

Visit Greenland A/S

Hans Egedesvej 29, Postboks 1552, 3900 Nuuk

CVR-nr. 21 55 31 82

Årsrapport

1. januar - 31. december 2020

Årsrapporten er fremlagt og godkendt på selskabets ordinære generalforsamling den

Dirigent

Indholdsfortegnelse

	<u>Side</u>
Påtegninger	
Ledelsespåtegning	1
Den uafhængige revisors revisionspåtegning	2
Ledelsesberetning	
Selskabsoplysninger	5
Ledelsesberetning	6
Årsregnskab 1. januar - 31. december 2020	
Anvendt regnskabspraksis	41
Resultatopgørelse	45
Balance	46
Noter	48

Ledespåtegning

Bestyrelse og direktion har dags dato aflagt årsrapporten for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2020 for Visit Greenland A/S.

Årsrapporten er aflagt i overensstemmelse med årsregnskabsloven.

Vi anser den valgte regnskabspraksis for hensigtsmæssig, og efter vores opfattelse giver årsregnskabet et retvisende billede af selskabets aktiver, passiver og finansielle stilling pr. 31. december 2020 samt af resultatet af selskabets aktiviteter for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2020.

Ledelsesberetningen indeholder efter vores opfattelse en retvisende redegørelse for de forhold, som beretningen omhandler.

Årsrapporten indstilles til generalforsamlingens godkendelse.

Nuuk, den 16. februar 2021

Direktion

Julia Jensigne Pars

Adm. direktør

Bestyrelse

Anette Lings

Formand



Arni Gunnarsson

Sakiko Daorana

Pitsi Petrine Hansine Høegh

Mia Scheel Kristensen

Morten Bjarne Nielsen

Den uafhængige revisors revisionspåtegning

Til kapitalejerne i Visit Greenland A/S

Konklusion

Vi har revideret årsregnskabet for Visit Greenland A/S for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2020, der omfatter anvendt regnskabspraksis, resultatopgørelse, balance og noter. Årsregnskabet udarbejdes efter årsregnskabsloven.

Det er vores opfattelse, at årsregnskabet giver et retvisende billede af selskabets aktiver, passiver og finansielle stilling pr. 31. december 2020 samt af resultatet af selskabets aktiviteter for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2020 i overensstemmelse med årsregnskabsloven.

Grundlag for konklusion

Vi har udført vores revision i overensstemmelse med internationale standarder om revision og de yderligere krav, der er gældende i Grønland. Vores ansvar ifølge disse standarder og krav er nærmere beskrevet i revisionspåtegningens afsnit "Revisors ansvar for revisionen af årsregnskabet". Vi er uafhængige af selskabet i overensstemmelse med internationale etiske regler for revisorer (IESBA's Etiske regler) og de yderligere krav, der er gældende i Grønland, ligesom vi har opfyldt vores øvrige etiske forpligtelser i henhold til disse regler og krav. Det er vores opfattelse, at det opnåede revisionsbevis er tilstrækkeligt og egnet som grundlag for vores konklusion.

Ledelsens ansvar for årsregnskabet

Ledelsen har ansvaret for udarbejdelsen af et årsregnskab, der giver et retvisende billede i overensstemmelse med årsregnskabsloven. Ledelsen har endvidere ansvaret for den interne kontrol, som ledelsen anser nødvendig for at udarbejde et årsregnskab uden væsentlig fejlinformation, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl.

Ved udarbejdelsen af årsregnskabet er ledelsen ansvarlig for at vurdere selskabets evne til at fortsætte driften; at oplyse om forhold vedrørende fortsat drift, hvor dette er relevant; samt at udarbejde årsregnskabet på grundlag af regnskabsprincippet om fortsat drift, medmindre ledelsen enten har til hensigt at likvidere selskabet, indstille driften eller ikke har andet realistisk alternativ end at gøre dette.

Revisors ansvar for revisionen af årsregnskabet

Vores mål er at opnå høj grad af sikkerhed for, om årsregnskabet som helhed er uden væsentlig fejlinformation, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl, og at afgive en revisionspåtegning med en konklusion. Høj grad af sikkerhed er et højt niveau af sikkerhed, men er ikke en garanti for, at en revision, der udføres i overensstemmelse med internationale standarder om revision og de yderligere krav, der er gældende i Grønland, altid vil afdække væsentlig fejlinformation, når sådan findes. Fejlinformationer kan opstå som følge af besvigelser eller fejl og kan betragtes som væsentlige, hvis det med rimelighed kan forventes, at de enkeltvis eller samlet har indflydelse på de økonomiske beslutninger, som regnskabsbrugerne træffer på grundlag af årsregnskabet.

Den uafhængige revisors revisionspåtegning

Som led i en revision, der udføres i overensstemmelse med internationale standarder om revision og de yderligere krav, der er gældende i Grønland, foretager vi faglige vurderinger og opretholder professionel skepsis under revisionen. Herudover:

- Identificerer og vurderer vi risikoen for væsentlig fejlinformation i årsregnskabet, uanset om denne skyldes besvigelser eller fejl, udformer og udfører revisionshandlinger som reaktion på disse risici samt opnår revisionsbevis, der er tilstrækkeligt og egnet til at danne grundlag for vores konklusion. Risikoen for ikke at opdage væsentlig fejlinformation forårsaget af besvigelser er højere end ved væsentlig fejlinformation forårsaget af fejl, idet besvigelser kan omfatte sammensværgelser, dokumentfalsk, bevidste udeladelser, vildledning eller tilsidesættelse af intern kontrol.
- Opnår vi forståelse af den interne kontrol med relevans for revisionen for at kunne udforme revisionshandlinger, der er passende efter omstændighederne, men ikke for at kunne udtrykke en konklusion om effektiviteten af selskabets interne kontrol.
- Tager vi stilling til, om den regnskabspraksis, som er anvendt af ledelsen, er passende, samt om de regnskabsmæssige skøn og tilknyttede oplysninger, som ledelsen har udarbejdet, er rimelige.
- Konkluderer vi, om ledelsens udarbejdelse af årsregnskabet på grundlag af regnskabsprincippet om fortsat drift er passende, samt om der på grundlag af det opnåede revisionsbevis er væsentlig usikkerhed forbundet med begivenheder eller forhold, der kan skabe betydelig tvivl om selskabets evne til at fortsætte driften. Hvis vi konkluderer, at der er en væsentlig usikkerhed, skal vi i vores revisionspåtegning gøre opmærksom på oplysninger herom i årsregnskabet eller, hvis sådanne oplysninger ikke er tilstrækkelige, modificere vores konklusion. Vores konklusioner er baseret på det revisionsbevis, der er opnået frem til datoen for vores revisionspåtegning. Fremtidige begivenheder eller forhold kan dog medføre, at selskabet ikke længere kan fortsætte driften.
- Tager vi stilling til den samlede præsentation, struktur og indhold af årsregnskabet, herunder noteoplysningerne, samt om årsregnskabet afspejler de underliggende transaktioner og begivenheder på en sådan måde, at der gives et retvisende billede heraf.

Vi kommunikerer med den øverste ledelse om blandt andet det planlagte omfang og den tidsmæssige placering af revisionen samt betydelige revisionsmæssige observationer, herunder eventuelle betydelige mangler i intern kontrol, som vi identificerer under revisionen.

Udtalelse om ledelsesberetningen

Ledelsen er ansvarlig for ledelsesberetningen.

Vores konklusion om årsregnskabet omfatter ikke ledelsesberetningen, og vi udtrykker ingen form for konklusion med sikkerhed om ledelsesberetningen.

Den uafhængige revisors revisionspåtegning

I tilknytning til vores revision af årsregnskabet er det vores ansvar at læse ledelsesberetningen og i den forbindelse overveje, om ledelsesberetningen er væsentligt inkonsistent med årsregnskabet eller vores viden opnået ved revisionen eller på anden måde synes at indeholde væsentlig fejlinformation.

Vores ansvar er derudover at overveje, om ledelsesberetningen indeholder krævede oplysninger i henhold til årsregnskabsloven.

Baseret på det udførte arbejde er det vores opfattelse, at ledelsesberetningen er i overensstemmelse med årsregnskabet og er udarbejdet i overensstemmelse med årsregnskabslovens krav. Vi har ikke fundet væsentlig fejlinformation i ledelsesberetningen.

Nuuk, den 16. februar 2021

Grønlands Revision A/S

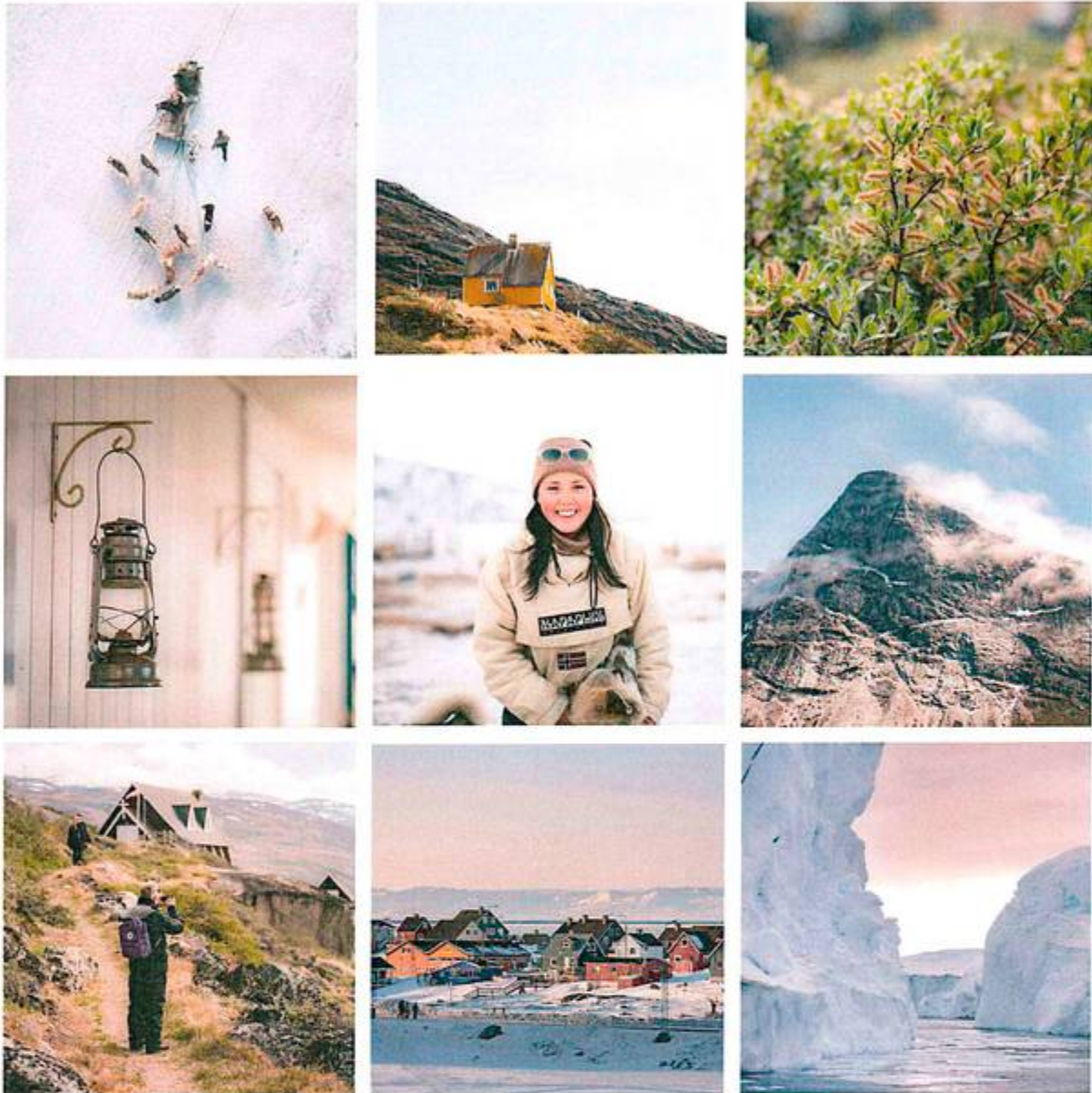
statsautoriserede revisorer
CVR-nr. 41 76 26 67

Per Jansen
statsautoriseret revisor
mne21323

Selskabsoplysninger

Selskabet	Visit Greenland A/S Hans Egedesvej 29 Postboks 1552 3900 Nuuk
	CVR-nr.: 21 55 31 82
	Stiftet: 1. september 1991
	Regnskabsår: 1. januar - 31. december
Bestyrelse	Anette Lings, Formand Arni Gunnarsson Sakiko Daorana Pitsi Petrine Hansine Høegh Mia Scheel Kristensen Morten Bjarne Nielsen
Direktion	Julia Jensigne Pars, Adm. direktør
Revision	Grønlands Revision A/S, statsautoriserede revisorer Imaneq 18 3900 Nuuk

Ledelsesberetning



This document has esignatur Agreement-ID: 5faa2cdeF0u241725530
This document has esignatur Agreement-ID: 5f0eee98ntN242361794

Ledelsesberetning

Hovedaktivitet

Selskabets formål er at virke som Grønlands nationale videntcenter for turisme, at arbejde for at brande og fremme Grønland som turistdestination og at arbejde for at fremme og udvikle turismeerhvervet og turismeaktiviteter i Grønland. Selskabets formål er tillige at fremme og udvikle oplevelseserhvervet.

Udvikling i aktiviteter og økonomiske forhold

Selskabet

Den 2. april blev der afholdt ekstraordinær generalforsamling i selskabet. Maliina Abelsen, Erik Bjerregaard og Johanne Bech trådte ud af bestyrelsen.

Bestyrelsen bestod herefter af: formand Anette G. Lings, næstformand Morten Nielsen og bestyrelsesmedlemmerne Pitsi Høegh, Árni Gunnarsson, Sakiko Daorana og Mia Scheel.

Bestyrelsen havde i alt 6 møder, hvoraf kun et møde var fysisk fremmøde.

Ledelsen bestod i 2020 af adm. direktør Julia Pars samt souschef Mads Skifte.

Medarbejderstaben bestod pr. 31. december 2020 af 12 medarbejdere, herudover var en phd.-studerende tilknyttet virksomheden samt to studentermedhjælpere.

Der blev i januar 2021 underskrevet en et-årig servicekontrakt, som genforhandles ved udgangen af 2021. Servicekontrakten erstatter den tidligere servicekontrakt 2016-2020 med tilhørende årlige allonges.

Økonomirapportering

Servicekontrakt beløbet fastsættes hvert år i et bilag til servicekontrakten.

For 2020 var beløbet uændret til DKK 15.511.000, hvoraf DKK 500.000 er øremærket Grønlands medlemskab af NATA (North Atlantic Tourism Association) og DKK 1.600.000 er bevilling til fremme af oplevelseserhverv.

Beløbet udbetales i fire rater kvartalsmæssigt forud. Bevillingen til oplevelseserhverv udbetales kvartalsmæssigt bagud.

Årsresultat 2020

Årsresultatet udviser et overskud på 396 t.kr. mod budgetteret overskud på 350 t.kr. Samme periode året før udviste et underskud på 810 t.kr.

Ledelsesberetning

Der har gennem 2020 været afholdt omkostninger til planlægning og forberedelse af selskabets opgaver i forbindelse med strategi- og handlingsplanen. Selskabet har måtte omprioritere opgaver efter første kvartal, hvilket bl.a. har betydet færre omkostninger til aktiviteter og rejser, der direkte kan begrundes med COVID-19.

Resultatet anses som tilfredsstillende.

Indtægterne er på 16.206 t.kr. mod 17.141 t.kr. i forhold til samme periode året før.

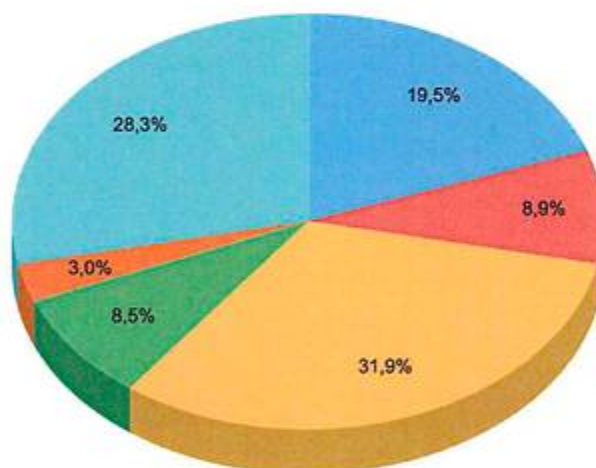
På omkostningssiden er der brugt 7.245 t. kr. mod 8.998 t.kr i forhold til sidste år, hvilket særlig henføres til færre rejser, ophold, messe deltagergebyr samt materialeproduktion relaterede aktiviteter. Betalingen til NATA på 500 t.kr. er i år bogført den 20. april 2020.

Personaleomkostningerne er 368 t.kr. lavere end for samme periode sidste år.

Fordeling af personaleressourcer

Visit Greenland tidsforbrug 2020

- Int. Markedsudvikling, PR & Presse
- Samarbejde - Regioner & Selvstyret
- Content & Social Media
- Statistik & Nordisk samarb.
- Kompetenceudvikling
- Administration



(kilde: Selskabets interne tidsregistrering)

Pga. af den opståede krisesituation som COVID-19 forårsagede for turismebranchen og for Visit Greenland, så er tidsforbruget for 2020 forskelligt fra tidligere år. Overordnet har Visit Greenland brugt mange tidsmæssige ressourcer på krisestyring samt omfattende kommunikation med turismeinteressenter. Der blev lavet en staycation kampagne samt afviklet tre webinarer for branchen. Dette afspejles i tidsforbruget til markedsudvikling, content og social media og samarbejde med regioner og myndigheder, hvor tidsforbruget er større ift. 2019.

Ledelsesberetning

Da nogle indsatser er meget arbejdstunge og andre måske koster mere i kontante beløb, kan denne fordeling ikke alene gøres til udtryk for selskabets prioritering af indsatsområder. Der henvises til afsnittet vedrørende selskabets projekter og primære aktiviteter for et mere fuldstændigt billede af selskabets indsatser i perioden.

Lancering af ny strategi

Visit Greenland lancerede i februar sin nye strategi for 2020-2023; "På vej mod mere turisme". Strategien blev til efter omfattende research og dialog med erhvervets interessenter.

Visit Greenland vil med fire overordnede must wins for sit arbejde skabe de bedste rammer for at implementere ansvar og bæredygtighed i turismeerhvervet i Grønland, og sikre, at der tages beslutninger som gavner Grønland, økonomisk, naturmæssigt og samfundsmæssigt. De fire must wins er:

- #1 Øge efterspørgslen fra adventure turister
- #2 Turisme hele året rundt i hele Grønland
- #3 Videndeling og kompetenceløft
- #4 Fremme gunstige rammebetingelser

Strategien blev i efteråret 2020 evalueret ifm. COVID-19 krisen og tilpasset den nye virkelighed. Den nye tilpassede strategi er gældende for perioden 2021-2024.

Status på turismen

Som bekendt blev hele verden ramt af COVID-19 pandemien i de første måneder af året og bragte Grønlands turisme ind i en hidtil uset historisk krise, der ikke er ovre endnu, og som formentlig vil forblive og påvirke turismeudviklingen i Grønland et godt stykke tid fremover.

Visit Greenlands arbejde har i 2020 i høj grad drejet sig om håndteringen af COVID-19 krisen for den grønlandske turisme. Visit Greenland etablerede tidligt et internt kriseberedskab, som reagerede på alle udmeldinger fra myndighederne og reaktioner fra Visit Greenlands vigtigste markeder.

Pga. smittefaren lukkede Epidemikommissionen den 18. marts ned for rejser til Grønland. Der blev først åbnet op via Fase 1 i åbningsplanen den 15. juni med max. 600 passagerer pr. uge på Air Greenlands rute Kbh-Kangerlussuaq og krav om karantæne indtil negativ COVID-19 testresultat kunne fremvises fra retest i Grønland foretaget på 5. dagen efter ankomst.

Fase 2 startede den 20. juli, hvor der kunne tillades 1.200 flypassagerer pr. uge. Via bekendtgørelse 26 af 20. juli blev det muligt at besøge de 'Åbne Steder': Aasiaat, Ilulissat, Kangerlussuaq, Maniitsoq, Narsaq, Narsarsuaq, Nuuk, Paamiut, Qaqortoq, Qasigiannuguit, Qeqertarsuaq og Sisimiut uden karantæne og retest i Grønland.

Ledelsesberetning

I efteråret kom anden smittebølge til DK og resten af verden, hvilket betød yderligere restriktioner for rejsende til Grønland bl.a. krav om test før afrejse, re-test på 5. dagen el. 14 dages karantæne.

Pga. COVID-19 smittefaren, usikkerheden omkring rejsemuligheder og de mange skiftende restriktioner, så har dette betydet, at der i 2020 har været ca. 75% nedgang i turismen generelt set.

Antal flypassagerer

I skrivende stund (januar 2021) har Grønlands Statistik ikke publiceret data for flypassagerer ud af Grønland i november og december 2020. I de første 10 måneder af 2020 var der grundet COVID-19 krisen en nedgang på 69,6%. Desværre var der nedbrud på internetrouteren i Kangerlussuaq lufthavn i halvanden måned fra 11. august. Det har afstedkommet en forhøjet andel af uregistrerede passagerer i 2020, som p.t. ligger på 19,8%, hvilket giver øget statistisk usikkerhed.

Antal udenlandske overnatninger og gæster

I skrivende stund har Grønlands Statistik publiceret overnatningsdata for Q1 til og med Q3 2020. I den periode har der været et fald på 69,4% ift. antal udenlandske (inkl. DK) overnatninger, samt et fald på -75,7% ift. antal udenlandske gæster (inkl. DK).

Krydstogt

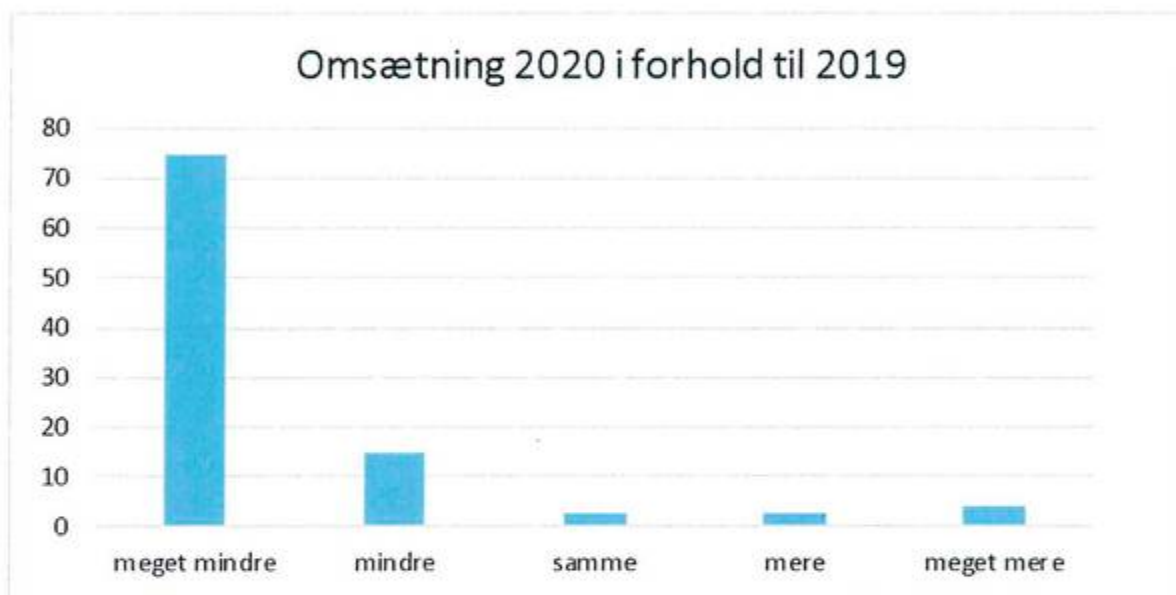
Der har pga. COVID-19 ikke været et eneste krydstogtanløb i 2020.

Ledelsesberetning

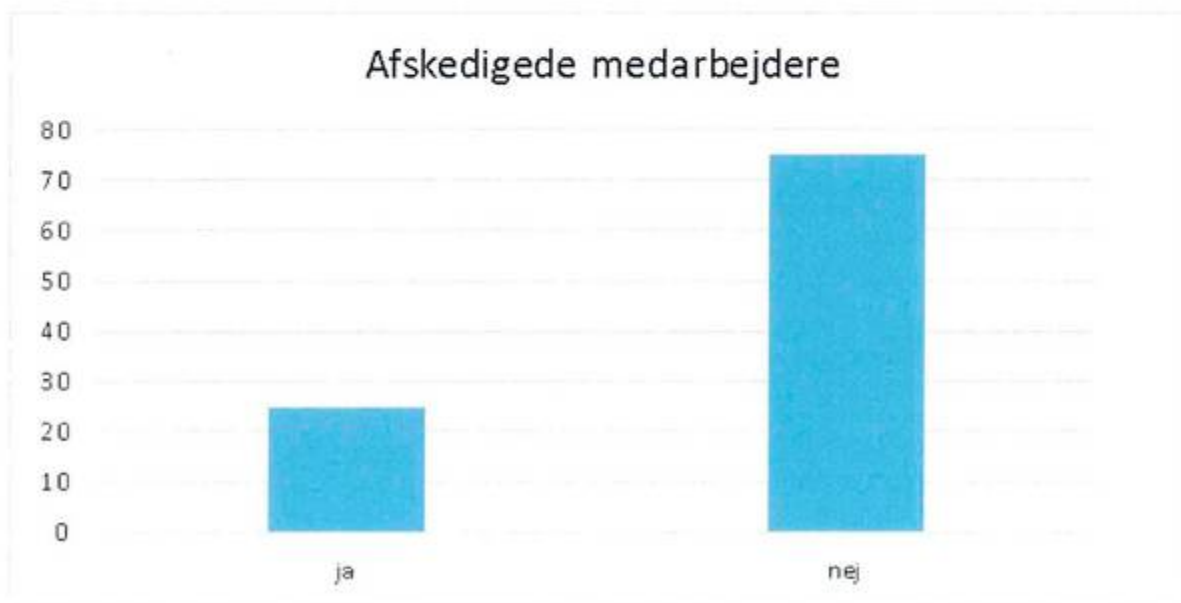
Lessons learnt survey: Hvordan har de grønlandske turistaktører klaret sig?

Visit Greenland har i samarbejde med regionerne foretaget en telefonbaseret survey blandt grønlandske turistaktører for at lære, hvordan de har klaret sig under COVID-19 krisen, og hvilke værdifulde indsigter de evt. har lært under krisen.

Surveyen viser som ventet, at majoriteten af turismeoperatørerne har haft en stor omsætningsnedgang i 2020:



Surveyen viser også, at ca. ¼ af aktørerne har været nødt til at afskedige faste medarbejdere:



Ledelsesberetning

Surveyen viser, at ca. 40% af respondenterne søgte midler fra hjælpepakkerne:



Analysens resultater vil blive offentliggjort i løbet af 2021.

Hvordan har Visit Greenland håndteret krisen?

Visit Greenland reagerede tidligt på krisen og lancerede den 4. marts information til turister omkring den nye coronavirus på Visit Greenlands hjemmeside. Herudover blev der taget kontakt til relevante interessenter omkring mulighed for at aktivere hjælpepakker til turismebranchen.

I store træk gik Visit Greenland omfattende arbejde ud på at identificere og vurdere risici for turismen samt forberede tiltag, der skulle minimere og afbøde for den negative konsekvens, som COVID-19 har for turismen i Grønland. Der har ifm. disse opgaver været en stor samarbejdsvilje mellem Selvstyret og branchen omkring tidlig hjælp til kriseramte virksomheder, herunder til turismebranchens virksomheder.

Ledelsesberetning

Visit Greenlands håndtering af Covid-19 krisen



Visit Greenlands strategi blev tilpasset i efteråret 2020, således at Visit Greenlands indsatser justeres til den virkelighed, som den grønlandske turisme gennemgår, herunder specifikke indsatser inden for synlighed og destinationsudvikling.

Aktiviteterne, som Visit Greenland har udført, vil fremgå af denne ledelsesberetning.

Visit Greenland projekter og primære aktiviteter

Visit Greenlands opgaver er omfattende og kan bedst beskrives med nedenstående model med overskrifterne: Synlighed, International destinationsudvikling, Sæsonudvidelse, National destinationsudvikling, rammebetingelser, digitalisering og Statistik og Dokumentation.

Ledelsesberetning

Synlighed	International destinationsudvikling	Sæsonudvidelse	National destinationsudvikling	Rammebetingelser	Digitalisering	Statistik og dokumentation
FAQ Covid-19	Turisme genstart/ Covid-19	Fokus på vinter i markedsføring	Turisme genstart - Covid-19	Høringer	Identificering af behov	Udarbejdelse af turismerapporter
visitgreenland.com	Messedeltagelse	Fremme Dark Sky Tourism	Regionale besøg			Forbedre statistikgrundlag og validitet
Social Media	Match af agenter/ turismeoperatører	FAM trips og presserejser i vintersæson	Webinars, Konferencer workshops	Identificering af behov	Rådgivning omkring digitalisering	Tiltag i samarbejde med dep. for erhverv og Grønlands Statistik
traveltrade.visitgreenland.com	Oplæring af agenter	Samarbejde flyselskaber / turismeoperatører	Vidensdeling			Markedsanalyser
Kampagner	B2B arbejde		Projekter	Fremme gunstige rammebetingelser	Projekt-Samarbejde og videndeling	
Nyhedsbreve	Presse og agentbesøg		Mærkningsordning kvalitet, sikkerhed og miljø			
Content production	traveltrade.visitgreenland.com		DMO netværk			
	Nordisk samarbejde		Dialog med turismeaktører			
	Vestnordisk samarbejde		www.traveltrade.visitgreenland.com			
	Cruise		Kompetence			
			Cruise			

Ledelsesberetning

Online markedsføring og synlighed

Staycation kampagne: Nunarput Nuan

I forbindelse med Corona-situationen besluttede Visit Greenland at lancere en hjemmeside med fokus på staycations i Grønland, som havde følgende formål:

- Skabe rejseaktivitet gennem synliggørelse af unikke, lokale rejsepakker
- Synliggøre operatører som er aktive i den svære Coronatid
- Skabe inspiration for det lokale samfund ift. at rejse og holde ferie i eget land

Hjemmesiden Nunarput Nuan blev produceret på to sprog - grønlandsk og dansk. Hjemmesiden fik næsten 7.000 sidevisninger med gennemsnitlig session varighed (tid brugt på siden) på 3 min 20 sek, hvilket er højt.

Der blev præsenteret i alt 71 rejsepakker af otte operatører, og hjemmesiden bliver fortsat videreudviklet i 2021 til det lokale publikum.

Øget synlighed af turismeoperatører og destinationer

Visit Greenland har i 2020 arbejdet på synliggørelse af turismeoperatører og destinationer. Arbejdet med skabeloner og indhold til de opdaterede sider for providers og destinationer var planlagt til starten af året, men blev udskudt til senere pga håndtering af COVID-19 situationen og promovring af Grønland til de lokale besøgende.

Teamet nåede at designe og udvikle skabelon til Providers samt påbegyndte indsamling af data fra operatører.

Det tekstuelle indhold til de opdaterede destinationssider (29 destinationer) blev oprettet og blev ved udgangen af 2020 finjusteret fra et SEO perspektiv. Indholdet skal oversættes til de to andre sprogversioner og bagefter sættes op på hjemmesiden.

Det nye design-layout for destinationssider blev udviklet i januar 2021. Visit Greenland satte også gang i udvikling af foto-skabelonen, som skal leveres i starten af 2021. Foto-skabelonen vil hjælpe med den visuelle formidling af historier, baseret på vores flotte billeder.

Visitgreenland.com - effekten af en ny COVID-19 hverdag

Der var en negativ vækst i antallet af nye brugere på 13% i 2020 fordelt på tre sprogversioner af visitgreenland.com (1 mio. i 2020 ift. 1,2 mio. i 2019).

Ledelsesberetning

Faldet i antal sidevisninger er ikke lige så stor, fordi Visit Greenland har været godt forberedt til at informere om COVID-19 ift. rejser til Grønland - her var der en negativ vækst på 8%: 1.8 mio. i 2020 ift. 2.1 mio. i 2019. Det er vigtigt at nævne, at Visit Greenland i 2019 fik usædvanligt mange besøg pga. Donald Trumps udtalelse om køb af Grønland.

Visit Greenlands digitale univers er kilden til nyttige information

Det er positivt, at afvisningsprocenten, som måler hvor mange besøgende forbliver på hjemmesiden og fortsætter deres "rejse" i stedet for at lukke hjemmesiden og besøge et andet websted for at finde relevant info, er faldet yderligere med 3% og er nu (samlet set) på 38% (EN: 38%, DA 39%, DE: 37%). Visit Greenlands afvisningprocentniveau er lavere end konkurrerende visit-destinationers hjemmesider.

Dermed viser statistikken, at Visit Greenlands indhold og information om COVID-19 har fået besøgende til at blive længere og udforske hjemmesiden. Jo lavere afvisningsprocent, des højere er ens position hos Google og Googles samlede vurdering af ens webside. Fald i afvisningsprocent er resultatet af den bæredygtige SEO-strategi, som Visit Greenland implementerede i 2019.

Hvilke brugere besøger Visitgreenland.com

Geografisk udgør USA fortsat den største gruppe brugere med 27,7% (fald på 1% ift. 2019). Dernæst kommer Danmark med 15% (vækst på 3% ift. 2019), Tyskland med 13% (vækst på 1%) og Storbritannien 8% - uændret. Der er fortsat mange besøgende fra Canada i 2020 - 5%. Man kan også se stigende interesse i indholdet på Visit Greenlands hjemmeside fra Indien - som er på niveauet med Canada. Vi kan også observere positiv vækst i antallet af besøgende fra Grønland (4% i 2020).

Hvor kommer trafikken fra?

76% af al trafik kommer direkte fra Google - som er uændret ift. 2019. Direkte trafik udgør fortsat 16%, trafik fra nyhedsbreve - 3% (positiv vækst på 60% ift. 2019), mens trafik fra sociale medier også er kommet op på 3%. Der er noteret negativ vækst i trafik fra betalt trafik (via AdWords). Derfor stopper Visit Greenland med at bruge denne form for markedsføring i 2021 og vil i stedet fokusere på betalt markedsføring på sociale medier.

COVID-19 effekt

Den negative vækst ift. antallet af nye brugere, samt negative vækst ift. antallet af sidevisninger hænger sammen med den pludseligt opståede COVID-19 situation.

Visit Greenland oprettede en landingpage (en hjemmeside i hjemmesiden) om Coronastatus i Grønland medio marts 2020, som blev til Visit Greenlands mest populære side med 161.007 sidevisninger (18,7% af al trafik på den engelske version).

Ledelsesberetning

Denne side, samt Visit Greenlands indsats omkring landingpage med oftest stillede spørgsmål (FAQ på 18 sider af dokumentet med spørgsmål og svar i forbindelse med Corona rejseregler), har gjort hjemmesiden til første resultat på Google, når man søger efter keyword "corona Greenland". I hele perioden blev der brugt mange timer på at lave content, som er COVID-19 relateret - enten som information til turisterne eller materialer til turismeindustrien i Grønland.

Ledelsesberetning

Digitale værktøjer til turismebranchen

Visit Greenland deltager fortsat aktivt i projektet "Digital Tourism in the Nordics", som har til formål at løfte digitaliseringskompetencerne blandt turismebranchen i de nordiske lande.

Udviklingen af platformen blev opstartet i Q4 og forventes leveret i Q1 2021. Visit Greenlands digital strategit Filip Gielda repræsenterer Visit Greenland i samarbejdet og har været i dialog med de relevante stakeholders (universiteter, operatører, DMO'er). Dialogen intensiveres i starten af 2021.

Nyhedsbreve til turister

Visit Greenland har sendt 11 nyhedsbreve ud i 2020. Visit Greenland opererer fortsat med tre nyhedsbreve på tre forskellige sprog: Dansk, Engelsk og Tysk.

Nyhedsbrevens indhold er fordelt mellem in-house produktioner og eksterne skribenter ofte fra pressesamarbejde.

Den danske version har den største modtagergruppe med 10.040 abonnenter. Åbningsraterne er fortsat høje med 36,7% og klikraten er 5,6% for den danske.

Der er 7000 tilmeldte til det engelske nyhedsbrev og 1700 til det tyske. Åbningsraten er i gennemsnittet 28,8% for det engelske nyhedsbrev og 35,3% for det tyske. Klikraterne er 7,4% for den engelske udgave og 7,9% for den tyske udgave.

Det er positivt, at alle tal er højere end industri-standard, som er henholdsvis 20,44% åbningsrate og 2,25% klikrate.

Visit Greenland sender både egenproduceret og eksternt produceret videoer og artikler i nyhedsbrevene. Målet er at levere aktuelt, hjælpsomt, indsigtfuldt indhold og med lidt humor af og til.

Visit Greenlands top tre artikler, der blev offentliggjort i 2020, var:

- 1 [Coronavirus - Nuværende Status i Grønland](#)
- 2 [10 facts om Grønland som du måske ikke kender](#)
- 3 [De 13 bedste udsigtspunkter i Sisimiut](#)

Fremgang på Sociale Medier









Facebook og Instagram er Visit Greenlands primære kanaler på sociale medier.

Der er i det hele taget fremgang ift. Facebook. Visit Greenlands FB-side "I Love Greenland" havde 46.737 page likes slut-december, som er en lille vækst på 8,6% i forhold til år 2019 samt 17.484 pageviews som er en vækst på 6,3%. Engagement er ligeledes steget, idet der var 129.703 total page reactions, som er en vækst på 66%, og interactions per thousand fans var på 6,6 - en stigning på 58%.

Ledelsesberetning

Page reactions på FB-siden er ligeledes overordnet positivt, idet Visit Greenland havde 116.360 reactions (likes) og ganske få negative reaktioner.

Hermed top 4 posts på Visit Greenlands FB-side:

CREATED	POST	TYPE	REACH	REACH	PAYD REACH	ENGAGED USERS	SHARES
5 Nov 2020 19:52	 f I Love Greenland - The Travel Community of Greenland.com The winter is here with its fresh air and b...		438K	437.634	366.283	5.263	171
26 Oct 2020 16:24	 f I Love Greenland - The Travel Community of Greenland.com Uummannaq today! What a spectacular v...		235K	234.638	18.466	16.280	845
30 Apr 2020 15:10	 f I Love Greenland - The Travel Community of Greenland.com Meet Francesca and Stella, twin sisters w...		231K	230.745	137.096	7.236	487
12 Oct 2020 14:35	 f I Love Greenland - The Travel Community of Greenland.com Those magical starry nights in the autum...		188K	187.717	40.914	12.817	1.300

Der er ligeledes grønne tal på Visit Greenlands Instagram-profil: @visitgreenland

Slut-december havde Visit Greenlands instagram-profil 83.856 followers, hvilket betyder, at vi har fået lidt over 13.000 nye followers i løbet af 2020. Profilen havde et average reach på 15.47k og en vækst på 21%. Der var 7.23 mio impressions samt 108.74 profile views - en stigning på 18%.

Hermed top 5 posts fra vores Instagram feed:

CREATED	POST	TYPE	REACH	IMPRESSIONS	LIKES	COMMENTS	SAVED
20 Aug 2020 19:43	 Visit Greenland Who's up for a game of soccer...		105K	113.350	6.251	78	213
26 Oct 2020 16:24	 Visit Greenland A huge iceberg casually floatin...		79K	78.077	6.740	43	201
23 Nov 2020 16:08	 Visit Greenland "Sunssets in Disko Bay are prest...		70K	74.156	5.880	28	143
24 Aug 2020 20:00	 Visit Greenland Football field i Uummannaq. ...		61K	64.689	5.229	49	222
7 Oct 2020 16:45	 Visit Greenland "Living far away from cafés, cin...		60K	63.886	4.951	32	117

SHOW MORE POSTS

På disse medier eksperimenteres der hele tiden med nye typer af indhold og utraditionelle vinkler på rejser. Det gennemgående fokus for indholdet er, at det skal være relevant, praktisk og underholdende for brugerne.

Der er etableret et team i selskabet, der fremover skal sikre sammenhæng mellem indsatsen på de sociale medier og indsatserne på hjemmesiden, samt i det eksterne markedsføringsarbejde.

Ledelsesberetning

Formidling gennem det visuelle arbejde

Visit Greenland fokuserede i 2020 på følgende produktion af grafiske elementer, som er en stor løbende opgave for turistrådet, og som primært foretages in-house:

- Grafik til en stor [landing page om Sarfaq Ittuk](#)
- [Infografik "20 quick Facts about Greenland"](#)
- Grafik til en virkelig stor [landing page om dyreliv i Grønland](#) (opdelt i sektioner igennem dyregruppe)
- Oprettelse og visuel opsætning af [nunarputnuan.gl](#)
- Design og grafisk opsætning af de [nye providersider](#)
- Grafik til en stor landing page ["How to travel safely in Greenland"](#)
- Grafik til [landing page som samler "long-reads"](#) på [visitgreenland.com](#)
- Grafisk opsætning af billeder på ["Nuuk: winter vs summer"](#)
- "Guidelines for interacting with tourists during different activities"
- Visuel opsætning af stories til Instagram
- Hele den grafiske opsætning af [nunarputnuan.gl](#)

Visuel Produktion



Visuel produktion er en stor og vigtig del af Visit Greenlands arbejde med synlighed. Visit Greenland har de sidste fire år fokuseret på videoproduktion in-house frem for stillbilleder.

Visit Greenland samarbejder ofte med regionerne og turisme-operatørene omkring produktion af videoer, der kan bruges i den overordnede markedsføring af Grønland.

Visit Greenland driver en omfattende fotodatabase, Libris, der løbende udvides med eksterne fotografer i forbindelse med presseture.

Ledelsesberetning

Video



I 2020 er der produceret 16 videoer til visning på Visit Greenlands kanaler. Flere af Visit Greenlands videoer har en bred brugerprofil, i det de bliver vist på bl.a. uddannelsesinstitutioner.

Samarbejdsproduktioner

Visit Greenland laver jævnligt samarbejdsproduktioner af foto og video, der gavner begge parter i markedsføringen af både Grønland og turismeoperatørers udbud af oplevelser. I 2020 har der været samarbejde med turismeoperatører i Midtgrønland - hvilket resulterede i en hundeførervideo- en biking video samt andre adventurerelaterede optagelser. Herudover var der samarbejde omkring Sarfaq Ittuk web page video.

Foto- og videodokumentation

Visit Greenland har gennemført to turisme-dokumentationsrejser til videoer om Grønland.

Videoerne omhandler:

Nordgrønland - Sommer (Ilulissat og Qeqertarsuaq + *Aasiaat, Sisimiut, Maniitsoq) samt *Qeqqata - sommer* (Sisimiut - Destination Arctic Circle området).

Nunarput Nuan video

Til Nunarput Nuan blev der produceret staycation videoer samt en musikvideo med Katsi Kleist og Frederik Elsner.

Ledelsesberetning

On-line webinarer

Visit Greenland optog alle on-line webinarer, som efterfølgende blev lagt på hjemmesiden traveltrade.com

Monster video

I samarbejde med kulturpersonlighederne Maria Kreutzmann og Ujammiugaq Engell producerede Visit Greenland en monstervideo om myter i Grønland.

Vestnorden video

Visit Greenland stod for den årlige videopræsentation af Grønland til Vestnorden on-line b2b event den 7. oktober 2020. Denne er også udgivet på Youtube.

Ny trend ASMR video

En stigende trend er ASMR-videoer, som står for Autonomous Sensory Meridian Response. Visit Greenland har i 2020 pre-produceret indhold, som vises i 2021.

Ice Fishing

Der blev lavet en Youtube-version af en populær ice-fishing video, der blev produceret i 2019.

Adgang til flotte billeder gennem Libris



Libris er Visit Greenlands fotodatabase, hvor branche, presse m.fl. kan hente billeder til markedsføring af Grønland.

Visit Greenland har i dag 965 B2B oprettede brugere.

Ledelsesberetning

Faste Videokanaler

Visit Greenland har i dag to faste videokanaler.

Youtube til vores B2C seere og Vimeo til internt web og andet B2B indhold.

Vi har i dag 4830 følgere på Youtube.

Destinationsudvikling

Visit Greenland havde i 2020 omfattende møderække med interessenter i alle regioner. Visit Greenland afholder bl.a. løbende månedlige møder med departementet for Erhverv om alle relevante indsatser og tiltag.

Herudover er et lille udpluk af møder foretaget i 2020:

Deltagelse i Selvstyrets bestyrelsesseminar i Ilulissat, 28.-29. januar

Visit Greenland deltog i bestyrelsesseminaret i Ilulissat. Visit Greenland præsenterede oplæg omkring branding og bæredygtig bådtransport. Under arrangementet blev den første sprængning til Ilulissats nye atlantlufthavn foretaget.

Møde med Ilulissats borgmester, 29. januar

Visit Greenlands formand og direktør havde et møde med borgmesteren og kommunaldirektøren m.fl. i Ilulissat omkring turismeudviklingen i byen samt Visit Greenlands strategi.

Møder med turismeoperatører i Sisimiut, onsdag den 12. februar

I forbindelse med afvikling af bestyrelsesmøde i Sisimiut, så havde Visit Greenland møder med borgmesterkontoret, DAC, Hotel Sisimiut og Arctic Incoming, Greenland Extreme, Hunting Greenland, Sisimiut Private Boat Safari, ISI4U, Sømandshjemmet.

Regionalt samarbejde via DMO netværk

Visit Greenlands samarbejde og kommunikation med DMO'erne i regionerne blev for alvor igangsat i 2020. Der afholdtes jævnligt DMO-møder med alle regioner om tiltag i regionerne og information om Visit Greenlands aktiviteter.

Der blev således afholdt møder den 13. februar, 12. marts, 3. april, 24. april, 11. maj, 3. juni, 19. juni, 31. august og 10. december. Møderne har bl.a. resulteret i hurtigt samarbejde om indsatser under COVID-19 som for eksempel indsamling af destinations-videoer og information til Nunarput Nuan-kampagne.

Ledelsesberetning

Derudover blev der den 15.-17. september afholdt DMO-workshop i samarbejde med Air Greenland, hvor der blev drøftet et fælles udgangspunkt i forhold til markedsføring, destinationsudvikling, sæsonudvidelse og fremtidige rammer og spilleregler for DMO-samarbejdet.

Møde med DTTT omkring medlemskab sammen med DMOerne. 6. marts

Digital Travel Think Tank tilbød gratis medlemskab til DMO'erne i Grønland via Visit Greenlands medlemskab. DTTT udbyder viden omkring digitalisering inden for turisme og arrangerer hvert år konferencer og workshops for DMO'er. Den 6. marts holdt DTTT intromøde med Visit Greenland og DMO'erne samlet.

Qeqertalik rundtur, 3. – 10. marts

Visit Greenland og Greenland Business var på fælles informationstur til samtlige byer i Qeqertalik Kommune dvs. Qeqertarsuaq, Aasiaat, Kangaatsiaq og Qasigiannnguit. Der blev holdt borgermøder om, hvordan man kan bruge Visit Greenlands værktøjer for turistaktører og Greenland Business' støtteordninger.

Alt i alt var der god dialog med deltagerne under borgermøderne, hvor der var mange spørgsmål og godt samarbejde med kommunen med at få arrangeret borgermøder. I hver by var der ligeledes individuelle møder med enkelte turistaktører.

Cruise Koordinationsmøde, 13. marts

Visit Greenland deltog i Departementet for Infrastrukturs koordinationsmøde om krydstogtsæson 2020. COVID-19 fyldte også en del her sammen med forslaget om en fælles offentlig havne-log. Der var deltagere fra havnemyndigheder, port agents, turismeoperatører, leverandør-virksomheder og relevante, offentlige instanser som kommuner og politi, som alle arbejder med eller har indflydelse på krydstogt.

Zoom-møde omkring ekspeditions-krydstogtturisme, 6. april

På AECO's foranledning blev der holdt et online møde omkring udsigten til sommerens planlagte ekspeditions-krydstogter og de problematikker eller muligheder der er for en alternativ krydstogtsæson. På mødet deltog både departementet for Infrastruktur og Erhverv samt nogle port agents og Visit Greenland.

Mærkningsordning

Gennem et løbende samarbejde mellem Departementet for Erhverv og Visit Greenland er et lovforslag til Grønlands mærkningsordning af turismevirksomheder samt udvidelse af turismestatistiklovgivningen blevet udarbejdet.

Webinar - COVID-19: turisme nu og i fremtiden - 6. maj

Visit Greenland afholdte sit første webinar d. 6. maj på Zoom, som omhandlede markedsudvikling, forbrugertrends og udbud/efterspørgsel i lyset af COVID-19. Planlægning og facilitering blev udført af Visit Greenland.

Ledelsesberetning

Virtuel Cruise Workshop 2020 - 19.-20. maj

I samarbejde med AECO afholdte Visit Greenland virtuel Krydstogt Workshop 2020 med det formål at forsøge at tackle COVID-19s effekter, problematikker og mulige løsninger for den grønlandske cruise-industri. Workshopen blev afholdt over to halve dage fra 9.00-13.30 på Zoom med oplæg fra forskellige interessenter, offentlige institutioner og internationale agenter. Der var næsten 50 deltagere. Workshopen blev fulgt op med en pressemeddelelse og interview til Sermitsiag.ag. Visit Greenland stod for planlægning og facilitering i samarbejde med AECO.

Dialogmødet med borgerne i Kapisillit 27. maj

Visit Greenland deltog i et borgermøde i Kapisillit arrangeret af Kommuneqarfik Sermersooq erhvervsafdeling. Borgermødet omhandlede Nuuk Icefiord Lodge, som skal placeres ved isfjorden, og som vil bestå af 50 hytter og en restaurant/bar. Planen er godkendt af kommunen, og lodgen skal åbnes i slutningen af 2023 og forventes at generere lokale arbejdspladser.

Præsentation til AECO medlemsmøde, 28. maj

Visit Greenland holdt en kort status på turismen på AECO's (Arctic Expeditions Cruise Operators) møde den 28. maj over Zoom. Der var ca. 20 deltagere, der bestod af krydstogtoperatører fra Europa og Norden.

Webinar - Forberedelse af post-COVID rejser til Grønland, 9. juni

Visit Greenland afholdte sit andet webinar for turismebranchen samt internationale rejseagenter den 9. juni på Zoom - det blev arrangeret af B2B teamet. Her præsenterede Natasha Martin mulige scenarier for genåbning på daværende tidspunkt, ændringer i forbrugeradfærd hos turister og gode forberedelser branchen kunne gøre til genåbning. Sessionen blev afsluttet med en paneldiskussion med repræsentanter fra Air Greenland, Good Tourism, Mittarfeqarfiit og Visit Greenland.

Guidelines for turistaktører

Visit Greenland producerede en vejledning til håndtering af turister i forskellige turismeaktiviteter/produkter i fht. COVID-19. På baggrund af dette blev der arrangeret et webinar for at få feedback fra turismeerhvervet. Vejledningen er blevet offentliggjort på traveltrade.visitgreenland.com

Ledelsesberetning

Møde med Corona advisory board omkring FAQ, 11. juni

Der blev afholdt et første møde af mange ml. en repræsentant fra Corona-sekretariatet og med deltagelse af Innovation South Greenland den 11. juni. Mødet havde til formål at informere om Corona-stabens, Visit Greenlands og Innovation South Greenlands arbejde med information vedr. COVID-19. Der var specielt fokus på kommunikationslinjen ift. de mange turismespørgsmål, information til hjemmesiden, FAQ og guidelines til turismebranchen.

Mødet afholdtes herefter ugentligt gennem 2020 og har bl.a. resulteret i, at mange af de mest tilbagevendende spørgsmål fra branchen nu er blevet besvaret.

Møde med ny naalakkersuisoq for Erhverv og Råstoffer, 11. juni

Visit Greenland havde første møde med den nye naalakkersuisoq for Erhverv og Råstoffer Jens Frederik Nielsen. Her kom vi bl.a. ind på Visit Greenlands opgaver som nationalt turistråd. På mødet blev opdatering af servicekontrakten samt behovet for brandingkampagne ifm. de nye lufthavnes åbning også drøftet.

Webinar - COVID-19 Guidelines for turismeerhvervet 24. juni

Visit Greenland afholdte sit tredje webinar for den lokale turismebranche om COVID-19 guidelines ift. gennemførelse af ture. AECO og Innovation South Greenland præsenterede eksisterende guidelines bl.a. Svalbard og Fåreholdersteder, mens Mads Skifte fremlagde forslaget til guidelines. Derefter fulgte en feedback-session, samt en åben spørgsmål-session for branchen.

Sæson-udvidelsesprojekt i Norden

Visit Greenland indgår i et udviklingsprojekt med partnere som Visit Faroe Islands, Promote Iceland, Norrøn, Visit Nord Norge, Innovation Norway og Visit Inverness. Udviklingsprojektet omhandler sæsonudvidelse. Visit Greenlands rolle er rådgivende.

Asiaq Safety & Hazard

Visit Greenland indgår i et udviklingsprojekt med Asiaq, som er projektleder på et udviklingsprojekt om sikkerhed inden for turisme. Visit Greenlands rolle er rådgivende.

Scitour, løbende

Visit Greenland har deltaget i møder vedr. et udviklingsprojekt af science turisme med partnere fra Finland, Island og Grønland. Projektet er i opstartsfasen og har ikke afklaret funding endnu.

Møde med Air Greenland, 31. august

Visit Greenlands destinationsudviklingsteam havde et samarbejds møde med Air Greenland. Formålet var at aligne fremtidige tiltag og handlingsplaner som f.eks. pressearbejde, sæsonudvidelse og markedsføring, og det resulterede bl.a. i, at Air Greenland inviteredes til DMO-workshoppen i september, samt at begge parter planlagde en workshop i november.

Ledelsesberetning

Online DMO-workshop 2020, 15.-17. september

Visit Greenland afholdte en online workshop for DMO'erne, som forløb over tre halve dage. Dag 1 var en status på turismen i Grønland og COVID-19 situationen samt præsentation fra hver af DMO'erne. Dag 2 forløb i samarbejde med Air Greenland og handlede om sæsonudvidelse, hvor der bl.a. blev produceret et nationalt årshjul for turismeprodukter samt identificeret geografier og tidspunkter med mangel på produkter. På dag 3 præsenterede Departement for Erhverv deres oplæg til en national turismesektorplan, mens resten af dagen forløb med etablering af formalia for DMO-netværket samt udarbejdelse af code of conduct. Feedback-undersøgelsen viste en gennemgående tilfredshed med workshoppen.

Møde med Air Greenland, 18. september

Visit Greenland havde møde med Air Greenland Marketing og Salg vedr. Visit Greenlands og Air Greenlands samarbejdsaftale og drøftede indsatser i resten af 2020 og 2021. Bl.a. blev det aftalt, at der skulle afholdes en fælles workshop.

Møde med IA inatsisartut gruppe, 22. september

Visit Greenland mødte op til IA's inatsisartut gruppe og præsenterede dele af Visit Greenlands strategi. Der var stor spørgelyst fra IA, bl.a. omkring krydstogtudvikling, hvem der må etablere virksomhed i Grønland, behov for uddannelse af lokalbefolkningen, om samarbejdsflader med Greenland Business m.v.

Cruise Re-start med AECO, 24. september

Visit Greenland havde introduktionsmøde med AECO om muligheder for restart af cruise-turismen i Grønland efter COVID-19. Forslaget er et større researcharbejde og to digitale workshops som i samarbejde med industrien sætter fokus på, hvordan krydstogt kan og bør håndteres 2021 og fremadrettet.

Møde med politisk parti Atassut, 2. oktober

Visit Greenland havde den 2. oktober besøg af Atassut, hvor Visit Greenland præsenterede sin strategi og de 4 must wins. Der blev udtrykt glæde over Visit Greenlands samarbejde med DMO'erne. Herudover blev der drøftet emner som krydstogtturisme, turistafgifter samt koncessioner.

Møde med politisk parti Demokraterne, 8. oktober

Visit Greenland besøgte Demokraterne i deres lokaler i Grønlands Selvstyre og fremlagde Visit Greenlands strategi samt de 4 must wins. Demokraterne var især interesserede i krydstogtturismen herunder krydstogtsafgifter, produktforsikringer samt lokale aktørers muligheder for at lave turismeforretning.

Møde omkring Extreme E, 8. oktober

Visit Greenland havde møde med Destination Arctic Circle og Qeqqata Kommunia omkring Extreme E racerløbet og mulighederne for at samarbejde. Opgaven indebærer pressekontakt op til og under løbet, som foreløbigt er planlagt til at blive afviklet i august 2021. Løbet har et stort potentiale for global omtale af Grønland som turismested.

Ledelsesberetning

Undervisning på Campus Kujalleq, 12.-16. oktober

Visit Greenland var i Qaqortoq og undervise Serviceøkonomerne med speciale i turisme. Forløbet var designet til at gennemgå forskellig turisme- og markedsføringsteori. Undervisning fra Visit Greenland er en årligt tilbagevendende opgave, ligesom Visit Greenland bliver inviteret til at tale til skolens dimissioner på guide-og serviceøkonomuddannelserne.

AECO online session, 13. oktober

Visit Greenland deltog i AECO online session, som handlede om: "A Safe Way Forward – reopening the Arctic". Der var deltagere fra AECO-administrationen, Færøerne, Island, Grønland og Canada. Fokus var på, hvordan branchen optimalt kan forberede igangsættelse af ekspeditions krydstogter samtidig med håndtering af COVID-19. AECO har udarbejdet "7 steps to healthy and clean arctic expedition cruising", som Visit Greenland har distribueret videre til branchen.

Branding projekt

Visit Greenland har arbejdet for at igangsætte et stort brandingprojekt, der skal synliggøre Grønlands som turismested internationalt og som lanceres i 2022. Visit Greenland har haft møder med potentielle partnere og lavet samarbejdsaftaler der bl.a. indebærer medfinansiering af brandingprojektet, der samlet kommer til at koste ca. 6 mio. kr. Visit Greenland har i 2020 lavet aftaler med Kommuneqarfik Sermersooq, Air Greenland, Greenland Holding og Sikuki. Aftalerne har gjort det muligt at opstarte brandingprojektet i samarbejde med kommunikationsbureauet AndCo.

Turismeindstiksavis Jyllandsposten 2021

Med formålet at synliggøre Grønland som turismested for danskere og invitere til "call to action" for turismesæson 2021, så har Visit Greenland i oktober 2020 etableret et samarbejde med Sermitsiaq/AG vedr. et avisindstik om turisme, der udkommer i april 2021.

Møde med AECO, 4. november

Visit Greenland holdt møde med AECO vedr. planlægning af cruise sæson 2021 og identificering af nødvendig forberedelse. Der er meldt ca. 350 anløb i 2021, så parterne drøftede en nødvendig tidlig planlægning med relevante interessenter.

Air Greenland samarbejds-workshop, 19.-20. november

Destinationsudviklingsteamet samt ledelsen deltog i en samarbejds-workshop med Air Greenland i forhold til fremtidige indsatser på presse og markedsføring. Begge virksomheder gav en status, og Visit Greenland præsenterede nøgletal fra markedsanalyser. Workshoppen indeholdt også en brainstorming session om rejse- trends samt en session om prioritering af nøglemarkeder ud fra Visit Greenlands segmenteringsmodel.

Ledelsesberetning

Møde med turismeoperatører og kommunen i Ilulissat 26.-27. november

Ifm. Visit Greenlands bestyrelsesmøde i Ilulissat blev der holdt et møde med borgmesterkontoret, som præsenterede Avannaata Kommunias planstrategi, som baseres på bæredygtighed og efterlevelse af verdensmålene. På turismeoperatørmødet den 26. november på Hotel Arctic med ca. 30 deltagere præsenterede Visit Greenland sin strategi i en coronatid. Der var mange spørgsmål efterfølgende.

Information om Visit Greenlands arbejde i den grønlandske presse m.m.

Visit Greenland har gennem 2020 givet 34 interviews om Visit Greenlands arbejde og turismeudvikling til KNR eller Sermitsiaq til KNR radioavis, KNR morgenflade, Sermitsiaq online avis eller trykte aviser. Interviews er afgivet på grønlandsk og dansk.

Herudover er der givet interviews til Jyllands-Posten og Stand By.

Ledelsesberetning

Messer og workshops

Deltagelse i Erhvervsfremstød i Berlin og Paris, 20.-26. januar

Visit Greenland deltog i Departement for Erhvervs turismeerhvervsfremstød i Berlin og Paris i samarbejde med de danske ambassader. Der deltog 23 turismeoperatører fra Grønland. Visit Greenland bidrog til planlægning, leverede præsentationer og havde møder med agenter og presse.

Mid-Atlantic i Reykjavik, 30. januar - 2. februar

Visit Greenland mødtes med 30 internationale agenter til Mid-Atlantic. Messen vil i fremtiden blive afholdt hvert andet år.

5 countries Workshop i London, 4. februar

Visit Greenland koordinerede 5 countries workshop med deltagelse af 5 lokale operatører og Sydgrønlands DMO. Arrangementet var sponsoreret af NATA's pulje for markedsudviklingsindsatser.

Nordic Market Place i København, 25. februar

Nordic Market Place er et nyt tradeshow med fokus på de nordiske lande og en ny mulighed for internationale agenter til at mødes med operatører fra hele Norden, herunder Grønland, hvor Visit Greenland deltog. Arrangementet var sponsoreret af NATA's pulje for markedsudviklingsindsatser.

Adventure Elevate, 15. september

Visit Greenland deltog på Adventure Elevate, et event under ATTA, og er delvis en konference og et b2b event.

Buzz Expo China Summit, 13. oktober

Buzz Expo China Summit er et online summit, som fokuserede på erhvervsudviklingspotentialer i Kina. Visit Greenland præsenterede Grønland som en adventure destination sammen med Albatros China.

Togezer, 13. oktober

Visit Greenland var repræsenteret på en fransk adventure konference, hvor Visit Greenland præsenterede Grønland som turismedestination.

Vestnorden Travel Mart, 16. oktober

Visit Greenland deltog i online messen Vestnorden og havde mange møder med agenter som var interesseret i lave turisme til Island, Færøerne og Grønland. Der var nogle nye agenter og mange eksisterende agenter, der holdt møde med Visit Greenland.

Ledelsesberetning

ETOA GEM, 30. oktober

Visit Greenland afholdt 30 møder med agenter fra netværket. Fordi der var en del udfordringer med online ETOA GEM, etablerede ETOA endnu et tradeshow. Her havde Visit Greenland 13 møder med agenter fra hele verden.

USTOA, december

Visit Greenland deltog i USTOA online trade show med amerikanske agenter - møderne var af høj kvalitet med gode potentialer for fremtiden.

Webinar for agenter

Visit Greenland arrangerede selv flere online møder for internationale turismeoperatører, som specifikt havde ønsket dette. Flere af dem sender i forvejen en stor del gæster til Grønland. Online-forløbene gav agenterne mulighed for at stille spørgsmål.

Ledelsesberetning

Samarbejde med flyselskaber m.m.

Air Greenland

Visit Greenland har en flerårig samarbejdsaftale med Air Greenland omkring at skabe synlighed gennem presse og agentbilletaftalen. Alle presseaktiviteter, der var planlagt til 2020 markedsudviklingsindsatsen, er siden foråret blevet påvirket af rejsebegrænsningerne på grund af COVID-19. Mange presseture blev derfor enten aflyst eller udsat til 2021. Kun få journalister eller medier fra Norden og Europa har været i stand til at rejse til Grønland i 2020.

Air Iceland Connect

Air Iceland Connect og Visit Greenland havde formaliseret en samarbejdsaftale i 2019 for tre år med formålet at understøtte markedsføringen af Grønland via pressesamarbejde og fam-trips. Denne samarbejdsaftale måtte desværre annulleres på grund af COVID-19 situationen.

NATA

Visit Greenland havde i 2019-2020 formandskabet for NATA samarbejdet og pga. COVID-19 afholdtes flere møder end normalt i NATA bestyrelsen.

Pga. af meget få tilmeldte og stramning af rejserestriktioner, så valgte NATA bestyrelsen at udsætte det fysiske Vestnorden 2020 til 2021 til at foregå på Island. I stedet afholdtes i 2020 et virtuelt B2B event den 7. oktober 2020 med b2b møder mellem købere og sælgere.

I løbet af det første kvartal 2020 udarbejdede NATA's marketinggruppe en årsplan, men planen er i høj grad blevet påvirket af rejserestriktioner, aflysninger af messer samt agentbesøg på grund af COVID-19. Flere aktiviteter er derfor udsat til 2021.

Nordic Tourism Cooperation

Visit Greenland deltog i 2020 i de nordiske visit organisationers netværk og samarbejdsgruppe. Formålet er at gøre en fælles indsats på Long Haul Markets (fjernmarkeder). Fokus har i første fase været på det nordamerikanske marked ift. markedsføring og produktudvikling. Arbejdsgruppen finansieres af Nordisk Ministerråd, men arbejdet har naturligvis også været påvirket af COVID-19.

Ledelsesberetning

Nyhedsbreve

Nyhedsbreve til turismebranchen

Visit Greenland har i 2020 sendt syv engelske, ni grønlandske/danske B2B nyhedsbreve ud. Målet hermed er at sende relevant og aktuel information ud til både internationale og hjemmehørende modtagere, herunder artikler, som er internt produceret. Visit Greenland producerede bl.a. et nyhedsbrev specifikt om COVID-19.

Det største segment er det engelske internationale segment med lidt under 1000 modtagere. Her er åbningsraten gennemsnitligt 24,6% (industri-gennemsnit 20,44%) og klikraten 6,7% (industri-gennemsnit 2,25%).

Det danske segment med 520 modtagere har en åbningsrate af 32,8% og klikraten er 9,7%. Det grønlandske segment er fortsat for lille til at kunne måles.

Visit Greenland har besluttet at sende nyhedsbreve ud fire gange om året. Afholdelse af webinarer har åbnet op for en mulighed for at informere og have dialog med branchen, som Visit Greenland vil fortsætte med i 2021.

Pressearbejde

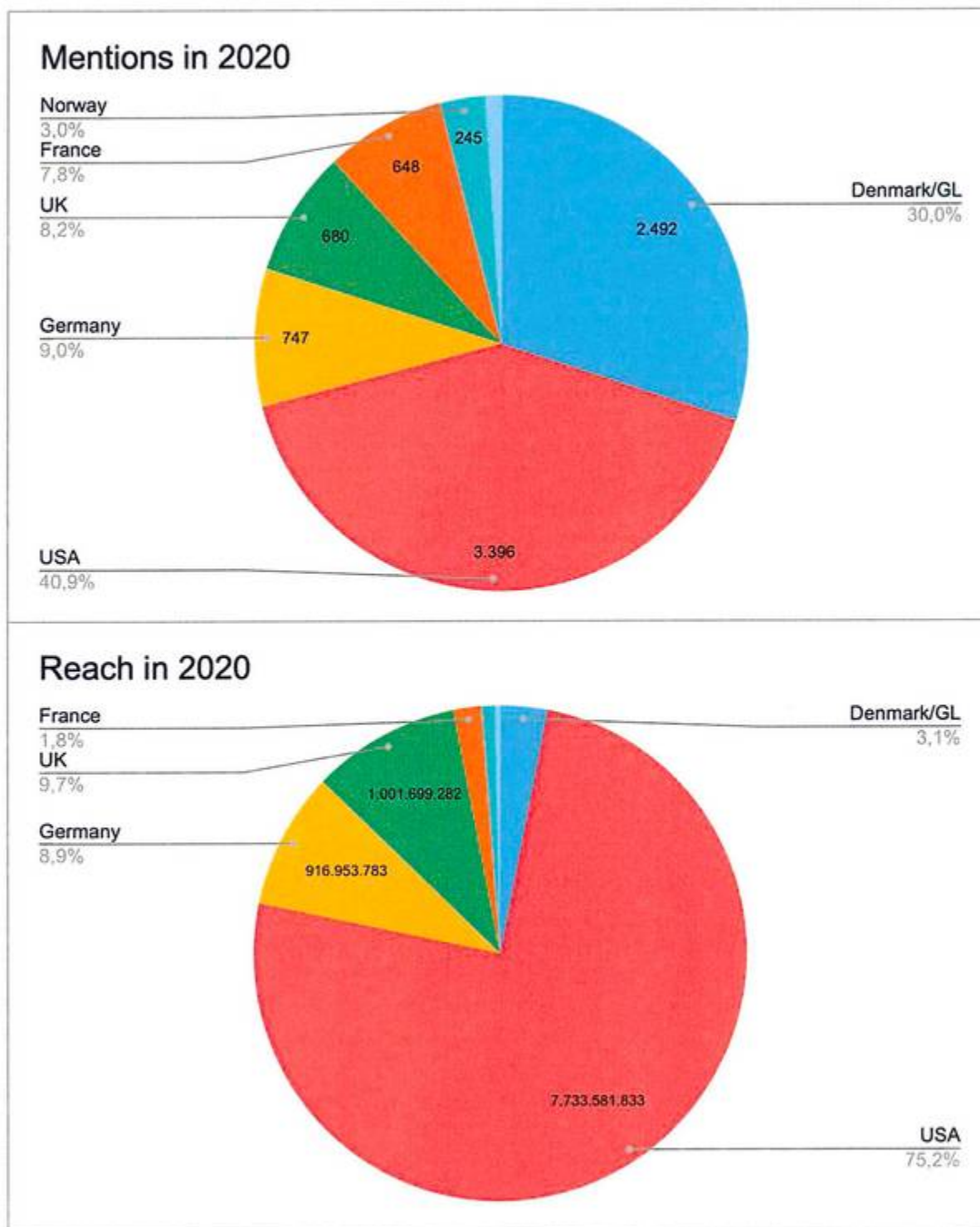
Medieomtale af Grønland i 2020

Visit Greenland udfører en målrettet presseindsats i tæt samarbejde med bl.a. Air Greenland, destinationsselskaber og turismeoperatører. Formålet er at generere størst mulig positiv omtale af Grønland som turismedestination via samarbejde med journalister, influencers og medier. Det har været Visit Greenlands ønske at kunne måle en del af den indsats.

Visit Greenland har derfor i 2020 abonneret på Infomedia.dk's medieovervågning, som inkluderer online medier og større printmedier fra udvalgte markeder/lande.

Ledelsesberetning

I 2020 har medieomtale af Grønland sammenlagt genereret omtale svarende til 147 mio € i annonceværdi fordelt på følgende markeder:



Abonnementet på Infomedia har i 2020 kostet 100.000 kr. Ift. 2021 har Visit Greenland besluttet ikke at fortsætte med Infomedia abonnementet pga. andre prioriteringer.

Ledelsesberetning

Presserejser

Mindre end 20 journalister har fået støtte fra Visit Greenland i form af flybilletter og/eller indkvartering og oplevelser i 2020 - primært i marts, juli og august.

25 presserejser planlagt i 2020 er enten aflyst eller flyttet til 2021/2022 på grund af COVID-19. Medierne, som blev valgt, var primært fra vores største markeder og dækker Vesteuropa, Nordamerika og Skandinavien. Der har været gennemført individuelle rejser og mindre grupper fordelt på etablerede medier og social media platforme. Disse presserejser var fordelt på alle regioner i Grønland.

COVID-19 effekt

Det har været svært at afvikle presserejser i resten af 2020. På grund af alle indrejserestriktioner har Visit Greenland besluttet at fokusere på nærmarkeder - mest på Danmark og de skandinaviske markeder.

Visit Greenland fortsætter med at bruge online "Media Request Form", som alle medier udfylder. I 2020 har Visit Greenland fået ca. 110 forespørgsler, som kun er lidt over en tredjedel del af, hvad vi fik i 2019. Visit Greenland fortsætter med at bruge forskellige værktøjer/skabeloner, der skal sikre, at kommunikationen med medierne er fyldestgørende, og at der ligeledes er en underskrevet kontrakt om, hvad medierne skal levere i en "Content Production Agreement".

Visit Greenland har blandt andet arbejdet med følgende medier i 2020:

National Geographic (UK), Matador Network (INT), The Daily Telegraph (UK), Femina, Lonely Planet (INT), Jysk Fynske medier, Skandinavien.de og forskellige Social Media Influencers. Nogle af medierne har også kreeret content til Visit Greenland i form af billeder og artikler til www.visitgreenland.com.

Endvidere har Visit Greenlands indsats vedr. turisme under COVID-19 affødt interesse og medieomtaler i podcasts for DTTT og Skyetime Radio.

Fam trips

De individuelle fam-ture, der var planlagt i første halvdel af 2020, blev alle aflyst eller udsat til 2021 på grund af rejsebegrænsningerne.

Ledelsesberetning

Liste over messer, workshops og events i 2020

Visit Greenland deltog i 2020 på følgende messer, workshops og events - fra marts/april 2020 foregik deltagelsen udelukkende on-line:

- Nordic Marketing Group møde, 23. januar - København
- Nordic Tourism Cooperation møde, 28. januar - København
- Erhvervsfremstød i Berlin og Paris, 20.-26. januar
- NATA Marketing Group workshop, 30. januar - Reykjavik
- Mid Atlantic Trade Show, 30. januar - 2. februar - Reykjavik
- 5 Countries workshop, 4. februar - London
- Branding Workshop med &Co og Bold - København, 12. februar
- Nordic Marketplace, 25. februar - København
- Nordic Tourism Group - kommunikation og markedsudvikling, 2. marts
- Sorbonne University Master Students undervisning - Paris, 27. - 30. april
- Visit Greenland Cruise Workshop, 19.-20. maj
- China Nordic group
- Adventure Elevate, 15. september
- Buzz Expo China Summit, 13. oktober
- Togezer, 13. oktober
- Vestnorden, 16. oktober
- ETOA GEM, 30. oktober
- ETOA Recovery, 9. december
- Greenland Conference, 9. december
- DTTT X Festival, 30. november, 4. december

Events og konferencer der var planlagt, men derefter aflyst på grund af den globale COVID-19 pandemi:

- ITB i Berlin, 6. - 8. marts
- Nordic Meeting & Events Expo i København, 25. - 26. marts
- Seatrade Cruise Global i Miami, 21. - 23. april
- NATA US Roadshow i USAs østkyst, maj
- NATA Marketing gruppemøde (København, 8. maj)
- Nordic Marketing workshop (København, 9. maj)
- Nordic Tourism Conference (København, 9. - 10. maj)
- Nordic Tourism Conference (Helsinki. maj)
- Promote Iceland / NATA USA trade mission, maj
- Horesta hotelklassifikation
- Nordic China partnership workshop (Stockholm, maj)
- Seatrade Cruise Global, Miami: 21.-23 April
- Adventure Travel World Summit: Australien, 6.-9 .oktober

Ledelsesberetning

Bestyrelsens kompetencer

Anette Grønkjær Lings

Formand

Direktør Hotel Sisimiut og Arctic Incoming, 46 år

Andre bestyrelsesposter: Arctic Circle Business, CSR Greenland, Sirius Greenland Aps, Hotel Sisimiut Aps og Great Greenland.

Særlige kompetencer: Ledelse, turismedestinations- og produktudvikling, erhvervs- udvikling, adventure turisme, økonomi, salg, branding & markedsføring, bestyrelsesarbejde. Erfaring som selvstændigt erhvervsdrivende indenfor hotel, restauration, incoming og turisme gennem en årrække.

Indtrådt i bestyrelsen af flere omgange - senest i 2015. Tidligere 2012-2014. Udpeget som formand 2.april 2020 - afløste Maliina Abelsen, tidligere formand 2018-2020.

Morten G. Nielsen

Næstformand

Direktør Hotel Arctic, 55 år

Særlige kompetencer: Hoteldrift, Luftfart, Operation og Service, Salg og Ledelse, Økonomistyring og bestyrelsesarbejde

Erfaring som hotelchef Mittarfeqarfiit, salgsdirektør Hotel Hans Egede, COO i Air Greenland.

Indtrådt i bestyrelsen 2. april 2020.

Ledelsesberetning

Pitsi Høegh

Bestyrelsesmedlem

Direktør Greenland Sagalands, 56 år

Andre bestyrelsesposter: Politiklagenævn

Særlige kompetencer: Drift af egen virksomhed, salg og service, økonomi og regnskab, undervisning.

Erfaring som selvstændig siden 2008 og fra Arctic Umiaq Line som afdelingsleder.

Indtrådt i bestyrelsen 2. april 2020.

Mia Scheel

Bestyrelsesmedlem

Arkitekt MAA & DGNB Bæredygtighedskonsulent, Rum A/S, 39 år

Andre bestyrelsesposter: Advisory board member hos Kvann Kompagniet Aps og OL Gulve Aps

Særlige kompetencer: strategi, strategi implementering, forretningsudvikling, markedsføring, destinationsudvikling, bæredygtighed, FN's verdensmål, logistik- og byudvikling.

Indtrådt i bestyrelsen i 2020.

Sakiko Daorana

Bestyrelsesmedlem

Selvstændig marketing konsulent og turoperatør, Tuugaq Travel, 62 år

Andre bestyrelsesposter: ingen andre pt.

Særlige kompetencer: Branding, bestyrelsesarbejde, PR og marketing, forskning og data analyse, luftfart, turisme i bygder, destinationsudvikling. Erfaring med rejsebranchen gennem en årrække, både fra virksomheder og som selvstændig.

Indtrådt i bestyrelsen 2014.

Ledelsesberetning

Árni Gunnarsson

Bestyrelsesmedlem

Adm. direktør, Iceland Travel, 50 år

Andre bestyrelsesposter: Eldey TLH, Greenlandic – Icelandic Chamber of Commerce.

Særlige kompetencer: Ledelse, strategi, salg og marketing, økonomi, bestyrelsesarbejde, risk management, kommerciel drift. Erfaring med luftfart og rejsebranchen gennem en årrække.

Indtrådt i bestyrelsen 2016.

Direktion

Julia Pars

Adm. direktør, Visit Greenland, 52 år

Andre bestyrelsesposter: Bestyrelsesmedlem i CSR Greenland, BHRT, medlem af den nordiske rådgivende gruppe for international profilering - Nordisk Ministerråd, formand for bestyrelsen i NATA - North Atlantic Tourism Association.

Særlige kompetencer: Ledelse, strategi, kommunikation & PR, organisationsudvikling og forandringsledelse, CSR, bestyrelsesarbejde, marketing, projektledelse og styring, kommerciel drift, økonomi og administration. Erfaring fra turisme, detail, luftfart og oplevelseserhverv samt bestyrelsesarbejde gennem en årrække.

Direktionen indtrådte i Visit Greenland 1. februar 2018 og stopper med udgangen af februar 2021. Tidligere ansættelser samme sted 1992-1994 og 1996-2007.

Ledelsesberetning

Samfundsansvar

Visit Greenland arbejder med samfundsansvar ud fra turismestrategien Towards more Tourism 2021-2024, der indeholder målsætninger for ansvarlig turisme, hvor bæredygtighed spiller en stor rolle. Se Visit Greenlands strategi på traveltrade.gl

Visit Greenland arbejder desuden med samfundsansvar via sit medlemskab af CSR Greenland og ved at give enkelte medarbejdere frihed til CSR relaterede opgaver.

Mangfoldighed og ligestilling

Visit Greenland arbejder for mangfoldighed og ligestilling i selskabet. Medarbejderstaben bestod pr. 31. december 2020 af 13 ansatte, fordelt på fire mænd og 9 kvinder. Herudover var der to studentermedhjælpere. Visit Greenlands medarbejderstab er kulturelt mangfoldig, da der er repræsenteret 8-9 forskellige nationaliteter (inkl. Grønlandsk og dansk).

Årsværk samt samlet lønsom

Der er i 2020 syv årsværk på kontoret i Nuuk og seks årsværk på kontoret i København i alt 13 årsværk.

Der er brugt i alt kr. 6.755.365 til lønninger hos Visit Greenland i 2020.

Oplysninger omkring ledelsens samlede aflønning

Direktionen aflønnes med en årlig gage på 1.174.671 kr. + 10% pension. Hertil kommer fri bil, fri telefon og internet. Der ydes ingen bonustillæg herudover. Direktøren stopper med udgangen af februar 2021.

Bestyrelsen honoreres efter Namminersorlutik Oqartussats satser. Formanden modtager årligt kr. 150.000, næstformanden kr. 75.000 og menige medlemmer kr. 50.000 hver. Bestyrelseshonorarer udbetales i 4 kvartalsmæssige lige store rater. Herudover afholder selskabet omkostningerne i forbindelse med bestyrelsesmøder og bestyrelsesseminarer.

Visit Greenlands medlemskaber

CINA - Cruise Islands of North Atlantic

NATA - North Atlantic Tourism Association

ATTA - Adventure Travel Trade Association

CSR Greenland - Corporate Social Responsibility samarbejde (samfundsansvar)

Grønlands Erhverv - arbejdsgiverforening, herunder

BHRT- Brancheforeningen for Hoteller, Restauranter og Turismevirksomheder

AECO - Arctic Expedition Cruise Operators (tilforordnet)

HORESTA - Brancheforeningen for Hoteller, Restauranter og Turisme i DK

Anvendt regnskabspraksis

Årsrapporten for Visit Greenland A/S er aflagt i overensstemmelse med årsregnskabslovens bestemmelser for en klasse B-virksomhed. Herudover har virksomheden valgt at følge enkelte regler for klasse C-virksomheder.

Årsrapporten er aflagt efter samme regnskabspraksis som sidste år og aflægges i danske kroner.

Generelt om indregning og måling

I resultatopgørelsen indregnes indtægter i takt med, at de indtjenes. Herunder indregnes værdireguleringer af finansielle aktiver og forpligtelser. I resultatopgørelsen indregnes ligeledes alle omkostninger, herunder afskrivninger, nedskrivninger og hensatte forpligtelser samt tilbageførsler som følge af ændrede regnskabsmæssige skøn af beløb, der tidligere har været indregnet i resultatopgørelsen.

Aktiver indregnes i balancen, når det er sandsynligt, at fremtidige økonomiske fordele vil tilflyde selskabet, og aktivets værdi kan måles pålideligt.

Forpligtelser indregnes i balancen, når det er sandsynligt, at fremtidige økonomiske fordele vil fragå selskabet, og forpligtelsens værdi kan måles pålideligt.

Ved første indregning måles aktiver og forpligtelser til kostpris. Efterfølgende måles aktiver og forpligtelser som beskrevet nedenfor for hver enkelt regnskabspost.

Ved indregning og måling tages hensyn til forudsigelige tab og risici, der fremkommer inden årsrapporten aflægges, og som vedrører forhold, der eksisterede på balancedagen.

Resultatopgørelsen

Nettoomsætning

Nettoomsætning indregnes i resultatopgørelsen, såfremt levering og risikoovergang til køber har fundet sted inden årets udgang, og såfremt indtægten kan opgøres pålideligt og forventes modtaget. Nettoomsætningen indregnes med fradrag af rabatter i forbindelse med salget.

Nettoomsætning vedrørende tilskud indregnes i resultatopgørelsen i overensstemmelse med servicekontrakter.

Andre driftsindtægter

Andre driftsindtægter indeholder regnskabsposter af sekundær karakter i forhold til virksomhedens hovedaktiviteter, herunder fortjeneste ved salg af immaterielle og materielle anlægsaktiver.

Andre eksterne omkostninger

Andre eksterne omkostninger omfatter omkostninger til distribution, salg, reklame, administration, lokaler og tab på debitorer.

Anvendt regnskabspraksis

Personaleomkostninger

Personaleomkostninger omfatter løn og gager, inklusive feriepenge og pensioner samt andre omkostninger til social sikring mv. til selskabets medarbejdere. I personaleomkostninger er fratrukket modtagne godtgørelser fra offentlige myndigheder.

Af- og nedskrivninger

Af- og nedskrivninger indeholder årets af- og nedskrivninger af immaterielle og materielle anlægsaktiver.

Finansielle indtægter og omkostninger

Finansielle indtægter og omkostninger indregnes i resultatopgørelsen med de beløb, der vedrører regnskabsåret. Finansielle poster omfatter renteindtægter og -omkostninger, realiserede og urealiserede kursgevinster og kurstab vedrørende værdipapirer og gæld og transaktioner i fremmed valuta.

Balancen

Immaterielle anlægsaktiver

Immaterielle rettigheder m.v.

Erhvervede immaterielle rettigheder måles til kostpris med fradrag af akkumulerede afskrivninger.

rettighederne afskrives lineært over den forventede brugstid. Afskrivningsperioden udgør 3 år.

Immaterielle rettigheder m.v. nedskrives til genindvindingsværdi, hvis denne er lavere end den regnskabsmæssige værdi.

Materielle anlægsaktiver

Materielle anlægsaktiver måles til kostpris med fradrag af akkumulerede afskrivninger og nedskrivninger.

Afskrivningsgrundlaget er kostpris med fradrag af eventuel forventet restværdi efter afsluttet brugstid. Afskrivningsperioden og restværdien fastsættes på anskaffelsestidspunktet og revurderes årligt. Overstiger restværdien aktivets regnskabsmæssige værdi, ophører afskrivningen.

Ved ændring i afskrivningsperioden eller restværdien indregnes virkningen for afskrivninger fremadrettet som en ændring i regnskabsmæssigt skøn.

Kostprisen omfatter anskaffelsesprisen samt omkostninger direkte tilknyttet anskaffelsen indtil det tidspunkt, hvor aktivet er klar til at blive taget i brug.

Der foretages lineære afskrivninger baseret på følgende vurdering af aktivernes forventede brugstider og restværdier:

	Brugstid	Restværdi
Bygninger	20 år	50 %
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	5 år	0 %

Anvendt regnskabspraksis

Småaktiver med en forventet levetid under 1 år indregnes i anskaffelsesåret som omkostninger i resultatopgørelsen.

Fortjeneste eller tab ved afhændelse af materielle anlægsaktiver opgøres som forskellen mellem salgspris med fradrag af salgskomkostninger og den regnskabsmæssige værdi på salgstidspunktet. Fortjeneste eller tab indregnes i resultatopgørelsen under andre driftsindtægter eller andre driftsomkostninger.

Indretning af lejede lokaler

Indretning af lejede lokaler måles til kostpris med fradrag af akkumulerede afskrivninger. Der foretages lineære afskrivninger baseret på vurdering af aktivets forventede brugstid, der er sat til 5 år.

Nedskrivning på anlægsaktiver

Den regnskabsmæssige værdi af såvel immaterielle som materielle anlægsaktiver vurderes årligt for indikationer på værdiforringelse, ud over det som udtrykkes ved afskrivning.

Foreligger der indikationer på værdiforringelse, foretages nedskrivningstest af hvert enkelt aktiv henholdsvis gruppe af aktiver. Der foretages nedskrivning til genindvindingsværdien, såfremt denne er lavere end den regnskabsmæssige værdi.

Genindvindingsværdien er den højeste værdi af kapitalværdi og salgsværdi fratrukket forventede omkostninger ved et salg. Kapitalværdien opgøres som nutidsværdien af de forventede nettopengestrømme fra anvendelsen af aktivet eller aktivgruppen og forventede nettopengestrømme ved salg af aktivet eller aktivgruppen efter endt brugstid.

Tidligere indregnede nedskrivninger tilbageføres, når betingelsen for nedskrivningen ikke længere består.

Varebeholdninger

Varebeholdninger måles til kostpris efter FIFO-metoden. Er nettorealiseringsværdien af varebeholdninger lavere end kostprisen, nedskrives til denne lavere værdi.

Kostpris for handelsvarer samt råvarer og hjælpematerialer omfatter anskaffelsespris med tillæg af hjemtagelsesomkostninger.

Tilgodehavender

Tilgodehavender måles til amortiseret kostpris, hvilket sædvanligvis svarer til nominal værdi.

Der nedskrives til nettorealiseringsværdien med henblik på at imødegå forventede tab.

Periodeafgrænsningsposter

Periodeafgrænsningsposter, som er indregnet under aktiver, omfatter afholdte omkostninger vedrørende efterfølgende regnskabsår.

Anvendt regnskabspraksis

Likvide beholdninger

Likvide beholdninger omfatter indeståender i pengeinstitutter.

Gældsforpligtelser

Øvrige gældsforpligtelser, som omfatter gæld til leverandører samt anden gæld, måles til amortiseret kostpris, hvilket sædvanligvis svarer til nominel værdi.

Periodeafgrænsningsposter

Under periodeafgrænsningsposter indregnes modtagne betalinger vedrørende indtægter i de efterfølgende år.

Resultatopgørelse 1. januar - 31. december

<u>Note</u>	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Nettoomsætning	16.206.050	17.140.634
Andre driftsindtægter	216.000	149.592
Andre eksterne omkostninger	<u>-7.244.643</u>	<u>-8.997.792</u>
Bruttoresultat	9.177.407	8.292.434
1 Personaleomkostninger	-8.508.444	-8.876.229
Af- og nedskrivninger af materielle anlægsaktiver	<u>-218.470</u>	<u>-219.883</u>
Driftsresultat	450.493	-803.678
Andre finansielle indtægter	-20.881	2.081
Øvrige finansielle omkostninger	<u>-33.447</u>	<u>-8.856</u>
Resultat før skat	396.165	-810.453
Ordinært resultat efter skat	396.165	-810.453
Årets resultat	<u>396.165</u>	<u>-810.453</u>
Forslag til resultatdisponering:		
Overføres til overført resultat	396.165	0
Disponeret fra overført resultat	<u>0</u>	<u>-810.453</u>
Disponeret i alt	<u>396.165</u>	<u>-810.453</u>

Balance 31. december

Aktiver		
<u>Note</u>	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Anlægsaktiver		
Grunde og bygninger	1.635.097	1.718.664
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	225.219	248.598
Indretning af lejede lokaler	<u>200.065</u>	<u>267.503</u>
Materielle anlægsaktiver i alt	<u>2.060.381</u>	<u>2.234.765</u>
Anlægsaktiver i alt	<u>2.060.381</u>	<u>2.234.765</u>
Omsætningsaktiver		
Fremstillede varer og handelsvarer	<u>136.439</u>	<u>137.478</u>
Varebeholdninger i alt	<u>136.439</u>	<u>137.478</u>
Tilgodehavender fra salg og tjenesteydelser	1.222.926	347.719
Andre tilgodehavender	106.094	415.789
Periodeafgrænsningsposter	<u>143.751</u>	<u>377.426</u>
Tilgodehavender i alt	<u>1.472.771</u>	<u>1.140.934</u>
Likvide beholdninger	<u>4.613.583</u>	<u>2.410.436</u>
Omsætningsaktiver i alt	<u>6.222.793</u>	<u>3.688.848</u>
Aktiver i alt	<u>8.283.174</u>	<u>5.923.613</u>

Balance 31. december

Passiver	<u>2020</u>	<u>2019</u>
<u>Note</u>		
Egenkapital		
Virksomhedskapital	4.000.000	4.000.000
Overført resultat	<u>76.357</u>	<u>-319.808</u>
Egenkapital i alt	<u>4.076.357</u>	<u>3.680.192</u>
Gældsforpligtelser		
Gæld til pengeinstitutter	166.521	126.370
Leverandører af varer og tjenesteydelser	230.385	183.406
Anden gæld	2.330.973	1.599.644
Periodeafgrænsningsposter	<u>1.478.938</u>	<u>334.001</u>
Kortfristede gældsforpligtelser i alt	<u>4.206.817</u>	<u>2.243.421</u>
Gældsforpligtelser i alt	<u>4.206.817</u>	<u>2.243.421</u>
Passiver i alt	<u>8.283.174</u>	<u>5.923.613</u>

- 2 **Pantsætninger og sikkerhedsstillelser**
- 3 **Eventualposter**

Noter

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
1. Personaleomkostninger		
Lønninger og gager	7.515.468	7.912.656
Pensioner	730.916	713.939
Andre omkostninger til social sikring	14.707	9.910
Personaleomkostninger i øvrigt	<u>247.353</u>	<u>239.724</u>
	<u>8.508.444</u>	<u>8.876.229</u>
Gennemsnitligt antal beskæftigede medarbejdere	<u>13</u>	<u>17</u>

2. Pantsætninger og sikkerhedsstillelser

Selskabet har 6 måneders huslejeforpligtelse vedrørende kontolejemål i Nuuk svarende til 163 t.kr. og 3 måneders huslejeforpligtelse vedrørende kontolejemål i Danmark svarende til 53 t.kr.

Selskabet har via pengeintitut stillet betalingsgaranti på 10 t.kr.

3. Eventualposter**Eventualaktiver****Udskudt skatteaktiv**

Udskudt skatteaktiv hviler på følgende poster:

	2020	2019
kr. kr.		
Immaterielle anlægsaktiver	-334.633	-334.633
Materielle anlægsaktiver	-1.423.363	-1.365.469
Tilgodehavende fra salg og tjenesteydelser	0	-928
Periodeafgrænsningsposter	-38.094	-100.018
Fremførbart underskud	-52.131	-157.205
Ialt	-1.848.221	-1.958.252

Da det på statusdagen ikke er overvejende sandsynligt, at selskabet vil være i stand til at udnytte skatteaktivet, er det valgt ikke at aktivere skatteaktivet.

Julia Jensigne Pars

Som Direktør NEM ID
PID: 9208-2002-2-130489705881
Tidspunkt for underskrift: 18-02-2021 kl.: 20:01:19
Underskrevet med NemID

Morten Bjarne Nielsen

Som Bestyrelsesmedlem NEM ID
PID: 9208-2002-2-740518543235
Tidspunkt for underskrift: 19-02-2021 kl.: 13:11:39
Underskrevet med NemID

Pitsi Petrine Hansine Høegh

Som Bestyrelsesmedlem NEM ID
PID: 9208-2002-2-468938826099
Tidspunkt for underskrift: 21-02-2021 kl.: 20:23:26
Underskrevet med NemID

Mia Scheel Kristensen

Som Bestyrelsesmedlem NEM ID
PID: 9208-2002-2-275654074317
Tidspunkt for underskrift: 20-02-2021 kl.: 07:43:54
Underskrevet med NemID

Sakiko Daorana

Som Bestyrelsesmedlem NEM ID
PID: 9208-2002-2-341541694116
Tidspunkt for underskrift: 19-02-2021 kl.: 12:45:32
Underskrevet med NemID

Anette Lings

Som Bestyrelsesformand NEM ID
PID: 9208-2002-2-454265347614
Tidspunkt for underskrift: 22-02-2021 kl.: 13:11:37
Underskrevet med NemID

Per Hulgaard Jansen

Som Revisor NEM ID
PID: 9208-2002-2-961614310345
Tidspunkt for underskrift: 23-02-2021 kl.: 11:40:20
Underskrevet med NemID

This document is signed with esignatur. Embedded in the document is the original agreement document and a signed data object for each signatory. The signed data object contains a mathematical hash value calculated from the original agreement document, which secures that the signatures is related to precisely this document only. Prove for the originality and validity of signatures can always be lifted as legal evidence.

The document is locked for changes and all cryptographic signature certificates are embedded in this PDF. The signatures therefore comply with all public recommendations and laws for digital signatures. With esignatur's solution, it is ensured that all European laws are respected in relation to sensitive information and valid digital signatures. If you would like more information about digital documents signed with esignatur, please visit our website at www.esignatur.dk.

Dette dokument er underskrevet af nedenstående parter, der med deres underskrift har bekræftet dokumentets indhold samt alle datoer i dokumentet.

This document is signed by the following parties with their signatures confirming the documents content and all dates in the document.

Marie Louise Frederiksen

Som Dirigent

PID: 9208-2002-2-327051621568

Tidspunkt for underskrift: 21-05-2021 kl.: 22:24:45

Underskrevet med NemID

NEM ID

This document is signed with esignatur. Embedded in the document is the original agreement document and a signed data object for each signatory. The signed data object contains a mathematical hash value calculated from the original agreement document, which secures that the signatures is related to precisely this document only. Prove for the originality and validity of signatures can always be lifted as legal evidence.

The document is locked for changes and all cryptographic signature certificates are embedded in this PDF. The signatures therefore comply with all public recommendations and laws for digital signatures. With esignatur's solution, it is ensured that all European laws are respected in relation to sensitive information and valid digital signatures. If you would like more information about digital documents signed with esignatur, please visit our website at www.esignatur.dk.

This document has esignatur Agreement-ID: 5f0eee98nN242361794