

Online survey
september 2021

i samarbejde med
Greenland Travel



Indholdsfortegnelse

Indledning	s. 2	Sp. 21: Hvor mange penge brugt pr person – hele rejsen	s. 24
Executive summary (1)	s. 3-4	Sp. 22: Hvor mange penge brugt pr person pr dag	s. 25
Spørgsmål 2: Alder	s. 5	Sp. 23: Hvad der har inspireret til at besøge GL	s. 26
Sp. 3: Bopælsland	s. 6	Sp. 24: Hvilke andre destinationer der også blev overvejet	s. 27
Sp. 4: Bostedstype	s. 7	Sp. 25: Den allerbedste oplevelse i GL	s. 28
Sp. 5: Uddannelsesniveau	s. 8	Sp. 26: Negative oplevelser i GL	s. 29
Sp. 6: Indkomstgruppe	s. 9	Sp. 27: Hvordan lokales gæstfrihed oplevedes	s. 30
Sp. 7: Ferierejser i udlandet	s. 10	Sp. 28: Om der oplevedes sprogvanskeligheder	s. 31
Sp. 8: Bookingvaner ift. rejser	s. 11	Sp. 29: Tilfredsheden med rejsen som helhed	s. 32
Sp. 9: Første associationer om Grønland	s. 12	Sp. 30: Det bedste minde fra Grønland	s. 33
Sp. 10: Identifikation med VG's 3 hovedsegmenter	s. 13	Sp. 31: Hvor mange der gerne vil besøge GL igen	s. 34
Sp. 11: Om de har besøgt Grønland	s. 14	Sp. 32: Overvejelser om at besøge GL (ikke-tidligere-GL-turister)	s. 35
Sp. 12: Hvordan de ankom til Grønland	s. 15	Sp. 33: Hvornår potentielle turister vil besøge GL	s. 36
Sp. 13: Feriedage tilbragt i Island på rejsen til GL	s. 16	Sp. 34: Hvilken årstid potentielle turister vil besøge GL	s. 37
Sp. 14: Antal overnatninger i Grønland	s. 17	Sp. 35: Hvilke typer turismeoplevelser der efterspørges	s. 38
Sp. 15: Regioner tilbragt mindst én overnatning i	s. 18	Sp. 36: Hvordan rejsen til GL forventes at bookes	s. 39
Sp. 16: Typer overnatningssteder anvendt	s. 19	Sp. 37: Hvilken type overnatningssted er foretrukket	s. 40
Sp. 17: Hovedårsagen til at besøge Grønland	s. 20	Sp. 38: Hovedårsag til at ville besøge GL (1. gang)	s. 41
Sp. 18: Mest købte turismeprodukter	s. 21	Sp. 39: Ting der afholder potentielle turister fra at besøge GL	s. 42
Sp. 19: Hvor længe før rejsen transport og overnatning bookedes	s. 22	Sp. 40: Ting der kan få skeptikere til at skifte mening	s. 43
Sp. 20: Hvordan rejsen blev booket	s. 23	Turismens aftryk på Grønlands økonomi	s. 44

Mapping interviews - segmenter

Visit Greenland foretager normalt fysiske interviews med turister i Grønland med jævne mellemrum. Den sidste omgang var i sommeren 2017 hvor de daværende praktikanter Liz Cooper og Anna Burdenski interviewede 292 landbaserede turister og 88 krydstogtturister, fordelt over alle 6 turismeregioner i Grønland.

Før det tidspunkt var der blevet interviewet i alt 437 turister i løbet af perioden 2021-2015. Disse interviews er blevet benævnt 'mapping interviews', fordi de primært har skullet kortlægge turisternes segment-tilhørsforhold ifølge Visit Greenlands 12-delte segmenteringsmodel udviklet i 2013.

Covid-19 krisen forhindrede fysiske interviews

Det var planlagt at foretage en ny omgang fysiske interviews med turister i Grønland i løbet af sommeren 2020, men som bekendt udfoldede den globale Covid-19 pandemi sig hen over både 2020 og 2021 højsæsonerne, og derfor kunne VG ikke foretage de fysiske interviews.

Online survey i samarbejde med Greenland Travel

Da det stod klart at det ikke var farbart at interviewe turister i Grønland i løbet af sommerhøjsæsonen 2021, eftersom også denne sæson var alt for påvirket af Covid-19 til at der kunne indsamles valide og repræsentative data, blev det besluttet at forsøge med online interviews i stedet.

Heldigvis var Greenland Travel åben for et samarbejde herom, eftersom de blandt deres nyhedsbrevsmodtagere har en del tidligere Grønlands-turister. Via survey'en fik vi dermed både adgang til potentielle turister der ikke har besøgt Grønland – samt tidligere Grønlands-turister.

Antallet af deltagende respondenter var overraskende stor med 3.610 på den

dansksprogede version, 2.206 på den engelsksprogede og 687 på den tysksprogede.

På den dansksprogede gennemførte 3.100, hvoraf 2.157 respondenter (69,6%) har besøgt Grønland. På den engelsksprogede gennemførte 2.034, hvoraf 623 (30,6%) har besøgt Grønland. På den tysksprogede gennemførte 633, hvoraf 180 (28,4%) har besøgt Grønland. Så godt halvdelen af alle respondenter har besøgt Grønland.

Simplificeret 3-delt segmenteringsmodel

I Q3-2021 fik VG færdigudviklet en ny og simplificeret version af den oprindelige segmenteringsmodel. Hvor den oprindelige har 12 segmenter, delt op efter 'Kultur vs Kultur+Natur vs Natur' på den ene akse, og engagementsniveau, delt op efter 'Observation vs Interaktion vs Total fordybelse' på den anden akse (se tourismstat.gl/turister), opererer vi nu med kun 3 hovedsegmenter: Soft Adventurer, Immersive Adventurer og Ultimate Adventurer – som er delt op efter en kombination af interessefokus og engagementsniveau. De oprindelige 12 segmenter er 'embedded' i modellen og optræder nu i stedet som 'personaer'.

Den 12-delte er god i akademisk sammenhæng, mens den simplificerede 3-delte model er mere operationel. Læs mere om den simplificerede model på vg.gl/simpl_seg.

Hovedresultater fra hvert spørgsmål gennemgås

På de næste sider vil vi gennemgå hvert spørgsmål ét for ét, hvor vi sammenligner resultater fra de 3 sprogversioner, og derefter tilføjer relevante kommentarer ift. om resultaterne i det store hele bekræfter vores tidligere indsamlede data, om der er signifikante forskelle eller udviklinger i tendenser eller andre relevante perspektiver.

Executive summary (1)

Bekræfter overordnet set tidligere indsamlet data

Overordnet set bekræfter 2021 survey'en tidligere indsamlet data, og dermed valideres vores data og teser om målgrupperne/segmenterne yderligere. Nogle ting kan vi dog se adskiller sig, bl.a. større præference for overnatningstypen airbnb, men eftersom vi ikke har spurgt de respondenter der har besøgt Grønland om årstallet for deres besøg, kan vi desværre ikke tilskrive det en tidslinje. Retrospektivt skulle vi have spurgt til årstallet for rejsen.

Tema 1: Demografi

For DA respondenter har vi fået fat i en 'skæv' gruppe mht. aldersfordeling. Der er en kraftig overrepræsentation af ældre aldersgrupper, hvilket åbenbart giver tendens til at skubbe resultaterne i en mere 'konservativ' retning mht. rejsevaner, præferencer, osv. For EN og DE respondenter har vi et mere repræsentativt sample. For alle respondenter er der en vis overrepræsentation af folk med længerevarende uddannelser og indkomst lidt over gennemsnittet, hvilket bekræfter tidligere indsamlet data – og som giver fint mening ift. Grønlands 'traditionelle' målgrupper.

Tema 2: Generelle rejsevaner

For alle 3 sprogversioner ser vi at de fleste typisk tager 2-4 udlandsrejser årligt. De fleste sammensætter selv deres rejser og køber dem direkte online hos udbyderen, dog er DA respondenter mere tilbøjelige til at købe gennem rejsebureau, hvilket bl.a. hænger sammen med at vi har fat i et ældre sample end EN og DE.

Tema 3: Segmentering

Vi lægger i Segmentering afsnittet ud med at spørge til respondenternes første associationer om Grønland, hvilket ikke overraskende hovedsagelig er den smukke og storslåede natur, naturfænomener, naturbaserede oplevelser, det imødekommende og smilende folk, samt en mere abstrakt følelse af frihed og ro.

Fordelingen af vores 3 hovedsegmenter fordeler sig mere eller mindre som i tidligere interviews i Grønland, med ca. 19% Soft Adventurers, 64% Immersive Adventurers og 17% Ultimate Adventurers.

Tema 4: Transport & logistik

Disse spørgsmål er selvfølgelig forbeholdt respondenter der tidligere har besøgt Grønland. DA respondenter rejste ikke overraskende langt overvejende via København. For EN og DE respondenter rejste lidt over halvdelen via Kbh, resten via Island. Overraskende mange fra Nordamerika rejste via Kbh. Ca. 1/3 af EN og DE tilbragte også feriedage i Island – DA kun 12%. De fleste respondenter (DA/EN/DE) havde haft 9 eller flere overnatninger i Grønland. Ca. halvdelen af alle respondenter havde overnattet i hotel. Vandrehjem var nr. 2 for EN og DE. For DA var 'familie/venner' ikke overraskende nr. 2. Krydstøgt og kahytter på Sarfaq Ittuk var klart mest populært for DE.

Tema 5: Oplevelser og produkter

Naturen og naturfænomener var hovedårsag til besøget i GL (DA/EN/DE), mens nr. 2 var 'Jeg har længe været fascineret af Grønland'. Mange finder også at Grønland har noget magi og mystik over sig, hvilket er en værdifuldt oplysning ift. markedsføringen af Grønland.

De 4 mest populære produkter (DA/EN/DE) er en god blanding af natur- og kulturbaserede oplevelser: 1) Sejlture 2) Museumsbesøg 3) Bygdebesøg 4) Guidet tur til indlandsisen.

Tema 6: Booking af rejsen samt forbrug

De allerfleste (DA/EN/DE) bookede rejsen mellem 1 og 12 måneder før rejsen, DA og EN ligeligt fordelt mellem valgmulighederne '1-3 mnd før', '3-6 mnd før' og '6-12 mnd før' – mens '6-12 mnd før' dominerer kraftigt for DE. DA bookede overvejende gennem rejsebureau, EN overvejende direkte online hos udbyderen. DE bookede primært direkte, men har en meget større tendens (end DA og EN) til at booke gennem online rejseportaler (Expedia, Kayak o.lign.).

Executive summary (2)

DA brugte ca. 20.000 kr/person på hele rejsen og ca. 770 kr/dag/person (eksl. transport og overnatning). EN og DE brugte generelt mere. På side 45 ser vi nærmere på forbrugsmønstre for at lave et estimat på turismens økonomiske aftryk på den grønlandske økonomi.

Tema 7: Subjektive oplevelser

For DA og EN er det klart 'anbefalinger fra venner/familie' der er største inspirationskilde, kendt som *word of mouth*. For DE er TV og andet visuelt indhold største inspirationskilde, sammen med rejsebøger og rejsemagasiner – som også er store for EN.

Island, Svalbard og Norge udgjorde top 3 af de andre destinationer som også blev overvejet, da respondenterne besluttede at rejse til Grønland.

Af 'bedste oplevelser i Grønland' er der ret stor enighed om 'Rejsen som helhed' var det bedste – hvilket siger noget om den store tilfredshed med destinationen. På andenpladsen ligger 'Naturen og naturfænomener' og 'Is'.

Af negative oplevelser ligger 'Myg, 'Affald i by og natur' og 'Synlige sociale problemer' øverst.

Grønlandske borgere opfattes som overordentlig gæstfrie, dog synes nogle få at lokale kan virke generete – sandsynligvis pga. sprogbarrierer.

Grønland scorer meget højt på 'Tilfredsheden med rejsen til Grønland'. DA: 4,78, EN: 4,80 og DE: 4,62. I 2012-2015 interviews var den 4,57, og i 2017 4,67.

Af 'Bedste minder' er det først og fremmest 'Rejsen som helhed', naturen, specifikke ture samt mødet med lokale.

Tema 8: respondenter der ikke har besøgt Grønland

Af de respondenter der endnu ikke har besøgt Grønland havde næsten alle lyst til at besøge Grønland, hvilket igen giver mening eftersom de er rekrutteret via medier der har Grønland som tema, og at vi har udloddet et rejsegavekort til Grønland. Der er ret stor enighed på tværs af de tre sprogversioner om hvornår de gerne vil besøge Grønland. I gennemsnit ca. 17% 'indenfor det næste år', ca. 43% 'om 1-2 år' og ca. 40% 'om mere end 2 år'.

Ligeledes temmelig stor enighed om præference ift. tidspunkt af året: ca. 12% gerne vil afsted om vinteren, ca. 26% vil afsted i foråret, ca. 44% vil afsted om sommeren og ca. 18% i efteråret, hvilket matcher meget godt med nuværende efterspørgsel, dog lidt mindre efterspørgsel på sommer i 2021 survey'en.

De mest populære produkter (i rækkefølge) er Nordlys, Indlandsisen, Dyreliv safari, Hundeslædeture, Besøge en bygd, Vandring, Varme kilder, sejlture og Besøge vikinge/nordbo ruiner.

DA forventer hovedsageligt at købe rejsen via rejsebureau, hvor de hos EN hovedsageligt er direkte online hos udbyderen. DE forventer ligeligt de tre muligheder (rejsebureau, direkte hos udbyder, rejseportal).

DA og EN er mest 'kræsne' ift. overnatningsmuligheder, og foretrækker overvejende hotel, sekundært B&B og hotellejlighed. DE også primært hotel, men ikke så langt efter følger B&B og hotellejlighed.

Hovedårsagen til at ville besøge Grønland er samme som respondenter der har besøgt Grønland, nemlig 'Naturen og naturfænomener' og 'Jeg har længe været fascineret af Grønland' samt 'Grønland har en stemning af magi og mystik'.

For de få der ikke er interesseret i p.t. at besøge Grønland er det primært fordi det er for dyrt for dem, virker for besværligt at komme rundt i Grønland, og fordi de hellere vil rejse til varmere destinationer.

Adspurgt om der er én ting der kan få dem til at skifte mening, svarer kun meget få 'Nej', mange 'Ved ikke'. 'Ja' –sigerne ville hvis det var billigere og mere tilgængeligt.

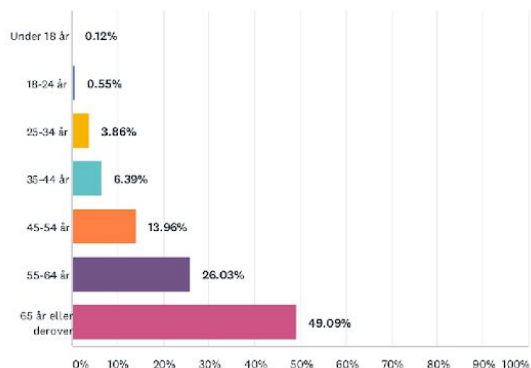
Turisternes økonomiske aftryk på Grønlands økonomi

På s. 44 omsættes de nyligt indhentede data om turisternes forbrugsmønstre til en grov tentativ beregning af turismens økonomiske aftryk på Grønlands økonomi, i et år som 2019 med 57.996 landbaserede og 46.633 krydstogtturister. Den viser et samlet resultat på over 1 mia. kr.

Sp. 2 (Sp. 1 var om samtykke til opbevaring af email-adresse): Alder

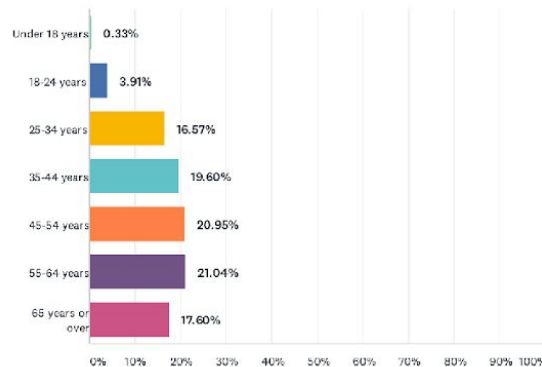
Q2 Din alder:

Answered: 3.473 Skipped: 137



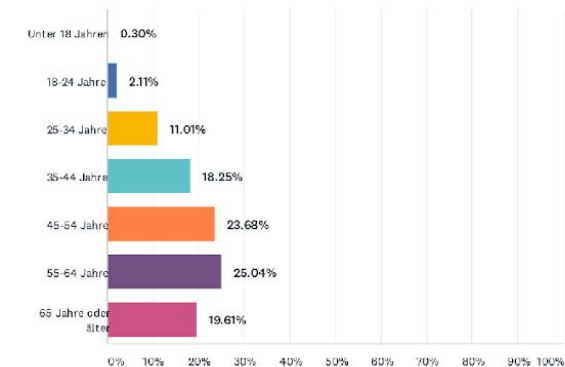
Q2 Your age:

Answered: 2.148 Skipped: 59



Q2 Ihr Alter:

Answered: 663 Skipped: 24



Overordnede bemærkninger

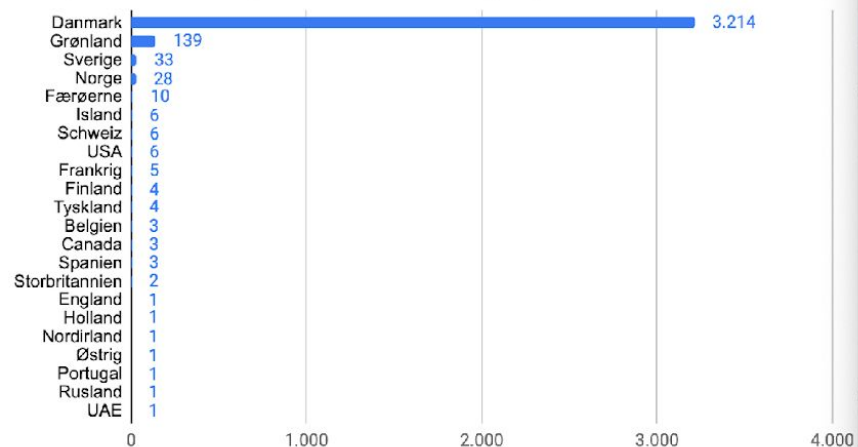
- **Dansksprogede respondenter (DA):** Pudsigt nok er ligner aldersfordelingen en perfekt eksponentiel kurve, men det er selvfølgelig et helt tilfældigt sammentræf. Eftersom de allerfleste respondenter er rekrutteret via invitation i VG's og Greenland Travel's (GT) B2C nyhedsbreve, ser det ud til at abonnenterne på de danske nyhedsbreve har en kraftig overrepræsentation af de ældste aldersgrupper
- **Engelsprogede respondenter (EN):** Fordelingen mellem aldersgrupperne er næsten ligeligt fordelt fra gruppen 25-34 år og opefter
- **Tysksprogede respondenter (DE):** Blandt disse respondenter er der en lille overrepræsentation i aldersgrupperne 45-54 år og 55-64 år

Perspektivering

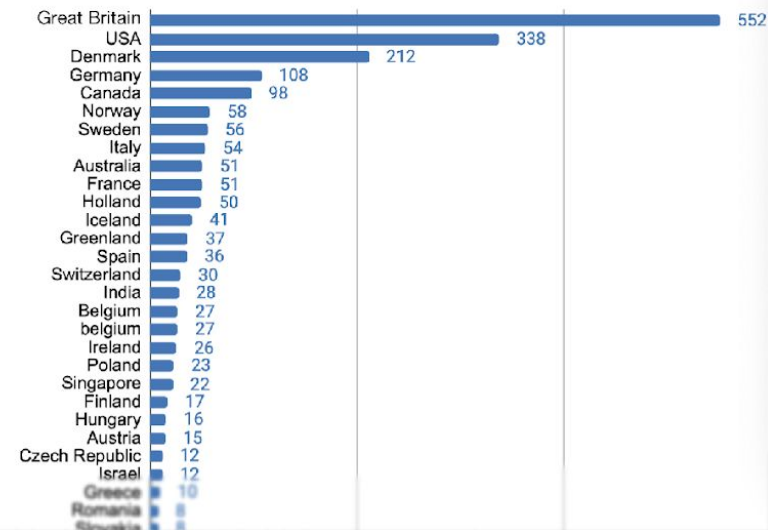
Det faktum at godt 70% af DA har været i Grønland, kan være en af forklaringerne på at de ældre segmenter er stærkt overrepræsenteret. For EN og DE er der henholdsvis 'kun' 30,6% og 28,4% der har været i Grønland, hvilket kan være en af forklaringerne på den mere balancerede aldersfordeling. I markedsundersøgelserne i DK, SE, NO, US, GB og DE i perioden 2016-18 var aldersfordelingen et repræsentativt udsnit fra starten i Ipsos' online paneler.

Sp. 3: Bopælsland

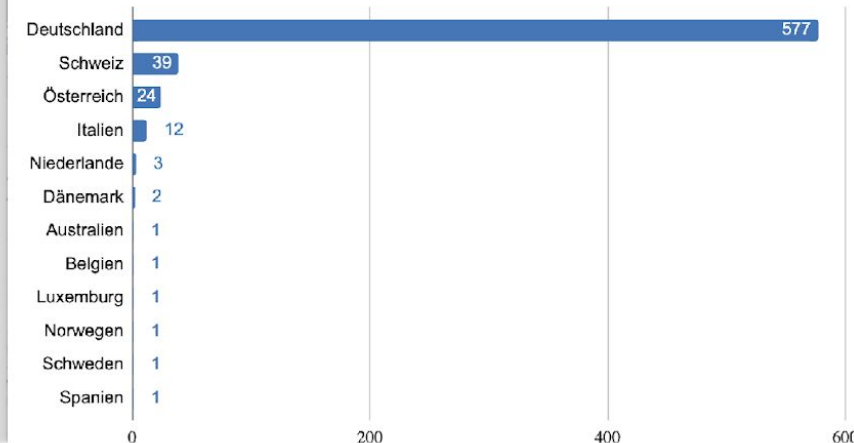
Respondenters bopælsland - dansksprogede collector



Respondenters bopælsland, engelsksprogede collector



Respondenters bopælsland, tysksprogede collector



Overordnede bemærkninger

- **DA:** Ikke overraskende er bopælslandet for næsten alle respondenter enten Danmark eller Grønland, eftersom udfyldelsen af DA survey'en kræver dansk-kundskab
- **EN:** Man må gå ud fra at dem der har taget EN survey'en enten er engelsksprogede eller i hvert fald ikke taler dansk eller tysk. Men derudover fremgår det ikke af data hvilken nationalitet de har. I survey'en er det lidt overraskende at der er 63,3% flere respondenter med bopæl i GB end i US. I 2019 var der 111,7% flere US end GB passagerer.
- **DE:** Det interessante her er hvor stor en del af respondenterne der bor i Tyskland. Man kunne måske have forventet en større andel fra Østrig og Schweiz, eftersom de proportionalt repræsenterer mere i flypassagerstatistikkerne, henholdsvis 7,6% og 20,8% af alle fra tysksprogede bopælslande (DE, CH, AT). I survey'en repræsenterer de kun henholdsvis 3,8% og 6,1%.

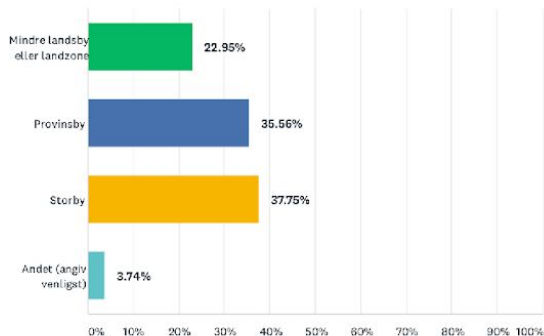
Perspektivering

Det der er interessant i sammenhæng med bopælsland er når man krydstabulerer med andre spørgsmål, såsom rejsemønstre, præferencer o.lign., hvilket vil blive gjort i et senere afsnit.

Sp. 4: Bostedstype

Q4 Din bostedstype

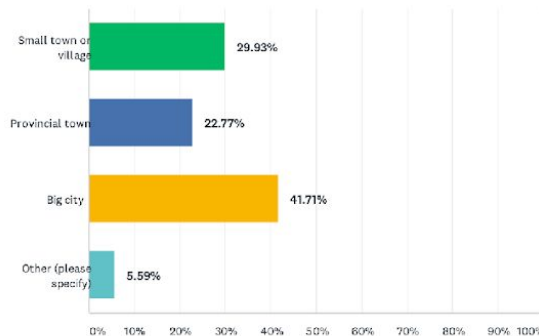
Answered: 3,473 Skipped: 137



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Mindre landsby eller landzone	22.95% 797
Provinsby	35.56% 1,235
Storby	37.75% 1,311
Andet (angiv venligst)	3.74% 130
TOTAL	3,473

Q4 Type of residence

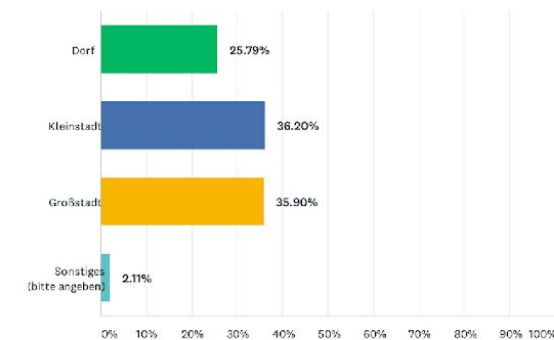
Answered: 2,148 Skipped: 59



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Small town or village	29.93% 643
Provincial town	22.77% 489
Big city	41.71% 896
Other (please specify)	5.59% 120
TOTAL	2,148

Q4 Art Ihres Wohnortes

Answered: 663 Skipped: 24



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Dorf	25.79% 171
Kleinstadt	36.20% 240
Großstadt	35.90% 238
Sonstiges (bitte angeben)	2.11% 14
TOTAL	663

Overordnede bemærkninger

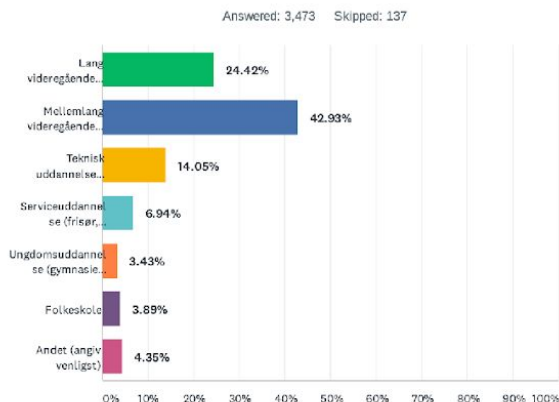
- **DA:** En mindre underrepræsentation af respondenter fra mindre landsbyer eller landzoner
- **EN:** Overrepræsentation af respondenter fra Storbyer. Overraskende at 'Mindre landsby eller landzone' gruppen er 7 procentpoint større end 'Provinsby'
- **DE:** Som DA respondenter en mindre underrepræsentation af respondenter fra mindre landsbyer eller landzoner

Perspektivering

Overordnet set er der ikke de store overraskelser, eftersom fordelingen mellem de tre bostedstype segmenter er nogenlunde ligeligt fordelt. Generelt er der en lidt større tendens til at respondenter bor i storbyer, hvilket passer med data fra vores tidligere dataindsamlings.

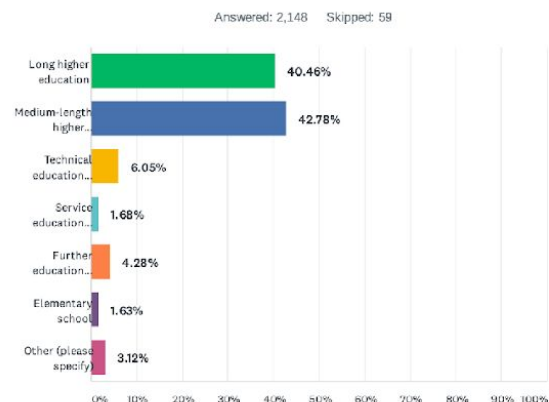
Sp. 5: Uddannelsesniveau

Q5 Dit uddannelsesniveau (færdiggjort eller igangværende uddannelse)



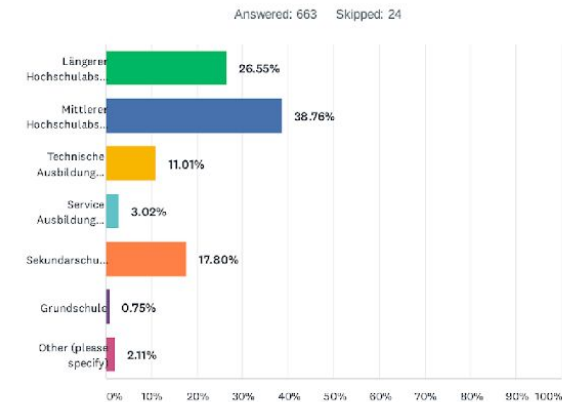
ANSWER CHOICES	RESPONSES
Lang videregående uddannelse	24.42% 848
Mellemlang videregående uddannelse (bachelor, diplom og lignende)	42.93% 1,491
Teknisk uddannelse (håndværker, tekniker og lignende)	14.05% 488
Serviceuddannelse (frisør, butiksassistent og lignende)	6.94% 241
Ungdomsuddannelse (gymnasie, HF og lignende)	3.43% 119
Folkeskole	3.89% 135
Andet (angiv venligst)	4.35% 151
TOTAL	3,473

Q5 Your education level (education completed or in progress)



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Long higher education	40.46% 860
Medium-length higher education (bachelor, diploma or similar)	42.78% 919
Technical education (craftsman, technician or similar)	6.05% 130
Service education (hairdresser, shop assistant or similar)	1.68% 36
Further education (gymnasium, HF or similar)	4.28% 92
Elementary school	1.63% 35
Other (please specify)	3.12% 67
TOTAL	2,148

Q5 Ihr Bildungsstand (laufend oder abgeschlossen)



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Längere Hochschulabschluss (Master, Promotion oder ähnliches)	26.55% 176
Mittlerer Hochschulabschluss (Bachelor, Diplom oder ähnliches)	38.76% 257
Technische Ausbildung (Handwerker/in, Elektriker/in oder ähnliches)	11.01% 73
Service Ausbildung (Frisour/in, Verkäufer/in oder ähnliches)	3.02% 20
Sekundarschulabschluss (Gymnasium, Realschule oder ähnliches)	17.80% 118
Grundschule	0.75% 5
Other (please specify)	2.11% 14
TOTAL	663

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Stor overrepræsentation af respondenter med de længste uddannelser
- **EN:** Stor overrepræsentation af respondenter med de længste uddannelser. Respondenter med 'Lang videregående uddannelser' endnu mere overrepræsenteret end for DA
- **DE:** Som DA respondenter, dog mere end 13 procentpoint større repræsentation af 'Ungdomsuddannelse' gruppen end for både DA og EN

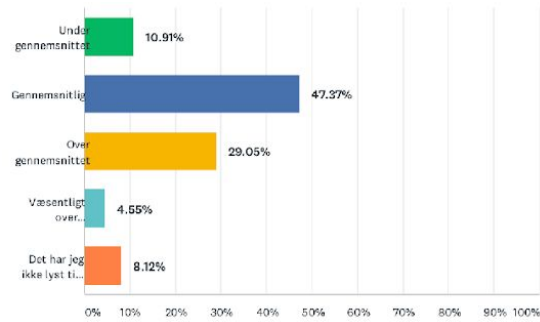
Perspektivering

Resultaterne bekræfter vores tidligere indsamlede data, der viser at interesse omkring Grønland som rejsedestination er størst blandt folk der både har lange uddannelser – og samtidig har råd til den dyre rejse (ses på næste side).

Sp. 6: Indkomstgruppe

Q6 Hvordan vurderer du selv jeres årlige husstandsindkomst?

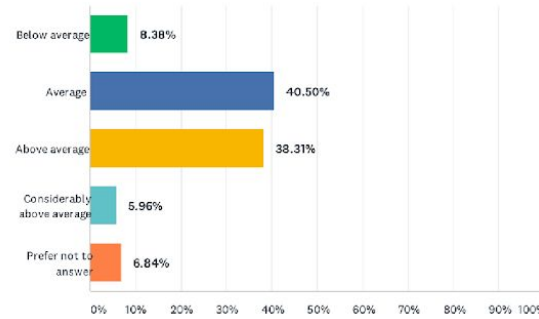
Answered: 3,473 Skipped: 137



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Under gennemsnittet	10.91%	379
Gennemsnitlig	47.37%	1,645
Over gennemsnittet	29.05%	1,009
Væsentligt over gennemsnittet	4.55%	158
Det har jeg ikke lyst til at svare på	8.12%	282
TOTAL		3,473

Q6 How do you assess your own annual household income?

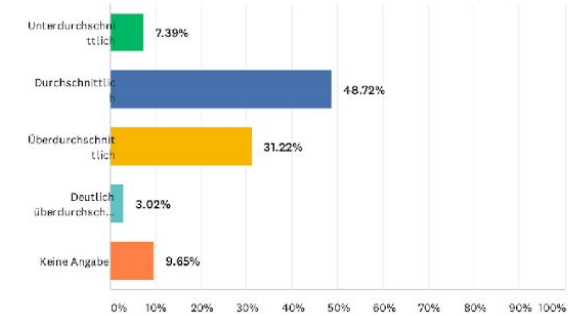
Answered: 2,148 Skipped: 59



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Below average	8.38%	180
Average	40.50%	870
Above average	38.31%	823
Considerably above average	5.96%	128
Prefer not to answer	6.84%	147
TOTAL		2,148

Q6 Wie würden Sie Ihr Haushaltseinkommen einschätzen?

Answered: 663 Skipped: 24



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Unterdurchschnittlich	7.39%	49
Durchschnittlich	48.72%	323
Überdurchschnittlich	31.22%	207
Deutlich überdurchschnittlich	3.02%	20
Keine Angabe	9.65%	64
TOTAL		663

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Stor overrepræsentation af respondenter med 'Gennemsnitlig' og 'Over gennemsnittet' indkomst (selvvurderet)
- **EN:** Stor overrepræsentation af respondenter med 'Gennemsnitlig' og 'Over gennemsnittet' indkomst – dog i endnu større grad 'Over gennemsnittet' end DA
- **DE:** Minder igen meget om sammensætningen for DA respondenter

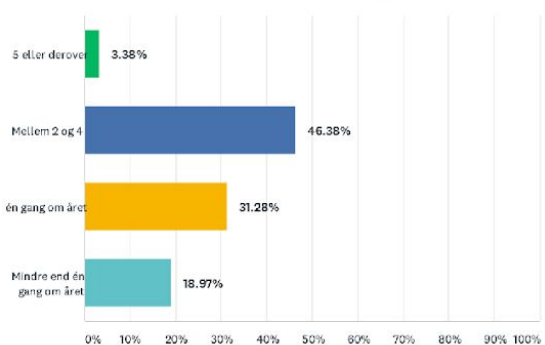
Perspektivering

Ikke overraskende har vi fat i respondenter der hovedsagelig både har længerevarende uddannelser og ligger i mellem- til højindkomstgrupperne. Det kan godt være at der er interesse blandt grupper med både kort uddannelse og lav indkomst, men de er svagt repræsenteret i denne survey – som jo primært har rekrutteret deltagere blandt nyhedsbrevsmodtagere af Greenland Travel og Visit Greenlands B2C nyhedsbreve. Det tyder på at Grønland som destination ikke er nævneværdig relevant for sidstnævnte gruppe.

Sp. 7: Ferierejser i udlandet

Q7 Hvor mange ferierejser i udlandet tager du/din husstand ca. pr. år?

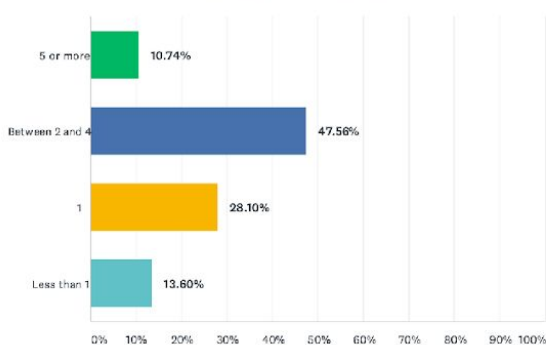
Answered: 3,437 Skipped: 173



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
5 eller derover	3.38%	116
Mellem 2 og 4	46.38%	1,594
én gang om året	31.28%	1,075
Mindre end én gang om året	18.97%	652
TOTAL		3,437

Q7 How many international holidays do you/your household take per year?

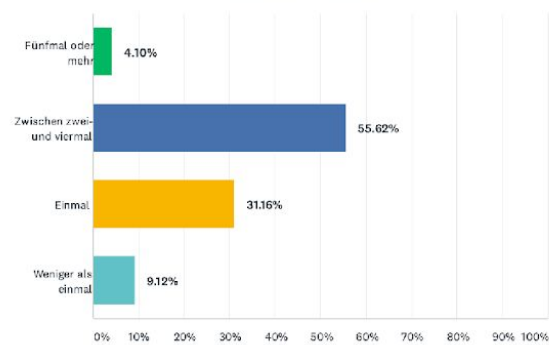
Answered: 2,132 Skipped: 75



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
5 or more	10.74%	229
Between 2 and 4	47.56%	1,014
1	28.10%	599
Less than 1	13.60%	290
TOTAL		2,132

Q7 Wie oft machen Sie pro Jahr Urlaub im Ausland?

Answered: 658 Skipped: 29



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Fünfmal oder mehr	4.10%	27
Zwischen zwei- und viermal	55.62%	366
Einmal	31.16%	205
Weniger als einmal	9.12%	60
TOTAL		658

Overordnede bemærkninger

- **DA:** At 46,4% foretager mellem 2 og 4 udlandsrejser om året kan lyde af meget, men samtidig foretager 50,3% højst én udlands-ferierejse årligt. Og 'kun' 3,4% foretager mere end 4 udlandsrejser årligt. Det er sammenlignet med DE – og særligt EN - respondenter et lavere niveau.
- **EN:** Næsten samme mønster som DA respondenter – bortset fra at hele 10,7% foretager mere end 4 udlands-ferierejser årligt
- **DE:** Sammenlignet med DA respondenter, hvor 46,4% foretager 2-4 udlandsrejser årligt, ligger DE på 55,6%. Ellers har DE og DA ift. dette spørgsmål meget samme mønster.

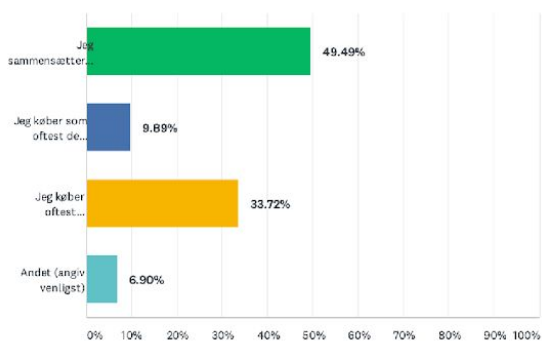
Perspektivering

2012-2015 interviews viste at 52,5% af de blandede respondenter (ift. bopælsland) foretog 2-4 udlands-ferierejser årligt. Samme tal for 2017 interviews var 59,5%. Blandt 2012-2015 respondenter foretog 14,4% mere end 4 udlandsrejser årligt. Samme tal for 2017 respondenter er 13,0%. Blandt 2021 respondenter *der har besøgt Grønland* er andelen der har foretaget mere end 4 udlandsrejser årligt en del mindre blandt DA (3,6%) og DE (7,2%) respondenter, hvorimod EN respondenter ligger på ca. samme niveau (13,2%) som 2012-2015 samt 2017 respondenter.

Sp. 8: Bookingvaner ift. rejser

Q8 Hvordan køber du som regel dine rejser?

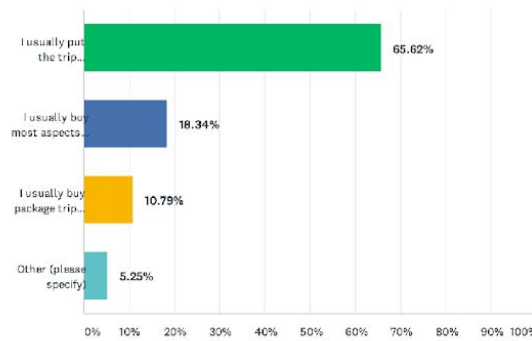
Answered: 3,437 Skipped: 173



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Jeg sammensætter oftest selv alle dele af rejsen ved at købe dem direkte online hos udbyderen (transport, overnatning og oplevelser)	49.49% 1,701
Jeg køber som oftest de fleste dele af rejsen (transport, overnatning og oplevelser) på rejseportaler som Expedia, Tripadvisor, Travelocity, Kayak o.lign.	9.89% 340
Jeg køber oftest færdigpakkeede rejser hos et rejsebureau	33.72% 1,159
Andet (angiv venligst)	6.90% 237
TOTAL	3,437

Q8 How do you usually purchase your holidays?

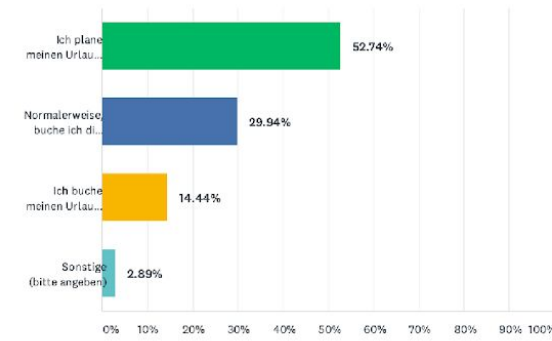
Answered: 2,132 Skipped: 75



ANSWER CHOICES	RESPONSES
I usually put the trip together myself by buying all aspects directly from the provider (transport, accommodation and experiences)	65.62% 1,399
I usually buy most aspects of the trip (transport, accommodation and experiences) on travel portals such as Expedia, Tripadvisor, Travelocity, Kayak or similar.	18.34% 381
I usually buy package trips through a travel agent.	10.79% 230
Other (please specify)	5.25% 112
TOTAL	2,132

Q8 Wo buchen Sie normalerweise Ihre Urlaube?

Answered: 658 Skipped: 29



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Ich plane meinen Urlaub selbst und buche die einzelnen Komponenten direkt beim Anbieter (Transport, Unterkunft und Aktivitäten)	52.74% 347
Normalerweise, buche ich die meisten Komponenten meines Urlaubs selbst (Transport, Unterkunft und Aktivitäten) bei Online-Reisebüros wie Expedia, Tripadvisor, Travelocity, Kayak oder ähnlichen.	29.94% 197
Ich buche meinen Urlaub normalerweise im Reisebüro	14.44% 95
Sonstige (bitte angeben)	2.89% 19
TOTAL	658

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Halvdelen af DA respondenter booker selv alle dele af rejsen online direkte hos udbyderen. En tredjedel køber pakkerejser gennem rejsebureau.
- **EN:** Væsentligt flere EN respondenter (65,6%) end DA resp. (49,5%) køber selv alle dele af rejsen online direkte hos udbyderen, og væsentligt færre (10,8%) køber pakkerejser gennem rejsebureau end DA (33,7%)
- **DE:** Lidt over halvdelen køber selv online hos udbyderen, mens kun 14,4% køber pakkerejser. Hele 30% køber dele af rejsen gennem rejseportaler (Expedia, Kayak osv.)

Perspektivering

I 2012-2015 interviews meddelte ca. 25% respondenterne at de køber færdigpakkeede rejser gennem et rejsebureau – i 2017 interviews er billedet omtrent det samme. Spørgsmålet er ikke formuleret 1:1 gennem de tre store survey omgange, men fælles for dem er spørgsmål om hvor mange der køber pakkerejser gennem et rejsebureau. I 2021 resultaterne kan vi se at det for DA respondenter er 8-9 procentpoint flere (end de 25%) der booker gennem rejsebureau. Blandt EN og DE resp. er det endnu færre end for de samples der blev interviewet i 2012-2015 og 2017.

Sp. 9: Første associationer om Grønland

Åbent spørgsmål: 'Hvad er det første der falder dig ind, når du tænker på Grønland?'

Ca. 9 ud af 10 gange handler svarene om den **smukke og storslåede natur**, naturfænomener, naturbaserede oplevelser og aktiviteter, dyreliv, 'ro og fred', 'en følelse af frihed' – eller andre følelsesmæssige indtryk.

De resterende svar handler mest om kulturen og især det **imødekommende, varme og smilende folk**.

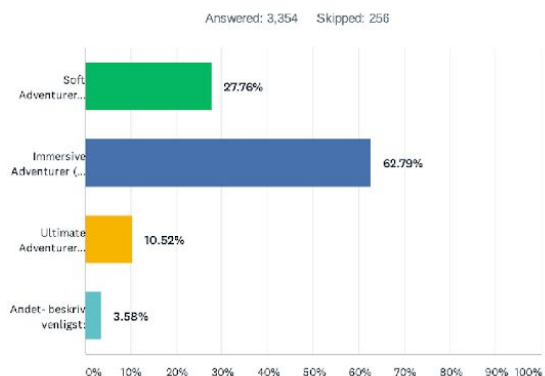
Mindre hyppigt nævnes specifikke temaer såsom at det er **dyrt at bo og rejse i Grønland**, eller at **Grønland er midt i storpolitisk 'turbolens'**.

Kun meget få gange nævnes negative ting såsom at det er meget **koldt, øde, ensomt**, eller at der findes store **sociale problemer**. Det er under 1% af svarene. Det kan måske tilskrives det fænomen man kalder 'survey bias' – dvs. at folk er mere positive/høflige end de umiddelbart ville have været, når de bliver adspurgt af repræsentanter for det sted der spørges om, for under spørgsmål 26 hvor der spørges om negative oplevelser, bliver 'synlige sociale problemer' nævnt som 2. mest negative oplevelse efter 'myg'.

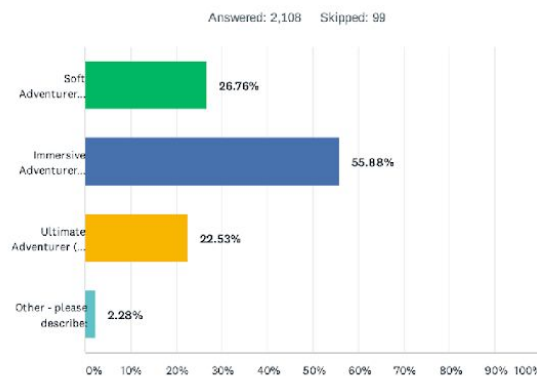
Ordene '**natur**', '**smuk**' og '**storslået**' er suverænt de ord der går mest igen.

Sp. 10: Identifikation med VG's 3 hovedsegmenter

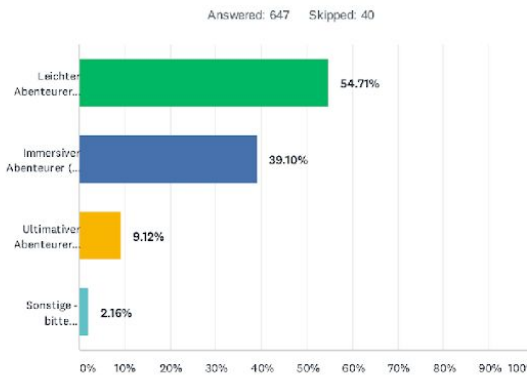
Q10 Hvis du skulle identificere dig som én af de følgende adventureturist-typer, hvilken skulle det så være (om nogen)?



Q10 If you had to identify as one of the following adventure tourist types, which one would it be (if any)?



Q10 Mit welcher der drei folgenden Touristen-Kategorien können Sie sich am besten identifizieren?



Overordnede bemærkninger

- **DA:** Fordelingen mellem de 3 segmenter passer rigtig godt med fordelingen i 2012-2015 + 2017 interviews, med Immersive Adventurer med en andel på omkring 2/3
- **EN:** Kun et enkelt procentpoint færre Soft Adventurers (26,8%) and DA (27,8%), men 11 procentpoint flere Ultimate Adventurers og 7 procentpoint færre Immersive Adventurers
- **DE:** Markant større gruppe Soft Adventurers (54,7%) end DA og EN. Immersive Adventurers er hele 24 procentpoint lavere end DA, og Ultimate er 14 procentpoint lavere end EN

Perspektivering

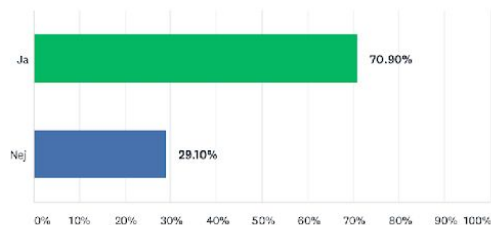
I gruppen 2012-2015 respondenter kombineret med 2017 respondenter er fordelingen mellem de 3 segmenter gennemsnitligt: 64% Immersive Adventurers, 19% Soft Adventurers og 17% Ultimate Adventurers.

DA og EN respondenter i 2021 stemmer rimelig godt med dette, men 2021 respondenter trækker lidt mere mod den 'bløde side' – hvilket nok skal tilskrives at 30% af DA og 70% af EN respondenterne i 2021 ikke har været i Grønland.

Sp. 11: Om de har besøgt Grønland før

Q11 Har du besøgt Grønland før?

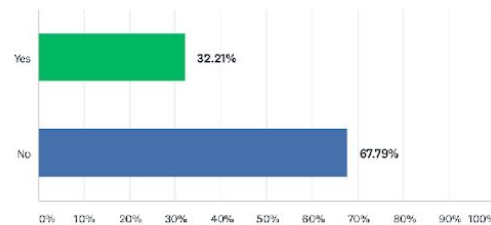
Answered: 3,354 Skipped: 256



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Ja	70.90%	2,378
Nej	29.10%	976
TOTAL		3,354

Q11 Have you visited Greenland before?

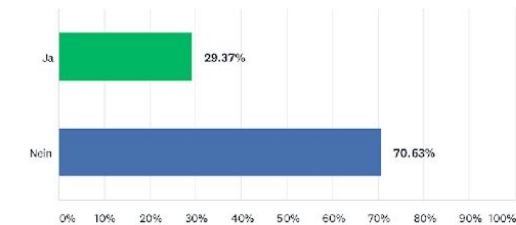
Answered: 2,108 Skipped: 99



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Yes	32.21%	679
No	67.79%	1,429
TOTAL		2,108

Q11 Waren Sie schonmal in Grönland?

Answered: 647 Skipped: 40



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Ja	29.37%	190
Nein	70.63%	457
TOTAL		647

Overordnede bemærkninger

- **DA:** En overraskende stor andel på 70% (når man ser bort fra ukomplette besvarelser) af DA respondenter har været i Grønland. Vi havde håbet på en stor andel tidligere Grønlandsturister, men 2.378 i absolutte tal er langt over forventningerne, hvilket sikrer stor statistisk validitet
- **EN:** Selv EN respondenter har en overraskende stor andel (32,2%) der har været i Grønland. De er primært rekrutteret gennem VG's og GT's nyhedsbreve, sekundært via visitgreenland.com's forside og facebook.com/visitgreenland
- **DE:** Selvom DE udgør den gruppe hvor færrest (29,4%) har været i Grønland er det stadig 190 i absolutte tal, hvilket er tilfredsstillende

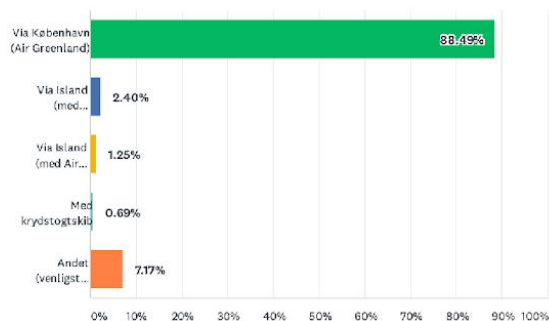
Perspektivering

Hovedmotivationen for at søge samarbejde med Greenland Travel om en survey var netop muligheden for at rekruttere så mange tidligere grønlandsturister som muligt – og det har i sandhed båret frugt. Når man tænker på at der via de fysiske interviews i sommeren 2017 blev interviewet 292 landbaserede turister og 88 krydstogtturister, er det en øjenåbner at vi via en online survey – med lodtrækning om et 20.000 kr rejsegavekort som incitament – kan opnå at rekruttere i alt 2.960 tidligere grønlandsturister. Det er selvfølgelig altid mere optimalt at interviewe turisterne når de er på destinationen, eftersom oplevelserne er helt present. Men på den anden side er de i en online survey anonyme, hvilket – i hvert fald teoretisk set - mindsker respondenternes tendens til at være overpositive overfor destinationen (survey bias).

Sp. 12: Hvordan de ankom til Grønland

Q12 Hvordan ankom du/ til Grønland?

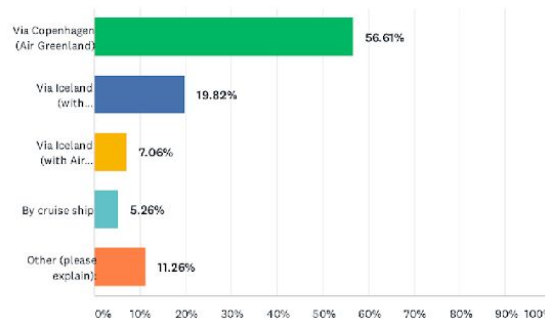
Answered: 2,329 Skipped: 1,281



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Via København (Air Greenland)	88.49% 2,061
Via Island (med Icelandair/Air Iceland fra Reykjavik lufthavn)	2.40% 56
Via Island (med Air Greenland fra Keflavik lufthavn)	1.25% 29
Med krydstogtskib	0.69% 16
Andet (venligst uddyb):	7.17% 167
TOTAL	2,329

Q12 How did you travel to Greenland?

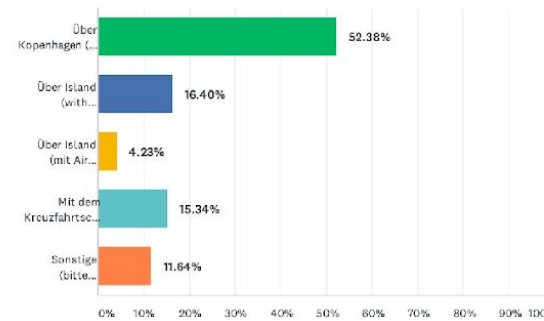
Answered: 666 Skipped: 1,541



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Via Copenhagen (Air Greenland)	56.61% 377
Via Island (with Icelandair/Air Iceland from Reykjavik airport)	19.82% 132
Via Island (with Air Greenland from Keflavik airport)	7.06% 47
By cruise ship	5.26% 35
Other (please explain):	11.26% 75
TOTAL	666

Q12 Wie sind Sie nach Grönland gereist?

Answered: 189 Skipped: 468



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Über Kopenhagen (Air Greenland)	52.38% 99
Über Island (with Icelandair/Air Iceland vom Reykjavik Lufthafen aus)	16.40% 31
Über Island (mit Air Greenland vom Keflavik Lufthafen aus)	4.23% 8
Mit dem Kreuzfahrtschiff	15.34% 29
Sonstige (bitte angeben):	11.64% 22
TOTAL	189

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Vi ved fra flypassagerdata (Mittarfeqarfiit, Air Greenland og Icelandair) at ca. 1/3 af de udenlandske flypassagerer ankommer til Grønland via Island – i 'normale' år der ikke er ramt af Covid-19 - og resten via København. Det er ikke overraskende at næsten 90% af DA respondenter ankom via København med air Greenland.
- **EN:** Ud af de 556 der ankom til Grønland med fly, ankom 179 (32,2%) via Island, heraf 13 borgere fra Canada og 37 borgere fra USA. Blandt de 377 (67,8%) der fløj til Grønland via København var 10 borgere fra Canada og 15 borgere fra USA.
- **DE:** Selvom det er nogenlunde lige nemt at flyve til Grønland fra Tyskland, Østrig og Schweiz rejste kun 39 ud af 138 (28,3%) via Island, mens de resterende 99 (71,7%) rejste via København. Det kan hænge sammen med at Icelandair (tidligere Air Iceland Express) først har etableret deres rutenetværk til Grønland i det seneste årti, mens Air Greenland's rute København-Kangerlussuaq og København-Narsarsuaq har eksisteret i mange årtier. Vi ved ikke hvornår respondenterne har besøgt Grønland, hvilket kan have været mange år siden.

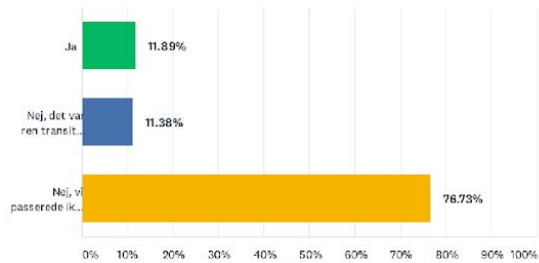
Perspektivering

Selvom det er oplagt for rejsende der bor i Nord- eller Sydamerika (primært CA og US) at rejse via Island, er der stadig en del der rejser via København, hvilket vi også kan se på vores flypassagerstatistik (2019), hvor 924 ud af i alt 1.613 CA borgere og 1.800 ud af i alt 3.692 US borgere rejste ud af Grønland via Kangerlussuaq-København. Vi har desværre ikke data på præcis hvor mange CA og US borgere der rejste ud af Narsarsuaq-København, da de data er blandet sammen med Narsarsuaq-Reykjavik data.

Sp. 13: Feriedage tilbragt i Island på rejsen til Grønland

Q13 Har du/I også tilbragt feriedage i Island i forbindelse med turen til Grønland?

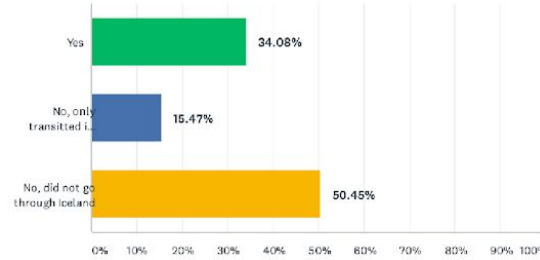
Answered: 2,329 Skipped: 1,281



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Ja	11.89% 277
Nej, det var ren transit gennem Island	11.38% 265
Nej, vi passerede ikke Island	76.73% 1,787
TOTAL	2,329

Q13 Did you also spend holiday time in Iceland in connection to your trip to Greenland?

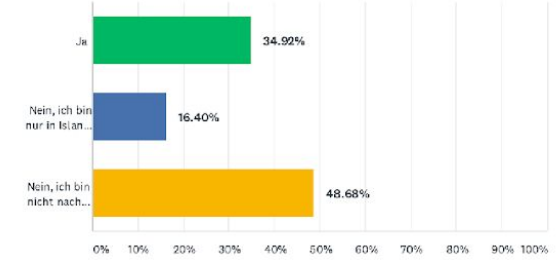
Answered: 666 Skipped: 1,541



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Yes	34.08% 227
No, only transitted in Iceland	15.47% 103
No, did not go through Iceland	50.45% 336
TOTAL	666

Q13 Haben Sie während Ihres Transits in Island dort auch Urlaub gemacht?

Answered: 189 Skipped: 498



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Ja	34.92% 66
Nein, ich bin nur in Island umgestiegen	16.40% 31
Nein, ich bin nicht nach Island gereist	48.68% 92
TOTAL	189

Overordnede bemærkninger

- **DA:** 277 af dem der har besøgt Grønland har tilbragt feriedage på Island i forbindelse med turen til Grønland. På forrige side svarede 85 at de havde rejste via Island (fly) på vej til Grønland. Dvs. at mange af de 277 tilbragte feriedage i Island på vej tilbage fra Grønland. Kun 7 af de 277 tilbragte feriedage i Island, mens de var i transit til/fra krydstogt i Grønland
- **EN:** Ca. 1/3 har tilbragt feriedage i Island på vej til eller fra Grønland
- **DE:** Ca. 1/3 har tilbragt feriedage i Island på vej til eller fra Grønland

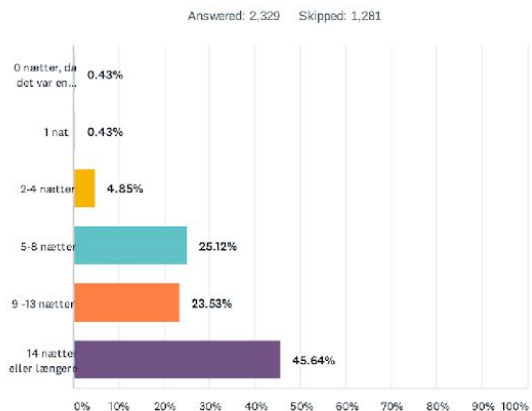
Perspektivering

For DA markedet, som jo repræsenterer cirka halvdelen af Grønlands nuværende markedsvolumen, er der endnu et uudnyttet potentiale for Grønland-Island kombinationsrejser. De fleste DA respondenter der har besøgt Grønland (ca. 90%) rejste direkte til Grønland via København, men flere af disse rejste tilbage via Island – halvdelen bare som ren transit. Eftersom Island er en ekstrem populær adventure destination kan grønlandske rejseudbydere potentielt udnytte muligheden for kombinationsprodukter Grønland-Island for – så at sige – at 'ride på den bølge' Islands turisme oplever i disse år.

Der er større tendens til, for andre markeder end DA, at udnytte muligheden for at kombinere Grønland med Island – eller Island med Grønland – men Islands-bølgen kan stadig booste efterspørgslen på Grønland yderligere i en kombinationsrejse-kontekst.

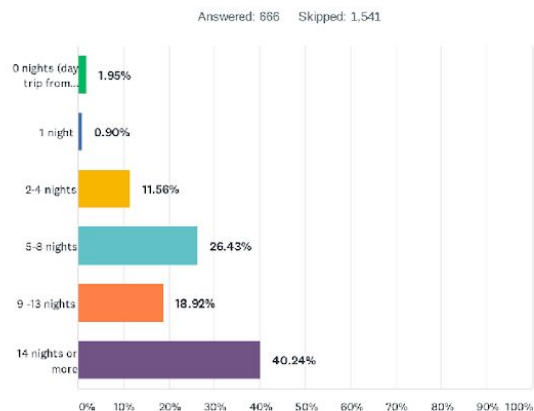
Sp. 14: Antal overnatninger i Grønland

Q14 Hvor mange overnatninger havde du/i i Grønland?



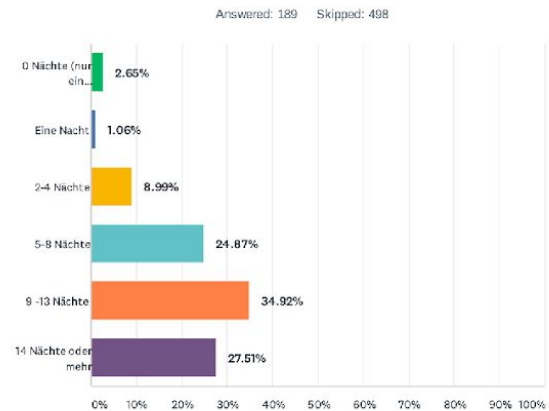
ANSWER CHOICES	RESPONSES
0 nætter, da det var en dagstur fra Island	0.43% 10
1 nat	0.43% 10
2-4 nætter	4.85% 113
5-8 nætter	25.12% 585
9-13 nætter	23.53% 548
14 nætter eller længere	45.64% 1,063
TOTAL	2,329

Q14 How many overnights did you spend in Greenland?



ANSWER CHOICES	RESPONSES
0 nights (day trip from Iceland)	1.95% 13
1 night	0.90% 6
2-4 nights	11.56% 77
5-8 nights	26.43% 176
9-13 nights	18.92% 126
14 nights or more	40.24% 268
TOTAL	666

Q14 Wie viele Nächte haben Sie in Grönland verbracht?



ANSWER CHOICES	RESPONSES
0 Nächte (nur ein Tagesausflug)	2.65% 5
Eine Nacht	1.06% 2
2-4 Nächte	8.99% 17
5-8 Nächte	24.87% 47
9-13 Nächte	34.92% 66
14 Nächte oder mehr	27.51% 52
TOTAL	189

Overordnede bemærkninger

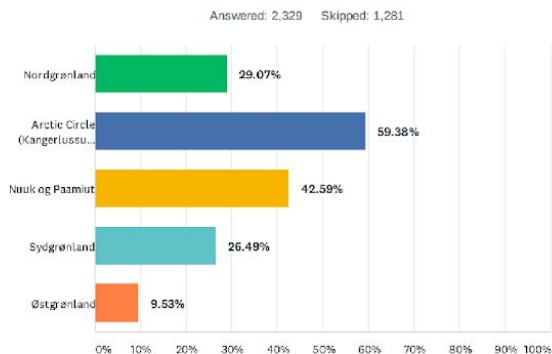
- **DA:** Næsten halvdelen af DA tidligere Grønlandsturister tilbragte 2 uger eller mere i Grønland, hvilket er meget ønskbart, eftersom jo længere hver turist bliver på destinationen, jo mere indtjening opnås pr turist
- **EN:** Gruppen '2-4 nætter' er 7 procentpoint større end DA. Samtidig er '14 nætter eller længere' 5 procentpoint mindre end DA. Ellers minder EN mønstret om DA mønstret
- **DE:** Gruppen '5-8 nætter' ligger på niveau med DA og EN. Gruppen '2-4 nætter' ligger mellem DA og EN's niveau. Gruppen '9-13 nætter' er klart den største, hvorimod '14 nætter eller længere' ligger en del lavere end DA og EN

Perspektivering

Det er positivt at konstatere at for både DA, EN og DE repræsenterer de to grupper '9-13 nætter' og '14 dage eller længere' tilsammen henholdsvis 69,7%, 59,2% og 62,4% af respondenterne. Når størstedelen af turisterne giver sig god tid til at opleve Grønland er der bedre forudsætninger for høj indtjening pr turist, hvilket er mere økonomisk og miljømæssigt bæredygtigt.

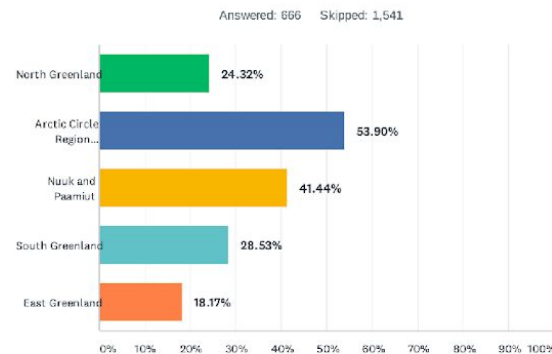
Sp. 15: Regioner tilbragt mindst én overnatning i

Q15 Hvilke(n) region(er) tilbragte du/I mindst 1 overnatning i?



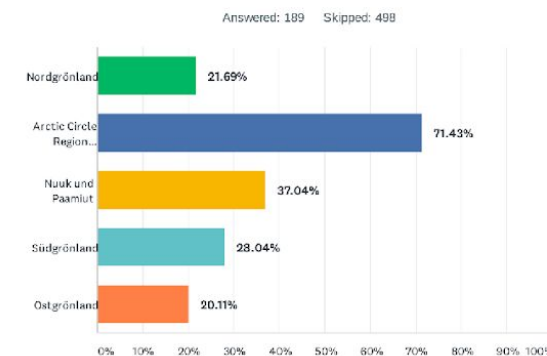
ANSWER CHOICES	RESPONSES
Nordgrønland	29.07% 677
Arctic Circle (Kangerlussuaq, Sisimiut, Manitssoq)	59.38% 1,383
Nuuk og Paamiut	42.59% 992
Sydgrønland	26.49% 617
Østgrønland	9.53% 222
Total Respondents: 2,329	

Q15 In which region(s) did you spend at least 1 overnight?



ANSWER CHOICES	RESPONSES
North Greenland	24.32% 162
Arctic Circle Region (Kangerlussuaq, Sisimiut, Manitssoq)	53.90% 359
Nuuk and Paamiut	41.44% 276
South Greenland	28.53% 190
East Greenland	18.17% 121
Total Respondents: 666	

Q15 In welcher Region/ welchen Regionen haben Sie mindestens eine Nacht verbracht?



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Nordgrønland	21.69% 41
Arctic Circle Region (Kangerlussuaq, Sisimiut, Manitssoq)	71.43% 135
Nuuk und Paamiut	37.04% 70
Südgrønland	28.04% 53
Ostgrønland	20.11% 38
Total Respondents: 189	

Overordnede bemærkninger

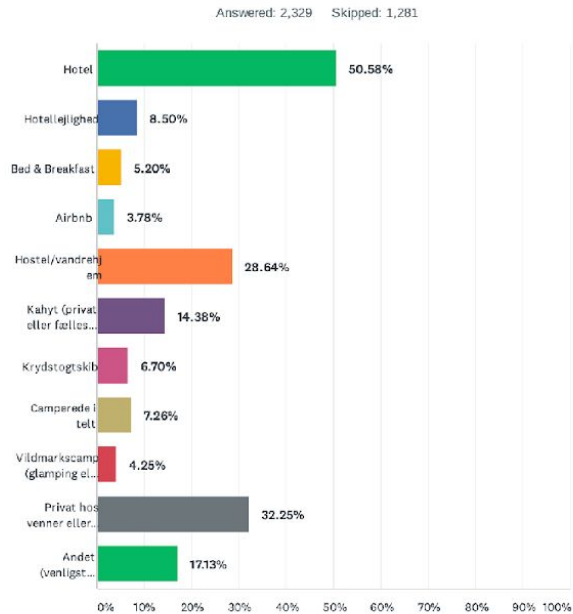
- **DA:** Overraskende at dobbelt så mange tilbragte mindst én overnatning i Arctic Circle sammenlignet med Nordgrønland, eftersom Nordgrønland i et normalt år uden Covid-19 havde godt dobbelt så mange danske gæster som Arctic Circle.
- **EN:** Stort set samme mønster som DA, dog med 9 procentpoint flere der besøgte Østgrønland, og lidt færre i Arctic Circle
- **DE:** Stort set samme mønster som EN, men markant flere der har besøgt Arctic Circle. Husk at hver respondent kunne vælge mellem én og alle regioner

Perspektivering

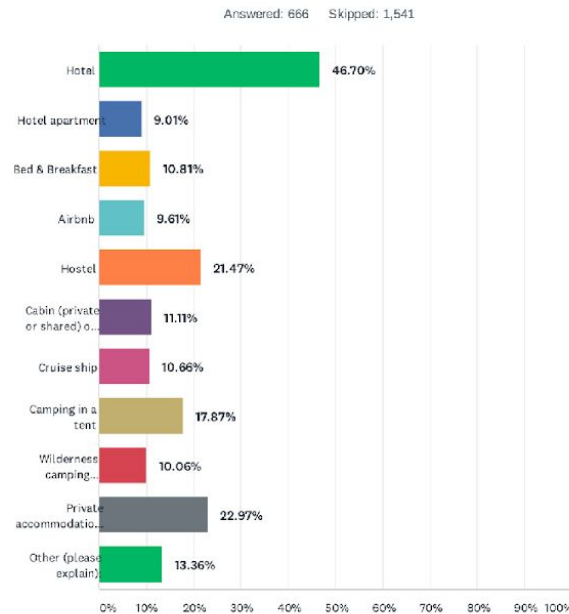
Som nævnt overraskende for både DA, EN og DE at Arctic Circle er den mest besøgte region, endda med en ret stor margin. Det er muligt at mange respondenter har misforstået spørgsmålet, og har troet at det bare handlede om at man skulle have passeret region Arctic Circle – hvilket mere end 2/3 statistisk set har gjort i og med at de enten er ankommet eller rejst ud via Kangerlussuaq lufthavn. I overnatningsdata fra Grønlands Statistik er Arctic Circle den 2. største destination ift. antal udenlandske gæster (2019), og den 3. største destination ift. antal udenlandske overnatninger. Tidligere nærstudier af Arctic Circle (data ikke rapporteret til Grønlands statistik) har vist at regionen faktisk også er 2. størst ift. antal udenlandske overnatninger.

Sp. 16: Typer overnatningssteder anvendt

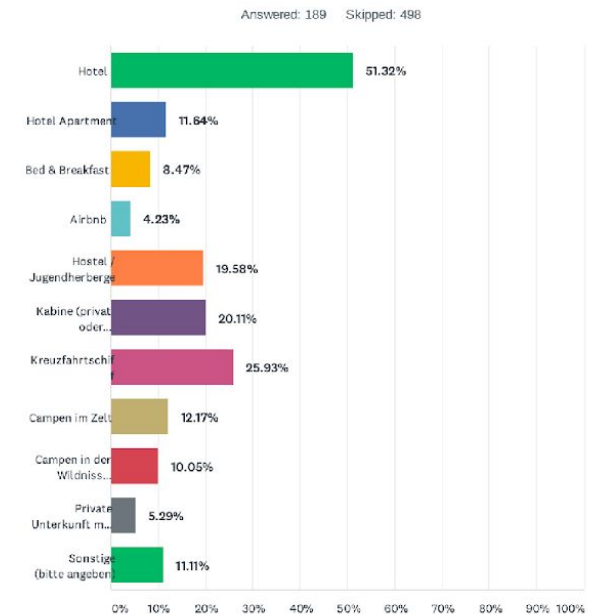
Q16 Hvilke typer overnatningssteder anvendte du/I?



Q16 Which types of accommodation did you use?



Q16 In welcher Art Unterkunft haben Sie übernachtet?



Overordnede bemærkninger

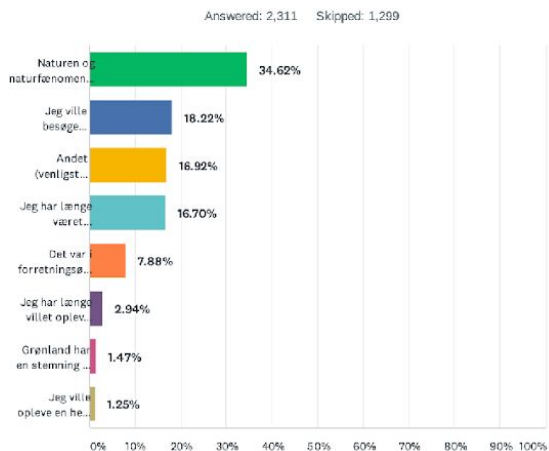
- **DA:** Halvdelen har overnattet på hotel(ler). Repræsenterer med hele 32.3% ikke overraskende den største gruppe ift. overnattet hos venner/familie. Største andel ift. vandrehjem
- **EN:** Mønstret minder overordnet om DA, men ret overraskende at så mange (23%) har overnattet hos venner/bekendte. Største andel B&B, airbnb og camperet i telt.
- **DE:** Med en lille margin den gruppe hvor flest har boet på hotel. Største andel der har boet i hotellejlighed og kahyt på Sarfaq Ittuk. Suverænt største andel tidligere krydstogtgæster. Mindste gruppe ift. overnattet hos venner/familie

Perspektivering

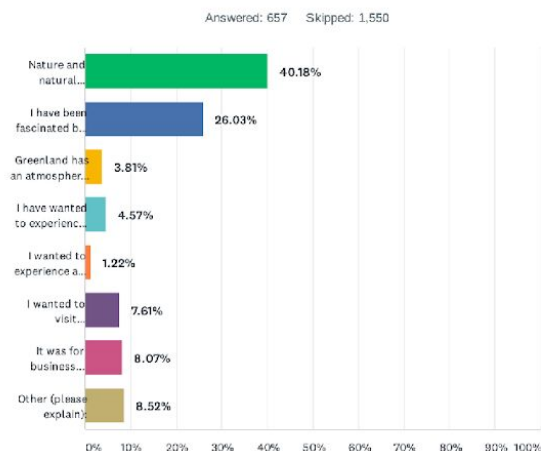
Hen over alle 3 sprogversioner har ca. halvdelen overnattet på hotel. Næstmest populære overnatningssted er vandrehjem, efterfulgt af venner/familie. Sidstnævnte som sagt en overraskende stor andel blandt EN respondenter. Det er i den forbindelse værd at bemærke at 21,6% af EN respondenter (der har besøgt Grønland) har bopæl i Danmark. En anden overraskende observation er at hele 17,9% af EN respondenter har overnattet i telt, hvilket må være i forbindelse med længere vandreture.

Sp. 17: Hovedårsagen til at besøge Grønland

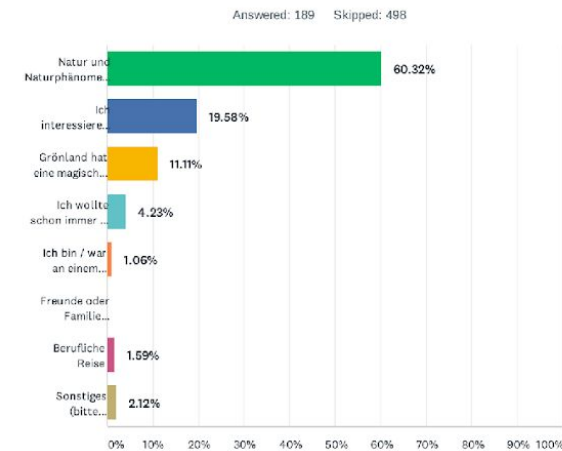
Q17 Hovedårsagen til at du/I besøgte Grønland



Q17 Main reason for visiting Greenland



Q17 Was war der Hauptgrund für Ihren Besuch in Grönland?



Overordnede bemærkninger

- **DA:** (man kunne kun vælge én hovedårsag). På forrige side svarede 32,3% at de boede hos venner/familie, og her ser vi at besøg hos venner/familie var hovedmotivationen for ca. 2/3 af dem. Mange har også længe været fascineret af Grønland, hvilket siger noget om at de længe har været stærkt motiveret for et besøg.
- **EN:** Også her har mange (1/4) længe været fascineret af Grønland. Her (og blandt DA) er andelen af forretningsrejsende på omkring 8%
- **DE:** Hele 60,3% er primært i Grønland for at se naturen/naturfænomener, hvilket stemmer med tidligere indsamlede data. Kun 1,6% forretningsrejsende. For 11,1% DE repræsenterer Grønland noget magisk og mystisk, hvilket er interessant, og må kunne bruges i markedsføringen.

Perspektivering

Det faktum af 17-26% af alle vores respondenter i lang tid har været fascineret af Grønland siger noget om at Grønland for mange er en 'dream destination' eller 'bucket list destination'.

Sp. 18: Mest købte turistprodukter

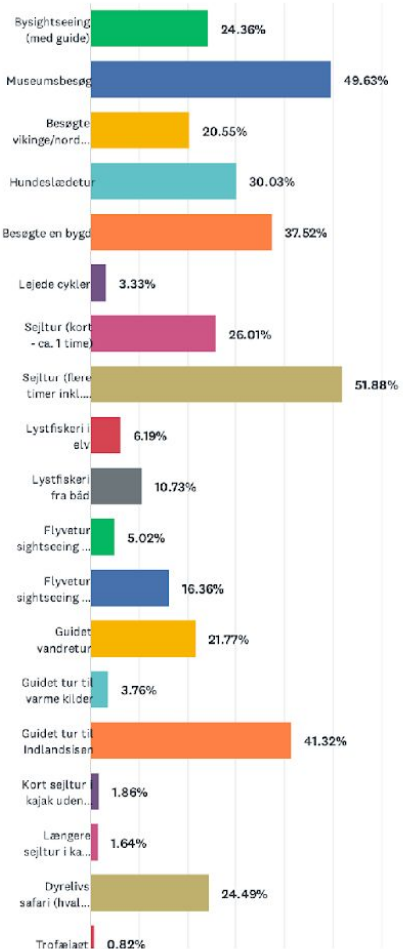
Q18 Hvilke turistprodukter købte du/i?

Answered: 2,311 Skipped: 1,299

DA:

Top 5 er

1. Sejltur (flere timer)
2. Museumsbesøg
3. Guidet tur til indlandsisen
4. Besøge bygd
5. Hundeslædetur



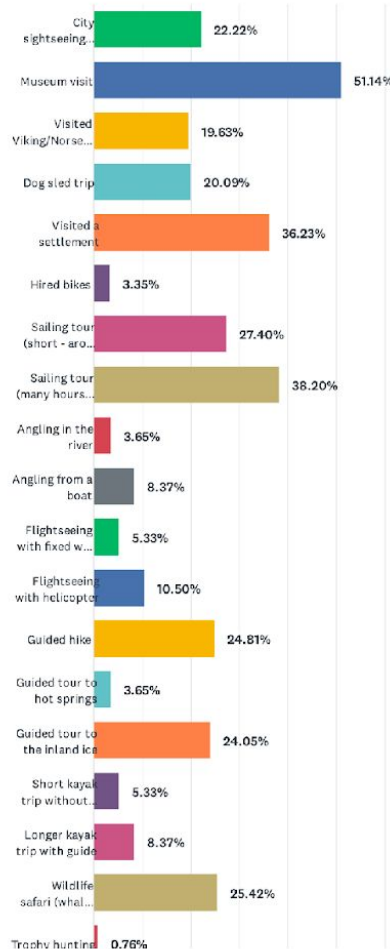
Q18 Which tourism products did you buy?

Answered: 657 Skipped: 1,550

EN:

Top 5 er

1. Museumsbesøg
2. Sejltur (flere timer)
3. Besøge bygd
4. Sejltur (kort)
5. Dyreliv safari



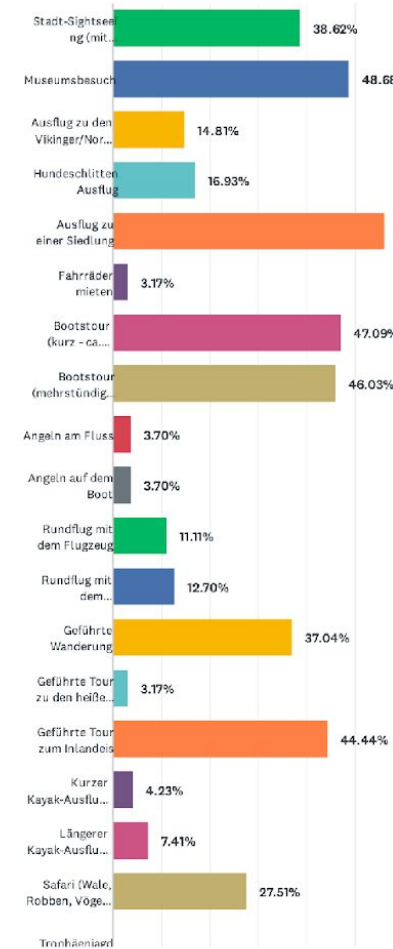
Q18 Welche Tourimsus-Aktivitäten haben Sie unternommen?

Answered: 189 Skipped: 498

DE:

Top 5 er

1. Besøge bygd
2. Museumsbesøg
3. Sejltur (kort)
4. Sejltur (flere timer)
5. Guidet tur til indlandsisen



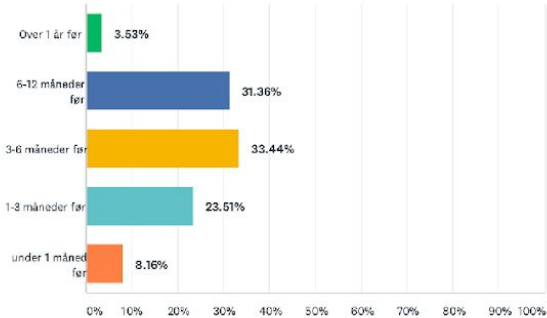
Perspektivering

Sejlture, museumsbesøg, bygdebesøg og Guidet tur til indlandsisen er de mest populære produkter på tværs af de 3 sprogversioner. Bygdebesøg er mest populære blandt DE respondenter, heraf er kun 17% krydstogtgæster, så produktet er også populært blandt landbaserede tysktalende turister. For DA er hundeslædetur også i top 5, mens dyreliv safari også i top 5 for EN respondenter.

Sp. 19: Hvor længe før rejsen transport og overnatning bookedes

Q19 Hvor længe før rejsen til Grønland bookede du/I transport og overnatning til Grønland?

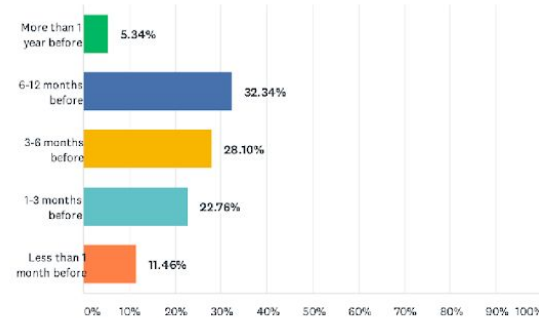
Answered: 2,267 Skipped: 1,343



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Over 1 år før	3.53%	80
6-12 måneder før	31.36%	711
3-6 måneder før	33.44%	758
1-3 måneder før	23.51%	533
under 1 måned før	8.16%	185
TOTAL		2,267

Q19 How long before your trip did you book transport to and accommodation in Greenland?

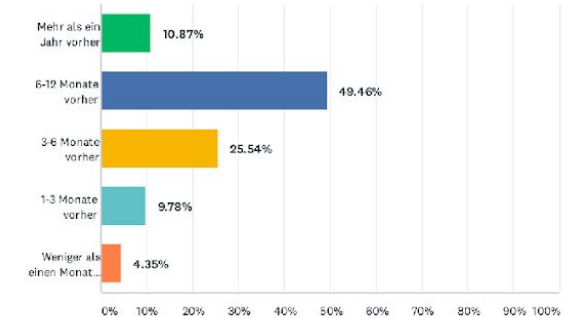
Answered: 637 Skipped: 1,570



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
More than 1 year before	5.34%	34
6-12 months before	32.34%	206
3-6 months before	28.10%	179
1-3 months before	22.76%	145
Less than 1 month before	11.46%	73
TOTAL		637

Q19 Wie lange vor Ihrer Reise haben Sie Transport und Unterkunft in Grønland gebucht?

Answered: 184 Skipped: 503



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Mehr als ein Jahr vorher	10.87%	20
6-12 Monate vorher	49.46%	91
3-6 Monate vorher	25.54%	47
1-3 Monate vorher	9.78%	18
Weniger als einen Monat vorher	4.35%	8
TOTAL		184

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Ikke overraskende har 2/3 af DA respondenterne booket deres transport og overnatning mellem 3-12 måneder før rejsen, hvilket stemmer med ældre data
- **EN:** Mønstret minder meget om DA mønstret, dog er der flere både i gruppen der har booket mere end et år før, samt under en måned før
- **DE:** Halvdelen har booket 6-12 måneder før rejsen. DE respondenter har dobbelt så mange (som EN) i gruppen der har booket mere end et år før rejsen, og meget få der har booket mindre end en måned før

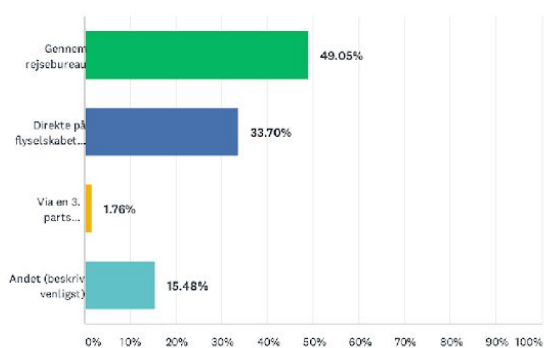
Perspektivering

Når man vil markedsføre sommerhøjsæsonen i Grønland skal man starte lige efter jul – det har den grønlandske og danske rejsebranche vidst i mange år – og det gælder stadig. Dog booker godt ¼ af både DA og EN mellem 1 og 3 måneder før. Vi vil se nærmere på dette segment efter gennemgang af alle spørgsmål, for at finde ud af om de adskiller sig på andre parametre fra de 'typiske grønlandsturister' vi kender fra gamle data og markedsundersøgelser. DE respondenter bekræfter også i det store hele de teser og data vi har om turister fra Tyskland, Schweiz og Østrig.

Sp. 20: Hvordan rejsen blev booket

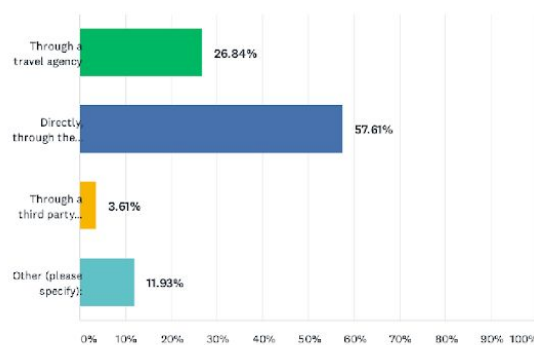
Q20 Hvordan købte du/I transport og overnatning til Grønland?

Answered: 2,267 Skipped: 1,343



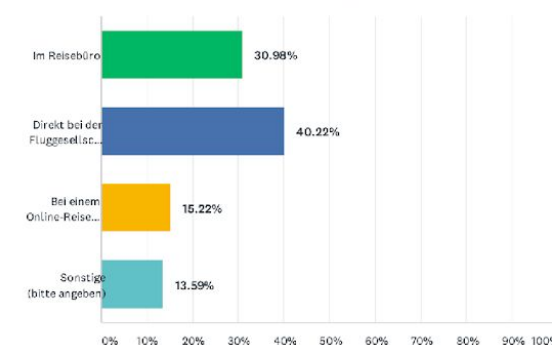
Q20 How did you purchase transport to and accommodation in Greenland?

Answered: 637 Skipped: 1,570



Q20 Wo haben Sie Ihren Transport und Ihre Unterkünfte in Grönland gebucht?

Answered: 184 Skipped: 503



Overordnede bemærkninger

- **DA:** Halvdelen har booket rejsen gennem et rejsebureau. 1/3 har selv booket alle dele online via udbyderens egen hjemmeside. Gruppen 'Andet' repræsenterer typisk forretningsrejsende. Meget få DA respondenter har booket gennem rejseportaler
- **EN:** Over halvdelen booker alle dele af rejsen selv online, og kun ¼ gennem rejsebureau. 'Andet' kategorien dækker primært over forretningsrejser, men også bookinger gennem en blanding af direkte online og 'halve' rejsepakker
- **DE:** 1/3 har booket gennem rejsebureau men endnu flere selv direkte hos udbyderen. Bookinger gennem rejseportaler er åbenbart en del mere anvendt i tysktalende lande (15,2%)

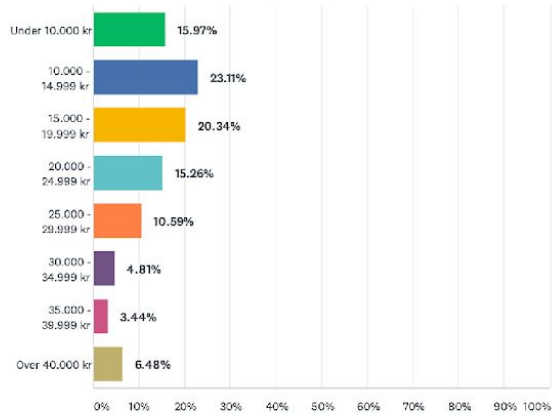
Perspektivering

Sammenlignet med vores tidligere data kan vi se at der med tiden er en tendens til at flere booker direkte online hos udbyderen. Der er dog stadig et marked for rejsebureauer, særligt i Danmark. Vi ved også fra vores markedsanalyser og information fra rejsebureauer der sælger Grønland, at Grønland er så relativt ukendt kombineret med behovet for at vide meget om infrastrukturen osv. at det er en af de destinationer i verden hvor man har allermest brug for en form for hjælp fra eksperter i løbet af 'købsrejsen'.

Sp. 21: Hvor mange penge brugt pr person alt inkl. på rejsen

Q21 Hvor mange penge brugte du/i ca. pr person på rejsen alt inklusiv?

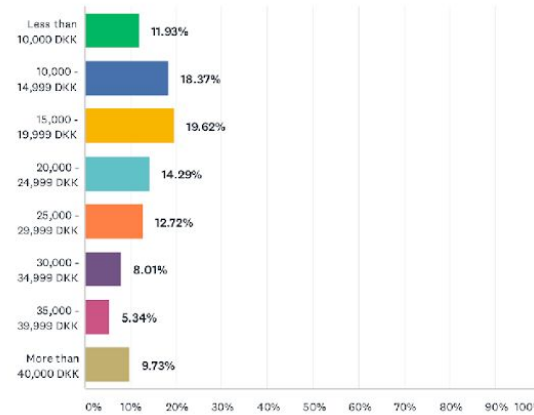
Answered: 2,267 Skipped: 1,343



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Under 10.000 kr	15.97% 362
10.000 - 14.999 kr	23.11% 524
15.000 - 19.999 kr	20.34% 461
20.000 - 24.999 kr	15.26% 346
25.000 - 29.999 kr	10.59% 240
30.000 - 34.999 kr	4.81% 109
35.000 - 39.999 kr	3.44% 78
Over 40.000 kr	6.48% 147
TOTAL	2,267

Q21 Approximately how much money did you spend per person on the whole trip?

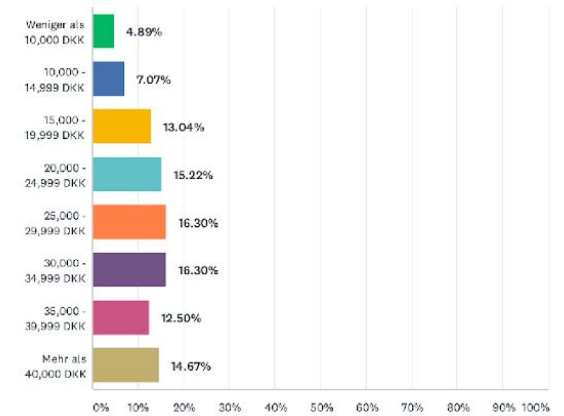
Answered: 637 Skipped: 1,570



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Less than 10,000 DKK	11.93% 76
10,000 - 14,999 DKK	18.37% 117
15,000 - 19,999 DKK	19.62% 125
20,000 - 24,999 DKK	14.29% 91
25,000 - 29,999 DKK	12.72% 81
30,000 - 34,999 DKK	8.01% 51
35,000 - 39,999 DKK	5.34% 34
More than 40,000 DKK	9.73% 62
TOTAL	637

Q21 Ungefähr wie viel, haben Sie pro Person für den gesamten Urlaub bezahlt?

Answered: 184 Skipped: 503



ANSWER CHOICES	RESPONSES
Weniger als 10,000 DKK	4.89% 9
10,000 - 14,999 DKK	7.07% 13
15,000 - 19,999 DKK	13.04% 24
20,000 - 24,999 DKK	15.22% 28
25,000 - 29,999 DKK	16.30% 30
30,000 - 34,999 DKK	16.30% 30
35,000 - 39,999 DKK	12.50% 23
Mehr als 40,000 DKK	14.67% 27
TOTAL	184

Overordnede bemærkninger (NB: Vi har spurgt om hvor mange DKK respondenterne har brugt, hvilket kan have været svært for EN og DE at vurdere præcist)

- **DA:** Det er meget svært at rejse til Grønland og bruge under 10.000 kr, ikke desto mindre repræsenterer den gruppe hele 16%. De fleste ligger et sted mellem 10.000 og 25.000 kr
- **EN:** For EN respondenter bosiddende i US har 40,0% af dem brugt mindst 30.000 kr på hele rejsen. For EN respondenter bosiddende i GB er andelen på 34,9%
- **DE:** For DE respondenter bosiddende i Tyskland har 45,2% af dem brugt mindst 30.000 kr på hele rejsen, hvilket er den højeste andel blandt bopælslandene

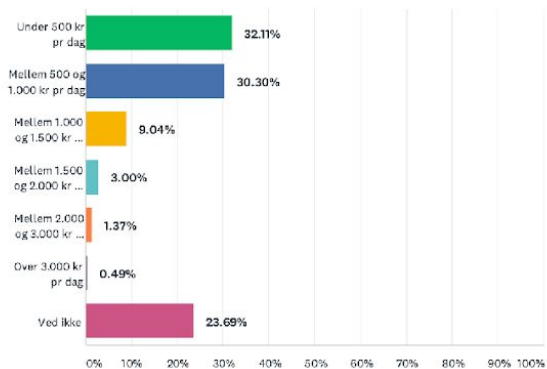
Perspektivering

Hvis vi for DA respondenter bosiddende i Danmark vægter hver forbrugsgruppe proportionalt ud fra antal respondenter ud af hele samplet, og tentativt fastlægger et fiktivt 'gennemsnit' for hver gruppe på henholdsvis 8.000, 12.500, 17.500, 22.500, 27.500, 32.500 og 45.000 kr, svarer det til et gennemsnitligt forbrug på ca. **20.166 kr pr person på hele rejsen**. I et senere afsnit vil kigge nærmere på totalt forbrug samt døgnforbrug for respondenter bosiddende i DA, DE, GB og US ud fra 2021 survey data.

Sp. 22: Hvor mange penge brugt pr person pr dag (ekskl. transport og overnatning)

Q22 Hvor mange penge brugte du/din rejsepartner(e), cirka i gennemsnit pr person, PR DAG (eksklusiv transport og overnatning)?

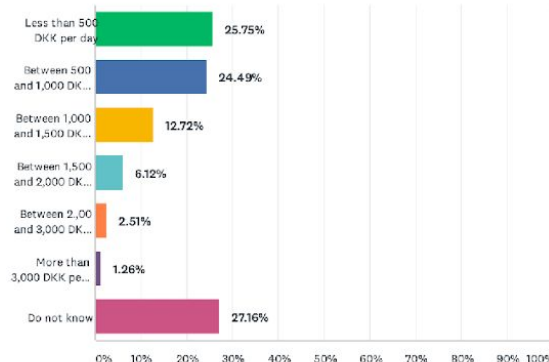
Answered: 2,267 Skipped: 1,343



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Under 500 kr pr dag	32.11%	728
Mellem 500 og 1.000 kr pr dag	30.30%	687
Mellem 1.000 og 1.500 kr pr dag	9.04%	206
Mellem 1.500 og 2.000 kr pr dag	3.00%	68
Mellem 2.000 og 3.000 kr pr dag	1.37%	31
Over 3.000 kr pr dag	0.49%	11
Ved ikke	23.69%	537
TOTAL		2,267

Q22 Approximately how much money did you/your travel companion(s) spend on average per person, per day (not including transport and accommodation)?

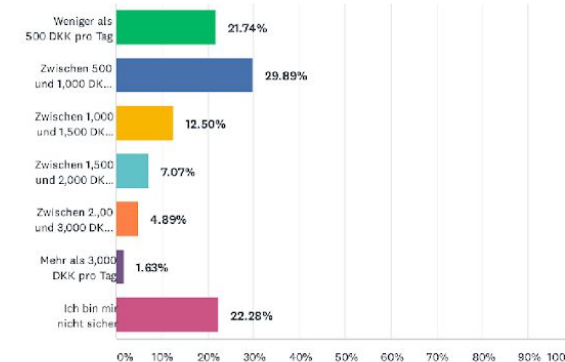
Answered: 637 Skipped: 1,570



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Less than 500 DKK per day	25.75%	164
Between 500 and 1,000 DKK per day	24.49%	156
Between 1,000 and 1,500 DKK per day	12.72%	81
Between 1,500 and 2,000 DKK per day	6.12%	39
Between 2,000 and 3,000 DKK per day	2.51%	16
More than 3,000 DKK per day	1.26%	8
Do not know	27.16%	173
TOTAL		637

Q22 Wie viel Geld haben Sie / Ihre Reisebegleitung ungefähr im Durchschnitt pro Person, pro Tag ausgegeben (Transport und Unterkunft NICHT mit inbegriffen)

Answered: 184 Skipped: 503



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Weniger als 500 DKK pro Tag	21.74%	40
Zwischen 500 und 1.000 DKK pro Tag	29.89%	55
Zwischen 1.000 und 1.500 DKK pro Tag	12.50%	23
Zwischen 1.500 und 2.000 DKK pro Tag	7.07%	13
Zwischen 2.000 und 3.000 DKK pro Tag	4.89%	9
Mehr als 3.000 DKK pro Tag	1.63%	3
Ich bin mir nicht sicher	22.28%	41
TOTAL		184

Overordnede bemærkninger

- **DA:** DA respondenter er klart dem der bruger færrest penge pr person pr dag ift. EN og DE. Det bekræfter data fra andre kilder om at danskere er relativt prissensitive
- **EN:** Den indbyrdes fordeling mellem grupperne ligner DA, men samlet set bruger EN flere penge
- **DE:** Af DE respondenter er kun dem bosiddende i Tyskland stort nok sample til at være statistisk anvendeligt. Disse respondenter repræsenterer igen det højeste dags-forbrug blandt respondenter der har svaret på sp. 22 – på tværs af de 3 sprogversioner (DA: 2.267, DE: 146, GB: 72 og US: 69)

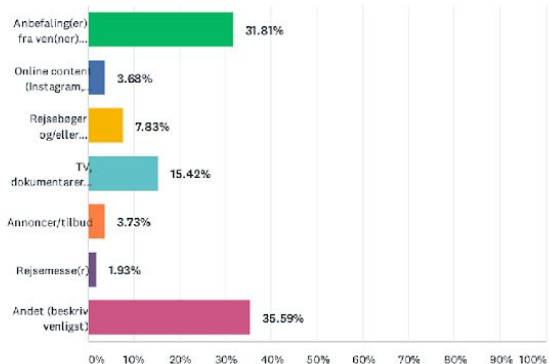
Perspektivering

Hvis vi laver samme øvelse som på forrige side mht. DA respondenter, Undtaget 'ved ikke' kategorien brugte 81,8% af DA respondenter bosiddende i Danmark maks. 1.000 kr pr dag pr person (EN bosiddende i GB: 84,2%, EN bosiddende i US: 54,8%, DE bosiddende i Tyskland: 70,2%). Hvis vi, for DA respondenter, anvender samme metode til at finde et gennemsnitligt forbrug når vi frem til ca. **771 kr pr person pr dag**. I et senere afsnit kigger vi nærmere på forbruget for bopælslandene DE, GB og US.

Sp. 23: Hvad der har inspireret til at besøge Grønland

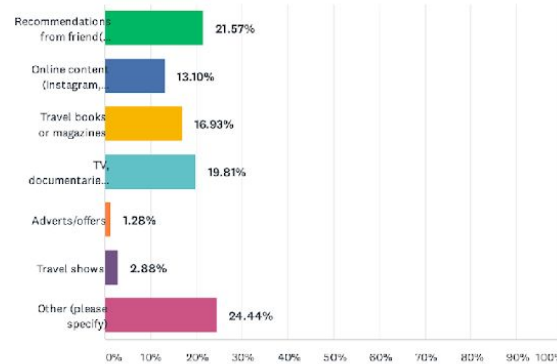
Q23 Hvad inspirerede dig mest til at ville besøge Grønland?

Answered: 2,172 Skipped: 1,438



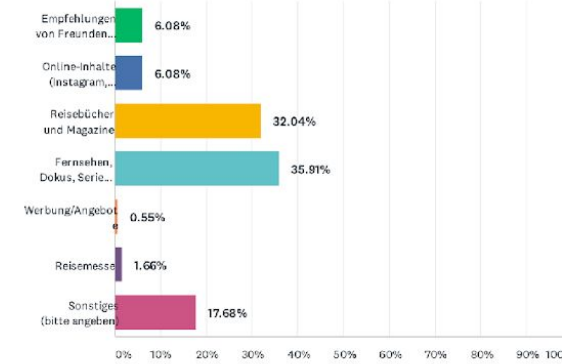
Q23 What most inspired you to visit Greenland?

Answered: 626 Skipped: 1,581



Q23 Was hat Sie am meisten dazu inspiriert, nach Grönland zu reisen?

Answered: 181 Skipped: 506



Overordnede bemærkninger

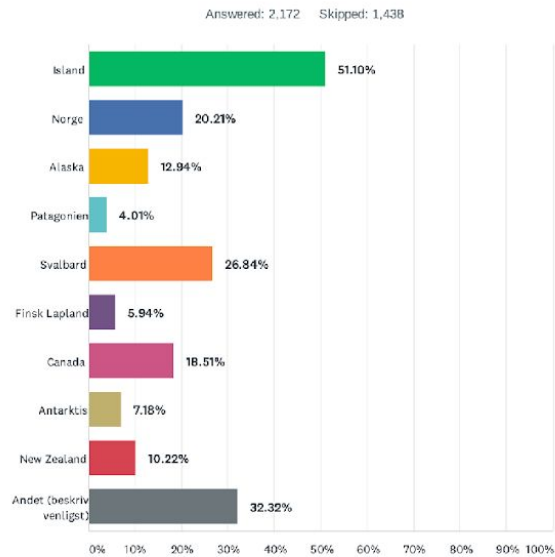
- **DA:** Ikke overraskende er det anbefalinger fra venner/bekendte/familie der er den største inspirationskilde. Under 'Andet' finder vi typisk andre former for direkte eller indirekte forbindelser til Grønland via familiemedlemmer, venner, bekendte, arbejde eller foreninger.
- **EN:** Også her er anbefalinger fra venner/bekendte/familie den største inspirationskilde, men tæt herefter følger TV, dokumentarer, serier, film osv. Under 'Andet' finder vi bl.a. 'via arbejdet', 'via familieforbindelser', litteratur, overflyvning af Grønland osv.
- **DE:** Her er det suverænt TV, dokumentarer, serier, film osv. samt rejsebøger og -magasiner der scorer højest. Under 'Andet' finder vi 'via arbejdet', 'via familieforbindelser', interesse for geografi, litteratur osv. Overraskende at anbefalinger fra venner/familie er helt nede på 6,1%.

Perspektivering

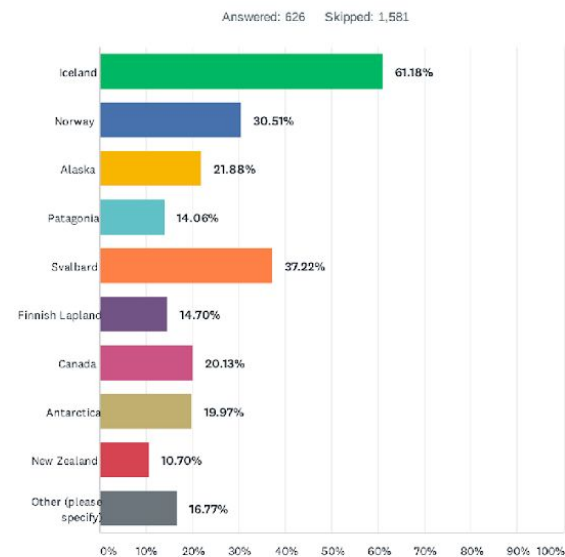
For DA og EN respondenter er 'word of mouth' altdominerende inspirationskilde, eftersom de fleste under 'Andet' også falder ind under den kategori. For DE respondenter er mønstret et helt andet, hvor visuelt indhold og skrevne medier dominerer som inspirationskilde.

Sp. 24: Hvilke andre destinationer der også blev overvejet

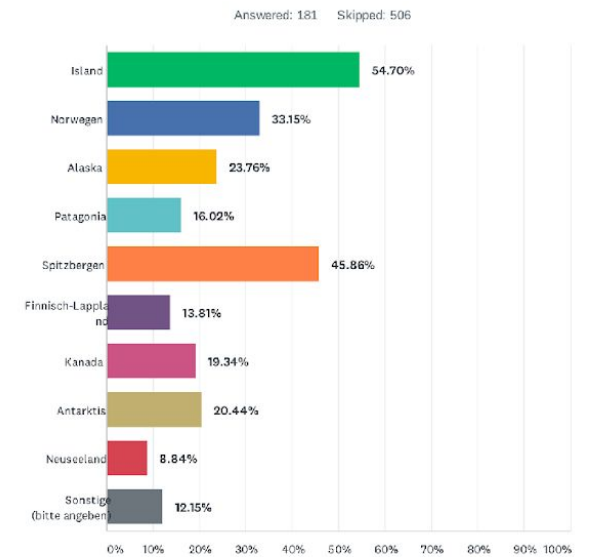
Q24 Hvilke andre destinationer overvejede du/I også at besøge, da du/I valgte at besøge Grønland (vælg ca. 3)?



Q24 Which other destinations did you consider visiting when you chose to visit Greenland?



Q24 Welche anderen Reiseziele haben Sie in Erwägung gezogen, als Sie sich dafür entschieden haben nach Grönland zu reisen?



Overordnede bemærkninger

- **DA:** Man kunne vælge flere, og derfor er summen af alle procenttal over 100%. For DA er det samlet 189%, hvilket siger at i gennemsnit valgte DA respondenter i gennemsnit 1,9 destinationer, hvilket er en del mindre end EN og DE. Mange har under 'Andet' svaret at de kun overvejede Grønland.
- **EN:** 246% i alt, hvilket viser at EN respondenter i gennemsnit valgte 2,5 destination.
- **DE:** 248% i alt, hvilket er på linje med EN respondenter med 2,5 destination valgt pr respondent, i gennemsnit

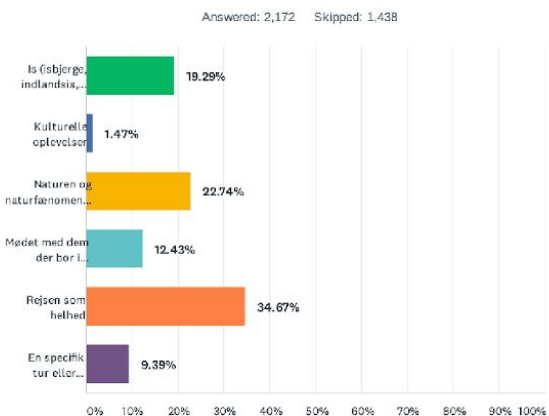
Perspektivering

Det er forbavsende hvor ens DA, EN og DE har valgt blandt destinationerne, hvor Island, Svalbard, Norge, Alaska og Canada er henholdsvis nr. 1, 2, 3, 4 og 5 på tværs af sprogversionerne. Det er interessant at se hvor mange der på den ene side har overvejet Island og Svalbard, og på den anden side hvor få der har overvejet New Zealand, Patagonien og Finsk Lapland. Der ser dermed ud til at være en klar geografisk interesse/præference for Nordatlanten blandt dem der har besøgt Grønland.

Interessant nok udgjorde New Zealand, Australien og Canada top 3 i 2017, da turister i Grønland blev spurgt om deres 'bucket list' destinationer. Dengang var der over 100 lande/regioner at vælge ud fra. Samme var tilfældet i perioden 2012-2015 hvor New Zealand, Australien og USA udgjorde top 3.

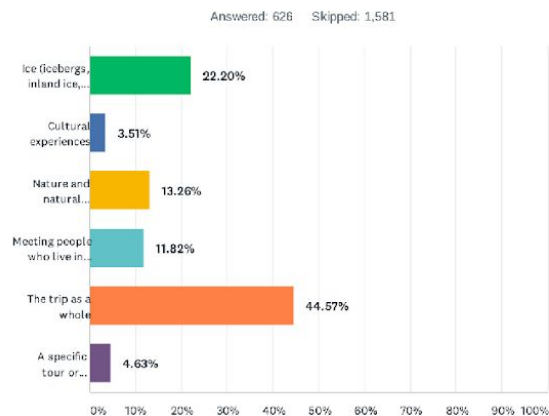
Sp. 25: Det bedste respondenterne oplevede i Grønland

Q25 Hvad var det allerbedste du/I oplevede i Grønland?



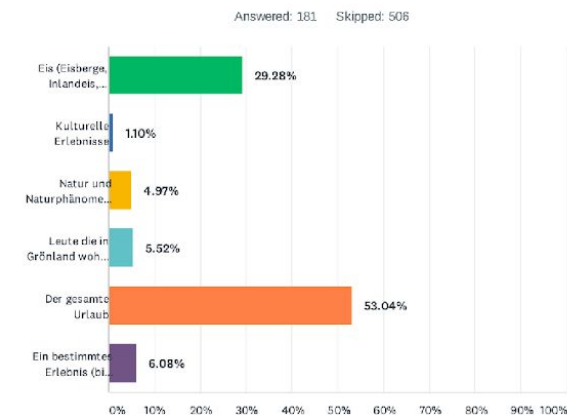
ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Is (isbjerger, indlandsis, gletsjere osv.)	19.29%	419
Kulturelle oplevelser	1.47%	32
Naturen og naturfænomener (ud over is)	22.74%	494
Mødet med dem der bor i Grønland	12.43%	270
Rejsen som helhed	34.67%	753
En specifik tur eller oplevelse (venligst uddyb):	9.39%	204
TOTAL		2,172

Q25 What was the best thing you experienced in Greenland?



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Ice (icebergs, inland ice, glaciers etc.)	22.20%	139
Cultural experiences	3.51%	22
Nature and natural phenomena (besides ice)	13.26%	83
Meeting people who live in Greenland	11.82%	74
The trip as a whole	44.57%	270
A specific tour or experience (please specify):	4.63%	29
TOTAL		626

Q25 Was war das Beste was Sie in Grönland erlebt haben?



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Eis (Eisberge, Inlandsis, Gletscher etc.)	29.28%	53
Kulturelle Erlebnisse	1.10%	2
Natur und Naturphänomene (Außer des Eises)	4.97%	9
Leute die in Grönland wohnen kennenzulernen	5.52%	10
Der gesamte Urlaub	53.04%	96
Ein bestimmtes Erlebnis (bitte angeben):	6.08%	11
TOTAL		181

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Godt at se at så mange har valgt 'rejsen som helhed', hvilket tyder på at mange elementer har betydning for tilfredsheden med rejsen. Ellers er det naturoplevelser der dominerer. DA respondenter er desuden dem (ift. EN og DE) hvor flest angiver 'mødet med dem der bor i Grønland'.
- **EN:** Endnu flere (end DA) har valgt 'rejsen som helhed', herefter er det 'is' og naturen der har gjort størst indtryk. Men også mødet med lokale har gjort positivt indtryk. EN respondenter er dem (blandt DA og DE) hvor flest angiver 'kulturelle oplevelser' – men selv her udgør det tema kun en meget lille andel
- **DE:** DE respondenter er meget tilfredse med rejsen som helhed, men af enkeltstående temaer har isen gjort et stort positivt indtryk. Overraskende at kun 5% har valgt 'naturen og naturfænomener' – hvilket i andre survey data fra Tyskland (f.eks. NIT markedsanalyse fra 2016) fylder rigtig meget. I sidstnævnte viser tyskerne også begrænset interesse for kulturelle oplevelser – og væsentligt mindre end folk med bopæl i Frankrig, Storbritannien og USA.

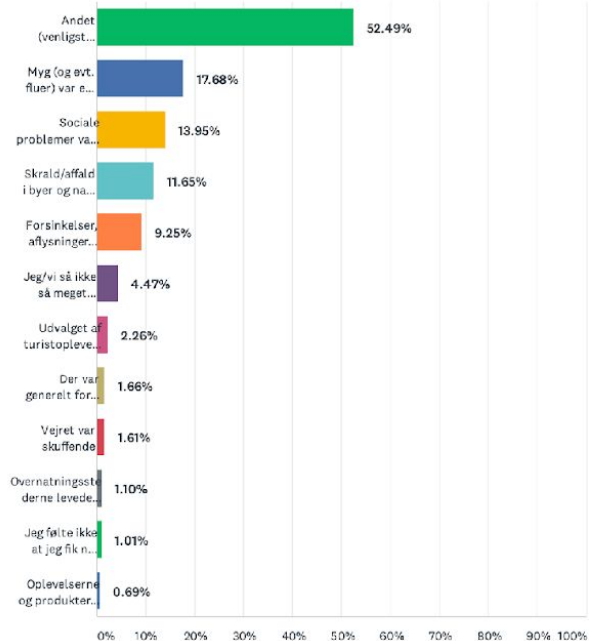
Perspektivering

Også her er fordelingen mellem temaerne nogenlunde den samme på tværs af sprogversionerne, dog med en meget stor vægt på helheden og naturen – herunder især temaet 'is'. Når 'rejsen som helhed' har været det allerbedste for så mange respondenter må det være et udtryk for en generel tilfredshed med rejsen, hvilket selvfølgelig er positivt.

Sp. 26: Negative oplevelser i Grønland

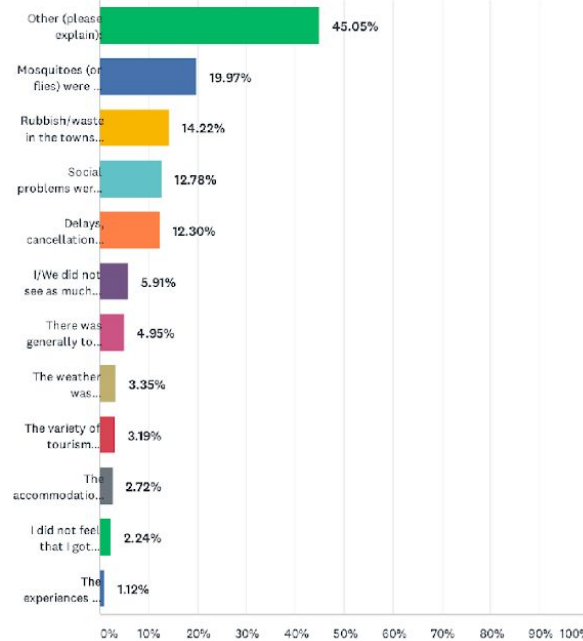
Q26 Havde du/I nogen negative oplevelser i Grønland?

Answered: 2,172 Skipped: 1,438



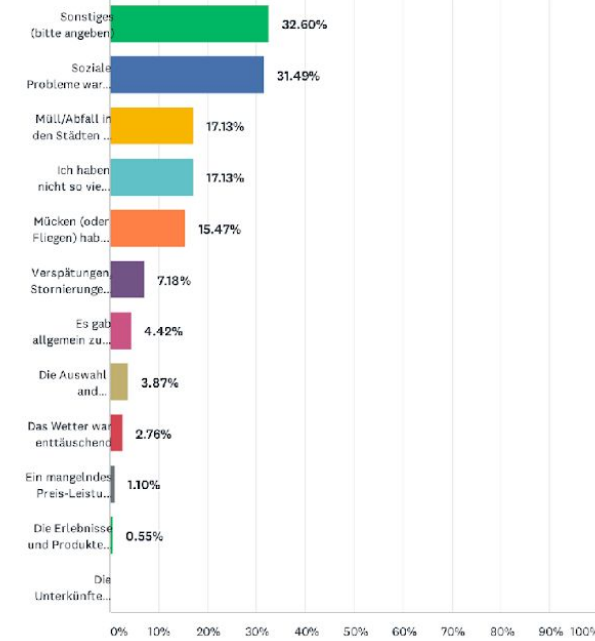
Q26 Did you have any negative experiences in Greenland?

Answered: 626 Skipped: 1,581



Q26 Hatten Sie auch negative Erlebnisse?

Answered: 181 Skipped: 506



Overordnede bemærkninger

- **DA:** De allerfleste svar under 'Andet' er at der intet negativt var, tværtimod. Andre temaer under Andet var typisk 'dyrt', 'kedelig mad' (på et bestemt hotel eller restaurant, eller 'dårligt vejr'. Topscoreren under de specifikke temaer er ikke overraskende 'myg', efterfulgt af det lidt kontroversielle tema 'synlige sociale problemer', som vi har inkluderet for at få en fornemmelse af hvor meget det fylder for turisterne. Affald i by og natur er også i top 3
- **EN:** Som DA er langt de fleste svar under Andet at de intet negativt oplevede. Topscorer af de specifikke temaer er her også 'myg', efterfulgt af 'affald'. 'Synlige sociale problemer' også i top 3
- **DE:** Som i DA og EN svarer de allerfleste under Andet at der ikke var noget negativt. 'Synlige sociale problemer' fylder overraskende meget for DE respondenter

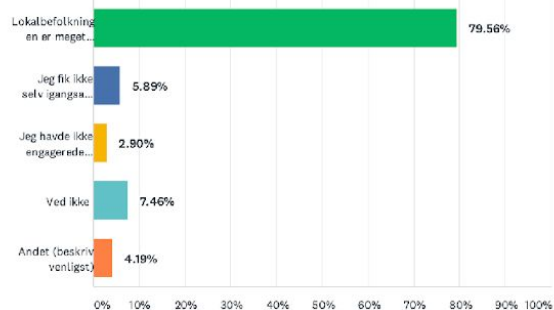
Perspektivering

På tværs af sprogversionerne er top 5 af negative oplevelser: 1) Myg 2) Affald i by og natur 3) Synlige sociale problemer 4) Aflysninger/forsinkelser 5) Mindre dyreliv set end håbet. Af disse 5 er affaldsproblemet det der er nemmest at forbedre på. Med tiden kommer der nok mere effektive myggemidler. Mange aflysninger og forsinkelser hænger sammen med vejrlig. Mere fredning af hvaler ville hjælpe på dyreliv spotting. Sociale problemer er i sagens natur det der er sværest at gøre noget ved på den korte bane.

Sp. 27: Hvordan lokales gæstfrihed oplevedes

Q27 Hvordan opfatter du gæstfriheden i Grønland?

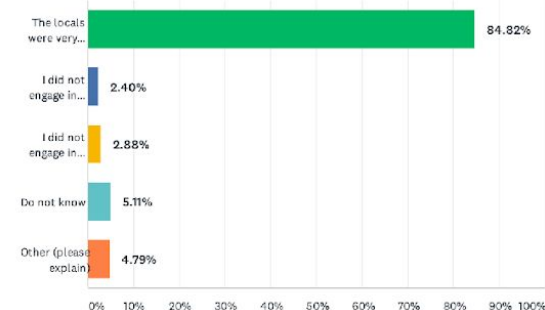
Answered: 2,172 Skipped: 1,438



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Lokalbefolkningen er meget venlige, gæstfrie og imødekommende	79.56%	1,728
Jeg fik ikke selv igangsat engagerede samtaler med lokale	5.89%	128
Jeg havde ikke engagerede samtaler med lokale, da de virkede tilbageholdende	2.90%	63
Ved ikke	7.46%	162
Andet (beskriv venligst)	4.19%	91
TOTAL		2,172

Q27 How did you perceive the hospitality in Greenland?

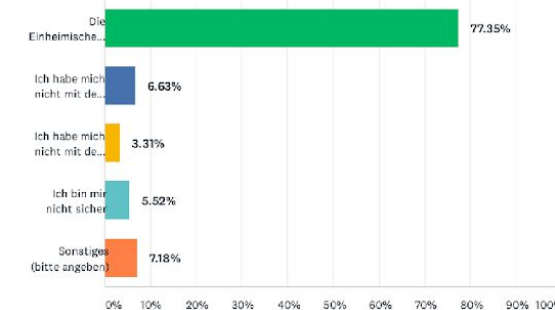
Answered: 626 Skipped: 1,581



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
The locals were very friendly, hospitable and welcoming	84.82%	531
I did not engage in conversations with locals	2.40%	15
I did not engage in conversations with locals as they seemed reluctant	2.88%	18
Do not know	5.11%	32
Other (please explain)	4.79%	30
TOTAL		626

Q27 Wie haben Sie die Gastfreundschaft in Grönland empfunden?

Answered: 181 Skipped: 508



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Die Einheimischen waren sehr freundlich und offen	77.35%	140
Ich habe mich nicht mit den Einheimischen unterhalten	6.63%	12
Ich habe mich nicht mit den Einheimischen unterhalten da diese eher abgeneigt wirkten	3.31%	6
Ich bin mir nicht sicher	5.52%	10
Sonstiges (bitte angeben)	7.18%	13
TOTAL		181

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Meget positivt at 80% synes at de lokale er meget gæstfrie. Under Andet finder man både positive og negative oplevelser. Nogen påpeger at mange grønlandere kan virke generte. Nogle ganske få danskere har oplevet at blive mødt med uvenlighed/afstandtagen
- **EN:** Endnu mere positiv oplevelse af gæstfrihed end DA. Under Andet mener nogle at grønlandere kan virke reserverede og generte – nogle nævner sprogbarrierer
- **DE:** Her den mindste andel der mener at de lokale er meget gæstfrie, dog stadig mere end ¾. Dertil også største andel der ikke fik snakket med lokale. Under Andet mener nogle bl.a. at grønlandere virker tilbageholdne – men dog venlige. Mange nævner sprogbarrierer.

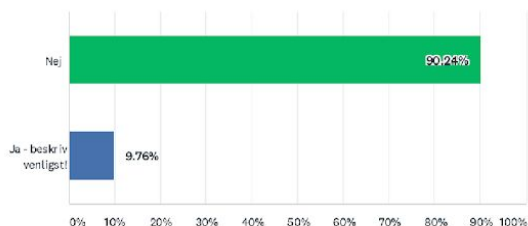
Perspektivering

Alt i alt temmelig positiv vurdering af grønlandske borgeres gæstfrihed. Sprogbarrierer er dog et tema, eftersom relativt mange grønlandssprogede ikke er gode til fremmedsprog (DA, EN, DE), hvilket objektivt set er en lille barriere for fremtidig udvikling af turismen.

Sp. 28: Om der oplevedes sprogvanskeligheder

Q28 Oplevede du nogen sprogvanskeligheder?

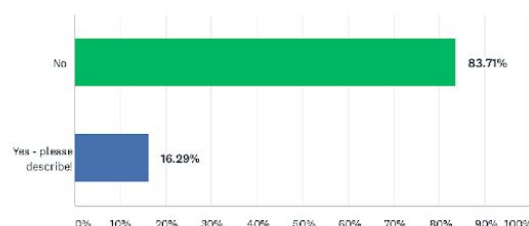
Answered: 2,172 Skipped: 1,438



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Nej	90.24%	1,960
Ja - beskriv ventligst!	9.76%	212
TOTAL		2,172

Q28 Did you experience any difficulties with language?

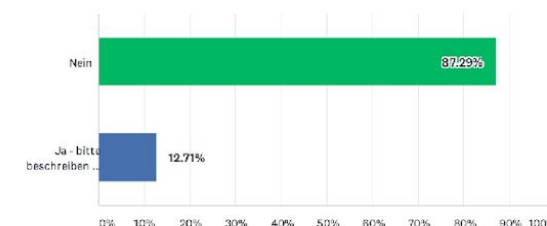
Answered: 626 Skipped: 1,581



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
No	83.71%	524
Yes - please describe	16.29%	102
TOTAL		626

Q28 Hatten Sie auf Grund der Sprache Schwierigkeiten?

Answered: 181 Skipped: 506



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Nein	87.29%	158
Ja - bitte beschreiben Sie warum	12.71%	23
TOTAL		181

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Over 90% oplevede ikke sprogvanskeligheder, hvilket selvfølgelig er meget positivt
- **EN:** En del flere oplevede sprogvanskeligheder, men det er også forventeligt da grønlandske borgere generelt er bedre til dansk end engelsk som fremmedsprog. En del nævner at det var svært at få tilstrækkelig mængde information pga. sprogbarrieren. Nogle mener at mange ting løstes via kropssprog og mimik
- **DE:** Her oplevedes også sprogbarriere, men for mange var det også pga. deres egne mangelfulde fremmedsprog-kundskab

Perspektivering

Umiddelbart virker sprogbarrieren ikke som et stort problem, men det er indlysende at generelt bedre fremmedsprog-kundskab (specielt engelsk) ville kunne give fremmede en endnu bedre oplevelse af den lokale kultur og livsstil.

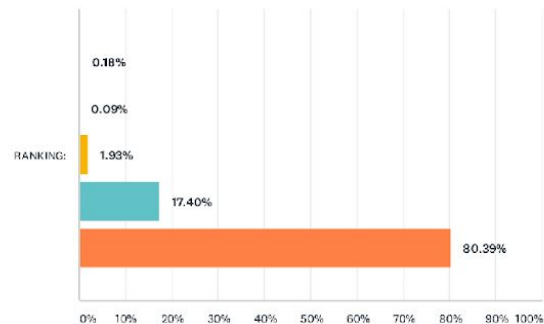
I 2012-2015 og 2017 interviews var der ikke tilsvarende spørgsmål om gæstfrihed og sprogvanskeligheder, men ud fra de åben spørgsmål fremhæver nogen at de har haft fantastiske møder med lokale, som var noget af det bedste på rejsen. Der er helt klart en gruppe af rejsende (dog en niche) for hvem kontakt med de lokale og den lokale kultur betyder rigtig meget, for hvem dette har givet de største emotionelle oplevelser.

En sidste pointe i denne forbindelse er at jo mindre sprogbarriere der findes, jo bedre opfattes servicen generelt, både fordi der kan gives klarere information/anvisninger, og fordi personalet i turismebranchen simpelthen virker mere professionelle jo bedre sprogkundskaberne er.

Sp. 29: Tilfredshed med rejsen (på en skala)

Q29 Helt overordnet set, på en skala fra 1 til 5 (1 er lav, 5 er høj), hvor tilfreds er du med din rejse til Grønland?

Answered: 2,172 Skipped: 1,438

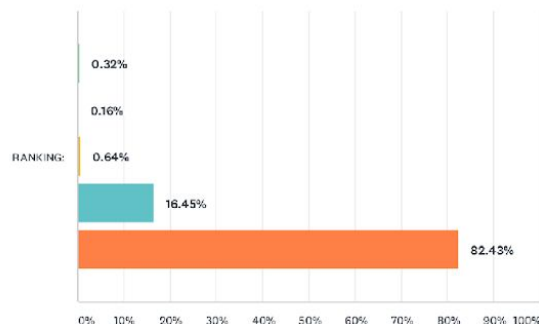


1 2 3 4 5

	1	2	3	4	5	TOTAL
RANKING:	0.18%	0.09%	1.93%	17.40%	80.39%	
	4	2	42	378	1,746	2,172

Q29 Overall, on a scale of 1 to 5 (1 being low, 5 being high), how satisfied are you with your trip to Greenland?

Answered: 626 Skipped: 1,581

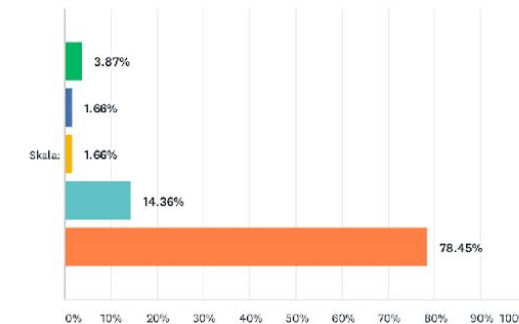


1 2 3 4 5

	1	2	3	4	5	TOTAL
RANKING:	0.32%	0.16%	0.64%	16.45%	82.43%	
	2	1	4	103	516	626

Q29 Alles in allem, von einer Skala von 1 bis 5 (1 = sehr niedrig, 5 = sehr hoch), wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Besuch in Grönland?

Answered: 181 Skipped: 506



1 2 3 4 5

	1	2	3	4	5	TOTAL
Skala:	3.87%	1.66%	1.66%	14.36%	78.45%	
	7	3	3	26	142	181

Overordnede bemærkninger

- **DA:** Særdeles positiv overordnet vurdering af rejsen
- **EN:** Særdeles positiv overordnet vurdering af rejsen
- **DE:** Stadig særdeles positiv vurdering, dog 7% samlet på 3, 2 og 1, hvilket er mindst 5 procentpoint mere end DA og EN.

Perspektivering

Over én kam særdeles positive vurderinger af de tidligere turisters besøg i Grønland. Tilfredsheden målt i 2021 er endda højere end i 2012-2015 og 2017 – for eksempel har gennemsnitligt 80% i 2021 givet score 5, hvor 60% i 2012-2015 gav scoren 5, og 70% i 2017 gav scoren 5. NB: Vi har ikke data på hvornår respondenterne var afsted på rejsen, men vi er næsten 100% sikre på at de ikke var afsted på tidspunktet for besvarelsen af survey'en – hvorimod turisterne blev interviewet i selve Grønland i perioderne 2012-2015 og 2017 - hvilket kan indikere at tilfredsheden stiger retrospektivt.

Gennemsnitlig score:

2012-2015: 4,57.

2017: 4,67

2021 DA: 4,78

2021 EN: 4,80

2021 DE: 4,62

Sp. 30: Det bedste minde fra Grønland

Åbent spørgsmål: 'Hvad er dit bedste minde fra Grønland?'

Ordet 'naturen' går rigtig meget igen i de dansksprogede besvarelser. Derudover nævnes både overordnede naturfænomener som isbjerge, gletsjere, nordlys, frisk luft, dyreliv osv. – men også specifikke ture der har gjort et stort indtryk, samt møder med lokale der har efterladt et stort følelsesmæssigt indtryk.

Svarene i den engelsksprogede minder meget om DA, og de overordnede temaer er 'naturen og folket'. Der synes at være en større grad af 'eksotiske' oplevelser blandt disse respondenter – dvs. for hvem landet og folket har virket mere fremmedartet, overraskende og 'magisk' end for DA respondenter. Der nævnes også sindstilstandsmæssige oplevelser af ro og indre fred.

De tysksprogede respondenters bedste minder er ikke ulig DA og EN. Her nævnes både overordnede naturfænomener og konkrete ture, samt møder med lokale. Dyreliv og fiskeri (f.eks. at fange sine egne fisk) synes at fylde mere her end for DA og EN.

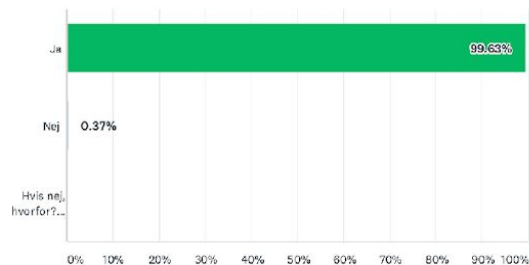
Perspektivering

Ift. de to interview runder 2012-2015 og 2017 er der ikke den store forskel i de bedste oplevelser/minder. Naturen og naturfænomener er det der fylder mest, efterfulgt af konkrete ture/oplevelser, efterfulgt af møder med lokale. Som det måske mest abstrakte er folks indre sindstilstandsmæssige oplevelser af ro, fred, klarhed, taknemmelighed o.lign. også væsentlige at nævne.

Sp. 31: Hvor mange der gerne vil besøge Grønland igen

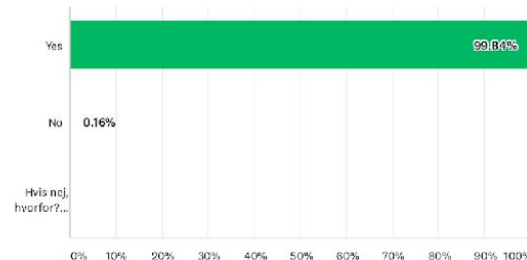
Q31 Vil du gerne besøge Grønland igen?

Answered: 2,172 Skipped: 1,438



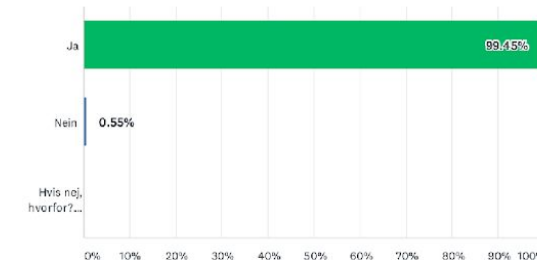
Q31 Would you like to visit Greenland again?

Answered: 626 Skipped: 1,581



Q31 Würden Sie Grönland gerne nochmal besuchen?

Answered: 181 Skipped: 506



Overordnede bemærkninger

Igen skal vi bemærke at respondenterne er rekrutteret via medier der har Grønland som tema, og gennem en konkurrence hvor der udloddes et rejsegavekort til 20.000 kr. De to faktorer har sandsynligvis en stor indflydelse på de store antal af respondenter der rigtig gerne vil besøge Grønland.

Perspektivering

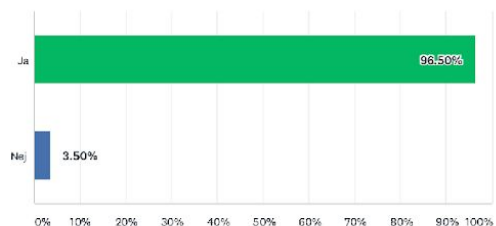
I retrospektiv skulle vi have stillet spørgsmålet på en anden måde, eftersom vi jo udloddede et rejsegavekort til Grønland som incitament til at deltage – hvilket nok har den effekt at respondenterne har følt at de 'skulle svare ja' til spørgsmålet, hvis de ville have en chance for at vinde. Sidstnævnte har selvfølgelig intet på sig eftersom alle der har gennemført survey'en (bortset fra respondenter med bopæl i Grønland – hvilket fremgik af konkurrencebetingelserne) var med i lodtrækningen om rejsegavekortet på samme vilkår.

Sp. 32: Overvejelser om at besøge Grønland (blandt de der endnu ikke har besøgt Grønland)

Greenland Travel & Visit Greenland spørgeundersøgelse 2021

Q32 Overvejer du/I at besøge Grønland?

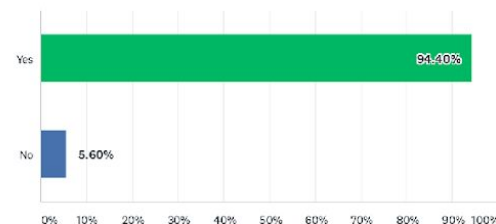
Answered: 971 Skipped: 2.639



Greenland Travel & Visit Greenland survey 2021

Q32 Are you considering visiting Greenland?

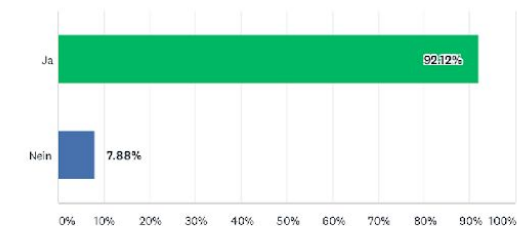
Answered: 1,429 Skipped: 778



Greenland Travel & Visit Greenland Umfrage 2021

Q32 Denken Sie darüber nach, nach Grönland zu reisen?

Answered: 457 Skipped: 230



Overordnede bemærkninger

- **DA:** Laveste 'Nej' andel blandt de tre sprogversioner
- **EN:**
- **DE:** Højeste 'Nej' andel blandt de tre sprogversioner

Perspektivering

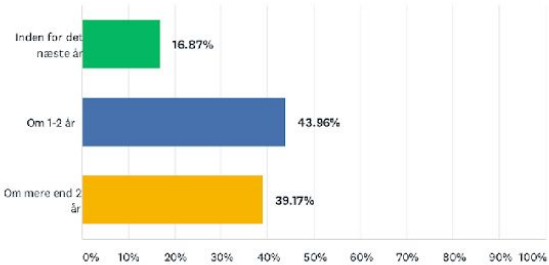
Igen må der tænkes at være en betydelig 'survey bias' siden incitamentet til at deltage i spørgeundersøgelsen jo var et rejsegavekort fra Greenland Travel, og mange har nok bevidst eller ubevidst tænkt at 'de hellere måtte svare ja', så her virker spørgsmålet mere som en slags trickspørgsmål. Hvis man skal drage en konklusion skal man nok ikke så meget se på den indbyrdes andel mellem Ja- og Nej-sigerne i hver sprogversion, men mere så på hvilke markeder der virker mest skeptiske overfor idéen om at rejse til Grønland.

Når vi kigger på Tyskland isoleret set (35 ud af 36 der ikke ville rejse til Grønland) så var grundene til ikke at ville rejse 'Jeg synes det er for dyrt' (37,1%), 'Jeg synes det virker for besværligt at komme rundt i Grønland' (25,7%), 'Jeg vil helst undgå at flyve og/eller sejle' (20,0%), 'Jeg vil hellere rejse til varmere destinationer' (17,1%) og 'Jeg er usikker på om kvaliteten og udvalget af turistprodukter lever op til mine forventninger' (11,4%).

Sp. 33: Hvornår de (der gerne vil besøge GL 1. gang) tror de vil besøge Grønland

Q33 Hvornår tror du, at du/I vil du besøge Grønland?

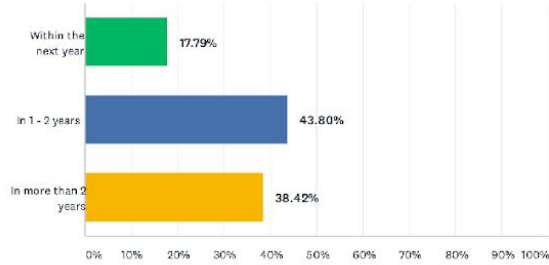
Answered: 919 Skipped: 2,891



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Inden for det næste år	16.87%	155
Om 1-2 år	43.86%	404
Om mere end 2 år	39.17%	380
TOTAL		919

Q33 When do you think you will visit Greenland?

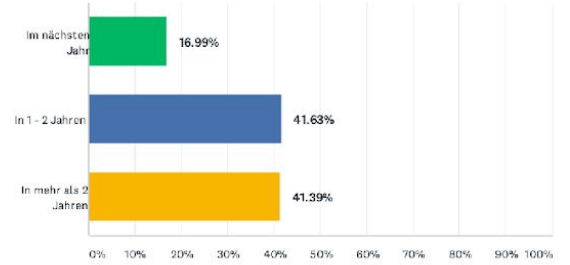
Answered: 1,338 Skipped: 869



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Within the next year	17.79%	238
In 1 - 2 years	43.80%	586
In more than 2 years	38.42%	514
TOTAL		1,338

Q33 Wann würden Sie nach Grönland reisen ?

Answered: 418 Skipped: 269



ANSWER CHOICES	RESPONSES	
Im nächsten Jahr	16.99%	71
In 1 - 2 Jahren	41.63%	174
In mehr als 2 Jahren	41.39%	173
TOTAL		418

Overordnede bemærkninger

Der er stor lighed mellem svarene i de tre sprogversioner, med ca. 17% 'indenfor det næste år', ca. 43% 'om 1-2 år' og ca. 40% 'om mere end 2 år'

Perspektivering

I Visit Greenlands markedsanalyser fra perioden 2016-2018, i kernemarkederne DE, GB, US, FR, DA, SE, NO (foretaget af NIT Kiel) havde så mange svaret at de 'helt sikkert planlagde en rejse til Grønland indenfor 2 år' at det statistisk set svarede til at 300.000 tyskere (alle markeder voksne mellem 16-75 år), 300.000 briter, 800.000 amerikanere, 300.000 franskmænd, 110.000 danskere, 100.000 svenskere og 35.000 nordmænd ville have besøgt Grønland i løbet af de 2 år efter at have besvaret survey'en. Det er desværre ikke det der skete. I løbet af de to år 2018-2019 besøgte ca. 200.000 turister Grønland, hvoraf ca. halvdelen var danskere.

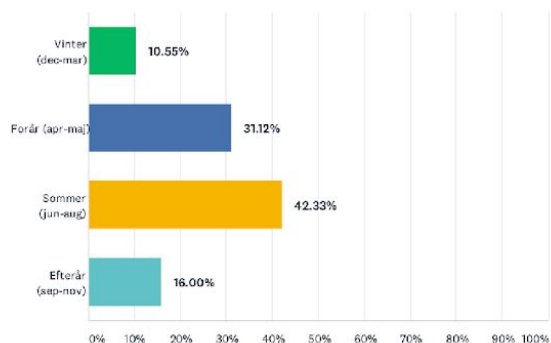
Survey'en viste sig at ramme indenfor rammen ift. danske respondenter – men milevidt udenfor rammen ift. de øvrige markeder, hvor kun en brøkdel af antallet af fremskrevne turister faktisk besøgte Grønland i de efterfølgende 2 år. Vi vil senere i rapporten se nærmere på hvorfor der i de øvrige kernemarkeder var så langt fra 'snak til handling'.

Sp. 34: Hvilken periode de (der gerne vil besøge GL for 1. gang) vil besøge Grønland



Q34 I hvilken periode af året vil du helst rejse?

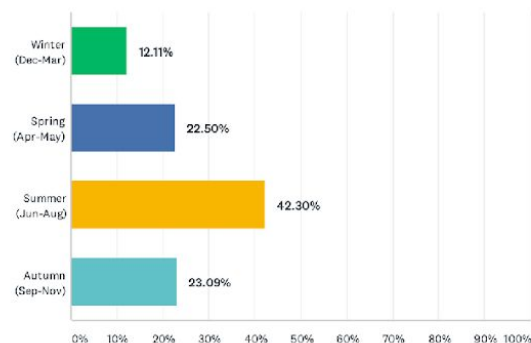
Answered: 919 Skipped: 2,691



ANSWER CHOICES	RESPONSES	Count
Vinter (dec-mar)	10.55%	97
Forår (apr-maj)	31.12%	286
Sommer (jun-aug)	42.33%	389
Efterår (sep-nov)	16.00%	147
TOTAL		919

Q34 In what part of the year would you rather travel?

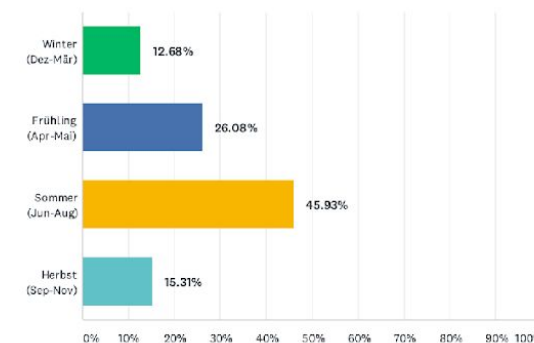
Answered: 1,338 Skipped: 869



ANSWER CHOICES	RESPONSES	Count
Winter (Dec-Mar)	12.11%	162
Spring (Apr-May)	22.50%	301
Summer (Jun-Aug)	42.30%	566
Autumn (Sep-Nov)	23.09%	309
TOTAL		1,338

Q34 Zu welcher Jahreszeit würden Sie am liebsten reisen?

Answered: 418 Skipped: 269



ANSWER CHOICES	RESPONSES	Count
Winter (Dez-Mär)	12.68%	53
Frühling (Apr-Mai)	26.08%	109
Sommer (Jun-Aug)	45.93%	192
Herbst (Sep-Nov)	15.31%	64
TOTAL		418

Overordnede bemærkninger

Her ser vi igen en stor lighed i mønstret på tværs af de tre sprogversioner, hvor ca. 12% gerne vil afsted om vinteren, ca. 26% vil afsted i foråret, ca. 44% vil afsted om sommeren og ca. 18% i efteråret. DA er dog en del mere interesserede i foråret end EN og DE, og EN er en del mere interesserede i efteråret end DA og DE.

Perspektivering

Der er desværre en lille fejl i periodeangivelserne: Vinter skulle have heddet 'dec-feb' i stedet for 'dec-mar' og foråret skulle have heddet 'mar-maj' i stedet for 'apr-maj', men det har nok ikke den helt store betydning.

Ser vi på flypassager statistisk fra 2019, som er det sidste 'normale' turistår uden Covid-19, ser mønstret således ud (krydstogt ikke inkluderet - kun sommerhalvåret):

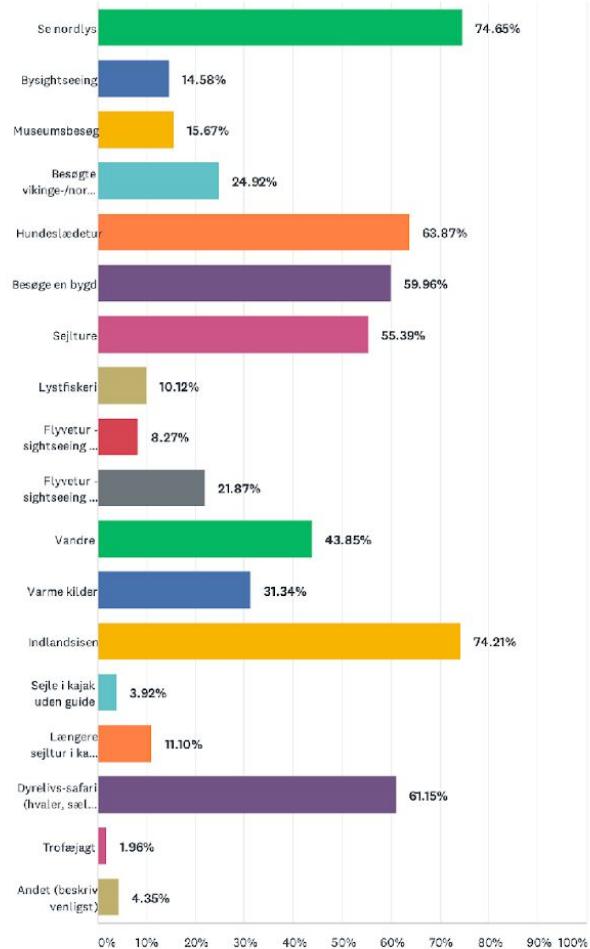
Vinter (dec-feb): 10,0% Forår (mar-maj): 17,5% Sommer (jun-aug): 50,1% Efterår (sep-nov): 22,4%

Efterspørgslen svarer dermed rimelig godt med historiske data. Vi ser dog en tendens til lidt mindre efterspørgsel efter sommersæsonen, hvilket er positive tegn ift. bestræbelserne på at gøre Grønland til en helårsdestination, hvor efterspørgslen er mere ligeligt fordelt mellem de 4 sæsoner.

Sp. 35: Hvilke typer turismeoplevelser der efterspørges (blandt dem der ikke har besøgt GL endnu)

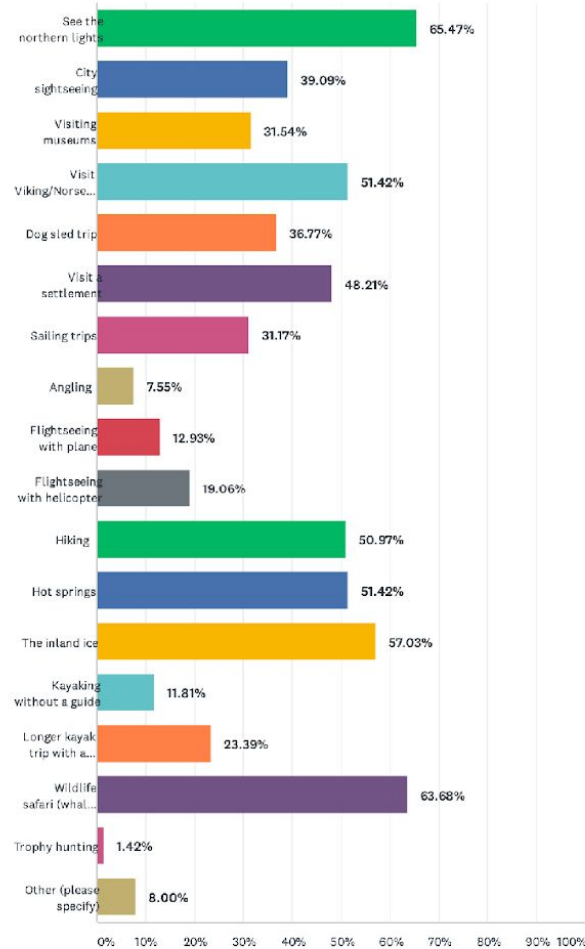
Q35 Hvad vil du allerhelst opleve i Grønland ?

Answered: 919 Skipped: 2.691

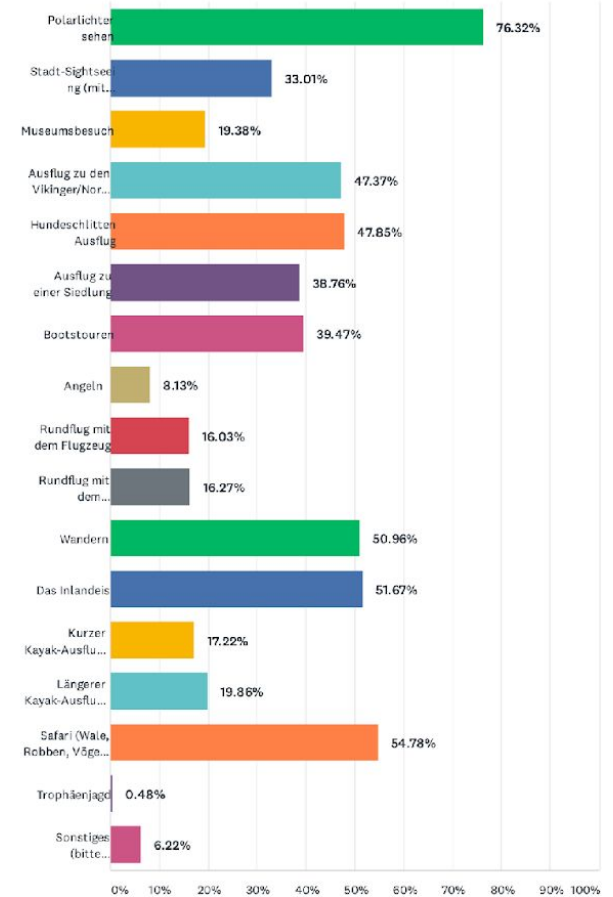


Q35 What do you want to experience the most in Greenland?

Answered: 1.338 Skipped: 869



Q35 Für welche Tourismus-Aktivitäten interessieren Sie sich am meisten in Grönland?



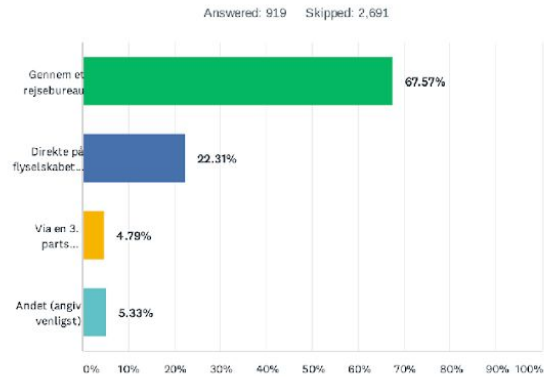
Perspektivering

Efterspørgslen i 2021 passer mere eller mindre med data fra tidligere interviews med turister i Grønland, hvor de mest populære produkter (i rækkefølge) er Nordlys, Indlandsisen, Dyreliv safari, Hundeslædeture, Besøge en bygd, Vandring, Varme kilder (desværre manglende i DE versionen), sejlture og Besøge vikinge/nordbo ruiner.

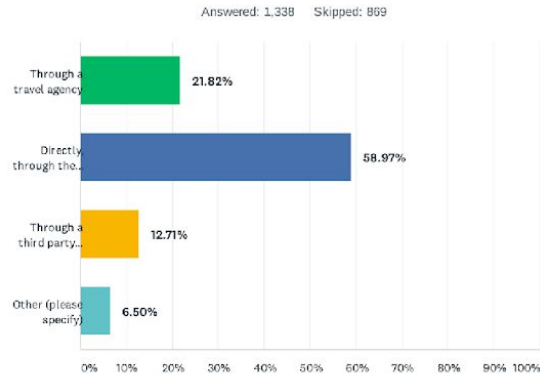
Et produkt der var inkluderet i NIT markedsundersøgelserne var 'lokale specialiteter', 'møde lokale' og 'fototure' – som alle var blandt de 10 mest populære produkter. 38

Sp. 36: Hvordan (dem der gerne vil besøge GL for 1. gang) forventer at købe rejsen til GL

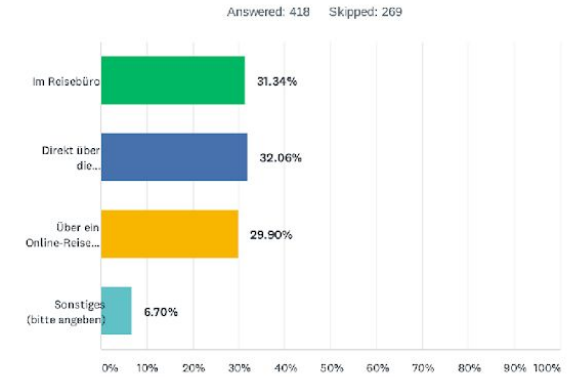
Q36 Hvordan forventer du, at du/l vil købe rejsen til Grønland?



Q36 How do you expect that you will purchase your trip to Greenland?



Q36 Wie würden Sie Ihre Reise nach Grönland buchen?



Overordnede bemærkninger

- **DA:** NB: Denne survey har primært rekrutteret DA respondenter blandt Greenland Travel og Visit Greenlands nyhedsbrevsmodtagere – hvoriblandt der er mange tidligere Greenland Travel kunder. Det kan være en af forklaringerne på den meget store andel af 'gennem et rejsebureau'
- **EN:** Der er desværre ikke præcise data på hvor stor andel af respondenterne der er rekrutteret gennem Greenland Travels nyhedsbrev, men vi kan se at der forholdsvis mange flere EN respondenter rekrutteret via visitgreenland.com og Facebook end DA, hvilket kan være en af grundene til den væsentlig lavere andel 'gennem et rejsebureau'. Overraskende mange vil booke direkte online hos udbyderen, så det kan være et udtryk for en ny tendens i markedet, primært US og GB
- **DE:** ca. 1/3 fordelt ligeligt blandt de 3 prædefinerede muligheder. DE respondenter er klart det segment der vil booke mest via rejseportaler som Expedia, Kayak osv. – sandsynligvis også udtryk for en stigende tendens, i hvert fald i Tyskland

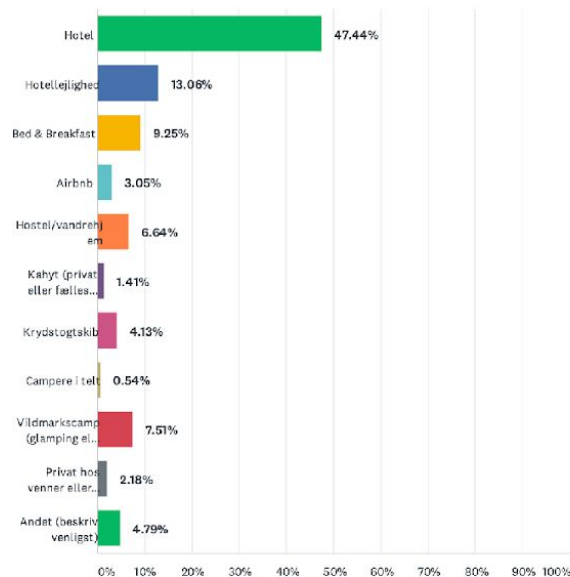
Perspektivering

Objektivt ser DA respondenter ud til at være mere traditionelle, i og med at de i stor stil foretrækker at booke gennem et rejsebureau. Der er dog en klar sammenhæng mellem alder og præferencen for bookingmetode. Der er et markant 'knæk' mellem yngre aldersgrupper og ældre: Yngre under 35 år foretrækker klart direkte online booking, mens aldersgruppen fra 35 år og opefter klart foretrækker rejsebureau – præferencen for rejsebureau stiger lineært med alderen.

Sp. 37: Hvilken type overnatningssted der foretrækkes

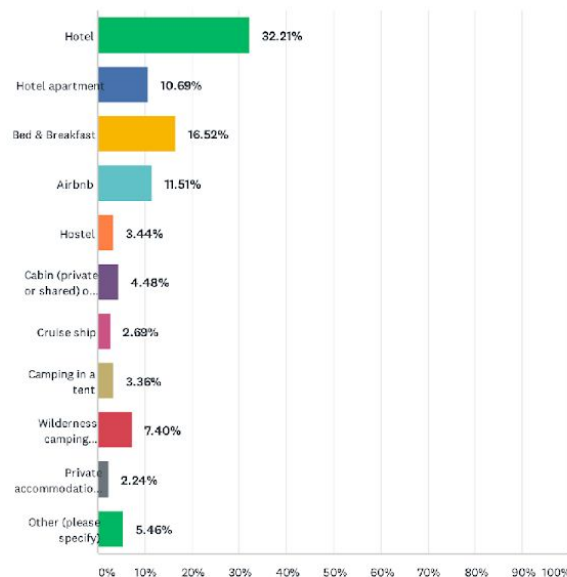
Q37 Hvilken type overnatningssted foretrækker du mest ifm. en rejse til Grønland?

Answered: 919 Skipped: 2,691



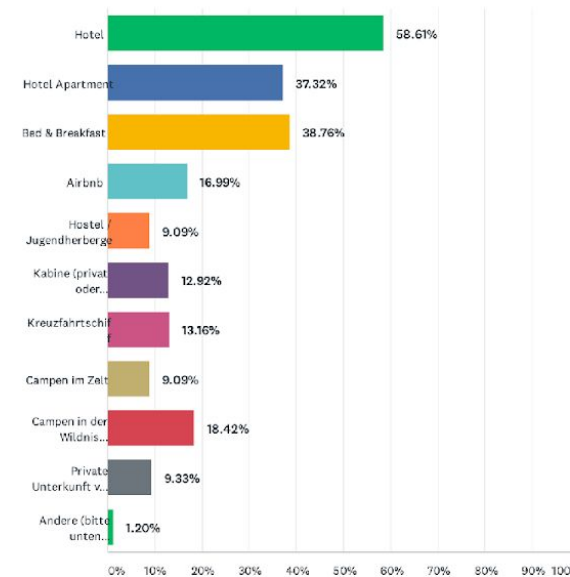
Q37 Which types of accommodation would you prefer on a trip to Greenland?

Answered: 1,338 Skipped: 869



Q37 Welche Art Unterkunft würden Sie für Ihren Urlaub in Grönland bevorzugen?

Answered: 418 Skipped: 269



Overordnede bemærkninger

- **DA:** DA respondenter har en klar præference for hoteller, hotellejligheder og Bed & Breakfast. 'Vildmarkscamp' andelen er lidt overraskende på 7,5%
- **EN:** Lidt samme præferencer som DA, men markant mere interesse for airbnb
- **DE:** Største præference blandt de 3 sprogversioner for hotel, hotellejligheder, B&B og airbnb, kahyt og krydstogt. Markant større efterspørgsel efter vildmarkscamp, privat (venner/familie), vandrehjem og telt – end DA og EN. DE respondenter har markeret langt flere overnatningsmuligheder pr respondent end DA og EN

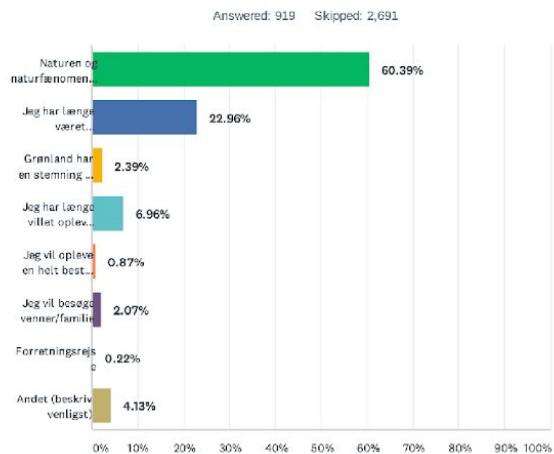
Perspektivering

For DA respondenter foretrækker aldersgruppen 18-25 klart vandrehjem, mens de resterende aldersgrupper alle primært foretrækker hotel. For EN respondenter er billedet lidt blandet med aldersgruppen 25-34 dem der mindst efterspørger hotel - men mest efterspørger airbnb, sammen med 18-24 års gruppen. 55-64 års-gruppen er dem der mest efterspørger hotel. For DE respondenter er 25-34 års gruppen den der har størst efterspørgsel efter hotel, mens 18-25 års gruppen har den laveste. B&B er forholdsvis populært blandt alle aldersgrupper. Efterspørgslen efter vildmarkscamps er jævn fordelt, dog lidt mere i de yngre grupper.

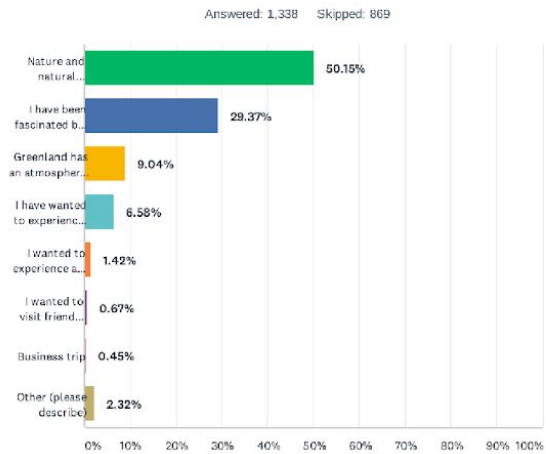
2017 interviews var der samme efterspørgsel (faktisk booket overnatningsmulighed i GL) efter hotel, men markant mindre efter B&B og airbnb. Til gengæld var efterspørgslen efter camping i naturen markant højere (34%), hvilket sandsynligvis hænger sammen med at de interviews er foretaget om sommeren.

Sp. 38: Hovedårsag til gerne at ville besøge Grønland (for 1. gang)

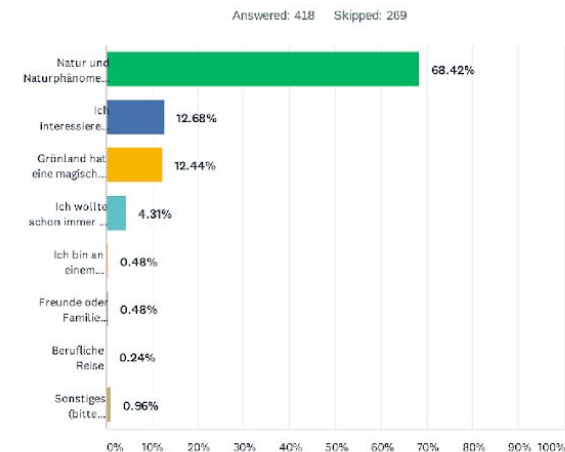
Q38 Hvad er hovedårsagen til, at du gerne vil besøge Grønland?



Q38 What is the primary reason that you want to visit Greenland?



Q38 Was ist der Hauptgrund warum Sie gerne nach Grönland reisen würden?



Overordnede bemærkninger

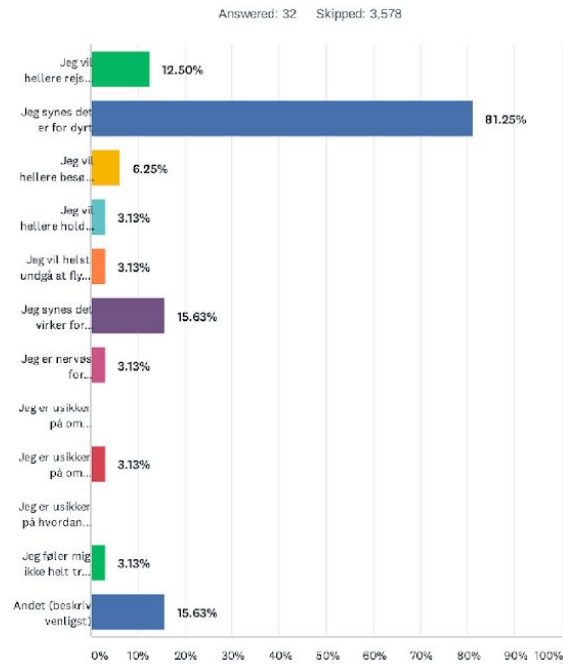
Respondenterne i de tre sprogversioner er forholdsvis enige om hovedårsagerne til at de gerne vil besøge Grønland, dog med lidt forskelle. Det er forventeligt at 'Naturen og naturfænomener' ligger som en klar nr. 1, mens de efterfølgende placeringer er mere interessante. DA og EN scorer temmelig højt på 'Jeg har længe været fascineret af Grønland' mens DE ligger mindst 10 procentpoint under DA og EN. Til gengæld scorer DE – sekundært EN - højt på 'Grønland har en stemning af magi og mystik', mens denne tendens næsten udebliver for DA. Overraskende lavt DA niveau af 'Jeg vil besøge venner/familie'. Der er en vis interesse for den grønlandske kultur.

Perspektivering

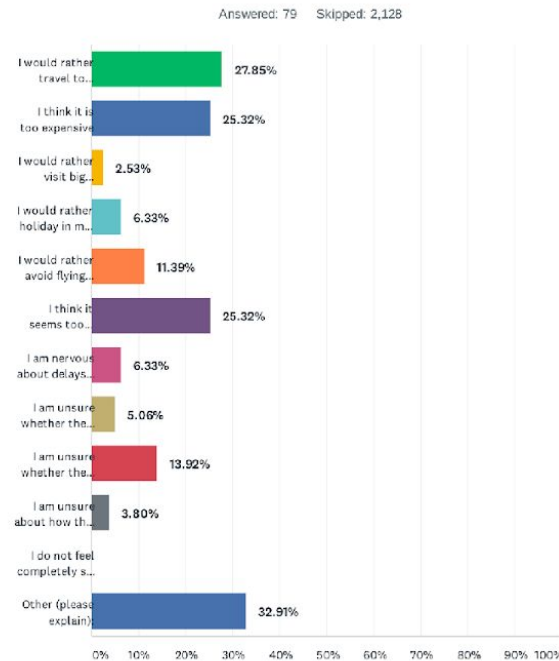
I tidligere indsamlede data er 'Naturen og naturfænomener' også suveræn topscorer. I 2012-2015 interviews angav hele 22% at Grønland har en 'aura af mystik', mens 15% i 2017 interviews angav samme. I 2012-2015 angav 20% at Grønland er en 'Drømmedestination', mens kun 8% gjorde samme i 2017. I 2012-2015 angav 20% 'Special activity', mens kun 11% i 2017 angav samme.

Sp. 39: Ting der afholder folk (der ikke har besøgt GL) fra at besøge Grønland

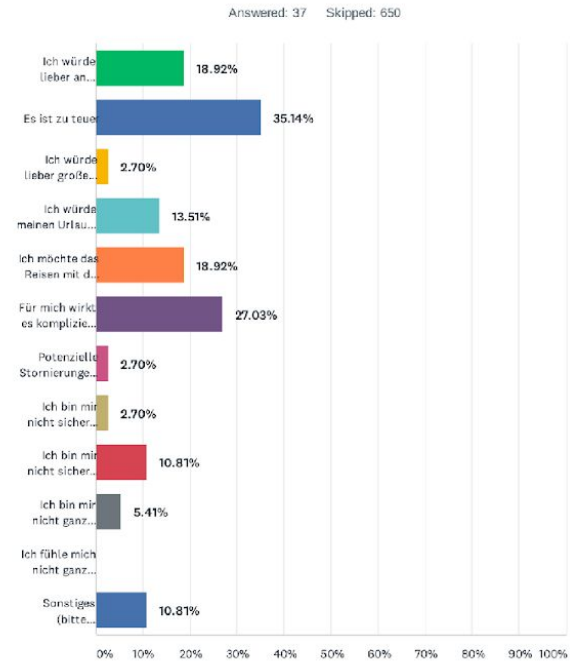
Q39 Hvilke(n) ting gør at du p.t. ikke har lyst til at rejse til Grønland?



Q39 What makes you uninterested in traveling to Greenland at the moment?



Q39 Warum interessieren Sie sich momentan nicht dafür nach Grönland zu reisen?



Overordnede bemærkninger

- **DA:** Igen bekræfter data at danskere er mere prisfølsomme end EN og DE. 16% synes det virker for besværligt at komme rundt i Grønland mens 12% foretrækker varmere dest.
- **EN:** Topscoreren er 'Jeg vil hellere rejse til varmere destinationer'. Igen synes mange det er for dyrt, og mange at det er for besværligt at rejse rundt. Under Andet finder man bl.a Covid-19, at der er andre destinationer før i 'køen' og helbredsproblemer. 11% vil helst undgå at flyve og sejle til GL af klimahensyn
- **DE:** DE respondenter er dem hvor flest (ift. DA og EN) synes at det er 'besværligt at rejse rundt i Grønland' samt 'vil hellere holde ferie i eget land'

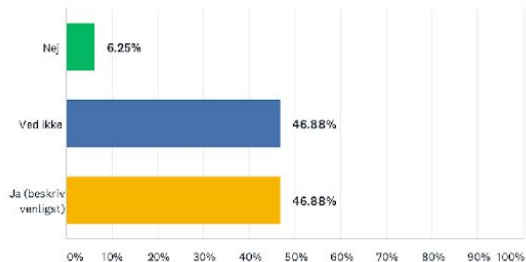
Perspektivering

Der er som sådan ingen overraskelser. Grønland er en dyr destination og mange har ikke rigtig råd til at besøge landet. Det ER mere kompliceret at rejse rundt i Grønland, sammenlignet med de fleste andre destinationer, og det kræver en del research at planlægge sin rejse. En af de største faktorer der afholder mange fra at virkeliggøre en ellers stor interesse for at rejse til Grønland er, at det er meget nemmere at tage en beslutning om at købe billigere rejser til destinationer der er nemmere at booke, mere velkendte – og i øvrigt har meget større markedsføringsbudgetter - og dermed markant større synlighed i adventure markedet.

Sp. 40: Ting der kan få folk (der har svaret at de ikke vil rejse til GL) til at ændre mening?

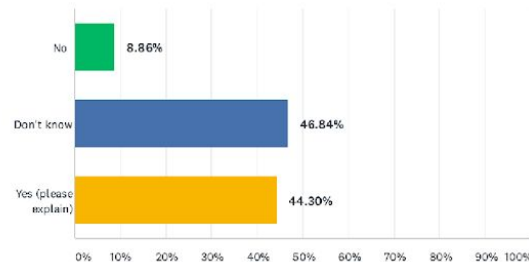
Q40 Er der én ting der kan få dig til at ændre mening om at besøge Grønland?

Answered: 32 Skipped: 3,578



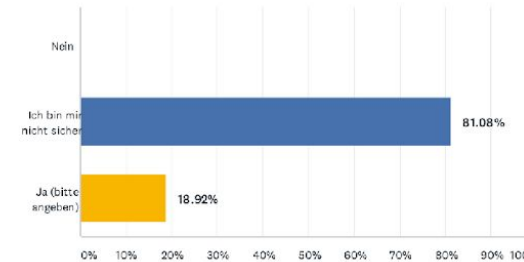
Q40 Is there anything that can make you change your mind about visiting Greenland?

Answered: 79 Skipped: 2,128



Q40 Gibt es etwas was Sie dazu überzeugen könnte doch nach Grönland zu reisen?

Answered: 37 Skipped: 650



Overordnede bemærkninger

Ud af de 32 DA respondenter mener 2 af dem at ingenting kan få dem til at skifte mening om ikke at ville besøge Grønland. 15 af dem ved ikke, mens 15 mener at 'ja'. Af sidstnævnte mener næsten alle at det er prisen der afholder dem, så at de ville ville overveje at besøge landet hvis det blev billigere. Ud af 79 EN respondenter mener 7 'Nej', mens 37 af dem er uafklarede. De resterende 35 mener 'Ja', heraf svarer langt de fleste enten 'hvis det bliver billigere' eller 'hvis de havde mere information'. Ud af DE 37 respondenter er der ingen der har svaret 'Nej', 30 er uafklarede, mens 7 kunne ændre mening hvis det var billigere, nemmere at rejse til/i, hvis de vandt gavekortet, eller hvis der var 'bæredygtige rejser til gode priser'.

Perspektivering

Det er klart at prisen er der mest af alt afholder skeptiske folk fra at ville rejse til Grønland, dernæst er det manglen på nok information. Prisen vil sandsynligvis blive billigere med direkte beflyvning til Nuuk og Ilulissat kombineret med større stordriftsfordele jo flere turister der rejser til destinationen, og det er relativt nemt at skaffe mere information. Sidstnævnte kræver bare at vi (og rejsebureauerne og operatørerne) ved præcis hvilken information der efterspørges, hvilket vi kan blive klogere på ved at spørge dem i fremtidige surveys.

Turismens aftryk på Grønlands økonomi - to grove estimater

Når vi sammenligner de indsamlede data med data fra Grønlands Statistik virker de til at ligge i den høje ende, både mht. gennemsnitlige antal overnatninger, og gennemsnitligt døgnforbrug. Lad os derfor lave to grove estimater af turismens omsætning i et år som 2019, dvs. et højt, baseret på survey'en samt et mere konservativt estimat:

Døgnforbrug - landbaserede turister

I Grønlands-turisternes selvestimerede døgnforbrug (dvs. eksklusiv transport og overnatning, men inklusiv mad, ture, souvenirs osv.) er tallet for DA/EN/DE henholdsvis 687/852/954 kr. Det vægtede gennemsnit på tværs af sprogversionerne er 790 kr.

Det vægtede gennemsnit (DA/EN/DE) ift. antal overnatninger i Grønland er 11. Når vi anvender de tal var det samlede forbrug for 57.996 landbaserede turister i 2019 på ca. **504 mio. kr.** Ved anvendelse af et mere konservativt estimat på 6 gennemsnitlige overnatninger og et gennemsnitligt døgnforbrug på 600 kr giver det et samlet forbrug på 207 mio. kr.

Grønlandske lufthavnsafgifter for de 57.996 landbaserede turister i 2019: ca. **66 mio. kr.**

Ca. 2/3 af turisterne flyver med Air Greenland. Hvis vi sætter gennemsnitsprisen på en Air Greenland t/r billet (basispris, dvs. u. lufthavnsafgift) på 6.000 kr, svarer det til ca. **232 mio. kr.**

Gennemsnitligt 25% af alle landbaserede turister besøgte 2 regioner, hvilket betyder mindst én ekstra indenrigsbillet med enten AUL eller Air Greenland. Ved en gennemsnitlig billetpris på 1.200 kr svarer det til ca. **17 mio. kr.**

Gennemsnitligt 12% besøgte 3 regioner, dvs. mindst 2 ekstra Air Greenland eller AUL billetter. Ved gennemsnitlig billetpris på 1.200 kr svarer det til ca. **17 mio. kr.**

Gennemsnitligt 4% besøgte 4 regioner, dvs. mindst 3 ekstra Air Greenland eller AUL billetter. Ved gennemsnitlig billetpris på 1.200 kr svarer det til ca. **8 mio. kr.**

Ved gennemsnitligt 11 overnatninger pr turist, og en bevidst lavt sat gennemsnitlig pris pr overnatning på 300 kr/nat svarer det til ca. **191 mio. kr** i samlet overnatningsomsætning. Ved de konservative 6 overnatninger pr turist giver det 104 mio. kr i samlet overnatningsomsætning.

Forbrugsmønster – krydstogtturister

I 2015 fik Visit Greenland analysebureauet G. P. Wild til at lave en survey blandt krydstogtpassagerer omkring deres forbrugsmønstre. Den viste at den gennemsnitlige krydstogtturist brugte 50 Euro pr anløb på forbrugsvarer og ture, som dermed tilfaldt lokalsamfundet. Et togt i Grønland har typisk 3 anløb i grønlandske byer/bygder i gennemsnit.

De 46.633 krydstogtturister i 2019 lagde omregnet (50 Euro * 3 anløb * 46.633) ca. 7 mio Euro – svarende til ca. **52 mio. kr.** Dertil kommer Mittarfeqarfiit lufthavnsafgifter (1.139 kr t/r f.eks. CPH-GOH) for ca. 6.000 passagerer (kilde: Albatros Arctic Circle) der enten rejser ind eller ud via fly, hvilket løber op i ca. **4 mio. kr** yderligere, inkl. transit til skibet i Kangerlussuaq. Samlede krydstogtafgifter til Selvstyret (1,1 kr pr anløb pr bruttoregister-ton) for 2019 løber op i **7.7 mio. kr.**

Estimat på turismens omsætning i 2019

For et ikke-coronaramt år som 2019 med 57.996 landsbaserede og 46.633 krydstogtturister – og med udgangspunkt i de indsamlede svar - når vi frem til en samlet turismeomsætning på ca. **1,09 mia. kr.**

Med det konservative estimat på 6 overnatninger pr turist og et døgnforbrug på 600 kr var den samlede turistomsætningen på ca. 715 mio. kr.

I de to ovenstående grove estimater er der ikke medregnet såkaldte 'afledte effekter' der ifølge Selvstyret er sat til en faktor på 0,5 af den direkte omsætning. Hvis man tager udgangspunkt i det konservative grove estimat er det totale økonomiske aftryk af turismen på Grønlands økonomi i 2019 dermed på (1,5 x 715 mio. kr) **1,07 mia. kr.**

Visit Greenland har bedt crt.dk (firmaet der udarbejder Danmarks årlige Turismeregnskab, kaldet TSA) vurdere det høje estimat på turismens omsætning i 2019, sammenlignet med Selvstyrets estimat der for 2018 ligger på 430 mio. kr. CRT's vurdering er, at de ikke uden valide data og en komplet TSA kan bekræfte VGs estimat. De vurderer dog at det er sandsynligt, at Selvstyrets estimat er for lavt (se bilag 1).

Vi finder det derfor uhyre relevant at få udarbejdet et Turismeregnskab (TSA) for Grønland, hvilket endnu ikke er sket. Først da kan vi få et validt bud på turismens årlige økonomiske aftryk på Grønlands nationaløkonomi.

Bilag 1: Visit Greenland's beregning af turisternes aftryk på Grønlands økonomi - En faglig vurdering af metoden

Forfatter: Jonathan Lindahl (jonathan.lindahl@crt.dk)

1 Baggrund

Ifølge Grønlands selvstyre var de udenlandske turismeomsætning i Grønland 430 mio. kroner i 2018. En beregning af VisitGreenland (under forberedelse) vurderer, at dette er temmelig undervurderet og tallet nærmere bør være 1,09 mia. kr. Nedenstående notat er en vurdering af VisitGreenland's metode ifm. at beregne turismeomsætningen i Grønland. Notatet er lavet af Center for Regional- og Turismeforskning med inputs fra VisitDenmark.

2 Døgnforbrug

En af forklaringerne på forskellen på tallet mellem Grønlands selvstyre og VisitGreenland skyldes, at man når frem til forskellige tal for turisternes døgnforbrug. Tallet som Grønlands selvstyre refererer til stammer fra spørgeskemaer fra 2006-2010 (Grønlands Statistik, 2013), som bliver fremskrevet med en vis procentdel om året. Det har ikke været muligt at få et præcist tal for, hvad denne procentdel er. Hvis de dog bruger de samme tal for landbaserede turister samt antal overnatninger pr. turist i 2019, får man et døgnforbrug på $430.000.000 / (11 * 57.996) = 674$ kr. VisitGreenland når frem til døgnforbrug på 790 kr. Tallet fra Grønlands Selvstyre er desuden inkl. transport under opholdet, mens tallet fra VisitGreenland er ekskl. transport under opholdet. Derfor laves der en beregning af dette i VisitGreenland. VisitGreenland når frem til en samlet turismeomsætning af indenrigsflyvning på 42 mio. kroner, hvilket svarer til et ekstra døgnforbrug $42.000.000 / (11 * 57.996) \sim 66$ kr. Dvs. VisitGreenland får et samlet døgnforbrug på $790 + 66 = 856$ kr., hvilket kan sammenlignes med de 674 kr. fra tallet, som Grønlands Selvstyre bruger.

Der er altså en væsentlig forskel på døgnforbruget fra de to kilder. Det er svært for Center for Regional- og Turismeforskning ud fra det tilsendte materiale og den korte tidsfrist at vurdere, hvilket tal som er mest præcist (f.eks. vurdere, om stikprøven i det spørgeskema som VisitGreenland bruger er repræsentativ for turisterne). I Danmark er det VisitDenmark, som står for at indsamle data omkring turisternes døgnforbrug via spørgeskemaer fra Turistundersøgelsen. Derudover laver Danmarks Statistiks vægte, så stikprøven er repræsentativ for turisterne samt afstemmer Center for Regional- og Turismeforskning turismeomsætningen fra turistundersøgelsen med nationalregnskabet ifm. opstilling af RTSA for Danmark. Derfor er det også vores anbefaling, at der indledes en dialog med Grønlands selvstyre med henblik på at finde ud af, hvorfor der er så stor forskel i døgnforbruget.

Hvis det f.eks. er den generelle prisudvikling, som der bruges til at fremskrive døgnforbruget i det tal som Grønlands Selvstyre bruger, så er det sandsynligt, at døgnforbruget vil blive undervurderet i 2019. I Danmark er det i hvert fald tilfældet, at turisternes døgnforbrug over en årrække er steget mere end den generelle prisudvikling (jf. VisitDenmark (2018) for at se ændringer i turisternes døgnforbrug fra 2014 til 2017).

3 Øvrigturismeomsætning

Udover ovenstående døgnforbrug medregner VisitGreenland turismeomsætningen fra:

- Udenrigsflyvning til/fra Grønland som flyver med Air Greenland samt grønlandske lufthavnsafgifter
- Turisternes forbrug på overnatninger
- Krydstogtpassagerernes forbrug, når de anløber en havn i Grønland

(a) er ikke med i den danske (R)TSA, da det er svært at vurdere, hvor meget turisterne udenrigsflyvning til/fra Danmark kommer Danmark til gode pga. komplicerede selskabsstrukturer og overførsler på tværs af landegrænser. Det er dog stadig legitimt at have det med, hvilket, så vidt vi ved, også tages med i andre landes TSA. I stedet for fremgangsmetoden i VisitGreenland (under forberedelse) kan man evt. bruge Nationalregnskabets produktionsværdi af branchen '5100 Lufttransport' i Grønlands Statistikbank, og få dem til at give et estimat af, hvor meget af det, som kan henføres til udenrigsflytransport af udenlandske turister.

(b) og (c) bør medregnes i turisternes forbrug og det gøres også i Danmark. Medregnes dette ikke i det tal som Grønlands selvstyre bruger, så er vi enige i, at Selvstyrets officielle estimat undervurderes med størrelserne på ovenstående. VisitGreenland bruger et spørgeskema fra 2015 ifm. krydstogtpassagerernes forbrug, når de anløber en havn i Grønland. Når vi i Danmark bruger spørgeskemaer af ældre data, så plejer vi at korrigere forbruget med den generelle prisændring i samfundet (f.eks. inflation). Man kan overveje at gøre det samme med de 50 euro. Samlet set bør det dog ikke ændre det store, hvis dette gøres. Mht. overnatninger, så bruger man en pris på 300 kr. per overnatning. Vi kan ikke umiddelbart vurdere, om en pris på 300 kr. per overnatning er en rimelig pris at sætte.

Bilag 1: Visit Greenland's beregning af turisternes aftryk på Grønlands økonomi - En faglig vurdering af metoden

Forfatter: Jonathan Lindahl (jonathan.lindahl@crt.dk)

4 Nationalregnskab og afledte effekter

Ovenstående giver en samlet turismeomsætning. Skal man skabe en TSA, skal man også vide hvilke varer (f.eks. overnatninger, restaurants besøg mv.), som det er turisterne køber. På den måde kan man afstemme det med et lands Nationalregnskab, så man f.eks. kan se i hvilke brancher beskæftigelsen sker som følge af turismeforbruget. Derudover kan man også beregne afledte effekter (dvs. både de indirekte og inducerede effekter) af turismeomsætningen.

I Danmark gøres dette af Center for Regional- og Turismeforskning ved brug af LINE modellen. Hvis man har et bud på, hvilken typer varer som turisterne i Grønland forbruger, kan man bruge tabel bank.stat.gl/NRD15 og tabel bank.stat.gl/NRD16 fra Grønlands Statistikbank til at beregne den direkte og indirekte produktion, værditilvækst samt beskæftigelse som følge af turismeomsætningen. Center for Regional- og Turismeforskning beregnede i april i 2021 den direkte og indirekte beskæftigelse som følge af turismeomsætningen i Grønland ved brug af ovenstående tabeller, hvor der blev brugt det officielle tal for turistindtægterne fra Grønlands Statistikbank samt tal fra Islands TSA for at fordele forbruget ud på forskellige varer

5 Opsummering

En af grundene til, at man når frem til forskellige tal for turismeomsætningen er, at man får forskellige tal for døgnforbruget. Det er svært for Center for Regional- og Turismeforskning ud fra det tilsendte materiale og den korte tidsfrist at vurdere, hvilket tal som er mest præcist. Dog hvis tallet bag Grønlands selvstyre bliver fremskrevet ud fra den generelle prisudvikling, er det sandsynligt, at tallet bliver undervurderet, da erfaringer fra Danmark viser, at turisternes døgnforbrug over en årrække er steget mere end den generelle prisudvikling.

VisitGreenland medregner turismeomsætning fra andre kilder end spørgeskemaet (f.eks. turisternes forbrug på overnatningsformer). Vi er enig i, at dette skal medregnes i turismeomsætningen. Dog kan det for turisternes udenrigsflyvning til/fra Grønland være svært at afgøre, hvor meget der kommer Grønland til gode.

Skal der laves en TSA for Grønland, kræver det også data omkring, hvilke varer det er, som turisterne forbruger. Har man denne information, er det også muligt at beregne de afledte effekter af turismeomsætningen ved brug af Grønlands input-output data.

6 Litteratur

Grønlands Statistik (2013). Flypassagerstatistik 1. halvår 2006-2010. Grønlands Statistik.
VisitDenmark (2018). Turisternes døgnforbrug. VisitDenmark.
VisitGreenland (under forberedelse). Online survey september 2021 – i samarbejde med Greenland Travel. Powerpoint-præsentation. VisitGreenland.