

Fem årtiers turismeudvikling i Grønland – selvstændighed, geopolitik og nye paradokser

Temanummer: Grønland og fremtiden

Denne artikel analyserer, hvorledes turisme historisk er blevet anskuet som interesse- og vækstområde i Grønland og som redskab for skiftende politiske ambitioner. Der kastes lys over, hvorledes turismeudvikling skaber nye modsætninger og paradokser i kølvandet på klimaforandringer og stigende geopolitisk interesse i Arktis. Derfor argumenteres der for, at turisme ikke kun er et økonomisk genstandsfelt, men også en prisme til at undersøge bredere samfundsmæssige brydninger og bevægelser.

Turisme 1953-1990 – en verden åbnes op

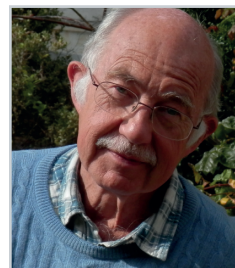
Frem til 1953 skulle rejsende til Grønland søge om tilladelse fra den danske stat, senest i det danske Grønlandsministerium. Tilladelserne blev givet til rejsende, der var i stand til at legitimere deres formål, typisk koloniale forpligtelser såsom handel, undervisning og mission samt ekspeditioner af videnskabelig art. I 1953 overgår Grønland fra koloni til amt, og landet åbnes for tilrejsende. På trods af landets tidligere lukkethed er det kun kort tid efter denne overgang, at grundlaget for turisme i mere traditionel forstand skabes, idet chartrede flyvninger fra Island til Kulusuk i Østgrønland og Narsarsuaq i Sydgrønland påbegyndes (Nielsen, 2002; Hegelund, 2009). Flyvningerne muliggøres ved hjælp af landingsbaner anlagt af den amerikanske hær under Anden Verdenskrig. En anden amerikansk base, Kangerlussuaq (dengang Søndre Strømfjord), blev fra 1954 udset som stop-over fra Los Angeles til København, og fra 1959 blev lufthavnen også åbnet for rejsende mellem Grønland og København (Hegelund, 2009: 20).

Initiativer som disse banede langsomt vejen for idéen om at udvikle turismen som alternativ eller supplement til traditionel jagt og den voksende fiskerisektor. I gennemgangen af arkivmaterialet omhandlende turismeudvikling i Grønland er det slående, *hvor længe* man rent faktisk har talt om turisme som et økonomisk interessefelt og muligt vækstområde i Grønland. Det er således kun kort tid efter 1953, at man første gang læser om turismeudvikling, og op igennem 1960'erne blev turismen langsomt konsolideret. Således steg antallet af besøgende fra 500 besøgende i 1960 til 6.500 i 1972, blandt andet som følge af en nyåbnet SAS-rute til Narsarsuaq (Hegelund, 2009). I 1969 blev "Udvalget vedrørende turisme i Grønland" nedsat og under efterårssamlingen året efter pegede et af udvalgets repræsentanter på behovet for uddannelse af lokale guider samt "behovet for, at der i kommunerne dannedes turistforenin-



CARINA REN

Lektor,
Aalborg Universitet,
Danmark,
ren@hum.aau.dk



DEREK HALL

Professor, partner,
Seabank Associates,
Scotland, derek.hall@
seabankscotland.co.uk

ger”. Begge disse ønsker peger allerede dengang på et politisk ønske, som også genfindes i dag, om, at turismen skal føre til lokal beskæftigelse og indtægter til lokalsamfundet.

I 1973 udkom den første kommissionsbaserede hvidbog ”Turisme i Grønland”. Heri beregnede man det forventede antal internationale turister i 1980 til ca. 35.000. Baseret på denne antagelse konkluderede man, at turisme inden længe ville blive landets næststørste sektor. Selvom sektoren langsomt voksede op igennem i 70’erne og 80’erne, blev disse høje forhåbninger dog ikke indfriet, og turismen bidrog formåede kun i beskedent omfang at bidrage til beskæftigelse og indkomst. I 1981, to år efter overgangen til grønlandsk hjemmestyre, lå antallet af turister på 10.000 (Grønlands Landsstyre, 1998).

Turisme 1990-2015 – mod mere lokal forankring

I 1990 besluttede hjemmestyret endnu engang at intensivere arbejdet med turismeudvikling, blandt andet som følge af nedgang i fiskeriet og ønsket om at skabe et bredere indkomstgrundlag. En ”Turismeplan for Grønland 1991-2005” blev udviklet, og i 1992 blev det nationale destinationsselskab Greenland Tourism – det senere Visit Greenland – etableret med det eksplicite formål at arbejde med turismeprodukter og markedsføre turisme (Greenland Tourism, 1995:5). Bag det nationale destinationsselskabs arbejde med at udvikle og synliggøre Grønland som turistdestination var kongstanken, som det blev understreget i en rapport fra 2001, at udvikle turisme ”i fuld harmoni med det grønlandske natur og kultur” og med en lokal forankring til at sikre bred opbakning fra den grønlandske befolkning. Dette understøttes af Nielsen (2002), ifølge hvem der bag de økonomiske og politiske målsætninger for turisterhvervet og destinationsselskabet har ”ligget en filosofi om, at turismeudviklingen skal planlægges og udføres under miljømæssigt og kulturelt forsvarlige forhold” (Nielsen, 2002:17) og i tæt samarbejde med lokale private og offentlige interessenter.

Erhvervsudvikling og selvstændighed er i Grønland tæt forbundet, blandt andet i tanken i den grønlandske administration om ”*imminut napatittoq*”, på dansk at være *selvbærende*, som overordnet mål for at forberede national økonomisk på selvstændighed (Departement for Finanser, 2016, se Wennecke et al. 2019, s. 46). Dette er også gældende for turismesektoren, hvor nutidens eksplicite kobling mellem turisme og selvstændighed kan spores helt tilbage til den første grønlandske turismekonference afholdt i Sydgrønland i 1975 (Hegelund, 2009:32), hvor idéen om turisme som økonomisk løftestang for selvstændighed blev luftet. Turismen, hed det sig, skulle ikke kun gavne, men også være ejet og kontrolleret af grønlændere. Udover at se turismen som et økonomisk middel, skulle den dog også fungere som løftestang for grønlandsk kultur. Turisme blev således udpeget ikke kun som en mulighed for at forbedre viden om den grønlandske kultur udadtil, men også til at styrke for-

ståelsen og samhørigheden det grønlandske folk imellem foruden at udvide grønlændernes horisont gennem mødet med besøgende udefra.

Denne opfattelse af turismens ikke kun økonomiske, men også kulturelle betydning genfindes også meget senere, eksempelvis i 2000, hvor daværende ansvarlige landsstyremedlem for turisme Simon Olsen i en tale til turismeaktører pegede på vigtigheden af at udvikle, fremstille og sælge grønlandske produkter i turismen, herunder kunsthåndværk og grønlandske fødevarer. Igen blev det understreget, at Grønland skulle udvikle turismen på egne præmisser og med udgangspunkt i landets kultur, en pointe, der kun er blevet tydeligere i den turismepolitiske diskurs siden – siden om side med en mere økonomisk betonet dagsorden.

Turisme 2010 til i dag – økonomi og kultur

På trods af den politiske interesse og selvom antallet af turister op igennem 00'erne steg støt, matchede antallet ikke de rater, som tidligere rapporter og udviklingsplaner havde forudsagt (Ministeriet for Grønland, 1973; Grønlands Landsstyre, 1998), eller som i de år blev det nordiske Arktis og Alaska til del (Müller et al., 2020). En række rapporter blev derfor bestilt med det formål at identificere de barrierer, der stod i vejen for en kommende udvikling. En rapport udgivet i 2014 fra Rambøll blotlagde en række faktorer, der samlet set bidrog til at bremse udviklingen på området. Blandt de udpegede barrierer var en kort turistsæson, dårlig, dyr eller manglende infrastruktur, begrænset kapacitet, lav servicestandard, lave vækstrater, manglende pakkerejser, korte besøg (fire nætter i snit) og det lave forbrug pr. turist (DKK 1100 eller USD 160 pr. dag). Rapporten påpegede også en lav politisk prioritet og mangel på konkrete initiativer fra Grønlands regering og vanskelighederne med intern og ekstern koordinering i den grønlandske turistsektor (Rambøll Group, 2014: 40-52). Kort sagt: et væld af udfordringer!

De mange udfordringer er i tiden efter Rambøll-rapportens udgivelse blevet adresseret gennem en lang række strategier, initiativer og investeringer på turisme- og infrastrukturområdet. For eksempel udkom den første nationale sektorplan for turisme i 2015, hvori Naalakkersuisuts beskriver ønsket om ”at understøtte de store potentialer for vækst i turismen”, der som erhverv fremadrettet forventedes substantielt at bidrage til Grønlands økonomi (Naalakkersuisut, 2015).

Samtidig med den nationale strategi udgives også en strategi fra Visit Greenland (2015), der allerede nogle år forinden havde varslet et ambitiøst skifte i markedsføringen og branding af Grønland gennem iværksættelsen af *Pioneering Nation* kampagnen, der søgte at udfordre og videreudvikle forestillingen om Grønland i spændfeltet mellem oprindelighed og modernitet. I sin forskning om forholdet mellem branding og kulturel identitet i Grønland ser Kirsten Thisted *Pioneering nation* som et forsøg på aktivt at påvirke billedet af Grønland og grønlændere og argumenterer for, hvordan det med kampagnen

lykkedes ”at ændre tidligere stereotypiske forestiller af grønlændere med nye, nutidige og af befolkningen mere genkendelige billeder” (Thisted, 2012: 214). Ifølge Thisted er afbildningen af det unge, uafhængige og moderne Grønland således en af destinationens centrale attraktioner (Thisted, 2012: 220).

I december 2018 blev der i Nuuk afholdt en storstilet konferencen titlen *Towards More Tourism* (TMT), hvis formål over tre dage var at showcase, inspirere og skabe diskussion omkring den nuværende og fremtidige nationale turismeudvikling for de 137 fremmødte deltagere. Med deltagelse fra private såvel som offentlige aktører fra overalt i Grønland bevidnede konferencen en øget forståelse for samt et nyt ønske om at forbedre samarbejde, koordinering og videndeling på turismeområdet. Ud over vækst og økonomi som helt centrale indgange til turismeudvikling afspejlede oplæg og diskussioner under konferencen også nye globale muligheder såvel som lokale udfordringer (Ren & Chimirri, 2018).

Fra den spæde start i efterkrigstiden til den drastiske nedbremsning i kølvandet på Covid-19 har det grønlandske turismelandskab ændret sig helt gennemgribende. Særligt med vedtagelsen og igangsættelsen af anlæg af to internationale lufthavne i Nuuk og Ilulissat med åbning i 2023 og 2024 og planen om anlæg af en række turismevarter i de fem turismeområder bærer turismeudviklingen – og ambitionerne – præg af øget professionalisering og et gearskifte i konsolideringen af den national turismeindsats. Langsomt, men sikkert, udvides produktsiden med sejlads, vandreture, fiskeri og jagt og lokale gastronomiske oplevelser samt kulturelle tilbud såsom kaffemik og besøg på museer og kunsthåndværksteder mod turisterne, der inden COVID-19-nedlukningen i 2020 var tæt på at runde de 100.000 årligt. Centreret omkring *Big Arctic Five* (hundeslæden, nordlyset, is og sne, hvaler og inuit) markedsføres ”adventure tourism” (Visit Greenland, 2020) nu til et globalt publikum, der i stigende grad har fået øjnene op for Arktis som rejsemål (Martin & Ren, 2020). Med den globale åbning skabes der dog også grobund for nye udfordringer og paradokser.

Grønlandsk turisme i en geopolitisk kontekst – mod selvstændighed eller nye afhængigheder?

Ifølge Hall (2021) kan turisme i Grønland fungere som en prisme til at undersøge geopolitiske implikationer forbundet med Grønlands vej mod politisk selvstændighed. To af disse, som vi behandler i det følgende, omhandler de politiske holdninger til *den globale klimakrise* i Grønland og en stigende international interesse for dem som følge af klimaopvarmning, stadig mere tilgængelige, grønlandske *råstoffer* og dertil hørende infrastrukturudvikling. Ud af disse undersøgelser kan den tidligere nævnte idé om økonomisk selvberedthed anskues som en legitimitetsskabende strategi i den måde, som Grønland manøvrerer disse implikationer.

Turisme og klima

Som en afspejling af (geo)politiske holdninger til klimaforandringer skaber turismen til og i Grønland et ambivalent indtryk. På den ene side drives turister til Grønland ud fra en devise om ”last chance to visit”. Dette skaber et paradoksalt resultat med øget turisme til destinationer, der opfattes som truede og derfor som mere attraktive. I denne kontekst fremstår de enkelte internationale besøgende og turismeindustrien som ubevidste omkring – eller lige glade med – de skader, som øgede flyrejser og CO₂-udledning afstedkommer. På den anden side kan færdene til arktiske egne, der oplever en langt hurtigere temperaturstigning end andetsteds, fungere som ”anskuelsesundervisning” i klimaforandringer. I et sådanne scenarie bevidstgøres rejsende i deres møde med et klimaforandret landskab om konsekvenserne af klimaforandringer og udvikler derigennem – ideelt set – en øget forståelse for behovet for en grøn omstilling, globalt såvel som på individuelt plan.

Et eksempel på sådanne ”transformative” steder er Kangia Isfjord ved Ilulissat, der som UNESCO verdensarv sandsynligvis er den mest besøgte attraktion i Grønland. Isfjorden er havmundingen for en af verdens mest dynamiske isbræer, hvis hurtige afsmeltning nu indvirker på det globale havniveau. Som sådan fungerer dette spektakulære fænomen både som et symbol og en lærerig anskuelse af klimaforandringer. Fjorden er tidligere blevet besøgt af prominente politikere, eksempelvis som optakt til COP15 i København, som en måde at konkretisere, forstå og dermed (ideelt set) handle på omfanget af den globale klimakrise. Det nærliggende Ilulissat Isfjordscenter, der åbnede i 2021, skaber også forbedrede muligheder for at formidle klimaforandringer og tilbyder kulturelt medierede fortolkninger af det ”naturlige” landskab og processerne, der former det. Erfaring fra andre nordlige verdensarvssteder taler for den vigtige rolle, som sådanne centre kan spille for formidling af svære emner til et bredere publikum (Olsen, 2017).

I kontrast til den internationale bekymring omkring klimaforandringer og Grønland som ”klimaoffer” har man lokalt forholdt sig anderledes proaktivt til de muligheder, et klima i forandring kan tilbyde. Blandt andet har Bjørst (2019) undersøgt den måde, hvorpå den grønlandske regering (godkendt af den danske) med succes forhandlede sig til en undtagelse fra internationale forpligtelser til CO₂-reduktion i den anden Kyoto-periode (2013-2018). Dette skete gennem særlige bestemmelser for ”udviklingslande” og i en positionering af spørgsmålet som hidrørende oprindelige folks udviklingsrettigheder. Denne holdning, hvor Grønland således præsenterede sig selv som mere indfødt og mindre national, stod i kontrast til den sædvanlige tilgang i ønsket om politisk uafhængighed, drevet af en national forståelse af Grønland.

Denne samtidige målrettethed og fleksibilitet i den grønlandske holdning til udledning og fortolkninger af bæredygtighed, ikke mindst i arbejdet med turismeudvikling, kan fremstå opportunistiske. Ifølge Bjørst er den overordnet set rammesat i en kontekst af ”økonomisk selvberenhed” (Bjørst, 2019: 129), der også påvirker den rolle og udvikling, som turismen politisk tildeles i

Grønland. I en national turismekontekst overtrumfede sporadiske forsøg på at skabe større ansvar som rejsende og som sektor af en stærk ideologi, der i et forsøg på at udvikle den grønlandske økonomi og selvstændighed negligerer den globale klimakrise eller henviser dets ansvar andetsteds. Dog kan den økonomiske "selvbærenhed" udfordres i bevægelsen fra en politisk-økonomisk afhængighed af Danmark til en økonomisk-geopolitisk afhængighed af den globale turismeindustri, for eksempel i mødet med krydstogtselskaberne.

Krydstogt i Grønland

Grønland virker ideelt til krydstogtturisme: alle byer og bygder og mange seværdigheder er beliggende ved enten kysten eller langs fjorde. I Grønland er krydstogt en helt central del af turismen og står for omtrent en tredjedel af alle udenlandske besøgende. I 2016 satte Visit Greenland et vækst mål for antallet af krydstogtpassagerer på 3,5% om året (2016: 28). På trods af et samarbejde med AECO, der fremmer mindre ekspeditionsskibe i Arktis, var dynamikkerne i krydstogtturismens før Covid-19-nedlukningen karakteriseret af en masseturistisk udvikling. Dette skyldes især (i) større skibe, (ii) en større andel af passagerer, der ankom med de største skibe, (iii) en stedlig koncentration, hvor mere end to tredjedele af alle krydstogtpassagerer anløb fem havne og (iv) en tidsmæssig koncentration, hvor 78% af skibene (herunder 11 af de største 13 skibe) i 2019 anløb i august og september (Hall, 2021).

En sådan stigende besøgs koncentration i rum og tid går stik imod Visit Greenlands erklærede mål om at forlængelse af turismesæsonen og geografisk brede turismen mere ud og afspejler en øget afhængighed af et lille antal globale krydstogtselskaber og større rejseselskaber. Tilfældige beslutninger om inddragelse af en havn i et skibs rejseplan understreger den asymmetriske karakter af magtforhold mellem internationale krydstogtvirksomheder og landbaserede samfund. Med udgangspunkt i et studie om krydstogt i Qaqortoq påpeger James et al. (2020), at bedre national koordinering er påkrævet for at forbedre samarbejdet mellem de grønlandske destinationer. Gennem øget samarbejde styrkes forhandlingspositionen i forhold til internationale krydstogtselskaber, samtidig med at usikkerheden, der kan gøre det svært eller direkte umuligt for lokale turismeaktører og virksomheder at planlægge frem i tiden, reduceres (Hall, 2021).

Fremtidens turisme i Grønland: mere end økonomi

Som vi ser i ovenstående, har turismen i Grønland taget skridtet fra "biindkomst" for småiværksættere i de tidlige 70'ere til centralt erhverv i politiske diskussioner om, hvorledes den grønlandske økonomi kan og skal vokse og diversificeres. Idet økonomisk vækst og selv bærenhed kobles til tanken om selvstændighed, er turisme ikke kun, som det for eksempel ses i mange udviklingsøkonomier, et økonomisk værktøj, men også et geo- og identitetspolitisk redskab til såvel udad- som indadtil at brande et selvstændigt Grønland *in the making* (Ren et al., 2019). Samtidig har den geopolitiske udvikling, der

har bidraget til også som turistdestination at sætte Grønland på dagsordenen, affødt en række nye udfordringer og paradokser.

I sin post-Covid-markedsføring understreger Visit Greenland ønsket om at styrke landets mindre destinationer (Por, 2020; Visit Greenland, 2020), og mange tiltag er i dag igangsat i regionalt regi for at styrke produkt- og oplevelsesudvikling også uden for de største destinationer. Denne tendens til at brede turismens værdiskabelse bredere ud i det grønlandske samfund kolliderer imidlertid med krydstogtindustriens fokus på volumen og koncentration og viser, at turismeudvikling ofte følger flere, ofte modsatrettede veje. Turisme og ikke mindst dens økonomiske potentiale er tæt knyttet til den igangværende nationalopbygningsproces i Grønland, idet turismens fremtidige bidrag til landets økonomi anses som central og afgørende. Upåagtet at man til staidighed efterspørger regnskaber, der mere præcist kan sætte tal på, hvor meget eller hvor *lidt* turismen reelt bidrager til den grønlandske økonomi, indtager turismen en central rolle som én ud af tre søjler, der sammen med fiskeri og minedrift skal drive fremtidens økonomi i Grønland (Naalakkersuisut, 2015; Bjørst & Ren, 2015; Ren & Chimirri, 2017).

Hvad disse ovenfor skitserede diskussioner og udviklingsspor omkring klima og krydstogt viser, er, at turismeudvikling ikke kun er en ren økonomisk aktivitet, men også tæt forbundet til geo- såvel som identitetspolitik og ønsket om selvstændighed. I ønsket om og processen hen imod en fuldstændig uafhængighed fra Danmark og dannelsen af den første uafhængige inuit-stat (Nuttall, 2008) kredser politiske og faglige diskussioner om Grønlands økonomiske robusthed som uafhængig stat. I disse diskussioner indgår også overvejelser omkring, hvorledes nye udenlandske forbindelser og tilknytninger fremadrettet kan tænkes ud over en binær grønlandsk-dansk relation (Grydehøj, 2016). Her har flere peget på – eller advaret mod – den rolle, som Kina og Rusland gennem investeringer kan spille i fremtiden – ikke kun inden for minedrift, men også på mindre kontroversielle områder såsom turisme (for et islandsk eksempel se Huijbens og Alessio, 2015).

Turismens rolle som økonomisk og kulturel løftestang kan følges fra de tidligste drøftelser om turisme som lokal ressource til eksempelvis Towards More Tourism-konferencen i 2018. Her blev økonomisk potentiale og værdiskabelse fremhævet side om side med behovet for mere viden om turismens påvirkning af det grønlandske samfund og for en bredere diskussion om, hvor turismeudviklingen bevæger sig hen, i hvilken målestok og i hvilket tempo. I kølvandet på vaccinationsprogrammer er døningerne efter COVID-19 langsomt ved at lægge sig, og med den kommende åbning af to internationale lufthavne i Ilulissat og Nuuk mener mange, at de nu ser på en ”game changer” i grønlandsk turisme. På hvilken måde spillet om Grønlands turisme reelt vil ændres og med hvilke spillere omkring bordet, fremstår endnu uklart. Men ingen tvivl hersker der dog om, at turisme også fremover har en rolle at spille i udviklingen af samfund og økonomi i Grønland.

Litteratur

- Bislev, A., Gad, U.P. and Zeuthen, J.W. (2018). China seeking Arctic resources – the Arctic seeking resources in China. In: Bislev, A., Gad, U.P. and Zeuthen, J.W. (eds) (2018) *Arctic Yearbook 2018. Special Section: China & the Arctic*. Akureyri, Iceland: Northern Research Forum, pp. 2-5.
- Bjørst, L.R. (2019). The right to 'sustainable development' and Greenland's lack of a climate policy. In: Gad, U.P. and Strandsbjerg, J. (eds) *The Politics of Sustainability in the Arctic: Reconfiguring Identity, Space, and Time*. Abingdon, UK: Routledge, pp. 121-135.
- Bjørst, L.R., & Ren, C. (2015). Steaming up or staying cool? Tourism development and Greenlandic futures in the light of climate change. *Arctic Anthropology*, 52(1), 91-101.
- Bykova, A. (2021). Two United States – Greenland collaborations get US State Department funding. *High North News* 18 January. <https://www.highnorthnews.com/en/two-united-states-greenland-collaborations-get-us-state-department-funding> (accessed 22 January 2021).
- Departement for Finanser (2016). *Vision og bærende principper for Holdbarheds- og vækstplanen*. Nuuk: Ministry of Finances and Mineral Resources.
- Greenland Tourism (1995). *Oplæg til turismestrategi 1996-2005*. Nuuk
- Grydehøj, A. (2016). Navigating the binaries of island independence and dependence in Greenland: Decolonisation, political culture, and strategic services. *Political Geography*, 55, 102-112.
- Grønlands Landsstyre (1998). *Turismeredegørelse*. Nuuk.
- Hall, D.R. (2021). *Tourism, Climate Change and the Geopolitics of Arctic Development: The Critical Case of Greenland*. Wallingford, UK: CABI.
- Hegelund, L.E. (2009). *Tikeraaq/Tourism in Greenland*. Milik Publishing.
- Higgins-Desbiolles, F. (2020). Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies* 22(3), 610-623.
- Huijbens, E.H., & Alessio, D. (2015). Arctic 'concessions' and icebreaker diplomacy? Chinese tourism development in Iceland. *Current Issues in Tourism*, 18(5), 433-449.
- James, L., Olsen, L.S. and Karlsdóttir, A. (2020). Sustainability and cruise tourism in the arctic: stakeholder perspectives from Ísafjörður, Iceland and Qaqortoq, Greenland. *Journal of Sustainable Tourism* 28(9), 1425-1441.
- Martin, N., & Ren, C. (2020). Adventurous Arctic encounters? Exploring Chinese adventure tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(2), 126-143.
- Martin, N. (2020). *Preparing for Post-Covid Travel to Greenland*. Nuuk: Visit Greenland. <https://traveltrade.visit-greenland.com/latest-news/webinar-summary-of-preparing-for-post-covid-travel-to-greenland/> (accessed 2 July 2020).
- Ministeriet for Grønland (1973). *Turisme i Grønland: Naitsumik kalâtdli sut nailisagartalik*. Betænkning udarbejdet af Udvalget vedrørende turisme i Grønland.
- Müller, D.K., Carson, D.A., de la Barre, S., & Granås, B. (2020). *Arctic Tourism in Times of Change: Dimensions of Urban Tourism*. Nordic Council of Ministers.
- Naalakkersuisut (2015). *Turismeudvikling I Grønland. Hvad skal der til? National sektorplan for turisme 2016-2020*. Nuuk: Naalakkersuisut
- Nielsen, A.H. (2002). *Kultur & Turisme i Grønland: En analyse og diskussion af turismens kulturelle aspekt med udgangspunkt i en diskursanalyse af Greenland Tourisms brochurer*. Institut for Eskimologi, Det Humanistiske Fakultet, Københavns Universitet.
- Olsen, K. (2017). World Heritage List = tourism attractiveness? In: Lee, Y-S., Weaver, D.B. and Prebensen, N.K. (eds) *Arctic Tourism Experiences: Production, Consumption and Sustainability*. Wallingford, UK: CABI, pp. 48-55.
- Por, T. (2020). *Future of Travel in Greenland: Flattening the Curve of the Coronavirus*. Nuuk: Visit Greenland, 25 November. https://www.youtube.com/watch?v=E-8hYhii51qQ&feature=youtu.be&utm_source=B2C+newsletter+from+Visit+Greenland&utm_campaign=eadde07291- (accessed 27 November 2020).
- Rambøll (2014). *Hvor kan udviklingen komme fra? Potentialer og faldgruber i de grønlandske erhvervssektorer frem mod 2025*. Rapport, marts 2014. Downloaded 20. august 2021 her: <https://dk.ramboll.com/-/media/files/rm/rapporter/analyse-af-grnlands-erhvervssektorerfinal.pdf?la=da>
- Ren, C.B., & Chimirri, D. (2018). Turisme i Grønland – før, nu og i morgen. *Tidsskriftet Grønland*, 66(4), 295-302.
- Ren, C., Gad, U.P., & Bjørst, L.R. (2019). Branding on the Nordic margins: Greenland brand configurations. In *The Nordic wave in place branding*. Edward Elgar Publishing.
- Statistics Greenland (2020). *Greenland in Figures 2020*. Nuuk: Statistics Greenland. <http://www.stat.gl/publ/kl/GF/2020/pdf/Greenland%20in%20Figures%202020.pdf> (accessed 5 January 2021).
- Thisted, K. (2012). Pioneering Nation – markedsføring af Grønland under selvstyret. *Tidsskriftet Grønland*, 3, 214-225.
- Visit Greenland (2016). *Tourism Strategy 2016-2019*. Nuuk: Visit Greenland. http://corporate.greenland.com/media/8043/turismestrategi_eng_light_senest.pdf (accessed 28 August 2019).
- Visit Greenland (2020). *Towards More Tourism – A Joint Effort for Growth, Innovation and Responsible Tourism*. Nuuk: Visit Greenland.
- Wennecke, C.W., Jacobsen, R.B., & Ren, C. (2019). Motivations for Indigenous island entrepreneurship: Entrepreneurs and behavioral economics in Greenland. *Island Studies Journal*, 14(2), 43-60.