



Branding af hellefisk og bæredygtig lokal erhvervsudvikling i Qaanaaq.  
Opsamling fra workshop den 7.6.2018 på Sinatur Hotel og Konference i Frederiksdal



## Velkommen til et projekt om bæredygtig erhvervsudvikling i praksis

Birgitte Hoffmann, AAU, bød på vegne af projektgruppen velkommen til dialog og samarbejde om bæredygtig erhvervsudvikling – og eksperimenter med hellefisk fra Qaanaaq og nye initiativer.

Det er en aktuell udfordring i Grønland at finde nye veje til at styrke en bæredygtig erhvervsudvikling, ikke mindst i de mange små lokalsamfund, der er spredt ud over det store land.

I vores forskning har vi undersøgt en række forhold omkring infrastruktur og erhvervsudvikling i Grønlandske lokalsamfund. Herigennem har vi mødt nogle fantastiske mennesker, der lever ved verdens ende, og som er begyndt at fange hellefisk. Men også nogle mennesker og et samfund, som står overfor

mange forskellige udfordringer. Det er vores vurdering, at der er store potentialer for udvikling af deres erhverv og lokalsamfund, som kan hænge godt sammen med deres ønsker for fremtiden.

Det er derfor projektets konkrete mål at brande og sælge hellefisk fra Qaanaaq, så der kan opnås en højere pris som følge af, at fortællingen om Qaanaaq og det skånsomme fiskeri fra isen bruges til at differentiere hellefisk i markedet. I forlængelse heraf vil vi udvikle initiativer, der kan bringe værdiforøgelsen tilbage til lokalsamfundet og bidrage til en fortsat lokal, bæredygtig erhvervsudvikling. Det langsigtede mål er, at disse erfaringer kan udvikles og bruges i andre lokalsamfund i Grønland.

For at kunne gennemføre konkrete initiativer og få tilladelser til at importere og arbejde med fædevarer, har vi stiftet en socialøkonomisk virksomhed, hvis mål er at øge værdien af fiskene og bringe midlerne tilbage til lokalsamfundet for derigennem at udvikle nye lokale og blivende erhvervsinitiativer. Vi har lagt egne midler og tid i projektet. Desuden har initiativet fået støtte fra Selvstyrets erhvervsudviklingsmidler og Avannaata Kommunia.

Mødet er således det første netværksmøde, der samler en række aktører på tværs af Grønland og Danmark, på tværs af produktion og afsætning, på tværs af fiskeri og turisme og endelig på tværs af praksis og forskning.

### Fisk er en fornybar ressource

Minik Rosing, KU, var inviteret til at holde et indledende oplæg og satte en ramme for projektets relevans ved at understrege, at der er et stort behov for at udvikle et diversificeret erhvervsgrundlag i Grønland. Minik pegede på, at det på flere måder er vigtigt at udvikle fiskeriet. Fisk er i princippet en fornybar ressource for det grønlandske samfund, hvilket betyder, at det direkte overskud på fisken er større end på mineralerne, der kun kan sælges én gang. I den forbindelse er det afgørende, at fiskeriet er skånsomt, så man ikke "saver den fiskeri-gren over, som man sidder på". Minik Rosing hilser det desuden meget velkomment, at der skabes projekter, der vil udvikle og konstruktivt udfordre fiskerierhvervet, fordi det tilbyder erhvervs mulighed for de mange i Grønland, der i dag hverken har job eller uddannelse. Der er en stor gruppe unge i Grønland, for hvem det er tilfældet, og her kan fiskeriet kan være en udviklingsvej.

### Baggrunden – forskning og udvikling i et helt særligt lokalsamfund

Kåre Henriksen introducerede til forskningen bag projektet, der peger på, at der i Qaanaaq er potentialer for erhvervsudvikling, som i dag ikke udnyttes. Men også at udviklingen af disse kræver, at der arbejdes konkret og strategisk med øget samarbejde og koordinering på tværs af organisatoriske og geografiske skel.

I Qaanaaq, der er verdens nordligste naturlige bosætning, bor 630 mennesker i byen Qaanaaq og 125 i 3 små lokalsamfund (bygder). Qaanaaq

udgør samlet set Grønlands fattigste område målt på husstandsindtægter, og der er både et behov og et potentiale for at styrke en erhvervsudvikling, der kan forbedre de lokale levevilkår. Samfundet har en meget unik historie og kultur, og det er det sidste lokalsamfund, hvor hundeslæder, kajakk og harpuner stadig indgår som uundværlige redskaber, og hvor hverdagslivet og fangsten hen over året er meget forskelligartede, blandt andet bestemt af årstiderne.

Der har gennem de sidste år været en stigende interesse fra fangerne i Qaanaaq distrikt for at indhandle hellefisk. Det samlede fiskeri er meget beskedent og foregår i islægsperiode med langliner, der sættes gennem huller i isen. Det er en stor udfordring at styrke en lokal erhvervsudvikling, der både passer til og udvikler lokalsamfundets værdier og praksisser.

### Hellefisken - råvarerne og opskrifterne

Netværksmødet var også en anledning til at præsentere hellefisken fra Qaanaaq og dens gode kvalitet og smag for et lidt bredere publikum. Hellefisken blev godt mødt som dagens fisk og serveret for alle gæster på Sinatur som omdrejningspunkt i en eksklusiv buffet.

Retterne var udviklet af kokken Peer Frausing i samarbejde med køkkenet på Sinatur. De omfattede fem nye opskrifter, der viser de mange forskellige muligheder med hellefisk fra Qaanaaq:

- Råmarineret hellefisk med urter fra Samsø og asparges/dild mayo.
- Letrøget hellefisk med økologisk gulerodscreme.

- Riellette af bagt hellefisk vendt med danske krydderurter.
- Skindstegt hellefisk med smørdampet sommergrønt fra Samsø.
- Hele bagte hellefisk med sauce på ben fra hellefisk.

Peer vurderer, at hellefisken fra Qaanaaq har en særlig høj kvalitet, er fast i kødet og har en både rund og kraftig smag.

### Potentialer for branding

Efter frokosten introducerede journalist Robert Jensen kort til de store potentialer i at brande hellefisken fra Qaanaaq. Spørgsmålet er, hvordan man kan differentiere hellefisken i markedet og opnå en højere pris? Naturligvis fordi den har en god kvalitet, men også fordi både fisken og området rummer nogle virkelig gode og substantielle historier, som forbrugerne gerne vil betale for.

Vi står med en unik mulighed for at bruge den perlerække af særtræk, der ligger i at kombinere fortællinger om hverdagslivet i Qaanaaq, om fangerne og det skånsomme langline fiskeriet på isen, samt om Qaanaaqs unikke placering og historie, til at skabe og underbygge en helt særlig position i markedet. Det bliver altså den autentiske historie, der er drivkraften i branding, så vi kan skabe øget værdi for forbrugerne, for de deltagende parter og for lokalsamfundet.



## Oplæg til diskussion og samarbejde

Der blev lagt op til dialog og samarbejde med blev følgende spørgsmål:

- Hvordan kan historien om Qaanaaq skabe betydning / værdi set fra dit perspektiv / dine aktiviteter?
  - Hvilke betydninger kan hellefisk fra Qaanaaq skabe for forbrugerne i Danmark? Internationalt?
  - Hvordan kan hellefisk og branding øge værdi for fiskerne – og understøtte udviklingen af lokalsamfundet?
  - Hvordan kan historien om hellefisk bidrage til turismeudviklingen i Qaanaaq?
  - Hvilke gode eksempler findes på værdiforøgelse og lokal udvikling, der kan inspirere udviklingen i Qaanaaq?
  - Hvilke barrierer / problemstillinger kan I se, som vi skal være opmærksomme på?
  - Hvilke ideer til udvikling / samarbejde har I – som kunne give værdi for flere / alle parter?
  - Hvem er væsentlige aktører, som vi skal invitere til fremtidige netværksmøder?
- Diskussionerne pegede på en række ideer, videnskilder, oplæg til samarbejde og nye spørgsmål, som her nævnes i overskrifter:
  - Historierne er virkelige gode!
  - Historien om initiativet og de fire "tusser" (initiativtagere) - er i sig selv god.
  - Brug evt. den allerede udviklede metode til at vurdere fiskeressourcens udvikling, der involverer fangerne.
  - Kan man dokumentere, at fisken fra Qaanaaq er en særlig stamme?
  - Kan vi dokumentere fiskens indhold af omega 3 og 6? Og skal det indgå som en del af denne branding?
  - En erhvervs Ph.D. til at arbejde med at vurdere bæredygtighed
  - Global opvarmning kan ses som en udfordring, en driver og en del af fortællingen: havisen ligger kortere og permafrosten smelter, så lad os komme videre og skabe resultater.
  - Nogle tidligere eksempler kom frem, som man kan lære fra.
  - Turisme har potentiale; måske kombineres med at opleve fiskeriet.
  - High-end produktudvikling er et forskningsfelt, vi måske kan trække på.
- Det gælder også smagstest-panelet på DTU.
  - Kulinarisk udvikling i samarbejde med eliten blandt de danske kokke.
  - Slowfood-initiativet.
  - Hvordan kan de store etablerede aktører indgå i disse lokale eksperimenter?
  - Hvis prisen kan hæves på hellefisk fra Qaanaaq, vil det sætte øget fokus på hellefisk fra Grønland.
  - Hvordan involveres fangerne og andre lokale aktører?

Udover de mange ideer og input var der flere, der gerne vil være med i det fortsatte arbejde.

## Fortsat oplæg til dialog og netværk – invitationer følger

Initiativtagerne lægger op til en fortsat åben og uformel dialog og samarbejde om bæredygtig erhvervsudvikling, hvor der er plads til mange forskellige perspektiver og initiativer.

Vi er selvfølgelig godt klar over, at dette også handler om konkurrence og indtjening – men det er vores tilgang, at de forskellige initiativer kan styrke

hinanden, så vi samlet får skabt mere værdi og styrket det brand som både hellefisk og Qaanaaq fortjener.

I løbet af efteråret vil vi gennemføre events, der skal brande hellefisk fra Qaanaaq, som vi vil orientere om. Et større event med presse planlægges i foråret 2019.

Vi sender invitationer ud til deltagerne. Man kan også orientere sig på [www.icesea.dk](http://www.icesea.dk)

De bedste hilsner, Birgitte Hoffman, Kåre Hendriksen, Peer Frausing og Robert Jensen.



*ICE-SEA er en socialøkonomisk virksomhed, der støtter og igangsætter aktiviteter med det formål at styrke Grønlandske lokalsamfunds og lokalområdets bæredygtige udvikling. Virksomhedens overskud er båndlagt til dette formål og kan ikke udloddes til ejerkredsen.*