

## **Notat: Svalbard - Turisme**

Følgende notat er udarbejdet i forlængelse af Udvalg for Økonomi og Erhvervs rejse til Svalbard. Notatet opsummerer de vigtigste pointer fra turen.

Grønland og i særdeleshed Nuuk står i dag overfor en skillevej, hvor vi skal beslutte, hvordan vi ønsker at udvikle turismen fremadrettet, som følge af etableringen af de nye lufthavne.

Kommunen og Grønland har, ifølge Thomas Westergaard (Koncerndirektør i Hurtigruten), i dag en unik chance for at være med til at definere, hvilken vej vi skal gå. Skal der sættes på masseturisme som i Island eller eksklusiv adventure-turisme som på Svalbard? Eller måske noget midt imellem?

Det er en beslutning, der signifikant vil være med til at præge og forandre Grønland og Kommuneqarfik Sermersooq i fremtiden.

I forbindelse med rejsen besøgte udvalget følgende turismeinteressenter:

- Lokalstyret i Longyearbyen v. Arild Olesen
- Hurtigruten v. Thomas Westergaard
- AECO v. Frigg Jørgensen
- Greendog v. Martin Hartmann Munck og Karina Bernlow
- Visit Svalbard v. Per Gunnar Hettervik

## **Karakteristik af turismen i Svalbard**

Svalbard er i forhold til byens størrelse en stor turistdestination, men relativt lille i international sammenhæng. Med 67.403 besøgende og 183.000 overnatninger om året er der nok at se til for Longyearbyens 2100 indbyggere.

Spørgsmålet vedrørende arbejdskraft er løst ved at importere arbejdskraft udefra. Der bor i dag over 50 forskellige nationaliteter i byen og det er relativt nemt, at importere arbejdskraft udefra.

Der fokuseres meget på bæredygtighed i turismen til dels pga. efterspørgslen, men ligeledes pga. den meget restriktive miljølovgivning, hvor 2/3-dele af Svalbard er fredet af miljølovgivning.

*"Svalbardmiljøloven har som formål å opprettholde et tilnærmet uberørt miljø på Svalbard. Innenfor denne rammen gir loven rom for miljøforsvarlig bosetting, forskning og næringsdrift."* – Sysselmannen.

Der arbejdes bl.a. på et forbud mod HFO (Heavy Fuel Oil) der bruges i skibe, både fra myndighedernes og Hurtigrutens side. Et forbud der ligeledes vil være en klar konkurrencefordel for Hurtigruten, der netop har investeret i hybrid-skibe og i forvejen ikke bruger HFO.

Generelt bliver turismeindustrien pålagt en lang række restriktioner og regler, særligt pga. miljølovgivningen.

En anden vigtig pointe flere af aktørerne nævnte, er behovet for at udvikle helårsturisme. Dette er en væsentlig forudsætning for en bæredygtig turismeudvikling, og giver langt bedre kapacitetsudnyttelse. Dette har Svalbard gjort ved at udvikle de forskellige sæsoner, nordlysturisme i mørketiden, solrig vinter og polarsommer.

Lavsæsonen er nu begrænset til september-oktober.

## **Resuméer af aktørmøder:**

### **Lokalstyret**

Lokalstyret berettede om Longyearbyen generelt og i forhold til turisme, herunder naturen som den største salgsvare.

Hos styret er der stor tilfredshed med den strenge miljølovgivning. Det er ifølge borgmesteren ekstremt vigtigt, at sikre god koordinering og stille krav, hvis man ønsker en bæredygtig udvikling af turismen. Med henblik på at håndhæve reglerne er der indgået et tæt samarbejde mellem Visit Svalbard, Lokalstyret, skattemyndighederne og Sysselmanden. I forbindelse med regler og krav oplever lokalstyret, at rejseselskaber og turoperatører er meget omstillingsparate.

Lokalstyret har stort fokus på, at understøtte udviklingen af helårsturisme, f.eks. har deres kulturhus årligt 140.000 besøgende.

Der er ingen ambition eller ønske om at udvikle eller understøtte udviklingen af masseturisme. Der skal satses på adventure-turister med høj betalingsevne.

Ligesom Grønland oplever Svalbard udfordringer med udenlandske selskaber og selskaber uden fast tilhørssted på øen. Dette gør det meget svært at kontrollere og sikre, at disse selskaber lever op til love, regler og kvalitetsstandarder. På dette område ønsker lokalstyret at føre mere kontrol i samarbejde med Sysselmanden.

Dygtige guider er en forudsætning for kvalitetsturisme. Der skal sælges autentiske oplevelser. Derfor er det vigtigt at gøre det attraktivt at være guide f.eks. gennem diverse certificeringer og beviser, som giver legitimitet og en konkurrencemæssig fordel.

### **Hurtigruten**

Hurtigruten har en omsætning på 330 mio. NOK på deres landbaserede aktiviteter på Svalbard.

Ifølge Thomas Westergaard har Grønland en unik mulighed for, at vælge hvordan man ønsker udvikle turismen.

Det er vigtigt at definere, hvilke værdier vi ønsker at basere turismen på, så tingene ikke løber løbsk eller udvikler sig på en uhensigtsmæssig måde.

Lufthavnen i Nuuk åbner efter planen i 2023 og dette vil åbne op for nye muligheder. Samtidig giver det ikke lang tid til at blive klar med de rette rammevilkår i forhold til;

- de lovgivningsmæssige rammer
- attraktive rammevilkår
- byggerier
- skaffe arbejdskraft, boliger mv.

I forhold til tilrettelæggelsen af disse skal Grønland, ifølge Thomas Westergaard, nøje overveje, hvilken slags turisme vi ønsker at understøtte. Er det en langsigtet strategi eller en kortsigtet vi ønsker? Skal vi gå efter kvalitet eller kvantitet?

Det skal være relativt dyrt at komme til Svalbard. Målet for Hurtigruten er at hver turist omsætter for 15.000 kr. NOK pr. Døgn under deres besøg i Svalbard.

Det er vigtigt at udvikle helårsturisme for at fastholde arbejdskraft og sikre et rimeligt afkast på investeringer. I Svalbard sælger f.eks. nordlysturismen godt i perioden fra januar til marts.

Hurtigruten sætter stor pris på lokale partnerskaber med lokaleoperatører f.eks. ejer selskabet 50 % af Green Dog.

Hurtigruten gør meget for at investere i en bæredygtig og miljøvenlig turismeudvikling f.eks. har de droppet plastik, bestilt hybridkibe og ønsker at købe el- turbåde, el-snescootere og el-ATV'er.

## **AECO**

AECO står for Association of Arctic Expedition Cruise Operators og er et samarbejde for krydstogtoperatører.

Organisationen tilbyder medlemmer en række certificeringer og værktøjer, der kan være til stor hjælp, når man færdes i det arktiske. F.eks. tilbyder de at udarbejde Community Specific Guidelines. Sisimiut er den første destination i Grønland der har fået dem udarbejdet.

## **Visit Svalbard**

Visit Svalbard er en DMMO (Destination Management & Marketing Organisation), der arbejder med at udvikle turismeerhvervet i Svalbard. Organisationer er medlemsbaseret og ud af et samlet

budget på 12 mio. NOK kommer 2/3 fra de 63 medlemsvirksomheder. Resten kommer via den norske finanslov.

Visit Svalbard driver bl.a. en bookingside, hvor medlemmerne kan sælge deres produkter. Der er, ifølge direktøren, en lang række fordele ved at drive bookingsiden, bl.a. får Visit Svalbard et godt statistisk grundlag ift. hvad der efterspørges hvornår, samt stor viden om de turister, der gæster Svalbard. Visit Svalbard tager ligeledes en langt lavere provision (5.25 %) end f.eks. internationale bookinghjemmesider (typisk 15-30 %). Provisionen bliver i samfundet og kan være med til, at udvikle turismen yderligere.

Medlemmerne af Visit Svalbard skal følge en række relativt strenge regler for at blive medlem. Bl.a. stilles der krav om certificerede guider og der er opstillet en række regler i forhold til, hvordan operatørerne skal opføre sig i naturen. I yderste konsekvens vil operatører, der ikke overholder reglerne blive fjernet fra bookinghjemmesiden.

## **Anbefalinger**

På baggrund af disse input er følgende anbefalinger udarbejdet til politisk drøftelse:

- Der er behov for at etablere et tæt samarbejde med Selvstyret med henblik på at sikre de rette lovgivningsmæssige rammer for turismens udvikling.
- Der er behov for at etablere et tæt samarbejde på tværs af kommunerne, destinationsselskaberne, skattemyndighederne og politiet med henblik på at sikre regler og lovgivning overholdes. f.eks. i sikring af lige konkurrencevilkår og miljøbeskyttelse.
- Der må gerne stilles krav til operatørerne. Her er det en god ide at bruge forskellige certificeringsordninger.
- Mulighederne for at udvikle en fælles markedsførings- og salgsplatform under Colourful Nuuk bør overvejes.
- Der bør sættes på at udvikle helårsturisme.

Spørgsmål vedrørende notatet - Emil Skjervedal - [emsk@sermersoog.gl](mailto:emsk@sermersoog.gl) el. Tlf. +299 555621