

The background of the cover is a photograph of an ice cave. Two people are visible: one is rappelling down a steep ice wall, and another is standing on a lower ledge. The cave's interior is composed of jagged, translucent blue ice formations. A large, irregular opening at the top of the cave looks out onto a bright, overcast sky. The overall color palette is dominated by the blues and whites of the ice and sky.

TURISMESTRATEGI

2019-2022



DESTINATION
ARCTIC CIRCLE



Indholdsfortegnelse

1. FORORD	3
2. VISION & MISSION	4
3. NUVÆRENDE SITUATION I REGIONEN	4
STYRKER & MULIGHEDER	4
SVAGHEDER	5
4. BÆREDYGTIG TURISME	6
ADVENTURE TURISME	6
NICHE TURISME	19
OVERNATNINGER	23
ERHVERVSTURISME	23
KRYDSTOGTSTURISME	24
PRODUKTUDVIKLING	26
5. UNESCO AASIVISSUIT - NIPISAT	26
MULIGHEDER FOR ØGET TURISME	27
6. INFRASTRUKTUR	28
ARCTIC CIRCLE ROAD	28
ARCTIC CIRCLE TRAIL	29
ARCTIC CIRCLE RACE	30
POLAR CIRCLE MARATHON	30
PRIVATE INVESTERINGER	30
UDVIKLINGSPULJE	31
7. KOMPETENCEUDVIKLING I TURISMESEKTOREN	32
8. VISITORCENTRE I DESTINATION ARCTIC CIRCLE	33
9. NATIONALE SEVÆRDIGHEDER	34
10. MARKETING	36
ONLINE KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING	36
FYSISK KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING	37
BRANDING	39
11. TURISME STATISTIK	39

1. FORORD

Destination Arctic Circle skal fortsat udvikles og promoveres som en attraktiv destination, som byder på unikke oplevelser for adventureturisten i hele regionen.

Destination Arctic Circle er organiseret under erhvervsrådet i Qeqqata Kommunia, Arctic Circle Business. Arctic Circle Business fungerer som en samlende organisation for erhvervs- og turismeaktører i regionen. Der foregår et aktivt samarbejde mellem Destination Arctic Circle, Visit Greenland, Selvstyret og Qeqqata Kommunia samt de øvrige destinationer. Dette samarbejde er værdifuldt og vil blive styrket fremadrettet.

Koalitionen i Qeqqata Kommuniass kommunalbestyrelse har besluttet sig for at satse på turismeudvikling, denne beslutning udfordrer hver enkelt samarbejdspartner, for målet om at opnå flere turister kræver en fælles indsats og gode rammer for turismeiværksættere og erhvervslivet; som er dem der skal være med til at realisere målet om øget turisme i Destination Arctic Circle.

Med denne strategi er det målet at vi sammen får udviklet nye oplevelser, gjort vores seværdigheder mere tilgængelige. En god og velfungerende infrastruktur der binder hele vores region sammen, er en forudsætning for dennes strategis succes: flere turister.

Strategien skal medvirke til at sikre et koordineret løft af hele turismesektoren, dette løft sker i et samarbejde mellem erhvervslivet, Qeqqata Kommunia, Selvstyret samt vores øvrige partnere.

Denne turismestrategi skal betragtes som Destination Arctic Circles bud på hvordan vi fremmer turismeudviklingen samt som input til den kommende nationale turismestrategi som Naalakkersuisut er i gang med at udvikle, denne strategi beskriver hvilke tiltag vi bør prioritere for at forbedre vores oplevelsesprodukter i regionen. Strategien skal i løbet af foråret behandles af kommunalpolitikerne og erhvervslivets repræsentanter, hvorfor der kan være ændringer før den endeligt vedtages.

Vi takker for den altid positive dialog vi møder med turismeaktørerne og deres værdifulde bidrag til denne strategi.

Med venlig hilsen

Juliane Henningsen
Direktør

Jesper Schrøder
Destination Manager

2. VISION & MISSION

VISION

Vi skal styrke vores position som Grønlands mest attraktiv adventure destination, med en stærk fokus på bæredygtig turisme, for at skabe de bedste adventureoplevelser i landet, samtidig skabe flere lokale virksomheder og arbejdspladser.

MISSION

Vi ønsker adventure oplevelser bliver mere tilgængelige, gøre det lettere for turisten at leve sig ind i oplevelserne i regionen.

Organisationen vil skabe gode rammer for iværksættere indenfor turismen, så de får bedst mulige forudsætninger for at skabe arbejdspladser og fremme turismen i regionen.

Vi skal styrke og målrette markedsføringen mod adventure turisme.

3. NUVÆRENDE SITUATION I REGIONEN

Regionen har oplevet en større interesse fra turistoperatører i det forgange år men den politiske beslutning om at anlægge nye lufthavne i Ilulissat og Nuuk har budt på en usikkerhed omkring Kangerlussuaq bygds fremtid, samt status som international lufthavn. Dette vil påvirke turismeaktørernes muligheder og deres kundegrundlag markant.

STYRKER & MULIGHEDER

Destination Arctic Circles styrker på turismeområdet kan samles opgøres i følgende:

1. Mange turistattraktioner/-produkter indenfor natur, kultur og adventure i et stort landområde som har givet grundlag for helårsturisme.
2. Attraktioner af regional, national og international interesse
3. UNESCO verdensarvsområde Aasivissuit - Nipisat
4. Hoteller, konference og mødefaciliteter i Sisimiut, Kangerlussuaq og Maniitsoq
5. Tilgængelighed i forhold til internationale fly, krydstogtskibe og vandrere
6. Stort potentiale for forretningsudvikling i turismeerhvervet
7. Unikke skemuligheder med heliskiing, Apussuit, Aqqutikitsoq og Arctic Circle Race
8. Imponerende dyreliv med moskusokser, rensdyr, hvaler og ørreder
9. Stærkt Arctic Circle Destination brand med Trail, Road, Race, Business samt Internationale events som Arctic Circle Race og Polar Circle Marathon
10. Vejnettet i Kangerlussuaq
11. Mange lokale familiedrevne turistselskaber
12. Forskning og turisme skaber synergieffekter i Kangerlussuaq (KISS) og Sisimiut (ARTEK)
13. Få skabt fælles forståelse om Destination Arctic Circle brandet med natur, kultur, adventure, herunder kobling til UNESCO Visitorcentre/information og kobling til museer i Kangerlussuaq, Sarfannguit og Sisimiut med fokus på UNESCO-projekt og i Maniitsoq på hvaler.

14. Bedre samarbejde mellem aktører, såvel private aktører som medmyndigheder og interesseorganisationer.
15. Turismekoncessioner veludviklet og andre i opstartsfase.
16. Muligheder for privatisering i Kangerlussuaq.

SVAGHEDER

Svaghederne kan opgøres i følgende:

1. Usikkerhed om Kangerlussuaq lufthavns fremtid
2. Utydelig rollefordeling mellem operatørerne
3. Svingende kvalitet i turistservicen og værtskab
4. Fantastiske naturseværdigheder i det store landområde, men hvor der p.t. mangler adgang og/eller overnatningsfaciliteter og/eller volumen i transport for at udnytte Infrastrukturudbygning med Arctic Circle Road og Apussuit adgang samt afmærkning af vandrerruter plus
5. Havne i Kangerlussuaq og Kangaamiut er ikke tidssvarende og kan ikke leve op krydstøgtsskibenes behov for standard havneforhold samt manglende ilandstigningsforhold ved Nipisat.
6. Mangelfuld infrastruktur til og i naturen
7. Utilstrækkeligt samarbejde mellem mange små aktører
8. Offentligt ejerskab af hotel og bygninger i Kangerlussuaq
9. Manglende fokus på (infrastruktur)udvikling i Destination Arctic Circle fra centralt hold
10. Manglende kompetencer hos lokale for at blive turismeaktør
11. Manglende fokus på bygdernes turismeudviklingsmuligheder
12. Manglende turistinformation
13. Destination Arctic Circles online platforme er forældede
14. Manglende risikovillig kapital i regionen
15. Mangelfuld deltagelse ved markedsføringsaktiviteter og internationale rejsemesser fra regionen



4. BÆREDYGTIG TURISME

Qeqqata Kommunia har en samlet vision om at være et foregangssamfund for bæredygtighed i Arktis i 2020. Dette indebærer ønsket om at efterlade et bedre samfund til den kommende generation end vi modtog det. Dette gælder også indenfor turisme. Vi tilslutter os UNESCOs definition af bæredygtig turisme: "turisme der respekterer både de lokale beboere og de rejsende, kulturarven og miljøet".

Det er vigtigt for Destination Arctic Circle at det er lokale der får gavn af turismen, og at det så vidt muligt er lokale virksomheder som leverer serviceydelser til turister. Respekten for naturen og bæredygtighedsbegrebet skal tænkes i alle grene af turismeerhvervet.

Destination Arctic Circle har ligeledes indgået i et samarbejdsprojekt "Culturally Sensitive Tourism in the Arctic" kaldt Arctisen. Projektet har til formål at udvikle et supportsystem for iværksættere, små og mellemstørrelse virksomheder, der tilbyder innovative turisme produkter, kulturelle oplevelser og services. Projektet skal øge turismeinteressen i arktiske egne og muligheder for turismeiværksættere gennem sparring og samarbejde lykkes. Projektet har flere samarbejdspartnere i: Finland, Sverige, Norge, Canada, Danmark, og Grønland. Destination Arctic Circle vil arbejde med turisme interessenter for at udvikle guide manualer, som skal være med til at sikre at guider kan levere fakta, relevante informationer samt sikre at turisten får en god kvalitets tur. Guidematerialerne skal i første omgang dække de nedenstående adventureoplevelser.

ADVENTURE TURISME

Grønland er en uberørt adventure destination, og det passer godt med at skabelsen af bæredygtig turisme, hvor vi forbinder kulturen, naturen, lokal inddragelse og skaber indtjening. Adventure Travel Trade Association har fremvist nogle trends fra 2018 ifht. Adventure turisme. Adventure turismen er stigende, der kommer flere adventure turister fra Kina, det at opleve at være lokal er den ultimative adventure oplevelse, stigning i trail turismen, og vinter produkter^[1]. Derfor er det afgørende for Destination Arctic Circle, at skabe effektiv og den billigst mulige markedsføring, samt at have lokale produkter.

Det åbne land mellem Sisimiut og Kangerlussuaq giver rig mulighed for turismeudvikling, og Maniitsoq området gør at regionen kan tilbyde alle de oplevelser en turist bør have mens man er i Grønland. Med mere investering i infrastrukturen, vil man kunne gøre adventure oplevelser mere tilgængeligt og give bedre grundlag for dem som ønsker at være turoperatører i regionen.



VANDRING

Der er en operatør der tilbyder guidede vandreture. Regionen vandreruter er ikke vel markerede eller dokumenterede, og de bliver kun markedsført en lille smule. Arctic Circle Trail, har i de seneste 2-3 år oplevet en større stigning i antallet af vandre, dette har medført at trailen er mere beskidt med mere skrald, ekskrementer, og mindre sikkerhed, da sejle muligheden ved Tasersuaq idag er meget usikker. Maniitsoqs turisme er under udvikling, og har først fået markeret 2 vandreruter i sommeren 2018.

Dette sikres ved at gøre disse:

- Informations skilte ved de forskellige hikes i regionen, med tekst som har fokus på storytelling om den lokale tilknytning, sværhedsgrad og rute kort
- Vandreruterne skal ind på arcticcircle.gl, for at skabe synlighed og awareness.
 - Fakta om sværhedsgrader, højder, planter og dyrliv
- Udpegning af gode foto spots
- Billede og video materiale af ruterne
- Arctic Circle Trail skal vedligeholdes bedre af turisterne via awareness kampagne
- Arctic Circle Trail skal rengøres og opryddes oftere af kommunen
- En vej mellem Sisimiut og Kangerlussuaq vil gøre det lettere at holde stien ren
- UNESCO områdets unikke spots skal fremhæves ved vandreruterne
- Skabe ny hike, som skal være et godt alternativ til Arctic Circle Trail, en glacier hike tur ved Kangerlussuaq, og markedsføre den sydlige rute for Arctic Circle Trail
- Storytelling af Arctic Circle Trail med fokus på UNESCO

THE ARCTIC CIRCLE TRAIL

A 160km hiking adventure in Greenland



CYKLING

Fat-biking er det eneste reelle cykelturisme der er i regionen. Der er ingen markerede ruter eller markedsføringsmateriale af potentielle ruter.

Vi skal have udviklet biking turismen i regionen og udnytte det eksisterende vejnet særligt i Kangerlussuaq, da det vil være med til at gøre seværdigheder ude i naturen mere tilgængelig, og da baglandet giver gode muligheder for at kunne få oplevelsesrige mountain og fat bike ture.

Der skal arbejdes på at:

- Finde ruter i forskellige længder og højder, så der er både ½ dags, dags, og flere dagsture, turer som binder seværdigheder sammen
- Kortlægning af cykelruter og finde mulige udlejere af cykler
- Cykelruterne skal ind på arcticcircle.gl, for at skabe synlighed og awareness.
- Billede og video materiale af ruterne
- Fakta om sværhedsgrader, højder, og terrænet



HUNDESLÆDE

Hundeslæde kørsel er en stor sælger i Kangerlussuaq og Sisimiut. Efterspørgslen er højere end hvad der kan leveres i regionen. Dette skyldes til dels gode guider, gode muligheder for at tage på tur i landskabet, og stabilitet blandt kuskførerne. Der skal nogle tiltag til for at sikre at vi kan blive ved med at yde den service og hvis vi ønsker flere kuske. Anbefalede tiltag:

- Skabe bedre økonomiske vilkår for hundeslæde ejere
- Gennemgå vinterruten mellem Sisimiut og Kangerlussuaq for at afdække hvilke forbedringstiltag brugerne af ruten som indbefatter hundeslædekørere, fangere, andre turismeaktører kan identificere således brugernes og turistens samlede oplevelse bliver løftet i kvalitet, turens længde og sikkerhed.
- Tilbyde workshops, kurser og lign. om at være guide indenfor hundeslædeføring, kurser, for at sikre at interessen og kendskabet til faget forbliver i Sisimiut og Kangerlussuaq.
- Storytelling af hundeslæde: dens kulturhistoriske betydning og i dag, til guider og hjemmeside
- Udpegning af gode foto spots
- Billede og video materiale



KAJAK

Der bliver i dag udbudt kajakture i Kangerlussuaq via Greenland Outdoor. Beskriv hvor der foregår kajakture. Nogle af krydstogterne med anløb i Sisimiut, bestiller kajak shows af kajakforeningen til deres gæster.

Den kulturhistoriske betydning af kajakken for Grønland, giver god synergi til kajakture, og skal indarbejdes i oplevelserne. Det vil give bedre muligheder for at bibeholde kulturen ved at afholde shows, foredrag og kajakture. Der skal arbejdes på at:

- Storytelling af kajakken: dens kulturhistoriske betydning og i dag, til guider og hjemmeside
- Billede og video materiale af kajak show og sejlads
- Fakta om vand temperatur, sværhedsgrad, shows og foredrags varighed
- Udpegning af gode foto spot
- Markering af gode ruter
- Udvikle kompetencer til kommende guider i sikkerhed og guidning



ALPIN SKI TOURING & LANGREND SKI

Der er 2 udbydere af skiture i regionen (heliskiing kommer under Niche Turisme), mens der er 2 nye mulige på vej ved Apussuit og Aqutikitsoq. Der er en stor international begivenhed, som trækker artikler og turister fra hele verden, Arctic Circle Race. Der skal visualiseres og fortælles mere om ski forholdene i regionen, så vi kan vise hvor alsidig områderne er, og at turister på alle niveauer kan stå på alpin ski touring eller langrend.

Regionen rummer Grønlands bedste områder for skiture. For at få udviklet skiturismen yderligere, så skal der arbejdes videre med følgende punkter:

- Kortlægning af de gode skiområder i regionen, med tekst om sværhedsgrad, snetype, temperatur, og højder
- Skiområder skal ind på arcticcircle.gl, for at skabe synlighed og awareness
- Udpegning af gode foto spots
- Storytelling af ski historie for Grønland, til guider og hjemmeside
- Billede og video materiale af skiruterne og områder
- Understøttelse af Aqutikitsoq samt Apussuit projekterne / ALPIN SKI TOURING
- Udvikle kompetencer til kommende guider i sikkerhed og guidning



SNESCOOTER

Der bliver tilbudt snescooter ture både Kangerlussuaq og Sisimiut, og der kommer ture under udvikling ved Apussuit. Regionen har Grønlands bedste områder for snescooterture, og det er i stor grad en del af den lokale kultur.

For at få udviklet snescooterturismen yderligere, så skal der arbejdes videre med følgende punkter:

- Kortlægning af de gode ruter og områder i regionen, med tekst om sværhedsgrad, snetype, temperatur, og højder
- Storytelling af snescooter-kulturen, til guider og hjemmeside
- Ruterne og områderne skal ind på arcticcircle.gl, for at skabe synlighed og awareness
- Udpegning af gode foto spots
- Billede og video materiale af ruterne og områder
- Udvikle kompetencer til kommende guider i sikkerhed og guidning

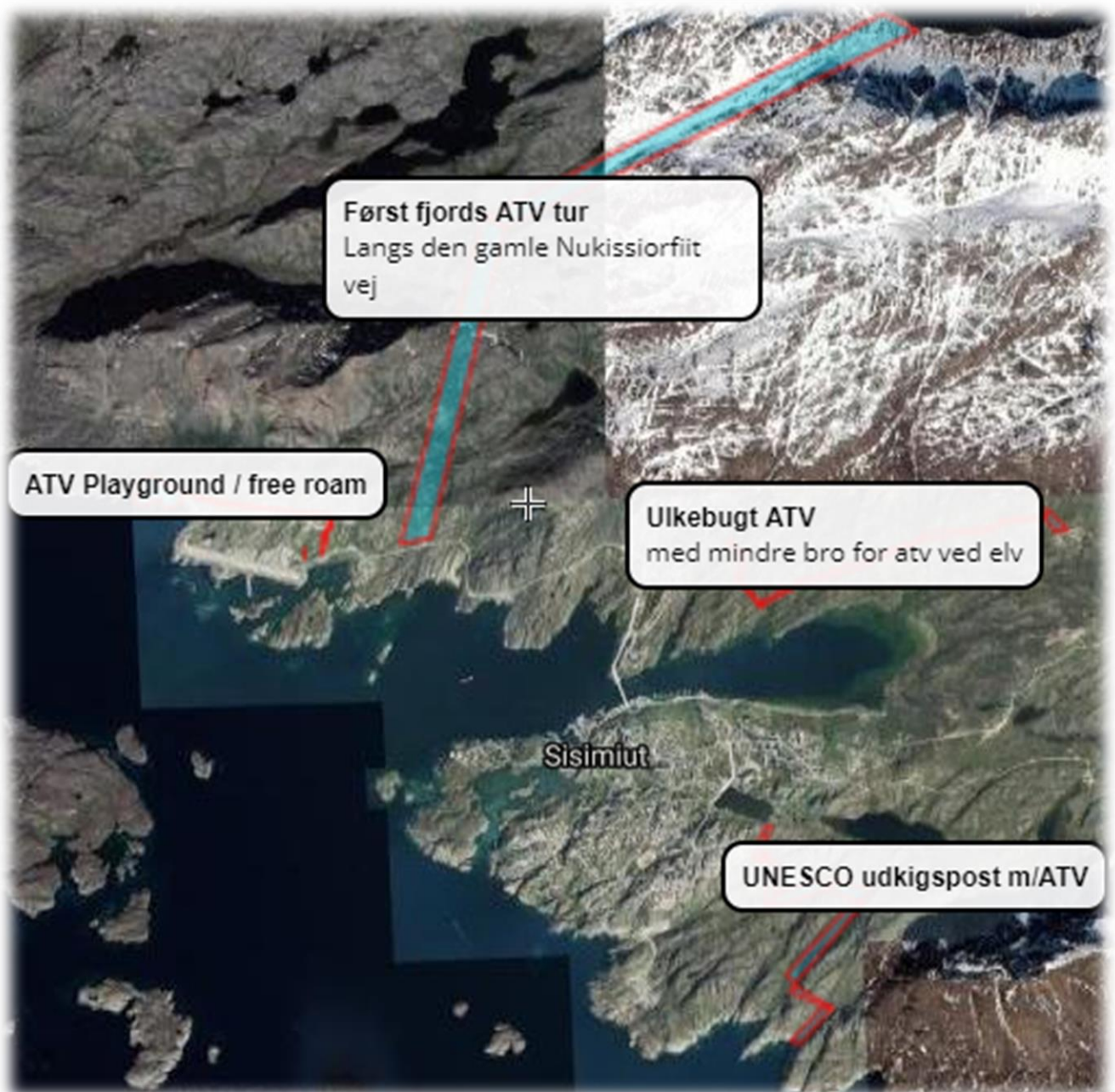


ATV

Regionen tæller 2 tur udbydere for ATV kørsel. Det er dog svært at få noget realiseret pga. lovgivningen omkring ATV-kørsel ikke passer ind i ønsket om øget brug af ATV i oplevelsesprodukter. Det er også en udfordring at der ikke er decideret områder og ruter for folk der vil køre ATV i naturen.

For at få udviklet ATV, så skal der arbejdes med følgende punkter:

- Storytelling af ATV'ens brug i Grønland idag, til guider og hjemmeside
- Oprettelse af ruter og playground hvor ATV'en kan køre
- Ruterne og playground område skal ind på arcticcircle.gl, for at skabe synlighed og awareness
- Udpegning af gode foto spots
- Billede og video materiale af ruterne og områder
- Arbejde for at ændre lovgivningen



SEILTURE

Der er 2 sejlture udbyder i Maniitsoq, og 4 i Sisimiut. Optagelsen i UNESCO gør potentialt for sejlture meget større, da der ligger key sites som kun er tilgængelig via sejlads. Sarfannguit som ligger i UNESCO området, danner også stærke storytelling og oplevelser for turister, hvis man forbinder det med at kunne fange sin egen fisk indenfor UNESCO området, og få den serveret i bygden.

For at sikre at turisterne ved hvad de får af oplevelser, og for at udvikle sejlture, så skal der:

- Klarlægges hvilke dyr der kan opleves i havet og fjordene, på hvilke tider af året
- Storytelling af sejlads i kulturhistorisk betydning for Grønland, til guider og hjemmeside
- Smukke naturområder omkring Sisimiut og Maniitsoq, skal kortlægges
- Film og video materiale
- Udpegning af gode foto spots
- Udvikle kompetencer til kommende guider i sikkerhed og guidning



HVALSAFARI

Udbyderne af hvalsafari er de samme som udbyder af sejlture. Grønland har 3 gode spots for hvalsafari, og Maniitsoq er den ene af dem. Sisimiut har også udmærkede muligheder for hvalsafari, og hvaler er et stort hit for turister. I Maniitsoq så har udkigsposten Nasiffik været en success for lokale og der er ved at blive bygget 2 udsigtsposter mere. Alle er steder hvor der vil være rig mulighed for at se hvaler fra land.

Maniitsoq skal udvikles til at blive Grønlands mest oplagte destination for at opleve hvaler og hvalfangst. Turismæssigt arbejdes der hen imod at få opbygget et bæredygtigt hvalmuseum som skal sætte Maniitsoq på grønlandskortet for turister. Målet med hvalmuseet er at belyse og formidle viden og kulturhistorie om hvalfangst som en oprindelig befolkning og tydeliggøre Grønlands stilling som bæredygtig hvalfangernation. Museet og turistoperatører i sammenhæng vil kunne byde på unikke kulturelle og naturoplevelser. Det vil være med til at give indblik i det grønlandske samfund og den grønlandske kultur. Vi vil arbejde mod dette ved at:

- Klarlægges hvilke hvaler der kan opleves i havet og fjordene, på hvilke tider af året
- Storytelling af hvaler, kendetegn, deres liv, og deres kulturhistoriske betydning for Grønland, til guider og hjemmeside
- Film og video materiale
- Udvikle kompetencer til kommende guider i sikkerhed og guidning



IS

Der er 4 turoperatør for is i Kangerlussuaq, herinde er turen til Point 660 den mest sælgende tur i regionen, mens Russell Glacier er verdenskendt og har haft besøg af flere verdenskendte. Kangerlussuaq er den eneste destination i Grønland, hvor du bare kan køre ud for at opleve isen, og komme helt tæt på. Vejen til Russell Glacier er dog udfordret af en meget dårlig vej, hvor kun de færreste biler kan komme til, således det begrænser turoperatører at nå dertil. Vejen ud til Point 660, er rystetur som ikke er for alle. Infrastruktur vil kigges nærmere på længere nede. Aqutikitsaq, Apussuit samt isen ved Kangaamiut, giver rig muligheder for at opleve is i regionen.

Fælles for alle is oplevelser, er at der ikke er nogen formidling ved stederne. Turoperatører vil også gavne af fakta af de is de ser på. En tur til is, er også et meget oplagt tidspunkt at bringe klima forandring op, noget som er en lokal oplevelse, og som kan kombineres med fakta om isen. Herudover så er der kun 3 guider som kan begå sig på isen med turister, og det stopper for at helt unikke oplevelser som smeltevandssprække vandring, ikke har mere salg.

Der skal arbejdes på følgende:

- Storytelling af Point 660 og Russell Glacier, klima forandringer til guider, skilte og hjemmeside
- Flere lokale skal have sikkerhedscertifikater indenfor oplevelser på isen
- Film og video materiale
- Isskulpturer eller is monumenter skal undersøges om det kan udvikles, for at styrke vinteroplevelserne i byerne
- Udvikle kompetencer til kommende guider i sikkerhed og guidning



NORDLYS

Destination Arctic Circles nordlyssæson varer fra slutningen af september til midten af april. Vi har 2 operatører der direkte sælger nordlys turer i Kangerlussuaq, flere sælger det som biprodukt, mens der kun er 1 i Sisimiut der gør noget ud af nordlys, dog uden at sælge det som en tur.

Nordlys er en stærk magnet for turister, og guidede nordlys ture er noget som kan indbringe flere penge til aktørerne.

Der skal arbejdes på:

- Storytelling af nordlys og myter, til guider og hjemmeside
- Guider skal have en manual hvorfra de kan læse folk hvordan man tager billeder af nordlys
- Gode fotospots for nordlys billeder
- Video og billede materiale

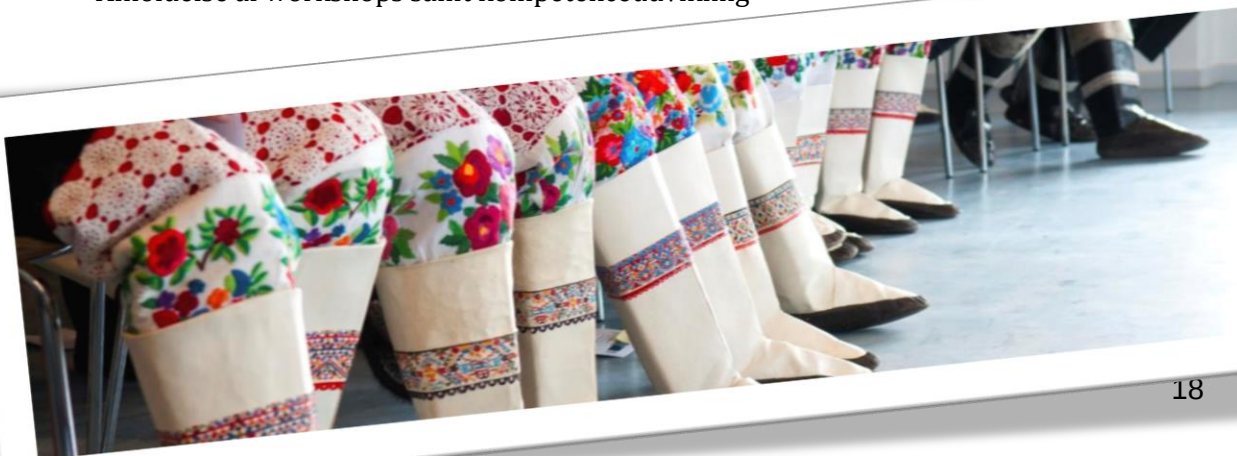


KULTUR

Med byer og bygder både syd og nord for polarcirklen, så har regionen en mangfoldig kultur at kunne tilbyde turister. Den lokale kulturelle oplevelse er unik pga. af hundene og byernes størrelse. Sisimiut er hjemsted for national dragtskolen og kulturhuset Taseralik, optagelsen i UNESCO på verdensarvslisten har givet Sisimiut og Sarfannguit gode mulighed for at skabe nye kulturelle produkter med synergi til Aasivissuit – Nipisat. I dag bliver der ikke formidlet nok lokal historie udenfor museet. Kirkerne i regionen er velbesøgte af turister i dag, på trods af at der ikke bliver budt ture dertil. Museerne har en forhåndsftale med krydstogtgæsterne, og får derfor meget besøg i krydstogsperioderne. Regionen har ikke ture til nogen af disse ovenstående beskrevne kulturelle oplevelser. Destination Arctic Circle har godt samarbejde med museet i Sisimiut og Taseralik, og har god kontakt med Nunatta Isiginnaartitsisarfia, national dragtskolen, kirkerne, kunstnere herunder tromme- og maskedansere samt Maniitsoq museum. I Maniitsoq er der et rigt foreningsliv som er med til at skabe aktiviteter, i forhold til at tilbyde oplevelser til turister, da udbuddet af turismeaktører i byen er få skal disse aktører inddrages i turismefremmende initiativer herunder kompetenceudvikling i Maniitsoq. Arctic Sounds har hjemsted i Sisimiut, og er en stærk musikalsk oplevelse, og har et stort potentiale for at kunne tiltrække flere turister, og har haft en vækst på ca. 50 flere gæster hvert år. I Kangerlussuaq har aktørerne efterlyst kompetenceudvikling i forhold til kulturelle oplevelsestilbud, disse skal iværksættes sammen med samarbejdspartnere. Der skal arbejdes videre på at fortælle bygdens historie, ift. amerikanerne og forskerne.

Her er hvad der skal arbejdes på:

- Tilgængeliggøre oplevelser der har fokus på vores lokale oplevelser
- I samarbejde med National dragtskolen skal der kigges på hvordan der kan tilbydes produkter for turister
- Netværke mellem Sisimiut, Kangerlussuaq og Sarfannguit, for at kunne finde potentielle nye produkter med UNESCO i fokus. Det kan være "Catch and eat your own fish."
- Der skal undersøges hvordan vi bedst muligt kan lave lokale storytelling fra de enkelte byer og bygder, dette skal være med til at gøre den kulturelle adventure oplevelser stærkere.
- I samarbejde med Taseralik, så vil vi kigge på hvordan vi kan skabe mere værdi til huset og skabe en kulturel arbejdsplads, der vil kunne trække flere turister hertil.
- Forbedre formidlingen af kirkerne i Maniitsoq, Sisimiut og Kangerlussuaq, og om hvordan man kan støtte kirken hvis man har lyst.
- Arctic Sounds skal understøttes ved at f.eks. at lave en foodfestival i tråd med Arctic Sounds og på samme datoer.
- Foto og video materiale
- Kulturen skal fremhæves inde på hjemmesiden
- Afholdelse af workshops samt kompetenceudvikling



NICHE TURISME

Der er i alt 16 virksomheder der opererer indenfor nicheturismen. Denne type turist begiver sig ikke altid ud i andre ture og oplevelser, og er der kun for at opleve lige det produkt de har bestilt.

Denne del af turismen fylder meget i regionen, og er i en sund udvikling. Der er ikke meget markedsføringsmateriale, som erhvervslivet eller Destination Arctic Circle kan bruge. Markedsføringen af nicheturismen sker ikke i de samme fora som nævnt i sektionen der omtaler messer, da det er nichebaserede messer de skal markedsføres ved. Nicheturismen kendetegnes også ved at det er meget mere baseret på samarbejdet mellem aktør og rejseagent.

Vi skal sikre at udviklingen fortsætter, og dette opnås ved at der kommer en pulje, hvor operatører eller opstartende operatører kan søge penge til deltagelse ved messer med fokus på deres niche. Disse nicheoplevelser har fået eller står til at få introduceret koncessioner, og vi skal sikre os at det vil udvikle turismen, via dialog.

Generelt for alle nicheområder skal der arbejde for at der i fremtiden vil være:

- En pulje, hvori man kan søge tilskud til messedeltagelse eller netværksgruppe deltagelse
- Årligt branchemøde om koncessioner og udviklingstiltag
- Video & billede materiale

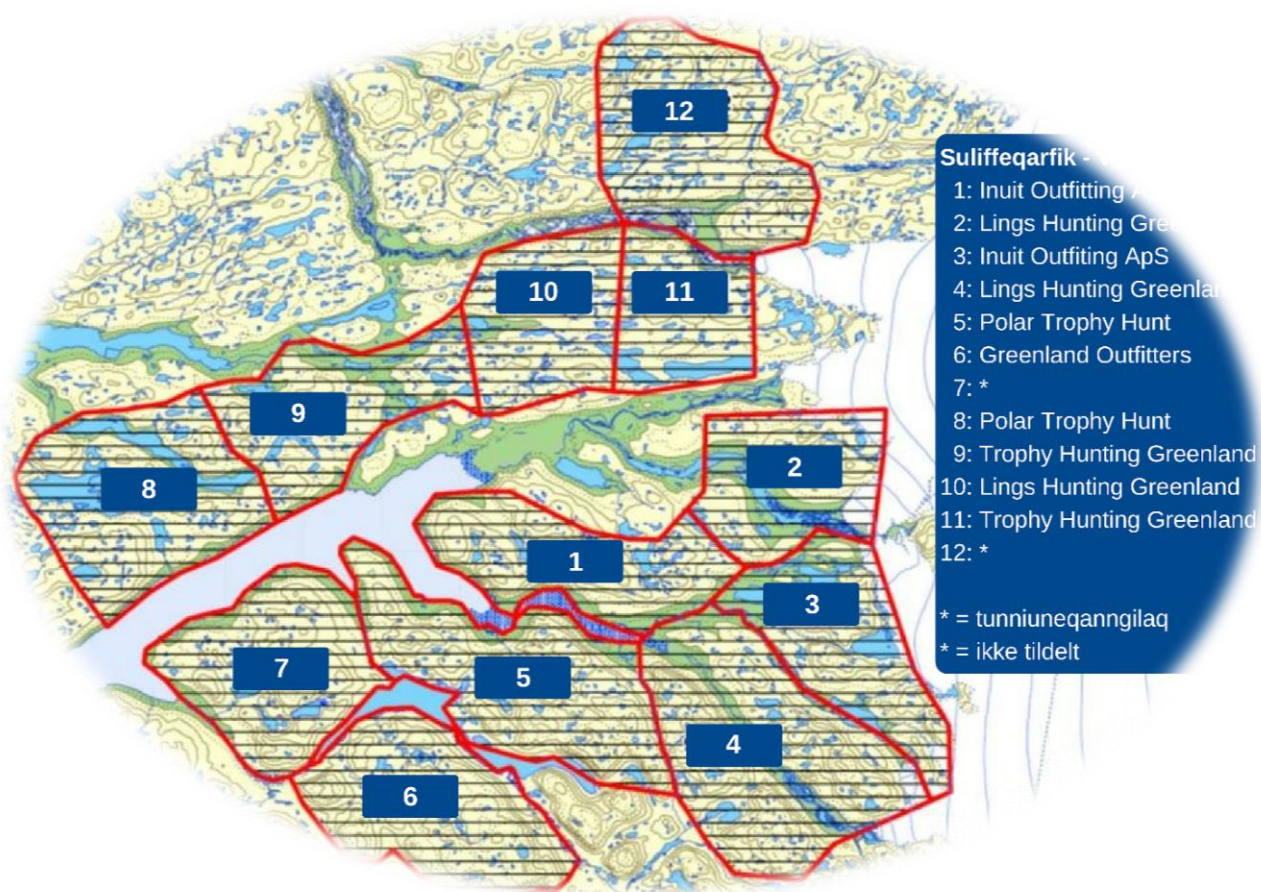


TROFÆJAGT

Trofæjægerne er regionens sværvægtene i nicheturismen, og regionen tæller 8 operatører. Aktørerne er udfordret fordi trofæjægerne opererer i samme område som erhvervsfangere. De koncessionerede områder der blev tildelt, skaber muligheder og forhindringer for aktørerne, disse forhindringer skal minimeres ved en aktiv dialog mellem parterne. Derudover skal Destination Arctic Circle sikre sig at trofæjægerne kan sende turisten videre til andre aktører indenfor adventureturismen, således der bliver lavet tiltag for at beholde turisten i området i længere tid, som får brugt flere penge. Hytterne skal helst gerne være miljøvenlige og på samme tid stille, og det vil være hensigtsmæssigt at arbejde mod en national pulje, hvor aktører kan søge om at gøre deres hytter grønne og stille.

Der skal arbejdes på:

- Der skal arbejdes på at få skabt nye trofæjagts koncessioner omkring Maniitsoq
- Uddannelse for jagt guide skal understøttes og relevante kurser i serviceringen af highend kunder udvikles
- Trofæjægerne skal påklædes til at kunne sende turisterne videre i regionen
- Arbejdes på at få oprettet økonomisk støtte til at gøre hytterne grønne og stille, på et nationalt plan



LYSTFISKERI

Der er 4 lystfisker operatører. Aktørerne i Destination Arctic Circle har opnået et verdensklasse-ry for lystfiskeri. Lystfiskerguiderne har camps i naturen og har et indgående kendskab til området og tilbyder hver især unikke oplevelser for deres kunder. Interessen for lystfiskeri er stigende og aktører melder alt udsolgt førend deres sæson starter. Hytterne skal helst gerne være miljøvenlige og på samme tid stille, og det vil være hensigtsmæssigt at arbejde mod en national pulje, hvor aktører kan søge om at gøre deres hytter grønne og stille. Derudover skal Destination Arctic Circle sikre sig at lystfiskerne kan sende turisten videre til andre aktører indenfor adventureturismen, således der bliver lavet tiltag for at beholde turisten i området i længere tid, som får brugt flere penge. Mulighederne for at udbyde flere ørredeløve skal iværksættes da potentialet for yderligere vækst er til stede.

Der skal arbejdes på:

- Lystfiskere skal påklædes til at kunne sende turisterne videre i regionen
- Arbejdes på at få oprettet økonomisk støtte til at gøre hytterne grønne og stille, på et nationalt plan
- At finde flere mulige lystfiskeri operatører
- Arbejdes på at få oprettet økonomisk støtte til at gøre hytterne grønne og stille, på et nationalt plan



HELISKIING

I regionen er der alpine fjelde lige syd og nord for Polarcirklen, det er kendt for kystnær heliskiing med fjelde på op til 2000 meter, brede gletsjere og helikopteropsamlinger i vandkanten af isfrie fjorde. Der er 5 heliski virksomheder, der opererer med Maniitsoq som base. 4 af disse operatører er udenlandske og en lokal virksomhed. De udenlandske operatører har erfaringer som de har udviklet, disse erfaringer bør videreformidles til lokale interesserede så de på sigt kan blive aktører indenfor heliskiing. Destination Arctic Circle skal sikre sig at heliski operatørerne kan sende turisten videre til andre aktører indenfor adventureturismen, således der bliver lavet tiltag for at beholde turisten i området i længere tid, som får brugt flere penge.

Der skal arbejdes på:

- At heliski operatører skal klædes på til at kunne sende turisterne videre i regionen
- Mulighed for opdyrkning af lokal talentmasse, så aktiviteterne udvikles lokalt



OVERNATNINGER

Der er 8 udbydere af overnatninger i regionen, og 11 airbnb værter. Vandreturister har hytter ude i naturen de kan benytte gratis, derudover har lystfiskere og trofæjagts hytter til deres turister. Hytterne skal helst gerne være miljøvenlige og på samme tid stille, og det vil være hensigtsmæssigt at arbejde mod en national pulje, hvor aktører kan søge om at gøre deres hytter grønne. Der er perioder hvor overnatningskapaciteten er utilstrækkelig og giver udfordringer, og det kan være svært at imødekomme større begivenheder. Dette kan løses via Airbnb, som også har et andet kundesegment end folk der normalt overnatter i hoteller og vandrehjem. Airbnb giver en ekstra dimension til turister der ønsker en mere lokal oplevelse eller fortrækker at benytte Airbnb.

Der skal arbejdes på at:

- Arbejdes på at få oprettet økonomisk støtte til at gøre hytterne grønne og stille, på et nationalt plan
- Der skal afholdes Airbnb kampagner for at få flere lokale til at tilbyde overnatninger

OVERNATNINGS- MULIGHEDER	HOTEL SISIMIUT	HOTEL SØMANDSHJEMMET	ISI4U VANDREHJEM	SISIMIUT VANDREHJEM	HOTEL MANIITSOQ	HOTEL HEILMANN LYBERTH	HOTEL KANGERLUSSUAQ	KANGERLUSSUAQ VANDREHJEM	ALBATROS ARCTIC CIRCLE	KISS CENTER	AIRBNB VÆRTER
ANTAL VÆRELSE	40	32	3	11	30	18	69	8	55	167	11
KONFERENCE	X	X			X		X		X		
RESTAURANT	X				X		X				
CAFÉTERIE		X					X				

ERHVERVSTURISME

Konference/erhvervsturisme også kaldt MICE har gode udviklingsmuligheder i Destination Arctic Circle. Kangerlussuaq, Sisimiut og Maniitsoq rummer hver især kvaliteter og tilbud der kan matche forskellige behov indenfor MICE, (Meeting, Incentive, Conference & Events). Gode overnatningsmuligheder, udflugter, gastronomi og meget mere tilbydes konferencegæsterne i regionen. Det skal gøres nemmere for potentielle kunder at få en klar og attraktiv oversigt. Vi skal også i samarbejde med erhvervet have lavet workshops omkring MICE-turisme.

Der skal arbejdes på:

- Udarbejde af en servicekatalog, der omfatter alle serviceydelser og andet relevant information omkring MICE udbyder i regionen.
- Workshop om udviklingsmuligheder og om kompetenceudvikling, for at matche kundernes behov

KRYDSTOGTSTURISME

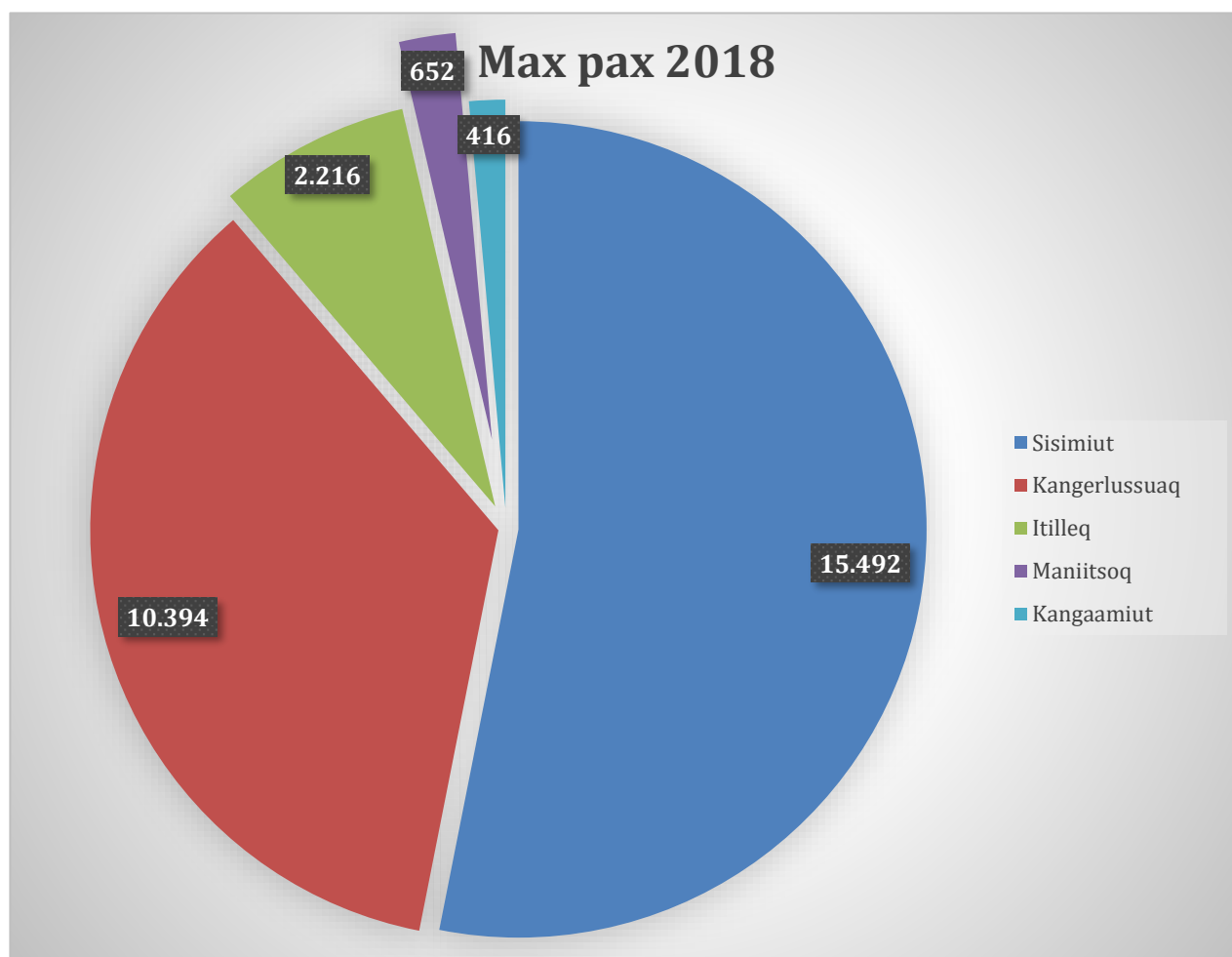
Arctic Circle Business har i 2018 koordineret anløb og koordineret oplevelser for turister under en lokal krydstogtskomité i Maniitsoq, som vi har oprettet. I Sisimiut lancerede vi i 2018 Grønlands første Community Specific Guidelines Guidelines i samarbejde med AECO, Association of Arctic Expedition Cruise Operators.

Disse guidelines vil for fremtiden afleveres til krydstogter før et anløb, og være med til at give turister en klar oversigt over kulturelle forskelle de skal være opmærksomme på, samt gøre det klart over hvilke oplevelser vi anbefaler dem, og hvor de kan shoppe og meget mere.

De lokale husflidskunstnere og souvenir shops har i 2018 også fået udlevet billeder af dyr med dets navn på 4 sprog, således man som minimum kan forklare turisten hvad et produkt er lavet af på forskellige sprog. Disse tiltag for 2018 har været succeser, som skal fortsættes.

Port Readiness workshops, har også tidligere år, været afholdt de enkelte bosteder med god effekt.

Regionen ligger geografisk godt ift. krydstogtsturismen, da skibene vil hverdag kunne besøge en ny spændende bygd eller by. Der var i 2018 i alt 29.170 krydstogtskæst, på de i alt 108 anløb.



BYGDER

Kangaamiut og Itilleq er populære bygdedestinationer i Grønland, og der er plads til udvikling, som også vil kunne skabe grobund for at få andre typer turister til bygderne. Der har dog været udfordringer med manglende miljøbevidsthed og åbningstider af offentlige steder og butikker som Pilersuisoq.

Kangerlussuaq ligger naturligt i midten af Grønlands kyst hvor mange krydstogter starter deres tur. Vejrstabiliteten og muligheden for beflyvning større flytyper gør Kangerlussuaq til en naturlig krydstogtshub i midten af kysten. Det er derfor vigtigt at Kangerlussuaqs havnefaciliteter bliver forbedret med den planlagte nye havn, ikke mindst således serviceringen af lokalbefolkningen samt krydstogtsskibe bliver forbedret.

BYER

Sisimiut er en eftertragtet destination pga. alle skibene kan lægge til, der er flere oplevelsesmuligheder for turisten samt forholdsvis mange aktører til at servicere krydstogtsturisterne. Udfordringer med lokale joller og pladsmangel ved flere daglige anløb skal løses, da tenderbåde ikke altid kan lægge til ved siden af tankens pontonbro.

Maniitsoq har haft en svingende udvikling i forhold til krydstogtanløb. En af de større udfordringer er, at byen ikke er beskyttet, når der er høje bølger. Det betyder, at skibene ikke kan søsætte tenderbåde osv. Krydstogtskomiteen og Arctic Circle Business ansat i Maniitsoq har gjort et stærkt stykke arbejde, som har modtaget positiv feedback fra agenter. Dette arbejde skal fortsættes for at sikre en mere stabil udvikling i forhold til krydstogtsanløb i byen.

FORESLÅEDE TILTAG

Regionen står stærkt i krydstogsturismen på landsbasis, men der er plads til mere udvikling, og her foreslås der følgende tiltag:

- Videreudvikle krydstogtskomiteen i Maniitsoq, og oprette i de byer og bygder hvor det er relevant
- Der laves Community Specific Guidelines i de byer og bygder hvor der er behov for det
- Arrangering af en oprydningsdag i Kangaamiut og Itilleq før krydstogtssæsonen starter
- Arbejdes for at butikker, kirker, museer osv. har åbent ved anløb
- Landgangsforholdene i de enkelte bygder skal gennemgås og det samlede investeringsbehov afdækkes i samarbejde med Selvstyret som har anbefalet at samtlige bygdehavnefaciliteter i fremtiden bliver multipurpose havne
- Vi skal arbejde for at tilbyde lokale workshops og introducere deltagere for krydstogtsindustrien og de muligheder denne skaber lokalt, i de byer hvor der er behov for det
- Destination Arctic Circle skal støtte leveringen af citymaps til Sisimiut, Maniitsoq og Kangerlussuaq således turisterne kan navigere i stederne under deres ophold.



PRODUKTUDVIKLING

Flere ture har de samme navne selvom de bliver udbudt på forskellige præmisser, og der er et større fokus på at tilbyde oplevelser med mangelfuld markedsføring. Det skal være lettere for turistselskaber, nye som gamle, at vide hvordan de skal differentiere sig, ift. produkttype og indhold. Turoperatørerne vil også kunne finde andre produkter ved at samarbejde mere. Storytelling for turisten er vigtigt, hvilke historier bliver der fortalt på ture, og hvordan dette gøres, dette vil vi fokusere på evt. i samarbejde med bl.a. Nunatta Isiginnaartitsisarfia, således operatører bliver endnu bedre til fortælleteknikker og har et endnu bedre kendskab til historier. Det kan være svært i dag at få en overblik af hvem der tilbyder hvilke ture, og dybere informationer samt generelt markedsføring af oplevelser. Det gøres lettere at finde produkter og aktører.

Der skal arbejdes på:

- Workshop omkring segmentering, produktnavne, produkt differentiering
- Årlig workshop omkring netværkssamarbejde
- Årlig workshop omkring storytelling
- At få oplevelser samlet i en simpel og klar oversigt på arcticcircle.gl med beskrivelser
- At få de fleste operatører til at tilbyde ture via [guide-to-greenland](http://guide-to-greenland.com) og [tripadvisor](http://tripadvisor.com)

5. UNESCO AASIVISSUIT - NIPISAT

Aasivissuit-Nipisat blev d. 30. juni 2018 optaget som UNESCO verdensarvsliste. Det ca. 20 km brede (nord-syd retning) og 235 km lange (øst-vest) område blev optaget for sin enestående fangsttradition gennem årtusinder. Der er vedtaget en forvaltningsplan for Aasivissuit-Nipisat som skal danne en ramme for brugen og udviklingen af området, også i turismesammenhæng. Til denne forvaltningsplan er der ligeledes tilknyttet en styregruppe som skal sikre at beskyttelsen og forvaltningen af området finder sted i hht. Lovgivning, forskrifter mm.

Udnævnelsen fordrer at nye oplevelsesprodukter og et formidlingskoncept udvikles i samarbejde med aktørerne, site-manager, Sisimiut museum, nationalmuseet i samarbejde med Visit Greenland samt andre UNESCO heritage sites i Grønland. Det er således afgørende med tilgængelighed og information hvis man vil tiltrække flere turister til området.

Vi skal ligeledes sikre os at turismen udvikler sig på en bæredygtig måde samt at anvendelsen af området er bæredygtig.

De to primære arkæologiske hovedsites Aasivissuit nord for Kangerlussuaq og Nipisat syd for Sisimiut har lokalbefolkningen brugt gennem årtusinder. Aasivissuit som sommerbosted/camp for rendyrjagten og Nipisat som vinterbosted med fokus på de mange forskellige havdyr, fisk og fugle. Sarfannguit er det eneste beboede sted i UNESCO-området hvor fiskere og fangere fortsat udnytter områdets resurser og er således et unikt vidnesbyrd fra jagt- og fiskerihistorie.

7 arkæologiske keysites i området inklusiv Aasivissuit og Nipisat er hjørnesten i UNESCO-området. Nogle af de 7 keysites i området anvendes stadig i dag af lokalbefolkningen.

MULIGHEDER FOR ØGET TURISME

- Borgere i Sarfannguit skal være med til at definere oplevelsesprodukter for turister, da bygden på samme tid har fået markeret en vandreruten fra Arctic Circle Trail. I fremtiden forventes flere turister at besøge Sarfannguit, hvorfra der kan sejles til Sisimiut, samt snescooterture om vinteren til bygden.
- Udbygning af den eksisterende hyttekapacitet på Arctic Circle Trail
- Udvikling af turistprodukter som indebærer fiskeri, mødet med lokalbefolkningen, overnatningsmuligheder, kaffemik for turister mv.
- En vandrerute videre fra Sarfannguit til Nipisat undersøges samt andre mulige ruter.
- UNESCO-ture til Nipisat af lokale bådoperatører om sommeren
- Udarbejdelse af site specific guidelines for Nipisat øen samt udarbejdelse af community specific guidelines for Sarfannguit for at promovere disse key sites i samarbejde med AECO og lokale interessenter samt øget information til krydstogsturister.
- Uddannelse af guider så de kan bidrage til beskyttelsen af området.
- Kangerlussuaq med Indlandsisvejen ind i verdensarvsområdet promoveres som en UNESCO-tur og udvikles med udendørs formidlingskoncept med infoskilte mv.
- Qeqqata Kommuniass kommunalbestyrelse har afsat midler til at opføre en vej til Aasivissuit fra Kangerlussuaq. Vejen op til Aasivissuit vil i fremtiden give lokalbefolkningen og turister mulighed for at besøge sommerbopladsen med flere transportmuligheder.
- Lokale turismeiværksættere understøttes løbende af Arctic Circle Business i samspil med forskellige finansieringsmuligheder for opstartsvirksomheder, således lokalbefolkningen får mulighed for at drage nytte af optagelsen på verdensarvslisten.



6. INFRASTRUKTUR

En velfungerende infrastruktur og tilgængelighed af byer, bygder og seværdigheder er afgørende for vores turismesatsning. En unik natur, oplevelser udviklet af lokale turismeaktører går spildt hvis turisten ikke kan nå frem til vores destination. Derfor spiller den nationale infrastruktur en vigtig rolle for Destination Arctic Circle.

Den overordnede infrastruktur i Destination Arctic Circle udgøres af lufthavnene: Kangerlussuaq, Sisimiut samt Maniitsoq. Samt havnene: Kangerlussuaq, Sisimiut, Maniitsoq, Itilleq, Sarfannguit, Kangaamiut, Atammik og Napasoq. Forbindelser til disse bosteder er helt afgørende for at turismen i området kan vokse og udvikle sig. For at styrke den overordnede infrastruktur er det besluttet der skal anlægges en vej mellem Sisimiut og Kangerlussuaq. Dette emne behandles nedenstående under "Arctic Circle Road."

Andre forbedrende tiltag for at gøre enkelte områder og seværdigheder bedre tilgængelige bør man i strategiperioden fokusere på:

- Etablering af gangbro ved Sallinnguit/Teleøen i Sisimiut som er en populær seværdighed med kulturhistoriske fortidsminder.
- Apussuit tilgængeligheden skal forbedres, da det er svært tilgængeligt at komme op til gletsjeren, en lettere adgang herop til, vil betyde at det vil være mere attraktivt for turister, og lettere at transportere bagage udstyr m.m. op til gletsjeren
- Paradisdalen, der skal undersøges muligheder for hvordan dalen kan gøres nemmere tilgængelig, således lokale tur operatører kan begynde at tilbyde det som en tur.
- Udvikling af broløsninger i Kangerlussuaq der skal gøre unikke naturoplevelser tilgængelige

I Kangerlussuaq kan krydstogtskibene ikke komme til kajs ved den nuværende havn placeret 14 km fra Kangerlussuaq. Der er for lav vandet ved denne placering. Anlæggelse af den ny havn i Kangerlussuaq blev i 2017 indarbejdet som topprioritet i Selvstyrets sektorplan for havne. I 2017/8 blev der afsat midler til projektering af havnen af Selvstyret samt midler til selve opførelse af 3 havneanlæg i Grønland, herunder Kangerlussuaq. Havneanlægget er afgørende for Kangerlussuaqs videreudvikling af serviceringen af krydstogsturister i fremtiden.

Derfor må det snarest afklares hvilken fremtidig infrastruktur Kangerlussuaq og hele Destination Arctic Circle skal operere under. Aktørerne må have klarhed over dette da en usikkerhed i for lang tid kan holde investeringer væk i regionen.

ARCTIC CIRCLE ROAD

Arctic Circle Road vil give turister mulighed for at besøge to byer/destinationer i Grønland langt billigere end nu. Arctic Circle Road vil give mulighed for at opleve "The Big Arctic Five" (Visit Greenlands Big Arctic Five er hundeslæde, nordlys, isen, pionerfolket og hvaler) med ophold i Kangerlussuaq og Sisimiut.

Arctic Circle Road vil åbne et stort landområde op, så muligheden for en oplevelse gennem landskabet til særlige seværdigheder som UNESCO-sitet Aasivissuit og andre UNESCO relaterede seværdigheder samt gletsjeren Aqqutikitsoq, bliver gjort mere tilgængelige. Vejen

bliver således et vigtigt element i sikringen af den lokale befolknings og turisternes adgang til verdensarvsområdet.

Men det giver også mulighed for, at alle de mange eksisterende turistaktiviteter på Arctic Circle Trail kan opleves i mindre ekstreme portioner end nu. Fremover behøver vandrerne ikke vandre hele vejen fra Kangerlussuaq til Sisimiut, ligesom slædeturisten, langrendsløberen og fatbike-køreren ikke behøver tage den 160 km lange rute mellem de to steder. Fremover kan de nøjes med fx den halve distance og blive kørt i bus/bil den anden halve del.

Vejen bliver også afgørende for udviklingen af nye turistprodukter i Sisimiut – Kangerlussuaq området, hvor flere turismeoperatører i forvejen udvikler oplevelser løbende.

I forhold til at Arctic Circle Road sikrer grundlaget for hotelinvesteringer i Kangerlussuaq samt planerne om opførsel af hytter langs Arctic Circle Trail, er det målet at Kangerlussuaq tiltrækker endnu flere turister med flere og bedre senge.

Arctic Circle Road vil give investorer i Kangerlussuaq sikkerhed for fremtiden. Det vil samtidig give et kvalitetsløft i Kangerlussuaq og videre til resten af landet, når mere pengestærke og miljøbevidste turister vil vælge Kangerlussuaq i fremtiden.

ARCTIC CIRCLE TRAIL

Den 160 km lange Arctic Circle Trail mellem Kangerlussuaq og Sisimiut er på forholdsvis få år blevet en meget populær vandrerute. Antallet af vandrere er markant stigende og kom i 2018 op over 1.500. Guidebøger på engelsk og tysk om Arctic Circle Trail er blevet udgivet.

De store hytter giver gode vilkår for hundeslæder, langrendsløbere og senest fatbikekørere på ruten om vinteren. Kanocenter og Innajuattoq hytterne ligger godt, når slæder, skiløbere og cyklister om vinteren tager ruten. Det er anbefalelsesværdigt at

Nye tiltag om at benytte Arctic Circle Trail til årlige events er under gennemførelse, herunder muligheden for et årligt trailrun og et arktisk triathlon.

Arctic Circle Trails hovedrute har hidtil gået gennem Nerumaq-dalen nord for Sarfannguit, men der gøres tiltag for at få ruten ned til Sarfannguit gjort mere kendt. Således blev der i slutningen af 2000'erne opført en hytte til vandrere nordøst for Sarfannguit og fangerhytten i Utoqqaat nordvest for Sarfannguit gjort til fælleshytte. I 2017-18 er vandreruten ned til Sarfannguit afmærket med varder, og et shelter på fastlandet ved Sarfannguit er under opførelse samtidig med at Arctic Circle Business har afholdt turismeworkshop i bygden.

Driften af hytterne betales af kommunen. De 3 store hytter har toilet i hytten, mens de 8 mindre hytter, ikke har toilet. Den markante stigning i antallet af vandrere på Arctic Circle Trail har givet udfordringer for miljøet, så kommunen har afsat midler til opførelse af muldtoiletter i eller ved hytterne. Derudover er der planer om at opdatere hytternes brandslukningsudstyr.

Dertil er det målet at forbedre vilkårene for vandrerne i Arctic Circle Trail ved at tilbyde kanosejlads i Tasersuaq under turen, ved anskaffelse af kanoer. Der påregnes en udgift til indkøb af 10 nye aluminiumskanoer, redningsveste mv. på omkring 200.000 DKK.

ARCTIC CIRCLE RACE

Arctic Circle Race er verdens hårdeste langrendsløb og har været flere gange på top-10 listen over verdens mest udfordrende sportsevents. Arctic Circle Race er et ikon for den grønlandske vinterturisme. Skiløbere fra alle kontinenter i verden har deltaget. Internationale medier som engelske BBC og tyske ZDF har sendt TV-hold til Sisimiut og bragt længere TV-indslag om løbet. Arctic Circle Race har gennem alle årene modtaget kommunal støtte til løjpelægning og transport på ½ mio.kr. Det lokale erhvervsliv har gennem sponsorater i både kontanter og materiel sikret resten. Deltagerantallet har svinget mellem 100-220 deltagere.

POLAR CIRCLE MARATHON

Indlandsisvejen har siden 2001 været rammen om Polar Circle Marathon som ofte omtales "verdens mest cool maraton." Løbet foregår i Kangerlussuaq, hvor isen og sneen danner udgangspunkt for et løb fyldt med udfordringer. Der er tale om et usædvanligt og populært løb, som foregår på gletsjere og gennem en enestående natur. En del af løbet finder sted på selve indlandsisen. Eventet udbydes af Albatros Arctic Circle.

PRIVATE INVESTERINGER

Flere private initiativer og investeringer er nødvendige, hvis Destination Arctic Circle skal blomstre som turistdestination. Investeringer i turismen relaterer sig til udvikling af nye oplevelser, indkøb af udstyr, udgifter til kompetenceudvikling indenfor servicegrene der relaterer sig til turistens samlede oplevelse.

Et godt og aktivt iværksætttermiljø og adgangen til risikovillig kapital er afgørende for tilblivelsen af nye projekter.

Arctic Circle Business formidler iværksætteres muligheder for at skaffe finansiering til deres turismereleterede erhvervsprojekter, gennem støtteordninger som Greenland Business administrerer:

- Produktudvikling (op til 50% refusion) (maks. 300.000kr.);
- Eksportfremmende aktiviteter (100% refusion) (maks. 100.000kr.);
- Professionel konsulentbistand (Klippekort) (100% refusion) (maks. 25.000kr.);
- Grønlandske Fødevarer (op til 50% refusion) (maks. 300.000kr.)
- Turismeprojekter (op til 50% refusion) (maks. 300.000kr.)
- Mikrolånsordning for yderdistrikter (maks. 100.000kr.)

Derudover har de enkelte iværksættere kontakt til forskellige banker om finansiering samt adgang til lånemuligheder gennem Vækstfonden. Under iværksætternes forløb bistår Arctic Circle Business løbende med forretningsplaner, konceptudvikling og markedsføringsmateriale.

UDVIKLINGSPULJE

Aktørerne i Destination Arctic Circle skal udvikle deres kompetencer og udvikle deres produkter samt være tilstedeværelse på diverse rejsemesser for at gøre deres brandt kendt og finde købere til regionen. Denne udviklingspulje kan blive målrettet nicheturismeaktører da disses tilstedeværelse på specielle rejsemesser er afgørende for deres netværk og salg af ture. Derfor vil vi arbejde på at der oprettes en støttepulje på 300.000 til initiativer og projekter til turismeaktører i Qeqqata Kommunia.

Et tilskud fra puljen ville kunne betragtes som en hjælp i opstartsfasen til initiativer, der med tiden vil kunne blive økonomisk selv bærende. Støttepuljen søges finansieret af Qeqqata Kommunia og Selvstyret til at understøtte den nationale turismestrategi.



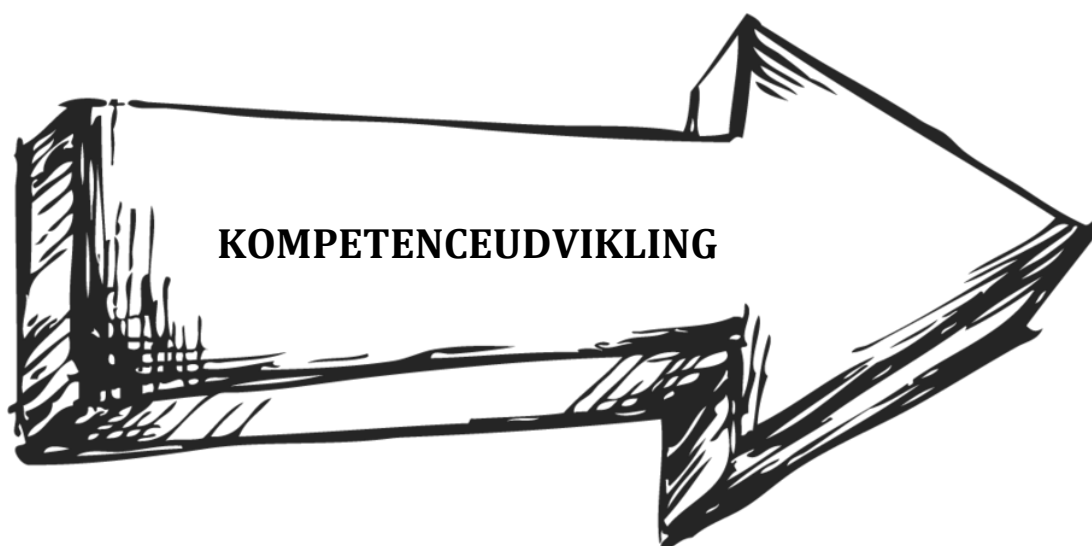
7. KOMPETENCEUDVIKLING I TURISMESEKTOREN

Qeqqata Kommunia har sat som mål at turismen skal være en langt større indtægtskilde i regionens byer og bygder. Derfor vil Destination Arctic Circle igen i strategiperioden fokusere på kompetenceudvikling i regionen, for at klæde flere lokale på således de kan blive turismeaktører. Denne lokale forankring er en forudsætning for samfundets udbytte af turismen i regionen.

Udviklingstiltag i Destination Arctic Circle skal fortsætte og udvikles i samarbejde med Campus Kujalleq, Inuili samt sprogskolen og andre relevante institutioner.

Aktører og turismeiværksættere skal have adgang til viden og kompetencer indenfor:

- Generelle servicekurser samt servicekurser med afsæt i engelsk og tysk.
- Sprogkurser der relaterer sig direkte til turisme på flere niveauer
- Guideteknik, kultur og historieforståelse, storytelling
- Produktudviklingworkshops
- Online tilstedeværelse, salg/markedsføring,
- Økonomistyring, regnskabsforståelse
- Udvikling af forskningsbaseret guidemateriale. Udbyde arktiskurser for guiderne.
- Samarbejde med journalistik på Ilisimatsarfik eller med Visit Greenland som har onlinekurser om Grønland for guider - mulig samarbejdsflade med forskningen.
- Erhvervsduelighedskurser skal udbydes i samarbejde med Søfartsskolen.
- Forståelse for begreber anvendt i UNESCO verdensarvsregi



8. VISITORCENTRE I DESTINATION ARCTIC CIRCLE

Naalakkersuisut har foreslået at optimere turistoplevelsen med formidling af seværdigheder, baggrundsviden med afsæt i regionale visitorcentre.

Destination Arctic Circle har 3 kraftcentre i forhold til turismen. Hver især har stederne styrker ved at tilbyde turisterne unikke oplevelser. Der er dog modtaget mangelfuldt materiale om forundersøgelserne og rapporten af de foreslåede koncepter for de kommende visitorcentre, hvorfor strategi-afsnittet forventes videreudviklet efter dialog med aktørerne, Qeqqata Kommunia og Selvstyret.

Aktørerne i Destination Arctic Circle har under forskellige seminarer om oplevelsesøkonomi og turisme blevet enige om at der mangler generel turistinformation til ankommende gæster. Det er derfor vores anbefaling at man etablerer visitorcentre/turistinformationscentre i Destination Arctic Circles 3 knudepunkter:

UNESCO – SISIMIUT MUSEM UDBYGGES SOM VISITORCENTER

Sisimiut museum fungerer i dag som udstillingsvindue for forskellige historiske udstillinger og har mange besøgende. I 2018 havde museet 9.051 besøgende hvoraf lokale besøgende udgjorde 1.642. Museet har ligeledes planer om at tilbyde udstillinger relateret til Aasivissuit – Nipisat. Museet kunne få udbygget faciliteter og bygninger til visitorcenter formålet. Dette afklares med Qeqqata Kommunia om en udvikling af koncept.

KANGERLUSSUAQ VISITORCENTER

Kangerlussuaq er med sine mangeartede oplevelsesprodukter en veletableret turismedestination med 15 selvstændige aktører. Turister der ankommer til Kangerlussuaq, har behov for grundlæggende informationer om deres muligheder. Indlandsisvejen og Russel gletsjer er velbesøgte seværdigheder, således er det estimeret at der i 2018 var 15.000 ture ind til indlandsisen samt gletsjeren. Dette forhold i samspil med det planlagte byggeri af en ny havn tegner grundlaget for at interessen og kundegrundlaget for et visitorcenter i Kangerlussuaq tæt på Indlandsisen som er en del af UNESCO-området. Der kan være flere muligheder i relation til at udvikle et koncept der omfatter Kangerlussuaqs rige dyreliv samt den omfattende klimaforskning der stadig finder sted i området, hvor det tænkes at forskningsresultater kunne blive formidlet i samarbejde med forskere i området.

HVAL – VISITORCENTER

Qeqqata Kommunia arbejder aktivt for at etablere et hvalmuseum i Maniitsoq. Dette hvalmuseum skal være turistens indgang til et univers af kultur og fangsthistorie som bliver formidlet med forskellige udstillinger i samarbejde med Maniitsoq museum og private aktører. Maniitsoq skal udvikles til at blive Grønlands mest oplagte destination for at opleve hvaler og hvalfangst. Turismæssigt arbejdes der hen imod at få opbygget et bæredygtigt hvalmuseum som skal sætte Maniitsoq på grønlandskortet for turister, som i den forbindelse også fungerer som et visitorcenter. Museet og turistoperatører i sammenhæng vil kunne byde på unikke kulturelle og naturoplevelser. Det vil være med til at give indblik i det grønlandske samfund og den grønlandske kultur med afsæt i visitorcentret.

9. NATIONALE SEVÆRDIGHEDER

Destination Arctic Circle har mange unikke seværdigheder, og vi lægger op til de nedenfor beskrevne områder kan blive nationale seværdigheder.



UNESCO: AASIVISSUIT – NIPISAT

Aasivissuit-Nipisat's helt enestående kulturelle landskab, som kortlægger folkevandringen og jagtgrundene mellem is og hav, mere end 4500år tilbage.

En vej mellem Sisimiut og Kangerlussuaq, omtalt tidligere som under sektionen Arctic Circle Road. Det vil være en vital for en god infrastruktur for denne store og helt unikke UNESCO-sti. Det vil også gøre det muligt for lokale turistoperatører at tilbyde ture indenfor UNESCO. Der skal også kigges på anløbsforhold til øerne, for de key sites der ligger på øer fx Nipisat, Innap Nuua og Arajutsisut.

Bedre anløbsforhold vil også give de lokale operatører for at udbyde sejlture dertil.

INDLANDSISVEJEN

Indlandsisvejen, en grus vej, hvor turisten har den største chance for at se dyreliv, forhistoriske dyr og det grønne landskab, vandfald, og ved vejens ende: Russell Glacier og Point 660 som begge byder på 2 forskellige og betagende is oplevelser.

Der skal etableres en asfalteret vej, hvor der vil blive åbnet op for cykling, løb og andre kørselsmuligheder. Konceptet skal udvikles som en vej til Indlandsisen, hvori du kan få de fleste oplevelser på den korteste strækning, mulighederne og tilgængeligheden samt køreoplevelsen vil forbedres væsentligt ved asfaltering.

De lokale turistudbydere vil kunne tilbyde flere ture på en dag, og vil have bedre muligheder for at variere længden, varigheden af en tur, samt bane vejen for andre transportmuligheder. Det kan betyde at de lokale turoperatører vil kunne nå at servicere flere kunder og tjene flere penge.

ARCTIC CIRCLE TRAIL

Grønlands mest kendte og bedste vandrerute er en af regionens stærkeste turistattraktioner. Der er skrevet bøger om den, der er artikler fra hele verden, og der er videoer om det på nettet.

Trailens infrastruktur kan forbedres ved at gøre hytterne mere egnet til vandrernes brug af det, som hovedsagelig er tag over hovedet til natten. Kanoer til Tasersuaq, så vandrerne har mulighed for at sejle på Tasersuaq og variere deres tur. Der skal findes bedre løsninger på håndtering af affald og ekstremiteter, for at videreudvikle trailen og forbedre den samlede oplevelse.

Dens nuværende koncept, som vandring fra bygd til by, fungerer godt og trailen har i de seneste år oplevet en stor stigning i antallet af vandrere.

Trailen giver indtægter til mange af de lokale butikker og turoperatører, da mange af turister køber forsyninger til turen, overnatninger ved ankomst, og køber ture.

ARNANGARNUP QOORUA (PARADISDALEN)

Mennesker har gennem tusinder af år i sommertiden flyttet til indlandet og paradisdalen for at jage rensdyr og fiske ørreder. Det giver et tydeligt billede af, hvordan livet udspandt sig i dalen langt tilbage i tiden, der kunne udvikles guidematerialer med kobling til Paradisdalen.

Der skal undersøges muligheder for hvordan dalen kan gøres nemmere tilgængelig, således lokale tur operatører kan begynde at tilbyde det som en tur.

Konceptet for dalen, er at vise sommertiden gennem tusinder år, eventuelt åbne det op for trofæjagt og lystfiskeri, således du sælger produktet med en ekstra dimension i det forhistoriske.

Maniitsoqs turisme er under udvikling og de har nogle fantastiske områder, som denne, evighedsfjorden og Apussuit. Udvikling af denne seværdighed vil give flere muligheder for lokale i Maniitsoq at udvikle turismebeskæftigelsen i Maniitsoq.

KANGERLUSSUATSIAQ (EVIGHEDSFJORDEN)

Evighedsfjorden er en populær seværdighed som er velbesøgt af krydstogtskibe.

Fjordens landskab veksler mellem meget stejle kystpartier og en lang række gletsjere, hvoraf flere kælver i fjorden, mens andre er hængebræer, som afsmelter højt oppe på fjeldsiderne. Sejlture herinde er helt unikke, smukke og fantastisk for fotografering. Denne seværdighed skal promoveres og markedsføres hvor de gamle fortællinger om habakuk indgår i seværdigheden.

Arbejdet med at kortlægge fjordens bund og sø opmålingernes resultater skal videreformidles i regionen, således interesserede udbydere af ture.

APUSSUIT

Der er unikke muligheder for ski, snescooter og andre sneaktiviteter hele året ved gletsjeren.

Konceptet som seværdighed skal omhandle sneaktiviteter, da dette vil kunne gøres hel årligt her og der er rigt med skønne naturomgivelser.

Tilgængeligheden skal forbedres, da det er svært tilgængeligt at komme op til gletsjeren, en lettere adgang herop til, vil betyde at det vil være mere attraktivt for turister, og lettere at transportere bagage udstyr m.m. op til gletsjeren.

AQQUTIKITSOQ

Aqqutikitsoq har et utrolig smukt område og fabelagtig udsigt, med sne hele året rundt, og danner rammen for en stor legeplads for adventureturister og folk med kærlighed for snerelaterede aktiviteter, hvilket skal danne konceptet for stedet.

Om vinteren kan lokale forholdsvis nemt komme ud til Aqqutikitsoq med snescooter, men det mest optimale for stedet, vil være at have en vej ud til attraktionen, således man vil kunne understøtte helårs turisme på gletsjeren, og gøre det nemmere for lokale operatører at tjene penge på det.

SALLINNGUIT (TELE-ØEN)

Sallinnguit rummer mere end 4000 års historie, og er meget tæt på Sisimiut. Der er flotte ruiner og grave al dette fra forskellige folkefærd gennem tiden.

Konceptet kan udvikles i samme stil som UNESCO sitet Aasivissuit Nipisat. Der skal fortælles levende historier og fremvise hvordan grønlandere gennem tusinder år har levet.

En gangbro gennem området, ud til de 10 sites, vil betyde at alle turister lettere vil kunne opleve Sallinnguit ruinerne, og med nye skilte der visualiserer de kulturhistoriske minder, så vil det blive lettere for lokale aktører at tilbyde ture til halvøen.

10. MARKETING

Rejsende adventure turister vælger i højere grad kulturelle oplevelser udover oplevelser der giver et adrenalin kick. Derfor skal user generated content i fokus, det vil være stærkt, idet udefrakommende lettere vil kunne se hvad den lokale oplevelse er, da de er med til at skabe markedsføringen. Destination Arctic Circle skal have guidelines for hvor regionen markedsføres samt hvor vi kommunikerer fra. Markedsføringen og branding skal være tydelig i forhold til hvor vi laver B2C og B2B markedsføring. Et øget fokus på at udvikle bæredygtig turisme, adventureprodukter, at gøre det lettere at få overblik over produkter og turkøb skal prioriteres. Der skal være en større online tilstedeværelse, via facebook og instagram. De sociale medier skal målrettes efter Visit Greenlands primære markeder, og have user created content. Hjemmesiden for Destination Arctic Circle skal fornys, så den skaber værdi for de lokale turismeselskaber og turisterne. Der skal i samarbejde med de lokale operatører findes en løsning for, at de kan blive mere synlige på Online Travel Agency'er (OTA), Guide-to-Greenland og Tripadvisor. Messerne skal opprioriteres, således vi kan arbejde på at få flere rejsebureauer til at sende turister til regionen.

ONLINE KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING

Destination Arctic Circle fokus skal skiftes fra B2B til et mere B2C, dette skal ske ved at hjemmesiden ændres til B2C indhold, mens de vigtigste B2B sider beholdes. Hjemmesider for lokale aktører er vigtigt, da søgemaskiner som Google fokuserer stærkt på lokale resultater, hvilket gør et aktivt websted endnu vigtigere, for de mindre lokale virksomheder. De sociale medier skal baseres mere på user generated content.

HJEMMESIDER

Arcticcircle.gl havde i 2018, ialt 2299 gæster, og hvoraf ca. 60% gik ud efter havde set den side hvorpå de kom ind, uden at trykke på noget. Gennemsnitstiden for besøgende på siden, er på 1 min. og 16 sek, og de ser 2.37 sider i gennemsnit. Dette fortæller tydeligt at besøgende på siden, ikke finder det de leder efter. Siden skal gøre det overskueligt for allerede interesserede, at finde mulige oplevelser, overnatning og andre værdifulde informationer for turister. Det vil være med til at styrke dens search engine optimization (SEO), og det vil være et analytisk redskab, hvori vi kan fortælle de enkelte operatører hvor mange besøgende vi har sendt videre til dem, hvilke oplevelser der bliver kigget mest på, og registrere antallet af besøgende der kommer på hjemmesiden.

I dag har 70% af aktørerne i destinationen aktive hjemmesider, vi vil arbejde for, at alle aktører skal have en aktiv hjemmeside, aktørerne skal have konkret vejledning og støtte i at opsætte, tekstforfatte og opretholde den rette online tilstedeværelse.

SOCIALE MEDIER

Regionen skal skabe noget fokus omkring hashtags, for at udvide vores følgeskare, forstærke brandet, målrette markedet, skabe synlighed for det content man laver, forbedre SEO og meget mere. Det er en billig og tillidsfuld markedsføring af regionen. Aktørerne, lokalbefolkningen, samt turisterne skal være med til at tage ejerskab over hashtags.

Hashtagget, som skal skabe user generated content. Hashtags skal formidles tydelig og klart ud til aktører og lokalbefolkning. Dette skal gøres via en kampagne. Visit Greenland's primære markeder, er Danmark, Nordamerika (USA & Canada), Tyskland, Frankrig og Storbritannien, samt Taiwan og Kina. Disse primære markeder, er dem vi vil vende vores sociale medie indhold mod, således vi får afledte synergieffekter via Visit Greenlands markedsføring.

ONLINE NYHEDSMEDIER

En tæt dialog med Visit Greenland, kan hjælpe med at al regionens nyeste og mest relevante nyheder kommer i deres newsletter, som har en bred rækkevidde. Der skal laves pressemeddelelser til de nationale medier når der er noget af nyhedsværdi, for at skabe national opmærksomhed på regionen.

ONLINE TRAVEL AGENCY (OTA)

OTA'erne Guide to Greenland og Tripadvisor, skal gøre det lettere for de lokale adventure virksomheder, at sælge ture til turisterne i et B2C forum. Dette skal være med til at skabe mere indtjening for den lokale aktør, mens det på samme tid vil gøre det lettere for turisten at finde lokale oplevelser.

FYSISK KOMMUNIKATION OG MARKEDSFØRING

B2B markedsføring skal primært foregå ved fysisk at være til stede ved relevante begivenheder, der skal arbejdes på at gøre destination mere venlig for udefrakommende, forhøje informationsniveauet for vandrere, udpege selfie spots, og øge fokus på storytelling på informationstavler.

FAM & PRESSE TRIPS. OG NETVÆRKSMØDER

I samarbejde med Visit Greenland, skal vi sikre os at rejsebureauer og journalister føler at de får en service og et informationsniveau, der vil fange deres interesse og sende turister hertil, og sende journalister hertil for at skrive om regionen. Der skal så vidt mulig prioriteres at deltage til de netværksmøder regionen bliver inviteret til, hvor der er rejsebureauer inviteret.

MESSER

Messer er steder for at møde de mange rejsebureauer i verden. Messer er med til at give os et bedre indblik i hvad turister efterspørger, de er med til at hjælpe os skabe produkter som mangler, og til messerne har vi mulighed for at markedsføre regionen og nye produkter.

Deltagelse til messer er derfor vigtig, hvis man ønsker at flere rejsebureauer får åbnet øjnene op oplevelser i regionen. Det er et stærkt sted at lave B2B markedsføring, og hjælpe de mindre operatører med at få kunder. DAC vil sigte efter at kunne deltage fast til disse:

Adventure Travel World Summit - ATWS^[2]

Adventure Travel Trade Association (ATTA) er den internationale paraplyorganisation for adventure travel operatører og destinationer, de arrangerer årligt ATWS. Deltagelse til ATWS vil være med til at skaffe en know-how og inspiration, inden for adventure turismen som kun fås her, det vil DAC bringe videre til regionen og aktørerne. Der deltager mere end 600 virksomheder til ATWS.

Vest Norden Travel Mart^[3]

Vestnordisk råds rejsemesse, tiltrækker rejsebureauer som er interesserede i at de nordiske lande. I 2018 kom der 174 købere til VNTM, og der gør det tilgængeligt for os at snakke med rejsebureauer som er interesserede i at sende kunder til Grønland.

Deltagelse i turisme og erhvervs fremstød

Der er årlige erhvervsfremstød med forskellige temaer år for år. Delegationsrejser til forskellige dele af verden kan give gode muligheder for eksponering. Derfor vil Destination Arctic Circle for hver gang vurdere den konkrete invitation. Som eksempel er det kinesiske adventuremarked stigende, hvor DAC deltog i Kina fremstødet i 2018, som Naalakkersuisut arrangerede sammen med den danske ambassade.

Mid Atlantic^[4]

Icelandair's årlige rejsemesse er en relevant rejsemesse for aktørerne i Qeqqata Kommunia. Rejsebureauerne der deltager, har en god interesse i adventure rejsende. Andre regioner fra Grønland deltager i denne rejsemesse. Deltagelse til Mid Atlantic giver god mening, da rejsebureauerne der deltager, har interesse inden for adventure turisme, hvor kommer mange købere.

Seatrade Cruise Global

Grønlandske aktører deltager i stigende grad i messen, og med den stigende interesse for Destination Arctic Circles forskellige anløbssteder, er det vigtigt at regionen markedsfører hvilke oplevelser turister kan få hos aktørerne. Derfor er det strategisk vigtigt at deltage i krydstogtsindustriens mest betydningsfulde arrangement, der forener Seatrade Cruise Globals 11.000 aktører.

SKILTE

Pile og informationsskilte skal være med til at gøre det destination mere turisme venlig. Pile skiltene skal have internationale symboler, så vi sikrer os at alle folk uanset sprog ville kunne forstå det. Informationsskiltene skal være med til at øge sikkerheden ved vandrerruter, og ved seværdigheder. Der skal være fokus på storytelling og fakta, med kort tekst, # og billeder.

SELFIE SPOTS

Alle selfie spots der på ovenstående sektion, Adventure Turisme, er omtalt, skal sættes ind i et digitalt kort, med regionens valgte #, kortet skal være printvenlig.

Dette skal formidles ud til relevante aktører, Visit Greenland og DAC's hjemmeside. Det vil gøre det lettere og sjovere for turisten at finde turer og steder der ønsker at tage til.

BRANDING

Det er vigtigt, at aktørerne i området samles om at kommunikere til turisterne og at det bliver lettere for turister at finde information.

“Rough, Real, Remote” har været i brug siden 2011. Aktørerne, kommunen, og ACB har ønsket en rebranding. Arctic Circle Business har påbegyndt arbejdet med dataindsamling hos det private erhvervsliv,, hvilket skal gøres færdigt i 2019. Rebrandingen skal omfatte hele Qeqqata Kommunia, flere erhvervsgrene og ikke et rent turismebrand. I strategiens periode skal det kommende brand udarbejdes og implementeres og bruges aktivt af aktørerne.

11. TURISME STATISTIK

Visit Greenlands analyse, påpeger også at det er svært at vurdere om turismeudviklingen er positiv eller negativ i løbet af 2017 i Qeqqata Kommunia^[5].

Det er hovedsageligt krydstogts- og overnatning statistikken der kan bruges, men overnatnings statistikken tager ikke hensyn til de mange vandrere der er i regionen.

Visit Greenland påbegyndte i 2016 et samarbejde med Destination Arctic Circle, for at komme frem til et mere nøjagtigt tal på de to parametre: Total turismeomsætning samt antal turistovernatninger. Med fokus på Kangerlussuaq. Med samarbejdet som 'pilot' var det Visit Greenlands plan at udrulle regions-specifikke samarbejder for at få større viden om turismegenereret omsætning og overnatninger.

Da Grønlands Statistik kun opgør en by særskilt, satte Visit Greenland, Arctic Circle Business og Qeqqata Kommunia sig i starten af 2017 for at få undersøgt antallet af turister i Kangerlussuaq. Et særskilt udtræk fra Grønlands Statistik for 2016 viste at Kangerlussuaq stod for den største del af turismen i Qeqqata. De nærmere undersøgelser viste, at der var nogle mangler pga. manglende indrapportering fra både store og små overnatnings- og turismeoperatører. De mange små aktører med turister i hytter ved ørredelve og på trofæjagtsture indgik ikke de officielle turisttal fra Grønlands Statistik. Undersøgelsen viste, at der i Kangerlussuaq var mere end 10.000 flere udenlandske overnatninger end de til Grønlands Statistik indrapporterede 17.000. Samlet var der således ikke kun 27.000, men 37.000 overnatninger som følge af manglende indrapporteringer.

Der skal arbejdes på:

- Udvikling af statistik indenfor hver region skal være mere dybdegående der tegner et reelt billede af turismeudviklingen.
- Destination Arctic Circle vil igennem Grønlands destinations marketing organisationers samarbejdsgruppe, få klarlagt hvordan vi lettest og bedst muligt får indsamlet data, som viser turismeudviklingen i regionen. Data fra sociale medier, hjemmesider, spørgeskema-undersøgelser, vandreturister og turisme statistik fra hoteller og operatører, ift. hvor mange der har været, og hvilke aktiviteter og overnatningsmuligheder der er mest populære.

- [1] [Adventure Travel News](#)
- [2] <https://www.adventuretravel.biz/events/summit>
- [3] <https://www.vestnorden.com>
- [4] <https://midatlantic.icelandair.com/about>
- [5] <http://www.tourismstat.gl/resources/reports/da/r19/Qeqqata%20Turismerapport%202017.pdf>