

Turismeredegørelse

Indhold:

Introduktion	1
Det grønlandske turismesystem	2
Lokalforankring af turismen	11
Lokalbefolkningen og turismen	16
Økonomisk effekt fra turismen	18
Afsluttende bemærkninger.....	20
Bilag 1 - turismefaglig teori og begrebsforklaring	21

Introduktion

Som et led i at sikre en fordelagtig erhvervsudvikling inden for turisme, vedtog Inatsisartut i 2022, et forslag om, at udarbejde en redegørelse som afdækker, hvordan lovgivning og offentlige strukturer kan designes og optimeres for at sikre hjemmehørende indflydelse i selskaber, der arbejder i Grønlands turisme.

Redegørelsen fokuserer på at kortlægge den nuværende turismebranche med fokus på den økonomiske påvirkning i samfundet, den lokale forankring af turismen, lokalbefolkningens holdning til og involvering i turisme og mulige indsatsområder for Naalakkersuisut.

Redegørelsen bygger primært på tilgængeligt materiale fra Grønlands Statistik, Visit Greenland, samt medieomtale. Derudover inddrager redegørelsen resultater en undersøgelse Visit Greenland har igangsat som led i en større kortlægning af krydstogtindustrien i Grønland. I undersøgelsen indgår bl.a. interview med 43 personer med tilknytning til krydstogtbranchen. Da størstedelen af de interviewede også har berøring med andre typer af turisme, afspejler undersøgelsen til en vis grad også generelle tendenser, udfordringer og udviklinger indenfor turismen. Visit Greenland har givet tilladelse til at deres rådata må bruges i denne redegørelse.

Det grønlandske turismesystem

Turisme kan med fordel ses som et system, der består af meget andet end blot de besøgende turister. Turismesystemet består af turisterne, destinationerne, infrastrukturen, oplevelsesmulighederne med videre (se bilag 1). Derfor kræver det en høj grad af samarbejde på tværs af myndigheder, regioner, operatører og underliggende erhverv at udvikle turismen.

Turisterne

Besøgstal fra både Grønlands Statistik¹ og Visit Greenland² viser en stigning i antallet af passagerer i 2022 efter nogle år hvor Coronapandemien har påvirket turismen negativt. I 2022 fløj 65.262 internationale passagerer (inkl. danske), ud af Grønlands internationale lufthavne.³ Af de passagerer er cirka 35,5 % bosatte i Danmark, svarende til 29.375 passagerer. Dermed er Danmark det største marked for turisme i Grønland. Til sammenligning er Tyskland det næststørste enkeltstående marked med 4092 passagerer eller cirka 6 % af de internationale passagerer i 2022. 16,9 % har undladt at oplyse nationalitet. Det er så stor en andel at det giver usikkerhed om den reelle markedsfordeling.

De internationale flypassagerer kategoriseres som **landbaseret turisme**. **Landbaseret turisme** er turisme hvor udgangspunktet for besøget er ophold og oplevelser på land. I 2021 foretog Visit Greenland og Greenland Travel en undersøgelse⁴ blandt potentielle og tidligere landbaserede turister i Grønland. 5767 deltog i undersøgelsen og af dem havde 2960 været i Grønland. Undersøgelsen viste, at naturen er det primære trækplaster og de mest populære produkter hos denne gruppe turister er sejlture, museumsbesøg, bygdebesøg og guidede ture til indlandsisen.

Udover den landbaserede turisme, har Grønland en signifikant **krydstogturisme**, som passagermæssigt i 2019 udgjorde 46.633 turister. Dermed udgør krydstogtpassagerer cirka 45 % af det samlede antal turister det år. Det er dog, på nuværende tidspunkt, uvist i hvor stor grad det økonomiske aftryk af krydstogtgæsterne bidrager til landet. I 2020 og 2021 var der ikke krydstogtskibe i Grønland på grund af Coronapandemien, men skibene returnerede i rekordantal i 2022. I 2022 gæstede 51 forskellige skibe Grønland og foretog 425 havneanløb. Skibene havde en passagerkapacitet der gik fra 120 passagerer (ekskl. besætning) til 3840 passagerer (ekskl. besætning). Der er ikke tilgængelig statistik der oplyser om krydstogtskibenes passagerkapacitet er fuldt udnyttet. Input fra Visit Greenlands Krydstogt Mapping 2022 indikerer at skibene ofte ikke er fuldt belagte under togter i Grønland. Tallene viser, at det især er de mindre skibe der har sejlet i landet i 2022.

Fordeling af skibene i forhold til kapacitet i 2022:

- Små skibe (0-500 passagerer): 29

¹ <https://stat.gl/dialog/main.asp?lang=da&version=202301&sc=TU&subthemecode=O1&colcode=O>

² <https://tourismstat.gl/analyses/>

³ https://bank.stat.gl/pxweb/da/Greenland/Greenland_TU_TU20/TUXFLY.px/table/tableViewLayout1/?rxid=TUXFLY02-03-2023%2014%3A05%3A37

⁴ <https://traveltrade.visitgreenland.com/da/seneste-nyt/gt-vg-surv-da/>

- Mellemstørrelse skibe (500-1200 passagerer): 12
- Store skibe (+1200 passagerer): 10

Teknisk set inkluderer krydstogtturisme også sejlbåde og private yachts. Desværre registreres disse ikke, og der eksisterer ikke et system der overvåger tilstedeværelse af denne type turisme i vores farvande.

Indenrigsturisme er interne rejser i landet foretaget af folk med bopæl i Grønland. Der findes ikke valide tal for indenrigsturismen da der ikke er etableret offentlige statistikker over fly- og skibspassager fra indenrigsrejsende. I 2022 var der 68.076 personer med bopæl i Grønland, der overnattede på hoteller, vandrehjem eller lignende i Grønland. Tallet må betragtes med en vis usikkerhed, da en del indenrigsturister må formodes at overnatte hos familie, venner eller i egen båd, hytte eller lignende. Denne talusikkerhed medfører, at der vil være indenrigsturister der køber sig til transport, oplevelser, souvenirs med videre, men ikke indgår i overnatningsstatistikker.

På trods af, at der ikke er valide data for indenrigsturismen, udgør lokale 49,5 % af det samlede antal gæster på overnatningssteder. Turismen er **sæsonbaseret** med en kort og intens højsæson i juni, juli, august og september. Dette gælder for alle kategorier af turister. På trods af, at branchen har haft stort fokus på at udvide turistsæsonen har tallene ikke ændret sig de sidste 5 år. Visit Greenlands strategi 2021 – 2024⁵ har 3 hovedinitiativer for at skabe mere turisme hele året – 1. Markedsføring af vintersæson og vinterprodukter 2. Sætte fokus på og målrette markedsføring til møder, konference og eventsegmentet (MICE-segment) 3. Formidle ny viden og innovative tiltag indenfor sæsonforlængelse til branchen. I Air Greenlands årsrapport 2022⁶ fremgår det, at selskabet tilbyder nye vinteroplevelser ved etablering af Igloo Lodge og nye nordlyshytter.

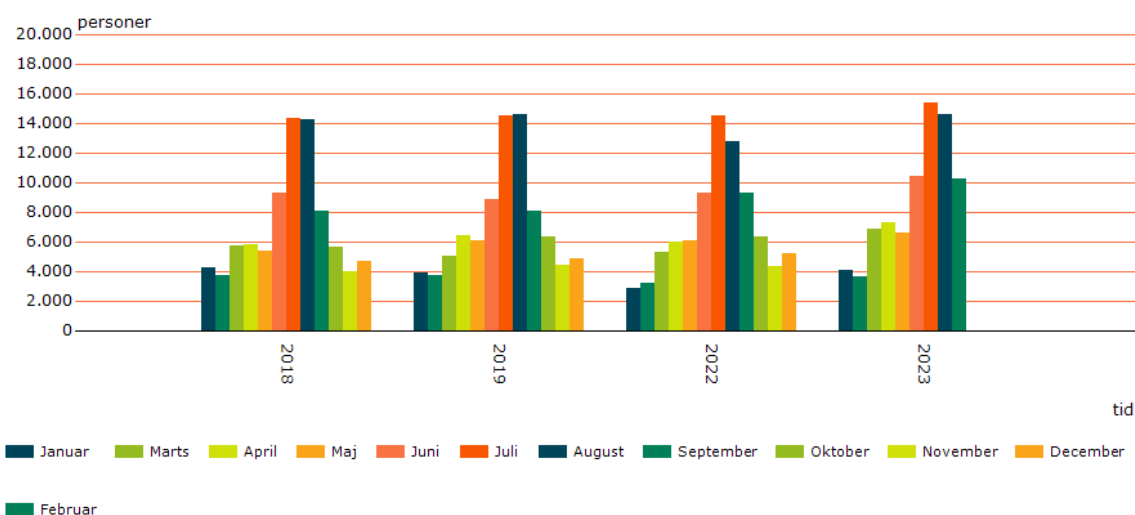
Grafen nedenfor viser fordelingen af alle flypassagerer ud af Grønland i 2018, 2019, 2022 og 2023 (til og med september). Årene 2020 og 2021 er ikke medtaget, da årene med Coronapandemi ikke er repræsentative for turismeudviklingen. Tallene er fra Grønlands Statistiks database⁷.

⁵ <https://traveltrade.visitgreenland.com/da/strategi/>

⁶ [a-rsrapport_dk_2022_web.pdf \(airgreenland.dk\)](https://www.airgreenland.dk/a-rsrapport-dk-2022-web.pdf)

⁷ https://bank.stat.gl/pxweb/da/Greenland/Greenland_TU_TU20/TUXFLY.px/?rxid=TUXFLY02-03-2023%2014%3A05%3A37

Antal udenrigspassagerer på rutefly efter måned og tid. I alt.

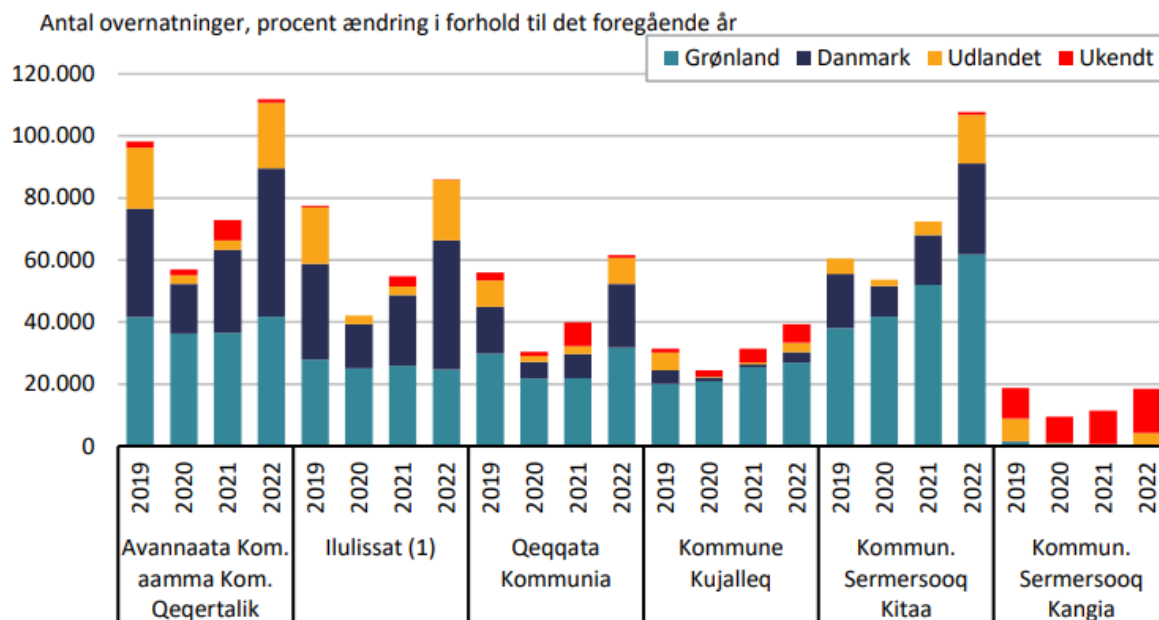


Som det ses, er turismen koncentreret på få måneder og der spores ikke en synlig udvikling i de øvrige måneder. Det må derfor konkluderes, at branchens forsøg på sæsonforlængelse endnu ikke har haft succes. Eftersom der er tale om relativt små tal kan enkelte events læses i statistikkerne. For eksempel vil en større konference i en given by blive afspejlet i tallene. Dette vil dog ikke være udtryk for en blivende tendens, jo mindre der er tale om en tilbagevendende begivenhed.

Et andet forhold der kan påvirke tallene, er grønlandske borgere, som er rejst ud af Grønland på ferie. Disse borgere vil blive registeret som indrejsende når de kommer tilbage til landet efter endt ferie. Derfor kan den reelle fordeling af internationale turister være anderledes end ovenstående diagram afspejler.

Det er også relevant at se på besøgstallet i de forskellige regioner for, at få et indblik i, hvordan turismen **er spredt** ud. Jo større spredning, jo flere virksomheder og regioner må formodes at have glæde af turismen og indtægter derfra. Samtidigt kan tallene for spredning indikere hvor etableret de regionale turismeudbud er. Modellen herunder fra Grønlands Statistik⁸ illustrerer fordelingen af hotelovernatninger opgjort med udgangspunkt i de 5 kommuner i 2022. Dog er Kommuneqarfik Sermersooq opdelt i hhv. Øst og vest og de to nordligste kommuner er slået sammen. Det drejer sig derfor om Avannaata Kommunian/Kommune Qeqertalik, Qeqqata Kommunian, Kommune Kujalleq, Kommuneqarfik Sermersooq Vest og Kommuneqarfik Sermersooq Øst.

⁸ [Hotalgæster og overnatninger i 2022 \(stat.gl\)](#)



Kilder: Grønlands Statistik – se tal i Statistikbanken i bank.stat.gl/TUDHOT

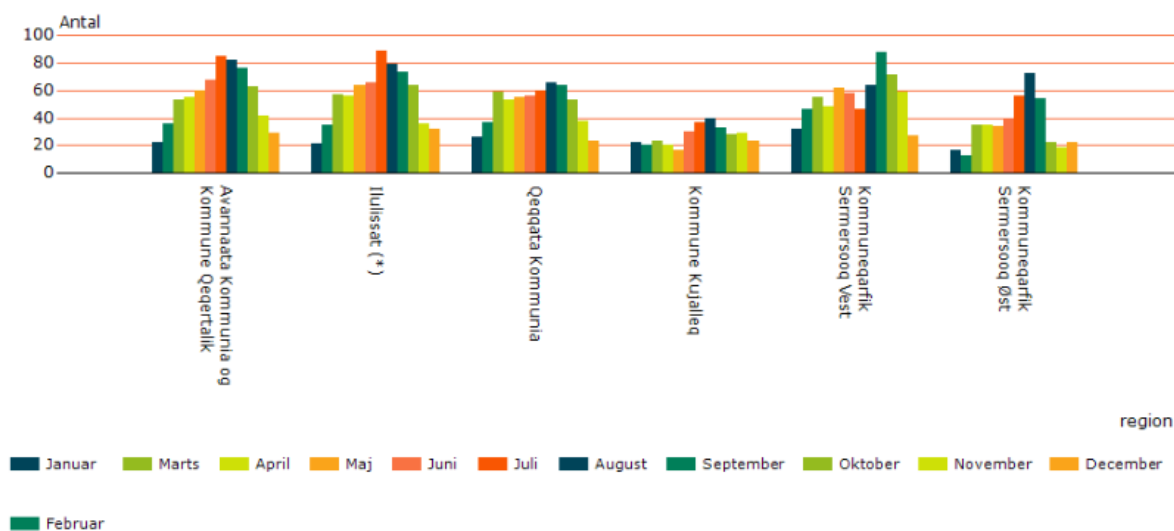
(1) Ilulissat indgår også i sum for Avannaata Kommunia og Kommune Qeqertalik område.

Det fremgår at Avannaata Kommunia og Kommune Qeqertalik tilsammen har den største mængde hotelovernatninger. Dette understøttes af udsagn fra Visit Greenlands undersøgelse om, at hotelkapaciteten i Ilulissat er fyldt i højsæsonen. Ilulissat fremstår ud fra tallene stadig som den primært efterspurgte regionale destination i Grønland, efterfulgt af Qeqqata Kommunia og Kommuneqarfik Sermersooq Vest. Det må forventes at Nuuk er primær destination i Kommuneqarfik Sermersooq Vest. Det formodes at tallene for Kommuneqarfik Sermersooq Vest er påvirket af mange erhvervsrejsende til Nuuk. Det fremgår også, at Kommuneqarfik Sermersooq Øst har det laveste antal hotelovernatninger. Dette formodes at hænge sammen med, at regionen har, begrænset tilgængelighed for både udenlandske og indenlandske rejsende. Tallene for Kommune Kujalleq afspejler et turismepolitisk dilemma, da regionen har et lavere antal overnatninger, men er den markant mest besøgte krydstogtdestination i Grønland.

Ser man på belægningsprocenten på overnatningsstederne fremgår det af nedenstående oversigt fra Grønlands Statistik⁹, kan kapaciteten i sommermånederne blive en begrænsende faktor for en vækst.

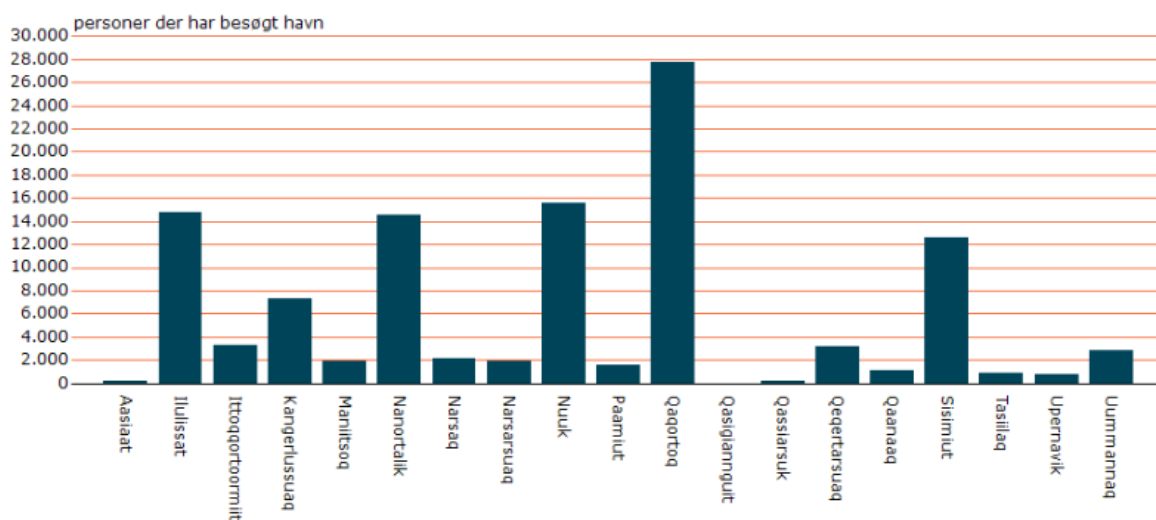
⁹ [Hoteludnyttelse efter måned og region. Belægningsprocent, 2022.. PxWeb \(stat.gl\)](#)

Hoteludnyttelse efter måned og region. Belægningsprocent, 2022.



Herunder ses en oversigt fra Grønlands Statistik¹⁰ **fordelingen af krydstogtgæster** i 2022. Det ses her tydeligt, at Sydgrønland næsten har dobbelt så mange krydstogtgæster, som andre regioner.

Antal krydstogtpassagerer fordelt på havn efter havn. Total, 2022.



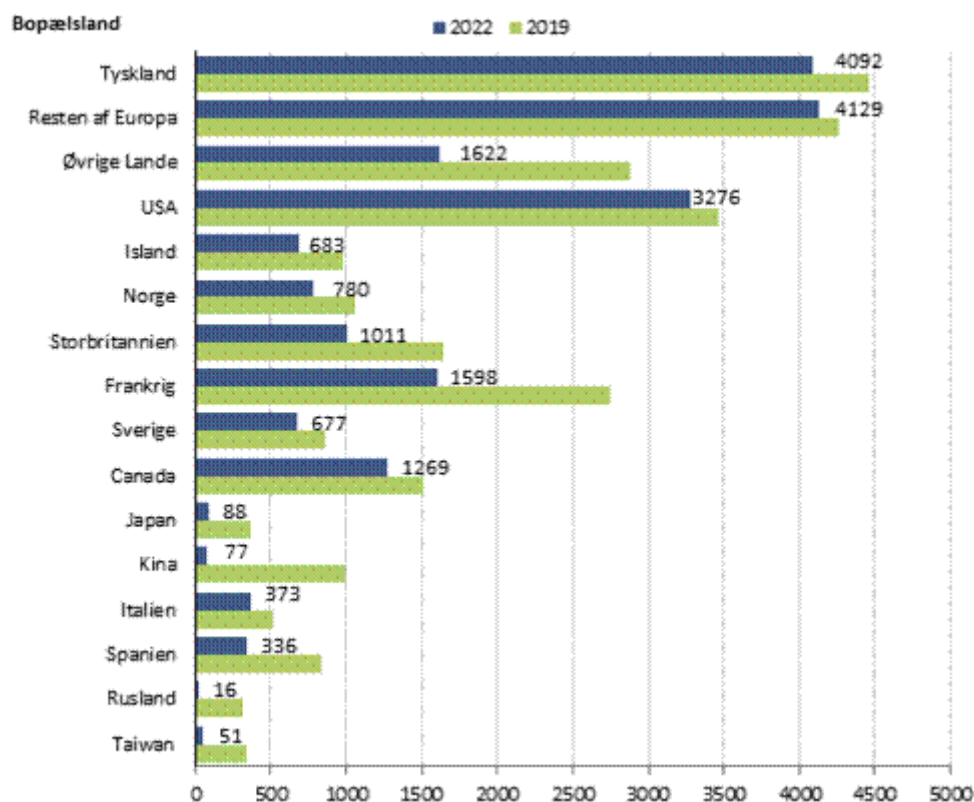
Tallene viser, at Sydgrønland succesfuldt tiltrækker og servicerer krydstogsturismen.

Sydgrønlands geografiske placering kan betyde, at de er en lettere tilgængelig krydstogtdestination end resten af landet, hvilket kan bidrage til deres succes som destinationsvalg. Derudover spiller landets infrastruktur og forbundethed en rolle i spredningen af turister. Ønskes der større spredning kan dette opnås ved at vurdere sammenhængen i de tilgængelige transitforbindelser.

¹⁰ [Antal krydstogtpassagerer fordelt på havn efter måned, havn og tid. PxWeb \(stat.gl\)](https://statistik.gl/PxWeb)

Afgangs- og transitdestination

Turistens afgangdestination er afgørende for deres rejsemuligheder og dermed for deres mulighed for at besøge Grønland. Er afgangdestinationen eksempelvis Australien er det markant dyrere og mere omstændeligt at besøge Grønland, end hvis rejsen starter i et europæisk land. Dette åbenlyse forhold t ses også på fordelingen af turister fra forskellige nationaliteter i den internationale flystatistik¹¹ fra Grønlands Statistik.



Af flystatistikken fremgår det, at der er **flest besøgende fra lande og markeder**, som har en relativ tæt placering på Grønland. For eksempel er det største marked Danmark efterfulgt af Tyskland, som anvender Danmark som transitland. Tallene fra USA er også steget i takt med øgede flyvninger til Grønland fra Island, som i den forbindelse fungerer som transitland.

De nye lufthavne ændrer infrastrukturen og skaber mulighed for nye flyruter og tilstedeværelse af flere flyselskaber. Dermed vil Grønlands tilgængelighed ændre sig. Etableres der eksempelvis en direkte rute til USA formodes det, at antallet af amerikanske turister vil stige, specielt hvis der laves en koordineret markedsføringsindsats. Der er endnu ikke offentliggjort viden om nye flyruter eller etableringen af flere selskaber i landet. Et perspektiv, som er værd at nævne i denne sammenhæng, er de nye lufthavnes indflydelse på fordelingen af turister. Med etablering af nye lufthavne vil der opstå ændringer i rejsemønstret for turister mens de er i landet. Dette fordi de nye lufthavne vil medføre nye

¹¹ <https://stat.gl/dialog/main.asp?lang=da&version=202301&sc=TU&subthemecode=O1&colcode=O>

transitdestinationer internt i Grønland hvormed den interne beflyvning som vi kender den i dag vil ændre sig. Når Kangerlussuaq mister sin rolle som primær atlantlufthavn, vil det påvirke fordelingen af turister. Eksempelvis benytter krydstogtindustrien på nuværende tidspunkt Kangerlussuaq som turn-around, hvilket betyder at de anvender lufthavnen til udskiftning af skibenes gæster og besætning. Hvis de internationale flyvninger flyttes, vil turn-around-destinationen flytte med, og det kan betyde, at krydstogtskibenes sejlprogram ændre sig markant.

Dog viser Visit Greenlands undersøgelse 'En kortlægning af den grønlandske krydstogtsindustri' hvor 43 respondenter deltog, og repræsenterede følgende kategorier:

- Turoperatører, cruisehandlers og hoteller
- Havneagenter
- Forsyning
- Destination Management Organisationer
- Kulturarvsorganisationer og museer
- Infrastruktur, transport og havne
- Interesseorganisationer
- Sikkerhed, SAR, sundhed og lods
- Uddannelsesinstitutioner

Respondenterne udtrykte en generel bekymring for, at der vil blive over-turisme i lufthavnsbyerne og under-turisme i andre destinationer, nogle fordi de har oplevet det, og andre fordi de frygter at opleve det. Der er kort sagt bekymring for at turisterne ikke bevæger sig videre end deres ankomstdestination og at lufthavnsbyerne dermed bliver slutdestination for turisterne. Dette scenarie vil ikke være bæredygtigt og vil begrænse den økonomiske gevinst ved turismen i de enkelte regioner.

Som nævnt i afsnittet *Turisterne* er der på nuværende tidspunkt en spredning af turismen, hvor alle undtaget Sermersooq Øst får en andel af turismen. Hvis den spredning skal bibeholdes, skal lufthavnsbyerne designes som transitdestinationer, som understøtter ruteplanlægning, produktudvikling og pakkerejser, som giver turisterne let adgang til at kombinere flere regionale destinationer.

Destination Grønland og dens industri

Tilgængelighed spiller en central rolle for turismens videre udvikling, men det gør sammensætningen af den lokale turismeindustri bestemt også. Det er i sidste ende virksomhedernes strategi, tilbud og produkter, som gør at gæsterne kan opleve Grønland og forbruge penge lokalt.

En turismeindustri består af en lang række aktører, der hver især bidrager til at servicere gæster. Denne værdikæde af virksomheder, har både direkte og indirekte berøring med turisterne. Værdikæden kan inddeles i kategorierne *booking og markedsføring, transport, overnatning og forplejning, oplevelser og underleverandører*. *Booking og markedsføring* er

en fællesbetegnelse for de virksomheder, som gør det muligt for turister at købe en rejse til Grønland, mens *transport* dækker over den internationale og regionale fysiske flytning af personer. *Overnatning og forplejning* indebærer alle typer af overnatning både hos virksomheder, private og ved brug af allemandsretten i naturen, samt alle former for mad og drikke. *Oplevelser* er selvsagt forskellige oplevelsestilbud til gæster, og kategorien *underleverandører* dækker over virksomheder, som sælger services, produkter og ydelser til turismeindustrien.

I tabellen herunder ses eksempler på virksomhedstyper og produkter, som findes under værdikædens kategorier sat ind i grønlandsk kontekst. Listen er ikke en fuldstændt eller komplet oversigt over Grønlands turismeindustri, men en visualisering af, hvor forskelligartet en gruppe af virksomheder, som faktisk kan servicere og tjene penge direkte eller indirekte på turister.

Booking & markedsføring	Transport	Overnatning & forplejning	Oplevelser	Underleverandører
Rejsebureauer	Flyselskab	Hoteller	Kultur & historie	Rengøring
Online bookingportaler	Krydstogtskib	Vandrehjem	Outdoor- og adventure	Forsyning
Destination Management Company	Privat båd/sejlskib	AirBnB	Sightseeing	Forplejning
Krydstogt-rederier	Offentlig bådsejlskab	Hytter/camps	Nicher	Service af materiel
Destination Marketing Organisation	Skib/Færge	Teltpladser	Ekspedition	Lovpligtige services som forsikring, bogholderi, regnskab, etc.
	Hundeslæde	Couchsurfing	Gastronomi	Havneservices
	Snescooter	Restauranter & Cafeer	Events	Indkøb
	ATV/UTV	Dagligvarer	Souvenirs, design og shopping	Affaldshåndtering

Turistindustrien kan være svær at definere og afgrænse, da flere virksomheder ofte har produkter, som kan inddeles under forskellige kategorier. Et eksempel kan være en charterbådsvirksomhed – der fysisk flytter turister flyttes fra A til B. Dette produkt hører i princippet under kategorien *transport*, men den er samtidig en oplevelse for turisten. Derudover har flere virksomheder i Grønland en bred palet af produkter til turister inden for forskellige kategorier. Et hotel for eksempel kan både tilbyde overnatning, bospisning, en

souvenirbutik og måske lufthavnstransfer, hvorved virksomheden hører under flere kategorier.

Der eksisterer ikke offentlige tal på, hvor mange virksomheder i landet, der arbejder direkte med turisme eller er underleverandører. Der findes heller ikke tal for, hvor mange virksomheder, der sælger ture til Grønland eller tilbyder produkter og services til turister. Det tætteste på en virksomhedsstatistik er Visit Greenlands udbyder-side¹², hvor brugeren kan søge på virksomheder, der udbyder turismeprodukter. På dette site er listen på 181 resultater. Det skal dog pointeres, at det ikke er en database med rod i CVR-registret eller andre offentlige registreringer af virksomheder, og ved en kort gennemgang ses det, at nogle af listens resultater er forældede oplysninger, produktintroduktioner og nyheder. Derudover skelnes der ikke mellem fuldtids- og fritidsvirksomheder, hvorfor sitet ikke giver ikke et udtømmende billede af industrien.

Ligesom der ikke er data og udtømmende statistikker på antallet af turismevirksomheder i Grønland, er der heller ikke tal på, hvor mange udenlandske virksomheder, der i en eller anden grad opererer i Grønland. Det er heller ikke muligt at opgøre hvor stor andelen af udenlandske personer, som sidder i ejerkredsen i virksomheder registreret i Grønland. Endvidere er der ikke data på, hvor stor en del af virksomhedernes overskud, som bliver investeret tilbage i den grønlandske turismeindustri eller i det grønlandske samfund. Slutteligt er der ikke data på, hvor mange personer som er fuldtids-, deltids-, eller sæsonansat i turismeindustrien.

Manglen på udtømmende og valide data gør det utroligt vanskeligt at konkludere, hvordan turismeindustriens størrelse, ejerskab og investeringer ser ud. Der er derfor et åbenbart behov for at skabe grundlæggende viden om turismeindustriens forankring i det grønlandske samfund.

Indsatsområder

- Øge data- og informationsindsamlingen om turismeindustrien, turisterne og disses påvirkning af Grønlands samfund, kultur og natur med det formål at kunne udarbejde strategi og indsatser på et mere faktabaseret grundlag.
- Øge samarbejde med relevante partnere i forhold til udbygning, vedligehold af og forebyggelse af slid på fysiske faciliteter og natur. Det danske Erhvervsministerium har bevilget en pulje på i alt 9,5 mio kr over 2023-2026, der kan anvendes til disse formål.
- I 2023 udarbejde en kapacitetsundersøgelse i samarbejde med kommunerne, regionale destinationsorganisationer og Grønlands Statistik for at fastslå, hvor mange turister den enkelte region kan og vil modtage.

¹² <https://traveltrade.visitgreenland.com/>

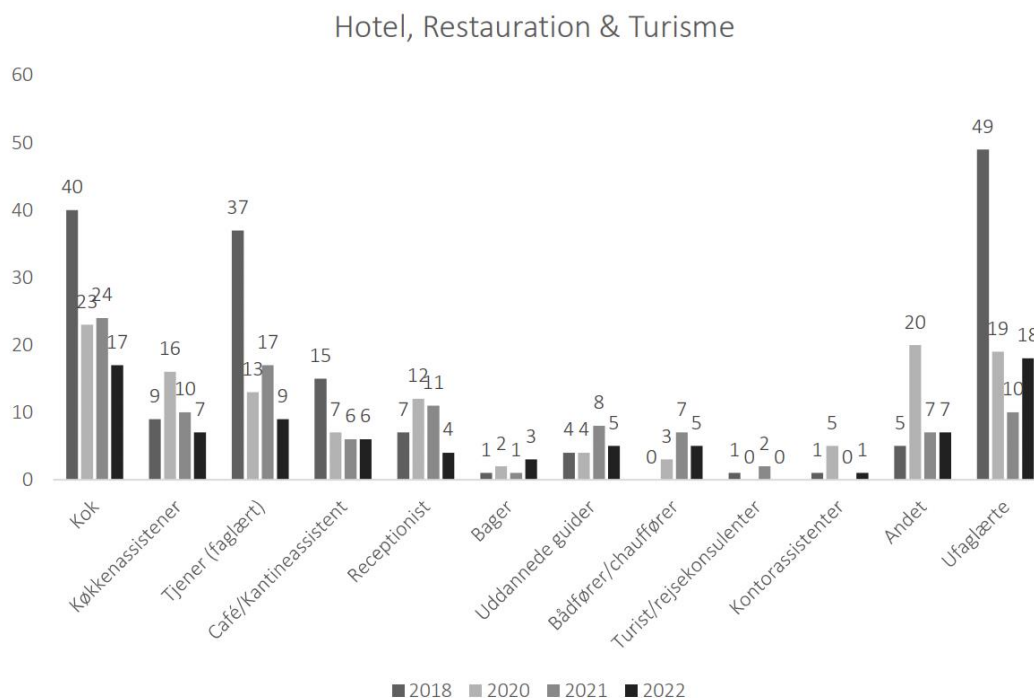
- Resultaterne af kapacitetsundersøgelsen skal bidrage til prioriteringen af puljemidler, der er bevilget via Den Nordatlantiske Pulje (en pulje som den danske stat årligt allokere midler til), der kan forbedre den lokale infrastruktur.

Lokalforankring af turismen

På grund af de manglende data og statistikker om den nuværende status på Grønlands turismeindustri er det svært at sige med sikkerhed, i hvor høj grad og hvordan turismeindustrien er forankret lokalt. Noget der til gengæld findes undersøgelser og analyser på, er arbejdskraft og kompetencebehov i virksomhederne.

Arbejdskraft

Ifølge tal fra Grønlands Erhvervs *Arbejdsmarkedsanalyse 2022*¹³ mangler der mangler cirka 1100 **arbejdsdygtige personer** i erhvervslivet, og behovet for faglært arbejdskraft stiger fortsat i 2023. Undersøgelsen er baseret på svar fra 121 respondenter, hvoraf 16 % repræsenterer turismebranchen, svarende til cirka 13 virksomheder. Specifikt for branchen *Hotel, Restauration & Turisme* - mangler der 82 medarbejdere i branchen. Desuden fortæller en overvægt af respondenterne, at de primært mangler arbejdskraft i perioden april-september, som er højsæson i turismen. Grafen herunder beskriver, hvilke fagligheder, som efterspørges.



¹³ <https://sulisitsisut.gl/nyheder/arbejdsmarkedsanalyse-2022/>

Ser man på de efterspurgte kompetencer falder 6-7 af de 12 efterspurgte kvalifikationer inden for kategorien *overnatning og forplejning*, mens resten fordeler sig på *oplevelser og transport*. Det er ikke specificeret, hvilken gruppering *andet* og *ufaglærte* hører under.

Cirka 21 % af de adspurgte indikerer, at **manglen på uddannet arbejdskraft inden for turisme** er en af de udfordringer der skal løses først. Der efterspørges guider, med niche-certificeringer, indenfor eksempelvis iskltring og heliski. Der efterspørges også personale som kan varetage managementopgaver i virksomheder og i offentlige instanser. For eksempel fremhæver nogle, at der mangler en akademisk turismeuddannelse med base i Grønland, som kan uddanne embedsfolk, forskere og ledere af turismevirksomheder. Andre efterspørger hospitalityuddannelser, så lokale arbejdstagere, kan opnå viden om at drive et hotel.

Derudover uddyber flere respondenter, at der simpelthen ikke er mennesker nok til at møde behovet for arbejdskraft i turismen - og derfor bliver virksomhederne nødt til at ansætte **udenlandske medarbejdere**. Det pointeres fra flere respondenter, at dette er af nød, da grønlandske arbejdstagere klart foretrækkes. Dette fordi de blandt andet inden for guidning har en højere kvalitet grundet deres lokalkendskab. Derudover er det dyrt at rekruttere personer til Grønland og bistå med bolig mv., dette fordyrer den udenlandske arbejdskraft i forhold til den lokale. En væsentlig udfordring i forhold til dette skyldes sandsynligvis turismens sæsonbetonede karakter.

Visit Greenlands undersøgelse om krydstogtturisme viser blandt andet, at det er en udfordring at ansætte nok lodser i takt med stigningen af antal besøgende skibe. Grønlandsklovgivning pålægger krydstogtskibe at have en lods ombord med dokumenteret sejlads erfaring fra Grønland. Hvis ikke skibet kan ansætte en lods til sit togt, må skibet ikke sejle. Det anses i branchen, som et stort problem, at Grønland har en lov om lodspligt, eftersom der ikke er nok kvalificerede lodser til skibene.

Kort sagt er der altså kapacitetsudfordringer i forhold til arbejdskraft i turismen, hvorfor der er behov for understøttende indsatser.

Lokale virksomheder og lovgivning

Som nævnt tidligere findes der for lidt relevant data om turismevirksomheder i Grønland - både i forhold til ejerskab, overskud, skattebetaling, mv. I Visit Greenlands krydstogtundersøgelse udtrykker respondenterne et behov for en dialog eller debat om, hvordan udenlandske virksomheder opererer i Grønland, hvilke lovmæssige krav der bør stilles til en turismevirksomhed i Grønland, hvordan lokale virksomheder sikres, og hvornår en virksomhed er grønlandsk. Der tages forbehold for, at disse udsagn ikke bakkes op af kvantitativ statistik og dermed er et kvalitativt udtryk for respondenternes egne oplevelser og opfattelser. Det betyder, at holdningerne er polariseret og i nogle tilfælde modsatte.

38 ud af 43 respondenter svarer ja til, at **debatten om udenlandske virksomheders tilstedeværelse og berettigelse i grønlandsk turisme er vigtig**. Da de bedes uddybe, hvorfor det er vigtigt, fremsættes flere perspektiver:

- Der er en eksplosiv udvikling i efterspørgslen på Grønland som turistdestination, og det skal sikres, at en vækst kommer lokalsamfundet til gode. Det vil sige, at udenlandske virksomheder ikke må kunne slå sig op i Grønland og trække hele overskuddet ud af landet.
- Udenlandske virksomheder kan bidrage med en stor positiv indflydelse, hvis de investerer i turismen og lokalsamfundet. Der er en konsensus om, at kapaciteten og mængden af menneskelige ressourcer i Grønland er for lille, og derfor kan udenlandske virksomheder bidrage med investeringer, viden og mandskab til at udvikle og vækste turismen på en bæredygtig måde.
- Udenlandske virksomheder er velkomne, hvis de bidrager, betaler skat og har en positiv og respektabel adfærd. De har desuden ofte en stor viden, som de lokale virksomheder kan udnytte.
- Der ønskes en vækst, som Grønland kan leve af og med. Det betyder også, at det bør sikres, at virksomheders overskud i en vis grad går tilbage til det grønlandske samfund - for eksempel i form af investeringer, uddannelse af lokale, flere arbejdspladser, etc.
- Grønland skal passe på at lukke sig om sig selv - forstået på den måde, at destinationen indgår i et globalt turismesystem, hvor internationale partnerskaber, viden og forretningssamarbejder er nødvendige. Grønland skal derfor samarbejde på internationalt plan for at holde sig relevant og konkurrencedygtig.
- Det er vigtigt at holde markedet frit og uden stram lovgivning, men samtidig må Grønland ikke lade sig udnytte af udenlandske virksomheder.
- Udenlandske virksomheder har meget kapital, viden og arbejdskraft, og derfor kan de være svære at konkurrere med for små lokale.
- Lokale virksomheder har en stor konkurrencefordel i at være dokumenteret lokale og have lokal-viden - blandt andet ved lokale mere om at opholde sig sikkert i Grønlands natur og kan tilbyde autentisk viden og oplevelser, som der er høj efterspørgsel på.

Endvidere svarer cirka 50 % af respondenterne, at der **bør laves lovtiltag** som sikrer lokalforankring af turismevirksomheder i Grønland, mens cirka 50 % **ikke mener, der bør laves lovtiltag**. Den halvdel, som **bakker om op** lovtiltag, begrundet det med, at der skal være ordentlige rammebetingelser og konkurrencevilkår for lokale turismevirksomheder. De foreslår blandt andet:

- En procentdel af medarbejderne skal være grønlandske arbejdstagere.
- Har virksomheden ikke adresse i Grønland, skal den ikke have lov til at udføre turisme her.
- Der kan stilles krav til, at en procentdel af overskuddet, som udenlandske virksomheder har optjent i Grønland, skal geninvesteres i Grønland.

- Sikre at huse og andre beboelsejendomme er tilgængelige for lokale, så prisen ikke skrues unødvendigt op på grund af udenlandske virksomheder, som køber huse til turismeformål.
- Der kan stilles bæredygtighedskrav til virksomhederne for eksempel inden for miljøbelastning, CSR, osv. Dette kan overvejes at blive spredt ud til alle turismevirksomheder.
- Det kan overvejes at sætte krav for, hvor længe en virksomhed skal være aktiv i løbet af et år for at måtte udbyde turismeprodukter. Det vil modvirke, at udenlandske virksomheder kun er aktive i Grønland i 2-3 måneder af højsæsonen, og dermed ikke bidrager til at sikre årlig økonomi, jobs og uddannelse.
- Udenlandske guider betales ofte en lav løn, da oplevelsen i Grønland anses som en del af betalingen. Det bidrager til at presse den generelle løn ned, og derfor kan det overvejes, at lave krav om mindsteløn eller overenskomster for ansatte i turismeindustrien, så det undgås at lønnen dumpes for den grønlandske arbejdstager.

De som taler **imod** lovgivning på området, argumenterer imod:

- Problemets omfang er ikke kendt, og der mangler data til at kunne lave en konstruktiv og praktisk fungerende lovgivning på andet end mavefornemmelse og personlige historier.
- De er bange for at udelukke virksomheder udefra, fordi der ikke er nok kapacitet internt i Grønland til at matche den udvikling turismen står overfor. Der er altså behov for international kapital, viden og mandskab, og derfor bør udenlandske virksomheder ikke udelukkes.
- Man bør være påpasselig med at lovgive om, hvem der må drive virksomhed - og i højere grad sætte fokus på at sikre skatteindtægter og afgiftsmodeller og at udnytte den indkomst optimalt.
- Der bør være fri konkurrence, fordi det er med til at højne kvaliteten af de lokale virksomheder og turismeprodukter. De skal være gode og kvalificerede nok til, at udenlandske virksomheder ikke kan konkurrere med dem.
- I stedet for at udelukke udenlandske virksomheder, kan der stilles krav til at de laver partnerskaber med lokale virksomheder, så investeringer og viden bydes velkommen samtidig med, at der er en lokal forankring og udvikling til gavn for Grønland.
- Der bør ikke stilles krav til antallet af grønlandske arbejdstagere i virksomheder, da de som udgangspunkt bør være af så høj kvalitet, at de vælges først. Sker det ikke, bør vi som land, industri og uddannelsesinstitutioner højne niveauet.
- Der bør i stedet for lovgivning være fokus på at udvikle og opkvalificere den lokale industri og motivere flere lokale til at lave professionelle turismevirksomheder.

- Industrien er selvregulerende, fordi efterspørgslen på lokal arbejdskraft er meget høj, så lokale virksomheder, har en stor konkurrencefordel i netop at være lokal.
- I stedet for at lovgive, bør industrien blive bedre til at tjene penge på turismen.

Til spørgsmålet om, **hvordan en lov bør definere en grønlandsk virksomhed**, svarer hovedparten, at de ikke kan eller vil definere, hvornår en virksomhed er grønlandsk. Dog uddybes det, at det er vigtigt, at virksomheder, som laver turismeprodukter, -services og -ydelser i Grønland:

- Har faktisk adresse i Grønland.
- Har medarbejderstab på den grønlandske adresse.
- Er skattepligtig i Grønland.
- Opererer aktivt i Grønland hele året, og ikke kun i højsæsonen.
- Har en del af ejerkredsen og ledelsen bosiddende i Grønland.

Opsummerende kan det siges, at branchen - i hvert fald i Visit Greenlands krydstogtundersøgelse - er splittet i forhold til, hvordan en turismelov bør udformes, ligesom de giver udtryk for at forholdet mellem lokale virksomheder og udenlandske virksomheder er meget nuanceret. Der er altså ikke en klar konklusion på ovenstående udtalelser udover, at diskussionen er vigtig, og at det er vigtigt at sikre, at turismen kommer det grønlandske samfund til gavn.

Indsatsområder i turismepolitikken

- Inden udgangen af andet kvartal 2024 udarbejdes et udspil der fastsætter krav om kompetencer og vilkår ved ansættelse af udenlandsk arbejdskraft i turismesektoren. arbejdskraft.
- Inden udgangen af andet kvartal 2024 udarbejder forslag om en mærkningsordning der signalerer at en given virksomhed benytter lokal arbejdskraft
- I den kommende uddannelsesstrategi og opfølgningen herpå skal behovet for uddannelser indenfor turismesektoren gennemgås med henblik på eventuelle ændringer og kommende prioriteringer.
- Undersøge muligheden for en kvalitets- og sikkerhedssikring af turismevirksomhed i Grønland, så der etableres en ramme for vurdering af virksomhedernes kvalitet og sikkerhed i forhold til at tilbyde potentielt farlige turismeprodukter. Undersøgelsen skal være tilendebragt i 2024.

Lokalbefolkningen og turismen

Turismeindustrien kan **påvirke et lokalsamfund** i meget høj grad, fordi der sker en forøgelse af mængden af mennesker på et fysisk sted i en kortere eller længere periode. Dette kan have både positiv og negativ effekt på et lokalsamfund, da turisterne på den ene side kan bidrage direkte med økonomi, investeringer og øget velstand i lokalsamfundet. På den anden side, kan turisterne lægge pres på den lokale infrastruktur og kapacitet, ligesom de har behov for flere forskellige faciliteter og slider på disse - eksempelvis offentlige toiletter, havneplads, veje, etc. På mindre bosteder kan alene antallet af besøgende virke voldsomt og invaderende.

Visit Greenland har løbende lavet undersøgelser om befolknings holdninger og forhold til turister¹⁴ - et emne som også undersøges i organisationens krydstogtundersøgelse. I undersøgelsen fra februar 2021 blev 700 borgere fra 7 bosteder fordelt i hele Grønland spurgt, om deres holdning til turisme generelt. Her viste det sig, at cirka 93 % af de adspurgte er positive eller overvejende positive over for turister, mens 74 % er enige i, at turister passer godt på Grønlands natur. Derudover havde 80 % ikke nogen indvendinger i forhold til antallet af turister i deres bosted. Specifikt for den landbaserede turisme viste undersøgelsen, at 75 % er enige eller delvist enige i, at landbaserede turister bidrager til lokalsamfundet. I forhold til krydstogt mente 71 %, at de bidrager positivt til lokalsamfundet.

Så overordnet set viser undersøgelsen, at borgerne i meget høj grad er glade for turismen og mener, at den bidrager positivt til Grønland og gør lille skade på naturen. Undersøgelsen er udført før højsæsonen 2021 og før markant vækst på krydstogtsaktiviteterne, hvorfor der kan være sket en ændring i holdningerne enkelte steder.

I Visit Greenlands krydstogtundersøgelse fra 2023 bliver resultatet fra undersøgelsen i 2021 uddybet gennem spørgsmålet: **hvad er din opfattelse af befolkningens holdning til krydstogt?** Det skal pointeres, at svarene kun er relateret til krydstogt, og derfor ikke nødvendigvis repræsentative for hele turismeindustrien. Kort sagt viser svarene, at der overordnet er en opfattelse af, at befolkningen godt kan lide turister. Den del af befolkningen som tjener penge på turismen, opfattes som særligt positiv, mens der også er en erkendelse af, at de som står uden for turismen, kan føles sig irriteret og generet af turister. Specielt ved krydstogt, hvor der i en kort periode kan være mange ekstra mennesker på lidt fysisk plads. Konkrete anbefalinger er:

- Der er generelt behov for øget oplysning til befolkningen om, hvad turisme bidrager til lokalt, men også hvordan personer selv kan blive engageret i turisme og tjene penge på den.
- Gæsternes adfærd kan genere, hvis de for eksempel går midt på vejen, tager billeder af folk uden at spørge om lov, tisser i nærheden af beboelser, osv. Derfor bør der sikres, at der er faciliteter til, at turister kan færdes i bosteder uden at genere - altså investeringer i fysiske faciliteter og byrum, som bidrager til at undgå konflikter mellem lokale og turister. Behovene skal identificeres og finansiering til faciliteter og byrum kan udføres sammen med kommuner og eventuelt private aktører.

¹⁴ https://docs.google.com/document/d/1QbjxoL0Yjze_tt7ulevURkuJBYd9YfuQ9OWDHF0URI8/edit

- Der efterspørges videre arbejde med [AECO's community guidelines](#), som opdrager turister til at opføre sig i tråd med den lokale kultur. Disse er udrullet i krydstogtbranchen i visse regioner, men der kan arbejdes mere generelt med dem i inden for turisme og på nationalt niveau.
- Der kan opstå konflikter mellem turister, turistoperatører og andre erhverv/personer, hvis disse deler faciliteter. Det kan for eksempel være havnen i Ilulissat, hvor krydstogtskibe og fiskere benytter samme havneområde, hvorved der kan blive kamp om pladsen.
- Der kan opstå konflikter, når turistflowet ikke styres - for eksempel ved UNESCO-området i Kommune Kujalleq, hvor turisterne går fra UNESCO-området og videre ind på dyrkede marker, fordi der mangler skiltning og styring på turisternes ruter.
- Den negative stemning i medierne imod turisme er ikke nødvendigvis repræsentativ for befolkningens faktiske holdning – men måske i højere grad et udtryk for nogle få høje røster.

Indsatsområder

Ud fra ovenstående kan det konkluderes, at der overvejende er et positivt syn på turismen blandt befolkningen, men at der sker konflikter og negative oplevelser. Der er dog også mange gode forslag til, hvordan disse kan mindskes.

- Øge "opdragelsen" af turister via nationale community guidelines i samarbejde med Visit Greenland, kommunerne og med input fra turismeindustrien. Disse udarbejdes inden sommeren 2024.
- Øge investeringerne i faciliteter til turister i samarbejde med kommunerne, så turisterne bliver bedre adskilt fra lokale og slider mindre på andre erhvervs faciliteter.
- Øge investering i styring af turisternes færden ved etablering af stier, gangbroer, trapper, platforme, skiltning, afskærmning, mm. i samarbejde med kommunerne og UNESCO-organisationerne.
- Øge indsatsen for at informere lokalbefolkningen om turisternes bidrag til samfundet, og motivere til at flere engagerer sig i turismen via bi- eller hovederhverv. Der udarbejdes en kampagne inden sommeren 2024.

Økonomisk effekt fra turismen

Det helt store og tilbagevendende spørgsmål, når der tales om turisme i Grønland er: hvad er den økonomiske effekt? Udfordringen med at svare på spørgsmålet ligger i, at der på nuværende tidspunkt ikke findes tal og statistikker om økonomi, indtægter, jobs, aktive virksomheder og lignende. Det mest præcise tal vi har om indtægter fra turismen er, at der ifølge finanslovsregnskabet blev indbetalt cirka 7,5 mio. i havneafgifter fra krydstogtskibe i 2022.

Der er i løbet af de sidste 10-15 år blevet udarbejdet få rapporter og beregninger på, hvad **en turist er værd for Grønland**. Transportkommissionen skrev i 2011 at en turists værdi for samfundet udgør 1.700 kr. En anden kilde er Rambølls samfundsøkonomiske analyse fra 2015 i forbindelse med udvikling af lufthavnsprojekterne, som i høj grad også fokuserer på fremskrivninger af den potentielle mængde af turister, var en turist værdisat til 1.174 kr. Med tanke på den store stigning og udvikling af turismeindustrien, samt påvirkning af COVID-19 kan værdisættelsen af en turist i disse rapporter anses som forældede.

Der mangler i høj grad præcise og retvisende tal for økonomien i turisme. Derfor har Visit Greenland igangsat processen med at udvikle en **Tourism Satellite Account** også kaldet en TSA. En TSA er et økonomisk- og samfundsmæssigt måleværktøj for turismen, som er udviklet af United Nations World Tourism Organization¹⁵. En TSA søger - i det omfang det er muligt - at afdække turismens direkte effekt på samfund og samfundsøkonomi i en destination. Visit Greenland forventer, at denne analyse, der bliver udarbejdet med bidrag fra relevante aktører, herunder Grønlands Statistik, bliver færdig til offentliggørelse i 2024.

Det må igen konstateres, at der eksisterer en **informationsmangel**, der forhindrer en grundigere forståelse for turismens status og vilkår. Denne informationsmangel vanskeliggør også det videre arbejde med udvikling af lovgivningsmæssige rammebetingelser og offentlige strategier. Yderligere mangler der information om investeringskraften og investeringsbehovet i sektoren. Det fremgår af Visit Greenlands krydstogtundersøgelse og forskellige udlægninger i medierne, at der mangler penge lokalt til investeringer, men omfanget kendes reelt ikke. For eksempel pointerer Grønlands Erhverv i deres udgivelse *Aurora 2023*, at investeringer er sket i nogen grad i Nuuk og Ilulissat – der huser de kommende internationale lufthavne.¹⁶ Men ønskes en spredning af turismen, skal investeringer også falde uden for disse steder - ellers risikeres der overturisme i Nuuk og Ilulissat, og underturisme udenfor disse steder. Det er her en udfordring, at investeringer udenfor lufthavnsbyerne på papiret udgør en dårligere businesscase end investeringer i lufthavnsbyerne. Men investeringer udenfor lufthavnsbyerne er nødvendige for at sikre spredning af turismen. Og spredning af turismen er afgørende for to forhold: spredning af indtjening til flere steder i landet og en bedre turistoplevelse. Derfor er det vigtigt at sikre at turismeindustrien til stadighed har gode vilkår for at tilgå og låne sig til kapital - også udenfor lufthavnsbyerne. For skal en turist lokkes til en mere afsidesliggende destination, skal der være produkter, overnatning og andre faciliteter, som de kan benytte sig af.

¹⁵ https://www.oecd.org/cfe/tourism/TSA_EN.pdf

¹⁶ <https://sulisitsisut.gl/nyheder/aurora-2023/>

Det er derfor nødvendigt at analysere eksisterende **lånemuligheder og støtteordninger** og behovet for eventuelle justeringer heri eller andre investeringsfremmende tiltag, særligt de steder hvor kundegrundlaget er for småt til, at aktører selv kan opbygge kapitalen til de nødvendige investeringer der skal til for at tiltrække flere turister. I førnævnte artikel i *Aurora 2023* sættes der også fokus på, at der skal arbejdes aktivt for at tiltrække kapital enten fra andre industrier i Grønland eller fra udlandet.

Indsatsområder

- Igangsætte en kortlægning af den reelle økonomiske effekt af turisme (TSA). En konkret mulighed ville være at finde en regnskabsmetode, der skal vise turismens økonomiske og beskæftigelsesmæssige betydning i Grønland og sætter tal på, hvor mange penge turisterne bruger og mange arbejdspladser erhvervet beskæftiger. En permanent TSA skal sikres efter 2024.
- Afdækning af låne- og investeringsmuligheder mv. med særligt fokus på placeringer uden for lufthavnsbyerne. Afdækningen skal munde ud i konkrete initiativer der kan fremme investeringer i turisme bredt i Grønland. Afdækningen skal være afsluttet 2025 og inddrage relevante interessenter fra både erhvervet og den finansielle sektor.
- Indgå dialog med andre brancher i Grønland til at investere i turismeudvikling.

Afsluttende bemærkninger

Der er mange perspektiver, nuancer og sammenhænge inden for turismeindustrien, og de kan se forskellige ud afhængigt af region eller kategori. Branchens værdikæde er bredt forankret i samfundet. Der udestår grundlæggende viden om forholdene, og der er således behov for flere tiltag, der kan understøtte branchen. Overordnet set, er der tre vigtige perspektiver, som denne redegørelse klarlægger.

1. Indsatser indenfor turisme kræver koordinering på en lang række områder. Der er behov for tværgående drøftelser om rolle- og ansvarsfordeling samt behovet ift. etablering af infrastruktur, understøttelse af erhvervsudvikling udenfor lufthavnsbyerne, behov for uddannelse og viden, udvikling af bredt tilgængelige kulturtilbud, drøftelser om arbejdsudbud og integrering og krav af udenlandsk arbejdskraft mm.
2. Manglen på fakta om turismen og dennes udvikling er betydelig, og det betyder at forståelse for samme er mangelfuld. Det vil til enhver tid være fordelagtigt at lave strategiske indsatser på baggrund af data, så de forankres i reelle forhold, samtidig med at det er muligt at måle på udviklingen og indsatsers effektivitet. Der bør laves tiltag med højest mulig effekt bredt i samfundet, og derfor bør der indhentes en større og mere præcis mængde data prioriteret efter, hvilke udfordringer og potentialer, som ønskes bearbejdet først.
3. Samarbejde med og viden fra den private industri er essentielt for at kunne bistå og støtte industrien bedst. Der bør derfor arbejdes målrettet med at indhente viden tidligt i lovgivningsprocesser, så de er designet til at fungere bedst muligt i praksis. De kan også være et vigtigt værktøj, til at indhente manglende data via industriens partnere.

Naalakkersuisut vil arbejde videre med indholdet af redegørelsen samt indholdet af den kommende overgangsstrategi på turismeområdet, der godkendes inden udgangen af 2023 og en turismesektorplan for perioden 2025 til 2035, der skal foreligge ved årsskiftet 2024/205.

Bilag 1 - turismefaglig teori og begrebsforklaring

I turismeforskning betegnes en turismeindustri ofte via et systembegreb, fordi turismens værdikæde er forholdsvis bredt forankret i samfundet og har tovejsindflydelse på diverse segmenter.

Et turismesystem består af fem komponenter:

1. **Turisten** - teoretisk defineret som en person, der opholder sig uden for sin beboelsesdestination i en periode på mindre end 12 måneder, og derfor er erhvervsrejsende medregnet som turister. Dertil opdeles turister i **internationale turister**, som har afrejsedestination uden for Grønland, og **indenrigsturister**, som har afgangdestination i Grønland.
2. **En afgangdestination** - der hvor turisten rejser afsted fra.
3. **En transitdestination** - en destination, som turisten rejser igennem for at nå sin slutdestination. I grønlandsk kontekst er det på nuværende tidspunkt Danmark eller Island.
4. **En turistdestination** - for eksempel Grønland, som national destination og regionerne, som regionale destinationer.
5. **En industri**, som faciliterer og servicere turistens bevægelse, behov og oplevelser inden for destinationerne.

Turistens fem komponenter påvirkes af udefrakommende faktorer som lovgivning, medier, rejsetrends, geopolitik, transport- og logistik, handel, infrastruktur, produktion, økonomi, vejrforhold og globale verdensforhold som eksempelvis corona-pandemien. Kort sagt forudsætter Grønland som succesfuld turistdestination, at:

1. At der findes turister med interesse i og viden nok til, at de har et ønske om at komme til Grønland, som de også handler på.
2. At turisterne transportmæssigt, sikkerhedsmæssigt og lovgivningsmæssigt kan og må komme til og rundt i Grønland.
3. At turister kan købe en tur til Grønland for eksempel via et rejsebureau.
4. At Grønland har en industri, som kan servicere turisterne og har nok kapacitet til at servicere turisterne

Dynamikken mellem komponenterne i turismesystemet udvikler sig og flytter sig hele tiden - og følger udviklingen i segmenterne ikke hinanden, kan det skabe dysfunktionalitet i turismesystemet.