

Visit Greenland A/S

Hans Egedesvej 29, Postboks 1552, 3900 Nuuk

CVR-nr. 21 55 31 82

Årsrapport

1. januar - 31. december 2021

Årsrapporten er fremlagt og godkendt på selskabets ordinære generalforsamling den 19. maj 2022



Dirigent

Indholdsfortegnelse

Påtegninger

Ledelsespåtegning	1
Den uafhængige revisors revisionspåtegning	2

Ledelsesberetning

Selskabsoplysninger	5
Ledelsesberetning	6

Årsregnskab 1. januar - 31. december 2021

Anvendt regnskabspraksis	29
Resultatopgørelse	33
Balance	34
Noter	36

Greenlands Revision A/S, statsautoriserede revisorer

Ledelsespåtegning

Bestyrelse og direktion har dags dato aflagt årsrapporten for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2021 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 2021 samt af resultatet af selskabets aktiviteter for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2021.

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

Årsrapporten indstilles til generalforsamlingens godkendelse.

Nuuk, den 14. februar 2022

Direktion



Hjörtur Smáráson

Adm. direktør

Bestyrelse



Anette Lings

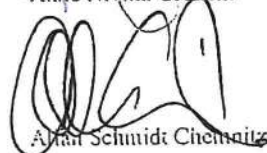
Formand



Jens-Jakob Sandgreen



Anne Nivika Grøden



Allan Schmidt Chemnitz



Gerli-P. Olsen



Kattje Pauline Nielsen

Den uafhængige revisors revisionspåtegning

Til kapitalejeren i Visit Greenland A/S

Konklusion

Vi har revideret årsregnskabet for Visit Greenland A/S for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2021, 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 2021 samt af resultatet af selskabets aktiviteter for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2021 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 International Ethics Standards Board for Accountants' internationale retningslinjer for revisorerets etiske adfærd (IESBA Code) og de yderligere etiske krav, der er gældende i Grønland, ligesom vi har opfyldt vores øvrige etiske forpligtelser i henhold til disse krav og IESBA Code. 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 Danmark, 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 regnskabsbrugere 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 den 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.

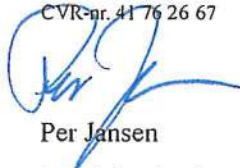
Baseret på det udførte arbejde er det vores opfattelse, at ledelsesberetningen er i overensstemmelse med årsregnskabet og er udarbejdet i overensstemmelse med årsregnskabslovens krav. Vi har ikke fundet væsentlig fejlinformation i ledelsesberetningen.

Nuuk, den 14. februar 2022

Grønlands Revision A/S

statsautoriserede revisorer

CVR-nr. 41 76 26 67



Per Jansen

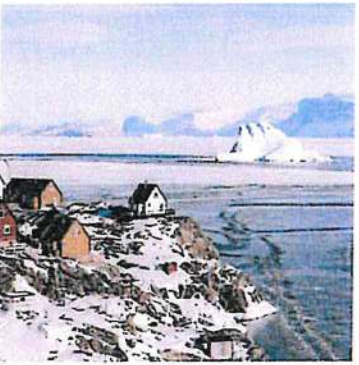
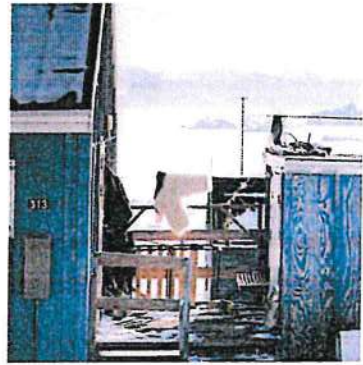
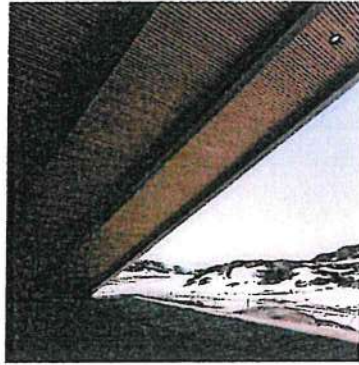
statsautoriseret revisor

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 Anne Nivika Grødem Gerth P. Olsen Jens-Jakob Sandgreen Allan Schmidt Chemnitz Kattie Pauline Nielsen
Direktion	Hjörtur Smáráson, Adm. direktør
Revision	Grønlands Revision A/S, statsautoriserede revisorer Imaneq 18 3900 Nuuk

Ledelsesberetning



Ledelsesberetning

2021



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

Opsummering

Året 2021 har været markeret af usikkerhed, aflysninger og ændringer på grund af pandemien med rejserestriktioner og aflyste events. Organisationen har tilpasset sig løbende og har omprioriteret opgaver efter behov. Dette har resulteret i budgetafvigelser, med et opsamlet rejsebudget som overføres til kampagnearbejde i 2022.

Vestnorden blev afholdt fysisk i Island i oktober med god deltagelse både fra grønlandske operatører og internationale agenter som viste øget interesse for Grønland. Content teamet har været rundt i Grønland for at producere nyt materiale, blandt andet i Uummannaq, Upernavik og hele vejen op til Qaanaaq. Trods pandemien har der været vækst i følgere og engagement på social media. Det har været meget vanskeligt at få journalister ind i landet, men dog lykkedes det at afholde det internationale motorsport event Extreme E i Kangerlussuaq i august måned som åbnede adgang til store medier i både Nordamerika og Europa. Det samme gjaldt Icefjordcentret i Ilulissat som også gav anledning til en del medieomtale ude i Verden.

Overordnet er synligheden og omtalen omkring Grønland derfor meget tilfredsstillende og ikke mindre end i et almindeligt år trods rejserestriktioner store dele af året.

Selskabet

Den 21. maj blev der afholdt generalforsamling i selskabet. Morten Nielsen, Pitsi Høegh, Árni Gunnarsson, Sakiko Daorana og Mia Scheel trådte ud af bestyrelsen.

Bestyrelsen bestod herefter af: formand Anette G. Lings, næstformand Anne Nivíka Grødem og bestyrelsesmedlemmerne Allan Chemnitz, Gerth Olsen, Jens-Jakob Lennert og Kattie Nielsen.

Bestyrelsen havde i alt 6 møder i 2021.

Ledelsen bestod i 2021 af adm. direktør Julia Pars indtil 1. april, hvor Hjörtur Smáráson overtog stillingen. Mads Skifte havde stillingen som souschef.

Medarbejderstaben bestod pr. 31. december 2021 af 11 medarbejdere, herudover var en phd.-studerende tilknyttet virksomheden, en barselsvikar, samt to studentermedhjælpere.

Der blev i januar 2021 underskrevet en et-årig servicekontrakt, som var til genforhandling ved udgangen af 2021.

Ledelsesberetning

Økonomirapportering

Servicekontrakt beløbet fastsættes hvert år i et bilag til servicekontrakten.

For 2021 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 2021

Årsresultatet udviser et overskud på 637 t.kr. mod budgetteret overskud på 212 t.kr. Samme periode året før udviste et underskud på 396 t.kr.

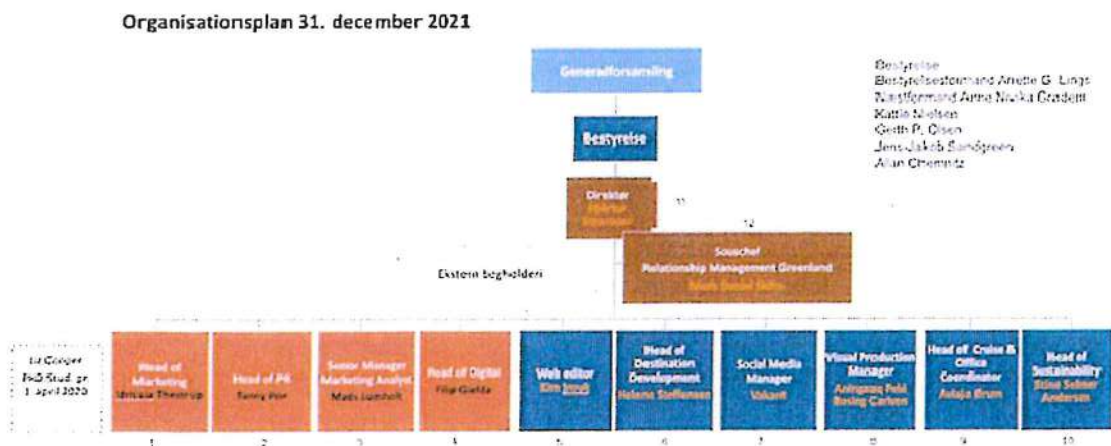
Resultatet anses som tilfredsstillende.

Indtægterne er på 16.928 t.kr. mod 16.422 t.kr. i samme periode året før.

På omkostningssiden er der brugt 7.434 t. kr. mod 7.245 t.kr i år 2020, hvilket særlig henføres til færre rejser, ophold, messe deltagergebyr samt materialeproduktion relaterede aktiviteter.

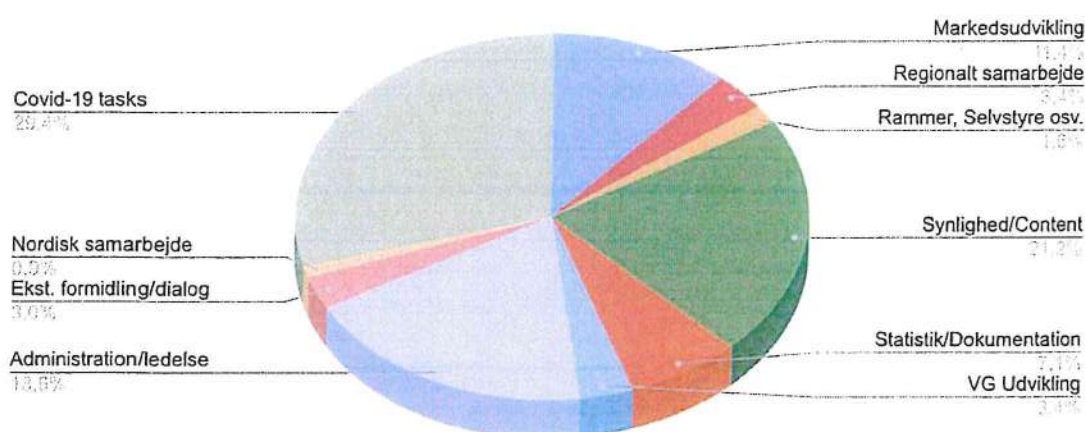
Personaleomkostningerne er 146 t.kr. højere end for samme periode sidste år.

Organisation og personale



Ledelsesberetning

Timeforbrug i Visit Greenland 2021



(kilde: Selskabets interne tidsregistrering)

Den nye direktion har lavet nogle organisatoriske ændringer, primært i form af klarere opdeling af arbejdsopgaver og ansvarsområder, samt indledning af nye arbejdsprocesser for øget effektivitet. Samtidigt har der været skåret ned på mødeaktivitet med brug af kortere møder, færre deltagere til hvert møde og mødefri fredage.

Pga. af den opståede krisesituation som COVID-19 forårsagede for turismebranchen og for Visit Greenland, så er tidsforbruget for 2021 forskelligt fra tidligere år. Overordnet har Visit Greenland brugt mange tidsmæssige ressourcer på krisestyring samt omfattende kommunikation med turismeinteressenter. Staycation kampagnen fra 2020 blev fortsat i 2021 og har bidraget til en ændret opfattelse af turisme i Grønland hos de lokale og i form af produktudvikling hos operatører.

Disse initiativer afspejles i et ændret mønster af tidsforbrug. I det seneste kvartal af 2021 kom arbejdsprocesserne igen meget tættere på et normalt år.

Da nogle indsats er meget tidsmæssigt arbejdstunge, mens andre kræver flere finansielle ressourcer og outsourcing, kan fordelingen i grafen ovenfor ikke alene bruges, som et udtryk for Visit Greenlands prioritering af indsatsområder. Der henvises til afsnittet vedrørende selskabets projekter og primære aktiviteter for et mere fuldstændigt billede af indsatsen i perioden.

Ledelsesberetning

Strategi og branding

Visit Greenland lancerede i 2020 sin nye strategi for 2020-2023; "På vej mod mere turisme". Strategien blev i efteråret 2020 evalueret ifm. COVID-19 krisen og tilpasset så den nu er gældende for perioden 2021-2024, og er løbende under genvurdering for at forberede turismen under potentiel vækst med nye lufthavne og eventuelle nye flyruter.

Med udgangspunkt i 2021-2024 strategien igangsatte Visit Greenland en fokuseret indsats for at styrke turismeudviklingen i hele Grønland, og i 2022 vil udrulningen af Grow Greenland igangsættes. Den overordnede filosofi bag Grow Greenland er at se på hvordan væksten af den nye infrastruktur bliver til gavn for hele Grønland. Der bliver større fokus på vækst i yderområderne og bygderne. Visit Greenland kommer til at engagere befolkningen i højere grad, også dem, som ikke nødvendigvis ser sig selv som en del af turismeerhvervet. Der skal skabes en bred forståelse og opbakning omkring at væksten i turismen i særdeleshed, betyder mere velfærd i befolkningen generelt. For at det skal lykkes skal relevante aktører og interessenter inddrages i og forpligtes til at sikre infrastruktur, uddannelse, transportruter, produkter og ikke mindst samarbejder lokalt, regionalt, nationalt og ikke mindst internationalt.

Adventure turisme og bæredygtighed er den røde tråd igennem Visit Greenlands turismestrategi. Der bliver arbejdet med branding af hele Grønland til at skabe en stærk, konkurrencedygtig fortælling om hvad det er som gør Grønland helt unik i Verden, og tiltrække de rigtige kunder, talenter og investeringer til landet. Branding processen er en længere varende process, der tager udgangspunkt i den grønlandske identitet, og udvikles i samarbejde med interessenter i hele landet.

I 2021 blev der lavet indledende undersøgelser og brand-positioning evaluering, samt grundarbejdet for en genåbningskampagne, som lanceres i foråret 2022 for at få turismen i fuld fart igen. Processen og kampagnen er medfinansieret af Kommuneqarfik Sermersooq, Air Greenland, Greenland Holding og Sikuki.

Status på turismen og krisehåndtering

Turismen har været stærkt påvirket af rejserestriktioner i 2021, som kan ses tydeligt på tallene for indrejsende. Visit Greenland har tilpasset sig en ændret verden, med en højere grad af deltagelse i virtuelle events. Virksomheden præsenterede forskellige scenarier for udviklingen af pandemien og den effekt den ville have på turismen i maj måned. Visit Greenland har fokuseret på formidling og support via Visit Greenland's FAQ "corona side". Siden modtog knap halv million besøg i 2021, udover svar via email og telefon. Fra og med juni måned blev der holdt statusmøder med DMOerne fra alle regioner i Grønland, samt Christian Woldsgaard fra coronasekretariatet mandag hver anden uge. Formålet med disse møder har været at sikre informationsdeling om betydning af restriktioner og bekendtgørelser, og skabe dialog om hvordan turisterhvervets behov, bedst muligt kan blive mødt indenfor den ramme som pandemiens restriktioner har skabt. Møderne har været rigtig godt modtaget og har styrket samarbejdet mellem turisterhvervet, regionerne og coronasekretariatet.

Ledelsesberetning

Antal flypassagerer

I 2021 var der en stigning på 26,9% af udenlandske flypassagerer ud af Grønland (inkl. rejsende bosat i Danmark) i forhold til 2020. Det er dog stadig 59,1% lavere end i 2019, som var det seneste ikke-Covid prægede år.

Antal udenlandske overnatninger og gæster

I skrivende stund har Grønlands Statistik publiceret overnatningsdata for Q1 til og med Q3 2021. I den periode har der været en stigning på 57,6% ift. antal udenlandske (inkl. rejsende bosat i Danmark) overnatninger sammenlignet med Q1-Q3 i 2020. Det er dog stadig 51,5% lavere end i 2019.

I Q1-3 2021 var der 57,0% flere udenlandske (inkl. rejsende bosat i Danmark) gæster end i Q1-3 2020. Det er dog stadig 60,7% lavere end i Q1-3 2019.

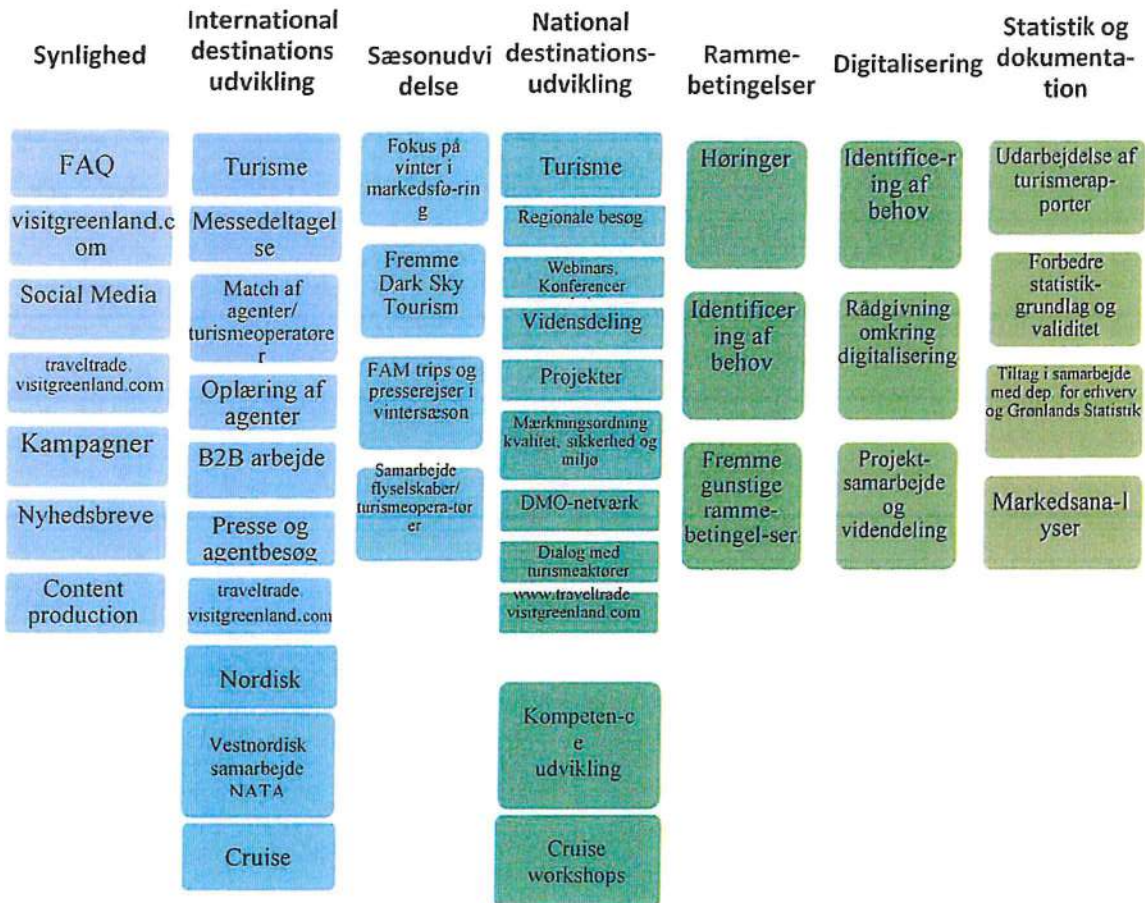
Krydstogt

Der har pga. pandemien ikke været et eneste krydstogtanløb i 2021, for andet år i træk.

Ledelsesberetning

Visit Greenland projekter og primære aktiviteter

Visit Greenlands aktiviteter og opgaver er beskrevet nedenfor og tager udgangspunkt i vores formål og strategien 2021-2024.



Online markedsføring og synlighed

Staycation kampagne: Nunarput Nuan

Ligesom tidligere år fortsatte Visit Greenland i 2021 med Staycation kampagnen Nunarput Nuan. Kampagnen indeholder en hjemmeside med fokus på staycation og en kampagne på Facebook, og havde følgende formål:

- Skabe rejseaktivitet gennem synliggørelse af unikke, lokale rejsepakker
- Synliggøre operatører som er aktive i den svære COVID-19 tid.
- Skabe inspiration for det lokale samfund ift. at rejse og holde ferie i eget land

Hjemmesiden Nunarput Nuan findes på to sprog - grønlandsk og dansk. Hjemmesiden fik knap 6.000 sidevisninger med gennemsnitlig sessionsvarighed (tid brugt på siden) på 2 min 40 sek.

I alt 34 rejsepakker præsenteres af syv operatører.

Ledelsesberetning

Øget synlighed af turismeoperatører og destinationer

Visit Greenland har i 2021 arbejdet på synliggørelse af turismeoperatører og destinationer. Det nye design-layout for operatørprofiler blev udviklet i januar 2021 og alle operatører i Grønland blev kontaktet for at indsamle deres informationer til siderne. 55 nye operatører er kommet på og har nu i alt 175 operatører oprettet en operatør side på VisitGreenland.com.

Visit Greenland udviklede foto-skabeloner, som vil hjælpe med den visuelle formidling af historier, baseret på vores flotte billeder.

Visitgreenland.com

Med meget færre rejsende til Grønland har der også været en negativ vækst i antallet af nye brugere på 14% i 2021 fordelt på de tre sprogversioner af visitgreenland.com (0,95 mio. i 2021 ift. 1,1 mio. i 2020).

Antallet af sidevisninger i 2021 er det samme som i 2020 (begge er 1,8 mio.).

Hjemmesidens trafikmønstre

Afvisningsprocenten er steget fra 38% i 2020 til 69% i 2021. Afvisningsprocenten måler hvor mange besøgende fortsætter på hjemmesiden og klikker ind på undersider, i stedet for at gå direkte ud af hjemmesiden igen og besøge et andet websted.

I 2021 er to COVID-19-sider integreret i én FAQ-side. Som en af de mest populære sider på visitgreenland.com har COVID-19 FAQ-siden et direkte link til Grønlands regerings officielle COVID-19-side. Dette forklarer i høj grad årsagen til den høje afvisningsprocent. En anden populær artikel, ”10 fakta om Grønland, som du måske ikke kender” viser en høj afvisningsprocent. For nylig er denne artikel blevet opdateret ved at inkludere flere interne links for at få besøgende til at blive længere på visitgreenland.com.

Hvilke brugere besøger Visitgreenland.com

Geografisk udgør USA fortsat den største gruppe brugere med 30% (vækst på 3% ift. 2020). Dernæst kommer Danmark med 17% (vækst på 2% ift. 2020), Tyskland med 10% (fald på 3%). Vi kan også observere positiv vækst i antallet af besøgende fra Grønland (5% i 2021, 4% i 2020).

Hvor kommer trafikken fra?

73% af al trafik kommer direkte fra Google (76% i 2020). Direkte trafik udgør fortsat 10%, trafik fra nyhedsbreve 1.5%.

Digitale værktøjer til turismebranchen

Visit Greenland deltog i projektet ”Digital Tourism in the Nordics”, som har til formål at løfte digitaliseringskompetencerne blandt turismebranchen i de nordiske lande.

Udviklingen af platformen blev færdiggjort i juni 2021 og formelt lanceret i december 2021.

Nyhedsbreve til turister

Visit Greenland har sendt 18 nyhedsbreve ud i 2021. 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

Ledelsesberetning

pressesamarbejde.

Den danske version har den største modtagergruppe med 9.910 abonnenter, en mindre nedgang fra tidligere år. Åbningsraterne er dog fortsat høje med 40,6% og klikraten er 5% for den danske, en stigning ift tidligere år. Det betyder at de abonnenter som er faldet fra har været inaktive, og vi har nu en mere målrettet modtagergruppe.

Der er 8640 tilmeldte til det engelske nyhedsbrev og 1610 til det tyske. Åbningsraten er i gennemsnittet 32,3% for det engelske nyhedsbrev og 38,7% for det tyske. Klikraterne er 4,2 % for den engelske udgave og 6,5% for den tyske udgave.

Det er positivt, at alle tal er højere end industri-standarden, som er henholdsvis 20,44% åbningsrate og 2,25% klikrate. Det er også positivt at både åbningsraten og klikraten vokser fra sidste år.

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

Visit Greenlands top tre artikler, der blev offentliggjort i 2021, var:

- 1 [Greenland vs Iceland: The Arctic Travel Battle](#)
- 2 [Knud Rasmussen's Fifth Thule Expedition - a historic perspective](#)
- 3 [Music in Greenland](#)

Fremskridt på Sociale Medier

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

Der er i det hele taget fremskridt på Facebook. Visit Greenlands FB-side havde 48.975 page likes ved udgangen af december, som er en vækst på 4,7% i forhold til 2020.




Den samlede organiske (ikke betalte) rækkevidde for opslag var 3.176.396, og dette er en stigning på 43,10% - Visit Greenlands rækkevidde på Facebook er dermed ca. en million højere i 2021 end året før.

Engagement er ligeledes steget, og er samlet 171.245 total, som er en vækst på 33%,

Page reactions på FB-siden er ligeledes overordnet positivt, idet Visit Greenland havde 100.898 reactions (likes) og ganske få negative reaktioner.

Hermed top 4 posts på Visit Greenlands FB-side:

Ledelsesberetning

DATE	POST	AUTHOR	COMMENTS	ENGAGEMENT...	ENGAGEMENT...	REACH	REACTIONS	SHARES
Visit Greenland Jan 19, 2021	 A beautiful snowy landscape in the mountains of Greenland. The snow is so white and soft, it's like a dream. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Winter #Nature	Visit Greenland	212	2820	17.0%	10,305	11,118	12,111
Visit Greenland Jan 17, 2021	 Experience the beauty of Greenland's mountains and glaciers. The views are breathtaking and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Mountains #Glaciers #Nature	Visit Greenland	120	1716	8.12%	11,207	1,111	1,111
Visit Greenland Jan 17, 2021	 The snow is so soft and fluffy, it's like a blanket. The mountains are so beautiful and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Mountains #Nature	Visit Greenland	9	111	11.2%	1,111	1,111	1,111
Visit Greenland Jan 17, 2021	 The snow is so soft and fluffy, it's like a blanket. The mountains are so beautiful and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Mountains #Nature	Visit Greenland	8	1,111	1.2%	11,111	1,111	1,111
Visit Greenland Jan 17, 2021	 The snow is so soft and fluffy, it's like a blanket. The mountains are so beautiful and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Mountains #Nature	Visit Greenland	8	1,111	1.1%	11,111	1,111	1,111

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

Slut december havde Visit Greenlands instagram-profil 94.822 followers, hvilket er en stigning på 12,8% fra 2020. Den samlede organiske (ikke betalte) rækkevidde for opslag var 5.973.685, og dette er en stigning på 100% fra 2020.

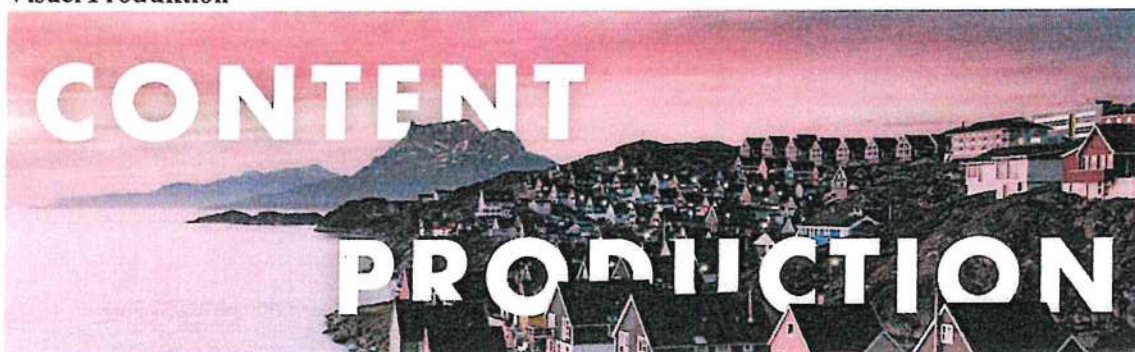
Engagement er ligeledes steget. Samlede engagement på Instagram var 588.046 - en stigning på 18,5% fra 2020.

Hermed top 5 posts fra Instagram:

DATE	POST	AUTHOR	COMMENTS	ENGAGEMENT	LIKES	REACH
Visit Greenland Jan 19, 2021	 A beautiful snowy landscape in the mountains of Greenland. The snow is so white and soft, it's like a dream. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Winter #Nature	Visit Greenland	212	2820	17.0%	10,305
Visit Greenland Jan 17, 2021	 Experience the beauty of Greenland's mountains and glaciers. The views are breathtaking and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Mountains #Glaciers #Nature	Visit Greenland	120	1716	8.12%	11,207
Visit Greenland Jan 17, 2021	 The snow is so soft and fluffy, it's like a blanket. The mountains are so beautiful and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Mountains #Nature	Visit Greenland	9	111	11.2%	1,111
Visit Greenland Jan 17, 2021	 The snow is so soft and fluffy, it's like a blanket. The mountains are so beautiful and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Mountains #Nature	Visit Greenland	8	1,111	1.2%	11,111
Visit Greenland Jan 17, 2021	 The snow is so soft and fluffy, it's like a blanket. The mountains are so beautiful and the air is so fresh. #VisitGreenland #Greenland #Snow #Mountains #Nature	Visit Greenland	8	1,111	1.1%	11,111

Ledelsesberetning

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, sideløbende med vedligeholdende billedproduktion.

Visit Greenland samarbejder ofte med DMOerne og turismeoperatørerne i regionerne 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, hvor presseholdet beder om et relevant antal billeder i bytte for flybilletter, ophold eller oplevelsesture.

Video



I 2021 er der produceret 16 videoer til visning på Visit Greenlands kanaler. Dette inkluderede billed og videomateriale især fra Nordgrønland, helt op til Qaanaaq. I 2022 bliver der lagt mere vægt på byer og bygder i Østgrønland. Flere af Visit Greenlands videoer har en bred brugerprofil, i det de bliver vist på bl.a. uddannelsesinstitutioner.

On-line webinarer

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

Ledelsesberetning

Vestnorden video

Visit Greenland stod for den årlige præsentation af Grønland til Vestnorden i Island i oktober 2021. Som en del af præsentationen blev videoen "The Journey" produceret, som kommer til at blive brugt til B2B markedsføring også i 2022.

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 1072 B2B oprettede brugere.

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 5720 følgere på Youtube, en vækst på 18% i 2021.

Destinationsudvikling

Visit Greenland havde i 2021 en tæt dialog med regionale DMOer, politikere og operatører i hele landet. Blandt andet tog den nye direktion på besøg til Sisimiut, Kangerlussuaq, Maniitsoq, Ilulissat, Tasiilaq, Kulusuk og Kuummiut i 2021. Direktøren holdt møder med blandt andet borgmestrene i Qeqqata, Avannaata og Sermersooq, og planlagde rejser til Kujalleq og Qeqertalik, som desværre er blevet udskudt på grund af enten vejr eller rejserestriktioner. Målet var at besøge alle regioner og de besøg, der blev forhindret i 2021 vil afvikles i begyndelsen af 2022.

Regional samarbejde

Samarbejdet med de regionale DMOer er gået rigtig godt, med møder hver anden uge omkring coronasituationen og krisehåndtering, samt en række møder omkring planlægning af deltagelse i messer og events, herunder Vestnorden i Island. Samarbejdet med de regionale DMOer er en hjørnesten i Visit Greenlands arbejde og bliver fremadrettet inkorporeret i Grow Greenland strukturen.

Branding projekt

Visit Greenland har arbejdet for at igangsætte et stort brandingprojekt, der skal synliggøre Grønland 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

Ledelsesberetning

Sermersooq, Air Greenland, Greenland Holding og Sikuki. Aftalerne har gjort det muligt at opstarte brandingprojektet i samarbejde med kommunikationsbureauet &Co.

Lufthavnsprojektet

Visit Greenland har holdt en række møder med KAIR, Air Greenland, Grønlands Erhverv, Formandens Departement og andre interessenter omkring de nye lufthavne. Sammen med KAIR mødtes Visit Greenland ligeledes med 12 internationale flyselskabe til Routes World konferencen i oktober for at diskutere muligheder for ruteudvikling til Grønland.

Nordisk samarbejde

I oktober mødtes Visit Greenlands direktør med direktørerne fra alle visit organisationerne i Norden i Torshavn på Færøerne. Det var første samarbejds møde mellem direktørerne og det blev besluttet at mødes to gange om året, én gang online og én gang fysisk, for vidensdeling og styrket samarbejde.

Visit Greenland deltager også i en række nordiske samarbejdsprojekter, som giver adgang til viden, research og ressourcer for at udføre arbejde som ellers var udenfor Visit Greenlands rækkevidde. Se nærmere nedenunder i sektionen om nordisk samarbejde.

Uddannelse

Visit Greenland yder support til turismeuddannelsen på Campus Kujalleq, som gæsteundervisere, samt tilbud af praktikplads på hovedkontoret i Nuuk.

Turisme Tillæg Jyllands Posten 2021

Med formålet at synliggøre Grønland som turismedestination for danskere og invitere til "call to action" for turismesæsonen 2021, etablerede selskabet et samarbejde med Sermitsiaq/AG vedr. et avistillæg om turisme, der udkom i foråret 2021.

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

Visit Greenland har gennem 2021 givet en række interviews om Visit Greenlands arbejde og turismeudvikling til KNR, Sermitsiaq, Suluk og Aurora, i forskellige sammenhænge og til forskellige programmer. Interviews er afgivet på grønlandsk og dansk.

Herudover er der givet interviews til Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Turisme.nu og Stand By i Danmark, samt Monocle, EuroNews, Morgunbladid, RUV, turisti.is og en række andre udenlandske media.

Messer og workshops

Deltagelse i messer og workshops

Visit Greenland deltog i 20 B2B arrangementer i 2021. Pandemien ramte også i 2021, rigtig mange af de planlagte messer, der enten blev aflyst eller udskudt til 2022. Mange af dem der ikke blev aflyst, blev flyttet til onlinemøder, hvor Visit Greenland deltog.

I 2021, tog vi i omkring 500 B2B-møder gennem disse arrangementer med partnere fra følgende markeder: Danmark, Norge, Sverige, UK, Tyskland, USA, Canada, Kina, Frankrig, Spanien, Italien, Benelux mfl.

Ledelsesberetning

Desuden, koordinerede Visit Greenland deltagelse af 16 grønlandske lokale operatører og 6 DMOer på Vestnorden i Keflavik, Island. Vores fælles deltagelse resulterede i mere end 450 møder mellem operatører og internationale samarbejdspartnere. I forbindelse med Vestnorden var 8 agenter fra prioriterede markeder på pre-tour til 3 destinationer i Grønland for at opleve, hvad landet kan tilbyde deres kunder. Alle deltagerne i den pre-tour har tilføjet Grønland til deres portefølje og tilbyder nu rejseoplevelser til vores destination.

Webinar for agenter

Visit Greenland arrangerede onlinemøder 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 ved hjælp af agentbilletaftalen. Der var stadig mange udfordringer i 2021 på grund af pandemien. Det var derfor svært at udnytte aftalen helt, men der kom gang i presseturene igen i efteråret.

Air Iceland Connect / Icelandair

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. Air Iceland Connect blev en del af Icelandair koncernen. Ved udgangen af 2021 var forhandlinger i gang med Icelandair om en ny samarbejdsaftale.

NATA

Visit Greenland deltager i NATA samarbejdet og sidder i bestyrelsen. Formålet er at øge samarbejdet inden for turisme i Færøerne, Island og Grønland, og øge støtte til projekter og rejser mellem landene.

NATA står blandt andet bag Vestnorden som blev afholdt fysisk i Island i oktober 2021. Det blev et meget vellykket event hvor øget interesse for Grønland kunne mærkes tydeligt. Visit Greenland skulle have været vært for Vestnorden i 2021, men på grund af COVID-19 i 2020 blev eventet forsinket et år. Visit Greenland bliver derfor vært for Vestnorden i september 2022 i stedet for.

Nordic Tourism Cooperation

Under paraplynavnet *Reboot Nordic Tourism Through Sustainable Development* har Nordisk Ministerråd iværksat forskellige turismeprojekter i samarbejde med visit organisationerne i de andre nordiske land. Det overordnede formål er at øge andelen af bæredygtige turister i Norden for at hjælpe med at genstarte nordisk turisme på en bæredygtig måde. Bæredygtige turister skal forstås som turister, der også rejser uden højsæsonen, er villige til at blive længere, og respekterer og støtter lokalsamfundet og miljøet.

De projekter, der i øjeblikket er finansieret, er:

Projekt navn	Beskrivelse
Long Haul Markets with the United States and China	Markedsførings- og produktudvikling indsatser til at fremme Norden i USA og Kina.
Measuring regional tourism and tourism's environmental impact in the Nordics	Udvikling af pålidelige regionale, og muligvis lokale data, som er sammenhængende med de nationale turismesatellitregnskaber. Denne data skal bruges for at foretage evaluering og benchmarking på destinationsniveau, såvel som mellem nationale niveauer og destinationsniveauer.
NordReg:	Skabe relevante værktøjer til udvikling af bæredygtig og regenerativ turisme på tværs af regionale destinationer i de nordiske lande,

Ledelsesberetning

	baseret på guidelines for ansvarlig turismeudvikling for lokale små og mellemstore turismeudbydere.
Cultural Tourism - a way into more competitive and all-season destinations	Øget økonomisk, social og kulturel bæredygtighed i Nordisk turismemarkeder, til at skabe et større, bedre og mere mangfoldigt udbud af kultur-turismeprodukter.
NATA Marketing initiative	B2B-initiativer til fremme af Grønland, Island og Færøerne.
Digital Tourism in the Nordic	Udvikling af en digital platform med redskaber og ressourcer for digital markedsføring og digital udvikling af turismevirksomheder.

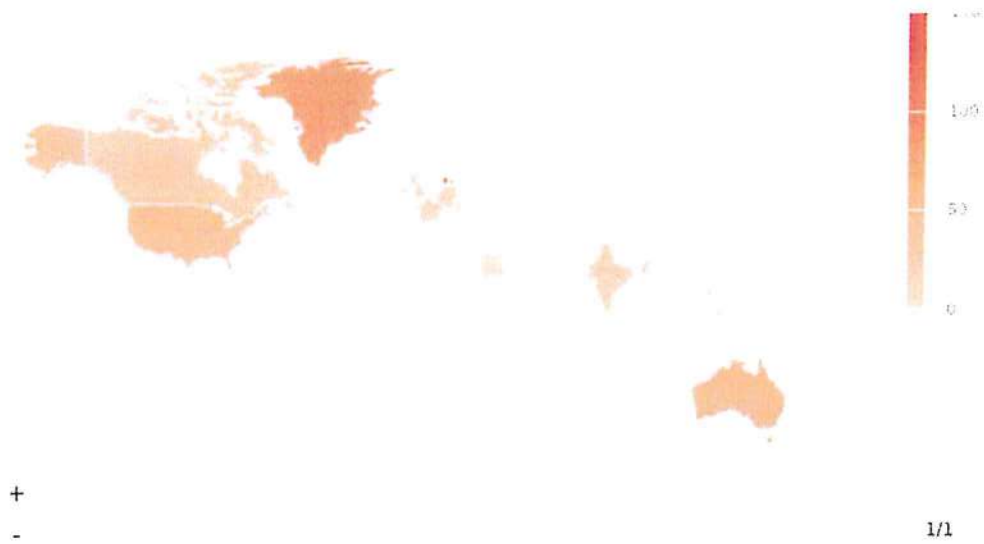
Pressearbejde

Medieomtale af Grønland i 2021

Visit Greenland udfører en målrettet presseindsats i tæt samarbejde med bl.a. Air Greenland, DMOer 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 denne indsats.

Ledelsesberetning

Heat Map, Tourism B2C



Heatmap som viser omtale af Grønland.

Trending Themes, Tourism B2C



Ledelsesberetning

Visit Greenland har fået opmærksomhed via de mange priser vi har vundet og lister vi er kommet på. Nogle af de priser vi har modtaget, inkluderer:

- **Webby People's Choice Awards**
Vinder af "The People's Voice Award" i kategorien "Travel and Adventure", mod stærke favoritter såsom Tourism New Zealand og CNN. Visit Greenlands video blev valgt fra 13,500 poster from 70 lande.
- **Deauville Green Awards**
Vinder af Silver Green Award i den største version af Deauville Green Awards til dags dato, i kategorien "Beyond COVID". Flere end 500 film var indsendt fra 35 forskellige lande.
- **Art&Tur Film Festival**
Anden pris i denne International Tourism Film Festival i kategorien 'Tourism Innovation'. 149 film blev indsendt fra 31 lande
- **Skift**
Visit Greenland vandt "Destination Category" af SKIFT Idea awards med vores landingside, "Dive Deeper into Greenland" som fokuserer på rigt indhold

Listings

- Time's World's Greatest Places

Presserejser

Fra februar - december 2021, har omkring 50 journalister og social media influencers fået støtte fra Visit Greenland i form af flybilletter og/eller indkvartering, oplevelser, ruteplanlægning og adgang til kontakter i branchen. Som resultat af denne støtte og opfølgning, leverer hver pressetur et givent output, der på forhånd er kontrakt bestemt.

Medierne, som blev valgt, var primært fra vores største markeder og dækker Vesteuropa, Nordamerika og Skandinavien. Der var tre store events i sommer som vi fokuserede på i år: Extreme E og Isfjordscentrets åbning og dronningens besøg i Grønland. Der har været gennemført hhv. individuelle rejser og mindre grupper fordelt på etablerede medier og social media platforme. Disse presserejser var fordelt på alle regioner i Grønland bortset fra Østgrønland, som var lukket det meste af året.

Visit Greenland fortsætter med at bruge online "Media Request Form", som alle medier udfylder. I 2021 har Visit Greenland fået ca. 80 forespørgsler, som er under en tredjedel af, hvad vi fik i 2019. Til gengæld har vi samarbejdet meget med de PR hold bag forskellige events fx Extreme E og Ilulissat Isfjordscenter. Visit Greenland fortsætter med at bruge forskellige værktøjer/skabeloner, der skal sikre, at kommunikationen med medierne er fyldestgørende.

Visit Greenland har blandt andet arbejdet med følgende medier i 2021:

Berlingske, Børsen, Politiken (DK), The Sunday Times, National Geographic, ABC Good Morning America, Euronews, Washington Post (International) Nordis, ARD Tysk TV, Welt am Sonntag, Stuttgarter Zeitung (Tyskland), nichemedier, og social media influencers.

Ledelsesberetning

Fam trips

Visit Greenlands FAM-trips blev afholdt i forbindelse med Vestnorden i Island i slutningen af september/starten af oktober.

Thought leadership

Visit Greenland har et divers hold af eksperter som en del af holdet, eksperter der er særligt vidende indenfor et specifikt område. Som et led i B2B branding arbejdet, bliver der arbejdet målrettet med "thought leadership", hvor Visit Greenland teamet formidler det arbejde, der bliver lavet og de strategier der bliver arbejdet med indenfor branding, turismeudvikling og bæredygtighed. Gennem foredrag til events, konferencer, på universiteter og interviews til de rigtige steder, bliver der opbygget troværdighed og interesse indenfor den internationale turistbranche og opmærksomhed i fagblade, både online og offline.

Ledelsesberetning

Bestyrelsens kompetencer

Anette Grønkjær Lings

formand

Direktør Hotel Sisimiut og Arctic Incoming, 48 år

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

Særlige kompetencer: Ledelse, turismedestinations- og produktudvikling, erhvervs- udvikling , adventure turisme, økonomi, salg, branding & markedsføring, bestyrelsesarbejde. Erfaring som selvstændigt erhvervsdrivende inden for 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.

Anne Nivika Grødem

Næstformand

Souschef i Sermersooq Erhverv/Visit Nuuk

Særlige kompetencer: Ledelse, madkultur, iværksætter, forretningsudvikling og destination management

Indtrådt i bestyrelsen

21. maj 2021

Allan Chemnitz

Bestyrelsesmedlem

Direktør i Innovation Southgreenland

Særlige kompetencer: Telekommunikation, IT-strategi, ledelse, forandringsledelse, forretningsproces, projektledelse, forretningsstrategi, projektplanlægning og iværksætter.

Indtrådt i bestyrelsen

21. maj 2021

Ledelsesberetning

Gerth Olsen

Bestyrelsesmedlem

Adm. direktør i Qeqertalik Business Council & Destination Diskobay A/S

Særlige kompetencer: Produkt & projekt i management, analytisk og økonomisk flair, marketing og strategi. Kompetenceudvikling, turismeudvikling og koordinering.

Indtrådt i bestyrelsen

21. maj 2021

Jens-Jakob Sandgreen

Bestyrelsesmedlem

Erhvervsudvikling (Serie iværksætter i Grønland og USA)

Andre bestyrelsesposter: Bestyrelsesformand for Balloon Inc., NYC, Airgreenland.

Særlige kompetencer: Kommunikation, strategi, ledelse, tværorganisatorisk udviklingsprocesser, g serie iværksætter, innovation, produkt udvikling/design, rådgivning, markedsanalyser og vidensdeling med netværk.

Indtrådt i bestyrelsen

21. maj 2021

Kattie Nielsen

Bestyrelsesmedlem

11 års erfaring som mindre virksomhedsejer både i Grønland og Island. Virksomheder Rejsebureau, Hotel&Gæsthus, Restaurant, Café og Bryggeri

Særlige kompetencer: Iværksætter, kundeservice, administration og ledelse, coaching, virksomhedsudvikling og salg

Indtrådt i bestyrelsen

21. maj 2021

Ledelsesberetning

Direktion

Hjörtur Smáráson

adm. direktør, Visit Greenland

Andre bestyrelsesposter: Bestyrelsesmedlem i NATA - North Atlantic Tourism Association, samt ASENTI, African Summit for Entrepreneurship and Innovation.

Særlige kompetencer: Ledelse, strategi, kommunikation & PR, krisehåndtering, turismeudvikling, innovation og produktudvikling. Erfaring fra markedsføring, presse, økonomiske udviklings programmer, startup verdenen, undervisning på universiteter og eventbranchen.

Direktionen indtrådte i Visit Greenland 1. april 2021 og stopper med udgangen af marts 2024.

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.

I 2021 har Visit Greenland igangsat et tvær-regionalt samarbejde med DMOerne for at kortlægge hvad bæredygtighed er for Grønland som turismedestination og hvordan

vores roller hver især er i forhold til, at udbrede denne vigtige dagsorden. Dette samarbejde blev indledt med en survey til DMOerne. Denne survey giver anledning til konkrete emner og rammer der skal sikre ejerskab og indsigt i bæredygtighedsdagsordenen på tværs af hele turismebranchen i Grønland.

Mangfoldighed og ligestilling

Visit Greenland arbejder for mangfoldighed og ligestilling i selskabet. Medarbejderstaben bestod pr. 31. december 2020 af 11 ansatte, fordelt på fem mænd og 6 kvinder. Herudover var der en phd studerende, en barselsvikar og to studentermedhjælpere. Visit Greenlands medarbejderstab er kulturelt mangfoldig, da der er repræsenteret 9 forskellige nationaliteter (inkl. grønlandsk og dansk).

Ledelsesberetning

Årsværk samt samlet lønsum

Der er i slutningen af 2021 syv årsværk på kontoret i Nuuk og fire årsværk på kontoret i København, i alt 11 årsværk.

Der er brugt i alt kr. 7.742.845 kr. til lønninger hos Visit Greenland i 2021.

Oplysninger omkring ledelsens samlede aflønning

Direktionen aflønnes med en årlig gage på 1.140.000 kr. + 10% pension. Hertil kommer fri bil, fri telefon og internet. Der ydes ingen bonustillæg herudover.

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

Visit greenlands medlemsskaber

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.

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 salgsomkostninger 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 nominel 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>2021</u>	<u>2020</u>
Nettoomsætning	16.722.326	16.206.050
Andre driftsindtægter	206.000	216.000
Andre eksterne omkostninger	<u>-7.434.053</u>	<u>-7.244.643</u>
Bruttoresultat	9.494.273	9.177.407
1 Personaleomkostninger	-8.654.878	-8.508.444
Af- og nedskrivninger af materielle anlægsaktiver	<u>-145.605</u>	<u>-218.470</u>
Driftsresultat	693.790	450.493
Andre finansielle indtægter	-39.830	-20.881
Øvrige finansielle omkostninger	<u>-16.659</u>	<u>-33.447</u>
Resultat før skat	637.301	396.165
Skat af årets resultat	<u>0</u>	<u>0</u>
Årets resultat	<u>637.301</u>	<u>396.165</u>
Forslag til resultatdisponering:		
Overføres til overført resultat	<u>637.301</u>	<u>396.165</u>
Disponeret i alt	<u>637.301</u>	<u>396.165</u>

Balance 31. december

Aktiver		
<u>Note</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>
Anlægsaktiver		
Website og portal	<u>0</u>	<u>0</u>
Immaterielle anlægsaktiver i alt	<u>0</u>	<u>0</u>
Grunde og bygninger	1.635.097	1.635.097
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	147.052	225.219
Indretning af lejede lokaler	<u>132.627</u>	<u>200.065</u>
Materielle anlægsaktiver i alt	<u>1.914.776</u>	<u>2.060.381</u>
Anlægsaktiver i alt	<u>1.914.776</u>	<u>2.060.381</u>
Omsætningsaktiver		
Fremstillede varer og handelsvarer	<u>115.573</u>	<u>136.439</u>
Varebeholdninger i alt	<u>115.573</u>	<u>136.439</u>
Tilgodehavender fra salg og tjenesteydelser	542.798	1.222.926
Andre tilgodehavender	383.621	106.094
Periodeafgrænsningsposter	<u>878.415</u>	<u>143.751</u>
Tilgodehavender i alt	<u>1.804.834</u>	<u>1.472.771</u>
Likvide beholdninger	<u>4.776.510</u>	<u>4.613.583</u>
Omsætningsaktiver i alt	<u>6.696.917</u>	<u>6.222.793</u>
Aktiver i alt	<u>8.611.693</u>	<u>8.283.174</u>

Balance 31. december

Passiver		<u>2021</u>	<u>2020</u>
<u>Note</u>			
Egenkapital			
	Virksomhedskapital	4.000.000	4.000.000
	Overført resultat	<u>713.658</u>	<u>76.357</u>
	Egenkapital i alt	<u>4.713.658</u>	<u>4.076.357</u>
Gældsforpligtelser			
	Gæld til pengeinstitutter	172.251	166.521
	Leverandører af varer og tjenesteydelser	498.659	230.385
	Anden gæld	1.936.554	2.330.973
	Periodeafgrænsningsposter	<u>1.290.571</u>	<u>1.478.938</u>
	Kortfristede gældsforpligtelser i alt	<u>3.898.035</u>	<u>4.206.817</u>
	Gældsforpligtelser i alt	<u>3.898.035</u>	<u>4.206.817</u>
	Passiver i alt	<u>8.611.693</u>	<u>8.283.174</u>

2 Pantsætninger og sikkerhedsstillelser

3 Eventualposter

Noter

	<u>2021</u>	<u>2020</u>
1. Personaleomkostninger		
Lønninger og gager	7.742.845	7.515.468
Pensioner	729.569	730.916
Andre omkostninger til social sikring	16.348	14.707
Personaleomkostninger i øvrigt	<u>166.116</u>	<u>247.353</u>
	<u>8.654.878</u>	<u>8.508.444</u>
Gennemsnitligt antal beskæftigede medarbejdere	<u>14</u>	<u>13</u>

2. Pantsætninger og sikkerhedsstillelser

Selskabet har 6 måneders huslejeforpligtelse vedrørende kontorlejemål i Nuuk svarende til 167 t.kr., 9,5 måneders huslejeforpligtelse vedrørende personalebolig i Nuuk svarende til 128 t.kr og 3 måneders huslejeforpligtelse vedrørende kontolejemål i de danske lokaler svarende til 54 t.kr.

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

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

Udskudt skatteaktiv hviler på følgende poster:

	2021	2020
	kr.	kr.
Immaterielle anlægsaktiver	-334.633	-334.633
Materielle anlægsaktiver	-1.099.686	-1.423.363
Periodeafgrænsningsposter	-232.780	-38.094
Fremførbart underskud	-7.981	-52.131
Ialt	-1.675.080	-1.848.221

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.