleiri Evrópulanda og þá fáir dagar á hvert land.

Fljótlega eftir að ég byrjaði að vinna við sölumennsku hjá *Loftleiðum* var ég kominn í þessa endalausu “door-to- door“ sölumennsku á Austurströndinni. Við reyndum að heimsækja a.m.k. 30 ferðaskrifstofur á viku, enda af nógu að taka því þá var talið að heildarfjöldi þeirra væri um 45 þúsund. Oft var ég staddur í Boston á árunum 1971- 1975 og vorum við að herja á stúdentamarkaðinn þar, Harward, MIT o.fl. á tímum „HippyExpress“ / *Icelandic Airlines* en stúdentar ferðuðust mikið með okkur yfir hafið. Þá flugu margir síðhærðir háskólaborgarar með okkur til Lux og tóku lestina þaðan til Amster-dam til að reykja “pot“ og gengu svo í „high-mile- club“ í vélinni báðar leiðir o.s.frv. En á þessum hippatímum í rekstri *Loftleiða* var stór hluti farþeganna ungt fólk, ævintýrafólk, kátt og ekki í neinum asa og þáði því gjarnan ódýrt stopp á Íslandi. Þá var oft mikið fjör um borð, fólk drakk og reykti mikið, m.a. hass, vindla og allskyns pípur enda var í flestum tilfellum um þeirra fyrstu flugferð að ræða. Margt af þessu fólki varð síðar mikið áhrifafólk í Bandaríkjunum eins og t.d. borgarstjórar, fylkisstjórar og síðast en ekki síst ráðherrar eins og Hillary Clinton og eða forseti eins og Bill Clinton. Á þessum tíma áttu og ráku *Cargolux* fragtflugfélagið *Aero Uruguay sem við þjónuðum fyrir vestan*. Árið 1978 var ég svo gerður að yfirmanni sölu- og markaðsdeildar og starfaði sem slíkur í um 10 ár.

ÞOTUÖLD / ERFIÐIR TÍMAR

Þegar kom að þotukaupum 1970 voru *Loftleiðir* með smá reynslu af slíkum rekstri vegna dótturfélags síns *Air Bahama* (keypt í febrúar árið 1969), sem átti eina DC-8, en Gunnar Oddur Sigurðsson var stöðvarstjóri *Air Bahama* og bjó í Nassau, en *Air Bahama* rak þar einnig skrifstofu. Það var síðan afráðið að kaupa DC- 8 vélar og kom sú fyrsta í notkun í maí 1970 og hófst þar með formlega þotuöld félagsins. RR-400 vélarnar voru leigðar til *Cargolux***,** sem síðan keypti þær allar og gerði þetta *LL* (*Loftleiðum*) fært að fjármagna þotukaupin. Sumarið 1970 voru 19 flug á viku frá USA til Evrópu. Þegar við hófum flug með þotum frá NY var samkvæmt flugsamningi heimild til að fljúga beint ákveðnum hluta fluga og því var um 40% fluga „non-stop“, NY. – Lux., en þessu beina flugi milli NY og Luxembourgar var hætt tveim árum seinna og eftir það ávallt millilent í Keflavík.

Árið 1971 eru leigðar tvær fragtvélar frá *Seaboard Airways* og þeim breytt til farþegaflugs og smám saman fjölgar þotum og voru þær allar teknar á kaupleigu frá *Seaboard* (svokallaðri þurrleigu) og monsarnir voru notaðir eitthvað áfram. En 1973- 4 brýtur Freddy nokkur Laker múrinn og kemst sem „Non-IATA“ aðili með stórar þotur inn á Ameríku-markaðinn og má segja að þannig komi annað lágfargjaldaflugfélagið inn á Ameríkumarkað fyrir utan *Loftleiðir*, en þetta var upphafið af endalokum fargjaldaeinokunar IATA samstarfsins. Fyrst í stað leist okkur alls ekki á þennan skyndilega uppgang Freddy Lakers á Atlantshafinu, en sáum fljótt að í þessu fólust margvísleg tækifæri fyrir okkur sem reyndist rétt. Á þessum tíma voru fleiri millilandaflugvellir að bætast við í N.- Ameríku en lengi vel voru það aðallega New York, Chicago og Los Angeles.Við

fengum loks leyfi til að fjölga áfangastöðum vestra. Við höfðum verið með hömlur á flugvélagerðum, fjölda áfangastaða og máttum aldrei fara fram úr 3% af heildar flutningi yfir hafið (á þeim árum náðum við hæst 2.6%)

Árin í kringum 1972-´74 voru mjög erfið , fyrsta olíukreppan skall á og ýmsir örðugleikar á gjaldeyrismarkaði ollu bakslagi í ferðalögum fólks og var þetta m.a. ein ástæða þess að farið var í að sameina íslensku flugfélögin. Það var jafnvel rætt um að leggja þyrfti niður hluta af Norður-Atlantshafs fluginu o.s.frv. Ferðum var vissulega fækkað og starfsfólki töluvert. Við urðum öll að herða róðurinn í sölunni og gæta um leið mikillar varkárni í öllum kostnaði. Ýmsar breytingar urðu með sameiningunni smb. að Sigurður Helgason eldri fer heim til Íslands og John Loughery tekur við sem yfirmaður *Icelandair* í Ameríku árið 1974. Sameiningin var á margan hátt erfið fyrir starfsfólkið og á suman hátt ekki nógu mikið upplýsinga-streymi til starfsfólksins á sameiningartímabilinu frá yfirstjórnendum hins nýja flugfélags. Seinni kreppan var svo um 1979 en hún var mun verri, svo slæm að raunverulega var búið að tilkynna að hætt yrði flugi til Ameríku þá um haustið, sem síðan var dregið til baka á síðustu stundu. Þann vetur var einungis flogið tvisvar í viku með einni vél frá New York. Þess voru dæmi að vélar skiptust á milli farþega- og vöruflutninga 50/50. Flugi var hætt til Fort-Lauderdale og Detroit og áætlanir um flug á aðra áfangastaði svo sem Cleveland var frestað.

SALA ÍSLANDSFERÐA

Í byrjun áttunda áratugarins er hafin sala á alls kyns stuttum ferðum („city-breaks“) til Íslands og má segja að þar sé á ferð-inni viðbót við „stop-over“ ferðirnar, sem höfðu selst afar vel. Mest af þessum nýjungum komu frá Chicago skrifstofunni, en Tom Loughery og hans fólk ásamt Knud Berg sem ráðinn var frá Ferðamálaráði Noregs til að leiða verkefnið áttu mestan heiðurinn af því. Fyrst voru þetta svo kallaðir „shopping-tours“ aðallega seldir bláhærðum- blóma-hatta-konum, einnig var farið í klúbba, kirkjur og alls kyns félagasamtök með skipulegum hætti og boðnar mjög ódýrar ferðir frá Chicago til Íslands yfir vetrarmánuðina. Það má segja að þetta hafi verið upphaf stuttra vetrarferða til Íslands, sem ekki flokkuðust undir „stop-over„ og síðan þróaðist þetta á ýmsan hátt. „Thanksgiving-ferðir/ „Halloween“ /“ Spa-in-Iceland“ / „Arctic Blizzard Beach Party“ /„Adventure weekend in Iceland“ til að nefna nokkur dæmi.

Á áttunda áratugnum seldi maður að nafni Kenneth Welner manna mest ferðir til Íslands, en hann rak m.a. bílaleigu í New York og hafði umboð fyrir bílaleigur í Evrópu og nýttum við okkur þjónustu hans. Í Bandaríkjunum máttu flugfélög ekki eiga eða reka ferðaskrifstofur og því þróaðist þetta í mjög farsælt samstarf. Hann giftist síðar Eyrúnu Herbertsdóttur fyrr-um yfirmanni á Tour Desk hjá *Icelandair NY*. og undir stjórn Eyrúnar var sett á stofn mikil söluskrifstofa í byggingu fyrir norðan Manhattan. Þar var hún þar með um 30 manns í vinnu við að selja bílaleigubíla, „stop-over“ og aðrar ferðir til Íslands undir nafninu *KEMWEL/Europack*. Var þetta lengi vel stærsti einstaki söluaðilinn á ferðum til Íslands frá USA. *Kemwel/Europack* störfuðu mjög náið með *Loftleiðum* og fengu góðan stuðning félagsins. Þetta samstarf varaði í mörg ár og dró ef til vill máttinn að einhverju leyti úr öðrum, en að sama skapi var þetta stysta og ódýrasta leiðin fyrir okkur inn á „leisure-markaðinn“ í Ameríku með ferðir til Íslands

Segja má að Íslandssala þ.e. sumarferðalög, hafi í reynd ekki farið almennilega í gang fyrr en undir lok áttunda áratugarins, það er að segja sala á lengri ferðum, 6-12 daga, í stað stuttu ferðanna „stop-over“ og „city-breaks“ (2-5dagar).

Ferðaskrifstofur sem seldu Íslandsferðir, voru almennt ekki að selja mikið meira en nokkur hundruð farþega á ári, ólíkt því sem var í Evrópu, enda mikill munur á þessum markaðssvæðum.

„Ethnic-traffic“ til Skandinavíu og meginlands Evrópu var oft seld af skrifstofum í eigu fólks af norrænum eða af þýsk-/-frönskum ættum (North- Star-Tours /AIT Angersback ofl.), einnig voru allnokkrar mjög stórar skrifstofur að selja farseðla fyrir hópa til Luxembourgar á þessum árum.

ÁFANGASTAÐIR Í USA

Flug til Baltimore hófst undir lok níunda áratugarins og Boston flugið nokkrum árum seinna**.** Reynt hafði verið að fljúga á báða staðina nokkru áður en gekk ekki upp þá. Floridaflug hófst haustið 1987, en til að byrja með, ca. fyrstu tvö árin, var flogið beint frá Lux án viðkomu á Íslandi en síðar millilentu vélarnar á Íslandi og „Florida-æði“ landans hófst.

Helstu áfangastaðir í USA hafa verið New York, Chicago, Baltimore og Boston og gekk mjög vel að fljúga á alla þessa staði á meðan þeir buðu upp á mikla tíðni (einnig var flogið ca. þrjú sumur til Detroit).

Orlando ruddi brautina á suðursvæðinu og síðan var flogið í þrjú sumur til Fort Lauderdale, en á vestursvæðinu til San Francisco og Seattle í þrjú sumur og í miðríkjunum var það Minneapolis, en þangað var flogið sex mánuði á ári, mest yfir sumarið. Í Kanada var flogið á Halifax og Toronto. Aðalskrifstofan fluttist til Columbia í Maryland 1994 en aðalástæðan var mjög hækkandi leigu-og rekstrarkostnaður á New York svæðinu og aukið flug til Baltimore. En í Baltimore hafði verið söluskrifstofa *Flugleiða*. m.a.undir stjórn Símonar Pálssonar mörgum árum áður, þegar áform voru um að fljúga á Washington eða Baltimore sem ekki varð af þá. Síðan var aðalskrifstofan flutt til Boston í ágúst 2009 eftir að hætt var að fljúga til Baltimore. Þótti það eðlileg ráðstöfun miðað við þær breytingar sem þá voru gerðar á áætluninni vestur.

NEW YORK MIÐPUNKTUR AMERÍKUFLUGS

Þrátt fyrir að Alfreð væri vissulega„karlinn í brúnni“ á aðalskrifstofunni í Reykjavík, sló hjarta Ameríku-flugsins í New York og því mikilvægt fyrir félagið að þar væri vel að málum staðið. Skrifstofa *Loftleiða* og síðan *Icelandair* var á 7. hæð í Rockefeller Center auk söluskrifstofu á jarðhæð og það vakti vissulega mikla athygli á flugfélaginu sem af mörgum í flugheiminum var ekki hátt skrifað. Árið 1962 tók Sigurður Helgason eldri við en hann var vel að sér í málum félagsins, hann var virtur innan flugheimsins vestra og einstaklega vel tengdur í viðskiptaheiminum. Hann var menntaður frá University of Colombia og stjórnarformaður risastórrar Campus-byggingar skólans. Hann átti marga skólabræður sem voru í lykilstöðum í viðskiptum vestra og mikill vinur hans var m.a. Aiko Toyota stofnandi og um skeið aðaleigandi Toyota bílaverksmiðjanna. Einnig var náinn vinur hans og skólabróðir Paul Vocer, síðar efnahagsráðherra Bandaríkjanna og ráðgjafi nokkurra Bandaríkjaforseta í efnahagsmálum. Sigurður var hins vegar ekkert sérlega auðveldur að vinna með og ekki neinn sérstakur „humanisti“, en hann var klár rekstraraðili og virtur mjög sem slíkur. „He was fine as things where going his way“, alvöru „leader“ og hugsaði stórt og aðkoma hans að Norður Atlantshafsfluginu, sem ef til vill gerði útslagið í okkar samgöngumálum var veruleg. Það að *Loftleiða*mönnum og síðar *Flugleiða*mönnum tókst að halda úti fluginu vestur um haf út tuttugustu öldina breytti fleiru en ferðamálunum til hins betra. Það að flugið frá Ameríku var rekið á ársgrundvelli skapaði hér flugtíðni margfalt umfram þörf landsmanna og rauf reyndar varanlega hina miklu einangrun landsins. Aðalskrifstofan var í New York frá 1954 til 1993. John Loughery tekur við af Sigurði árið 1974 en hann hafði verið markaðsstjóri okkar og kom upprunalega til okkar frá SAS. Sigfús Erlingsson kemur svo 1978 og tekur við af John. Perrin sölustjóri var til 1978 en hann og Jefferson Edmonds, sölustjóri New England svæðisins, hættu um svipað leyti og John Loughery, þá reyndar búnir að skila sínu verki vel. En erfiðleikar voru í rekstrinum á þessum tíma, það var því mikill þekkingarmissir fyrir *Loftleiðir* að missa þá alla út á sama tíma. John varð forstjóri *Capital Airways* sem rak þá um 150-200 þotu útgerð, Jefferson varð forstjóri hjá *Air New Guinea* með aðsetur á Nýju Gíneu. Þetta eru allt heiðursmenn og ég er ennþá í nánu sambandi við þá Loughery og Perrin, en Edmonds lést fyrir all nokkrum árum. Sigfús Erlingsson var forstjóri I*celandair* í New York í fimm ár, en er þá kallaður heim sem yfirmaður markaðsmála á Íslandi. Sigurður Helgason yngri tekur svo við af honum og eftir tvö ár fer hann heim sem nýr forstjóri *Flugleiða* árið1985, en við af honum tekur Knud Berg í tvö ár. Þá kemur Sigfús aftur í ca. 3 ár og Gylfi Sigurlinnason var í 2-3 ár, síðan Steinn Logi Björnsson í ca. 4 ár, þá Gunnar Eklund og við af honum tekur núverandi framkvæmdastjóri Icelandair í USA Þorsteinn Egilsson líklega 2008.

TIL ÍSLANDS FRÁ USA

Mér var boðið að koma heim árið 1988 til að nýta ákveðna þekkingu mína og reynslu í markaðsdeildinni eftir ca. tuttugu ára starf vestanhafs. Það virkaði vel á mig, þetta voru spennandi tímar og verið var að endurnýja flugflotann og hin nýja Leifsstöð var komin í gang. Ég hafði unnið að því árin á undan að efla „*hub&spoke*“ og starfað mjög náið með 5-6 bandarískum ferðaskrifstofum um sölu á ferðum til Norðurlanda. En þær höfðu samanlagt selt nokkur þúsund sæti til Skandinavíu og var takmarkið að efla *„hub & spoke“* kerfið í gegnum hina nýju flugstöð hér heima. Markaðurinn var að þroskast og vetrarferðir að eflast mjög við þessar og aðrar markaðsaðgerðir. Ég fór einnig fljótt að vinna að ýmsum öðrum spennandi markaðstengdum verkefnum.

Arnarflug sem var helsti samkeppnisaðili *Icelandair* á þessum tíma hafði verið að styrkja stöðu sína á okkar helstu leiðum. Þeir voru að gera ýmsa góða hluti eins og að stofna „Gull-klassa“ og einnig höfðu þeir gert mjög vænlega samninga um „frequent-flyer“ punktakerfi og „interline“- þjónustu við *KLM*. Ég settist í framkvæmdastjórn *Ferðamálaráðs* og kynntist því ýmsu nýju þessi tvö starfsár heima á Íslandi.

En það var flóknara en við héldum að flytja aftur heim, að rífa börn og unglinga upp og flytja þá milli heimsálfa fyrirvaralaust. Nú þetta varð til þess að ég ræddi við *Icelandair* og spurðist fyrir um starf í Bandaríkjunum aftur en á þeim tíma var lítið laust. Fáeinum vikum síðar var haft samband við mig og spurt hvort ég hefði hug á að taka að mér kynningarmál ferðaþjónustunnar í USA, þar sem fyrirhugað væri að endurskipuleggja þann þátt. Ég var til í það og stuttu síðar vorum við farin vestur aftur.

TIL USA SEM KYNNINGARSTJÓRI / LANDKYNNING

Árið 1990 er ég því kominn tilbaka til Bandaríkjanna eftir ca. 2 ár hér heima og með það verkefni að endurskipuleggja markaðs- og kynningarmál okkar á skrifstofu *Ferðamálaráðs* í New York.

Fyrsti starfsmaður Íslands á skrifstofu *FMR* í USA var Ingunn Ingólfsdóttir sem starfaði í ca. 2 ár (1969-1973), en starfsemin var lögð niður 1973-1976 vegna niðurskurðar. Síðan var Ólafur Sigurðsson næstu tvö árin 1976-1978, síðan Stefán Richter í tæp tvö ár 1978-1980 en þá tók við Unnur Kendall og starfaði í 10 ár eða þar til ég tek við frá 1990 til 2010.

Þegar ég kem til starfa hjá *Ferðamálaráði* í Bandaríkjunum voru ekki mörg sérverkefni í gangi og frekar lítil umfjöllun um Ísland, það birtust eitthvað um 18-20 greinar og viðtöl á ári í bandarískum fjölmiðlum.

Einn af kostum þess að hafa starfað svo lengi að markaðs- og sölumálum hjá *Icelandair* í USA var að ég þekkti forsvarsmenn hinna Norðurlandanna hjá *Scan* (Scandinavian Tourist Boards) og reyndar mikið af starfsfólkinu og rekstrarfyrirkomulagið. Það hjálpaði mér mikið við að takast á við verkefnin þar og allt hrökk eiginlega strax í gírinn .

Við settum strax upp samstarfshóp um þátttöku í ýmsum kynningarverkefnum, sýningum, work- shops, og fórum á fulla ferð í góðu samstarfi við hinar þjóðirnar, enda höfðum við áður starfað saman að markaðsverkefnum þegar ég starfaði hjá *Icelandair* í USA.

Eðli málsins samkvæmt breyttust áherslur fljótlega, en það sem í raun var að gerast í Bandaríkjunum á þessum tíma var að *internetið* var að hefja innreið sína. Ljóst var að það myndi gera mikinn usla í röðum ferðaskrifstofa og að þeim myndi fækka sem og gerðist (þá voru 45 þúsund ferðaskrifstofur í USA en eru nú um 25 þúsund).

Ég gerði mér far um að leita upplýsinga færustu manna á því hvaða líklegustu breytingar þetta gæti haft á markaðs- og söluferli ferða til Íslands. Svörin voru þau að mjög líklega kæmi svo og svo stór hluti ferðamanna til með að bóka Íslandsferðir sínar beint á netinu, svo fremi sem góðar vefsíður væru til staðar.

Auðséð var þarna í upphafi tíunda áratugarins að Bandaríkjamenn voru komnir miklu lengra í notkun á internetinu en Evrópa og að sú þróun yrði ekki stöðvuð. Það varð því að bregðast við og mín niðurstaða var að ekki væri lengur raunhæft að nota kynningarpeningana til að eltast við ferðaskrifstofurnar, heldur yrði að henda sér út í vefsíðuslaginn. Með öðrum orðum; stefnan var tekin á að kynna í framíðinni Ísland beint til neytandans og eftir á séð var þessi breyting gerð á réttum tíma, þegar netnotkunin var að breiðast út. Þetta varð til þess að við urðum með þeim fyrstu í okkar umhverfi tilbúnir með sérhæfða vefsíðu fyrir Bandaríkjamarkað um miðjan tíunda áratuginn. Þessi stefnubreyting reyndist mikið gæfuspor fyrir okkur og nú voru okkar skilaboð um Ísland sem einstakan áfangastað send í auknum mæli til neytandans beint. En þessi nýji miðill hafði svo marga aðra kosti, á vefsíðunni var m.a. hægt að fjalla um alla fréttnæma viðburði á Íslandi og reyndar voru möguleikarnir hreint ótrúlegir frá því sem við höfðum áður þekkt. Þetta varð m.a. til þess að almenn umfjöllun um Ísland í USA margfaldaðist á stuttum tíma og ótrúlegustu miðlar voru að fjalla um landið á einn eða annan hátt. Árið 2000 taldist okkur til að í heildina hafi umfjöllun um Ísland átt sér stað í um 500 tilfellum í hinni litríku flóru bandarískrar fjölmiðlunar og var netumfjöllun þar stór partur. Tíu árum seinna (2010) er umfjöllunin nálægt 2000 birtingar, en allra síðustu árin hefur verið erfitt að hafa nokkra áreiðanlega mælingu vegna tilkomu tengslaneta eins og t.d. *Facebook*, þrátt fyrir að sérhæfð fyrirtæki vinni slíkar rannsóknir.

Sérfræðingar sem ég leitaði til í upphafi voru sannspáir um mikilvægi þess að fara strax af stað í vinnslu á vandaðri vefsíðu og aðalástæðan fyrir því að við létum slag standa var að ég sannfærðist um að þetta væri eina tækifærið til að gjörbylta stöðu okkar á markaðnum. Ekki þyrfti lengur risa „budget" eins og Þýsklaland eða Mexico til að ná athygli. Við vorum orðin jafnfætis þeim stóru í fyrsta sinn, ekki þyrfti lengur heilsíðu í *New York Times* til að ná til kúnnans! Okkar helstu markhópar eru áfram hinir svokölluðu „Baby-boomers" (fæddir við lok seinni heimsstyrjaldar/eiga peninga/hafa tíma) til lengri dvalar á sumartíma. Nú á seinni árum eru það einnig „Young-professionals" (ungir fagmenn, t.d. ungir lögfræðingar/viðskfræðingar/tölvunarfræðingar/ sem eiga peninga en hafa lítinn tíma) til styttri dvalar að vetri til.

SÖLUSÝNINGAR

Sölusýningar ferðamála í USA voru yfirleitt miklu minni í sniðum en í Evrópu og *Icelandair* keypti sig inn í u.þ.b. 50-60 slíkar á ári. Þar var ekki mikið um skraut og viðbúnað heldur voru þær haldnar út um allt í ýmsum salarkynnum svo sem leikfimissölum, félagsheimilum eða öðru rými. Við sendum einn til tvo starfsmenn og maður fékk eitt lítið skólaborð fyrir bæklinga og síðan kom ferðaskrifstofufólk frá því svæði og gekk á milli borða til að kynna sér tilboðin. Margir ferðaskrifstofumenn komu líka til þess þess að skilja eftir nafnspjaldið sitt á hverju borði til að reyna að vinna fríar ferðir sem voru oftast í boði og einnig til að fá fría penna, reglustikur og annan gjafavarning frá flugfélögum, hótelum og ferðasamsteypum. Fyrir utan okkar eigin bæklinga og *Ferðamálaráðs* voru lengi vel fyrst og fremst bæklingar frá *Ferðaskrifstofu ríkisins* og síðar *Ferðaskrifstofu Íslands* en á þessum tíma voru þær einu íslensku ferðasskrifstofurnar sem sinntu Bandaríkjamarkaði að einhverju ráði.

SAMSTARF / „ICELAND- NATURALLY"

Í byrjun tíunda áratugarins hafði ég forgöngu um samstarf *Icelandair*, Viðskiptaþjónustu Utanríkisráðuneytis og *Iceland Tourist Board* þar sem gerður var þriggja ára markaðssamningur. Hver aðili setti $ 25.000.- í sameiginlegan landkynningarsjóð sem var ætlað að fjármagna aukna umfjöllun um Ísland í fjölmiðlum, en á þessum tíma birtist að meðaltali ein grein um Ísland á mánuði, sem var ansi lítið á 300 milljóna markaði. Samstarfið við *Icelandair* var eðli málsins samkvæmt ávallt gott, en einnig reyndust samstarfsfélagar mínir frá Viðskiptaþjónustunni hinir ágætustu samstarfsmenn. Þegar Steinn Logi Björnsson kemur vestur, líklega 1996, með nýja stefnu *Icelandair* um að nú sé „focus" á Íslandssölu númer eitt,verður mikil breyting á kynningar og markaðsmálum á svæðinu. Þetta samstarf okkar í kynningarmálum var í reynd undanfari „Iceland Naturally" og má segja að í samstarfi við Magnús Bjarnason, viðskiptafulltrúa Utanríkisráðuneytis, hafi þessi hugmynd vaknað 1996 - 1997. Á árinu 1997 komst hugmyndin fyrst á blað en þá fékkst styrkur frá Utanríkisráðuneyti upp á $ 100.000.- til að gera markaðsrannsóknir með aðstoð ráðgjafafyrirtækisins *Fleischmann & Hillard*. En niðurstaðan í markaðsrannsóknunum kom verulega á óvart, þar sem nokkuð mikil aukning hafði verið á umfjöllun um Ísland í USA. þegar spurt var: „ Hvað dettur þér hug þegar nafnið Iceland er sagt við þig ?", og 93% svarenda svöruðu : „ ice and snow". Það var þá ljóst að enn var Ísland næsta lítið þekkt og flestum reyndar nokkuð sama um það. Önnur spurning var hver Leifur Eiríksson væri og flestir virtust kannast við hans nafn, en svo til alfarið vegna þess að hann hefði fundið upp talsímann !

ÍSLANDSKYNNING / GOOD MORNING AMERICA o.fl.

Sama ár (1997) fréttum við að verið væri að undirbúa ferð sjónvarpsþáttarins „Good morning America" til Skandinavíu en ekki til Íslands. Við höfðum samband við þá og spurðum hvað kostaði að fá þá til að koma við á Íslandi. Með hjálp *Icelandair* o.fl. tókst á síðustu stundu að sannfæra þá um að bæta Íslandi við og það lukkaðist mjög vel þrátt fyrir vont veður. Það rigndi inn jákvæðum umsögnum um Íslandsþáttinn. Við fengum þúsundir fyrirspurna, auk þess var eins og þátturinn vekti fjölmiðla af værum blundi og nú fóru alls kyns miðlar að hafa samband og vildu fara til Íslands í fyrsta sinn. Þetta varð til þess að samstarf *Ferðamálaráðs* við *Icelandair* í kynningarmálum efldist mjög. Allt þetta gladdi okkur, en fyrst og fremst stappaði það í okkur stálinu og við urðum óhræddari að takast á við ný og óvænt atvik í kynningarmálum. En hin raunverulega niðurstaða *Fleischmann & Hillard* var að „ náttúran" væri alls staðar undirliggjandi í hugum þeirra sem höfðu áhuga á Íslandsferð. Það var því ljóst að þörf var á mikilli kynningu og „Iceland Naturally" hugmyndin var útfærð og þróuð á árunum 1998-1999 og síðan var „Iceland Naturally" átakið komið í gang árið 2000 með eina milljón dollara í fjárveitingu. En einn af vendipunktum

þess var fundur sem Atli Ásmundsson, ræðismaður, tryggði okkur með forsætis- og utanríkisráðherra á Íslendingahátíð í Minneapolis sumarið 1998. Þar gátum við gert þeim grein fyrir stöðu mála og útskýrt okkar hugmyndir um að fá íslensk fyrirtæki með starfsemi í USA til að koma að samstarfinu og leggja í það peninga. Viðbrögð þeirra voru jákvæð og kvöddu þeir okkur með því að ef okkur tækist að sannfæra fyrirtækin um að leggja fjármagn í sameiginlegan landkynningarsjóð myndu þeir beita sér fyrir framlagi ríkissjóðs á móti. „Þúsaldar"- nefndin kom til liðs við hugmyndir okkar og útfærslu á siglingu víkingaskipsins til USA árið 2000, sem var að hafa viðkomu í 12 höfnum í stað þess að sigla því einungis til New York. Við fengum svo kynningarfyrirtæki"til að hjálpa okkur á hverjum stað og tókst það afar vel og mikil samstaða í hópnum. Þarna var ekki um auglýsingar að ræða heldur var þetta „gjörningur" á hverjum stað. Víkingaskipið, Siggi Hall að kokka , víkingarnir að koma í land og heilsa upp á fólkið, þetta þrælvirkaði. Skilaboðin voru ekki þetta klassiska má bjóða ykkur Ísland sem áfangastað, heldur kom Ísland í heimsókn og allir höfðu gaman af þessu ævintýri og flestir vildu sjá meira af þessu sérkennilega landi og þjóð. Síðan í lok ársins 2000 kom í ljós að við höfðum fengið um tvöhundruð birtingar í sjónvarpi um Ísland á tímabilinu sem var kærkominn endir á þessu víðtæka samstarfi. Þetta er líklega stærsta Íslandskynning í USA og nú var „Iceland Naturally" komið á fulla ferð.

LITIÐ TIL BAKA

1960 – 1970: Þetta var tímabil „sexa, monsa & hippa", en var um leið mikið uppgangstímabil *Loftleiða* og um leið íslenskra samgangna. (Davíð var að ögra Golíat með útsjónasemi og dugnaði.) Helstu viðburðir sem tengdust Íslandi og vöktu athygli í USA, voru Surtseyjargosið og ferð geimfaranna til Íslands (Öskju).

1970 – 1980: Tímabil sameiningar flugfélaganna og þotuvæðing, en á sama tíma miklir erfiðleikar í rekstri, einkum í byrjun (olíukreppa) og við lok tímabilsins (efnahagskreppa). Vandamál við að endurskipuleggja flugreksturinn undir nýju nafni. Helstu viðburðir sem vöktu athygli á Íslandi voru skákeinvígi Bobby Fischer og Boris Spassky, Vestmannaeyjagosið og fundur Nixons Bandaríkjaforseta og Pompidou forseta Frakklands í Reykjavík.

1980 – 1990: Ný flugstöð, nýjar vélar, styrking *Flugleiða*, almenn vakning í íslenskum ferðamálum, *Bláa Lónið* fer að vekja athygli ferðamanna. Helstu viðburðir sem vöktu athygli á Íslandi í USA voru kosning Vigdísar forseta, Björk Guðmundsdóttir og fundur Reagans og Gorbachev í *Höfða*.

1990 – 2000: Uppgangstími aftur, „Iceland Naturally" verður að veruleika og styrkir mjög markaðsmál ferðaþjónustunnar í USA. Helstu viðburðir sem vekja athygli á Íslandi eru gos í Vatnajökli og mikið jökulhlaup sem rýfur hringveginn. Aldamótin vekja einnig athygli á Íslandi, víkingaheimsóknin ekki síst.

2000 -2010: Nokkuð bakslag í ferðaþjónustu almennt, gengi íslensku krónunar var lengst af frekar hátt. Nú ellefti September skall á, en jákvæð og skynsamleg viðbrögð ferðaþjónustunnar og yfirvalda reyndust vel. Gjálífi og ríkidæmi Íslendinga vekur athygli. Aukin fagmennska í markaðssetningu ferðamála almennt. Hrunið vekur mikla athygli á Íslandi og gengismálin taka „u-beygju" (Iceland on sale!)