

# HVORDAN GAVNER TURISMEUDVIKLING LOKALSAMFUND?

# ILULISSAT ISFJORDSCENTER







# DOBBELT SÅ MANGE TURISTER I ILULISSAT FRA 2015 TIL 2025

# 5-8% ÅRLIG VÆKST I GRØNLANDSK TURISME

# TURISMEUDVIKLING STYRKER LOKALSAMFUNDET

1. ERHVERVSUDVIKLING OG JOBS
2. BEDRE BYER
3. BEDRE INFRASTRUKTUR LOKALT
4. ET GLOBALT GRØNLAND
5. ETABLERING AF NYE BESØGS- OG AKTIVITETSCENTRE



## UDENLANDSKE TURISTER



ANTAL UDENLANDSKE TURISTER

**60.000**

STIGNING SIDEN 2003

**53 %**

Turismen i Grønland er et forholdsvis ung erhverv, men har over tid oplevet vækst i antallet af besøgende.

## REJSEFORM



LANDBASEREDE TURISTER

**63 %**

KRYDSTOGTTURISTER

**27 %**

Grønland er en yndet krydstogtdestination og omkring en tredjedel af alle besøgende er krydstogtpassagerer.

## TURISTSÆSONEN I GRØNLAND



GENNEMSNITLIG ANTAL OVERNATNINGER PR. MÅNED I HØJSÆSON

**17.000**

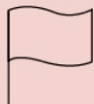
GENNEMSNITLIG ANTAL OVERNATNINGER PR. MÅNED I LAVSÆSON

**5.000**

Turistsæsonen i Grønland er koncentreret omkring sommermånederne i juni, juli, august og september. De senere år har man dog oplevet en vækst i ydersæsonerne.



## NATIONALITET



FRA SKANDINAVIEN

**55 %**

FRA EUROPA

**22 %**

FRA USA

**06 %**

Turisterne i Grønland kommer hovedsageligt fra Skandinavien og Vesteuropa, men antallet af besøgende fra Nordamerika og Asien har de senere år været i vækst.

## ALDER



ÆLDRE END 45 ÅR

**65 %**

MELLEM 25-44 ÅR

**32 %**

UNDER 18 ÅR

**03 %**

Turisterne i Grønland er ældre end på mange andre destinationer og børn og unge udgør en forholdsvis lille andel af de besøgende.

## FORBRUG



KRYDSTOGTTURISTER (KR. PER LANGGANG)

**370**

FERIETURISTER (KR PER DØGN)

**1.100**

ERHVERVSTURISTER (KR PER DØGN)

**2.300**

De landbaserede turister i Grønland har et relativt højt forbrug, mens krydstogtturisterne har betalt det meste på forhånd og kun tilkøber småting når de er i land.

## REJSEFORM



REJSEALENE

**20 %**

REJSER I GRUPPER AF TO

**50 %**

Turisterne i Grønland rejser hovedsageligt i grupper af to eller som par. En forholdsvis stor andel på 30 % rejser i større grupper.

## FAVORITOPLEVELSER



NATUR OG IS

**58 %**

KULTUROPLEVELSER OG LOKALSAMFUND

**20 %**

Naturen og isen er det store trækplaster i Grønland, men turisterne sætter også pris på kulturoplevelser.

## TILFREDSHED



SAMLET OPLEVELSE

**4,5 / 5**

INTENTION OM AT VENDE TILBAGE

**60 %**

Turisterne er glade for deres Grønlandsrejse og størstedelen har intentioner om at vende tilbage.

## FORBINDELSER



KØBENHAVN (TIMER)

4

ISLAND (TIMER)

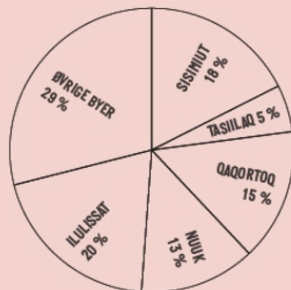
1,5 - 2

Danmark er den primære forbindelse til Grønland, men de senere år har Air Iceland åbnet nye ruter til både vestkysten og østkysten.

## POPULÆRE DESTINATIONER



ANDEL AF TURISTER FORDELT PÅ BYER



De mest populære destinationer i Grønland er vestkystens hovedbyer, samt Sydgrønland og i stigende grad østkysten.

## TURISTERNES OPHOLD



ANTAL DAGE I HVER REGION

2,6

BESØGER MERE END ÉN REGION

49 %

Turisterne tilbringer i gennemsnit mellem 2-3 dage i hver region og omkring halvdelen besøger mere end én region.



**TURISMEVÆKST**  
**=**  
**LOKAL UDVIKLING**

# TURISMEVÆKST = ERHVERVSUDVIKLING

Turismevækst betyder:

- Flere investeringer lokalt
- Flere jobs
- Øget skattegrundlag
- Vækst i service- og følgeerhverv
- Flere mennesker i Grønland – på trods af stagnation i befolkningsudviklingen



# TURISMEVÆKST = ØGET BYKVALITET

Turismevækst betyder:

- Øget behov for velfungerende byer
- Mere byliv og flere oplevelser i byrummene
- Højere serviceniveau i byerne
- Etablering af bycentre med pladser og kultur- og fritidsliv
- Grønlands kultur- og fritidsliv er 'reason to go' for mange turister



# TURISMEVÆKST = BEDRE INFRASTRUKTUR

Turismevækst betyder:

- Styrket infrastruktur i byer og natur, dvs.
- Flere og bedre sti- og ruteforløb (gang, løbe, vandre, ski mm.)
- Mere og bedre skiltning og information
- Flere offentlige toiletter
- Øget tilgængelighed til naturen, kulturlivet og kulturarven



# TURISMEVÆKST = ET GLOBALT GRØNLAND

Turismevækst betyder:

- Et globalt Grønland
- Øget international opmærksomhed om Grønland
- Øget behov for at profilere sig internationalt – bl.a. gennem sportsbegivenheder som Arctic Circle Race, Arctic Winter Games
- Sportens internationale brandværdi skaber mere turisme





# TURISMEVÆKST = LOKALE BESØGSCENTRE

Turismevækst betyder:

- Styrkelse af de grønlandske turistdestinationer
- Etablering af besøgscentre centralt i de grønlandske byer
- Besøgscentre kan også fungere som lokale aktivitetshuse uden for højsæsonen
- Besøgscentre bliver borgernes nye mødesteder med oplevelser, café, servicefaciliteter



A large, jagged iceberg floats in the ocean under a full moon. The scene is captured in a cool, blue-toned light, likely during twilight or night. The iceberg's surface is highly textured with various ridges and crevasses. The full moon is a bright, warm orange color, contrasting with the deep blue sky. The water around the iceberg is dark and calm.

# ERFARINGER FRA ANDRE BESØGSCENTRE

## WADDEN SEA VISITOR CENTRE, TYSKLAND

The Wadden Sea Visitor Centre i Cuxhaven udgør ét af Vadehavets i alt 50 besøgscentre. Det tyske vadehavs nationalpark strækker sig over et område på 10.000 km<sup>2</sup>, omkranset af Danmark og de tyske delstater Schleswig-Holstein, Niedersachsen og Hamborg.



## **SNAEFELLSTOFA VISITOR CENTRE, ISLAND**

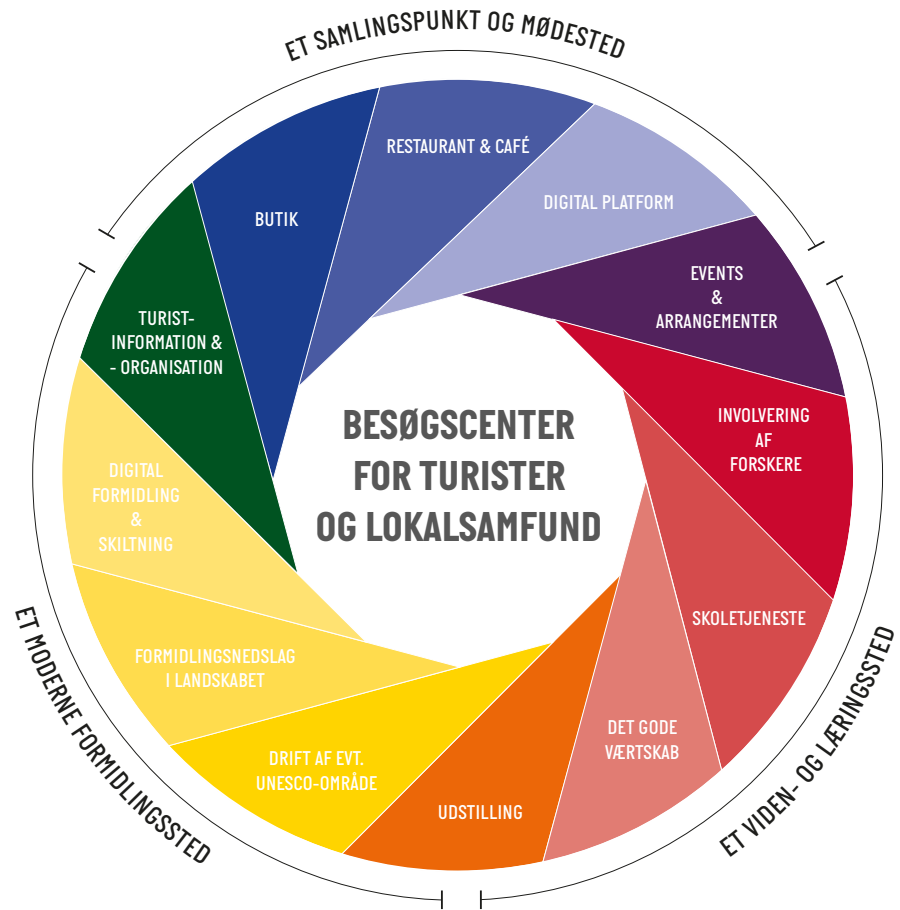
Snaefellstofa Visitor Centre ligger i Europas største naturpark – Vatnajökull National Park på Island. Nationalparken har et areal på 12.000 km<sup>2</sup> bestående af indlandsis og flydende isbjerge, geotermisk energi og gletsjervulkaner.



## **NATURRUM TÅKERN VISITOR CENTRE, SVERIGE**

Naturum Tåkern Visitor Centre er et besøgscenter i Glänås i Sverige. Centeret formidler viden om søen Tåkern, om fuglelivet og om den omkringliggende natur, gennem en kreativ udstilling. Besøgscenteret har desuden et mindre laboratorium for skoleklasser, samt en udendørs naturlegeplads.





# TURISMEUDVIKLING OG LOKAL UDVIKLING GÅR HÅND I HÅND